



انجمن علمی گردشگری ایران

شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای رضایتمندی گردشگران از برگزاری رویداد جشنواره گل نرگس در شهرستان کازرون

حسن ایزدی^۱، مریم تحسیری^۲، محدثه سالاری^۳

DOI:10.22034/jtd.2025.460830.2981

چکیده

گردشگری رویداد گونه‌ای نوین از گردشگری است که با سایر انواع گردشگری پیوند دارد. برپایی رویدادها و جشنواره‌ها در روستاها، علاوه بر جذب گردشگران، موجب ارتقای شرایط اقتصادی و همبستگی جامعه محلی و همچنین توجه بیشتر به حفظ ویژگی‌های طبیعی آن محل می‌شود. هدف از این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای رضایتمندی گردشگران از برگزاری جشنواره گل نرگس در شهرستان کازرون است. پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی تحلیلی است. جمع‌آوری اطلاعات با ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی گردشگران و بازدیدکنندگان رویداد جشنواره گل نرگس، و نمونه آماری نیز ۱۵۳ نفر از گردشگران است. به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران از برگزاری جشنواره، از روش تحلیل عاملی اکتشافی در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که چهار عامل کیفیت خدمات و زیرساخت، کیفیت دسترسی، کیفیت عوامل اجتماعی فرهنگی و کیفیت تعامل و ارتباط گردشگران با مکان عوامل کلیدی در میزان رضایتمندی گردشگران به شمار می‌روند. نتایج حاکی از آن است که بهبود امکانات و زیرساخت‌های گردشگری، برنامه‌ریزی‌های خلاقانه در اجرای جشنواره، بهبود و توسعه راه‌ها و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های رفاهی منطقه سبب ارتقای رضایتمندی گردشگران خواهد شد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۲

واژه‌های کلیدی:

گردشگری رویداد، رضایتمندی گردشگران، جشنواره گل نرگس، شهرستان کازرون

مقدمه

می‌کند (Hassan et al., 2022) و یکی از مهم‌ترین منابع اشتغال در مقاصد محلی و روستایی است (Rabiee & Firoozi, 2018; Papli Yazdi & Seqaie, 2013). آنچه یک مقصد گردشگری را از سایر مقاصد متمایز می‌کند برتری‌ها و جاذبه‌هایی است که توسط بازدیدکنندگان درک می‌شود (Getz & Page, 2016). جاذبه‌های گردشگری یک مقصد تنها به ویژگی‌های محیط طبیعی، انبیه، صنایع دستی و مانند آن خلاصه نمی‌شود. درواقع رویدادهایی که در یک مقصد رخ می‌دهند خودشان منبعی مهم برای جذب گردشگران به شمار می‌آیند (Getz, 2008). گردشگری رویداد یا گردشگری ناشی از بازدیدهای عمومی، به‌عنوان بازدیدهایی که به‌طور معمول

در نیم قرن اخیر دسترسی بیش‌ازپیش افراد به امکانات سفر گردشگری را به یکی از پرمناقشه‌ترین نیروهای اجتماعی و اقتصادی تبدیل کرده است؛ ازاین‌رو، مقیاس گردشگری گسترده‌تر شده است (Nargesi et al., 2018). گردشگری را می‌توان مجموعه تعامل‌هایی دانست که در طول جذب گردشگر به یک مکان بین گردشگران، سازمان‌های متولی، دولت‌های مبدأ و مقصد و جامعه بومی ایجاد می‌شود (Soleimanpour, 2007). گردشگری همواره فعالیت‌های شناخته شده است که مستقیم و غیرمستقیم موجب توسعه مناطق مختلف در سراسر جهان می‌شود. امروزه گردشگری در مناطق روستایی همچون نیروی محرکه‌ای برای توسعه روستایی عمل

۱. دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران izady@shirazu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مهندسی شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران



برخلاف زندگی متعارف و جاری جامعه میزبان شکل می‌گیرد، گونه‌ای نوین از گردشگری است که با سایر انواع گردشگری پیوند دارد. بازار گردشگری رویداد را گردشگرانی تشکیل می‌دهند که برای دیدن رویدادها یا تجربه شرکت در آن‌ها به سفر می‌روند (Fytopoulou et al., 2021).

هرساله برگزاری جشنواره‌ها و رویدادها در نقاط مختلف گردشگری تأثیرات شایان توجهی در ابعاد گوناگون اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی دارد (Yolal et al., 2016). رویدادها، علاوه بر برطرف کردن مشکل فصلی بودن برخی از مشاغل، با توزیع عادلانه ثروت، افزایش فرصت‌های شغلی تمام‌وقت، افزایش مدت اقامت گردشگران و افزایش مخارج گردشگران (Zima, 2011) موجب افزایش آگاهی درباره مقصد و همبستگی جامعه محلی می‌شوند. این تأثیرات با توجه به اندازه و مقیاس رویداد متفاوت است (Quinn, 2009).

در طول زمان، برگزاری رویداد در مقاصد فعالیت‌های جدید رقابتی بین مقاصد ایجاد می‌کند و مستقیم و غیرمستقیم بر اقتصاد در مقیاس ملی، منطقه‌ای و محلی اثر می‌گذارد (Papli Yazdi & Sequei, 2013).

از جمله مناطق مساعد برای تحقق گردشگری رویداد در شمال غربی استان فارس، شهرستان کازرون است که به واسطه برخورداری از تاریخ کهن ساسانیان و همچنین شهر تاریخی بیشاپور و تنگ چوگان ظرفیت جذب گردشگر در ایام متفاوت سال را دارد. شهرت دیگر کازرون به علت وجود نرگس‌زارهایی است که به صورت خودرو و طبیعی در دشت‌ها و کوهپایه‌های زاگرس جنوبی می‌رویند. بیشترین نرگس‌زارهای این شهرستان در روستای جره است. این نرگس‌زار از قدیمی‌ترین، زیباترین و کم‌نظیرترین رویشگاه‌های طبیعی گل نرگس در ایران است که در زمان گل‌دهی و برداشت زیبایی صدچندان می‌یابد و هرساله گردشگران زیادی را جذب می‌کند.

روستای جره، با اینکه در شهرستانی تاریخی با بستر مناسب جذب گردشگر قرار گرفته است و همچنین قابلیت‌های تحقق هم‌زمان گردشگری کشاورزی و گردشگری رویداد را دارد، آن‌طور که شایسته است توسعه نیافته و موجبات ارتقای اقتصادی بومیان و جامعه محلی فراهم نشده است. با توجه به برگزاری بیش از یک دهه رویداد جشنواره گل نرگس در این روستا و چندان توسعه نیافتن آن، ضروری است قابلیت‌ها و عوامل مؤثر در ارتقای رضایت گردشگران و جذب

هرچه بیشتر آن‌ها به محل برگزاری رویداد جشنواره گل نرگس شناسایی شود. از این‌رو، هدف اصلی از این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای رضایتمندی گردشگران از بازدیدهای عمومی نرگس‌زارهای روستای جره شهرستان کازرون و اولویت‌بندی آن‌ها برای کاربرد در برنامه‌های آینده توسعه محلی و منطقه‌ای است.

مبانی نظری

گردشگری را می‌توان مجموعه‌ای از پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل بین عواملی چون گردشگر، سرمایه، جامعه میزبان، دولت و سازمان‌های غیررسمی دانست (De Souza Bispo, 2016). تعریف گردشگری از منظر اقتصادی عبارت است از مهمان‌نوازی که در آن بومیان و جامعه میزبان می‌کوشند به بهترین نحو از گردشگران پذیرایی کنند، خاطرات و تجارب خوشایندی را برایشان ایجاد کنند و در عوض، جامعه بومی از گردشگران سود اقتصادی ببرند (Amini Kashani & Alalhesabi, 2021). پیشرفت فناوری نیز از یک طرف برای گردشگر زمان آزاد و ثروت بیشتری فراهم می‌آورد و از طرفی زیرساخت‌های رفاهی بیشتری را در مقیاس‌های متفاوت برای گردشگری در اختیار می‌گذارد (Shaterian et al., 2018). از این‌رو، امروزه گردشگری بیش‌ازپیش در بخش‌های متفاوت اقتصادی، تولیدات ناخالص ملی و بهره‌وری شایسته از منابع انسانی مؤثر است و صنعت قلمداد می‌شود (Rabiee & Firoozi, 2018).

مزایای اقتصادی صنعت گردشگری در هر ناحیه عبارت است از افزایش درآمد و بهبود زندگی جامعه میزبان، ایجاد فرصت‌های شغلی گوناگون، افزایش منابع مالی دولت، قرارگیری جامعه در راه توسعه و پیشرفت، توسعه صنایع دستی بومی و محلی، بهبود ساختار زیربنایی و تشکیلاتی جامعه میزبان و ایجاد منابع مالی برای حفظ آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی (Sir et al., 2017).

صنعت گردشگری برحسب مقصد به دو نوع گردشگری روستایی و شهری و برحسب هدف و انگیزه به انواع گوناگون گردشگری سلامت، گردشگری تجاری، گردشگری زیارتی و معنوی، و گردشگری رویداد تقسیم می‌شود (Hall & Page, 2009). انگیزه‌های گردشگران برای انتخاب مقصد گوناگون است و از بازدید از اماکن تاریخی تا گذراندن اوقات فراغت در کنار خانواده را در بر می‌گیرد (Albayrak & Caber, 2018).



گلاب میمند در استان فارس، به این نتیجه دست یافتند که عواملی چون دسترسی، مهمان‌نوازی، گذراندن اوقات با دوستان، تعاملات اجتماعی و کیفیت رویداد، انگیزه‌های میهن‌پرستانه و یادگیری، تجربه و لذت از رویداد عوامل مؤثر در جذب گردشگران به این جشنواره بوده و اهمیت داشته است.

از معتبرترین و جدیدترین مقالات خارجی نیز می‌توان به مقاله ریچارد^۱ (۲۰۱۷) اشاره کرد. وی برگزاری رویداد در شهرهای جهان را عاملی برای درآمدزایی، انسجام اجتماعی و پررنگ شدن هویت دانسته و رویدادها را بخش جدایی‌ناپذیر از بوم‌شناسی معرفی کرده است. وی همچنین لزوم نگرشی راهبردی و جامع برای تحقق رویدادمداری را مطرح کرده است. در پیچ و رودان^۲ (۲۰۱۹) به بررسی نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری رویداد پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که رویدادهای مبتنی بر میراث فرهنگی و قابلیت‌های منحصر به فرد هر محل موجب تقویت هویت ملی و محلی می‌شود. این پژوهش، در راستای سنجش عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران، به عواملی از جمله کیفیت برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها، کیفیت زیرساخت‌ها و دسترسی، ایمنی و امنیت منطقه اشاره کرده است.

تیشیرا و همکاران (۲۰۱۹) سرمایه‌گذاری و سازمان‌دهی رویدادها را در افزایش رضایت گردشگران مؤثر می‌دانند. افزایش رضایت گردشگران به وفاداری آنان، توصیه به دیگران، افزایش تقاضا و رقابت منطقه‌ای منجر می‌شود. از شاخص‌های به دست آمده در این مقاله برای سنجش رضایتمندی می‌شود به کیفیت برنامه‌ریزی‌ها و سازمان‌دهی رویدادها، زمان‌بندی، خلاقیت در برگزاری رویداد، زیبایی‌های دیداری، درآمدها و مخارج اشاره کرد.

نیم‌فو و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای به بررسی رضایت گردشگران از رویدادهای گردشگری طبیعت محور پرداختند و جشنواره گل شهر دالان و یتنام را بررسی کردند. یافته‌ها حاکی از آن است که عواملی همچون جاذبه‌های طبیعی، امکان آموزش دیدن در گردشگری کشاورزی، سرگرمی، برگزاری نمایشگاه‌ها، بهبود کیفیت زیرساخت‌ها و امکانات، راه‌اندازی رستوران‌ها و مغازه‌های اغذیه‌فروشی، وجود ایمنی و امنیت و مهمان‌نوازی بومیان از عوامل مؤثر در ارتقای رضایتمندی گردشگران است.

رویدادها یکی از مؤثرترین عوامل انگیزه‌بخش در صنعت گردشگری‌اند و نقش آن‌ها در توسعه و جذب هرچه بیشتر گردشگر به هر مکان، به خصوص مکان‌های کمتر توسعه یافته، یک اصل اساسی پذیرفته شده در مباحث گردشگری است (Getz, 2008). هر رویداد زمانی موفق است که از یک سو گردشگر را به اقامت طولانی‌تر و در نتیجه افزایش خرج کرد ترغیب کند و از دیگر سو موجب تنوع در عرضه کالا، اشتغال‌زایی و درآمدزایی بالفعل و بالقوه شود (Zima, 2011). آن چیزی که گردشگری رویداد را از سایر انواع گردشگری متمایز می‌کند استمرار این نوع گردشگری و دفعات کم آن است (Bod & Darman, 2023). گردشگری رویداد، با جذب مستقیم و بدون واسطه گردشگر، او را از انفعال خارج می‌کند و به مشارکت و تعامل در کنار تماشا دعوت می‌کند. نکته مهم این است که هر رویداد برای تبدیل شدن به جاذبه گردشگری باید بتواند بازدیدکنندگانی خارج از جامعه محلی و بومی محل رویداد جذب کند (Getz & Page, 2016).

پیشینه پژوهش

به منظور بررسی پیشینه مطالعاتی موضوع این پژوهش، شایسته است مطالعات انجام شده در حوزه گردشگری روستایی و گردشگری رویداد بررسی شود. در این خصوص، چندی از مهم‌ترین مطالعات موجود داخلی و خارجی در ادامه بیان شده است.

اکبری و همکاران (۲۰۲۳)، در بررسی جشنواره انارچینی روستای انبوه در شهرستان رودبار، عواملی همچون کیفیت رویداد، گسترش علایق شخصی و احساس امنیت را عوامل اصلی در جذب گردشگر به این روستا شناسایی کرده‌اند.

شاطریان و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی انگیزه گردشگران و وفاداری آن‌ها در تمایل به بازدید دوباره از جشنواره گل و گلاب قمصر و نیاسر پرداختند و به این نتیجه رسیدند که آنچه موجب انگیزه حضور دوباره گردشگران در این جشنواره خواهد شد خریدن عرقیات محلی است که جامعه محلی تولید می‌کند و شهرت جهانی دارد.

فرشاد و همکاران (۲۰۲۰) رویداد جشنواره انار در منطقه اورامانات شهرستان پاوه را عاملی برای توسعه گردشگری در روستا شناسایی کرده و شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی و پس از آن اقتصادی را از مؤثرترین شاخص‌ها از نظر بومیان و گردشگران دانسته‌اند.

خادمی و همکاران (۲۰۲۳)، در بررسی جشنواره گل و

1. Richards

2. Drpić and Rudan

3. Teixeira

4. Nghiem-Phu



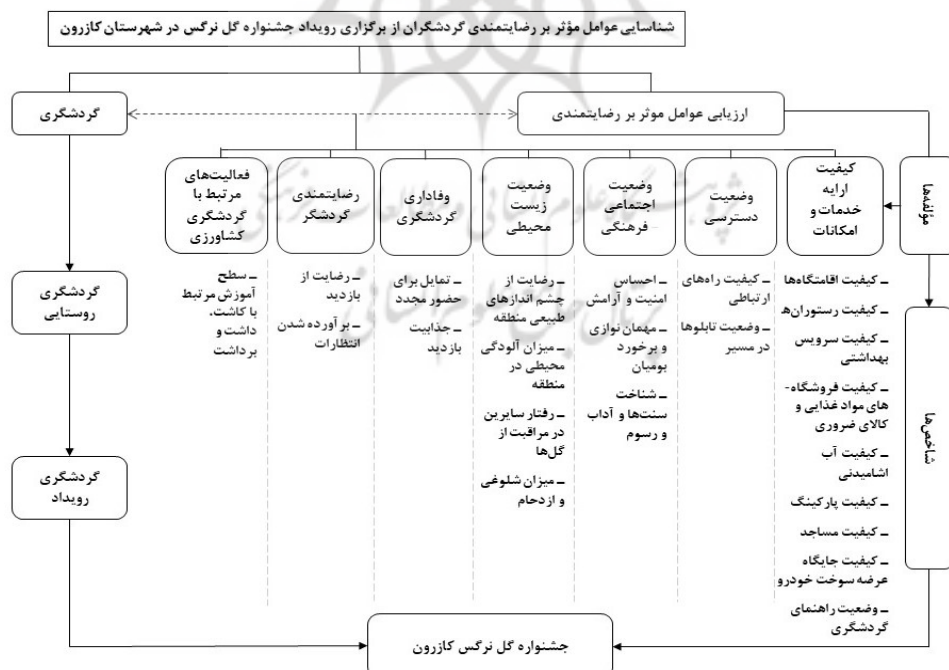
امنیت، فعالیت‌های داوطلبانه بوده است و بیشتر بازدیدکنندگان نیز، ارائه محصولات و خدمات باکیفیت و با قیمت مناسب را عامل مهمی در رضایت خود دانسته‌اند.

با بررسی پژوهش‌های صورت گرفته می‌توان اهمیت بیش از پیش توجه به این نوع گردشگری در عرصه جهانی را دریافت. گردشگری رویداد، با توجه به برخورداری کمتر نواحی روستایی، رویکرد مناسبی برای توسعه و جذب جمعیت به این نواحی قلمداد می‌شود.

این پژوهش از جهت تمرکز بر یک منطقه خاص که پیش از این بررسی نشده و همچنین فراگیری چندجانبه مؤلفه‌ها اعم از تأسیسات و تجهیزات، اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی، وفاداری و شاخص‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی دارای نوآوری است و به درک بهتری از عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران می‌پردازد. پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، ۷ مؤلفه و ۲۴ شاخص استخراج شده و در جدول ۱ با ذکر منبع مشخص شده است. بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده، مدل مفهومی پژوهش نیز تبیین شده است (شکل ۱).

دانی^۱ (۲۰۲۰) در بررسی جشنواره‌های روستایی هند به این نتیجه دست یافته است که رویدادهای محلی در شکل‌گیری تصویر مناطق روستایی تأثیرات بسزایی دارند. برگزاری جشن‌های سنتی برای هر مکانی بسیار مهم است؛ زیرا نه تنها گردشگران را جذب می‌کند، بلکه به اشتغال افراد محلی و حفظ سنت و فرهنگ محلی برای نسل آینده کمک می‌کند. این مقاله رضایتمندی گردشگران را به وسیله شاخص‌هایی همچون زیرساخت‌های حمل و نقل، پارکینگ، رفتار بومیان، بهداشت محیط، وضعیت اقامتگاه‌ها، هزینه‌ها، کیفیت غذا و سرویس رستوران‌ها، ایمنی و امنیت، ارتباط بومیان، و سرویس‌های بهداشتی بررسی می‌کند.

فایتوپولو^۲ و همکاران (۲۰۲۱) دو جامعه گردشگران و بومیان را هم‌زمان بررسی کرده‌اند. در مقاله آنان عنوان می‌شود که برگزاری رویداد می‌تواند مناطق را به عنوان مقاصد باارزش برای سرمایه‌گذاری معرفی و به توسعه محلی کمک کند. شاخص‌های بررسی شده در رضایتمندی گردشگران در این مقاله به صورت جزئی عنوان شده که در دسته‌بندی کلی‌تر شامل متغیرهای محیط‌زیستی، اقتصادی، امکانات و زیرساخت‌ها،



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

1. Dani

2. Fytoupolou



روش پژوهش

پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی تحلیلی از نوع مطالعه موردی است. جمع آوری اطلاعات با دو روش کتابخانه‌ای و میدانی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. جامعه آماری عبارت است از گردشگرانی که در فصل باز شدن گل‌های نرگس در بازه زمانی ۱۵ دی‌ماه تا ۱۵ بهمن‌ماه از این محدوده بازدید کرده‌اند. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۱۵۳ نفر است، که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها در جدول ۲ ذکر شده است. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، زنان بیشتر از مردان به جشنواره جذب شده‌اند و حدود ۵۰ درصد گردشگران جوانان پانزده تا سی‌ساله هستند. ۶۳ درصد گردشگران تحصیلات دانشگاهی دارند. روایی پرسش‌نامه توسط متخصصان حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی منطقه‌ای تأیید شده است. پایایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۰۲ به دست آمده که بیانگر ضریب پایایی بالای آن است. عوامل مؤثر بر روش تحلیل عاملی

اکتشافی در نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس شناسایی شده است. روش تحلیل عاملی روشی آماری برای خوشه‌بندی شاخص‌های متعدد بر اساس شباهت‌های ضمنی به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌های گردآوری شده است. هدف این روش ساده کردن تعداد زیادی از متغیرها به چند عامل اصلی ساده‌تر و اولویت‌بندی آن‌ها است. روش تحلیل عاملی به دو دسته تحلیل عاملی اکتشافی^۱ و تحلیل عاملی تأییدی^۲ تقسیم می‌شود. از آنجاکه پژوهشگران ساختاری از پیش تعیین‌شده از عوامل نداشتند که بخواهند آن را بررسی و تأیید کنند (روش تحلیل عاملی تأییدی) و به دنبال شناسایی روابط موجود بین متغیرها و اولویت‌بندی آن‌ها بودند، از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده کردند. بررسی نرمال بودن داده‌های پرسش‌نامه‌ها با استفاده از ضریب چولگی برای هر پرسش محاسبه شده و قرارگیری همه پرسش‌ها در بازه ۲+ تا ۲- بیانگر توزیع نرمال داده‌های پژوهش است.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری
(بر اساس مطالعات نویسندگان، ۱۴۰۳)

مؤلفه‌ها	فراوانی	درصد	مؤلفه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۸۶	۵۶/۲	مجرد	۷۴
	مرد	۶۷	۴۳/۸		۴۹
سن	کمتر از ۱۵ سال	۶	۴/۴	وضعیت تأهل	متاهل
	۱۵ تا ۳۰	۶۷	۴۹/۳		
	۳۰ تا ۴۵	۴۳	۳۱/۶		
	۴۵ تا ۶۰	۱۷	۱۲/۵		
	بیشتر از ۶۰	۳	۲/۲		
تحصیلات	ابتدایی	۶	۳/۹	شغل	دانش‌آموز
	متوسطه	۱۳	۸/۵		دانشجو
	دیپلم	۳۸	۲۴/۸		خانه‌دار
	کاردانی	۱۷	۱۱/۱		کارمند
	کارشناسی	۵۴	۳۵/۳		بازنشسته
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۲۵	۱۶/۳		مشاغل دیگر
					بیکار
					۴/۷
					۷
					۲۱
					۲۶
					۱۴
					۱۲
					۸

1. Exploratory Factor Analysis (EFA)
2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)



بازدید فصلی بودن رویداد و محدود بودن زمان ممکن برای بازدید است. طول سفر بیشتر بازدیدکنندگان کمتر از یک روز است که این خود حاکی از ضعف در دسترسی به امکانات اقامتی است. سفر بیش از نیمی از بازدیدکنندگان با خودرو شخصی و دوستانه و خانوادگی انجام شده است، که این آمار ضرورت تسهیل حضور تاکسی‌های رسمی و حمل‌ونقل عمومی را نشان می‌دهد. اصلی‌ترین انگیزه از بازدید این رویداد گریز از یکنواختی و فشارهای زندگی و آشنایی با مکان‌های جدید است. حضور هرچه بیشتر گردشگران قطعاً محدوده و جامعه بومی را از نظر اقتصادی توانمندتر می‌سازد.

همان‌طور که در تحلیل کلی رفتار گردشگران (نمونه آماری) در جدول ۳ مشاهده می‌شود، از بررسی آمار اهداف گردشگران برای بازدید از نرگس‌زارها می‌توان به ظرفیت فراوان محدوده بررسی شده در جذب گردشگر پی برد. ۵۵ درصد بازدیدکنندگان به‌وسیله دوستان و آشنایانشان از این رویداد و ظرفیت طبیعی محدوده آگاه شده و از آن بازدید کرده‌اند. رسانه‌ها در زمینه آگاهی و آشنایی گردشگران با این محدوده ضعیف عمل کرده‌اند؛ ازاین‌رو، مشارکت بیشتر رسانه‌های اطلاعات جمعی در آگاه‌سازی افراد میزان جذب گردشگر را افزایش چشمگیری می‌دهد. ۵۸/۹ درصد افراد نخستین بار است که از این محدوده بازدید کرده‌اند. یکی از عمده‌ترین دلایل تکرار نشدن

جدول ۳: تحلیل کلی رفتار نمونه آماری
(بر اساس مطالعات نویسندگان، ۱۴۰۳)

مؤلفه‌ها		درصد	مؤلفه‌ها	
دوستان و آشنایان	۵۴/۹	محل اقامت	هتل	۳/۹
اخبار	۵/۲		مهمان‌پذیر	۰/۷
تبلیغات تورها	۱۱/۷		مراکز اقامتی دولتی	۱۶/۳
شبکه استانی فارس	۱/۳		خانه اقوام و دوستان	۱۷/۶
فضای مجازی	۹/۸		سایر	۱۴/۴
وبگاه‌های گردشگری	۱/۳		پاسخ داده نشده	۴۷/۱
سایر	۱۵/۶	ترکیب هم‌سفران	خانواده	۴۱/۲
بار اول	۵۸/۶		دوستان و همکاران	۴۵/۱
دوباره	۴۱/۴		انفرادی	۲
بازدید از نرگس‌زارهای کازرون	۴۹		تور گردشگری	۱۱/۸
دیدار با بستگان و آشنایان	۱/۲	نوع خرید	خرید از نرگس‌زار	۸۵
گذران اوقات فراغت	۱۷/۶		خرید از مغازه‌های روستاهای اطراف	۶۵
خرید	۱/۳	نوع وسیله نقلیه	اتوبوس	۱۴/۴
بازدید از جاذبه‌های دیگر شهرستان	۱۴/۴		تاکسی و خودرو شخصی	۵۵/۶
سایر	۱۰/۵		مینی‌بوس (ون)	۳۰/۱
کمتر از یک روز	۵۴/۷		دوچرخه	۰
یک تا دو روز	۱۴/۹		موتورسیکلت	۰
بیشتر از دو روز	۳۰/۴			



جدول ۳: تحلیل کلی رفتار نمونه آماری
(بر اساس مطالعات نویسندگان، ۱۴۰۳)

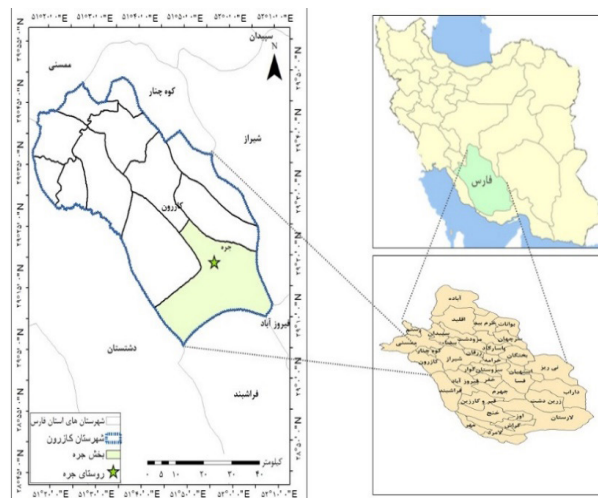
درصد	مؤلفه‌ها	درصد	مؤلفه‌ها
۶۸	بهره‌مندی از هوای پاکیزه	انگیزه‌های بازدید ^۱	
۸۶	ارتباط با طبیعت		
۷۱/۸	استراحت و آرامش روانی		
۶۹/۱	استشمام بوی گل در محل رویش		
۶۵/۸	لحظات خوش با دوستان و خانواده		
۶۷/۸	گریز از یکنواختی و فشارهای زندگی		
۴۸/۳	آشنایی و کشف جاهای جدید		
۲۲/۲	آشنایی با سبک زندگی روستاییان		
۳۴/۷	آشنایی با چگونگی رویش گل نرگس		
۲۳/۱	زنده کردن یاد و خاطرات		

محدوده پژوهش

را به سوی خود می‌کشاند. اوج زیبایی نرگس‌زارها و محدود بودن بازه زمانی رویش و برداشت آن بستر مناسبی را برای گردشگری رویداد فراهم آورده است. گل نرگس یکی از باارزش‌ترین و زیباترین گونه‌های گیاهی است که علاوه بر تأثیر مثبت در روان و شادابی انسان، در بخش‌های دارویی و صنعتی و فضای سبز نیز، چه در تولیدات داخلی و چه در صادرات، حائز اهمیت است. عصاره گونه‌های گل نرگس در صنعت عطرسازی از ارزش بسیار زیادی برخوردار است و در تولید مرغوب‌ترین عطرها به کار می‌رود. همچنین، سازگاری با شرایط اقلیمی، مقاوم بودن در برابر کم‌آبی با توجه به خشک‌سالی‌های اخیر، پرورش در فضای باز، گل‌دهی در فصل خزان بیشتر گل‌ها و گیاهان، زیبایی و ماندگاری پس از برداشت، لطافت، و عطر و بوی مطلوب از مهم‌ترین ویژگی‌های ارزشمند گل نرگس است. بومیان نیز در طول این مدت شرایط حضور گردشگران را تسهیل می‌کنند؛ بنابراین، تمرکز بر نرگس‌زارهای این محدوده فرصتی برای توسعه روستایی فراهم می‌کند (Sadeghian et al., 2018).

کازرون یکی از شهرستان‌های استان فارس است که از مزیت اقتصادی شایان توجهی در بخش کشاورزی برخوردار است. همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، شهرستان کازرون از شرق به شهرستان شیراز، از شمال به شهرستان کوه‌چنار، از غرب و جنوب به استان بوشهر و از جنوب غربی به شهرستان فراشبند محدود می‌شود. طبق آخرین تقسیمات کشوری، این شهرستان دارای چهار بخش است. جره و بالاده یکی از بخش‌های این شهرستان است. بخش جره و بالاده با مساحت ۱۵۶۷ کیلومتر مربع، شامل دهستان‌های جره به مساحت ۷۰۰ کیلومتر مربع، دادین به مساحت ۵۵۷ کیلومتر مربع و فامور به مساحت ۳۱۰ کیلومتر مربع، بزرگ‌ترین بخش شهرستان کازرون و دومین بخش بزرگ استان فارس به شمار می‌آید (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). نرگس‌زار جره از قدیمی‌ترین، زیباترین و کم‌نظیرترین رویشگاه‌های طبیعی گل نرگس در ایران است که در زمان گل‌دهی و برداشت زیبایی صدچندانی پیدا می‌کند و هرساله گردشگران زیادی

۱. در این پرسش، برای تبیین بهتر انگیزه گردشگری، پاسخ دهندگان امکان انتخاب چند گزینه را داشته‌اند.



شکل ۲: موقعیت روستای جره در شهرستان کازرون
(بر اساس مطالعات نویسنده‌گان، ۱۴۰۳)

یافته‌های پژوهش آمار توصیفی پرسش‌نامه

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، پرسش‌ها در طیف لیکرت تهیه شده و کاملاً مرتبط با مبانی نظری و مدل مفهومی مستخرج از آن است. در راستای برآورد نگرشی جامع به پرسش‌نامه و پاسخ‌های نمونه آماری پژوهش، میزان فراوانی و درصد پاسخ‌گویی به هر گزینه به تفکیک مؤلفه مورد نظر پژوهش در ادامه بیان شده است. متغیرهای پژوهش از نوع رتبه‌ای است و برای سنجش نرمال بودن داده‌ها از ضریب چولگی و کشیدگی استفاده شده است. با توجه به قرار گرفتن این ضرایب در بازه $+2$ تا -2 ، داده‌ها نرمال و حائز شرایط اجرای تحلیل عاملی است.

جدول ۴: آمار توصیفی پرسش‌نامه‌ها
(بر اساس مطالعات نویسنده‌گان، ۱۴۰۳)

مؤلفه	خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	خیلی ضعیف
درصد تجمعی شاخص‌های هر مؤلفه در طیف لیکرت ^۲					
کیفیت ارائه خدمات و امکانات	۴۲/۱	۱۱۸/۵	۲۳۸	۲۲۹/۱	۲۷۲
وضعیت دسترسی	۱۹/۶	۷۵/۸	۶۶/۶	۲۵/۵	۱۲/۴
وضعیت اجتماعی - فرهنگی	۴۷/۷	۹۸	۹۲/۸	۳۷/۹	۲۳/۵
وضعیت زیست محیطی	۴۳/۷	۱۴۷/۸	۱۵۴/۹	۳۹/۱	۱۴/۴
وفاداری گردشگر	۲۹/۴	۹۴/۵	۶۰/۸	۱۳/۱	۲۰/۳
رضایتمندی	۲۰/۳	۶۱/۴	۸۷/۶	۲۱/۵	۹/۲
فعالیت‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی	۸/۵	۲۴/۸	۳۰/۷	۱۷	۱۹

مجموعه داده‌ها برای تحلیل از طریق آزمون KMO^1 ارزیابی شد. مقدار KMO برابر با $0/۸۷۶$ بوده است که مطلوبیت آن را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، نتایج آزمون تحلیل عاملی نشان می‌دهد که عامل

شناسایی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران

با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی، شاخص‌های پرسش‌نامه مرتبط با رضایتمندی گردشگران از رنگس‌زارهای کازرون شناسایی و مؤلفه‌بندی شد. پیش از اجرای دستور تحلیل عاملی، مناسب بودن

1. Kaiser-Mayer-Olkin



مهمان‌نوازی با ۱۱/۳۷۹ درصد واریانس است. این عامل در گروه الزامات اساسی قابل طبقه‌بندی است. عامل سوم کیفیت دسترسی با ۴/۰۹۷ درصد واریانس است که شامل وضعیت جاده‌ها و تابلوها در مسیر است. عامل چهارم مربوط به تعامل و ارتباط گردشگر با مکان بازدید با ۳/۱۶۸ درصد واریانس است که شاخص‌های آن شامل پیوستن به فعالیت‌های کشاورزی و شناخت سنت‌های منطقه است.

کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها الزام عملکردی است؛ بدین معنی که گردشگر انتظار دریافت این خدمت را از محیط میزبان دارد. بنابراین، به‌علت اهمیت این عامل، وجود آن رضایت چشمگیری در بازدیدکنندگان به دنبال دارد، درحالی‌که فقدان آن نارضایتی به همراه دارد. این عامل، با ۳۴/۹۰۵ درصد واریانس، بیشترین و مهم‌ترین نقش را در میزان رضایت گردشگران واردشده به نرگس‌زارهای کازرون ایفا می‌نماید. دومین عامل مهم در رضایت گردشگران کیفیت امنیت و فرهنگ

جدول ۵: اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران
(بر اساس مطالعات نویسندگان، ۱۴۰۳)

عامل‌ها	شاخص‌های اولیه	بار عاملی
عامل اول: کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها (۳۴/۹۰۵)	خورا بارفروشی	۰/۸۵۱
	رستوران و فست‌فود	۰/۸۴۹
	مسجد و نمازخانه	۰/۸۴۱
	اقامتگاه‌ها	۰/۷۹۶
	سرویس‌های بهداشتی	۰/۷۳۸
	راهنمای گردشگر	۰/۷۳۰
	آب آشامیدنی	۰/۷۱۸
عامل دوم: کیفیت‌های اجتماعی - فرهنگی (۱۱/۳۷۹)	جایگاه‌های عرضه سوخت خودرو	۰/۶۹۳
	پارکینگ	۰/۵۶۳
	امنیت و آرامش	۰/۸۸۵
عامل سوم: کیفیت دسترسی (۴/۰۹۷)	مهمان‌نوازی و برخورد بومیان	۰/۶۸۵
	وضعیت تابلوها	۰/۷۵۷
	وضعیت جاده‌ها	۰/۵۷۵
عامل چهارم: تعامل و ارتباط گردشگران با مکان (۳/۱۶۸)	پیوستن به فعالیت‌های کشاورزی	۰/۶۹۷
	شناخت سنت‌ها	۰/۴۲۲

با مقدار ویژه ۳۴/۹۰۵، مهم‌ترین نقش را در میزان رضایت گردشگران دارد و شاخص الزام عملکردی در نرگس‌زار جره معرفی شده است. ازاین‌رو، برگزارکنندگان این رویداد باید ارائه امکانات در محل برگزاری جشنواره را با توجه به خواست و نیاز بازدیدکنندگان ارتقا دهند و شرایط آسایش روانی و جسمی آنان را فراهم آورند. از موارد مهم مطرح‌شده توسط گردشگران نیاز به فروشگاه‌ها و غرفه‌های تهیه نیازها و اقلام اساسی، ایجاد رستوران، نمازخانه، اقامتگاه‌ها و سرویس‌های بهداشتی مناسب، جایگاه عرضه سوخت و پارکینگ با ظرفیت زیاد است. وجود امکانات مناسب گردشگران از شرایط اولیه رضایتمندی و حضور بیشتر و متناوب آنان در هر مکان تلقی می‌شود و این نکته باید

بحث و نتیجه‌گیری

در ایران، با وجود درک اهمیت توسعه گردشگری در چارچوب سیاست‌های کلی نظام و بیان نقش بسزای ملی و بین‌المللی آن در توسعه مقاصد روستایی، گردشگری و به‌ویژه گردشگری رویداد در مناطق روستایی با حمایت‌های کم دولت و سازمان‌های متولی مواجه است. به‌منظور برنامه‌ریزی و بهره‌مندی هرچه بیشتر از گردشگری رویداد، ضروری است میزان رضایت گردشگران از جشنواره‌های برگزارشده در کشور و عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد. یافته‌های این پژوهش درخصوص یک نمونه موردی در این زمینه نشان می‌دهد نخستین عامل، که بر مبنای معیارهای سازنده آن "کیفیت خدمات و زیرساخت" نام گرفته است،



مورد توجه برنامه‌ریزان رویداد و مسئولان فرهنگی و گردشگری منطقه و شورای روستا قرار گیرد. عامل دوم "کیفیت‌های اجتماعی و فرهنگی"، با مقدار ویژه ۱۱/۲۷۹، شامل معیارهایی همچون امنیت و آرامش منطقه و مهمان‌نوازی و برخورد بومیان است. این عوامل در گروه الزامات اساسی در منطقه برگزاری رویداد قرار دارند. در نتایج تحلیلی پرسش‌نامه‌ها، میزان رضایت از مهمان‌نوازی و برخورد بومیان از میانگین بالاتر بوده که از نقاط قوت محدوده قلمداد می‌شود و مشارکت بالای مردم منطقه در ایجاد احساس رضایتمندی گردشگران را نشان می‌دهد. درواقع، در رویدادهای محلی و روستایی، مردم جشنواره را محلی برای گذران اوقات فراغت خود با خانواده و دوستان و آشنا شدن با دیگران می‌دانند. عامل سوم، "کیفیت دسترسی"، با مقدار ویژه ۴/۰۹۷، شامل معیارهایی همچون وضعیت جاده‌ها و وضعیت تابلوها در پرسش‌نامه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. به‌طور کلی، کیفیت راه‌های دسترسی خوب و متوسط است و باید ایمنی مسیرها با توجه به اینکه از روستاهای کوچک و زمین‌های کشاورزی می‌گذرد افزایش یابد. توجه به این مهم می‌تواند مقصد را برای گردشگران مکانی راحت و عاملی برای گریز از زندگی روزمره و استرس‌ها معرفی کند. عامل چهارم، "تعامل و ارتباط گردشگران با مکان"، با مقدار ویژه ۳/۱۶۸، آخرین عامل رضایتمندی در این رویداد معرفی شده است. شاخص‌هایی همچون پیوستن به فعالیت‌های کشاورزی و شناخت سنت‌ها در این بخش به معنای ترکیب گردشگری رویداد با گردشگری کشاورزی و اکوتوریسم است، که شامل تجربه حضور در فضای آرام نرگس‌زار، مشارکت در رویداد و مصاحبت با مردم محلی منطقه است. برنامه‌ریزی‌های خلاقانه در اجرای رویداد به افزایش رضایت گردشگران و به دنبال آن توسعه جوامع روستایی کمک می‌کند.

این پژوهش با پژوهش‌های خادمی و همکاران (۲۰۲۳) همسو بوده و عواملی ازجمله مهمان‌نوازی و تعاملات اجتماعی را از عوامل مؤثر در جذب گردشگر و رضایتمندی او دانسته و شاخص‌های پژوهش خادمی و همکاران را تأیید می‌کند. همچنین، در تأیید پژوهش ریچارد (۲۰۱۷)، عواملی ازجمله امنیت و آرامش، بهره‌مندی از قابلیت‌های بومی و طبیعی منطقه و پیوستن به فعالیت‌های کشاورزی برای ایجاد گردشگری کشاورزی نیز در این پژوهش به‌عنوان عوامل مؤثر در رضایت گردشگر شناسایی شده است. تیشیرا و همکاران (۲۰۱۹) گردشگری رویداد را امری برای ایجاد رقابت در جوامع محلی بیان کرده و به زمانمند بودن این نوع گردشگری بیش از سایر عوامل متمرکز بوده‌اند، که با توجه به جمع‌آوری اطلاعات

این پژوهش در بازه زمانی محدود و مختص به رویداد موردبررسی، پژوهشگران به این عامل نیز توجه کرده‌اند و این دو پژوهش با یکدیگر همسو هستند. دانی (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود، که به لحاظ نوع رویداد (رویداد گل) با این پژوهش مشابهت دارد، عواملی ازجمله کیفیت زیرساخت‌ها و امکانات، ایجاد رستوران‌ها و زیرساخت‌های دسترسی‌پذیری مناسب را عوامل اساسی شناسایی کرده است. اگرچه همین عوامل در این پژوهش نیز در زمره عوامل کلیدی قرار دارند، اما با توجه به تفاوت در محدوده مورد مطالعه، میزان عاملیت و تأثیر عوامل با پژوهش دانی (۲۰۲۰) متفاوت است. شاخص‌های این پژوهش، با تمرکز بر گردشگری رویداد در یک بستر روستایی، در سایر مناطق مشابه نیز قابل سنجش و بررسی است و تنها با توجه به تفاوت در نمونه آماری و اهداف گردشگران ممکن است در تحلیل نهایی تقدم و تأخر عوامل مؤثر متفاوت باشد. از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به همکاری نکردن سازمان‌های متولی شهرستان در جمع‌آوری و ارائه اطلاعات آماری مربوط به رویداد جشنواره گل نرگس اشاره کرد. در صورت دسترسی به این اطلاعات، پژوهشگران قادر به بررسی عمیق‌تر و همه‌جانبه‌تر خواهند بود. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در مطالعات آینده نخست به تدقیق روابط علی بین عوامل مؤثر شناسایی شده در این پژوهش با رضایت گردشگران پردازند و دوم، رضایت جامعه محلی از برگزاری این رویداد را بررسی کنند. با توجه به یافته‌های پژوهش، برای ارتقای رضایتمندی گردشگران از رویداد جشنواره گل نرگس موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. بازسازی و مرمت خانه‌های روستایی و تغییر کاربری آن‌ها برای ایجاد امکانات اقامتی با الهام از بافت منطقه و نوع رویداد و با همراهی و مدیریت مردم محلی و در سازگاری با محیط‌زیست منطقه نرگس‌زار.

۲. آگاه‌سازی بومیان از اهمیت این‌گونه رویدادها در بهبود وضعیت معیشتی و کالبدی محیط زندگی شان مشوقی برای بسیاری از فعالیت‌های داوطلبانه آن‌ها و جذب گردشگران بیشتر و نهایتاً رونق اقتصادی این محدوده خواهد بود.

۳. توجه مدیران و برنامه‌ریزان حوزه گردشگری و توسعه روستایی به اولویت عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران که در این پژوهش ارائه شده است توسعه اقتصادی را تسهیل خواهد کرد.

۴. آگاه‌سازی بیش‌ازپیش سازمان‌های متولی از اهمیت فراوان این نوع گردشگری و تمرکز بیشتر بر آن می‌تواند نیروی محرکه‌ای برای توسعه اقتصادی در عرصه ملی و بین‌المللی باشد.



جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۸۰(۲)،
۷۷-۴۹. <https://sid.ir/paper/516827/fa>

شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه، و شیخزاده،
فاطمه (۱۳۹۷). بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزه
گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری
و اثر آن بر وفاداری گردشگران (نمونه موردی:
جشنواره گل و گلاب قمصر و نیاسر). گردشگری
و توسعه، ۱۷(۱)، ۱۳۵-۱۳۵. <https://sid.ir/135-155>
[paper/227715/fa](https://sid.ir/paper/227715/fa)

صادقیان، سارا، حاتمی، احمد، و آل حسین، سیداصغر
(۱۳۹۷). نگاهی به نرگس زار طبیعی جره در استان
فارس. طبیعت ایران، ۵(۳)، ۸۰-۸۸. <https://doi.org/10.22092/irn.2018.117770>

فرشاد، لقمان، ساریخانی، عادل، و بهادری، بهناز
(۱۳۹۹). نقش جشنواره انار در توسعه پایدار
گردشگری جوامع محلی در نواحی مرزی مورد
مطالعه: (روستاهای منطقه اورامانات شهرستان
پاوه). جغرافیا و روابط انسانی، ۱۳(۱)، ۴۲۲-۴۴۱.
<https://doi.org/20.1001.1.26453851.1399.3.1.23.8>

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). سالنامه آماری استان فارس.
<https://www.amar.org.ir>

نرگسی، شهین، بابکی، روح الله، و عفتی، مهناز
(۱۳۹۷). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد
اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۶۸-۱۳۹۵).
اقتصاد مالی، ۲(۴۴)، ۴۱-۶۸. https://ecj.ctb.iau.ir/article_663791.html

- یزدانی، علی، کیانی سلمی، صدیقه، و بسحاق،
محمدرضا (۱۳۹۷). سنجش نقش جاذبه‌های
طبیعت گردشگری در توسعه گردشگری باغ
بهادران و تحلیل شاخص‌های مؤثر در آن. نشریه
جغرافیا و توسعه، ۱۶(۵۳)، ۱۹۵-۲۱۸. [10.22111/GDIJ.2018.4217](https://doi.org/10.22111/GDIJ.2018.4217)

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست
منابع آمده است:

اکبری، مجید، طالشی، مرضیه و طالشی انبوهی،
محمد (۱۴۰۳). گردشگری رویداد محور: محرکی
مؤثر بر جذب گردشگران به جشنواره‌های محلی
(مورد مطالعه: جشنواره انار چینی روستای انبوه
شهرستان رودبار)، ساماندهی اقتصاد فضا، ۲(۴)،
۲۰-۱. <https://sanad.iau.ir/Journal/jose/Article/846359>

امینی کاشانی، امین و علی الحسینی، مهران (۱۴۰۰).
برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی مبتنی
بر اکوتوریسم پایدار مورد پژوهی ناحیه کجور
در استان مازندران، گردشگری و توسعه، ۱۰
(۴)، ۸۹-۱۱۱. <https://doi.org/10.22034/111-89>
JTD.2021.263523.2217

بُد، مهدیه و درمان، فائزه (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی
گردشگری رویداد در ایران. گردشگری فرهنگ،
۴(۱۳)، ۷۳-۶۲. <https://doi.org/10.22034/toc.2023.389524>

پاپلی یزدی، محمدحسین، و سقایی، مهدی (۱۳۹۳).
گردشگری (ماهیت و مفاهیم). اصفهان: انتشارات
سمت.

خادمی، نیما، عباسی، عباس و عسکری فر، کاظم
(۱۴۰۲). عوامل جذب گردشگران رویداد به
جشنواره‌های محلی (مورد مطالعه: جشنواره
گل و گلاب میمند فارس). مطالعات مدیریت
گردشگری، ۱۸(۶۳)، ۴۱-۷۲. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.74805.2853>

ربیعی، حسین، و فیروزی، معصومه (۱۳۹۷). ارزیابی
استراتژی بهینه توسعه گردشگری در مناطق
روستایی با استفاده از مدل SWOT با تأکید
بر روستای لایزنگان. آمایش سیاسی فضا، ۱۸(۱)،
۵۹-۶۷. <http://psp.modares.ac.ir/article-59-6742-26911-fa.html>

Amini Kashani, A., & Alalhesabi, M. (2021).
Rural tourism development planning based
on sustainable ecotourism Case study
of Kojoor area in Mazandaran province.
Journal of Tourism and Development,

سیر، رضا، احمدیان، محمدعلی، جعفری، حمید،
و علیزاده، کتابون (۱۳۹۷). نقش گردشگری در
درآمدزایی مناطق روستایی با ارائه یک مدل
راهبردی در توسعه گردشگری روستاها (مطالعه
موردی شهرستان فیروزکوه). نگرش‌های نو در

172. <https://doi.org/10.26493/2335-4194.12.161-172>
- Ernawati, N. M., Raden, A. T., Arjana, I. W. B., Puspita, N. P. L. A., & Negru, R. (2022). Niche market of event for village tourism. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 6(2), 120-126. DOI:10.31940/ijaste.v6i2.120-126
- Farshad, L., Sarikhani, A., & Bahadori, B. (2020). The role of pomegranate festival in the sustainable development of tourism in local communities in border areas. case study: (Villages of Oramanat region of Paveh city). *Geography and Human Relationships*, 3(1), 422-441. <https://doi.org/20.1001.1.26453851.1399.3.1.23.8> [In Persian]
- Fyttopoulou, E., Tampakis, S., Galatsidas, S., & Karasmanaki, E. (2021). The role of events in local development: An analysis of residents' perspectives and visitor satisfaction. *Journal of Rural Studies*, 82, 54-63. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.018>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Hassan, T. H., Salem, A. E., & Abdelmoaty, M. A. (2022). Impact of rural tourism development on residents' satisfaction with the local environment, socio-economy and quality of life in Al-Ahsa Region, Saudi Arabia. *International journal of environmental research and public health*, 19(7), 4410. <https://doi.org/10.3390/ijerph19074410>
- 10(4), 89-111. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.263523.2217> [In Persian]
- Albayrak, T., & Caber, M. (2018). Examining the relationship between tourist motivation and satisfaction by two competing methods. *Tourism Management*, 69, 201-213. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.015>
- Afifi, G. M., Jones, E., & Morgan, N. (2016). Modelling welsh cultural events. *Tourism Management Perspectives*, 19, 80-89. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.04.006>
- Akbari, M., Taleshi, M., & Taleshi Anboohi, M. (2024). Event-oriented tourism: an effective stimulus to attract tourists to local festivals (Case of study: Anarchini festival of the dense village of Rudbar city. *Journal of Organization of space economy*, 2(4), 1-20. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/jose/Article/846359> [In Persian]
- Bod, M & ,Darman ,F .(2023) .The Impacts of Event Tourism in Iran .*Tourism of Culture*, 13(4), 62-73. <https://doi.org/10.22034/toc.2023.389524.1113> [In Persian]
- De Souza Bispo, M. (2016). Tourism as practice. *Annals of Tourism Research*, 61, 170-179. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.009>
- Dani, R., (2020). Impact of Rural Festivals on Tourist Satisfaction with Special Reference to Kumaon. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)*, 8, 237-375. <https://www.ijaresm.com/impact-of-rural-festivals-on-tourist-satisfaction-with-special-reference-to-kumaon>
- Drpić, D., Rudan, E. (2019). Events competitiveness in heritage tourism in rural Croatia. *Academia touristika*, 12, 161-



- studies*. London: Sage, 483– 503. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4913746#page=504>
- Rabiee H., & Firoozi M. (2018). Assessment of Optimal Tourism Development Strategy in Rural Areas by SWOT Model with Emphasis on Lyzangan Village. *Journal of Political Use of Space*, 1(1), 59–67. <http://psp.modares.ac.ir/article-42-26911-fa.html> [In Persian]
- Richards, G. (2017). Eventful cities: Strategies for event-based urban development. J. Hannigan, & G. Richards, *The SAGE Handbook of New Urban Studies*, 43–60. <https://doi.org/10.4324/9780080940960>
- Sugiyama, A. G., Oktavia, H. C., & Karlina, M. (2022). The effect of tourism infrastructure asset quality on tourist satisfaction: a case on forest tourism in Tasikmalaya Regency. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 6(1), 65–71. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v6i1.65-71>
- Sadeghian, S., Hatami, A., & Ale Hosein, S. A. (2018). The natural community of Narcissus tazetta in Jereh, Fars Province. *Iran Nature*, 3(5), 80–88. <https://doi.org/10.22092/irn.2018.117770> [In Persian]
- Schofield, P., Thompson, K. (2007). Visitor Motivation, Satisfaction and Behavioural Intention: The 2005 Naadam Festival, ulaanbaatar. *international journal of tourism research*, 9, 329–334 doi:10.1002/jtr.638
- Soleimanpour, H. (2007). *Nature Based Tourism—A Draft International Covenant. Section 1: What ARE human rights anyway?*. Iran: Centre for Sustainable Development (CENESTA) <https://core.ac.uk/download/pdf/48027843.pdf#page=338>
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2009). Progress in tourism management: From the geography of tourism to geographies of tourism-A review. *Tourism Management*, 30(1), 3–16. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.05.014>
- Nargesi, Sh., Babaki, R., & Efati, M. (2018). The Relationship Between Tourism Economic Growth and Financial Development in Iran (1989–2015). *Journal of Financial Economics (Financial Economics and Development)*, 12(44), 41–67. <https://sid.ir/paper/229159/en> [In Persian]
- Nghiêm-Phú, B., Kiêu, T. H., & Hoang, T. T. T. (2021, June). Tourists' satisfaction with and intentions toward a nature-themed festival: The contribution of destination attributes, festival events, place attachment and life satisfaction. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 22, No. 3, pp. 221–241). Routledge. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1866138>
- Nugraha, K. S. W., Suryaningsih, I. B., Cahyanti, I. D. (2021). Destination quality, experience involvement And memorable tourism experience: is it relevant for rural tourism?. *Management & Marketing*, 16, 69–85. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0005>
- Khademi, N., Abbasi, A., & Askarifar, K. (2023). The Factors Attracting Event Tourists to Local Festivals (Case Study: Flower and Rosewater Festival, Meymand, Iran). *Tourism Management Studies*, 18(63), 41–72. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.74805.2853> [In Persian]
- Papli Yazdi, M. H., & Seqaie, M. (2013). *Tourism (Nature and Concepts)*. Isfahan: Samt Publications. [In Persian]
- Quinn, B. (2009). *Festivals, events and tourism. The Sage handbook of tourism*

- Impacts. *Sustainability*, 12, 1-5. <https://doi.org/10.3390/su12145712>
- Yazdani, A., Kiani Salmi, S., & Boshagh, M. R. (2018). Assessment of the role of nature tourism attraction on development of the Baghbahadoran tourism and analysis of its effective indicators. *Geography and Development*, 16(53), 195-218. <https://doi.org/10.22111/gdij.2018.4217> [In Persian]
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents well-being. *Annals of tourism research*, 61, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.008>
- Zima, K. (2011). Event Tourism Economical and tourstic impacts on regional economy: A study of Polish regions preparations for UEFA EURO 2012. <https://www.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A444721&dswid=-3232>
- (setontooF)
۱. در این پرسش، برای تبیین بهتر انگیزه گردشگری، پاسخ دهندگان امکان انتخاب چند گزینه را داشته‌اند.
۲. شاخص‌های مربوط به هر مؤلفه در جدول ۲ و شکل ۱ مشاهده می‌شود.
- Sir, R., Ahmadian, M. A., Jafari, H., & Alizadeh, K. (2017). The role of tourism in generating income in rural areas by presenting a strategic model in the development of rural tourism (case study of Firouzkoh city). *New perspectives in human geography (human geography)*, 10(2), 49-77. <https://sid.ir/paper/516827/fa> [In Persian]
- Shaterian, M., Kiani Salmi, S., & Sheikhzadeh, F. (2018). Investigating the Factors Affecting the Incentives of Event Tourists in Choosing Tourism Destinations and its Effect on Tourists' Loyalty (Case Study: Qamsar and Niasar Rose Festival). *Tourism and Development*, 7(1), 135-155. <https://sid.ir/paper/227715/en> [In Persian]
- Statistical Center of Iran (2015). Statistical Yearbook of Fars Province. [In Persian] <https://www.amar.org.ir>
- Teixeira, S., Ferreira, J., Almeida, A., & Parra-Lopez, E. (2019). Tourist events and satisfaction: a product of regional tourism competitiveness. *Tourism Review*, 74(4), 943-977. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2018-0181>
- Wise, N. (2020). Urban and Rural Event Tourism and Sustainability: Exploring Economic, Social and Environmental