Volume ؟؟, Issue ؟؟؟, Spring and summer ؟؟؟

Journal of Tourism Management Studies of the Smart Era

Online ISSN: 3092-6793

Journal Homepage: https://tmsse.vru.ac.ir/

Analyzing the management and development dimensions of event tourism: Rose and Rose Water Festival of Kashan

Sayyed Hojjat Mousavi [1]✉, **Marziye Majd Barzoki** [2]

1- Associate Professor, Department of Geography and Tourism, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran.

2- PhD Candidate of Agricultural Climatology, Guest lecturer at Department of Geography and Tourism, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan Iran.

Article Info

Article type:
Research Paper

Keywords:
Event tourism, Damask Rose Festival, Management dimensions, Tourism development, Kashan County.

Received:
?? Sep 2024

Received in revised form:
?? Nov 2024

Accepted:
?? Dec 2024
pp.? -?

Abstract

Festivals with their manifold economic and social impacts, as a growing segment of event tourism, play a significant role in the sustainable development of local communities. Accordingly, this study employs an applied approach and a survey-analytical methodology to examine the management and development dimensions of the Kashan Rose and Rosewater Festival, one of the most renowned national symbols for the revitalization of indigenous culture. Therefore, after evaluating current situation, strengths and weaknesses of festival were identified, and relationships between variables were analyzed through a researcher-made questionnaire and a survey of festival executives, tourists, exhibitors, and tourism service providers. Factors examined included planning and information, infrastructure and services, tourism programs, socio-cultural interactions, ecology and environment, and satisfaction. Data analysis employed descriptive statistics, one-sample t-test, Cohen's d effect size, and structural equation modeling. Results indicate a positive and significant effect of all components on event tourism success. Based on path coefficients, satisfaction (0.994) was identified as strongest factor and main driver of success. Factors of tourism programs (0.972), ecology and environment (0.951), planning and information (0.933), and socio-cultural interactions (0.8) respectively demonstrated the strongest positive and significant effects. These findings reflect diversity and quality of programs, environmental protection, observance of carrying capacity, and favorable interaction between local community and tourists as cornerstones of attraction and satisfaction. Infrastructure and services (0.653) despite its positive effect, had the lowest factor loading, indicating reliance on minimal infrastructure and status quo. Therefore, in this event, soft factors such as satisfaction, interaction, and planning have been more important than hard factors such as infrastructure. Consequently, through scientific management, an experience-oriented approach, and supporting infrastructure, the Kashan Rose and Rosewater Festival can evolve into a sustainable event-based tourism destination at both national and international levels.

Citation:
Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2097107.1212

The Author(s) ©

1. hmousavi15@kashanu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Among various tourism types, cultural events and festivals hold a significant place in sustainable development by attracting tourists, improving local economic conditions, fostering community solidarity, and preserving natural and cultural attractions. Event tourism, an emerging sector, comprises tourists who travel specifically to participate in events and experience local culture, often rooted in longstanding traditions. Given Kashan's prominent role in rose and rosewater production in Iran, festivals celebrating this heritage have been held annually from May to June in recent years. The inclusion of this festival within event tourism has successfully attracted numerous domestic and international tourists, fostering economic development in host communities. However, to fully realize a festival's benefits, it is essential to identify both its positive and negative aspects within its specific geographical and cultural context. Ensuring the continuous and enhanced holding of this festival requires proper planning, which itself necessitates identifying strengths and weaknesses and formulating strategies for event tourism development. Therefore, given the significance of event tourism with an emphasis on festivals, coupled with the environmental capabilities of the Kashan region in rose production and tourism development, research on the Kashan Flower and Rose Festival is highly necessary and valuable. Such research is crucial for its continuous and desirable organization in line with tourism development, as well as for highlighting the role of agriculture in producing flowers, rose petals, and herbal distillates, thereby creating a platform for the export of its products.

Methodology

Present study is applied in terms of purpose and survey-based and analytical in terms of methodology. The research initially examined the current status of the Flower and Rose Festival, then evaluated its strengths and weaknesses, identified strategies for tourism management of the event, and analyzed the relationships between influential, affected, and mediating variables. The research was conducted in four systematic steps. The first step involved identifying the study area using ArcGIS and Google Earth softwares, and field surveys, focusing on the periodic locations of the festival and the spatial extent of rose farms in the Kashan region. The second step evaluated the festival's holding process and elucidated macro-management goals through reviewing existing documents, studies, and evidence, as well as analyzing data obtained from relevant organizations. The third step identified strengths, weaknesses, and opportunities for event tourism development by determining factors affecting the festival and assessing them through a questionnaire administered to tourists and attendees, subsequently categorizing positive and negative factors by importance. The fourth step, based on quantitative and qualitative analyses of the obtained results, elucidated the important and main factors in holding a successful festival, with emphasis on the Kashan Flower and Rose Festival. The spatial area encompasses the cultural region of Kashan, including the cities of Qamsar, Niasar, and Barzok. In this geographical area, from 2002 to 2024, 13 National Flower and Rose Festivals and several related side events have been held. The research was conducted during 2024 and 2025. Considering the two-day duration of the festival, the statistical population comprised all tourists and visitors present at the event. Using convenience random sampling, 63 individuals were selected as an effective sample and surveyed. The data collection tool was a researcher-made questionnaire, with variables developed based on the festival's existing conditions, comparative studies of similar events, and expert opinions. The questionnaire consists of two main parts. The first part examines respondents' demographic characteristics (6 items) and variables

related to the statistical sample's recognition and participation (6 items). The second part, constituting the main body, includes 24 items grouped into six components: planning and information, infrastructure and services, tourism programs, socio-cultural interactions, ecology and environment, and tourist satisfaction. Items were evaluated using a five-point Likert scale ranging from very low (value 1) to very high (value 5). Statistical methods employed for data analysis included descriptive statistics, one-sample t-test, Cohen's d effect size, and structural equation modelling.

Results

Findings of this study provide comprehensive insights into the factors affecting the success of the Kashan Flower and Rose Festival. The results of the t-test demonstrated that all variables were statistically significant (Sig = 0.000), confirming that the selected variables are suitable and desirable for evaluating the festival. The mean of participants' opinions differed significantly from the test value, although the strength of this difference and the effect sizes varied across variables. Effect size analysis using Cohen's d identified the variables with the strongest positive effects, considered the festival's strengths. The diversity of rosewater workshops exhibited the highest effect size (d=4.957), followed by basic service centers (d=4.182), self-guiding signs and panels (d=4.147), and the quantity and quality of tourism service offices (d=3.905). Additional strengths included side events (d=3.89), willingness to travel again (d=3.89), location information (d=3.642), method of information dissemination (d=3.626), schedule announcement (d=3.508), and number of booths (d=3.324). Variables with medium effect sizes, representing relatively acceptable aspects, included the location of law enforcement and medical institutions (d=2.825), recreational programs (d=2.742), transportation infrastructure (d=2.708), and compliance with carrying capacity (d=2.586). While acceptable, these aspects are less powerful than the top-ranked strengths. In the planning and information index, announcing the number of booths and product quality emerged as a major strength, with 54.6% of respondents choosing "high" and "very high" options, indicating significant satisfaction, transparency, and appropriate supply diversity. The information variables regarding the method of holding and announcing the festival schedule received 56.8% "moderate" responses, evaluated as moderate to good. Within the tourism programs index, the diversity of rosewater workshops proved exceptionally strong, with 68.2% of respondents selecting "high" and "very high" options. Side events such as flower rolling, flower picking, and ritual ceremonies were also well-received, with 50% of responses in the high and very high categories. Infrastructure and services index revealed significant weaknesses. Public service centers received 25% dissatisfaction, while public transportation infrastructure showed 34.1% dissatisfaction. In the recreation index, green spaces and temporary rest areas recorded 29.5% dissatisfaction with only 22.4% high satisfaction. Socio-cultural interactions presented challenges, with 40.9% of respondents rating the limited acceptance by the local community and cultural confrontation as not at the desired level. The environmental index revealed that respecting carrying capacity and controlling tourist density received 34.1% dissatisfaction and only 25% satisfaction, indicating excessive crowding and inappropriate population management. Regarding overall satisfaction, 51.8% of respondents expressed willingness to recommend the festival, and 54.5% indicated willingness to return, reflecting relative satisfaction. Concerning visit costs, 43.2% considered costs moderate, while 43.1% perceived them as high to very high, suggesting pricing may require revision to attract a wider audience. Results of structural equation modeling confirmed a positive and significant effect of all components on the festival's tourism success. Based on path coefficients, satisfaction emerged as the strongest component with a value of 0.994, identified as the main driver of the event's success. The tourism programs index followed with a coefficient of 0.972, demonstrating a positive and very strong effect reflecting program diversity and quality. Ecology and environment index showed a factor loading of 0.951, indicating its strong effect in protecting the environment and observing carrying capacity for sustainability. The planning and information index recorded a factor loading of 0.933, confirming its very strong effect as a cornerstone for attracting and satisfying

tourists. Socio-cultural interactions, with a factor loading of 0.8, demonstrated a strong positive effect, indicating positive interaction between the local community and tourists. Infrastructure and services index, with a coefficient of 0.653, despite having a positive and significant effect, recorded the lowest factor loading, indicating reliance on minimal infrastructure and the status quo. This finding leads to the important conclusion that in this event, soft factors such as satisfaction, interaction, and planning have been more important than hard factors such as infrastructure.

Discussion and Conclusion

Overall, despite identified weaknesses in infrastructure, environmental carrying capacity, cultural differences, and limited family recreational spaces, tourist satisfaction with the Kashan Flower and Rose Festival remains favorable and relatively high. This satisfaction can be attributed to the festival's strong core elements, including rosewater workshops, cultural and side events, the warmth of the host community, the region's inherent attractiveness, favorable climate, and appropriate cost relative to the experience received. The festival has succeeded in content and programming; however, service infrastructure and environmental management require more serious investment and planning. Addressing these weaknesses could elevate it to a sustainable and attractive tourism event at national and international levels. As tourists express desire to repeat the experience, their expectations will likely increase. Therefore, strategic recommendations are essential to transform satisfaction into loyalty. These include maintaining and strengthening existing strengths, increasing rosewater workshops, preserving product authenticity and quality, continuously innovating tourism services, managing host-guest relationships, deepening cultural experiences, respecting environmental carrying capacity, protecting natural resources, expanding recreational spaces and amenities, and systematically collecting feedback for continuous improvement. The Kashan Flower and Rose Festival stand on the threshold of becoming an enduring brand, but this requires scientific and sustainable management. This event represents a remarkable yet fragile success, as its foundational elements such as nature, culture, management, and tourism programs, demand continuous attention. Structural weaknesses in these areas could eliminate competitive advantages in the future. The festival's success is a multidimensional phenomenon depending above all on satisfying experiences, deep human connection, and meticulous planning, while physical infrastructure, though necessary, is not the sole determinant.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

During the preparation of this work, the author(s) used ChatGPT (GPT-5.6) to assist with proofreading, editing, and refining the English language and flow of the text. After using this tool, the author(s) reviewed and edited the content as needed and take full responsibility for the final content of the publication.

Funding

This article is not sponsored

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، بهار و تابستان ؟؟؟

فصلنامه مدیریت گردشگری عصر هوشمند

Online ISSN: 3092-6793

Journal Homepage: https://tmsse.vru.ac.ir/

واکاوی ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری رویداد: جشنواره گل‌وگلاب کاشان

سیدحجت موسوی [۱] ✉، **مرضیه مجد برزکی** [۲]

۱- دانشیار، گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

۲- دانش آموخته دکتری آب و هواشناسی کشاورزی، مدرس مدعو گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
پژوهشی

تاریخ دریافت:
؟؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ بازنگری:
؟؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ پذیرش:
؟؟؟؟/؟؟/؟؟

صص. ؟؟-؟

کلید واژه‌ها:
گردشگری رویداد، جشنواره گل محمدی، ابعاد مدیریتی، توسعه گردشگری، شهرستان کاشان.

چکیده

جشنواره‌ها با پیامدهای اقتصادی و اجتماعی متعدد، به‌عنوان یکی از بخش‌های رو به رشد گردشگری رویداد، نقش مهمی در توسعه پایدار جوامع محلی ایفا می‌کنند. از این رو پژوهش حاضر با هدف کاربردی و روش‌شناسی پیمایشی-تحلیلی، به واکاوی ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی جشنواره گل‌وگلاب کاشان، به‌عنوان یکی از مشهورترین نمادهای ملی در جهت زنده‌سازی فرهنگ بومی، پرداخته است. لذا پس از ارزیابی وضعیت موجود، نقاط قوت و ضعف جشنواره تدوین و روابط بین متغیرها از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته و نظرسنجی از مدیران اجرایی جشنواره، گردشگران، غرفه‌داران و ارائه دهندگان خدمات گردشگری تحلیل شد. مؤلفه‌های بررسی‌شده شامل برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی، زیرساخت و خدمات، برنامه‌های گردشگری، تعاملات اجتماعی-فرهنگی، اکولوژی و محیط‌زیست، و رضایتمندی بودند. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی، آزمون t تک‌نمونه‌ای، اندازه اثر d کوهن و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار تمامی مؤلفه‌ها بر موفقیت گردشگری رویداد است. بر اساس ضرایب مسیر، رضایتمندی با مقدار ۰/۹۹۴ قوی‌ترین مؤلفه و محرک اصلی موفقیت شناسایی شد. شاخص‌های برنامه‌های گردشگری (۰/۹۷۲)، اکولوژی و محیط زیست (۰/۹۵۱)، برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی (۰/۹۳۳) و تعاملات اجتماعی-فرهنگی (۰/۸) به ترتیب دارای بیشترین تأثیر مثبت و معنادار بودند که حاکی از تنوع و کیفیت برنامه‌ها، حفاظت از محیط، رعایت ظرفیت تحمل و تعامل مطلوب جامعه محلی با گردشگران به‌عنوان سنگ بنای جذب و رضایت‌مندی است. شاخص زیرساخت و خدمات با ضریب ۰/۶۵۳ علی‌رغم تأثیر مثبت، کمترین بار عاملی را داشت که بیانگر اکتفا به حداقل زیرساخت‌ها و وضع موجود است. بنابراین در این رویداد، عوامل نرم مانند رضایت، تعامل و برنامه‌ریزی نسبت به عوامل سخت نظیر زیرساخت از اهمیت بیشتری برخوردار بودند. در نتیجه جشنواره گل‌وگلاب کاشان با مدیریت علمی، تجربه‌محوری و زیرساخت پشتیبان، می‌تواند به مقصد گردشگری رویداد پایدار در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل شود.

استناد:
http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2097107.1212

ناشر: دانشگاه ولی‌عصر رفسنجان

© نویسندگان

1. hmousavi15@kashanu.ac.ir

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

مقدمه

گردشگری رویداد، به‌ویژه جشنواره‌های فرهنگی و هنری، به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در جذب گردشگر و دستیابی به توسعه پایدار مقاصد شناخته می‌شود (Shaterian et al, 2018: 135; Khosravi et al, 2020: 144). این رویدادها فراتر از جذب بازدیدکننده، به ارتقای شرایط اقتصادی، افزایش همبستگی اجتماعی در جامعه محلی و تقویت حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی کمک می‌کند (Izady et al, 2025: 1). گردشگری رویداد، گونه‌ای نوین در صنعت توریسم است و بازاری متشکل از گردشگرانی دارد که به‌منظور تماشا، مشارکت یا آشنایی با فرهنگ بومی، به سفر می‌روند. این رویدادها اغلب به‌صورت جشن‌های فرهنگی و بومی با ریشه‌های تاریخی بروز می‌یابند (Getz, 2012: 40). بر اساس آمار، گردشگری رویداد سالانه نزدیک به ۴۰۰ میلیون دلار از تجارت جهانی را به خود اختصاص داده (Saghaei & Khooshebast, 2018: 75) و در دو دهه اخیر به یکی از سریعترین بخش‌های در حال رشد توریسم تبدیل شده است (Skoultsos, 2014: 61; Divandari & Elbeigipour, 2019: 31; Salek Farokhi, 2022: 30). در میان انواع رویدادها، جشنواره‌ها رشد چشمگیرتری داشته‌اند؛ ازاینرو، مدیران مقاصد گردشگری دریافته‌اند که افزودن جاذبه‌های نو، هیجان‌انگیز و منحصربه‌فرد به سبد گردشگری مقصد، می‌تواند شمار بازدیدکنندگان را افزایش داده و خدمات را با خواست گردشگران هماهنگ سازد (Jahanian & Sheikhooni, 2022: 133).

جشنواره‌ها به دلیل توان بالای جذب گردشگر، موجب افزایش بازدید، ایجاد و رونق فرصت‌های تجاری و اشتغال‌زایی در منطقه هدف می‌شوند و بستری ارزشمند برای ارائه فعالیتهای متنوع به گردشگران فراهم می‌آورند. این رویدادها با ایجاد شور و هیجان، روحیه جامعه محلی را تقویت کرده و از سوی دیگر به بهبود امکانات، تسهیلات و اشتغال کمک می‌کند. گردشگران نیز با صرف هزینه برای اقامت، حمل‌ونقل، خرید کالا و خدمات، به رونق اقتصاد محلی دامن می‌زنند. افزون بر این، ترغیب گردشگران به بازدید از سایر جاذبه‌های منطقه در حاشیه جشنواره، مدت اقامت آنان را افزایش داده و زمینه‌ساز توسعه گردشگری در گستره وسیعتری می‌شود. در نهایت، این رویدادها با جلب پوشش رسانه‌ای، به بهبود تصویر مقصد گردشگری یاری می‌رساند (Zamani-Farahani & Fox, 2018: 541). گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره‌های فرهنگی و آیینی، راهبردی مؤثر برای توزیع عادلانه و منظم گردشگری در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون محسوب می‌شود (Nazari et al, 2015: 699). با وجود ظرفیت‌های کم‌نظیر فرهنگی و بومی ایران، این نوع گردشگری به شایستگی است مورد توجه قرار نگرفته است (Bod & Darman, 2023: 62). ایران با تنوع قومی گسترده، دارای ۱۰۶۵ آیین و جشنواره ناملموس محلی و ملی است که از جمله آنها می‌توان به جشنواره گل و گلابگیری اشاره کرد (Salek Farokhi, 2022: 30). برگزاری چنین رویدادهای فرهنگی می‌تواند به بازآفرینی تصویر ایران به‌عنوان مقصدی بین‌المللی یاری رساند و مدیران با تکیه بر این رویدادها در تلاش هستند تا گردشگران خارجی را به بازدیدهای مکرر ترغیب و جایگاه ایران را در بازارهای جهانی تثبیت نمایند (Bardia & Hazel, 2018: 144). یکی از مهمترین رویدادهای دهه اخیر در ایران که بر پایه توان‌های طبیعی و محصولات کشاورزی شکل گرفته، جشنواره گل و گلاب در منطقه فرهنگی کاشان است. این جشنواره به‌عنوان معروفترین نماد ملی کاشان، فرصتی برای آشنایی بازدیدکنندگان با گل و گلاب، عرقهای گیاهی و نیز نمادهای فرهنگی همچون لهجه، پوشش و موسیقی سنتی منطقه فراهم می‌آورد (Bardia & Hazel, 2018: 145). این رویداد افزون بر زنده‌سازی فرهنگی، پیامدهای اقتصادی قابل‌توجهی داشته و ریشه در سنت‌های دیرین منطقه و وجود مزارع وسیع گل محمدی در نواحی کوهستانی و کوهپایه‌ای کاشان دارد.

گل محمدی به دلیل عطر بی‌بدیل و تنوع ارقام از مهمترین انواع رز معطر است که برای تولید اسانس، گلاب و غنچه در بسیاری از کشورهای جهان ازجمله ایران، سوریه، مراکش و استرالیا کشت می‌شود. ایران نیز از دیرینه‌ترین تولیدکنندگان گل‌وگلاب

در جهان است (Chevallier, 1996; Davazdahemami et al., 2022: 323). در ایران، کشت گل محمدی عمدتاً در استان‌های فارس، کرمان، اصفهان و آذربایجان شرقی متمرکز است. استان اصفهان با ۲۴۲۰ هکتار، بالاترین رتبه سطح زیر کشت و از نظر میزان تولید، استان‌های اصفهان و کرمان به‌ترتیب در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند. در این میان، شهرستان کاشان و نواحی همجوار آن در استان اصفهان، بیشترین سطح زیر کشت گل محمدی را به خود اختصاص داده‌اند. به دلیل نقش و اهمیت این شهرستان در تولید گل محمدی و صنایع وابسته به آن، همه‌ساله از اوایل اردیبهشت تا اواخر خرداد، جشنواره‌هایی در این منطقه برگزار می‌شده که در چارچوب گردشگری رویداد جای می‌گیرد و زمینه‌ساز جذب گردشگران داخلی و خارجی بسیاری شده و به توسعه اقتصادی جوامع میزبان انجامیده است. به‌طوریکه در گستره‌ی سرزمینی منطقه فرهنگی کاشان، تا قبل از شیوع ویروس کرونا، تعداد ۱۳ دوره جشنواره‌ی ملی گل و گلاب و چندین رویداد جانبی مرتبط با آن برگزار شده است که بعد از آن چالش‌هایی نظیر کمبود اعتبارات مالی و سایر مسائل منطقه‌ای، موجب توقف برگزاری جشنواره برای چندین دوره‌ی متوالی پیشین شده بود؛ با این وجود، در سال‌های اخیر برنامه‌ریزی برای احیا و بازگشت رونق مجدد آن توسط متولیان امر مشاهده می‌شود. علاوه براین برای بهره‌گیری کامل از مزایای این جشنواره، شناسایی نقاط قوت و ضعف آن با توجه به موقعیت مکانی، ضروری بوده و مستلزم برنامه‌ریزی دقیق برای برگزاری مستمر و باشکوه‌تر آن و تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه گردشگری رویداد است. با توجه به اهمیت گردشگری رویداد و توانمندی‌های محیطی کاشان در تولید گل محمدی و همچنین تاریخچه برگزاری جشنواره‌های پیشین گل و گلاب، مهمترین شکاف‌های پژوهشی شامل نبود مطالعه‌ای جامع و نظام‌مند درباره واکاوی ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره گل و گلاب کاشان از طریق روش‌های آماری و مدل‌سازی‌های ساختاری است که ضمن شناسایی نقاط قوت و ضعف، و همچنین تبیین روابط آماری بین متغیرها، به تدوین راهکارهای مدیریتی برای توسعه پایدار این رویداد بپردازد. همچنین این پژوهش در پرکردن شکاف‌های تحقیقاتی نظیر تحلیل پیامدهای مدیریتی، وضعیت امکانات و خدمات، تعاملات اجتماعی-فرهنگی، اکولوژیکی و رضایتمندی گردشگران، بررسی چالش‌ها و موانع برگزاری مستمر جشنواره، بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه و توسعه محصولات صنایع مرتبط با گل محمدی مثمر ثمر است. لذا انجام پژوهشی که به تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی جشنواره گل و گلاب کاشان بپردازد، برای توسعه گردشگری و نیز بهره‌گیری از ظرفیت کشاورزی در زمینه تولید و صادرات محصولات مرتبط، بسیار ارزشمند بوده و ضروری به‌نظر می‌رسد. بنابراین مهمترین شکاف نظری این پژوهش شامل فقدان یک مدل جامع یکپارچه است که ابعاد مدیریتی و توسعه‌ای جشنواره گل‌وگلاب کاشان را در قالب گردشگری رویدادِ مبتنی بر محصولات کشاورزی و ویژگی‌های فرهنگی مکان به صورت علمی تبیین کند و پیوند میان مدیریت رویداد و توسعه پایدار گردشگری را فراهم سازد. مهمترین شکاف روش‌شناختی آن نیز عبارت است از نیاز به عبور از مطالعات توصیفی و کیفی به سمت تحلیل‌های آماری و مدل‌سازی‌های ساختاری برای تبیین روابط پیچیده میان متغیرهای توسعه پایدار گردشگری و مدیریت رویداد جشنواره گل‌وگلاب کاشان که تبیین‌کننده رویکرد تلفیقی کمی و توصیفی می‌باشد. همچنین شکاف تجربی پژوهش شامل کمبود دانش برنامه‌ریزی و مدیریتی درباره استراتژی‌های احیای جشنواره پس از دوره توقف و همچنین اجرای آن در جهت کسب رضایتمندی گروه‌های مرتبط و چگونگی همسوسازی این رویداد با ارتقاء زنجیره ارزش صنایع تبدیلی گل محمدی در منطقه کاشان است که پایداری اکولوژیکی و اقتصادی را به همراه داشته باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره گل و گلاب کاشان تدوین شده است. یافته‌های آن ضمن تأکید بر نقش توان‌های محیطی و گردشگری منطقه در توسعه پایدار اقتصادی، از یکسو به شناسایی جنبه‌های مثبت و فرصت‌های این جشنواره پرداخته و از سوی دیگر، راهکارهای مدیریتی لازم برای گردشگری رویداد را تدوین می‌نماید. بنابراین، نتایج آن می‌تواند مدیران و برنامه‌ریزان را در مسیر توسعه پایدار گردشگری رویداد در منطقه یاری رساند.

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رویدادهای برنامه‌ریزی‌شده، گردهمایی‌های اجتماعی و زنده‌ای هستند که با هدف دستیابی به نتایج معین در حوزه‌های کسب‌وکار، اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و محیط زیست ایجاد می‌شوند. رویدادها از دیرباز و زمانی که انسان‌ها برای مدتی دورِ هم جمع می‌شدند تا فعالیتی متفاوت انجام دهند، بخشی از جامعه بشری بودند (Fox et al., 2014: 33). برنامه‌ریزی رویداد شامل طراحی و اجرای تم‌ها، فضاها، ملزومات، خدمات و برنامه‌هایی است که تجربه‌ها شرکت‌کنندگان، مهمانان، تماشاگران، گردشگران و سایر ذی‌نفعان را جهت‌دهی، تسهیل یا محدود می‌سازد (Page & Getz, 2016: 185). این ذی‌نفعان می‌توانند افراد و یا گروه‌های اجتماعی و سازمان‌های تجاری باشند. جشنواره‌های گردشگری به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادهای محلی (Rompas et al., 2025: 227)، بخش در حال رشد اقتصاد جهانی محسوب می‌شوند، زیرا جوامع بسیاری در سراسر جهان می‌کوشند از پتانسیل و تأثیرات مثبت آن‌ها بهره‌مند شوند (Skoultsos, 2014: 61; Salek Farokhi, 2022: 31). رویدادهای فرهنگی نقشی ترویجی در توسعه مقاصد گردشگری دارند، اما برگزاری جشنواره در هر منطقه مستلزم توجه به ملاحظات متعددی است. اگرچه گردشگری جشنواره می‌تواند مزایای قابل‌توجهی داشته باشد (Nagy & Nagy, 2014: 57)، اما مقاصد باید از اثرات و ملاحظات آن شناخت کافی داشته باشند و بهره‌گیری حداکثری از مزایا، مستلزم شناسایی دقیق نقاط قوت و ضعف هر منطقه است (Salek Farokhi, 2022: 31).

گردشگری رویداد به‌عنوان یکی از شاخه‌های رو به رشد صنعت توریسم، همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است و در این میان، جشنواره‌های مبتنی بر توانمندی‌های طبیعی و فرهنگی نظیر جشنواره گل و گلاب کاشان، جایگاه ویژه‌ای دارند. در سطح بین‌المللی، زمانی–فراهانی و فوکس[1] (۲۰۱۸) در پژوهشی درباره جشنواره گل و گلاب کاشان، تأثیر نگرش گردشگران به رویدادها را بر تصویر مقصد بررسی کردند و تأیید نمودند که رویدادها بدون حمایت صنعت مهمان‌نوازی و گردشگری توسعه نمی‌یابند. سالک فرخی (۲۰۲۲) با بررسی تأثیرات جشنواره گلاب‌گیری از دیدگاه ساکنان محلی قمصر، نیاسر و کاشان نشان داد که عامل اقتصادی بیشترین نقش و عامل اجتماعی کمترین تأثیر را در تبیین اثرات جشنواره دارد. خسروی و همکاران (۲۰۲۳) تأثیر نوستالژی، بازاریابی و ارزش‌های تجربی را بر رضایت‌مندی در گردشگری جشنواره گلاب‌گیری کاشان بررسی کردند و نشان دادند نوستالژی بر انگیزه‌های کششی، جاذبه‌های مقصد، رفتار حمایتی و قصد سفر مجدد تأثیر مثبت دارد، اما انگیزه‌های کششی بر قصد سفر تأثیر معناداری نداشت. رومپاس[2] و همکاران (۲۰۲۵) تأثیر اقتصادی جشنواره بین‌المللی گل در شهر توموهون[3] را بررسی کردند و نتایج نشان‌دهنده افزایش ۶۷/۴ درصدی درآمد مشاغل، ۳۴/۷ درصدی درآمد مردم محلی و ایجاد ۱۸۴۷ شغل موقت بود، هرچند مزایا با ضریب جینی ۰/۴۸۷ ناموزون توزیع شده و برنامه‌ریزی برای توزیع عادلانه‌تر ضروری است. در سطح ملی، نظری و همکاران (۲۰۱۵) تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق جشن سده در کرمان را بررسی کردند و نشان دادند کیفیت اجرای جشنواره بر رضایت، تصویر مقصد و تجربه به‌یادماندنی گردشگران تأثیر معناداری دارد. میرزایی (۲۰۱۶) نقش گردشگری رویداد را در تنوع‌بخشی و توسعه اقتصادی پایدار جوامع محلی تبیین کرد و نشان‌دهنده رضایت گردشگران و تمایل به بازدید مجدد بود. میرزایی و رضایی (۲۰۱۶، ۲۰۱۷) انگیزه‌های حضور در جشنواره گل‌غلتان امیرآباد دامغان را تحلیل و بازار گردشگری رویداد را به سه بخش تقسیم کردند. نتایج نشان داد گل‌غلتان و خانواده، اکتشاف فرهنگی، اجتماعی‌شدن، حمایت، تازگی رویداد و گریز مهمترین انگیزه‌ها هستند. سقایی و خوشه‌بست (۲۰۱۸) در تحلیل استراتژیک گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره طلای سرخ قائنات، استراتژی محافظه‌کارانه و تدافعی را به‌عنوان مهمترین راهبرد شناسایی کردند. شاطریان و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند خرید عرقیات گیاهی سالم و سنتی (۰/۹۸) و جشنواره گل و گلاب

1 Fox
2 Rompas
3 Tomohon

(۰/۹۶) مهمترین انگیزه‌های کششی هستند و تأثیر مثبت انگیزه‌ها بر وفاداری با ضریب ۰/۶۵ تأیید شد. جلیلیان و همکاران (۲۰۱۹) امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویدادهای فرهنگی در همدان را بررسی کردند و نشان دادند منابع گردشگری و عوامل موقعیتی برای تعدیل فصلی بودن مطلوب است، اما منابع حمایتی نامناسب است. دیوان‌دری و ایل‌بیگی‌پور (۲۰۱۹) چالش‌های جذب گردشگری رویداد در روستای سیف‌آباد کوهرنگ را ارزیابی کردند و ظرفیت بالای آن را به‌دلیل رویداد کوچ عشایر و جشنواره گردو تأیید کردند. خسروی و همکاران (۲۰۲۰) تأثیر تبلیغات رویدادی بر نگرش و قصد بازدید مجدد از جشنواره گلاب‌گیری قمصر را بررسی کردند و نشان دادند مطابقت بالای تصویر بین رویداد و شهر بر نگرش و قصد بازدید تأثیر معنادار دارد. جهانیان و شیخونی (۲۰۲۲) الگوی توسعه گردشگری رویدادمحور در ایران را شامل سه بعد الزامات، زمینه‌ساز و تسهیلگر با ۵ مؤلفه و ۳۴ زیرمؤلفه ارائه دادند. بّد و درمان (۲۰۲۳) با آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران، بر ضرورت بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی تأکید کردند و پیشنهاد کردند این حوزه در وظایف شورای عالی میراث فرهنگی و شورای فرهنگ عمومی استان‌ها گنجانده شود. خادمی و همکاران (۲۰۲۳) عوامل جذب گردشگران به جشنواره گل و گلاب میمند فارس را بررسی کردند و چهار گروه گردشگر با اولویت‌های متفاوت شناسایی کردند. ایزدی و همکاران (۲۰۲۵) با تحلیل عاملی اکتشافی، چهار عامل کلیدی خدمات و زیرساخت، دسترسی، عوامل اجتماعی–فرهنگی و تعامل گردشگران با مکان را به‌عنوان مؤثرترین عوامل بر رضایت‌مندی جشنواره گل نرگس کازرون شناسایی نمودند.

مرور پژوهش‌های حوزه گردشگری رویداد به‌ویژه جشنواره‌ها، نشان‌دهنده رشد چشمگیر توجه به این شاخه از گردشگری است. این پژوهش‌ها بر پنج محور اصلی تأکید دارند: محور نخست شناخت عوامل انگیزشی و بخش‌بندی بازار است که عواملی چون کشف فرهنگی، اجتماعی‌سازی، حمایت از جوامع بومی و تازگی رویداد را معرفی کرده و بازار را به سه بخش طرفداران جامعه محلی، علاقه‌مندان میراث فرهنگی و جستجوگران تازگی تقسیم می‌کند (Mirzaei & Rezaei, 2016, 2017). لذا تهیه محصولات ارگانیک، خرید عرقیات گیاهی و شرکت در جشنواره را مهمترین انگیزه‌های کششی می‌داند (Shaterian et al, 2018: 135). محور دوم بر ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری تأکید دارد که کیفیت اجرا (Nazari et al, 2015: 699)، عوامل خدماتی، دسترسی و تعامل با مکان (Izady et al, 2025: 1) و مطابقت تصویر رویداد بر قصد مجدد (Khosravi et al, 2020: 144) را شامل می‌شود. محور سوم بر تبیین أثرات اقتصادی جشنواره به‌عنوان مهمترین نقش (Salek Farokhi, 2022: 30; Rompas et al., 2025: 2701) و افزایش درآمد و ایجاد اشتغال موقت (Rompas et al., 2025: 2701; Mirzaie, 2016: 41) تأکید دارد. محور چهارم به تصویر ذهنی از مقصد می‌پردازد و نقش مهمان‌نوازی (Zamani-Farahani & Fox, 2018: 451) و نوستالژی بر انگیزه‌ها و قصد سفر مجدد را تبیین می‌کند (Khosravi et al., 2023: 111). محور پنجم بر برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی تأکید دارد و استراتژی محافظه‌کارانه (Saghaei & Khooshebast, 2018: 75) و الگوی توسعه رویدادمحور (Jahanian & Sheikhooni, 2022: 133) و بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی (Bod & Darman, 2023: 62) را پیشنهاد می‌کند. پژوهش پیش‌رو با هدف بررسی و تحلیل گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره گل و گلاب کاشان انجام شده است. این پژوهش از یک سو به واکاوی ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی این جشنواره در قالب شناخت قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها پرداخته و از سوی دیگر راهکارهای مدیریتی مناسبی را برای توسعه پایدار گردشگری رویداد در منطقه تدوین نموده است. نتایج آن می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان در جهت برگزاری مطلوب و مستمر جشنواره و بهره‌گیری از توان‌های محیطی منطقه برای توسعه اقتصادی کمک شایانی کند. با جمعبندی از پیشینه مطالعاتی و با توجه به هدف از انجام این پژوهش، می‌توان مدل مفهومی را در پنج بُعد: ۱) بسترها و پیش‌نیازها نظیر زیرساخت‌ها، سیاست‌گذاری و مشارکت ذی‌نفعان؛ ۲) ویژگی‌های اجرایی رویداد نظیر برنامه‌ریزی، کیفیت خدمات و مدیریت عملیاتی؛ ۳) انگیزه‌ها و تجربیات گردشگران در قالب عوامل کششی و رانشی، ادراک و احساسات؛ ۴) اثرات و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی–فرهنگی، محیطزیستی و تصویر مقصد؛ و ۵) متغیرهای تعدیل‌گر و زمینه‌ای نظیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی،

مقاله در دست انتشار

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

فصلی بودن و رقابت‌پذیری منطقه تدوین نمود (شکل ۱). این مدل زنجیره علّی از پیش‌نیازها تا پیامدهای چندسطحی گردشگری رویداد را نشان می‌دهد و چارچوب مناسبی برای مطالعات آتی و برنامه‌های اجرایی در این حوزه فراهم می‌آورد.



شکل شماره ۱. مدل مفهومی گردشگری رویداد با تاکید بر جشنواره گل و گلاب کاشان

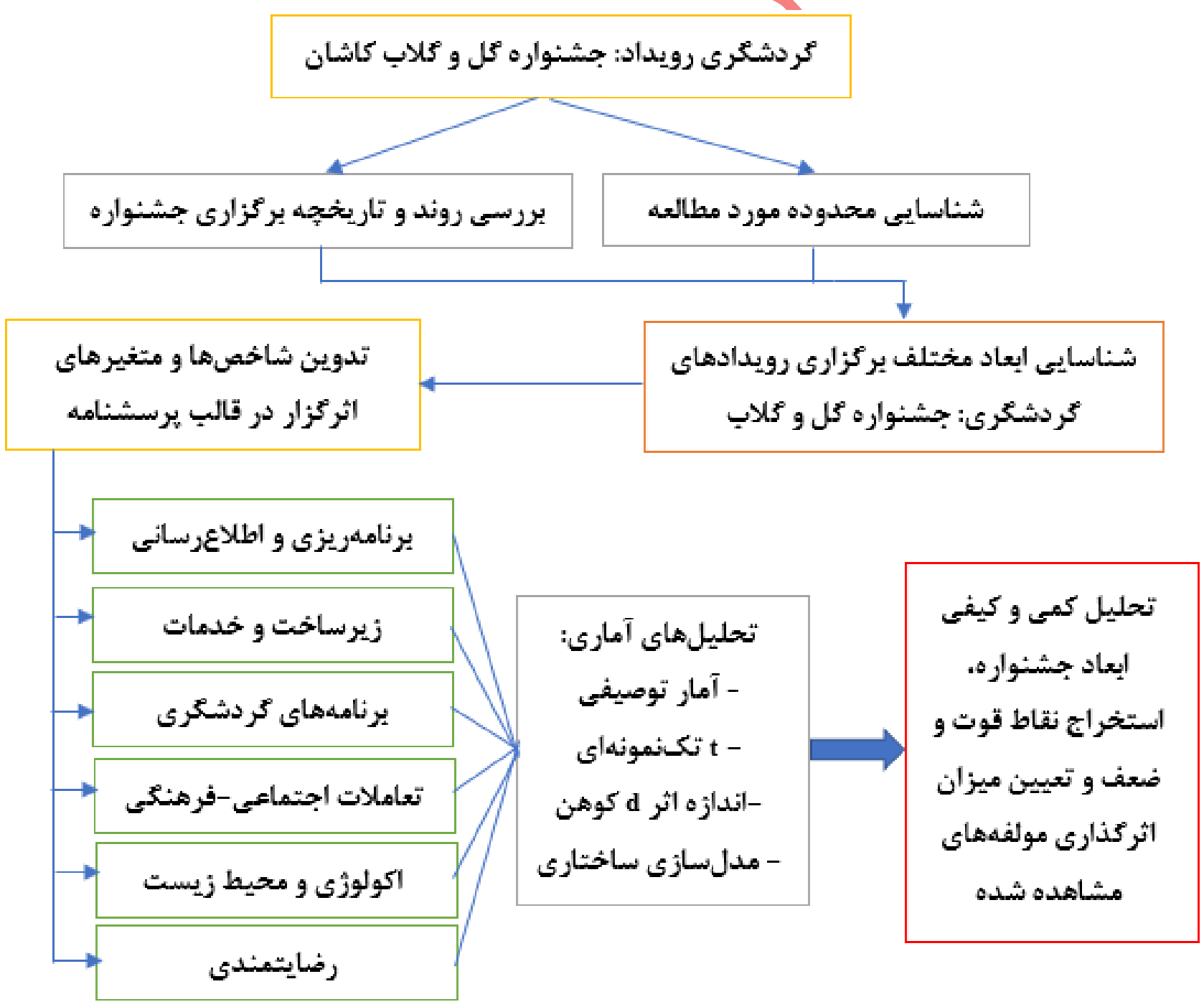
منبع/ مأخذ: نویسندگان

مواد و روش‌ها

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش‌شناسی، پیمایشی و تحلیلی است. لذا ابتدا به بررسی وضعیت موجود جشنواره‌های گل و گلاب پرداخته شد. سپس ضمن ارزیابی نقاط قوت و ضعف، و راهکارهای مدیریت گردشگری رویداد تبیین و روابط بین متغیرهای اثرگذار، اثرپذیر و میانجی تحلیل گردید. در این راستا مراحل اجرای این پژوهش مطابق با گام‌های زیر طی شد: گام اول شناسایی محدوده‌ی مکانی منطقه مطالعاتی و ترسیم نقشه آن بود که با استفاده از نرم‌افزارهای ArcGIS، Google Earth و پیمایش‌های میدانی انجام شد. معیارهای این بخش شامل مکان‌های دوره‌ای برگزاری جشنواره گل و گلاب و گستره‌ی مکانی مزارع

گل محمدی در منطقه کاشان بود. گام دوم ارزیابی روند برگزاری و تبیین اهداف کلان مدیریتی جشنواره گل و گلاب بود که از طریق بررسی مطالعات و شواهد موجود و همچنین تحلیل داده‌های اخذشده از سازمان‌ها و ادارات ذی‌ربط صورت گرفت. گام سوم شناسایی نقاط قوت، ضعف، و همچنین فرصت‌های توسعه‌ی گردشگری رویداد بود که از طریق نظرسنجی با پرسشنامه محقق ساخته و مشاهده‌های میدانی انجام شد. این بخش بر مبنای شرایط حاکم بر وضع موجود جشنواره مورد ارزیابی قرار گرفت؛ به این صورت که ابتدا عوامل مؤثر در برگزاری جشنواره از طریق پرسشگری از مدیران اجرایی جشنواره و مشاهده‌ی در عرصه تعیین و سپس در قالب پرسشنامه‌ای توسط گردشگران، غرفه‌داران و ارائه دهندگان خدمات گردشگری در جشنواره ارزش‌گذاری شد. در نهایت، درجه‌ی اهمیت عوامل مثبت و منفی تعیین گردید. در گام چهارم متناسب با نتایج به‌دست‌آمده و از طریق تحلیل‌های کمّی و آزمون‌های آماری در نرم‌افزار SPSS و معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos Graphics، عوامل مهم و اصلی در برگزاری یک جشنواره‌ی موفق با تأکید بر جشنواره گل و گلاب در کاشان تبیین شد (شکل۲). مهم‌ترین ملاحظات اخلاقی این پژوهش را می‌توان در قالب احترام به حقوق و کرامت پاسخ دهندگان شامل رضایت آگاهانه، محرمانگی و عدم آسیب؛ صداقت و استقلال علمی با رعایت امانت‌داری، شفافیت، پرهیز از سوگیری؛ و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی شامل احترام به جامعه محلی، محیط زیست و انتشار مسئولانه نتایج نام برد. رعایت این اصول، اعتبار پژوهش را افزایش داده و اعتماد ذی‌نفعان جشنواره گل و گلاب کاشان را جلب می‌کند.



شکل شماره ۲. نمودار جریانی مراحل اجرای پژوهش تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

منبع / مأخذ: نویسندگان

محدوده‌ی مکانی این پژوهش، منطقه‌ی فرهنگی کاشان شامل شهرهای کاشان، قمصر، نیاسر و برزک است. بازه‌ی زمانی انجام پژوهش پیش‌رو، سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ است. با توجه به بازه‌ی دو روزه‌ی برگزاری جشنواره، جامعه‌ی آماری پژوهش را تمامی گردشگران و بازدیدکنندگان حاضر در این رویداد تشکیل می‌دهند. از این جامعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، ۶۳ نفر به عنوان نمونه‌ی مؤثر انتخاب شدند. این نمونه، تعداد افرادی هستند که طی مدت زمان دو روزه‌ی برگزاری جشنواره مورد پرسشگری قرار گرفتند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته است که متغیرهای آن بر اساس شرایط موجود جشنواره، مطالعات تطبیقی مشابه، نظرات متخصصان و مدیران اجرایی جشنواره تدوین شده است. این پرسشنامه از دو بخش اصلی تشکیل

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

شده است، بخش نخست به بررسی مشخصات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در ۶ گویه و همچنین متغیرهای مرتبط با شناخت و مشارکت نمونه‌ی آماری در ۶ گویه اختصاص دارد. بخش دوم که بدنه‌ی اصلی پرسشنامه محسوب می‌شود، شامل ۲۴ گویه در قالب شش مؤلفه‌ی برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی، زیرساخت و خدمات، برنامه‌های گردشگری، تعاملات اجتماعی–فرهنگی، اکولوژی و محیط زیست، و رضایتمندی است. ارزش‌گذاری گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای از بسیارکم (ارزش ۱) تا بسیار زیاد (ارزش ۵) انجام شد (جدول۱).

جدول شماره ۱. شاخص‌ها و متغیرهای مورد سنجش برای تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی جشنواره گل‌وگلاب کاشان

شاخص	متغیر	کد
جمعیت‌شناختی	جنس، سن، تأهل، تحصیلات، شغل، محل سکونت	q1 تا q6
شناخت و مشارکت	تجربه حضور و شرکت در جشنواره‌های کاشان، برزک، قمصر، نیاسر و سایر	q7
	ارتباط شغل و رسته کاری با فعالیت‌های گردشگری، به‌ویژه جشنواره گل‌وگلاب	q8
	مدت فعالیت و تجربه کاری در فعالیت‌های گردشگری، به‌ویژه جشنواره گل‌وگلاب	q9
	نحوه اطلاع‌یابی و آگاهی از برگزاری جشنواره توسط رسانه ملی، شبکه‌های اجتماعی، وب گاه‌ها، فعالیت‌های رسمی سازمان‌های مرتبط، و معرفی چهره به چهره	q10
	نحوه حضور در جشنواره گل و گلاب به تنهایی، همراه با خانواده، دوستان و یا تور برنامه‌ریزی شده	q11
	میزان هزینه کرد کلی برای بازدید از جشنواره، خرید محصولات، حمل و نقل، اقامت و تغذیه	q12
برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی	نحوه اطلاع رسانی و تبلیغ در مورد روش برگزاری جشنواره	q13_1
	اعلام برنامه زمانبندی برگزاری جشنواره	q13_2
	اطلاع رسانی در مورد مکان برگزاری جشنواره	q13_3
	اعلام تعداد غرفه‌ها و عرضه محصولات و کیفیت آنها	q13_4
زیرساخت و خدمات	علائم و تابلوهای خودراهنمای گردشگران در جشنواره	q13_5
	مکان استقرار و خدمات نهادهای انتظامی، درمانی و آتش‌نشانی و غیره	q13_6
	تعبیه مکان‌های اسکان موقت گردشگران نظیر حسینیه، مدارس، چادر و کمپ در محل برگزاری جشنواره	q13_7
	مراکز خدمات‌رسان نیازهای روزمره گردشگران (اغذیه فروشی، رستوران، کافی‌شاپ، نانوایی، بقالی وغیره)	q13_8
	مراکز خدمات‌رسان عمومی نظیر سرویس‌های بهداشتی، پارکینگ و جایگاه سوخت	q13_9
	مراکز اسکان گردشگران نظیر هتل، مسافرخانه، خانه‌های بوم‌گردی و کمپ‌های گردشگری	q13_10
	زیرساخت‌های گردشگری، سهولت دسترسی و وسایل حمل و نقل عمومی	q13_11
	کمیت و کیفیت دفاتر خدمات گردشگری در مکان و زمان برگزاری جشنواره	q13_12
برنامه‌های گردشگری	حضور افراد راهنما با هدف سرگرمی و آموزش	q13_13
	تنوع و تعدد کارگاه‌های سنتی و صنعتی گلابگیری و عرقیات گیاهی	q13_14
	فعالیت‌های جانبی و مکمل جشنواره (گل‌غلتان، حضور در باغ و چیدن گل، مراسمات آیینی مرتبط)	q13_15
	فضاها و برنامه‌های تفریحی و سرگرمی خانواده‌گی، فضای سبز و مکان‌های گذران اوقات فراغت	q13_16
تعاملات اجتماعی-فرهنگی	دیدگاه و تفکرات جامعه محلی در پذیرش و جذب گردشگر	q13_17
	میزان تقابل اجتماعی، فرهنگی، اعتقادی و مذهبی گردشگران و جامعه محلی	q13_18
اکولوژی و محیط زیستی	ویژگی‌های طبیعی مکان جشنواره و آب و هوای منطقه در زمان برگزاری	q13_19
	رعایت ظرفیت تحمل مکان جشنواره و عدم هجوم و تراکم بیش از حد گردشگران	q13_20
	رعایت قوانین و مقررات محیط زیستی توسط گردشگران و غرفه داران: نظافت و مدیریت زباله	q13_21
رضایتمندی	هزینه‌های بازدید از جشنواره و جاذبه‌های گردشگری منطقه در زمان برگزاری	q13_22
	پیشنهاد و استقبال از برگزاری مجدد جشنواره در سال‌های آتی و معرفی آن به سایرین	q13_23
	میزان تمایل مجدد به انتخاب و سفر به این مکان و شرکت در جشنواره	q13_24

اعتبارسنجی پرسشنامه از دو جنبه‌ی روایی و پایایی مورد تأیید قرار گرفت. روایی صوری آن توسط خبرگان، اساتید دانشگاه و متخصصان اجرایی تأیید شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت، بطوریکه مقدار آلفای کرونباخ کلی برای بدنه‌ی اصلی پرسشنامه با ۶ شاخص و ۲۴ گویه، برابر با ۰/۹۴۳ است و در وضعیت عالی قرار دارد (جدول۲). این مقدار

؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟ ... /؟؟

حاکی از هماهنگی درونی بسیار قوی بین تمامی گویه‌های پرسشنامه است. مقدار آلفای کرونباخ به‌صورت تفکیک‌شده برای تمامی شاخص‌ها نیز فراتر از ۰/۷ به‌دست آمده و در وضعیت‌های خوب، بسیار خوب و عالی قرار دارند. بنابراین، کل ابزار پژوهش از پایایی بالایی برخوردار است و می‌توان به نتایج حاصل از آن اطمینان داشت.

جدول شماره ۲. پایایی پرسشنامه تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

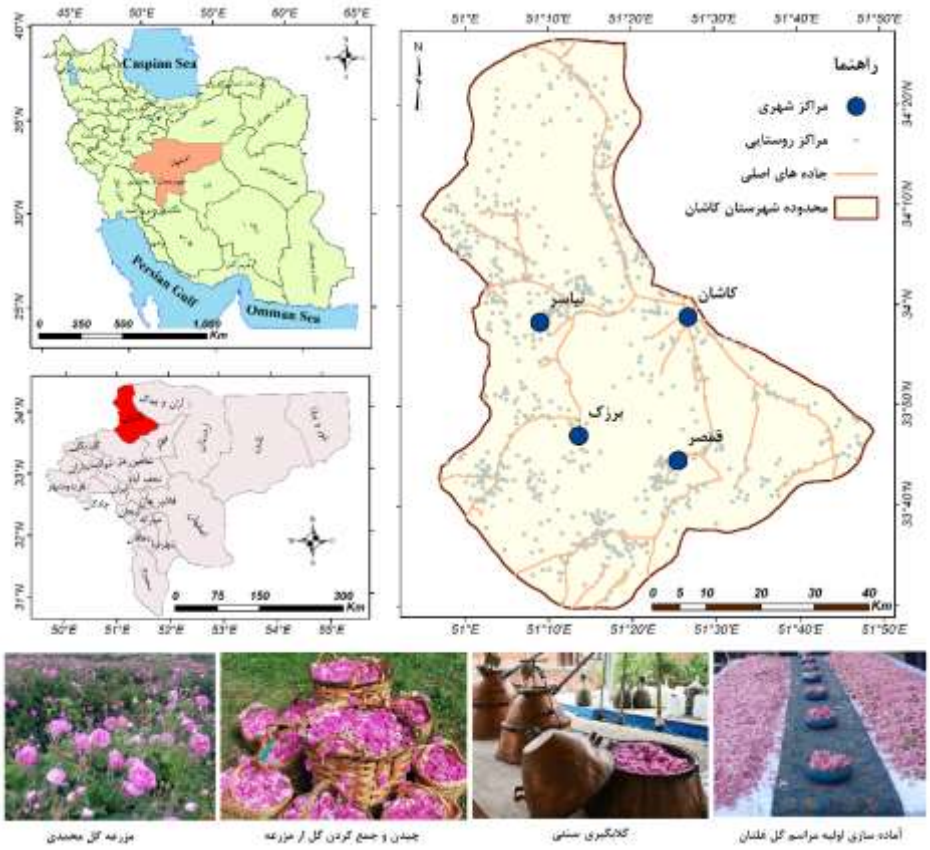
شاخص	آلفا کرونباخ	آلفای کرونباخ بر اساس موارد استانداردشده	تعداد سوال	وضعیت
برنامه‌ریزی و اطلاع رسانی	۰/۸۱۹	۰/۸٤٤	٤	بسیارخوب
زیرساخت و خدمات	۰/۸۱٦	۰/۸۱۷	۸	بسیارخوب
برنامه‌های گردشگری	۰/۷۲۳	۰/۷٦٦	٤	خوب
تعاملات اجتماعی-فرهنگی	۰/۹۲۸	۰/۹۳۲	۲	عالی
اکولوژی و محیط زیستی	۰/۷٦۲	۰/۷۹٥	۳	خوب
رضایتمندی	۰/۸٥۷	۰/۸٦۸	۳	بسیارخوب
کل	۰/۹٤۳	۰/۹٤٦	۲٤	عالی

برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از روش‌های آماری شامل آمار توصیفی، آزمون t تک‌نمونه‌ای، اندازه‌ی اثر d کوهن و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. آمار توصیفی شامل شاخص‌هایی نظیر میانگین، انحراف معیار، خطای استاندارد، واریانس، چولگی، کشیدگی، فراوانی و درصد است. این شاخص‌ها تصویری کلی از ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان و متغیرهای پژوهش ارائه داده و برای خلاصه‌سازی و سازماندهی داده‌ها به کار گرفته شدند. آزمون t تک‌نمونه‌ای برای مقایسه‌ی میانگین متغیرهای پژوهش با مقدار ثابت ۳ در طیف لیکرت مورد استفاده قرار گرفت تا معناداری تفاوت مشاهده‌شده از نظر آماری مشخص شود. اندازه‌ی اثر d کوهن شدت یا بزرگی تفاوت ایجادشده را مستقل از حجم نمونه نشان داده و مشخص می‌کند که این تفاوت در دامنه‌ی ضعیف، متوسط یا قوی، تا چه مقدار است. مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌عنوان یک روش آماری پیشرفته برای بررسی روابط پیچیده میان متغیرهای پژوهش به کار رفت. این روش امکان تحلیل همزمان روابط بین متغیر پنهان جشنواره گل و گلاب کاشان و متغیرهای مشاهده‌شده شامل برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی، زیرساخت و خدمات، برنامه‌های گردشگری، تعاملات اجتماعی-فرهنگی، اکولوژی و محیط زیست و رضایتمندی را فراهم آورد. همچنین از این طریق، تحلیل مسیرهای علّی و تأیید اعتبار مدل نظری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

محدوده‌ی مورد مطالعه

قلمرو موضوعی این پژوهش، جشنواره‌های گل‌وگلاب است که در منطقه فرهنگی کاشان و شهرهای قمصر، نیاسر، برزُک و کاشان برگزار می‌شود. از نظر جغرافیای شهر کاشان در موقعیت ۵۱/۴۴۶۳۳۷ درجه طول شرقی و ۳۳/۹۸۰۶۷۳ درجه عرض شمالی، شهر قمصر در موقعیت ۵۱/۴۳۲۳۲۷ درجه طول شرقی و ۳۳/۷۵۱۰۲۵ درجه عرض شمالی، شهر نیاسر در موقعیت ۵۱/۱۴۶۷۵۹ درجه طول شرقی و ۳۳/۹۷۲۶۲۲ درجه عرض شمالی و شهر برزُک در موقعیت ۵۱/۲۲۶۲۸۸ درجه طول شرقی و ۳۳/۷۸۸۹۱۵ درجه عرض شمالی واقع شده‌اند (شکل۳).

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴



شکل شماره ۳. موقعیت جغرافیایی محدوده‌ی مورد مطالعه

منبع/ مأخذ: نویسندگان

بررسی تاریخچه جشنواره گل و گلاب در منطقه فرهنگی کاشان نشان می‌دهد که اولین رویداد از سال ۱۳۸۰ به‌عنوان فعالیتی کلی با هدف برگزاری هرساله و توسعه گردشگری کشاورزی آغاز شد. این رویداد تا سال ۱۳۹۳ تداوم یافت و به سیزدهمین دوره خود رسید، ضمن اینکه اهداف جانبی‌تری مانند جشنواره گل‌غلتان (رویداد فرهنگی–مذهبی) و هفتمین کنگره ملی شعر گل محمدی (رویداد ادبی) را نیز در بر گرفت. این امر نشان‌دهنده تبدیل جشنواره از یک ایده به رویدادی با برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی و ایجاد خوشه‌ای از رویدادهای مکمل حول محور گل محمدی است. اهداف برگزاری جشنواره نیز از یک فعالیت عمومی هرساله با رویکرد توسعه کشاورزی به اهدافی نظیر معرفی شهرهای برگزارکننده به‌عنوان قطب تولید گل محمدی، شناساندن جاذبه‌های گردشگری، جذب سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی ارتقا یافت. در مراحل نخست، ستاد توسعه گردشگری فرمانداری کاشان به‌عنوان نهاد بالادستی و در رویدادهای بعدی، شهرداری‌ها، گلاب‌گیران و جامعه محلی به‌عنوان حامی یا مجری نقش کلیدی داشتند (جدول۳). در مجموع، جشنواره گل و گلاب کاشان از یک برنامه نمادین به رویدادی اقتصادی–فرهنگی با اهداف توسعه منطقه‌ای تبدیل شده و این توسعه در ابعاد زمان، تکثر رویدادها و محتوا (از کشاورزی به گردشگری، فرهنگی و اقتصادی) مشهود است.

جدول شماره ۳. مشخصات جشنواره‌های گل و گلاب برگزار شده و رویدادهای مرتبط با آن در منطقه کاشان

نام رویداد	مکان رویداد	سال برگزاری	زمان برگزاری	اهداف رویداد	حامیان رویداد
اولین و دومین جشنواره گل و گلاب کاشان	شهرهای قمصر، نیاسر و برزک	۱۳۸۰ ۱۳۸۱	۲۵ تا ۳۰ اردیبهشت	برگزاری هرساله جشنواره در شهرهای مذکور با اهداف توسعه و بهبود سطح کشت گل محمدی، علمی کردن محصول گل و تجاری سازی فرآورده های آن، رونق صنعت گردشگری، احیا و توسعه جاذبه‌های گردشگری، و معرفی مراکز فرهنگی و تاریخی شهرستان	ستاد توسعه گردشگری فرمانداری کاشان
هفتمین جشنواره گل محمدی و آیین گلابگیری	شهر برزک	۱۳۸۷	۲۶ و ۲۷ اردیبهشت	معرفی شهر برزک به عنوان بزرگترین تولیدکننده گل‌وگلاب منطقه، معرفی محصولات کشاورزی منطقه، جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی، معرفی و ترویج فرهنگ	شهرداری برزک و گلابگیران منطقه
سیزدهمین جشنواره گل و گلاب	شهر برزک، تفرجگاه تپه قلعه	۱۳۹۳	۸و۹ خرداد		
جشنواره گل غلتان نوزادان یکساله			۶خرداد		
هفتمین کنگره ملی شعر گل محمدی			۷خرداد		

یافته‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های جمعیت‌شناختی، نمونه مورد بررسی عمدتاً از زنان (۶۳/۶ درصد) تشکیل شده و از نظر سنی بسیار جوان است، به‌طوری که ۸۴/۱ درصد زیر ۳۰ سال دارند. این امر نشان‌دهنده جذابیت رویداد برای نسل جوان است. از لحاظ تحصیلات، غالب نمونه دارای مدرک کارشناسی (۷۹/۵ درصد) بوده و تحصیلات تکمیلی سهم ناچیزی دارد که نشان‌دهنده سطح تحصیلی نسبتاً مطلوب است. پراکندگی جغرافیایی پاسخ‌دهندگان نشان‌دهنده تنوع بالای محل سکونت است؛ شهرهای کاشان (۲۷/۳ درصد)، اصفهان (۲۵ درصد) و آران و بیدگل (۱۸/۲ درصد) بیشترین سهم را دارند .همچنین حضور گردشگرانی از تهران، قم، برزک و چهارمحال و بختیاری نشان می‌دهد که جشنواره گل و گلاب کاشان جذابت فرامنطقه‌ای داشته و تنها محدود به ساکنان محلی نیست. این تنوع جغرافیایی نشان‌دهنده توانایی جذب گردشگر از مناطق مختلف کشور است (جدول۴).

جدول شماره ٤. آمار توصیفی متغیرهای جامعه‌شناختی نمونه آماری تحلیل ابعاد گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

متغیر	گروه	درصد فراوانی	متغیر	گروه	درصد فراوانی
جنس	مرد	۳٦/٤	شغل	کارمند	٦/۸
	زن	٦۳/٦		آزاد	۱۳/٦
سن (سال)	کمتر از ۳۰	۸٤/۱		دانشجو	۷۲/۷
	۳۰ تا ٤۰	۹/۱		بازنشسته	۰
	٤۰ تا ۵۰	٤/۵		خانه‌دار	۲/۳
	بالاتر از ۵۰	۲/۳		سایر	٤/۵
تأهل	متأهل	۲۷/۳	محل سکونت	کاشان	۲۷/۳
	مجرد	۷۲/۷		آران و بیدگل	۱۸/۲
تحصیلات	دیپلم و پایینتر	۹/۱		برزک	٦/۸
	کاردانی	۰		اصفهان	۲۵

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

	کارشناسی	۷۹/۵		قم	٤/٥
	کارشناسی ارشد	٦/٨		تهران	٦/٨
	دکتری	۲/۳		چهارمحال و بختیاری	٦/٨
	پاسخ نداده	۲/۳		پاسخ نداده	٤/٥

بر اساس یافته‌های توصیفی درباره شناخت و مشارکت در جشنواره گل و گلاب کاشان، بیشترین تجربه حضور پاسخ‌دهندگان مربوط به جشنواره‌های کاشان و قمصر (هرکدام ۳۰/۲ درصد) و سپس برزک (۲۰/۹ درصد) و نیاسر (۱۸/۶درصد) است که با توجه به اهمیت جشنواره پراکنش نسبتاً متعادل دارد. از نظر ارتباط شغلی با گردشگری، ۱۷ درصد کاملاً مرتبط و ۲۲ درصد با واسطه هستند که بیانگر جذابیت فراشغلی رویداد جشنواره است. اما در بین شاغلین مرتبط، ۶۸ درصد کمتر از دو سال تجربه کاری در جشنواره دارند که نشان از نیروهای جدید و ناپایدار دارد و می‌تواند ناشی از فصلی بودن و درآمد ناپایدار باشد. در حوزه اطلاع‌رسانی، شبکه‌های اجتماعی با ۶۵/۹ درصد سلطه کامل دارند و رسانه ملی با ۱۹/۵ درصد در رتبه دوم قرار دارد، در حالی که فعالیت سازمان‌های رسمی مرتبط بی‌اثر بوده است. الگوی غالب حضور گردشگران به صورت گروه‌های خانوادگی (۵۶/۸ درصد) و دوستان (۲۹/۵ درصد) است و تورهای برنامه‌ریزی شده با تنها ۴/۵ درصد سهم ناچیزی دارد که نشان‌دهنده ضعف نهادهای مرتبط در جذب گردشگر است. از نظر هزینه‌کرد، ۷۲/۷ درصد کمتر از ۲ میلیون تومان و ۲۰/۵ درصد بین ۲ تا ۵ میلیون تومان هزینه کردند و هزینه‌های بالاتر سهم ناچیزی دارد. این الگوی هزینه پایین می‌تواند ناشی از ماهیت کم‌هزینه رویداد، مدت کوتاه دو روزه جشنواره، اقامت کوتاه‌مدت و تنوع محدود محصولات باشد. به‌طور کلی، یافته‌ها نشان داد این جشنواره عمدتاً مبتنی بر اطلاع‌رسانی دیجیتال، حضور گروهی و هزینه‌کرد پایین است و نیازمند تقویت نقش نهادهای رسمی و توسعه زیرساخت‌های جذب گردشگر می‌باشد (جدول۵).

جدول شماره ۵. نتایج آمار توصیفی متغیرهای ارزیابی شناخت و مشارکت گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

متغیر	گروه	درصد فراوانی	متغیر	گروه	درصد فراوانی
تجربه حضور در جشنواره	گل و گلاب کاشان	۳۰/۲	فعالیت و تجربه کاری در جشنواره گل و گلاب	کمتر از ۲ سال	٦٨
	گل و گلاب برزک	۲۰/۹		۲ تا ۵ سال	۲۰
	گل و گلاب قمصر	۳۰/۲		۵ تا ۸سال	۸
	گل و گلاب نیاسر	۱۸/٦		بیش از ۸ سال	٤
	سایر جشنواره‌ها	۰	نحوه حضور	تنها	۹/۱
ارتباط شغلی با گردشگری و جشنواره	ارتباطی ندارد	٦۱		همراه با خانواده	٥٦/٨
	ارتباط با واسطه	۲۲		همراه با دوستان	۲۹/٥
	کاملا مرتبط	۱۷		همراه با تورهای برنامه‌ریزی شده	٤/٥
نحوه اطلاع و آگاهی از برگزاری جشنواره	رسانه ملی (تلویزیون و رادیو)	۱۹/۵	میزان هزینه‌کرد کلی	کمتر از ۲ میلیون	۷۲/۷
	شبکه‌های اجتماعی	٦٥/۹		۲ تا ۵ میلیون	۲۰/۵
	وب‌گاه‌های خبری	۷/۳		۵ تا ۱۰ میلیون	۲/۳
	فعالیت‌های رسمی سازمان‌های مرتبط	۰		بیشتر از ۱۰ میلیون	۲/۳
	چهره به چهره از طریق اشخاص	۷/۳		پاسخ نداده	۲/۳

آمار توصیفی متغیرهای ارزیابی جشنواره گل‌وگلاب کاشان نشان داد در شاخص برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی همه متغیرها میانگین نزدیک و بالاتر از ۳ دارند که نشان‌دهنده رضایت نسبی است. متغیرهای اعلام تعداد غرفه‌ها و کیفیت محصولات با ۳/۵۴ و اطلاع‌رسانی مکان برگزاری با ۳/۲۷ بهترین عملکرد را دارند. نحوه اطلاع‌رسانی (۳/۰۷) و اعلام برنامه زمان‌بندی (۲/۹۸) در وضعیت متوسط هستند. بیشترین پراکندگی نظرات مربوط به غرفه‌ها (انحراف معیار ۱/۰۶۶) و کمترین در سایر شاخص‌هاست که نشان‌دهنده اتفاق نظر نسبی است. از نظر زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری متغیرهای مراکز خدمات‌رسان نیازهای اساسی (۳/۵۵) و تابلوهای

خودراهنما (۳/۳) بالاترین میانگین را دارند که نشان از دسترسی خوب به امکانات ضروری و سیستم راهنمایی مناسب است. دفاتر خدمات گردشگری و نهادهای انتظامی و درمانی با ۳/۱۸ قابل قبول هستند و نشان از وجود خدمات امنیتی، امدادی و گردشگری دارند. مراکز اسکان طولانی مدت و اضطراری با میانگین ۳/۰۹ و ۳/۰۷ در وضعیت متوسط و نیازمند بهبود هستند. اما مراکز خدمات عمومی (۲/۹۸) و حمل‌ونقل (۲/۹۱) در وضعیت نامطلوب قرار دارند و نیاز اساسی به مدیریت و تقویت دارند. بیشترین اختلاف نظر در نهادهای امنیتی (۱/۱۳) و حمل‌ونقل (۱/۰۷) و کمترین در تابلوهای راهنما (۰/۷۹) و دفاتر گردشگری (۰/۸۱) است. از نظر برنامه‌های گردشگری متغیرهای کارگاه‌های گلاب‌گیری با ۳/۸۹ و مراسمات جانبی با ۳/۵۹ در بهترین وضعیت قرار دارند و نشان‌دهنده جذابیت بالای این بخش است. سرگرمی و آموزش با ۳/۰۲ در سطح متوسط است. اما فضاهای تفریحی خانواده‌گی با ۲/۹۵ وضعیت نسبتاً ضعیفی دارد و نیازمند تقویت اساسی در امکانات تفریحی و گذران اوقات فراغت است. بیشترین پراکندگی نظرات در فضاهای تفریحی (۱/۰۸) و کمترین در کارگاه‌های گلاب‌گیری (۰/۷۸) مشاهده می‌شود که نشان‌دهنده نارضایتی برخی از گردشگران از این بخش است. از نظر تعاملات اجتماعی–فرهنگی متغیرهای تقابل بین گردشگران و جامعه محلی با ۳/۳۶ و دیدگاه جامعه محلی در پذیرش گردشگر با ۳/۲۵ در وضعیت قابل قبول اما نیازمند بهبود هستند. انحراف معیار بالای دیدگاه جامعه محلی (۱/۱۲) نشان‌دهنده وجود دو گروه پذیرا و مقاوم در میان اهالی است. در مقابل، تقابل فرهنگی با انحراف معیار ۰/۹۹ از اتفاق نظر نسبی بیشتری برخوردار است و تجربه تعامل برای هر دو گروه مشهودتر است. از نظر اکولوژی و محیطزیست متغیرهای ویژگی‌های طبیعی مکان و آب‌وهوا با ۳/۴۱ و رعایت قوانین محیطزیستی با ۳/۳۲ در وضعیت متوسط و قابل قبول هستند. اما رعایت ظرفیت تحمل مکان با ۲/۸۴ در وضعیت نسبتاً ضعیف و هشداردهنده قرار دارد. تمام متغیرهای این شاخص دارای پراکندگی بالا (انحراف معیار نزدیک به ۱) هستند که بیشترین آن مربوط به ویژگی‌های طبیعی (۱/۱۵) و نشان‌دهنده تجارب بسیار متفاوت گردشگران از شرایط آب‌وهوا و محیط است. از نظر رضایتمندی متغیرهای تمایل به بازگشت با ۳/۵۹ و پیشنهاد به دیگران با ۳/۴۸ در شرایط خوبی قرار دارند که نشان‌دهنده تجربه مثبت، وفاداری بالا و تبلیغات شفاهی مؤثر است. هزینه‌های بازدید با ۳/۴۱ قیمت‌گذاری مناسب و منصفانه محصولات و خدمات را نشان می‌دهد. بیشترین پراکندگی نظرات به پیشنهاد به دیگران (۱/۱۱) و کمترین به تمایل به بازگشت (۰/۹۲) تعلق دارد که نشان‌دهنده اتفاق نظر بیشتر بر مثبت بودن تجربه است (جدول۶).

جدول شماره ٦. آمار توصیفی متغیرهای ارزیابی تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

کد گویه	میانگین	خطای استاندارد	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی	وضعیت
q13_1	۳/۰۶۸۲	۰/۱۲۷۵۸	۰/۸۴۶۲۷	۰/۷۱۶	-۰/۱۳۳	۰/۹۰۰	قابل قبول
q13_2	۲/۹۷۷۳	۰/۱۲۷۹۶	۰/۸۴۸۷۶	۰/۷۲	-۰/۴۳۴	۰/۷۹۳	قابل قبول
q13_3	۳/۲۷۲۷	۰/۱۳۵۴۸	۰/۸۹۸۶۷	۰/۸۰۸	-۰/۳۸	۰/۶۵۷	قابل قبول
q13_4	۳/۵۴۵۵	۰/۱۶۰۷۸	۱/۰۶۶۵	۱/۱۳۷	-۰/۶۶۶	۰/۳۹۹	خوب
q13_5	۳/۲۹۵۵	۰/۱۱۹۸۱	۰/۷۹۴۷۴	۰/۶۳۲	۰/۵۷۲	۰/۱۶۴	قابل قبول
q13_6	۳/۱۸۱۸	۰/۱۶۹۷۹	۱/۱۲۶۲۸	۱/۲۶۸	-۰/۱۷۱	-۰/۳۵۶	قابل قبول
q13_7	۳/۰۶۸۲	۰/۱۳۱۶۶	۰/۸۷۳۳۲	۰/۷۶۳	۰/۳۰۳	۰/۳۵۶	قابل قبول
q13_8	۳/۵۴۵۵	۰/۱۲۷۸۲	۰/۸۴۷۸۳	۰/۷۱۹	-۰/۱۴۹	۰/۷۶۶	خوب
q13_9	۲/۹۷۷۳	۰/۱۳۹۸۰	۰/۹۲۷۳۳	۰/۸۶۰	۰/۰۴۶	-۰/۱۴۷	قابل قبول
q13_10	۳/۰۹۰۹	۰/۱۴۱۰۴	۰/۹۳۵۵۶	۰/۸۷۵	-۰/۰۰۹	۰/۱۳۸	قابل قبول
q13_11	۲/۹۰۹۱	۰/۱۶۱۹۷	۱/۰۷۴۴	۱/۱۵۴	۰/۱۸۸	-۰/۲۷۱	قابل قبول
q13_12	۳/۱۸۱۸	۰/۱۲۲۸۳	۰/۸۱۴۷۷	۰/۶۶۴	۰/۴۵۸	-۰/۰۱۲	قابل قبول
q13_13	۳/۰۲۲۷	۰/۱۴۳۵۳	۰/۹۵۲۰۸	۰/۹۰۶	۰/۴۶۱	-۰/۸۳۳	قابل قبول
q13_14	۳/۸۸۶۴	۰/۱۱۸۲	۰/۷۸۴۰۲	۰/۶۱۵	-۰/۰۹۷	-۰/۶۶۹	خوب
q13_15	۳/۵۹۰۹	۰/۱۳۹۱۵	۰/۹۲۳۰۴	۰/۸۵۲	-۰/۱۸۷	۰/۱۷۲	خوب

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

q13_16	۲/۹۵۴۵	۰/۱۶۲۴۲	۱/۰۷۷۳۵	۱/۱۶۱	۰/۲۱۱	-۰/۰۵۸	قابل قبول
q13_17	۳/۲۵	۰/۱۶۹۳۳	۱/۱۲۳۲۲	۱/۲۶۲	-۰/۳۱۶	-۰/۲۸۴	قابل قبول
q13_18	۳/۳۶۳۶	۰/۱۴۹۳۱	۰/۹۹۰۴۴	۰/۹۸۱	-۰/۲۰۴	۰/۱۵۸	نامطلوب
q13_19	۳/۴۰۹۱	۰/۱۷۳۰۲	۱/۱۴۷۶۶	۱/۳۱۷	-۰/۳۹۵	-۰/۴۷۷	قابل قبول
q13_20	۲/۸۴۰۹	۰/۱۶۵۶	۱/۰۹۸۴۸	۱/۲۰۷	-۰/۰۰۱	-۰/۴۱	قابل قبول
q13_21	۳/۳۱۸۲	۰/۱۴۸۱۸	۰/۹۸۲۹۴	۰/۹۶۶	-۰/۵۴۱	۰/۵۳۵	قابل قبول
q13_22	۳/۴۰۹۱	۰/۱۴۲۹	۰/۹۴۷۹	۰/۸۹۹	-۰/۰۷	-۰/۱۱	قابل قبول
q13_23	۳/۴۷۷۳	۰/۱۶۷۷۳	۱/۱۰۹۹۷	۱/۲۳۲	-۰/۶۳۵	۰/۳۰۸	قابل قبول
q13_24	۳/۵۹۰۹	۰/۱۳۹۱۵	۰/۹۲۳۰۴	۰/۸۵۲	-۰/۳۷۳	۰/۲۵۳	خوب

بر اساس یافته‌های درصد فراوانی، نقاط قوت جشنواره شامل برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی با ۵۴/۶ درصد رضایت از اعلام غرفه‌ها و کیفیت محصولات، و برنامه‌های گردشگری با ۶۸/۲ درصد رضایت از تنوع کارگاه‌های گلاب‌گیری و ۵۰ درصد استقبال از مراسمات جانبی است. در مقابل، نقاط ضعف عمدتاً در زیرساخت‌ها مشاهده می‌شود. متغیرهای حمل‌ونقل عمومی با ۳۴/۱ درصد نارضایتی، مراکز خدمات عمومی با ۲۵ درصد نارضایتی، و فضاهای تفریحی و استراحت با ۲۹/۵ درصد نارضایتی در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. در تعاملات اجتماعی، پذیرش جامعه محلی و تقابل فرهنگی با ۴۰/۹ درصد در سطح مطلوبی نیست. در محیطزیست، ظرفیت تحمل مکان با ۳۴/۱ درصد نارضایتی و تنها ۲۵ درصد رضایت، نشان‌دهنده شلوغی و مدیریت ضعیف جمعیت است. با وجود این چالش‌ها، رضایت کلی نسبتاً خوب است؛ به‌طوری که ۵۴/۵ درصد تمایل به بازگشت مجدد و ۵۱/۸ درصد تمایل به معرفی جشنواره به دیگران دارند. در زمینه هزینه‌ها، ۴۳/۲ درصد هزینه را متوسط و ۴۳/۱ درصد زیاد تا خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند که برای جذب گسترده‌تر نیاز به بازنگری دارد (جدول۷).

جدول شماره ۷. نتایج آمار توصیفی متغیرهای ارزیابی جشنواره گل و گلاب به تفکیک درصد فراوانی گزینه‌های انتخابی

کد گویه	درصد فراوانی					وضعیت
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
q13_1	٤/٥	۱۳/٦	٥٦/٨	۲۰/٥	٤/٥	مثبت-قوت
q13_2	٦/٨	۱۳/٦	٥٦/٨	۲۰/٥	۲/۳	متوسط-قوت
q13_3	٤/٥	۹/۱	٤۷/۷	۳۱/٨	٦/٨	مثبت-قوت
q13_4	٦/٨	٤/٥	۳٤/۱	۳٦/٤	۱۸/۲	مثبت-قوت
q13_5	۰	۱۱/٤	٥٦/٨	۲۲/۷	۹/۱	مثبت-قوت
q13_6	۹/۱	۱۳/٦	٤۰/۹	۲۲/۷	۱۳/٦	مثبت-قوت
q13_7	۲/۳	۲۰/٥	٥۲/۳	۱۸/۲	٦/٨	مثبت-قوت
q13_8	۲/۳	۲/۳	٤۷/۷	۳٤/۱	۱۳/٦	مثبت-قوت
q13_9	٤/٥	۲٥	٤۳/۲	۲۲/۷	٤/٥	متوسط-قوت
q13_10	٤/٥	۱۸/۲	٤۷/۷	۲۲/۷	٦/٨	مثبت-قوت
q13_11	۹/۱	۲٥	٤۰/۹	۱٥/۹	۹/۱	متوسط-قوت
q13_12	۰	۱۸/۲	٥۲/۳	۲۲/۷	٦/٨	مثبت-قوت
q13_13	۰	۳٦/٤	۳۱/٨	۲٥	٦/٨	مثبت-قوت
q13_14	۰	۲/۳	۲۹/٥	٤٥/٥	۲۲/۷	مثبت-قوت
q13_15	۲/۳	٤/٥	٤۳/۲	۳۱/٨	۱۸/۲	مثبت-قوت
q13_16	۹/۱	۲۰/٥	٤۷/۷	۱۱/٤	۱۱/٤	متوسط-قوت
q13_17	۹/۱	۱۱/٤	۳٨/٦	۲۷/۳	۱۳/٦	مثبت-قوت
q13_18	٤/٥	۹/۱	٤٥/٥	۲۷/۳	۱۳/٦	منفی-ضعف
q13_19	٦/٨	۱۳/٦	۲۹/٥	۳۱/٨	۱۸/۲	مثبت-قوت
q13_20	۱۳/٦	۲۰/٥	٤۰/۹	۱۸/۲	٦/٨	متوسط-قوت
q13_21	٦/٨	٦/٨	٤۳/۲	۳٤/۱	۹/۱	مثبت-قوت

q13_22	۲/۳	۱۱/٤	٤۳/۲	۲۹/٥	۱۳/٦	مثبت-قوت
q13_23	۹/۱	۲/۳	۳۸/٦	۳۱/۸	۱۸/۲	مثبت-قوت
q13_24	۲/۳	٦/۸	۳٦/٤	۳۸/٦	۱٥/۹	مثبت-قوت

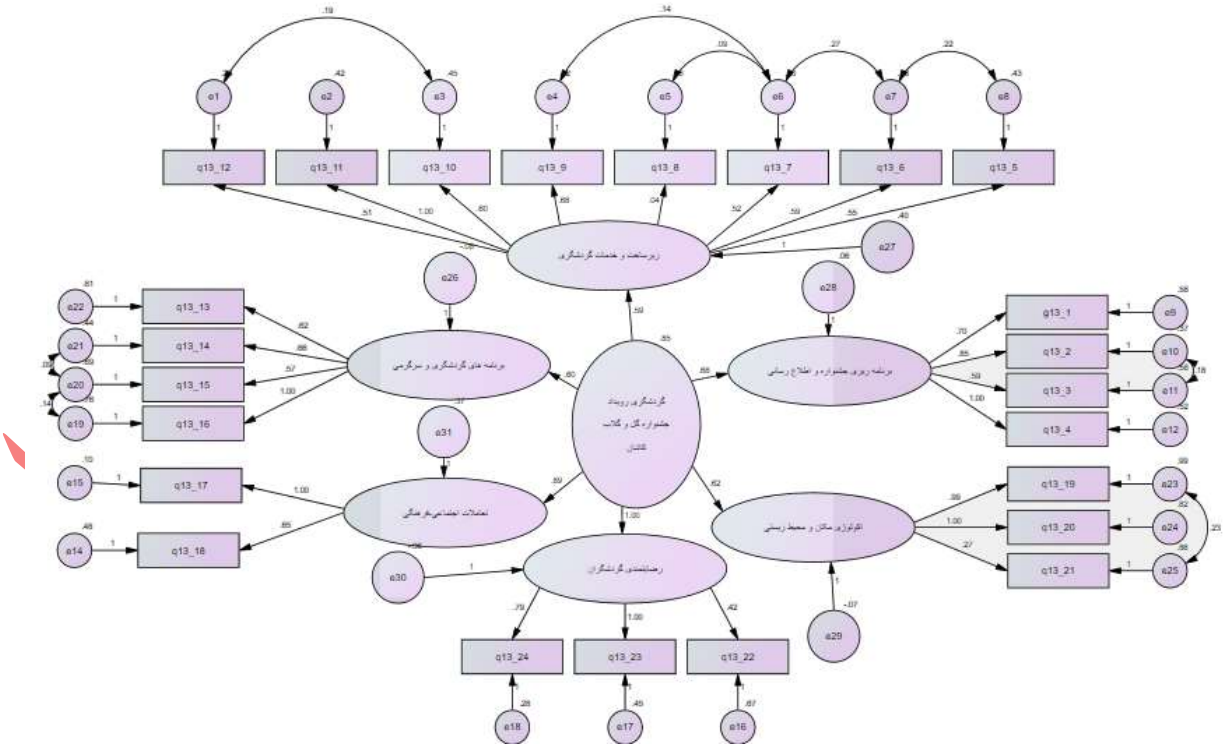
نتایج آزمون t و اندازه‌ی اثر تک نمونه‌ای d کوهن متغیرهای ارزیابی نشان داد تمامی متغیرها با Sig=۰/۰۰۰ معنادار هستند. بنابراین متغیرهای مزبور برای ارزیابی جشنواره گل و گلاب مناسب و مطلوب هستند و میانگین نظرات شرکت‌کنندگان به‌طور معناداری متفاوت‌تر از حد متوسط است، اما قدرت تفاوت و اندازه اثر آنها فرق می‌کند. تحلیل اندازه اثر نشان داد متغیرهای تنوع کارگاه‌های گلاب‌گیری (d= ۴/۹۵۷)، مراکز خدمات‌رسان نیازهای اساسی (d= ۴/۱۸۲)، علائم و تابلوهای خودراهنما (d= ۴/۱۴۷)، کمیت و کیفیت دفاتر خدمات گردشگری (d= ۳/۹۰۵)، مراسمات جانبی (d= ۳/۸۹)، تمایل مجدد به سفر (d= ۳/۸۹)، اطلاع‌رسانی مکان (d= ۳/۶۴۲)، اعلام برنامه زمان‌بندی (d= ۳/۵۰۸)، اعلام تعداد غرفه‌ها (d= ۳/۳۲۴) و نحوه اطلاع‌رسانی (d= ۳/۶۲۶) قوی‌ترین اثر مثبت را دارند و نقاط قوت جشنواره محسوب می‌شوند. متغیرهای مکان نهادهای انتظامی/درمانی (d= ۲/۸۲۵)، برنامه‌های تفریحی (d= ۲/۷۴۲)، زیرساخت‌های حمل‌ونقل (d= ۲/۷۰۸)، و رعایت ظرفیت تحمل مکان (d= ۲/۵۸۶) دارای اندازه اثر متوسط بوده و جنبه‌های نسبتاً قابل قبول جشنواره هستند (جدول۸).

جدول شماره ۸. نتایج آزمون t و اندازه‌ی اثر تک نمونه‌ای d کوهن متغیرهای ارزیابی جشنواره گل و گلاب کاشان

کد گویه	آماره t	تفاوت میانگین	معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای اختلاف		استانداردسازی	برآورد نقطه‌ای	فاصله اطمینان ۹۵٪		وضعیت اثر
				کران پایین	کران بالا			کران پایین	کران بالا	
q13_1	۲٤/۰٤۹	۳/۰٦۸۱۸۳	۰/۰۰۰	۲/۸۱۰۹	۳/۳۲٥٥	۰/۸٤٦۲۷	۳/٦۲٦	۲/۸۰۳	٤/٤٤۱	عالی
q13_2	۲۳/۲٦۸	۲/۹۷۷۲۷	۰/۰۰۰	۲/۷۱۹۲	۳/۲۳٥۳	۰/۸٤۸۷٦	۳/٥۰۸	۲/۷۰۹	٤/۳	عالی
q13_3	۲٤/۱٥۷	۳/۲۷۲۷۳	۰/۰۰۰	۲/۹۹۹٥	۳/٥٤٥۹	۰/۸۹۸٦۷	۳/٦٤۲	۲/۸۱٦	٤/٤٦	عالی
q13_4	۲۲/۰٥۱	۳/٥٤٥٤٥	۰/۰۰۰	۳/۲۲۱۲	۳/۸٦۹۷	۱/۰٦٦٥	۳/۳۲٤	۲/٥٦۱	٤/۰۸۱	عالی
q13_5	۲۷/٥۰٥	۳/۲۹٥٤٥	۰/۰۰۰	۳/۰٥۳۸	۳/٥۳۷۱	۰/۷۹٤۷٤	٤/۱٤۷	۳/۲۲۲	٥/۰٦٥	خوب
q13_6	۱۸/۷۳۹	۳/۱۸۱۸۲	۰/۰۰۰	۲/۸۳۹٤	۳/٥۲٥٤۲	۱/۱۲٦۲۸	۲/۸۲٥	۲/۱٥۷	۳/٤۸٦	عالی
q13_7	۲۳/۳۰٤	۳/۰٦۸۱۸	۰/۰۰۰	۲/۸۰۲۷	۳/۳۳۳۷	۰/۸۷۳۳۲	۳/٥۱۳	۲/۷۱۳	٤/۳۰٦	عالی
q13_8	۲۷/۷۳۹	۳/٥٤٥٤٥	۰/۰۰۰	۳/۲۸۷۷	۳/۸۰۳۲	۰/۸٤۷۸۳	٤/۱۸۲	۳/۲٥	٥/۱۰۷	عالی
q13_9	۲۱/۲۹۷	۲/۹۷۷۲۷	۰/۰۰۰	۲/٦۹٥۳	۳/۲٥۹۲	۰/۹۲۷۳۳	۳/۲۱۱	۲/٤٦۹	۳/۹٤٥	عالی
q13_10	۲۱/۹۱٥	۳/۰۹۰۹۱	۰/۰۰۰	۲/۸۰٦٥	۳/۳۷٥۳	۰/۹۳٥٥٦	۳/۳۰٤	۲/٥٤٤	٤/۰٥٦	عالی
q13_11	۱۷/۹٦	۲/۹۰۹۰۹	۰/۰۰۰	۲/٥۸۲٤	۳/۲۳٥۷	۱/۰۷٤٤	۲/۷۰۸	۲/۰٦۲	۳/۳٤٦	عالی
q13_12	۲٥/۹۰٤	۳/۱۸۱۸۲	۰/۰۰۰	۲/۹۳٤۱	۳/٤۲۹٥	۰/۸۱٤۷۷	۳/۹۰٥	۳/۰۲۸	٤/۷۷٦	عالی
q13_13	۲۱/۰٦	۳/۰۲۲۷۳	۰/۰۰۰	۲/۷۳۳۳	۳/۳۱۲۲	۰/۹٥۲۰۸	۳/۱۷٥	۲/٤٤	۳/۹۰۲	عالی
q13_14	۳۲/۸۸۱	۳/۸۸٦۳٦	۰/۰۰۰	۳/٦٤۸	٤/۱۲٤۷	۰/۷۸٤۰۲	٤/۹٥۷	۳/۸٦۹	٦/۰۳۹	خوب
q13_15	۲٥/۸۰٥	۳/٥۹۰۹۱	۰/۰۰۰	۳/۳۱۰۳	۳/۸۷۱٥	۰/۹۲۳۰٤	۳/۸۹	۳/۰۱٦	٤/۷٥۸	عالی
q13_16	۱۸/۱۹۱	۲/۹٥٤٥٥	۰/۰۰۰	۲/٦۲۷	۳/۲۸۲۱	۱/۰۷۷۳٥	۲/۷٤۲	۲/۰۹	۳/۳۸۷	عالی
q13_17	۱۹/۱۹۳	۳/۲٥	۰/۰۰۰	۲/۹۰۸٥	۳/٥۹۱٥	۱/۱۲۳۲۲	۲/۸۹۳	۲/۲۱۳	۳/٥٦۷	عالی
q13_18	۲۲/٥۲۷	۳/۳٦۳٦٤	۰/۰۰۰	۳/۰٦۲٥	۳/٦٦٤۸	۰/۹۹۰٤٤	۳/۳٦۹	۲/٦۱۹	٤/۱٦٦	ضعیف
q13_19	۱۹/۷۰٤	۳/٤۰۹۰۹	۰/۰۰۰	۳/۰٦۰۲	۳/۷٥۸	۱/۱٤۷٦٦	۲/۹۷	۲/۲۷٥	۳/٦٥۹	عالی
q13_20	۱۷/۱٥٥	۲/۸٤۰۹۱	۰/۰۰۰	۲/٥۰٦۹	۳/۱۷٤۹	۱/۰۹۸٤۸	۲/٥۸٦	۱/۹٦۳	۳/۲۰۲	عالی
q13_21	۲۲/۳۹۲	۳/۳۱۸۱۸	۰/۰۰۰	۳/۰۱۹۳	۳/٦۱۷	۰/۹۸۲۹٤	۳/۳۷٦	۲/٦۰۲	٤/۱٤۲	عالی
q13_22	۲۳/۸٥٦	۳/٤۰۹۰۹	۰/۰۰۰	۳/۱۲۰۹	۳/٦۹۷۳	۰/۹٤۷۹	۳/٥۹٦	۲/۷۸	٤/٤۰٦	عالی
q13_23	۲۰/۷۸	۳/٤۷۷۲۷	۰/۰۰۰	۳/۱۳۹۸	۳/۸۱٤۷	۱/۱۰۹۹۷	۳/۱۳۳	۲/٤۰٦	۳/۸٥۲	عالی
q13_24	۲٥/۸۰٥	۳/٥۹۰۹۱	۰/۰۰۰	۳/۳۱۰۳	۳/۸۷۱٥	۰/۹۲۳۰٤	۳/۸۹	۳/۰۱٦	٤/۷٥۸	عالی

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

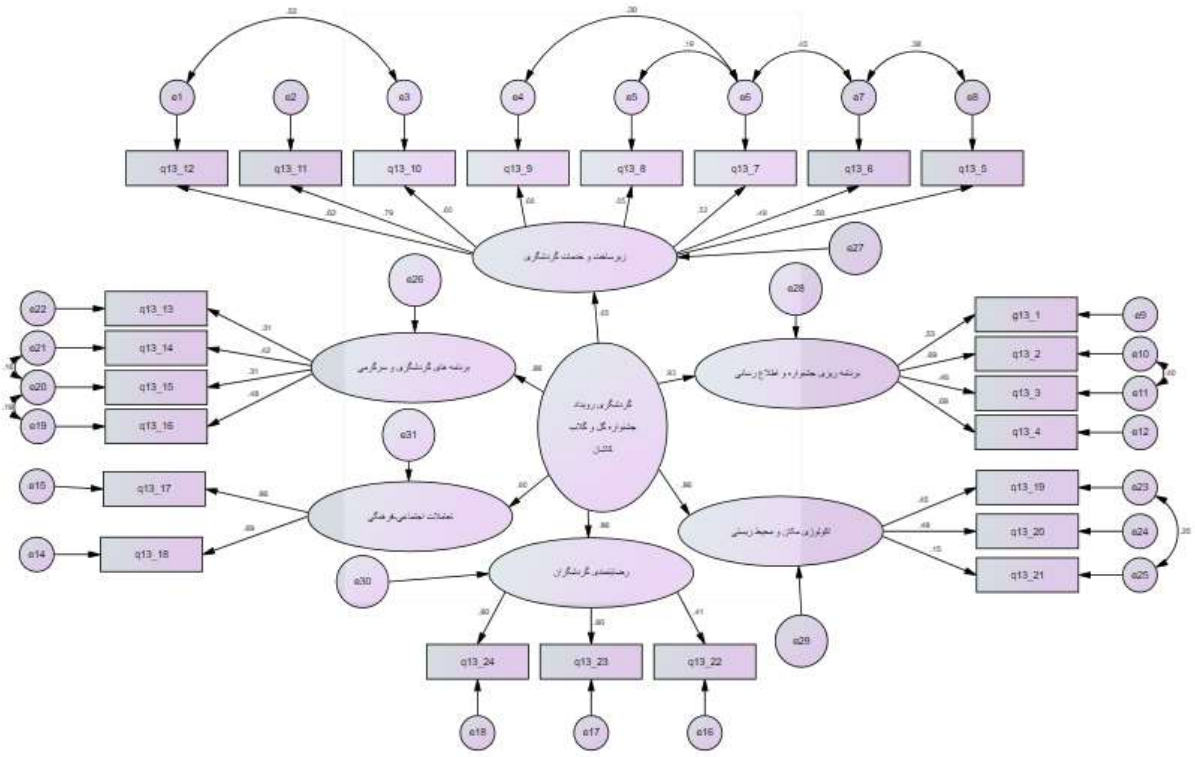
تحلیل شاخص‌های برازش مدل ساختاری نشان داد که مقدار کای اسکوئر برابر با ۳۴۰/۰۹۵ و سطح معناداری برابر با ۰/۲۳۸ و بیشتر از ۰/۰۵ است. لذا تفاوت معنی‌داری بین ماتریس کوواریانس مدل پیشنهادی و ماتریس کوواریانس داده‌های تجربی وجود ندارد. مقدار نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی برابر ۱/۴۳۵ بوده که این مقدار بین ۱ تا ۳ یعنی ملاک‌های استاندارد قرار دارد. ریشه میانگین مربعات خطای برآورد با مقدار ۰/۰۳۵ کمتر از از ۱/۰۵ است که نشان‌دهنده برازش خوب مدل هستند. شاخص‌های نیکویی برازش مطلق به ترتیب با مقادیر ۰/۹۹۶ و ۰/۹۸ هر دو بالاتر از ۰/۹۵ مقدار و نزدیک به ۱ هستند که نشان داد مدل واریانس–کوواریانس داده‌ها را به خوبی تبیین می‌کند. شاخص‌های برازش تطبیقی/مقایسه‌ای به ترتیب با مقادیر ۰/۹۹۷، ۰/۹۹۱ و ۰/۹۹۴ بالاتر از ۰/۹۵ هستند و وضعیت مطلوب دارند. مقادیر شاخص‌های پارسیمونی نیز بین ۰ تا ۱ هستند و تعادل بین پیچیدگی مدل، تعداد پارامترها و کیفیت برازش را می‌سنجند که مقادیر بالاتر نشان‌دهنده کارایی بالای مدل است. مقادیر نسبتاً پایین شاخص‌های نیکویی برازش پارسیمونی (۰/۱۹۹) و برازش هنجارشده مقتصد (۰/۳۳) نشان دهنده پیچیده‌گی مدل است. با این حال، از آنجایی که سایر شاخص‌های برازش دارای وضعیت خوب و عالی هستند، این پیچیدگی برای دستیابی به برازش مطلوب ضروری به نظر می‌رسد. در مجموع اکثر شاخص‌های اصلی مدل ساختاری مزبور در محدوده مطلوب و عالی قرار گرفتند و این مدل به طور کلی برازش بسیار خوب و قابل قبولی با داده‌های تجربی دارد. به طور کلی، اکثر گویه‌ها سازه‌های مربوطه را به خوبی اندازه‌گیری کرده و روابط بین سازه‌ها قوی و معنادار هستند، لذا مدل از اعتبار قابل قبولی برخوردار است (شکل‌های ۴ و ۵ و جدول ۹).



شکل شماره ٤. ضرایب غیراستاندارد مدل ساختاری تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

منبع/ مأخذ: نویسندگان

؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟؟ /✍ ... ؟؟



شکل شماره ۵. ضرایب استاندارد مدل ساختاری تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری جشنواره گل‌وگلاب کاشان

منبع/ مأخذ: نویسندگان

جدول شماره ۹. شاخص‌های تاییدی برازش مدل ساختاری تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی جشنواره گل‌وگلاب کاشان

شاخص برازش	کای اسکوئر	درجه آزادی	معنی داری	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی	ریشه میانگین مربع خطای برآورد	شاخص نیکویی برازش	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	شاخص نیکویی برازش پارسیمونی	شاخص برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجارشده	شاخص برازش نسبی	نسبت پارسیمونی	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	شاخص برازش هنجارشده مقتصد	شاخص غیرمرکزیت تخمینی
	CMIN	DF	p	CMIN/DF	RMSEA	GFI	AGFI	PGFI	CFI	NFI	RFI	PRATIO	PCFi	PNFI	NCP
مقدار	۳۴۰/۰۹۵	۲۳۷	۰/۲۳۸	۱/۴۳۵	۰/۰۳۵	۰/۹۹۶	۰/۹۸	۰/۱۹۹	۰/۹۹۷	۰/۹۹۱	۰/۹۹۴	۰/۸۵۹	۰/۳۳۲	۰/۳۳	۰/۸۶۹

تحلیل رابطه بین متغیرهای آشکار با پنهان نشان داد که در اکثر موارد، مقدار بار عاملی بالاتر از ۰/۵ و سطح معنادار آنها کمتر از ۰/۰۵ است لذا حاکی از اعتبار همگرای مطلوب بین پارامترهای مدل می‌باشد. به عبارتی گویه‌ها سنجشی به خوبی توانسته‌اند روابط مولفه‌های را در قالب مدل ساختاری ارزیابی کنند. در شاخص برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی، متغیرهای اعلام برنامه زمانبندی برگزاری جشنواره و تعداد غرفه‌ها و عرضه محصولات و کیفیت آنها به ترتیب با بارعاملی ۰/۶۹ و ۰/۶۸۶ ($p < ۰/۰۵$)، در شاخص زیرساخت و خدمات گردشگری متغیرهای مکان استقرار و خدمات نهادهای انتظامی، درمانی و آتش نشانی و مراکز خدمات رسان نیازهای اساسی روزمره گردشگران به‌ترتیب با بارعاملی ۰/۷۸۸ و ۰/۶۵۷ ($p < ۰/۰۵$)، در شاخص برنامه‌های گردشگری متغیر حضور

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

افراد با هدف سرگرمی و آموزش با بارعاملی ۰/۴۷۶ (p < ۰/۰۵)، در شاخص تعاملات اجتماعی–فرهنگی متغیرهای تقابل اجتماعی–فرهنگی گردشگران و جوامع محلی و دیدگاه جامعه محلی در پذیرش گردشگر به ترتیب با بارعاملی ۰/۹۵۶ و ۰/۶۹۲ (p < ۰/۰۵)، در شاخص اکولوژی و محیط زیستی متغیرهای رعایت ظرفیت تحمل و ویژگی‌های طبیعی مکان و آب و هوای آن به ترتیب با بارعاملی ۰/۴۸۶ و ۰/۴۴۷ (p < ۰/۰۵)، و در شاخص رضایتمندی نیز متغیرهای پیشنهاد برگزاری مجدد جشنواره و میزان تمایل مجدد به ترتیب با بارعاملی ۰/۷۹۹ و ۰/۷۹۸ (p < ۰/۰۵) بیشترین بارعاملی را به خود اختصاص داده و قویترین رابطه و اثرگذاری را دارند. در بین شاخص‌ها نیز رضایتمندی با بارعاملی ۰/۹۹۴ قوی‌ترین پیش‌بین مثبت برای موفقیت گردشگری رویداد جشنواره گل‌وگلاب کاشان است. این رابطه کاملاً منطقی است و نشان می‌دهد رضایت بازدیدکنندگان هدف نهایی و محرک اصلی می‌باشد. شاخص برنامه‌های گردشگری با بارعاملی ۰/۹۷۲ دارای تأثیر مثبت و بسیار قوی است که حاکی از تنوع و کیفیت برنامه‌های جانبی تفریحی و گردشگری بوده و عامل مهمی در ارزیابی کلی است. بار عاملی شاخص اکولوژی و محیط زیستی با مقدار ۰/۹۵۱ تأثیر مثبت و قوی آن را نشان می‌دهد. لذا حفظ محیط زیست و رعایت ظرفیت تحمل برای پایداری رویداد جشنواره حیاتی است. بارعاملی شاخص برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی با مقدار ۰/۹۳۳ حاکی از تأثیر قوی و مثبت آن است. بنابراین تبلیغات و برنامه‌ریزی شفاف سنگ بنای جذب و رضایتمندی است. تعاملات اجتماعی–فرهنگی با بارعاملی ۰/۸ نیز دارای تأثیر قوی و مثبت است که نشان می‌دهد تعامل سازنده با جامعه محلی یکی از ارکان اصلی موفقیت جشنواره است. کمترین بار عاملی با مقدار ۰/۶۵۳ به شاخص زیرساخت و خدمات تعلق دارد که با وجود داشتن تأثیر مثبت و معنادار، ضعیف‌ترین پیش‌بین در بین سایر مولفه‌ها است. این شرایط حاکی از آن است که در جشنواره گل و گلاب کاشان، عوامل نرم نظیر رضایتمندی، تعاملات اجتماعی–فرهنگی و برنامه‌ریزی، در مقایسه با عوامل سخت مانند زیرساخت و خدمات، از اهمیت بیشتری برخوردار بودند. لذا در این رویداد به حداقل‌های زیرساختی بسنده شده و وضعیت موجود پاسخگوی نیازها بوده است، در حالی‌که تقویت و بهبود زیرساخت‌ها می‌تواند گامی مؤثر در جهت ارتقای کیفیت و پایداری هرچه بیشتر جشنواره باشد (شکل ۵ و جدول۱۰). بارهای عاملی قوی بیانگر این است که سازه‌های مدل به شدت به هم وابسته هستند و در عمل، تجربه گردشگران از جشنواره یک پدیده یکپارچه است که رضایت کلی، هسته مرکزی این تجربه است. بنابراین مدیریت جشنواره به جای تمرکز بر بهبود تکی عوامل، بایستی به دنبال ارتقاء همزمان مجموعه‌ای از عوامل مرتبط باشد، زیرا بهبود یک عامل به طور خودکار بر سایرین تأثیر مثبت می‌گذارد.

جدول شماره ۱۰. بار عاملی و برآوردهای غیر استاندارد با سطح تحت پوشش در مدل ساختاری جشنواره گل و گلاب کاشان

متغیر مشاهده	رابطه	متغیر پنهان	کد گویه	بارعاملی	برآورد	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	مقدار p
برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی	<---	اطلاع رسانی و تبلیغ روش برگزاری جشنواره	q13_1	۰/۵۲۸	۰/۷۰۳	۰/۰۷۹	۸/۸۵۰	***
	<---	اعلام برنامه زمانبندی جشنواره	q13_2	۰/۶۹۰	۰/۸۵۳	۰/۰۷۶	۱۱/۲۶۶	***
	<---	اطلاع رسانی در مورد مکان جشنواره	q13_3	۰/۴۶۰	۰/۵۸۶	۰/۰۷۶	۷/۷۱	***
	<---	اعلام تعداد غرفه‌ها و کیفیت محصولات	q13_4	۰/۶۸۶	۱/۰۰۰	---	---	***
زیرساخت و خدمات	<---	علائم و تابلوهای خودراهنمای گردشگران	q13_5	۰/۶۱۸	۰/۵۰۶	۰/۰۴۸	۱۰/۴۶۹	***
	<---	استقرار نهادهای امنیتی، سلامت و خدمات اضطراری	q13_6	۰/۷۸۸	۱/۰۰۰	---	---	***
	<---	تعبیه مکان اسکان موقت گردشگران	q13_7	۰/۵۹۸	۰/۶۰۱	۰/۰۵۹	۱۰/۱۲	***
	<---	مراکز خدمات رسان نیازهای اساسی روزمره	q13_8	۰/۶۵۷	۰/۶۸۰	۰/۰۶۱	۱۱/۱۴۵	***
	<---	خدمات عمومی (سرویس بهداشتی، پارکینگ و سوخت)	q13_9	۰۵۱	۰/۰۴۲	۰/۰۴۸	۰/۸۶۶	۰/۳۸۷
	<---	مراکز اسکان (هتل، مسافرخانه، بوم‌گردی و کمپ‌ها)	q13_10	۰/۵۲۲	۰/۵۱۹	۰/۰۵۹	۸/۸۲۸	***
	<---	سهولت دسترسی، زیرساخت‌ها و وسایل حمل‌ونقل	q13_11	۰/۴۸۵	۰/۵۸۸	۰/۰۷۱	۸/۲۵۶	***
	<---	کمیت و کیفیت دفاتر خدمات گردشگری	q13_12	۰/۵۷۶	۰/۵۵۴	۰/۰۵۶	۹/۸۳۶	***

برنامه‌های گردشگری	<---	حضور افراد راهنما با هدف سرگرمی و آموزش	q13_13	۰/۴۷۶	۱/۰۰۰	---	---	***
	<---	تنوع و تعدد کارگاه‌های گلابگیری و عرقیات گیاهی	q13_14	۰/۳۰۵	۰/۵۶۶	۰/۰۸۹	۶/۳۵۱	***
	<---	فعالیتهای مکمل (گل غلتان، چیدن گل، مراسم آیینی)	q13_15	۰/۴۲۵	۰/۶۶۲	۰/۰۸۹	۷/۴۴۹	***
	<---	فضاها و برنامه‌های تفریحی و استراحت خانواده‌گی	q13_16	۰/۳۰۷	۰/۶۱۶	۰/۱۰۵	۵/۸۵۰	***
اجتماعی-فرهنگی	<---	دیدگاه و تفکرات جامعه محلی در پذیرش گردشگر	q13_17	۰/۶۹۲	۰/۶۵۳	۰/۰۵۰	۱۳/۱۳۹	***
	<---	تقابل اجتماعی و فرهنگی گردشگر و جامعه محلی	q13_18	۰/۹۵۶	۱/۰۰۰	---	---	***
اکولوژی و محیط زیستی	<---	جاذبه‌های طبیعی مکان جشنواره و آب‌وهوای منطقه	q13_19	۰/۴۴۷	۰/۹۹۱	۰/۱۳۲	۷/۵۲۸	***
	<---	رعایت ظرفیت تحمل جشنواره و عدم تراکم بیش از حد	q13_20	۰/۴۸۶	۱/۰۰۰	---	---	***
	<---	رعایت مقررات محیط زیستی: نظافت و مدیریت زباله	q13_21	۰/۱۴۷	۰/۲۷۶	۰/۰۸۹	۳/۱۰۶	۰/۰۰۲
رضایتمندی	<---	هزینه‌های بازدید از جشنواره و جاذبه‌های گردشگری	q13_22	۰/۴۱۲	۰/۹۹۱	۰/۱۳۲	۷/۵۲۸	***
	<---	پیشنهاد برگزاری جشنواره در آینده و معرفی به سایرین	q13_23	۰/۷۹۹	۱/۰۰۰	---	---	***
	<---	تمایل مجدد به انتخاب مکان و شرکت در جشنواره	q13_24	۰/۷۹۸	۰/۲۷۴	۰/۰۹۴	۲/۹۱	۰/۰۰۴
گردشگری رویداد جشنواره گل و گلاب کاشان	<---	برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی	---	۰/۹۳۳	۰/۶۸۴	۰/۰۵۴	۱۲/۶۷۵	***
	<---	زیرساخت و خدمات	---	۰/۶۵۳	۰/۵۹۰	۰/۰۵۷	۱۰/۳۴۵	***
	<---	برنامه‌های گردشگری	---	۰/۹۷۲	۰/۵۹۹	۰/۰۵۶	۱۰/۷۶۴	***
	<---	تعاملات اجتماعی-فرهنگی	---	۰/۸	۰/۸۸۶	۰/۰۵۶	۱۵/۸۸۱	***
	<---	اکولوژی و محیط زیستی	---	۰/۹۵۱	۰/۶۱۷	۰/۰۵۸	۱۰/۵۸۲	***
	<---	رضایتمندی	---	۰/۹۹۴	۱/۰۰۰	---	---	***

تحلیل کلی مدل ساختاری ارزیابی جشنواره گل‌وگلاب کاشان نشان داد با ترکیب نتایج تحلیل برازش مدل و تحلیل مدل ساختاری-اندازه‌گیری، تصویر جامع و روشنی از وضعیت جشنواره گل و گلاب به‌دست آمد که جمع‌بندی نهایی در دو سطح روش‌شناختی (اعتبار مدل و قابلیت اتکای) و محتوایی (یافته‌های کلیدی برای مدیریت جشنواره) ارائه شد. در سطح روش‌شناختی، مدل طراحی‌شده برای سنجش ارزیابی از جشنواره، از اعتبار علمی بالایی برخوردار است. شواهد این ادعا عبارتند از: برازش آماری شاخص‌ها (p-value= ۰/۲۳۸ ،CFI= ۰/۹۹۷ ،RMSEA= ۰/۰۳۵) که در محدوده مطلوب و حتی عالی قرار دارند. این نشان می‌دهد مدل به‌خوبی واریانس و کوواریانس داده‌های واقعی را تبیین کرده است. از طرفی ساختار اندازه‌گیری معتبر است و اکثر گویه‌ها بار عاملی قابل قبول و معناداری بر سازه‌های مربوطه داشته‌اند که حاکی از اعتبار همگرای خوب پرسشنامه است. علاوه براین پیچیدگی کنترل‌شده مدل نشان داد اگرچه مدل با ۶ شاخص مؤثر نسبتاً پیچیده است، اما این پیچیدگی به‌منظور دستیابی به یک تصویر واقع‌بینانه و کامل از پدیده مورد مطالعه ضروری بوده و برازش عالی مدل، این پیچیدگی را توجیه می‌کند. در نتیجه مدل ساختاری پژوهش، ابزاری معتبر، قابل اعتماد و قدرتمند برای ارزیابی جشنواره و آزمون روابط بین متغیرها است و یافته‌های حاصل از آن برای تصمیم‌گیری مدیریتی قابلیت اتکا دارند. در سطح محتوایی، مدل در شناسایی عوامل کلیدی به ترتیب أثرگذاری موفقیت مطلوبی دارد، به عبارتی تحلیل مدل ساختاری به وضوح سلسله‌مراتب اهمیت عوامل مؤثر بر موفقیت درک‌شده جشنواره را مشخص کرده است. همچنین رضایتمندی کلی به‌عنوان هسته مرکزی تجربه گردشگران، هم نتیجه عوامل دیگر است و هم مستقیم‌ترین پیش‌بینی‌کننده قصد بازدید مجدد و توصیه به دیگران می‌باشد. تعاملات اجتماعی-فرهنگی، کیفیت ارتباط گردشگر با جامعه میزبان را نشان داده و تقابل فرهنگی و پذیرش محلی، نقشی تعیین‌کننده و حیاتی در شکل‌دهی به تصویر کلی رویداد دارد. برنامه‌ریزی دقیق و اطلاع‌رسانی به‌موقع و شفافیت در ارائه اطلاعات، اعتماد گردشگر را جلب کرده و زیربنای یک تجربه خوب از جشنواره است. عامل پایداری با تاکید بر حفظ اکولوژی و محیط زیست، توجه به ظرفیت تحمل مکان، نظافت و رعایت قوانین محیط‌زیستی ارزشمند بوده و بر پایداری بلندمدت این رویداد تأکید دارد. تنوع برنامه‌های گردشگری، کارگاه‌های گلابگیری، مراسمات مکمل و جانبی، به عنوان یک عامل جذابیت در غنی‌سازی تجربه و ایجاد خاطره مثبت مؤثر هستند. لذا زیرساخت و خدمات یک ضرورت پایه‌ای در برگزاری رویدادها است. اگرچه وجود حداقلی از خدمات اولیه ضروری است، اما تحلیل‌ها نشان داد در این رویداد خاص، کیفیت تجربه

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

به مراتب از تجهیزات فیزیکی تأثیرگذارتر بوده و می‌تواند نقطه قوت جشنواره‌های بوم‌محور باشد. در نتیجه موفقیت جشنواره گل و گلاب در گرو خلق تجربه‌ای همه‌جانبه و احساس‌محور است. این مدل به وضوح نشان داد که این رویداد صرفاً یک نمایش محصول نیست، بلکه یک فرصت برای ارتباط انسانی اصیل، تجربه فرهنگی و آرامش در محیطی پاک است. لذا تحلیل نتایج این پژوهش چراغ راهی برای تبدیل جشنواره گل‌وگلاب کاشان از یک رویداد محلی به یک مقصد گردشگری تجربه‌محور و پایدار در سطوح ملی و بین المللی است.

بحث و نتیجه‌گیری

نظر به اهمیت گردشگری رویداد و توانمندی‌های محیطی منطقه کاشان در تولید گل محمدی و همچنین تاریخچه برگزاری جشنواره‌های پیشین گل و گلاب در این منطقه، پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل ابعاد مدیریتی و توسعه‌ی گردشگری رویداد با تأکید بر جشنواره گل و گلاب کاشان تدوین شد که نتایج آن با تأکید بر توان‌های محیطی و گردشگری منطقه در توسعه پایدار، از یک طرف به شناسایی جنبه‌های مثبت و فرصت‌های این جشنواره پرداخته و از طرف دیگر، راهکارهای مدیریتی لازم برای گردشگری رویداد را تدوین می‌کند. تحلیل‌های بیوگرافی نشان داد که جشنواره گل‌وگلاب کاشان یک رویداد جذاب برای جوانان تحصیل‌کرده است. لذا هدف‌گیری بازاریابی بایستی بر قشر جوان با سطح سواد، همراه با ارائه محتوای متناسب جذاب و طراحی برنامه‌های جوان پسند متمرکز باشد. با توجه به حضور گردشگران از سایر مناطق، تقویت زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل نیز از ملزومات اجرایی است. تمرکز اطلاع‌رسانی موثر از طریق شبکه‌های اجتماعی و تاکید بر خانواده دارد. الگوی تنوع جشنواره‌ها نشان داد جشنواره‌های گل و گلاب کاشان به‌خوبی در بین خانواده‌ها و از طریق شبکه‌های اجتماعی شناخته شده، و از نظر اقتصادی و حرفه‌ای گردشگری ظرفیت رشد قابل توجهی دارد. از مهمترین چالش‌های رویداد جشنواره می‌توان به ضعف در جذب گردشگران سازمان‌یافته و تورهای برنامه‌ریزی شده، عدم استفاده از روش‌های رسمی اطلاع‌رسانی، اقتصاد گردشگری ضعیف مبتنی بر هزینه‌کرد پایین و ناپایداری نیروی انسانی شاغل اشاره کرد. بنابراین تنوع‌بخشی به روش‌های اطلاع‌رسانی، ایجاد حمایت‌های توریستی برای جذب گردشگران سازمان‌یافته، افزایش محصولات با ارزش افزوده بالا برای افزایش هزینه‌کرد، تدوین برنامه‌هایی برای جذب و حفظ نیروهای با تجربه در رویداد و برنامه‌ریزی برای جذب مخاطبان با ارتباط شغلی بیشتر با گردشگری جشنواره از مهمترین راهکارهای ارتقائ کمی و کیفی جشنواره‌های آتی است.

بر اساس یافته‌های ترکیبی از تحلیل‌های توصیفی و مدل‌سازی ساختاری، ارزیابی جامع جشنواره گل و گلاب کاشان نشان داد که این رویداد با وجود نقاط قوت قابل‌توجه، با چالش‌های ساختاری نیز مواجه است که می‌تواند آینده آن را تحت تأثیر قرار دهد. نقاط قوت اصلی جشنواره در سه حوزه متمرکز است: نخست، برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی که با شفافیت مناسب در ارائه محصولات و غرفه‌ها و اطلاع‌رسانی مکان برگزاری عملکرد قابل قبولی داشته، هرچند زمان‌بندی برنامه‌ها نیازمند بهبود است. دوم، کارگاه‌های گلاب‌گیری با استقبال حداکثری، به‌عنوان درخشان‌ترین نقطه قوت، نشان‌دهنده حفظ اصالت، تجربه عملی جذاب و تمرکز بر هویت اصلی جشنواره است. سوم، مراسمات فرهنگی جانبی مانند گل‌غلتان با استقبال بسیار خوب، تجربه معناداری از فرهنگ محلی ارائه می‌دهند. نقاط ضعف بحرانی عمدتاً در چهار حوزه قابل شناسایی است: زیرساخت‌های حمل‌ونقل و خدمات عمومی ضعف‌های جدی هستند که تجربه گردشگر را مختل می‌کنند. فضاهای تفریحی خانواده‌گی به‌ویژه در بخش کودک‌محور و امکانات استراحت، نیازمند تقویت اساسی است. بحرانی‌ترین ضعف، عدم رعایت ظرفیت تحمل محیط‌زیست است که نشان از ازدحام بیش از حد و فشار فراتر از توان اکولوژیک دارد و در صورت بی‌توجهی، پایداری بلندمدت جشنواره را تهدید می‌کند. همچنین تعاملات اجتماعی–فرهنگی با

وجود تقابل مثبت فرهنگی، از پراکندگی نظر در جامعه محلی رنج می‌برد که نشان‌دهنده وجود گروه‌های مقاوم در کنار گروه‌های پذیرا است.

الگوی برگزاری جشنواره به گونه‌ای است که محتوای اصلی نظیر کارگاه‌ها و مراسمات فرهنگی بسیار قوی و جذاب است، اما خدمات پشتیبانی و رفاهی مانند حمل‌ونقل، فضاهای تفریحی و خدمات عمومی در سطح مطلوبی قرار ندارد. این عدم تعادل، در بلندمدت می‌تواند باعث کاهش رضایت شود. رضایت کلی با وجود این ضعف‌ها، در وضعیت مثبتی قرار دارد؛ به‌طوری که بیش از ۵۰ درصد تمایل به بازگشت مجدد و معرفی جشنواره را دارند. لذا اکثریت گردشگران اجماع بر تجربه مثبت از جشنواره، تمایل به بازگشت و اشاعه آن دارند. این رضایت ناشی از هسته اجرای قوی، کارگاه‌های گلاب‌گیری، محصولات و خدمات مطلوب، میزبانی جامعه، جذابیت طبیعی منطقه، آب‌وهوای مساعد و قیمت‌گذاری منصفانه است. با این حال، تمایل به بازگشت، انتظارات گردشگران را در دفعات بعدی افزایش می‌دهد و ضرورت بهبود نقاط ضعف را دوچندان می‌کند. در مجموع جشنواره گل و گلاب کاشان یک رویداد موفق و قابل‌توجه اما شکننده است. پایه‌های موفقیت آن یعنی طبیعت، فرهنگ، خدمات، امکانات، مدیریت و برنامه‌های گردشگری در معرض تهدید قرار دارند و ضعف‌های ساختاری در صورت بی‌توجهی، مزیت‌های آن را از بین خواهد برد. این رویداد آستانه تبدیل شدن به یک برند ماندگار را دارد، اما نیازمند مدیریت علمی، پایدار و یکپارچه است که در آن، کیفیت تجربه و ارتباط انسانی عمیق، محور اصلی قرار گیرد و زیرساخت‌ها به‌عنوان پشتیبان، و محور تعیین‌کننده، ایفای نقش کنند. با رویکرد متوازن به محتوا و زیرساخت، این جشنواره می‌تواند از یک رویداد محلی به مقصد گردشگری تجربه‌محور و پایدار در سطوح ملی و بین‌المللی تبدیل شود. بنابراین راهبرد پیشنهادی منتج از نتایج برای جشنواره گل‌وگلاب کاشان، رویکرد تثبیت و رشد با ارتقاء قوت‌ها و رفع ضعف‌ها است.

مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر عمدتاً شامل خلأهای مدیریتی و پژوهشی در حوزه گردشگری رویداد و جشنواره گل‌وگلاب به دلیل ماهیت خاص آن است. چرا که گردشگری رویداد دارای ابعاد مختلفی مانند برنامه‌ریزی و مدیریت در مقام اجرا، رعایت اصول توسعه پایدار، تحقق پایداری اکولوژیکی و اقتصادی، سنجش بازخورد گروه‌های ذیربط، تقویت همبستگی اجتماعی، خلق تجربه به‌یادماندنی و بازآفرینی تصویر مقصد است. از طرفی جشنواره گل‌وگلاب کاشان دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی نظیر وابستگی به محصول کشاورزی خاص گل محمدی است و ریشه در فرهنگ و سنت‌های دیرین منطقه و موقعیت جغرافیایی ویژه کاشان دارد. این ویژگی‌ها باعث شده یافته‌های پژوهش تعمیم‌پذیری کمتری به سایر رویدادهای فرهنگی یا مناطق دیگر داشته باشد. همچنین وقفه در برگزاری جشنواره، کوتاهی مدت دو روزه‌ی رویداد، فقدان آرشیو منسجم از داده‌های دوره‌های پیشین و چالش‌های گردآوری داده به صورت طولی در چندین سال متوالی، دسترسی پژوهشگر به داده‌های طولی را تاحدودی ناممکن کرده و تحلیل روند تحول آن در طول زمان را عملاً دشوار کرده است. لذا یافته‌ها بر پایه داده‌ها و ادراکات زمان انجام پژوهش استوار است که تعمیم‌پذیری آن و امکان استنباط علّی درباره تأثیر بلندمدت رویداد جشنواره گل‌وگلاب را محدود می‌کند. علاوه بر این می‌توان محدودیت‌هایی دیگری نظیر جامعه آماری محدود، نمونه‌گیری غیراحتمالی، بازه زمانی محدود پژوهش با توجه به توقف چندین ساله و دوره دو روزه برگزاری جشنواره برای جمع‌آوری داده را نیز بیان کرد. این محدودیت‌ها نشان می‌دهد که نتایج پژوهش بایستی با احتیاط تعمیم داده شود و پژوهش‌های آتی می‌تواند با حجم نمونه بیشتر، روش‌های تحلیل ترکیبی، گستره مکانی وسیع‌تر و بازه زمانی طولانی‌تر، تصویر جامعی از گردشگری رویداد در جشنواره گل و گلاب کاشان ارائه دهد. لذا مورد زیر به عنوان پیشنهادهای عملیاتی طرح می‌شود:

تثبیت و بهره‌برداری از مزیت‌ها: توجه اساسی بر تقویت تعامل میزبان–میهمان و ارتقای شفافیت اطلاع‌رسانی، ازجمله مهمترین عواملی هستند که پایداری جشنواره را تحکیم می‌بخشد.

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟؟؟؟، شماره ؟؟؟؟، ؟؟؟؟؟-؟، بهار و تابستان ۱۴۰۴

اقدام اصلاحی: بهبود وضعیت خدمات عمومی، توسعه مراکز تامین نیازهای اساسی، رعایت قوانین و مقررات اکولوژی و محیط‌زیستی در اولویت عملیاتی قرار گیرد، چرا که این موارد می‌تواند رضایتمندی و تجربه مثبت گردشگران را خدشه‌دار کند.

بازنگری در برنامه‌ریزی محتوا: طراحی برنامه‌های تعاملی و آموزشی که ریشه در فرهنگ و محیط محلی دارد، می‌تواند برنامه‌های گردشگری جشنواره گل و گلاب را به یک عامل مطلوب تبدیل کند.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

در حین تهیه این اثر، نویسنده(گان) از هوش مصنوعی ChatGPT مدل ۵.۶ برای کمک به بازخوانی، ویرایش و بهبود زبان انگلیسی و انسجام متن استفاده کرده‌اند. پس از استفاده از این ابزار، نویسنده(گان) محتوا را بازبینی و در صورت نیاز اصلاح کرده و مسئولیت کامل محتوای نهایی این اثر را بر عهده می‌گیرند.

حامی مالی

ندارد

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان برابر است.

تضاد منافع

ندارد

تقدیر و تشکر

از مشارکت کنندگان در پژوهش تقدیر و تشکر می‌شود.

منابع

Bardia, S., & Hazel, T. (2018). *The role of socio-cultural events in rebuilding Iran's image*. In Book of Tourism in Iran. 144-157. Routledge . https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315146409-9/

Bod, M., & Darman, F. (2023). The Impacts of Event Tourism in Iran. *Tourism of Culture, 4*(13), 62-73. https://doi.org/10.22034/toc.2023.389524.1113 **[In Persian]**

Chevallier, A. (1996). *The encyclopedia of medicinal plants*. Dorling Kindersely, London.

Davazdahemami, S., Akhavan, A., & Ehtemam, M. H. (2022). Morphological and micromorphological study on some endemic Rosa damascena populations by scanning electron microscopy (SEM) in Iran. *Journal of Plant Research (Iranian Journal of Biology)*, 35(2), 332-346. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23832592.1401.35.2.7.3 **[In Persian]**

Divandari, J., & Elbeigipour, F. (2019). Evaluating the Challenges of Attracting Event Tourism Using the SWOT Model; (Case Study: Seif Abad Village, a Subdistrict of Kohrang County). *Tourism Research and Sustainable Development, 2*(3(6)), 31 - 42. https://civilica.com/doc/995366 **[In Persian]**

Fox, D., Gouthro, M. B., Morakabati, Y., & Brackstone, J. (2014). *Doing events research: From theory to practice*. Routledge. https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781315815084&type=googlepdf

مقاله در نوبت انتشار

Getz, D. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. 2nd edn. Abingdon: Routledge.

Izady, H., Tahsiri, M., & Salari, M. (2025). Identifying Factors Influencing the Improvement of Tourist Satisfaction with the Narcissus Flower Festival Event in Kazerun County. *Journal of Tourism and Development, 14*(3), 1-14. https://www.itsairanj.ir/article_235394.html?lang=en **[In Persian]**

Jahanian, M., & Sheikhooni, S. (2022). Proposing an Event-based Tourism Development Model based on Recognizing the Motivational Components of Attracting Tourists in the Country. *Journal of Tourism and Development, 11*(3), 133-147. https://www.itsairanj.ir/article_141563.html **[In Persian]**

Jalilian, N., Kaaroubi, M., & Ghaderi, E. (2019). Feasibility Study of Cultural Event Tourism Development and Its impact on Seasonal Demand Adjustment of tourist destinations Case study: Hamadan City. *Tourism Management Studies, 14*(45), 35-56. https://doi.org/10.22054/tms.2019.27611.1794 **[In Persian]**

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]**

Khosravi, A., Farmani, M., & Zandinasab, M. (2020). Exploring the Effects of Event Advertisements on the Attitudes and Visiting Purposes (Case Study: Rosewater-making Festival of Ghamsar, Kashan). *Geography and Urban Space Development, 7*(1), 144-121. https://doi.org/10.22067/jgusd.v7i1.78902 **[In Persian]**

Khosravi, A., Fathi, M. R., Yazdani, F., Razi Moheb Seraj, S., & Younessi, A. (2023). The effect of nostalgia on the pull motivation of tourist destinations, amazing behavior and loyalty among tourists (case Study: Kashan rosewater cultural festival, Iran). *International Journal of Tourism, Culture & Spirituality, 6*(1), 111-129 .https://doi.org/10.22133/ijtcs.2023.172029

Mirzaei, R., & Rezaee, N. (2016). Analyzing The Motivational Factors Affecting Visitors to the local Community-Based Events, Golghaltan Festival as A Case Study. *Journal of Rural Research, 7*(1), 139-166. https://doi.org/10.22059/jrur.2016.58389 **[In Persian]**

Mirzaei, R., & Rezaei, N. (2017). Segmentation of the Special Events' Market Based on Visitors' Motivations. *New Marketing Research Journal, 7*(1), 93-114. https://doi.org/10.22108/nmrj.2017.21453 **[In Persian]**

Mirzaie, R. (2016). Event tourism is a solution for sustainable economic development in local communities. *Geography, 14*(49), 41-60. https://mag.iga.ir/article_700862.html?lang=en **[In Persian]**

Nagy, A., & Nagy, H. (2014). the Importance of Festival Tourism in the Economic Development of Hungary. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development, 2*(2), 57–59. https://doi.org/10.2478/vjbsd-2013-0011

Nazari, M., Ghaderi, Z., & Fazlavi, S. F. (2015). Study of Effective Factors on the successful implementation of cultural events from the perspective of tourists, Case study SADEH celebration. *Journal of Public Administration, 7*(4), 699-720. https://doi.org/10.22059/jipa.2015.57352 **[In Persian]**

Page, S. J., & Getz, D. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge. https://uhra.herts.ac.uk/id/eprint/18582/

Rompas, J., Maramis, P., Kutu'Kampilong, J., Lintong, E. H. L. E. H., Wangkay, G., & Supit, J. (2025). Economic Contributions of Tourism Events: A Mixed-Methods Analysis of Tomohon International Flower Festival Impact on Local Economy. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial, 14*(4), 2701-2717. https://doi.org/10.36526/sosioedukasi.v14i4.6481

Saghaei, D., & Khooshebast, F. (2018). Strategic Analysis of Tourism Event in Iran) Case Study: Red Gold Festival of Qaenat City. *Geography and Territorial Spatial Arrangement, 8*(27), 75-94. https://doi.org/10.22111/gaij.2018.4091 **[In Persian]**

Salek Farokhi, O. (2022). The effects of the making Rosewater festival from the perspective of local residents. *Journal of Hospitality & Tourism, 20*(1), 30-42. https://johat.org/wp-content/uploads/2022/07/3-Omid-Salek-Farokhi.pdf

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). *Journal of Tourism and Development, 7*(14), 135-155. https://www.itsairanj.ir/article_63616.html **[In Persian]**

Skoultsos, S. (2014). *The potential of festivals and their contribution to culture and tourism*. Greek Economic Outlook, Centre of Planning and Economic Research 25 (January 2014), 61–66. Http://Www.Kepe.Gr/Images/Oikonomikes_ekselikseis/Oik_exel_25_eng.Pdf

Zamani-Farahani, H., & Fox, D. (2018). The contribution of rose and rosewater tourism and festival to the destination image. *Event Management, 22*(4), 541-554. https://doi.org/10.3727/152599518X15264726192460

مقاله در نوبت انتشار