



## Analysis of Factors Influencing Event Tourism Development with an Emphasis on Cultural, Social, Managerial, Environmental, and Economic Variables (Case Study: Karaj City)

Anahita Mohammadi<sup>a</sup> ✉ , Mehdi Basouli<sup>b</sup>

- a. Ph.D. Student, Faculty of Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran.  
Email: [anahitamohammadi51@gmail.com](mailto:anahitamohammadi51@gmail.com)
- b. Associate Professor, Faculty of Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran.  
Email: [Basouli@usc.ac.ir](mailto:Basouli@usc.ac.ir)

### ARTICLE INFO

Article type:  
**Research Paper**

Received:  
13 July 2026  
Received in revised form:  
8 August 2026  
Accepted:  
1 September 2026  
pp.41-53

**Keywords:**  
Sustainable urban  
development,  
Karaj city,  
Event tourism,  
Structural equation modeling,  
Tourist destination.

### ABSTRACT

A destination's tourism appeal extends well beyond its natural landmarks and historical sites. Diverse events hosted throughout the year demonstrate significant potential for fostering the tourism industry; furthermore, these events function as strategic instruments for destination marketing and attracting tourists. This applied study was conducted to identify and assess the impact of five core variables—cultural, social, managerial, environmental, and economic—on the development of event tourism in the city of Karaj, aiming to provide actionable strategies for its enhancement. Employing a descriptive-survey research design, the study synthesized data from comprehensive library research and empirical field studies. A structured questionnaire was utilized to gather primary data from a sample of 384 tourists interested in event tourism, selected via convenience sampling. The validity and reliability of the research instrument were rigorously evaluated. To analyze the collected data, the study utilized Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA) within the framework of Structural Equation Modeling (SEM). The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) index was calculated to verify sampling adequacy, while Cronbach's alpha coefficients for all constructs exceeded 0.7, confirming the acceptable reliability of the instrument. Statistical analyses were executed using SPSS 24 and AMOS 24 software packages. The empirical findings reveal that cultural variables, explaining 45.881% of the total variance, constitute the most significant factor influencing event tourism development in Karaj. This is followed, in descending order, by social, managerial, environmental, and economic variables. Notably, unlike many previous studies that have largely focused on the economic or unidimensional aspects of event tourism, this research provides a comprehensive, multidimensional approach. By integrating five critical variables, it offers a robust framework for understanding and optimizing this industry, providing scholars and policymakers with a broader perspective on the dynamics of event tourism sustainability.

**Citation:** Mohammadi, A., & Basouli, M. (2026). Analysis of Factors Influencing Event Tourism Development with Emphasis on Cultural, Social, Managerial, Environmental, and Economic Variables (Case Study: Karaj City). *Journal of Geography and Urban Research*, 3(2), 41-53.

<https://doi.org/10.22130/gur.2026.2094398.1052>

© The Author(s)

Publisher: University of Maragheh.

This is an open access article under the CC BY licens (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

The global development of the tourism industry has made it one of the key factors in improving the national economies of countries. The tourism sector has a significant impact on creating small and medium-sized jobs, as well as on the social and economic development of regions. In this regard, tourism destinations, by offering new experiences through tourism events, can help attract tourists and strengthen regional identity. Events, in addition to reviving cultures and traditions, also help address the seasonal challenges of tourism, making it easier to attract tourists throughout the year.

Event tourism refers to travel aimed at participating in festivals, conferences, and competitions. Due to the unique opportunities it offers for tourists, it has attracted considerable attention in recent years. The combination of events and tourism creates new attractions for tourists and is considered an effective strategy for the equitable distribution of tourism across various regions. However, despite Iran's high potential in this field, it has yet to capture a significant share of the global event tourism market. The city of Karaj, with attractions such as *the Nowruz Festival*, *the Flower and Plant Festival*, and *the Asara Tulip Festival*, has great potential to attract tourists interested in events. This research aims to identify and introduce the key variables affecting event tourism in Iran, particularly in Karaj. The study, which uses a descriptive and survey-based approach, focuses on examining the role of these key variables in the development of event tourism in Iran. Given the diversity of events in the country, the research identifies existing challenges and opportunities and provides solutions for the sustainable development of event tourism. In this context, five key variables—cultural, social, managerial, environmental, and economic—are examined to create an appropriate environment for attracting tourists and expanding event tourism.

### Methodology

This research was conducted using a descriptive and survey-based approach with an applied purpose. Data were collected through library and field studies using a structured questionnaire. The survey was carried out in two stages. In the first stage, the opinions of 10 tourism experts with at least 5 years of related experience were collected. Using the Delphi method, 24 variables were extracted, and 20 key indicators were identified across five categories: economic (investment in infrastructure, government

support, event costs, taxes and duties), social (local community participation, local culture characteristics, social acceptance and behavior, human resource training), environmental (environmental sustainability, pollution, environmental impacts, natural heritage conservation), managerial (event planning, information technology in management, risk management, evaluation and improvement), and cultural (cultural diversity, artistic and cultural content, cultural promotion, cultural exchange). In the second stage, a 5-point Likert scale questionnaire was designed and validated to assess these indicators. The statistical population consisted of tourists interested in tourism events during the summer of 2025 (from June to September 2025), and 392 questionnaires were used for analysis. Content and face validity were confirmed by experts, and construct validity was ensured through exploratory factor analysis. For reliability, the Cronbach's alpha coefficient for all items was greater than 0.7, indicating acceptable reliability of the questionnaire.

### Results and Discussion

The data in this study were analyzed using exploratory and confirmatory factor analysis with SPSS 24 and AMOS 24 software. Exploratory factor analysis was used to identify latent variables and categorize them into different factors. The main goal of this analysis was to reduce the information from a large number of variables to a smaller set of factors. To ensure sample adequacy, the KMO index needed to be above 0.6, and Bartlett's test for the significance of the correlation matrix was conducted, with a significance level below 0.05. The results showed that three factors with eigenvalues greater than one explained 64.439% of the total variance, with the first factor being the most prominent, explaining 45.881%.

In the next stage, five factors were extracted, and indicators were selected based on their high factor loadings. Of the 20 factors, 19 had factor loadings greater than 0.4. After performing varimax rotation, structural equation modeling was used to test the hypotheses. For model fit evaluation, the chi-square test and other indices, such as GFI and RMSEA, were used. The chi-square value divided by the degrees of freedom was 2.71, and the RMSEA was 0.06, indicating a good model fit. As a result, the designed structural model was confirmed, and its fit indices were deemed acceptable.

### Conclusion

The late 20th century marked the "era of events" in the tourism industry, and today, event tourism

has become one of the rapidly growing sectors of this industry. Tourist destinations have increasingly turned to hosting diverse events, especially cultural ones, to attract visitors and strengthen their markets. These events not only showcase the unique features of each destination but also promote the cultural and social identity of local communities, providing opportunities to revive traditions and create unique experiences for tourists. Given Iran's significant potential for attracting tourists, it is essential for the country to effectively plan and promote its events to showcase its rich culture and traditions. Furthermore, adhering to sustainable development principles in organizing these events can help preserve cultural heritage and reduce negative environmental impacts.

Event tourism can have positive economic effects, such as creating jobs and generating income for local communities. To maximize these benefits, collaboration between event organizers and local governmental institutions is essential. Moreover, events should be organized following sustainable development principles to minimize negative impacts on the environment and natural resources. Environmental concerns, controlled resource use, and preserving cultural diversity are key challenges in this regard.

Despite its abundant natural, historical, and cultural attractions, the tourism industry in Iran has not yet reached its full potential. Particularly in the current context of sanctions and falling oil prices, the country requires comprehensive planning to empower this industry. According to the 20-year vision document, Iran aims to increase inbound tourism to 20 million visitors and generate 25 billion dollars in tourism revenue by 2025. However, current statistics indicate that sufficient planning has not yet been made to achieve these goals.

#### **Funding**

There is no funding support.

#### **Authors' Contribution**

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

#### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

#### **Acknowledgments**

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





## تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری رویداد با تأکید بر متغیرهای فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی (مورد مطالعه: شهر کرج)

آناهیتا محمدی<sup>۱</sup>✉، مهدی باصولی<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی دکتری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران. Email: [anahitamohammadi51@gmail.com](mailto:anahitamohammadi51@gmail.com)

۲- دانشیار، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران. Email: [Basouli@usc.ac.ir](mailto:Basouli@usc.ac.ir)

| اطلاعات مقاله                                                                                                           | چکیده                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>نوع مقاله:</b><br><b>مقاله پژوهشی</b>                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>تاریخ دریافت:</b><br>۱۴۰۵/۰۴/۲۲                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>تاریخ بازنگری:</b><br>۱۴۰۵/۰۵/۱۷                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>تاریخ پذیرش:</b><br>۱۴۰۵/۰۶/۱۰                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>صص.</b> ۵۳-۴۱                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>واژگان کلیدی:</b><br>توسعه پایدار شهری،<br>شهر کرج،<br>گردشگری رویداد،<br>مدل سازی معادلات ساختاری،<br>مقصد گردشگری. | جاذبه‌های گردشگری یک مقصد فراتر از پدیده‌های طبیعی و تاریخی آن است و رویدادهای متنوع برگزار شده در طول سال، پتانسیل قابل توجهی برای توسعه صنعت گردشگری دارند و ابزاری راهبردی برای بازاریابی و جذب گردشگر محسوب می‌شوند. این پژوهش کاربردی با هدف شناسایی و سنجش تأثیر متغیرهای فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی بر توسعه گردشگری رویداد در شهر کرج انجام شد و به دنبال ارائه راهکارهای عملی برای بهبود آن است. جمع‌آوری داده‌ها به روش توصیفی و پیمایشی صورت گرفت. اطلاعات لازم از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی، با استفاده از یک پرسشنامه ساختاریافته، از ۳۸۴ گردشگر علاقه‌مند به رویدادها (به روش نمونه‌گیری در دسترس) گردآوری شد. اعتبار و پایایی پرسشنامه با استفاده از روایی و پایایی مورد سنجش قرار گرفت. داده‌ها با بهره‌گیری از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری، تحلیل شدند. شاخص کایزر مایر اوکلین (KMO) برای اطمینان از کفایت حجم نمونه به کار رفت و ضریب آلفای کرونباخ در تمامی موارد بیش از ۷/۰ گزارش شد که نشان‌دهنده پایایی ابزار اندازه‌گیری است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزارهای SPSS24 و AMOS24 انجام شد. یافته‌ها نشان دادند که متغیرهای فرهنگی با ۸۸۱/۴۵٪ واریانس تبیین شده، مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری رویداد در کرج هستند. پس از آن، به ترتیب متغیرهای اجتماعی، متغیرهای مدیریتی، متغیرهای محیطی و متغیرهای اقتصادی قرار گرفتند. این پژوهش، برخلاف بسیاری از مطالعات پیشین که غالباً بر جنبه‌های اقتصادی و تک‌بعدی گردشگری رویداد متمرکز بوده‌اند، با در نظر گرفتن پنج متغیر کلیدی، رویکردی جامع و چندبعدی را برای فهم و بهبود این صنعت ارائه می‌دهد. |

**استناد:** محمدی، آناهیتا و باصولی، مهدی. (۱۴۰۵). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری رویداد با تأکید بر متغیرهای فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی (مورد مطالعه: شهر کرج). *مجله جغرافیا و پژوهش‌های شهری*، ۳(۲)، ۴۱-۵۳.

<https://doi.org/10.22130/gur.2026.2094398.1052>

## مقدمه

گردشگری، به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین صنایع جهانی، در دهه‌های اخیر تحولات شگرفی را تجربه کرده است. در این میان، گردشگری رویداد به‌عنوان شاخه‌ای پویا و خاص، با تمرکز بر برگزاری رویدادهای ویژه و منحصربه‌فرد در مقیاس‌های مختلف، جایگاه خود را تثبیت کرده است (Slamet et al, 2024). این گونه از گردشگری نه‌تنها در ترویج فرهنگ و تاریخ یک منطقه نقش ایفا می‌کند، بلکه به‌عنوان محرکی اقتصادی، موجب افزایش درآمد، ایجاد اشتغال و توسعه زیرساخت‌ها می‌شود (Lu, 2021). با این حال، در کشور ایران فرایند برنامه‌ریزی گردشگری (اعم از طرح‌های ملی، منطقه‌ای، ناحیه‌ای و شهری)، در چارچوب شرح خدمات یکسان و با عوامل برنامه‌ریز و تصمیم‌گیر مشخص انجام می‌گیرد و تجربه چنین طرح‌هایی نشان‌دهنده عدم موفقیت در دستیابی به نتایج مطلوب و مورد انتظار بوده است (Najafy & Hassani, 2025).

با وجود این چالش‌ها در سطح کلان، تمرکز بر ظرفیت‌های محلی و رویکردهای نوین می‌تواند راهگشا باشد؛ در این میان، شهر کرج، به‌عنوان یکی از کانون‌های اصلی استان البرز و با مجاورت پایتخت، از ظرفیت‌های قابل توجهی برای توسعه گردشگری رویداد برخوردار است. ویژگی‌های منحصربه‌فرد جغرافیایی و ساختار اجتماعی این شهر، آن را به عرصه‌ای مهم برای پژوهش و مدیریت تبدیل کرده است (Ardestani et al, 2022). موفقیت در این عرصه، وابسته به شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر آن است. در این راستا، پنج متغیر فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی، هر یک به‌گونه‌ای بنیادین بر کمیت و کیفیت گردشگری رویداد تأثیر می‌گذارند.

از یک سو، عوامل فرهنگی همچون آیین‌ها، جشن‌ها و میراث فرهنگی می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌هایی قدرتمند عمل کنند و غنای فرهنگی یک مقصد را به نمایش بگذارند. در مقابل، ضعف در این حوزه می‌تواند به مانعی جدی برای جذب گردشگر تبدیل شود (Alaminehet et al, 2023). برای نمونه، وجود دسترسی به برنامه‌های فرهنگی و هنری متنوع، جذب گردشگر را افزایش می‌دهد، حال آنکه فقدان این دسترسی‌ها عاملی کاهنده محسوب می‌شود (Dilshod et al, 2024). از سوی دیگر، بعد اجتماعی و نقش نگرش جامعه میزبان و تعاملات بین فرهنگی، تعیین‌کننده است. نگرش مثبت ساکنان و تمایل به تعامل سازنده با گردشگران، به ارتقای تجربه سفر و افزایش رضایت آنان می‌انجامد (Fan, 2023).

همچنین، مدیریت و برنامه‌ریزی کارآمد، از ارکان اساسی موفقیت یک رویداد به شمار می‌رود. فقدان استراتژی‌های مدیریتی مناسب می‌تواند به شکست در برگزاری رویداد و در نهایت، کاهش تقاضای گردشگری بینجامد (Maguire, 2022). افزون بر این، برگزاری موفق رویدادهای گردشگری مستلزم بهره‌گیری از زیرساخت‌های نرم و سخت مناسب (از جمله شبکه‌های حمل‌ونقل کارآمد، ایمن و در دسترس) است. از این رو، توسعه متوازن زیرساخت‌های گردشگری در کنار توجه ویژه به شرایط مساعد محیطی و ظرفیت‌های اقتصادی منطقه، نه‌تنها کیفیت خدمات و رضایت گردشگران را ارتقاء می‌دهد، بلکه نقش مهمی در جذب و حفظ آن‌ها و تقویت جایگاه گردشگری رویداد در تعامل با سایر گونه‌های گردشگری ایفا کرده و فضای لازم برای رشد و توسعه گردشگری رویداد را فراهم می‌آورد (khosravi et al, 2025).

در دنیای امروز، گردشگری رویداد به عنوان یکی از راهبردهای کلیدی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری شناخته می‌شود. این نوع گردشگری، با تمرکز بر رویدادهای متنوع فرهنگی، ورزشی، تجاری و اجتماعی، نه تنها موجب رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی می‌شود، بلکه بستری برای نمایش هویت فرهنگی و تقویت پیوندهای اجتماعی فراهم می‌آورد. شهر کرج، با توجه به موقعیت جغرافیایی ویژه و ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی غنی، می‌تواند به عنوان نمونه‌ای موفق در توسعه گردشگری رویداد در ایران مطرح شود. با این حال، دستیابی به این هدف مستلزم درک عمیق و همه‌جانبه‌ای عوامل مؤثر بر این حوزه است.

پژوهش حاضر با نگاهی جامع و چندبعدی، درصدد است تا سهم و تأثیر پنج متغیر اصلی فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی را در توسعه گردشگری رویداد در شهر کرج مورد سنجش و تحلیل قرار دهد. رویکرد چندعاملی این مطالعه، امکان درک بهتر تعاملات پیچیده بین این متغیرها را فراهم کرده و راهکارهای عملیاتی مبتنی بر یافته‌های بومی را ارائه می‌دهد.

## مبانی نظری

در دو دهه گذشته، گردشگری رویداد به عنوان یکی از پویاترین شاخه‌های صنعت گردشگری، تحولات چشمگیری را تجربه کرده است. تغییر در الگوی تقاضای گردشگران و ظهور بخش‌بندی‌های جدید از ویژگی‌های این دوره است. گردشگران امروزی، به دنبال تجربیات تعاملی، معتبر و غوطه‌ور در فرهنگ محلی هستند که نه تنها به پیشرفت شخصی آنان کمک کند، بلکه در شکل‌دهی به هویت فردی و اجتماعی آنان نیز مؤثر باشد (Remoaldo et al, 2020, Poursaeed et al, 2021). این تغییر نگرش، مدیران مقاصد گردشگری را به سمت طراحی رویدادهای متنوع و جذاب سوق داده است. رویدادها، به عنوان الگوهای مؤثر در گردشگری، قادرند مزایای چندبعدی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ایجاد کنند و به ترویج و توسعه مقاصد گردشگری کمک شایانی نمایند (Abdelmoaty et al, 2023). در این میان، جشنواره‌ها و رویدادهای محلی، فراتر از بازآفرینی جشن‌های سنتی، نقش آموزشی و هویت‌بخشی برای نسل‌های جدید ایفا می‌کنند و به حفظ و انتقال میراث فرهنگی و آداب و رسوم کمک می‌کنند (Khademi et al, 2023).

گردشگری رویداد به سفرهایی اطلاق می‌شود که با هدف شرکت گردشگران در رویدادهای برنامه‌ریزی شده نظیر جشنواره‌ها، کنسرت‌ها، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و سایر گردهمایی‌های فرهنگی، هنری و ورزشی اطلاق می‌شود. این نوع گردشگری با ایجاد تجربه‌های متنوع و افزایش جذابیت مقصد، نقش مؤثری در توسعه و پویایی فعالیت‌های گردشگری ایفا می‌کند (Lalehpour et al, 2026). اهمیت این نوع گردشگری تا بدانجاست که از مفهوم «فستیوال‌سازی» به عنوان فرآیند تبدیل رویدادهای بومی و محلی به جشنواره‌های سازمان‌یافته و کالایی گردشگری یاد می‌شود. رویدادها در انواع فرهنگی، ورزشی و تجاری دسته‌بندی می‌شوند (Jahanian & Sheikhooni, 2023). این رویدادها تأثیرات چندبعدی به همراه دارند؛ از جمله تأثیرات اقتصادی (افزایش درآمد محلی، ایجاد اشتغال)، تأثیرات اجتماعی (تقویت هویت فرهنگی، تبادل فرهنگی) و تأثیرات زیست‌محیطی (چالش‌ها و فرصت‌ها در مدیریت منابع طبیعی) (Abdelmoaty et al, 2023).

در بعد فرهنگی، رویدادهای فرهنگی ویژگی‌های منحصر به فرد مقاصد را برجسته ساخته و از طریق جشنواره‌ها و آیین‌ها، به تقویت هویت و انسجام اجتماعی کمک می‌کنند (Khademi et al, 2023). این رویدادها نه تنها به ترویج و تفسیر میراث فرهنگی می‌پردازند، بلکه با تشویق بازدیدکنندگان به اقامت طولانی‌تر، منافع اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و آموزشی ایجاد می‌کنند (Cudny et al, 2022). جشنواره‌ها با معرفی جذاب نمادهای فرهنگی، به حفظ ارزش‌های تاریخی و تقویت حس تعلق مکانی کمک می‌کنند (Saghaei & Khooshebast, 2018).

در ایران، بسیاری از جشن‌های آئینی و سنتی که در فهرست میراث فرهنگی ناملموس ثبت شده‌اند، به ترویج فرهنگ و هویت ملی می‌پردازند و تجربه‌ای غنی از آداب و رسوم محلی، موسیقی و تبادلات فرهنگی را برای گردشگران به ارمغان می‌آورند. این رویدادها نه تنها لذت از موسیقی و زمین‌شناسی منطقه را فراهم می‌آورد، بلکه موجب تقویت حس غرور و حمایت از جوامع محلی نیز می‌شود و احساس لذت از آشنایی با افراد غیربومی و مسافران از سراسر کشور و تبادل فرهنگی در بین افراد را فراهم می‌سازد (Moladoost et al, 2017). این موضوع در پژوهش (Shaterian et al, 2021) نیز تأیید شده است؛ آنان نشان دادند که در رویداد گلاب‌گیری قمصر و نیاسر، انگیزه خرید عرقیات گیاهی مرغوب که ریشه در فرهنگ محلی دارد، بیشترین جذب گردشگران را به همراه داشته و جشنواره گل و گلاب به عنوان یک رویداد فرهنگی، جایگاه دوم را در انگیزه‌های کششی برای حضور گردشگران به خود اختصاص داده است. همچنین (Seočanac, 2022) در پژوهش خود درباره جشنواره‌های غذا در جمهوری صربستان دریافت که گردشگران جوان به دلیل فرصت امتحان غذاهای جدید و لذت از جو جشنواره‌ها، انگیزه زیادی برای شرکت در این رویدادها دارند که نشان‌دهنده اهمیت خوراک‌شناسی به عنوان یک مؤلفه فرهنگی در جذب گردشگر است. (Chernysh et al, 2021) نیز بر تأثیر خوراک‌شناسی در مزیت رقابتی گردشگری تأکید داشته و بیان می‌کنند که فعالیت‌های خوراکی و سفر برای آشنایی با غذاهای ملی، به عنوان یک نوع گردشگری، فرصت‌هایی برای آموزش و تفریح فراهم می‌آورد. این یافته‌ها نشان می‌دهند که جشنواره‌های فرهنگی می‌توانند جذابیت زیادی برای گردشگران ایجاد کنند، به‌ویژه زمانی که با ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد منطقه همراه باشند. برای

بهره‌برداری حداکثری از منافع رویدادها، ضروری است که آن‌ها به‌طور فرامنطقه‌ای معرفی شده و عمومیت یابند تا مخاطبان بیشتری را جذب کنند (Mair et al, 2023).

در بعد اجتماعی، گردشگری رویداد می‌تواند به تقویت روابط اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان محلی بینجامد (Esmaili & Bod, 2024). مشارکت فعال گردشگران و تعاملات فرهنگی با جامعه میزبان، از عوامل کلیدی در موفقیت رویدادهاست. نگرش مثبت و مشارکت ساکنان محلی، که اغلب در تصمیم‌گیری‌های کلان نادیده گرفته می‌شوند، اطلاعات ارزشمندی برای سیاست‌گذاران فراهم می‌کند (Sudiacala & Konga, 2024). جشنواره‌ها و رویدادهای گردشگری در مناطق روستایی و شهرهای کوچک نقش بسزایی در بهبود کیفیت زندگی دارند. این رویدادها از طریق تقویت اقتصاد محلی، ایجاد اشتغال، توسعه مقاصد گردشگری و حفاظت از محیط‌زیست، به توسعه پایدار کمک می‌کنند. همچنین، می‌توانند فرصتی برای ارتقای فرهنگ و تاریخ بومی، فراهم‌آوری فرصت‌های تفریحی و آموزشی و در نهایت حفظ میراث طبیعی و فرهنگی باشند (Jahanian & Sheikhooni, 2023). پژوهش‌های (Sudiacala & Konga, 2024) به‌صراحت به نقش ساکنان محلی در توسعه گردشگری تأکید دارند و بیان می‌کنند که درک نظرات مختلف ذی‌نفعان، گام اول در شناسایی تعارضات و توافقات است و برای توسعه پایدار گردشگری باید تعادل بین منافع این ذی‌نفعان برقرار گردد. آنان معتقدند صدای ساکنان محلی در فرایند تصمیم‌گیری و توسعه، به‌ویژه در مورد رویدادهای گردشگری، به‌عنوان منبعی حیاتی در نظر گرفته می‌شود. همچنین پژوهش‌های (Fazli & Samadi, 2021) بر نقش رفتار جامعه محلی به‌عنوان یکی از فاکتورهای جذابیت رویدادهای گردشگری تأکید دارند و آن را در کنار عواملی چون شهرت مقصد، اعتبار، امنیت محیطی، تبلیغات رسانه‌ای و تعاملات اقتصادی مؤثر می‌دانند.

در بعد مدیریتی، مدیریت رویداد به‌عنوان عاملی اساسی، به هماهنگی و تسهیل فعالیت‌ها برای دستیابی به اهداف رویداد می‌پردازد (Padrilan et al, 2023). سازماندهی رویدادها به‌صنعت گردشگری کمک می‌کند تا درآمذزایی چشمگیری داشته باشد، شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی را بهبود بخشد و آگاهی فرهنگی را ارتقا دهد. باین‌حال، مدیران رویداد اغلب با کمبود تجربه عملی مواجه هستند، زیرا الزامات اجلاس‌های سیاسی و تجاری به‌طور مداوم تغییر می‌کند؛ بنابراین، این حرفه‌مندان باید همواره با سایر متخصصان در ارتباط باشند و دانش خود را به‌روز کنند. همچنین سازماندهی مؤثر رویدادها می‌تواند به درآمذزایی، بهبود شاخص‌های اجتماعی-اقتصادی و ارتقای آگاهی فرهنگی بینجامد.

دیدگاه کل‌نگر، نوآوری و ارائه تجربه‌ای منحصربه‌فرد و به‌یادماندنی، از عوامل افزایش رضایت و وفاداری گردشگران است (Rudančić & Težak, 2021). در مدیریت گردشگری، طراحان رویداد باید تجربیاتی فراهم کنند که تصویر مثبتی از مقصد به نمایش بگذارند و مدیران تحت فشار قرار دارند تا استراتژی‌های نوین و مبتکرانه را برای حفظ مزیت رقابتی خود اتخاذ کنند. نوآوری به‌ویژه در جذب تقاضای پایدار از اهمیت بالایی برخوردار است (Salahi Kojour & Kialashaki, 2023) و در این میان، مدیریت مؤثر مقصد گردشگری و حفظ جاذبه‌های ملموس و ناملموس برای توسعه پایدار آن ضروری است (Riquelme et al, 2020). پژوهش‌های (Manouchehri et al, 2023) نیز بر لزوم مدیریت یکپارچه و سیستمی برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های گردشگری رویدادها تأکید دارند و معتقدند در کنار تقویت بخش هنری جشنواره‌ها، باید به آموزش و حرفه‌ای‌سازی فعالان و ذی‌نفعان این صنعت پرداخته و شیوه‌های جذب و بازاریابی بخش گردشگری را بازنگری کرد. همچنین (Fazli & Samadi, 2021) عواملی چون شهرت مقصد، اعتبار، امنیت محیطی و تبلیغات رسانه‌ای را به‌عنوان فاکتورهای جذابیت رویدادهای گردشگری معرفی می‌کنند که همگی در حوزه مدیریت مقصد و بازاریابی رویداد قابل تعریف هستند.

در بعد محیطی، در عصر تغییرات اقلیمی، رابطه انسان و محیط‌زیست و لزوم استفاده پایدار از منابع، بیش از پیش اهمیت یافته است (Eriksson, 2023). تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری رویداد می‌تواند دوجبهی باشد؛ از یک سو به حفظ سایت‌های فرهنگی کمک کند و از سوی دیگر منجر به آلودگی، ازدحام و دفع نادرست زباله شود (Sadeghian, 2019). حضور انبوه افراد در زمان کوتاه می‌تواند به شدت به طبیعت اطراف آسیب برساند (Eriksson, 2023)، در حالی که

بازدیدکنندگان می‌توانند منبع توانمندی برای جوامع محلی باشند، زمانی که کیفیت طبیعت به خطر بیفتد، به موضوع حساسی تبدیل می‌شوند (Strzelecka et al, 2023).

با وجود این تأثیرات زیست‌محیطی را، همچنان بازیگران مختلف از سازمان‌دهندگان خصوصی که از طبیعت برای برگزاری رویدادها استفاده می‌کنند، حمایت می‌کنند. توسعه پایدار مفهومی پویا و در حال تحول است و تضمین می‌کند که منابع طبیعی، اکوسیستم‌های شهری و کیفیت محیط‌زیست برای نسل‌های آینده حفظ شوند. این مفهوم شامل مدیریت بهینه منابع آب، انرژی، هوا و خاک شهری است که به گونه‌ای صورت می‌گیرد تا فعالیت‌های گردشگری نه تنها آسیبی به محیط‌زیست وارد نکند، بلکه در صورت امکان به بهبود وضعیت زیست‌محیطی جامعه میزبان کمک نماید. این رویکرد مستلزم کنترل آلودگی هوا، آب و صدا ناشی از حمل‌ونقل گردشگران، مدیریت پسماند تولیدی در هتل‌ها و رستوران‌ها، حفظ فضاهای سبز و پارک‌های شهری، کاهش مصرف انرژی ساختمان‌های گردشگری و استفاده از فناوری‌های سبز و انرژی‌های تجدیدپذیر است (Lalehpour et al, 2026). گردشگری پایدار به عنوان شکلی از گردشگری که با کیفیت زندگی ساکنان و تجربه بازدیدکنندگان مرتبط است، تعریف می‌شود (Obradović et al, 2021; Eslami et al, 2021). در این راستا، (Fazli & Samadi, 2021) نیز به کیفیت زیست‌محیطی به عنوان یکی از عوامل مؤثر در جذب گردشگر اشاره کرده‌اند که نشان‌دهنده اهمیت بعد محیطی در کنار سایر ابعاد است.

در بعد اقتصادی، رویدادها با تحریک سرمایه‌گذاری داخلی، تولید درآمد و ورود منابع مالی جدید، به توسعه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی کمک شایانی می‌کنند (Mirzaie, 2016). برگزاری رویدادها می‌تواند به بهبود زیرساخت‌ها، ایجاد جاذبه‌های جدید، تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری و توسعه تأسیسات اقامتی بینجامد (Asero & Tomaselli, 2020). پایداری اقتصادی به معنای استفاده کارآمد و مسئولانه از منابع موجود و تضمین توانایی مالی در طول زمان است. در مدیریت رویداد، بررسی پایداری اقتصادی باید شامل دوام مالی رویداد که به درآمد منهای هزینه‌ها و ریسک‌های مرتبط با آن وابسته است، باشد. پژوهش (Rojas-Méndez et al, 2019) نشان می‌دهد که برگزاری رویدادهای بزرگی مانند جام جهانی ۲۰۱۴ در برزیل تأثیر زیادی بر تصویر برند گردشگری این کشور داشت و توانست نگرش گردشگران را به مقصد برزیل بهبود بخشد و تعداد گردشگران را افزایش دهد؛ این نتایج تأکید دارند که رویدادهای بزرگ می‌توانند اثرات قابل توجهی بر توسعه گردشگری و اقتصاد مقصد داشته باشند. همچنین نتایج پژوهش (Sainaghi & Mauri, 2018) بر کاهش اثرات فصلی گردشگری تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که جشنواره‌ها می‌توانند تأثیرات منفی فصلی را کاهش دهند و در دوره‌های ضعیف سالانه، با افزایش تقاضا، گردشگری را رونق بخشند که خود به نوعی به پایداری اقتصادی کمک می‌کند.

بررسی جامع مبانی نظری و پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که توسعه گردشگری رویداد، پدیده‌ای چندبعدی و متأثر از تعامل پیچیده عوامل فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی است. هرچند بسیاری از مطالعات پیشین به صورت تک‌بعدی یا با تمرکز بر یکی از این ابعاد انجام شده‌اند، اما موفقیت پایدار در این حوزه مستلزم نگاهی یکپارچه و سیستماتیک به همه این ابعاد به طور همزمان است. این پژوهش با اتکا به همین چارچوب جامع، به تحلیل همزمان این پنج متغیر در شهر کرج می‌پردازد تا شکاف موجود در ادبیات پژوهشی را پر کند.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف کاربردی و به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. جمع‌آوری داده‌ها از دو مسیر کتابخانه‌ای و میدانی صورت گرفته که در بخش نخست، مطالعات کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری و شناسایی متغیرهای اولیه و در بخش دوم، مطالعات میدانی با بهره‌گیری از پرسشنامه ساختاریافته برای سنجش اهمیت متغیرها در بستر شهر کرج به کار رفته است. در گام نخست و به منظور شناسایی و غربالگری شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری رویداد، از روش دلفی استفاده شد. بدین منظور، نظرات ۱۰ نفر از خبرگان و اساتید حوزه گردشگری با حداقل ۵ سال سابقه تجربی و پژوهشی مرتبط، به شیوه غیرتصادفی و هدفمند گردآوری گردید. فرآیند دلفی در سه دور متوالی انجام شد؛ در دور اول، خبرگان ۲۴ متغیر استخراج‌شده از ادبیات پژوهش را اولویت‌بندی کرده و متغیرهای جدید را نیز پیشنهاد دادند. در دور دوم،

پرسشنامه‌ای شامل میانگین امتیازات گروهی در اختیار آنان قرار گرفت تا با آگاهی از نظرات سایر اعضا، بازنگری در امتیازات خود انجام دهند و در دور سوم، متغیرهای باقی‌مانده دارای اختلاف نظر، مجدداً ارائه شد تا اصلاحات نهایی صورت گیرد. برای سنجش میزان هماهنگی میان نظرات خبرگان، ضریب هماهنگی کندال در هر سه دور محاسبه شد که مقادیر ۰/۶۲، ۰/۷۸ و ۰/۸۹ به‌دست آمد و نشان‌دهنده افزایش تدریجی توافق و دستیابی به اجماع قوی در دور سوم بود. همچنین ضریب توافق بین خبرگان در دور سوم برابر با ۰/۸۵ محاسبه شد که حاکی از سطح بالایی از اجماع میان خبرگان است. در پایان این فرآیند، از میان ۲۴ متغیر اولیه، ۲۰ شاخص کلیدی تأیید شدند.

پس از تأیید شاخص‌ها، پرسشنامه نهایی با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از بسیار کم‌اهمیت تا بسیار مهم) طراحی گردید. این پرسشنامه در ابتدا شامل ۲۰ گویه بود که براساس شاخص‌های تأییدشده در روش دلفی طراحی شده بود. برای تأمین روایی ابزار، روایی صوری و محتوایی با استخراج گویه‌ها از ادبیات پژوهش و تأیید آن‌ها توسط همان گروه خبرگان (به روش دلفی) انجام شد و نسبت روایی محتوایی برای هر گویه محاسبه گردید که گویه‌های دارای نسبت روایی محتوایی کمتر از ۰/۶۲ اصلاح یا حذف شدند. روایی سازه نیز از طریق تحلیل عاملی اکتشافی بررسی شد و در این مرحله، یک گویه به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۴ حذف گردید (Asadi et al, 2020)؛ بنابراین، پس از پالایش آماری، ۱۹ گویه در مدل نهایی باقی ماندند که جدول مربوطه در بخش یافته‌ها دقیقاً همین تعداد را منعکس می‌کند. برای تأمین پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه و برای هر یک از پنج عامل به‌طور جداگانه محاسبه شد که همگی بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمدند. جدول (۱) ضرایب آلفای کرونباخ را برای هر یک از متغیرها و کل پرسشنامه نشان می‌دهد.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

| متغیر            | تعداد گویه‌ها | ضریب آلفای کرونباخ |
|------------------|---------------|--------------------|
| متغیرهای فرهنگی  | ۴             | ۰/۸۷۷              |
| متغیرهای اجتماعی | ۴             | ۰/۸۸۳              |
| متغیرهای مدیریتی | ۴             | ۰/۷۷۹              |
| متغیرهای محیطی   | ۳             | ۰/۷۷۸              |
| متغیرهای اقتصادی | ۴             | ۰/۸۰۰              |
| کل پرسشنامه      | ۱۹            | ۰/۸۵۱              |

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵)

شایان ذکر است که تعداد گویه‌های متغیر محیطی به دلیل حذف یک گویه در تحلیل عاملی، ۳ عدد گزارش شده است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی گردشگران علاقه‌مند به بازدید از رویدادهای گردشگری در تابستان ۱۴۰۴ در ایران تشکیل می‌دادند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، حجم نمونه مناسب بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر تعیین گردید و به منظور افزایش نرخ بازگشت، ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد که در نهایت ۳۹۲ پرسشنامه قابل استفاده برای تحلیل جمع‌آوری شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری در دسترس (غیراحتمالی) بود که با حضور پژوهشگران در مکان‌های برگزاری رویدادهای گردشگری شاخص در شهر کرج (همچون جشنواره لاله‌های آسارا، جشنواره گل و گیاه و آیین‌های محلی) و دعوت از گردشگران دارای تمایل به مشارکت، انجام پذیرفت.

در خصوص تعمیم‌پذیری نتایج، باید تأکید کرد که اگرچه روش نمونه‌گیری در دسترس به‌عنوان یک روش غیراحتمالی دارای محدودیت‌هایی در تعمیم‌پذیری است، اما با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش و هدف اصلی آن که شناسایی اولویت‌بندی متغیرهای مؤثر در بستر مکانی مشخص (شهر کرج) بوده است، این روش برای گردآوری داده‌های مقدماتی مناسب به نظر می‌رسد. برای کاهش سوگیری ناشی از نمونه‌گیری غیرتصادفی، تلاش شد تا با تنوع‌بخشی به مکان‌ها و زمان‌های مختلف برگزاری رویدادها، حداکثر تنوع ممکن در نمونه حاصل شود.

برای تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، از دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی در چارچوب مدل‌سازی معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS 24 و AMOS 24 استفاده شد. پیش از اجرای تحلیل عاملی، شاخص کایزر-مایر-اوکلین (KMO) برای اطمینان از کفایت حجم نمونه محاسبه شد که مقدار ۰/۹۱۳ به دست آمد و آزمون کرویت بارتلت با مقدار مجذور خی ۱۵۶/۲۴۳۸ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰، وجود همبستگی کافی میان متغیرها را تأیید نمود. تحلیل عاملی اکتشافی با روش مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس اجرا و عوامل با مقدار ویژه بزرگتر از ۱ استخراج شدند و بر اساس بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴، گویه‌های هر عامل تعیین گردیدند. در نهایت، برای آزمون برازش مدل ساختاری از شاخص‌های نیکویی برازش شامل  $\chi^2/df$ ، RMSEA، GFI، CFI، TLI، NFI و RFI استفاده شد.



شکل ۱. مدل مفهومی اولیه

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵)

## یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، سه عامل با مقادیر بالاتر از یک شناسایی شدند که مجموعاً ۶۴/۴۳۹ درصد از واریانس کل پرسشنامه را تبیین می‌کنند. سهم عامل اول در مقایسه با سایر عوامل بارزتر و ۴۵/۸۸۱ درصد واریانس را توضیح می‌دهد. برای تعیین تعداد عامل‌ها، از روش حداکثر تشابه استفاده شد. در مرحله بعد، به منظور استخراج عوامل معنادار که احتمالاً زیربنای مؤلفه‌های اصلی پژوهش را تشکیل می‌دهند، پردازش تنها برای استخراج پنج عامل ادامه یافت. برای تعیین اینکه هر متغیر (شاخص فرعی) به کدام عامل تعلق دارد، فقط شاخص‌هایی انتخاب شدند که بار عاملی بالایی بر یک عامل داشتند و بار کمی بر دیگر عامل‌ها. از ۲۰ عامل، ۱۹ عامل بار عاملی بالای ۰/۴ داشتند که در جدول (۱) ارائه شده است. با توجه به محتوای متغیرهای هر عامل و میزان همبستگی شاخص‌ها، عناوین مناسبی برای آن‌ها انتخاب شد و برای تفسیر بهتر، از چرخش عاملی به روش وریماکس استفاده گردید.

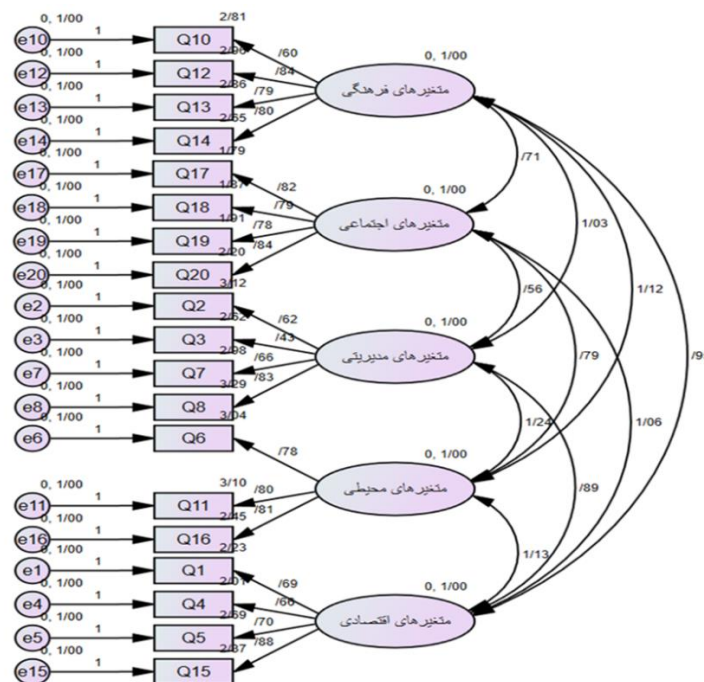
جدول ۱. متغیرهای مشهود و نامشهود استخراج شده به همراه شاخص‌های آماری تحلیل عاملی اکتشافی

| نام متغیر        | نام شاخص | گزاره                | بارهای عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی | مقدار آلفا |
|------------------|----------|----------------------|--------------|------------|--------------|---------------|------------|
| متغیرهای فرهنگی  | Q10      | تنوع فرهنگی          | ۰/۶          | ۹/۱۷۶      | ۴۵/۸۸۱       | ۴۵/۸۸۱        | ۰/۸۷۷      |
|                  | Q12      | محتوای هنری و فرهنگی | ۰/۸۴         |            |              |               |            |
|                  | Q13      | تبلیغات فرهنگی       | ۰/۷۹         |            |              |               |            |
|                  | Q14      | تبادل فرهنگی         | ۰/۸          |            |              |               |            |
| متغیرهای اجتماعی | Q17      | مشارکت جامعه محلی    | ۰/۸۲         | ۲/۵۶۸      | ۱۲/۸۴۱       | ۵۸/۷۲۱        | ۰/۸۸۳      |
|                  | Q18      | ویژگی‌های فرهنگ محلی | ۰/۷۹         |            |              |               |            |

|       |        |       |       |      |                            |     |                  |
|-------|--------|-------|-------|------|----------------------------|-----|------------------|
|       |        |       |       | ۰/۷۸ | پذیرش و رفتار اجتماعی      | Q19 |                  |
|       |        |       |       | ۰/۸۴ | آموزش نیروی انسانی         | Q20 |                  |
|       |        |       |       | ۰/۶۲ | برنامه‌ریزی رویداد         | Q2  |                  |
| ۰/۷۷۹ | ۶۴/۴۳۹ | ۵/۷۱۷ | ۱/۱۴۳ | ۰/۴۳ | فناوری اطلاعات در مدیریت   | Q3  | متغیرهای مدیریتی |
|       |        |       |       | ۰/۶۶ | مدیریت ریسک                | Q7  |                  |
|       |        |       |       | ۰/۸۳ | ارزیابی و بهبود            | Q8  |                  |
|       |        |       |       | ۰/۷۸ | پایداری محیطی              | Q6  |                  |
| ۰/۷۷۸ | ۶۹/۴۳۱ | ۴/۹۹۲ | ۰/۹۹۸ | ۰/۸  | آلودگی و اثرات زیست محیطی  | Q11 | متغیرهای محیطی   |
|       |        |       |       | ۰/۸۱ | حفاظت از میراث طبیعی       | Q16 |                  |
|       |        |       |       | ۰/۶۹ | سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها | Q1  |                  |
| ۰/۸   | ۷۲/۸۳۶ | ۳/۴۰۵ | ۰/۶۸۱ | ۰/۶۰ | حمایت دولت                 | Q4  | متغیرهای اقتصادی |
|       |        |       |       | ۰/۷۰ | هزینه رویداد               | Q5  |                  |
|       |        |       |       | ۰/۸۸ | عوارض                      | Q15 |                  |

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵)

پس از استخراج عوامل بر اساس روش مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس، محتوای گویه‌های هر عامل مورد بررسی قرار گرفت. عامل نخست متشکل از گویه‌هایی بود که همگی به مؤلفه‌های فرهنگی نظیر تنوع فرهنگی، محتوای هنری، تبلیغات و تبادل فرهنگی اشاره داشتند؛ از این رو، تحت عنوان متغیرهای فرهنگی نام‌گذاری شد. عامل دوم، گویه‌های مرتبط با مشارکت جامعه محلی، ویژگی‌های فرهنگ بومی، پذیرش اجتماعی و آموزش نیروی انسانی را در بر می‌گرفت و متغیرهای اجتماعی خوانده شد. عامل سوم که شامل گویه‌های برنامه‌ریزی رویداد، فناوری اطلاعات، مدیریت ریسک و ارزیابی و بهبود بود، متغیرهای مدیریتی نام گرفت. عامل چهارم به پایداری محیطی، آلودگی و حفاظت از میراث طبیعی اشاره داشت و متغیرهای محیطی نامیده شد. عامل پنجم نیز گویه‌های سرمایه‌گذاری، حمایت دولتی، هزینه‌ها و عوارض را شامل می‌شد که تحت عنوان متغیرهای اقتصادی دسته‌بندی گردید. شایان ذکر است که این اولویت‌بندی بر اساس معیارهای آماری محاسبه شده و برای کاربردهای اجرایی می‌تواند با روش‌های تکمیلی نظیر مقایسه میانگین نمرات عوامل، مورد بررسی بیشتری قرار گیرد. در فرآیند تحلیل عاملی اکتشافی، از مجموع ۲۰ گویه اولیه، گویه ۹ (مرتبط با متغیر محیطی) به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۴۰ از مدل حذف شد. نتایج نهایی مدلی ساختاری مرتبط با متغیرهای گردشگری رویداد در توسعه صنعت گردشگری ایران که بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی به دست آمده، در شکل (۲) نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل ساختاری متغیرهای گردشگری رویداد در توسعه صنعت گردشگری ایران  
(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵)

در این مدل، بیضی‌ها نمایانگر متغیرهای مکنون یا عامل‌ها هستند و مستطیل‌ها به گویه‌های پرسشنامه اشاره دارند. پیکان‌های یک‌سویه از بیضی‌ها به مستطیل‌ها نشان‌دهنده بارگیری گویه‌ها بر روی هر عامل است و ارزش‌های نوشته شده بر روی پیکان‌ها بار عاملی هر گویه را مشخص می‌کند. بار عاملی نزدیک به ۱ بیانگر اهمیت آن گویه در تبیین متغیر نامشهود مربوطه است. همچنین، پیکان‌های دوسویه میان متغیرهای نامشهود نشان‌دهنده کواریانس آنها هستند و مقدار نزدیک به صفر نشان‌دهنده تمایز بیشتر میان عامل‌ها و ارتباط کمتر است. کاهش تشابه میان عامل‌ها به متمایز بودن آنها و توجه به ابعاد مختلف پژوهش کمک می‌کند (Estabrook & Neale, 2013).

برای ارزیابی برازندگی مدل‌های ساختاری، از آزمون مجذور کای استفاده شده است که مقدار آن به حجم نمونه وابسته است (Goldasteh, 2022). همچنین، شاخص‌های دیگری برای ارزیابی مدل‌ها وجود دارند که با وجود ارتباط با مجذور کای، اثر حجم نمونه در آنها تعدیل شده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مدل پژوهش برازندگی مناسبی دارد و سازه‌ها و گویه‌های مرتبط با آنها معنادارند. جدول (۲) نشان‌دهنده این است که تمامی مشخصه‌های برازندگی در سطح پذیرفتنی هستند و داده‌های تحقیق با ساختار عاملی این مقیاس تطابق خوبی دارد.

جدول ۲. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش در روش تحلیل عاملی تأییدی

| شاخص تناسب  | X <sup>2</sup> /df | RMSEA | IFI   | RFI   | NFI  | TLI   | CFI   |
|-------------|--------------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| دامنه مقبول | <3                 | <0.08 | 0.9>  | 0.9>  | 0.9> | 0.9>  | 0.9>  |
| نتیجه       | ۲/۷۱               | ۰/۰۰۶ | ۱.۰۰۰ | ۱.۰۰۰ | ۰/۹۷ | ۱.۰۰۰ | ۱.۰۰۰ |

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵)

در جدول (۲)، مهم‌ترین آماره برازش، آماره مجذور خی است که تفاوت میان ماتریس‌های مشاهده شده و برآورد شده را اندازه‌گیری می‌کند و به حجم نمونه حساس است. بنابراین، این مقدار بر درجه آزادی تقسیم می‌شود و برای نتیجه‌گیری، باید کمتر از ۳ باشد. همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، این مقدار ۲/۷۱ است. دیگر شاخص مهم، نیکویی برازش (GFI) است که نشان‌دهنده برازش مقبول مدل است. مقدار ریشه میانگین مربع خطای برآورد (RMSEA) برابر با

۰/۰۰۶ به دست آمده که کمتر از ۰/۰۸، حداکثر میانگین مطلوب، است. بدین ترتیب، مدل ساختاری طراحی شده تأیید شده و سایر شاخص‌ها نیز مقبولیت مدل را تأیید می‌کنند.

### بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری رویداد به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار مقاصد گردشگری، نقش غیرقابل انکاری در تقویت اقتصاد محلی، حفظ هویت فرهنگی و تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند. این پژوهش با هدف سنجش تأثیر پنج متغیر کلیدی فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، محیطی و اقتصادی بر توسعه گردشگری رویداد در شهر کرج انجام شد. در راستای تحقق این هدف، پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، متغیرهای نهفته را شناسایی و آن‌ها را به عوامل مختلف دسته‌بندی کرده است. هدف اصلی این تحلیل، کاهش حجم اطلاعات از تعداد زیادی متغیر به مجموعه‌ای کوچک‌تر از عوامل بود. برای اطمینان از کفایت نمونه، از شاخص KMO و آزمون بارتلت (با سطح معنی‌داری زیر ۰/۰۵) استفاده شد. از ۲۰ عامل اولیه، ۱۹ عامل دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۴ بودند. پس از انجام چرخش واریماکس، مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها به کار گرفته شد. آزمون کای اسکوئر و سایر شاخص‌ها مانند GFI و RMSEA برای ارزیابی برازش مدل استفاده شدند. مقدار مجذور کای تقسیم بر درجات آزادی ۲/۷۱ و RMSEA، ۰/۰۶ بود که نشان‌دهنده برازش خوب مدل است. در نتیجه، مدل ساختاری طراحی شده تأیید شد و شاخص‌های برازش آن قابل قبول تلقی گردید. نتایج نشان داد که عامل اول (متغیرهای فرهنگی) با ۴۵/۸۸٪ واریانس، بالاترین اولویت را دارد؛ عامل دوم (متغیرهای اجتماعی) با ۱۲/۸۴٪ واریانس، دومین عامل مهم است؛ عامل سوم (متغیرهای مدیریتی) با ۵/۷۱٪ واریانس، در رتبه سوم قرار گرفت و متغیرهای محیطی و اقتصادی با ۴/۹۹٪ و ۳/۴۰۵٪ واریانس، به ترتیب در رتبه‌های چهارم و پنجم قرار گرفتند.

یافته‌ها به وضوح نشان می‌دهند که متغیر فرهنگی با تبیین ۴۵/۸۸٪ از واریانس، به عنوان مهم‌ترین عامل توسعه گردشگری رویداد در کرج ایفای نقش می‌کند. این نتیجه کاملاً با چارچوب نظری پژوهش که بر نقش محوری جشنواره‌ها و آیین‌های محلی در تقویت هویت فرهنگی و جذب گردشگر (Cudny et al, 2022; Khademi et al, 2023) تأکید دارد، همسو است. شاخص‌هایی نظیر تنوع فرهنگی (بار عاملی ۰/۸۰) و تبلیغات فرهنگی (بار عاملی ۰/۷۹) به عنوان نمادهای عینی هویت محلی، همان‌گونه که در مبانی نظری پیش‌بینی شده بود، بیشترین سهم را در جذب بازدیدکنندگان داشتند. رویدادهایی مانند جشنواره لاله آسارا و آیین پخت سمنوی نذری سادات، مصادیق بارز این ظرفیت فرهنگی غنی هستند. در رتبه دوم، متغیر اجتماعی با تبیین ۱۲/۸۴٪ از واریانس قرار گرفت. این یافته، دیدگاه نظری پژوهش در خصوص نقش تعیین‌کننده نگرش جامعه میزبان و تعاملات بین فرهنگی (Esmaili & Bod, 2024) را تأیید می‌کند. شاخص مشارکت جامعه محلی (بار عاملی ۰/۸۲) به عنوان برجسته‌ترین مؤلفه این بعد، نشان می‌دهد که موفقیت رویدادها در گرو همکاری و پذیرش فعال ساکنان است. این امر کاملاً منطبق بر یافته‌های (Sudiacala & Konga, 2024) است که مشارکت ذی‌نفعان محلی را شرط ضروری پایداری رویدادها می‌دانند.

متغیر مدیریتی با سهم ۵/۷۱٪ از واریانس، در رتبه سوم عوامل مؤثر قرار گرفت. این نتیجه، اهمیت برنامه‌ریزی کارآمد و استفاده از فناوری در مدیریت رویدادها که در بخش مبانی نظری به آن پرداخته شد را خاطرنشان می‌سازد. شاخص ارزیابی و بهبود مستمر (بار عاملی ۰/۸۳) به عنوان کلیدی‌ترین مؤلفه مدیریتی، بر لزوم یادگیری سازمانی و به‌کارگیری رویکردهای نوین در مدیریت رویدادهای کرج تأکید دارد. اگرچه متغیرهای محیطی (۴/۹۹٪) و اقتصادی (۳/۴۰٪) در رتبه‌های پایین‌تری قرار گرفتند، اما این به معنای نادیده گرفتن اهمیت آن‌ها نیست. یافته محیطی پژوهش بر لزوم کاهش آلودگی و حفاظت از میراث طبیعی تأکید دارد که بازتاب مستقیم مباحث نظری مطرح‌شده در بخش تأثیرات دوجوهی زیست‌محیطی گردشگری (Sadeghian, 2019; Eriksson, 2023) است. همچنین، نقش کمرنگ‌تر متغیر اقتصادی در مقایسه با مطالعاتی مانند (Asero & Tomaselli, 2020) می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که در بستر کرج، جذابیت‌های فرهنگی و اجتماعی پیش‌نیاز تحقق مزایای اقتصادی هستند. در مجموع، این پژوهش با در نظرگیری همزمان پنج متغیر کلیدی، رویکردی جامع و سیستماتیک را در پیش گرفته که برخلاف بسیاری از مطالعات پیشین مانند (Khademi et al, 2023) که بر ابعاد محدودی

تمرکز داشتند، امکان درک تعامل پیچیده این عوامل را فراهم می‌سازد. شناسایی تبادل فرهنگی به عنوان یک شاخص کلیدی در بعد فرهنگی، یافته نوین است که غنای نظریه‌های موجود در این حوزه را افزایش می‌دهد.

با توجه به نتایج پژوهش، رابطه مستقیم بین گردشگری رویداد و مدیریت رویداد نشان می‌دهد که به‌کارگیری مدیریت مؤثر در برنامه‌ریزی، اجرا و تکمیل رویدادها ضروری است. مدیریت رویداد پیش‌نیاز توسعه رویدادهای گردشگری است و نیازمند به‌کارگیری نیروهای متخصص و شایسته است. این مدیریت نقش اساسی در خلق تجربه‌های منحصر به فرد و پایدار برای گردشگران ایفا می‌کند. مدیران رویداد باید با چالش‌ها و فرصت‌های جدید آشنا باشند، زیرا مدیریت مؤثر رویدادها به بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مقصدها کمک کرده و درآمدزایی و رضایت گردشگران را افزایش می‌دهد. تأثیرات مثبت اقتصادی گردشگری رویداد، مانند ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای جوامع محلی، مشهود است. همکاری میان سازمان‌دهندگان گردشگری رویداد و نهادهای دولتی محلی برای ایجاد یک برنامه استراتژیک جامع (شامل تناسب استراتژیک، منابع مالی، بازگشت سرمایه، ریسک، همکاری و پایداری) ضروری است. گردشگری رویداد می‌تواند هم ابزاری برای رشد اقتصادی و هم چالشی برای محیط‌زیست باشد. با وجود فرصت‌های بالقوه، تأثیرات منفی آن بر منابع طبیعی و جوامع محلی باید به دقت مدیریت شود. تغییرات اقلیمی و نیاز به زندگی پایدار، اهمیت توجه به ابعاد زیست‌محیطی در برگزاری رویدادها را دوچندان کرده است. اصول برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری پایدار باید در طول سازماندهی کنفرانس‌ها و جشنواره‌ها مدنظر قرار گیرد. مدیران رویدادهای پایدار باید به استفاده کنترل‌شده از منابع، جلوگیری از مصرف بیش از حد، کاهش زباله، حفظ تنوع زیستی و مدیریت رویداد در مفاهیم توسعه بلندمدت توجه کنند. راهکارهای پیشنهادی برای بهبود و توسعه گردشگری رویداد عبارتند از:

ایجاد تجربه‌های تعاملی: طراحی رویدادهایی که گردشگران فعالانه در آن‌ها مشارکت کنند، جذابیت و حس تعلق را افزایش می‌دهد؛ آموزش و آگاهی‌بخشی: برگزاری کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی برای نسل‌های جدید به حفظ فرهنگ و آداب و رسوم محلی کمک می‌کند و آگاهی گردشگران را بالا می‌برد؛ بازاریابی دیجیتال و تحلیل نیازها: استفاده از استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال و تحلیل نیازهای بازدیدکنندگان برای جذب مخاطبان گسترده‌تر ضروری است؛ همکاری‌های چندبخشی: همکاری مؤثر میان بخش‌های دولتی، خصوصی و جامعه محلی، کیفیت و تأثیرگذاری رویدادها را ارتقا می‌بخشد؛ رعایت اصول توسعه پایدار: کاهش زباله و حفظ تنوع فرهنگی در برگزاری رویدادها، به اعتبار مقاصد گردشگری کمک می‌کند؛ مشارکت جامعه محلی: جلب مشارکت ساکنان محلی از طریق کارگاه‌ها و جلسات مشورتی، رویدادها را با دیدگاه‌های جامعه هماهنگ‌تر می‌سازد؛ حمایت از کسب‌وکارهای محلی: حمایت از کسب‌وکارهای محلی و ایجاد شبکه‌های همکاری برای برگزاری موفق رویدادها اهمیت دارد؛ پایش و ارزیابی مستمر: ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی و ارزیابی‌های دقیق پس از هر رویداد، به شناسایی نقاط قوت و ضعف و بهبود برنامه‌ریزی‌های آینده کمک می‌کند؛ مدیریت زیست‌محیطی و حمل‌ونقل: ایجاد پروتکل‌های مدیریت زیست‌محیطی و ارائه خدمات حمل‌ونقل مناسب می‌تواند هزینه‌ها را کاهش داده و فرصت‌های تجاری بیشتری ایجاد کند؛ جشنواره‌های غذایی محلی: برگزاری جشنواره‌های غذایی محلی با توجه به تنوع فرهنگی غنی در ایران، جذابیت ویژه‌ای دارد.

#### References:

1. Abdelmoaty, G. A., El-latief, A., & Fathey, M. (2023). Evaluating the Impacts of Special Events on Promoting and Developing Tourism and Hospitality Sectors: A Case Study of COP27, Sharm El-Sheikh, Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(1), 136-167. [10.21608/jaauth.2023.212911.1459](https://doi.org/10.21608/jaauth.2023.212911.1459)
2. Asadi, M. M., Fallah Tafti, H., & Zahmatkesh Saredorahi, M. (2020). Identification and analysis of child tourism development components based on cultural, infrastructure and physical characteristics of the destination (Case study: Yazd City). *Journal of Tourism and Development*, 9(2), 97-112. [10.22034/jtd.2019.188977.1761](https://doi.org/10.22034/jtd.2019.188977.1761) [in persian]
3. Asero, V., & Tomaselli, V. (2020). *Evaluating the Impact of a Tourist Event on a Destination. In Global Entrepreneurial Trends in the Tourism and Hospitality Industry*. IGI Global, 1-17. [10.4018/978-1-7998-2603-3.ch001](https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2603-3.ch001)

4. Chernysh, I., Makhovka, V., & Maksimeiko, N. (2021). Gastronomy as a Factor of Competitive Advantage of Cultural Tourism Services. *Journal of Науковий журнал «Економіка і регіон»*, 2(81), 33-40. [10.26906/EiR.2021.2\(81\).2286](https://doi.org/10.26906/EiR.2021.2(81).2286)
5. Cudny, W., Jolliffe, L., & Guz, A. (2022). Heritage event as tourist attraction: The case of Dymarki Swietokrzyskie, Poland. *Journal of Geo*, 87(4), 2975-2992. [10.1007/s10708-021-10407-4](https://doi.org/10.1007/s10708-021-10407-4)
6. Eriksson, A. (2023). If they touch our cloudberries, that means war: Rural liveability and acceptance of environmental impacts from event tourism. *Journal of Tourist Studies*, 23(4), 335-351. [10.1177/14687976231200902](https://doi.org/10.1177/14687976231200902)
7. Eslami, S., Mehrnavaz Nasiraii, A., & Ghorbani, L. (2021). The Role of Sports Tourism on the Development of Entrepreneurship in the Hormozgan Province (Focus on Seashores and Water Sports). *Journal of Applied Research in Sport Management*, 10(2), 89-100. [10.30473/arsm.2021.8238](https://doi.org/10.30473/arsm.2021.8238) [in persian]
8. Esmaili, M., & Bod, M. (2024). Review on Event Tourism Research: Understanding Social and Conceptual Structures, Identifying Current and Future Trends. *Journal of Tourism and Leisure Time*, 9(17), 235-260. [10.22133/tj.2024.451080.1164](https://doi.org/10.22133/tj.2024.451080.1164) [in persian]
9. Estabrook, R., & Neale, M. (2013). A comparison of factor score estimation methods in the presence of missing data: Reliability and an application to nicotine dependence. *Journal of Multivariate behavioral research*, 48(1), 1-27. [10.1080/00273171.2012.730072](https://doi.org/10.1080/00273171.2012.730072)
10. Fazli, S., & Samadi, M. (2021). Explaining the Effective Factors on the Attractiveness of Urban Tourism Destinations Case Study: Tehran Metropolis. *Journal of Urban Tourism*, 8(2), 97-111. [10.22059/jut.2021.325500.914](https://doi.org/10.22059/jut.2021.325500.914) [in persian]
11. Goldasteh, A. (2022). *An introduction to the principles and methods of quantitative analysis in educational research*. University of Science and Culture Press. [in persian]
12. Gumede, T. K., & Mdiniso, J. M. (2022). Sustaining tourist loyalty toward cultural heritage tourism sites amid COVID-19: A case of KwaZulu-Natal, South Africa. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(4), 1362-1380.
13. Jahanian, M., & Sheikhooni, S. (2023). Factors Affecting the Attraction of Tourists to the Commemoration Event of the Sage Abolghasem Ferdowsi in Tus City. *Journal of Tourism of Culture*, 4(13), 14-23. [10.22034/toc.2023.393815.1116](https://doi.org/10.22034/toc.2023.393815.1116) [in persian]
14. 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. *Journal of Tourism Management Studies*, 14(45), 35-56. [10.22054/tms.2019.27611.1794](https://doi.org/10.22054/tms.2019.27611.1794) [in persian]
15. Khademi, N., Abbasi, A., & Askarifar, K. (2023). The Factors Attracting Event Tourists to Local Festivals (Case Study: Flower and Rosewater Festival, Meymand, Iran). *Journal of Tourism Management Studies*, 18(63), 41-72. [10.22054/tms.2023.74805.2853](https://doi.org/10.22054/tms.2023.74805.2853) [in persian]
16. Khoshebast, F., Jahanian, M., & Javedan, M. (2021). An analysis of the factors affecting the organizers' perception of cultural tourism events (Case study: Ferdowsi's commemoration event). *Journal of Planning and spatial arrangement*, 25(1), 69-95. [in persian]
17. Khosravi, A., Fathi, M. R., Hoseini Amiri, S. M., & Esmaeili, S. (2025). The Role of Soft and Hard Organizational Infrastructures in the Quality of Event Tourism and the Consequences of the Tourist Experience: A case study of Mahallat Flower and Plant Festival. *Journal of Urban Tourism*, 12(1), 81-97. [10.22059/jut.2024.334797.988](https://doi.org/10.22059/jut.2024.334797.988) [in persian]
18. Lalehpour, M., Sarvar, H., & Abdulwahab, A. A. (2026). A Comparative Analysis of Urban Tourism and Environmental Sustainability (Case Studies of Sharqat and Tikrit Cities). *Journal of Geography and Urban Research*, 2(4), 57-77. [10.22130/gur.2026.2085102.1040](https://doi.org/10.22130/gur.2026.2085102.1040) [in persian]
19. Mair, J., Chien, P. M., Kelly, S. J., & Derrington, S. (2023). Social impacts of mega-events: A systematic narrative review and research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 538-560. [10.1080/09669582.2020.1870989](https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1870989)
20. Manouchehri, S., Mohammadi, S., & Eskandari, H. (2023). A qualitative Analysis of the Development of Event-Oriented Tourism Based on the International Street Theater Festival of Marivan City. *Journal of Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 13(46), 1-32. [10.22111/gaij.2022.41197.2997](https://doi.org/10.22111/gaij.2022.41197.2997) [in persian]
21. Marzouki, S. (2019). The Role of Special Events in Branding Egypt as a Tourist Destination: A case Study of EXPO 2020 Dubai. *Journal of Faculty of Tourism and Hotel Management*, 5(1), 223-242. [10.21608/ijaf.2019.95480](https://doi.org/10.21608/ijaf.2019.95480)
22. Mirzaie, R. (2016). Event tourism is a solution for sustainable economic development in local communities. *Journal of Geography*, 14(49), 41-60. [in persian]

23. Moladoost, K., Shah Amiri, R., & Bahadur, H. (2017). Creation and development of polo tourism based on event tourism (case study: Kazerun Polo Gorge). *Journal of Heritage and Tourism*, 2(8), 37-52. [in persian]
24. Muresan, I. C., Harun, R., Arion, F. H., Fatah, A. O., & Dumitras, D. E. (2021). Exploring Residents' Perceptions of the Socio-Cultural Benefits of Tourism Development in the Mountain Area. *Journal of Societies*, 11(3), 83-92. [10.3390/soc11030083](https://doi.org/10.3390/soc11030083)
25. Najafy, S., & Hassani, R. (2025). Identifying Appropriate Development Strategies in Zanjan Province with a Regional Foresight Approach. *Journal of Geography and Urban Research*, 2(1), 66-81. [10.22130/gur.2025.2053325.1016](https://doi.org/10.22130/gur.2025.2053325.1016) [in persian]
26. Obradović, S., Stojanović, V., Kovačić, S., Jovanovic, T., Pantelić, M., & Vujičić, M. (2021). Assessment of residents' attitudes toward sustainable tourism development-A case study of Bačko Podunavlje Biosphere Reserve, Serbia. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35(2), 100-118. [10.1016/j.jort.2021.100384](https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100384)
27. Padrilan, M. D. M., Bergado, R. J. M., Odrón, E., Omlang, J. E., & Cabides, Z. E., Jr. (2023). Tourism activities and tourism management practices among selected tourist attractions in Guiuan, Eastern Samar. *Journal of Historical Events and Social Science*, 1(1), 1-20.
28. Poursaeed, M., Kazemi, M., & Jahanshahi, M. (2021). Phenomenology of lived experience of creative tourists (Case study of creative tourism with a focus on nomads in Kerman province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(37), 123-151. [10.22080/jtpd.2021.21090.3500](https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.21090.3500) [in persian]
29. Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S., & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Journal of Tourism Management Perspectives*, 36(4), 100-115. [10.1016/j.tmp.2020.100746](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100746)
30. Riquelme, C., Oyarzún, C., & Peña, K. (2020). Characterization of the tourist demand in a destination special interests: Caleta Tortel case (Chile). *Journal of Revista LIDER*, 12(16), 173-193.
31. Rojas-Méndez, J. I., Davies, G., Jamsawang, J., Sandoval Duque, J. L., & Pipoli, G. M. (2019). Explaining the mixed outcomes from hosting major sporting events in promoting tourism. *Journal of Tourism Management*, 74(3), 300-309. [10.1016/j.tourman.2019.04.001](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.001)
32. Rudančić, A., & Težak, M. (2021). Segment of young travelers in events tourism: Motives, perceptions and influences. *Journal of Ekonomske ideje i praksa*, 40(3), 1-10.
33. Sadeghian, M. M. (2019). Negative environmental impacts of tourism, a brief review. *Journal of Novel Applied Sciences*, 8(3), 71-76.
34. Saghaei, D., & Khooshebast, F. (2018). Strategic Analysis of Tourism Event in Iran (Case Study: Red Gold Festival of Qaenat City). *Journal of Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 8(27), 75-94. [10.22111/gaij.2018.4091](https://doi.org/10.22111/gaij.2018.4091) [in persian]
35. Sainaghi, R., & Mauri, A. (2018). The Milan World Expo 2015: Hospitality operating performance and seasonality effects. *Journal of Hospitality Management*, 72(3), 32-46. [10.1016/j.ijhm.2017.12.009](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.12.009).
36. Salahi Kojour, A., & Kialashaki, H. (2023). Innovative development of sustainable tourism and entrepreneurship through sports events. *Journal of Applied Research in Sport Management*, 12(1), 25-37. [10.30473/arsm.2023.9938](https://doi.org/10.30473/arsm.2023.9938) [in persian]
37. Seočanac, M. (2022). *Understanding the youth tourists' motivation to attend rural gastronomic festivals in the Republic of Serbia*. [10.5937/ekoPolj2202455S](https://doi.org/10.5937/ekoPolj2202455S)
38. 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(1), 135-155. [in persian]
39. Strzelecka, M., Prince, S., & Boley, B. B. (2023). Resident connection to nature and attitudes towards tourism: findings from three different rural nature tourism destinations in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 664-687. [10.1080/09669582.2021.1995399](https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1995399)
40. Sudiacala, S. M. F., & Konga, W. H. (2024). *Residents' Perception towards Tourism Development: The Relationship between Economic and Environmental Impacts during Disruptive Events*. [10.47263/JRTM.04-01-05](https://doi.org/10.47263/JRTM.04-01-05)