



تحلیل ساختاری پیشران‌های مؤثر بر گردشگری رویداد و تدوین سناریوها (مورد مطالعه: شهر یزد)

حسن اروچی^۱، محمدرضا رضایی^۲، ابوالفضل پورشمسی بندرآباد^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.424121.2850

چکیده

گردشگری رویداد تأثیرات بسیاری در مؤلفه‌های مختلف در تمام سطوح از جمله مناطق شهری دارد. یکی از مباحث مهم در حوزه گردشگری رویداد تحلیل عوامل و پیشران‌های مؤثر در گردشگری رویداد و ارائه سناریوهای توسعه آن است. شهر یزد دارای انواع گوناگونی از رویدادهای گردشگری بوده است و با توجه به تأثیرات آن در توسعه شهری و رونق اقتصادی و احیای فرهنگ‌ها، ضرورت توجه به این مسئله احساس می‌شود. هدف نهایی پژوهش تحلیل عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد در شهر یزد و ارائه سناریوهای مرتبط است. جامعه آماری این پژوهش کاربردی و دارای رویکرد کمی - کیفی در بردارنده گروه کارشناسی شامل مسئولان برگزاری رویدادهای گردشگری، مدیران نهادهای گردشگری شهر، پژوهشگران دانشگاهی و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری مرتبط و مردم ساکن شهر است، که سی نفر به روش گلوله‌برفی به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. تحلیل پیشران‌ها از طریق تحلیل ساختاری در نرم‌افزار میک‌مک انجام شده است. پس از تحلیل پیشران‌ها، سناریوهای مرتبط از طریق سناریونویسی و در نرم‌افزار سناریو ویزارد تدوین شده است. طبق نتایج، عواملی چون ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت، توجه به موضوع منافع مادی برگزاری رویدادها، تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها، استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد و متنوع‌سازی رویدادها به‌عنوان پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد شهر یزد به شمار می‌رود. متناسب با این عوامل، سناریوی قوی و برتر شهر یزد ارائه شده که بر فعالیت‌های علمی، بانکی، دیپلماسی، فناوری هوشمند، رضایت گردشگران، آمایش سرزمین، توجه به کودکان و ارزیابی محبوبیت رویدادها بنا شده است.^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۰۶

واژه‌های کلیدی:

گردشگری رویداد، شهر یزد، تحلیل ساختاری، سناریو

مقدمه

رویدادها انگیزه‌ای مهم در گردشگری به شمار می‌روند. جاذبه‌های مقصد، محدود به جاذبه‌های طبیعی و بناهای تاریخی و صنایع دستی نمی‌شود؛ رویدادها نیز جاذبه مقصد به شمار می‌روند (Moladoost, 2012). برگزاری یک رویداد موجب اعتباربخشی، رونق اقتصادی و افزایش ارزش در سطح بین‌المللی (Shanshan et al., 2019) خواهد شد. در مجموع، گردشگری باعث توسعه اقتصادی و اجتماعی مکان‌های شهری و روستایی می‌شود (Ekinil et al., 2021). گردشگری رویداد، به‌عنوان فرایندی اجتماعی-فرهنگی، تأثیرات مهمی در اقتصاد، اجتماع، محیط‌زیست و شهرت محل برگزاری رویداد دارد؛ هرچند باید از پیامدهای منفی آن جلوگیری کرد (Antognozzi & Uriarte, 2018). باین‌حال، رویدادها ابزاری برای ترویج و بازاریابی مکان‌ها و جاذبه‌های گوناگون و ارتقای سطح زیرساخت‌هایی مانند حمل‌ونقل، راه‌ها، خدمات و امکانات رفاهی به شمار می‌روند (Kusumawati, 2021).

استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران
۲. استاد گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران
۳. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران
۴. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است.



یکی از مسائل مهم در گردشگری رویداد، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری رویداد است. برای دولت و برنامه‌ریزان، اولویت‌بندی فرصت‌ها و زمینه‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری رویداد حائز اهمیت است (Naghavi & Khadem., 2022). مجموعه‌ای از عوامل و متغیرهای اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، سیاسی، قانونی، جغرافیایی، محیطی و گردشگری در شکل‌گیری و توسعه یا عدم توسعه گردشگری رویداد مؤثرند. البته در گردشگری رویداد، در کنار عوامل، ذی‌نفعان نیز حائز اهمیت‌اند. سازمان‌های برگزارکننده، به‌عنوان ذی‌نفعان در گردشگری رویداد، باید به دنبال مواردی باشند که با ارائه آن‌ها به بازدیدکنندگان، تجربه رویداد را بهبود بخشند (Khoshebast et al., 2021). باین‌حال، مجموعه‌ای از عوامل، در نقش محرک، تأثیرگذاری بیشتری در توسعه گردشگری دارند و به‌عنوان پیشران‌های توسعه مطرح می‌شوند. در گردشگری رویداد باید به سمتی حرکت کرد که این پیشران‌ها شناسایی شده و تأثیرات آن‌ها سنجیده شود. همچنین، برنامه‌ریزان در پی آن‌اند که سناریوهایی را برای توسعه گردشگری رویداد مطرح کنند. تبیین عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری زمینه لازم را برای تدوین سناریوهای توسعه گردشگری رویداد فراهم می‌کند (Bandarabad, Pourshamsi, 2023).

یزد یکی از شهرها با ظرفیت فراوان فرهنگی، تاریخی و گردشگری است. در شهر یزد انواع گوناگونی از گردشگری رویداد اعم از فرهنگی، اقلیمی و تاریخی وجود دارد و هر ساله این رویدادها در حال برگزاری است. از مهم‌ترین این رویدادها، مراسم و جشن‌های نوروزگاه، جشنواره بادبادک‌ها، اعیاد شعبانیه و نیمه شعبان، مسابقات زیبایی اسب، جشنواره تابستانی شهر فیروزه (جشنواره ثبت جهانی شهر یزد)، جشنواره گل انار، جشنواره گردشگری کودک و نواوری (ماه‌دونه)، جشنواره‌های غذاهای محلی ایران زمین، نمایشگاه صنایع دستی، مراسم متنوع محرم (تاسوعا و عاشورای حسینی، نخل‌گردانی، مراسم سیزده محرم)، جشنواره انارچینی و محصولات انار، و جشن سده است. از اهمیت گردشگری رویداد در شهر یزد می‌توان به آشنایی بیشتر گردشگران با فرهنگ بومی یزد اشاره کرد. گردشگری رویداد باعث اشتغال و درآمد برای مردم و جذب گردشگر در زمان غیر از اوج سفر می‌شود. بی‌توجهی به این مسئله ممکن است به تدریج تضعیف فرهنگ بومی و فراموشی برای نسل آینده را در

پی داشته باشد. همچنین، ضعف شهر یزد نسبت به برخی نقاط هم‌جوار مانند اصفهان و شیراز در جذب گردشگر و نیاز به بهبود شخصیت برند گردشگری یزد، ضرورت توجه به گردشگری رویداد برای افزایش منافع اقتصادی گردشگری را آشکار می‌کند.

با توجه به مطالب گفته‌شده، هدف اصلی از این پژوهش، شناسایی و تحلیل عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد در شهر یزد و سپس تدوین سناریوهایی به‌منظور توسعه این گردشگری در افق ده‌ساله است. برای حل مسئله، ضروری است عوامل و متغیرهای تأثیرگذار در گردشگری رویداد یزد شناسایی شود و جایگاه و موقعیت هر یک در سیستم گردشگری رویداد شهر تحلیل شود؛ سپس پیشران‌های اصلی تعیین شده و درنهایت، از طریق تحلیل این پیشران‌ها، سناریوهایی برای توسعه گردشگری رویداد شهر یزد ارائه شود.

مرور ادبیات موضوع

رویدادها محرک مهم گردشگری‌اند و مردم را به دیدار چندباره از یک مکان ترغیب می‌کنند و نقش مهمی در توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی ایفا می‌کنند و برای احیای فرهنگ‌های گوناگون مهم و حیاتی‌اند (Abdi Jamayeran et al., 2016). علت عمده جذابیت رویدادها این است که هرگز شبیه هم نیستند و برای لذت بردن از این تجربه خاص باید در محل برگزاری آن حضور داشت (Getz, 2008). برخی رویدادها، مانند رویدادهای بزرگ ورزشی، برای شهر و کشور میزبان نه تنها اعتبار می‌آورند، بلکه مزایای اقتصادی به‌ویژه گردشگری را نیز به همراه دارند (Fourie & Santana-Gallego, 2011).

عوامل و مؤلفه‌های مهمی در توسعه و روند گردشگری رویداد مؤثرند. عواملی مانند قیمت بلیت بر تصمیم‌گیری گردشگر برای حضور در رویدادها بسیار تأثیرگذار است. بنابراین، برگزارکنندگان رویدادها باید برای اطمینان از ایجاد درآمد بیشتر و بازگشت گردشگران به مکان رویداد در آینده، هزینه‌های رویداد به‌ویژه هزینه بلیت را کاهش دهند و با قیمت مناسب حفظ کنند. در این میان، زیرساخت‌ها و تسهیلات مقصد، دسترسی و حمل‌ونقل، اوقات فراغت (Zargham Brojeni, 2013)، خدمات اقامتی و پذیرایی (Lee & Jan, 2017)، انگیزه‌های مربوط به تفکر، سبک زندگی، تعامل اجتماعی و میزان رضایت قبل، حین و بعد از رویداد (Rejón-Guardia et al., 2023)،



بازاریابی رویدادها، سیاست‌های دولتی و خصوصی، رضایت، تجربیات و ادراکات گردشگران، ظرفیت‌های بومی مقصد در زمینه رویدادها، تبادلات فرهنگی و اجتماعی، سطح رفاه جامعه، سرمایه‌گذاری، سطح مشارکت مردمی (Khoshebast et al., 2021)، مدیریت محصول، شناخت انواع رویدادها، طبقات و گونه‌های آن‌ها (Camacho et al., 2023) و سرمایه‌های اجتماعی (Larsen & Barenholdt, 2019) نیز از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری رویداد به شمار می‌روند. در سال‌های گذشته، پژوهش‌های متعدد ملی و بین‌المللی در حوزه گردشگری رویداد صورت گرفته است. گیسون^۱ و همکاران (2003) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که اگر یک رویداد ورزشی موفقیت‌آمیز باشد، پیامدهای بلندمدت اجتماعی و اقتصادی بسیاری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم برای منطقه ایجاد می‌کند. ریچاردز^۲ (2004) موضوع گنجاندن فستیوال‌ها و رویدادهای گردشگری در راهبردهای توسعه گردشگری مقصد را بررسی کرده است. براساس نتایج او، باید گفت رویدادها می‌توانند ابزاری انعطاف‌پذیر را برای حمایت از توسعه و بازاریابی گردشگری ارائه دهند. کرستتر^۳ (2004) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که از طریق برگزاری رویدادها، با در نظر گرفتن عوامل تعیین‌کننده گردشگری، می‌توان به گسترش هرچه بیشتر ورزش و پیشرفت منطقه پرداخت و این یکی از مؤثرترین روش‌ها برای توسعه گردشگری ورزشی در کشورها است. همچنین، ورزش‌های سنتی می‌توانند گردشگران بسیاری را جذب کنند. گنز (2008) در پژوهشی عنوان می‌کند که کشورها از عوامل بسیاری برای به دست آوردن اعتبار میزبانی رویداد ورزشی استفاده می‌کنند، که راهبردی در جهت توسعه و پیشرفت گردشگری در منطقه میزبان است. اتیوسا^۴ (2012) در پژوهش خود درباره تأثیرات گردشگری رویداد در جوامع میزبان نشان می‌دهد که اگر گردشگری رویداد به‌درستی برنامه‌ریزی و مدیریت نشود، برای جامعه میزبان آثار منفی در پی خواهد داشت. با این حال، رویدادها از طریق ساخت تصویر برای مقصد و با متعهد ساختن جامعه تأثیر چشمگیری در آن می‌گذارند. کانل^۵ و همکاران (2015)، در پژوهشی با عنوان «رویدادها و جاذبه‌های گردشگری: پاسخی به فصلی بودن»، اذعان می‌دارند که جامعه محلی منبع اصلی

بازار برای رویدادهای ویژه‌اند و دوره‌ای بودن رویدادهای گردشگری به‌طور مؤثری گردشگران را به شرکت در این‌گونه رویدادهای گردشگری در فصل غیر اوج ترغیب می‌کند. سرافین^۶ و همکاران (2018) به بررسی توسعه گردشگری رویداد در جامعه محلی وینچستر انگلستان پرداختند. در پژوهش آنان، بر نقش توسعه گردشگری در توسعه رویدادها و منافع آن برای توسعه اقتصادی تأکید شده است. لارسن و بارن‌هولدت^۷ (2019)، در نتایج پژوهش خود، به نقش انواع سرمایه‌های اجتماعی در توسعه گردشگری رویداد ورزشی اشاره داشتند. سینگ^۸ (2020)، در پژوهشی جدید، گرایش‌های مربوط به پایداری، فناوری و اجتماعات را در چارچوب رویدادها بررسی کرده است. اکینیل^۹ و همکاران (2021)، ضمن بررسی انواع گردشگری رویداد، عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد در شهر روستوف روسیه را بررسی کردند. بر این اساس، معیارهایی همانند بازاریابی، دسترسی به جاذبه‌ها، محبوبیت رویدادها، محل رویداد و دسترسی به تور تأثیرات مهمی دارند؛ در عین حال، وجود زیرساخت‌های ضعیف و سرمایه کم، کمبود پرسنل، ضعف اطلاعاتی و بهره‌گیری اندک از ظرفیت‌ها از موانع توسعه گردشگری رویداد تلقی می‌شود. ریجن گواردیبا^{۱۱} و همکاران (2023) به بررسی نقش انگیزه و رضایت در تکرار بازدید گردشگران از رویدادهای دوچرخه‌سواری در شهر مایورکای اسپانیا پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان حاکی از اهمیت انگیزه‌های مربوط به تفکر، سبک زندگی، تعامل اجتماعی و بعد رضایت قبل و حین و بعد از خدمت است که احتمال تکرار مشارکت را افزایش می‌دهد. همچنین دولاسینسکی^{۱۱} و همکاران (2025) به رابطه بین پایداری با گردشگری رویداد پرداخته و بر ادغام پایداری با گردشگری رویداد تأکید کرده است. از میان پژوهش‌های داخلی، قیامی‌راد و محرم‌زاده (2008)، نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی را از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش کشور ایران و استرالیا بررسی تطبیقی کردند و نشان دادند که یکی از مهم‌ترین دلایل موفقیت کشور استرالیا در جلب گردشگران ورزشی به رویدادهای ورزشی برگزارشده در این کشور همکاری دقیق و برنامه‌ریزی‌شده سازمان‌های متولی گردشگری

6. Seraphin

7. Larsen & Barenholdt

8. Singh

9. Ekinil

10. Rejón-Guardia

11. Dolasinski

1. Gibson

2. Richards

3. Kerstetter

4. Etiosa

5. Connel



است. سقایی و همکاران (2012)، در پژوهشی با عنوان «گردشگری رویداد و بررسی اثرات ناشی از رویدادها»، به شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد در ایران پرداختند و به گسترش روزافزون گردشگری در جهان و ظرفیتی که ایران در بیشتر زمینه‌های گردشگری دارد اشاره کردند. نظری و همکاران (2015)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران، مطالعه موردی جشن سده»، نشان می‌دهند که از بین پنج عامل مؤثر، کیفیت اجرا بیشترین اثر را بر رضایت، تصویر مقصد و تجربه به یادماندنی در ذهن گردشگران داشته است، در حالی که زیرساخت، تسهیلات و خدمات گردشگری فقط بر رضایت گردشگران اثرگذار بوده است. میرزایی (2016) گردشگری رویداد را راهکاری برای توسعه اقتصادی پایدار جامعه محلی در نظر گرفته است. استاد و کریمپور (2019) به بررسی تأثیرات رویدادهای فرهنگی در توسعه گردشگری شهری با رویکرد توسعه اجتماعی جشنواره‌های غذا در مشهد پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان به خوبی نشان می‌دهد که برگزاری جشنواره غذا در مشهد آن‌چنان که باید نتوانسته است در ابعاد اجتماعی زندگی زائران اثرگذار باشد. جلیلیان و همکاران (2019)، در مطالعه امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد در شهر همدان، نشان دادند که وضعیت منابع گردشگری، منابع مصنوع و عوامل موقعیتی برای توسعه گردشگری رویدادهای فرهنگی در شهر همدان، به منظور تعدیل فصلی بودن گردشگری، در وضعیت مطلوبی قرار دارد. محمدی و میرتقیان رودسری (2019) به ارزیابی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران رویدادهای بومی- فرهنگی در مقصد گردشگری رامسر پرداختند. یافته‌های پژوهش آنان نشان می‌دهد که مؤلفه‌های ساختاری برند رویداد، مکان رویداد و رویداد فرهنگی در تصویر شناختی و تصویر عاطفی تأثیر مثبت و معناداری دارد. خوشه‌بست و همکاران (2021) تحلیلی بر مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک سازمان‌دهندگان از رویداد بزرگداشت فردوسی انجام دادند. نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد که متغیر ادراک فیزیکی بیشترین تأثیر را در درک سازمان‌دهندگان از رویداد دارد. جهانیان و شیخونی (2022) الگوی توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر مؤلفه‌های انگیزشی جذب گردشگر در ایران را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که بعد الزامات دارای مؤلفه‌های مدیریت راهبردی، سیاست‌گذاری و عوامل مدیریتی، بعد زمینه‌ساز دارای مؤلفه‌های ساختار

سازمانی و فرهنگ‌سازی و بعد تسهیلگر دارای مؤلفه فناوری اطلاعات است. همچنین نجارزاده و همکاران (2025) چشم انداز نوین گردشگری رویداد و اثرات آن بر توانمندسازی زنان در روستاهای استان سمنان را بررسی کردند که یافته‌ها حاکی از این است که منافع و هزینه‌های درک شده گردشگری رویداد، اثر مستقیم و معناداری بر توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و روانشناختی زنان روستایی دارد.

پژوهش‌های انجام‌شده در حول محور مسئله پژوهش را می‌توان مربوط به عوامل مرتبط با رونق بازاریابی گردشگری رویداد و توسعه آن دانست. این عوامل از جمله جشن‌ها، مراسم فرهنگی و مناسبت‌های مهم است که در پژوهش‌های نظری و همکاران (2015)، محمدی و میرتقیان رودسری (2019)، خوشه‌بست و همکاران (2021)، گیسون و همکاران (2003) و گنز (2008) به آن اشاره کرده‌اند. در این پژوهش‌ها، عامل فرهنگی نقش غالبی در ایجاد جاذبه برای گردشگران دارد. در میان تلاش‌های متعدد پژوهشگران، جای خالی چند مسئله همچنان باقی است که ضرورت انجام این پژوهش را مشخص می‌کند و به عنوان کمبود پژوهشی مطرح است؛ نخست آنکه هیچ پژوهشی به مسائل آینده گردشگری رویداد در شهر یزد نپرداخته است و دوم آنکه پرداختن صرف به آینده پژوهی بدون تدوین سناریو امر ناقصی است. بر همین اساس، ضرورت انجام پژوهش به منظور بازنگری در تحلیل گردشگری رویداد از منظر آینده پژوهی احساس می‌شود و این پژوهش بر مبنای همین ضرورت انجام شده است.

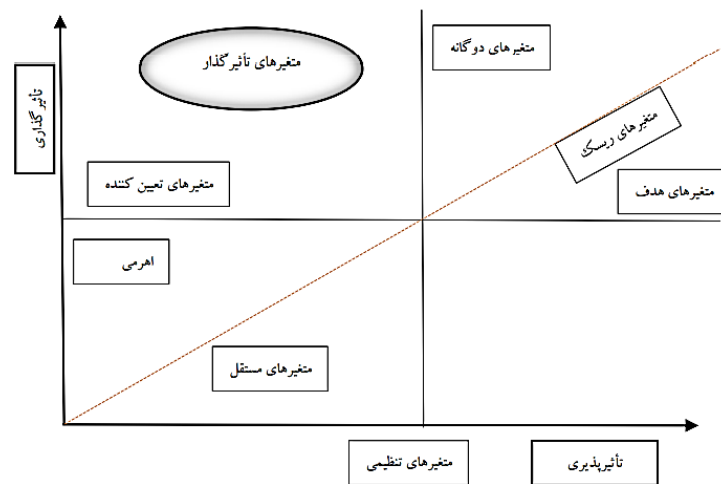
روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، کمی - کیفی به شمار می‌رود. گردآوری داده‌ها با روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده است. در این بخش، از مصاحبه انفرادی و گروهی برای شناسایی متغیرها و عوامل و از پرسش‌نامه برای ارزیابی عوامل و پیشران‌ها و تدوین سناریوها استفاده شده است. روش شناسایی و تحلیل پیشران‌ها فرایندی تخصصی است و برای ارزیابی آن به گروه تخصصی و صاحب‌نظر در این حوزه نیاز است. بنابراین، جامعه آماری پژوهش جامعه‌ای کارشناسی است که شامل مسئولان و مدیران استان و شهر یزد، راهنمایان تور، استادان و پژوهشگران، متصدیان رویدادهای گردشگری، صاحبان کسب‌وکار گردشگری شهر یزد و بخشی از

مطالعات میدانی نیز برای تکمیل و کنترل نتایج استفاده شده است.

برای شناسایی و تحلیل عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد از روش تحلیل ساختاری و نرم‌افزار میک‌مک استفاده شده است. ابتدا، به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد شهر یزد، از روش پایش میدانی (از طریق مصاحبه‌های فردی و گروهی) و نظری استفاده شد. پس از شناسایی عوامل اولیه، میزان تأثیرات هر عامل در عوامل دیگر از طریق پرسش‌نامه ماتریس تحلیل ساختاری، براساس مقادیر ۳ (تأثیر بالا)، ۲ (تأثیر متوسط)، ۱ (تأثیر اندک) و صفر (بدون تأثیر) سنجیده شد. سپس، مجموعه پرسش‌نامه‌ها وارد نرم‌افزار میک‌مک شده و براساس نتایج ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، مجموعه پیشران‌های توسعه شناسایی شد. پیش از شناسایی پیشران‌ها، جایگاه هر عامل در موضوع توسعه گردشگری رویداد تحلیل گردید. این متغیرها شامل متغیرهای تأثیرگذار، مستقل، وابسته، تنظیمی و متغیرهای دوگانه است (شکل ۱).

مردم ساکن شهر است که در حوزه گردشگری، به‌ویژه توسعه گردشگری رویداد، تجربیات کاری و مدیریتی مناسبی دارند. روش نمونه‌گیری برای همه جامعه آماری به‌جز ساکنان به‌صورت گلوله‌برفی بوده و به‌علت محدود بودن کارشناسان این حوزه، حجم نمونه به‌صورت تمام‌شماری انتخاب شده است. در واقع، در حوزه گردشگری رویداد شهر یزد، عده اندکی سابقه پژوهش یا اجرا یا مدیریت و ارتباط با رویدادها را داشتند؛ بنابراین از همه افراد در دسترس که امکان ارزیابی عوامل را داشتند، برای نمونه آماری استفاده شد. همچنین، شیوه نمونه‌گیری ساکنان شهر به‌صورت کیفی و حجم نمونه به روش اشباع نظری تعیین شد، که شامل بیست تن از افراد با سابقه و آگاه از رویدادهای مهم شهر یزد بوده است. از داده‌های مصاحبه با مردم صرفاً برای تکمیل نتایج حاصل از پرسش‌نامه سایر جامعه آماری استفاده شده است. در نهایت، سی تن از صاحب‌نظران شامل هشت مسئول، هفت استاد و پژوهشگر، هشت تن از متصدیان رویدادها و هفت تن از صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری برای نمونه آماری انتخاب شدند. در کنار این نمونه آماری، از مشاهدات و



شکل ۱: وضعیت و موقعیت متغیرهای تأثیرگذار در تحلیل میک‌مک

شرقی نمودار قرار می‌گیرند و عموماً با عدم پایداری در ارتباط هستند، زیرا هر تغییری روی متغیرها، تغییری بر متغیرهای دیگر را نیز به دنبال دارد. این متغیرها را می‌توان به دو دسته متغیرهای ریسک و متغیرهای هدف تقسیم‌بندی کرد. متغیرهای مستقل، که تأثیرگذاری و تأثیرپذیری کمی دارند، در جنوب غربی نمودار قرار دارند. این متغیرها حرکات یا روندهای حاکمی را که تغییرات کمی دارند نشان می‌دهند.

متغیرهای تأثیرگذار نشان‌دهنده مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد شهر یزد هستند. در مقابل، متغیرهای تأثیرپذیر در جنوب شرقی نمودار قرار دارند و می‌شود آن‌ها را متغیرهای نتیجه نیز نامید. این متغیرها تأثیرپذیری بسیار زیاد از سیستم و تأثیرگذاری بسیار کم در سیستم دارند.

متغیرهای دوجوهی هم‌زمان بسیار تأثیرگذار و بسیار تأثیرپذیر عمل می‌کنند. این متغیرها در شمال



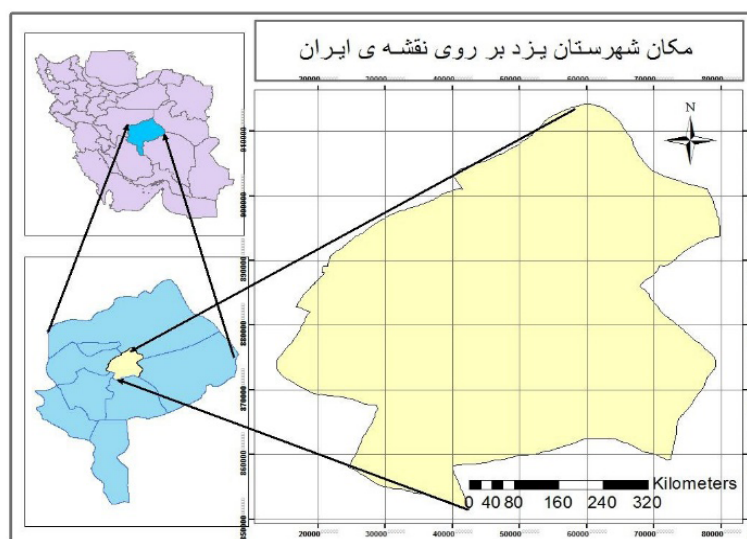
پس از تحلیل عوامل و شناسایی پیشران‌ها، برای تدوین سناریوهای مرتبط با توسعه گردشگری رویداد از روش تحلیل سناریو و نرم‌افزار سناریو ویزارد^۱ استفاده شد. در این مرحله، هریک از پیشران‌ها به سطوح و وضعیت‌های پنج‌گانه (وضعیت سبز تا وضعیت قرمز) طبقه‌بندی می‌شوند و این سطوح برای همه پیشران‌ها به صورت ماتریسی تهیه شده است. بازه

ارزیابی پرسش‌نامه از ۳ تا ۳- در حال تغییر است. پرسش محوری این پرسش‌نامه این است که اگر وضعیت A1 از پیشران A در آینده شهر اتفاق بیفتد، چه تأثیری در وقوع وضعیت B2 از پیشران B خواهد داشت. به منظور تدوین سناریوهای توسعه گردشگری رویداد، افق ده‌ساله در نظر گرفته شده و چشم‌انداز توسعه در این مقطع زمانی تدوین شده است.

جدول ۱: روش شناسی پژوهش

روش کتابخانه‌ای برای شناخت وضع موجود و پیشینه پژوهش			گردآوری داده‌ها
روش میدانی از طریق مصاحبه (برای شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد از گروه کارشناسی و مصاحبه از مردم برای تکمیل نتایج کارشناسان)			
روش میدانی پرسش‌نامه (ارزیابی عوامل و سناریوهای توسعه از طریق گروه کارشناسی)			
مدیران، متصدیان و شاغلان در رویدادها، کسب‌وکارهای گردشگری، پژوهشگران و مردم			جامعه آماری
حجم نمونه به روش تمام‌شماری	روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی	گروه کارشناسی: سی تن شامل هشت مسئول، هفت استاد و پژوهشگر، هشت تن از متصدیان رویدادها و هفت تن از صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری	نمونه آماری
روش اشباع نظری	روش گلوله‌برفی	گروه مردم ساکن شامل بیست تن	
نرم‌افزار میک‌مک	روش تحلیل ساختاری	ارزیابی و تحلیل عوامل و پیشران‌های مؤثر	تجزیه و تحلیل داده‌ها
نرم‌افزار سناریو ویزارد	روش تحلیل سناریو	ارزیابی و تعیین سناریوها	

این پژوهش در محدوده شهر یزد انجام شده است (شکل ۲).



شکل ۲: موقعیت جغرافیایی شهر یزد

یافته‌های پژوهش شناسایی عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد

برای شناسایی عوامل و متغیرهای اولیه مؤثر بر گردشگری رویداد شهر یزد، ابتدا به مصاحبه با نمونه آماری پژوهش و همچنین مشاهدات میدانی اقدام شد و در نهایت، مجموعه مفاهیم و متغیرهای استخراجی به دست عده‌ای از استادان دانشگاه یزد و گروه نویسندگان پژوهش پالایش و موارد مشابه و کم‌اهمیت کنار گذاشته شد. سرانجام ۳۰ عامل اصلی انتخاب شد (جدول ۲).

جدول ۲: ابعاد و عوامل اولیه مؤثر بر گردشگری رویداد شهر یزد

ابعاد	عوامل
اجتماعی	توسعه رویدادهای مفرح (جشن‌های سرگرم‌کننده) و رویدادهای نشاط‌آور مثل رویدادهای بومی
	ایجاد انگیزه و علاقه و حس تعلق در مردم ساکن برای مشارکت در توسعه رویدادها و بهره‌گیری از سرمایه‌های اجتماعی
	توسعه گردشگری خلاق با هدف ارائه خدمات مطلوب و توسعه کارآفرینی و خرد جمعی
	ارتقای سطح امنیت اجتماعی گردشگران از طریق نهادهای انتظامی، آموزش‌های گردشگری به مردم شهر یزد و راهنمایان تور
کالبدی	توسعه زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و الکترونیکی و توسعه فناوری‌های نوین هوشمند در مدیریت رویدادها
	تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها، تلاش برای تغییر ذهنیت گردشگران از شهر
موقعیت جغرافیایی	بهره‌گیری از ظرفیت‌های کویر، تورهای گردشگری و مسابقات ورزشی کویر
	بررسی ردپای اکولوژیکی گردشگری رویداد و سنجش ظرفیت تحمل و پذیرش گردشگر در شهر برای مدیریت پایدار آن
	واقع شدن شهر در مرکز ایران و در مسیر راه‌های ارتباطی اصلی شمالی - جنوبی کشور و موقعیت ترانزیتی این شهر
مدیریتی	تقسیم جغرافیایی رویدادها به منظور مدیریت هر رویداد و ظرفیت‌های هر منطقه در برگزاری رویداد
	تدوین تقویم مطلوب برای اطلاع‌رسانی رویدادهای شهر و اطلاع‌رسانی به گردشگران درباره ماهیت رویدادها
	افزایش راهنمایان گردشگری و تورلیدرها به صورت سازمانی یا راهنمایان بومی
	جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در حوزه مدیریت رویدادها از طریق سرمایه‌گذاری و ایده‌پردازی
	ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت رویدادها برای افزایش کارایی و ایده‌پردازی
	توسعه زیرساخت‌های رفاهی و حمل و نقلی متناسب با ایام خاص به منظور سرویس‌دهی مطلوب



ابعاد	عوامل
اقتصادی	برندسازی محصولات گردشگری رویداد، تهیه پکیج و محصول گردشگری از طریق ترکیب رویدادها
	کاهش هزینه‌های سفر درون‌شهری در ایام خاص (برگزاری رویدادها)
	افزایش کیفیت تبلیغات و بازاریابی رویدادها با استفاده از افراد خاص و مشهور از طریق تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی
	تمرکز بر بازار گردشگری هدف مانند گردشگران خارجی و گردشگران علمی و طبیعت‌گرد برای استفاده مطلوب گردشگری از رویدادها
	توجه به موضوع درآمدزایی و منافع مادی برگزاری رویدادها برای مردم و سایر ذی‌نفعان به‌منظور ترغیب استمرار این رویدادها
	متنوع‌سازی رویدادها، توسعه رویدادهای مربوط به گردشگری سلامت و پزشکی و رویدادهای فرهنگی
فرهنگی	بازسازی و رسیدگی به اماکن مهم تاریخی - فرهنگی برای پذیرش رویدادها یا احیای رویدادهای تاریخی و آسیب‌شناسی مشکلات و موانع
	ثبت جهانی یا ملی برخی از رویدادهای فرهنگی و تاریخی و اجتماعی در شهر از طریق مستندسازی
	احیای رویدادها و جشن‌های باستانی شهر و ثبت و مستندسازی آیین‌ها و رویدادها
	افزایش جذابیت و کشش رویدادهای تاریخی و بومی برای گردشگران با حفظ اصالت رویداد و اجرای خلاقانه آن‌ها
	تقویت فرهنگ مهمان‌نوازی و آموزش شهروندی برای استقبال از گردشگران و تدوین قوانین متناسب با ارج نهادن به گردشگران
قانونی	کاهش محدودیت‌های اداری و مالی برای انجام پروژه کارآفرینان در حوزه گردشگری رویداد
	افزایش آزادی‌های مذهبی، قومی، عقیدتی در جهت امنیت گردشگران
	ایجاد همکاری‌های سازمانی یزد با دیگر شهرها و استان‌ها در زمینه برگزاری رویدادهای مشترک با تأکید بر اشتراکات فرهنگی و تاریخی و گردشگری
	استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد به‌منظور جلب گردشگران خارجی برای رویدادها

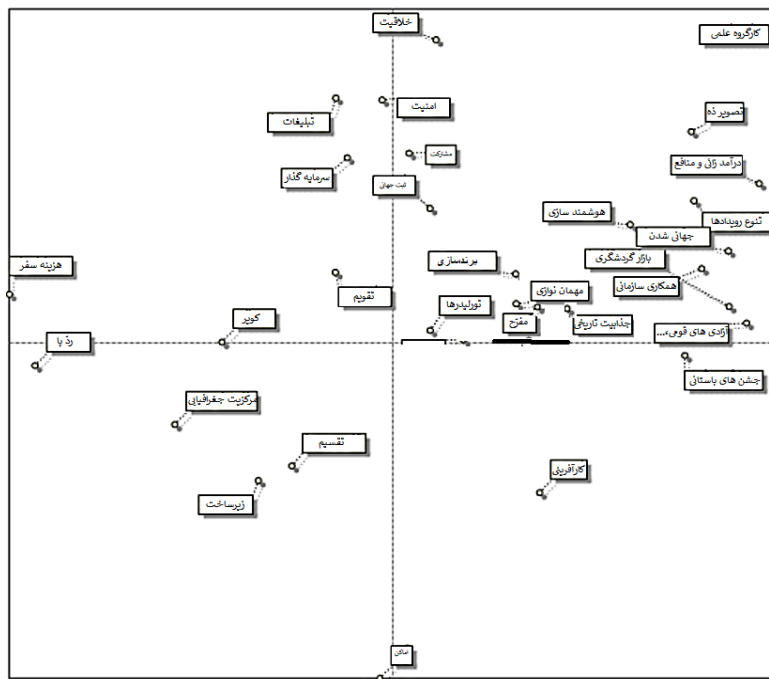
صورت I است؛ یعنی برخی متغیرها دارای تأثیرگذاری زیاد و برخی دارای تأثیرپذیری زیادند. در مقابل، سیستم‌های ناپایدار وضعیت پیچیده‌تری از سیستم‌های پایدار دارند. از وضعیت صفحه پراکنندگی متغیرهای مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری رویداد شهر یزد می‌توان دریافت که وضعیت ناپایداری بر سیستم حاکم است. بیشتر متغیرها در اطراف محور قطری

پس از تعیین عوامل، میزان تأثیرگذاری هر عامل در عوامل دیگر به‌صورت زوجی و ماتریسی در قالب پرسش‌نامه سنجیده شد. سپس میانگین نتایج پرسش‌نامه‌ها محاسبه و وارد نرم‌افزار میک‌مک شد. چگونگی توزیع و پراکنش متغیرها (عوامل) در صفحه پراکنندگی، حاکی از میزان پایداری و ناپایداری سیستم است. در سیستم پایدار، پراکنش متغیرها به



صفحه پراکنده‌اند. به جز چند عامل محدود که نشان‌دهنده تأثیرگذاری زیادی هستند، بقیه متغیرها تقریباً وضعیت مشابهی نسبت به هم دارند. در این راستا، با توجه به شناسایی سیستم به‌عنوان سیستم ناپایدار، وجود عوامل تأثیرگذار با درجه بسیار بالا و قرارگیری در سمت شمال غربی نمودار بعید به نظر می‌رسد؛ زیرا وجود متغیرها در این محل بیشتر

در سیستم‌های پایدار حاکم است. در شکل ۳، نقشه موقعیت عوامل در ماتریس تأثیرات مستقیم و در جدول ۳، فهرست عوامل نشان داده شده است. با توجه به نتایج، پنج دسته متغیر (متغیرهای تأثیرگذار، متغیرهای دووجهی، متغیرهای تنظیمی، متغیرهای تأثیرپذیر، متغیرهای مستقل) قابل شناسایی‌اند.



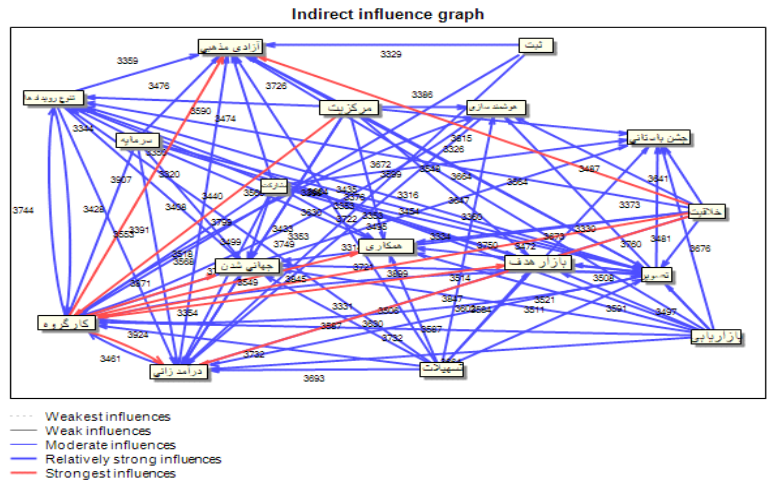
شکل ۳: نقشه پراکنده متغیرها در ماتریس تأثیرات غیرمستقیم براساس نتایج تحلیل ساختاری

جدول ۳: موقعیت متغیرها در ماتریس تأثیرات مستقیم گردشگری رویداد شهر یزد

متغیرها	طبقه بندی
متغیرهای تأثیرگذار	
جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در حوزه مدیریت؛ تدوین تقویم مطلوب برای اطلاع‌رسانی رویدادها؛ کاهش هزینه‌های سفر درون‌شهری	مدیریتی
افزایش کیفیت تبلیغات و بازاریابی	قانونی
متغیرهای دووجهی	
تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها	اقتصادی
تقویت فرهنگ مهمان‌نوازی و آموزش شهروندی برای استقبال از گردشگران	فرهنگی
ایجاد انگیزه و علاقه و حس تعلق در مردم ساکن برای مشارکت، ثبت جهانی یا ملی برخی از رویدادهای فرهنگی و تاریخی؛ ارتقای سطح امنیتی اجتماعی گردشگران از طریق نهادهای انتظامی؛ توسعه گردشگری خلاق با هدف ارائه خدمات مطلوب	فرهنگی
تمرکز بر بازار گردشگری هدف؛ توجه به موضوع درآمدزایی و منافع مادی برگزاری رویدادها؛ متنوع‌سازی رویدادها	قانونی

یزد انتخاب شد. در میان این عوامل، ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت از نظر کارشناسان توسعه به‌عنوان مؤثرترین و کلیدی‌ترین عامل انتخاب شده است. در شکل ۵، روابط بین عوامل و در جدول ۴، پیشران‌های اصلی گردشگری رویداد شهر یزد تعیین شده است.

پس از تعیین جایگاه و موقعیت عوامل، پیشران‌های اصلی توسعه گردشگری رویداد در شهر یزد تعیین شدند. برای این کار، عوامل کلیدی و تأثیرگذار در ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم ترکیب شدند. از میان سی عامل بررسی شده در این پژوهش، ده عامل اصلی به‌عنوان پیشران مؤثر بر گردشگری رویداد شهر



شکل ۵: عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) و انتخاب نهایی

جدول ۴: پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد در شهر یزد

پیشران‌ها	ردیف
ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت	۱
توجه به موضوع درآمدزایی و منافع مادی برگزاری رویدادها	۲
تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها	۳
استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد	۴
متنوع‌سازی رویدادها	۵
توسعه زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و الکترونیکی در مدیریت رویدادها	۶
واقع شدن شهر در مرکز ایران	۷
توسعه رویدادهای مفرح	۸
ایجاد انگیزه و علاقه و حس تعلق در مردم ساکن برای مشارکت	۹
افزایش کیفیت تبلیغات و بازاریابی	۱۰

تحلیلی CBI در نرم‌افزار سناریو ویزارد استفاده شده است. براساس وضعیت‌های احتمالی آینده گردشگری رویداد شهر یزد، مجموعه‌سی وضعیت برای ده پیشران طراحی شد که این وضعیت‌ها طیفی از شرایط مطلوب

تدوین سناریوهای آینده گردشگری رویداد شهر یزد

پس از تعیین پیشران‌ها، برای تدوین و انتخاب سناریوهای آینده گردشگری رویداد شهر از روش



تا بحرانی را شامل می‌شدند. سناریوی پردازش‌شده توسط این نرم‌افزار برای توسعه گردشگری رویداد شهر یزد شامل سه سناریوی قوی، ده سناریوی باورکردنی و ۱۷۷۲ سناریوی ضعیف است. بررسی سناریوهای قوی نشان می‌دهد که سه سناریو با امتیاز بسیار بالا و احتمال وقوع بیشتر وجود دارد که از میان آن‌ها، یک سناریو شرایط امیدوارکننده و مطلوب و یک سناریوی دیگر شرایط بحرانی برای شهر یزد را نشان می‌دهد. ارائه نتایج همه سناریوها به علت حجم زیاد داده‌ها و محدودیت حجم مقاله امکان‌پذیر نیست، بنابراین، تنها سناریوی قوی در هر بخش ارائه شده است.

جدول ۵: سناریوی قوی اول توسعه گردشگری رویداد

سناریوی اول	
وضعیت احتمالی	عوامل کلیدی
A1: راه‌اندازی هسته‌های پژوهشی دانشگاهی با محوریت گردشگری رویداد	A: ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت
B1: توسعه فعالیت‌های بانک توسعه گردشگری	B: توجه به موضوع درآمدزایی و منافع مادی برگزاری رویدادها
C1: برندسازی گردشگری شهر یزد	C: تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها
D1: بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای	D: استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد
E1: ارزیابی محبوبیت رویدادها	E: متنوع‌سازی رویدادها
F1: افزایش پلتفرم‌های اینترنتی و موبایلی و ارائه‌دهندگان خدمات الکترونیک	F: توسعه زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و الکترونیکی در مدیریت رویدادها
G1: اولویت‌گذاری گردشگری رویداد در سند راهبردی	G: گردشگری رویداد در سند راهبردی توسعه شهر یزد
H1: بهسازی و مناسب‌سازی راه‌های مواصلاتی	H: واقع شدن شهر در مرکز ایران
I2: توجه به علائق و سلايق کودکان، جوانان و نوجوانان	I: توسعه رویدادهای مفرح

سرانجام سناریوی برتر توسعه گردشگری رویداد در شهر یزد بر اساس جدول ۶ تعیین شد.

جدول ۶: سناریوی برتر در توسعه گردشگری رویداد شهر یزد

سناریوی برتر	
سناریوی احتمالی	عوامل کلیدی
A1: راه‌اندازی هسته‌های پژوهشی دانشگاهی با محوریت گردشگری رویداد	A: ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت
B1: توسعه فعالیت‌های بانک توسعه گردشگری	B: توجه به موضوع درآمدزایی و منافع مادی برگزاری رویدادها
C1: جلب رضایت گردشگران	C: تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها
D1: بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای	D: استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد
E1: ارزیابی محبوبیت رویدادها	E: متنوع‌سازی رویدادها
F1: افزایش پلتفرم‌های اینترنتی و موبایلی و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات الکترونیک	F: توسعه زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و الکترونیکی در مدیریت رویدادها
G1: اولویت‌گذاری گردشگری رویداد در سند راهبردی توسعه شهر یزد	G: گردشگری رویداد در سند راهبردی توسعه شهر یزد
H1: آمایش بهینه سرزمین	H: واقع شدن شهر در مرکز ایران
I2: توجه به علائق و سلايق کودکان، جوانان و نوجوانان	I: توسعه رویدادهای مفرح



بحث و نتیجه‌گیری:

در این پژوهش به بررسی عوامل و پیشران‌های توسعه گردشگری رویداد در شهر و تدوین سناریوهای مرتبط در افق ده‌ساله پرداخته شد. براساس نتایج ماتریس تأثیرات مستقیم عوامل، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در برگزاری رویدادها، مدیریت حمل و نقل، کاهش هزینه‌های درون‌شهری، ایجاد تقویم مناسب برای برگزاری رویدادها و افزایش کیفیت و سطح تبلیغات از تأثیرگذارترین عوامل در گردشگری رویداد شهر یزد به شمار رود. در این میان باید به نقش عوامل دیگر که دارای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هم‌زمان هستند نیز توجه نمود. برخی عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد گاه در عوامل مؤثر تغییراتی ایجاد می‌کند و در عین حال ممکن است ناشی از تغییرات کنونی و آینده عوامل دیگر باشند. برای نمونه می‌توان به مسئله ثبت کردن یزد در میراث جهانی اشاره کرد که در عین تأثیرات مثبت در رویدادها، خود ناشی و متأثر از تبلیغات برگزاری رویدادهای پیشین و سرمایه‌گذاری‌های پیشین بود. تصویر ذهنی مثبت گردشگران نیز، در عین داشتن تأثیرات مثبت در رویدادها، خود ناشی از تجربه مثبت از رویدادهای قبلی است. نقش عامل مشارکت و حس تعلق ساکنان و گرایش آن‌ها به درآمدزایی از گردشگری همین وضعیت را دارد و متأثر از عواملی چون تبلیغات و سرمایه‌گذاری و برگزاری رویدادهای قبلی و حضور گردشگران است و در عین حال می‌تواند بر رشد گردشگری رویداد و احیای سنت‌ها تأثیر مهمی بر جای گذارد. وجود امنیت اجتماعی مطلوب در شهر، آزادی‌های قومی و مذهبی در کنار توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری هوشمند، گردشگری خلاق و تمرکز بر گردشگران خارجی همگی در موقعیتی قرار دارند که در عین اینکه ناشی از تأثیرات و تغییرات عوامل دیگرند، می‌توانند در عوامل دیگر تأثیر بگذارند و بسته به میزان تمرکز بر این عوامل می‌توانند نتایج مثبت یا منفی به بار بیاورند. در این میان، باید به نقش کارگروه‌های علمی - پژوهشی برای مدیریت رویدادها نیز اشاره کرد که در عین داشتن تأثیرات، از نتایج سایر عوامل متأثرند و متغیر هدف به شمار می‌روند. عواملی مانند توسعه جشن‌های مفرح، افزایش راهنمایان تور، برندسازی و افزایش جذابیت رویدادها نقش تنظیم‌کننده سایر عوامل را به عهده دارند.

در میان عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد شهر، احیای جشن‌های باستانی و بازسازی و رسیدگی به اماکن و فضاهای تاریخی بیش از هر عامل دیگری

تحت تأثیر تغییرات سایر عوامل قرار دارند و به شدت وابسته‌اند؛ اما برخی عوامل تأثیر خاصی بر عوامل دیگر ندارند که می‌توان به تقسیم جغرافیایی رویدادها به منظور مدیریت هر رویداد، توسعه زیرساخت‌های رفاهی و حمل و نقلی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های کویر و بررسی ردپای اکولوژیکی گردشگری رویداد اشاره کرد. در بررسی تأثیرات غیرمستقیم عوامل، نتایج به‌دست آمده تفاوت‌چندانی با نتایج تأثیرات مستقیم ندارد.

پیشران‌های توسعه گردشگری براساس تأثیرات مهم در بخش مستقیم و غیرمستقیم تعیین شدند. تحلیل این پیشران‌ها نشان می‌دهد که گردشگری رویداد شهر یزد برای توسعه آینده باید بر موضوع بازاریابی و تبلیغات برای بهبود تصویر ذهنی گردشگران به یزد، تقویت زیرساخت‌ها و امکانات، ایجاد تنوع در برگزاری رویدادها، ایجاد انگیزه مادی برای مردم در جهت مشارکت، ایجاد گروه‌های پژوهشی و استفاده از موقعیت جغرافیایی مطلوب متمرکز شود.

در بخش تدوین سناریوهای توسعه گردشگری رویداد در افق ده‌ساله، در مجموع سه سناریوی باورکردنی با توجه به درجه مطلوبیت آن‌ها به سه گروه تقسیم شد که هر یک از گروه‌ها شامل چند سناریو با ویژگی‌های تقریباً مشترک و تفاوت کم در یک یا چند وضعیت از میان سیزده عامل کلیدی است. این گروه‌ها به شرح ذیل است.

الف) سناریوهای مطلوب: این سناریوها محتمل‌ترین سناریوهای پیش‌روی گردشگری رویداد یزد است. این گروه از سناریوها در خصوص ایجاد کارگروه‌های علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت، تصویر ذهنی گردشگران از شهر یزد و تمایل به سفر دوباره آن‌ها، استفاده از ظرفیت جهانی شدن شهر یزد، متنوع‌سازی رویدادها، توسعه زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و الکترونیکی در مدیریت رویدادها، تبلیغات، واقع شدن شهر در مرکز ایران، که هفت حالت از ده حالت وضعیت موجود است، مطلوبیت دارد اما در سه حالت باقی‌مانده ایستا است.

ب) سناریوهای مطلوب و ایستا: این سناریوها حالت ایستا و روندی ضعیف دارد.

ج) سناریوهای بحرانی: این سه گروه نشان‌دهنده وضعیت‌های حاکم مؤثر بر آینده گردشگری رویداد شهر یزد است.

براساس نتایج جدول ۴، سناریوی برتر توسعه گردشگری رویداد در چشم‌انداز براساس بررسی احتمال وضعیت‌های هر یک از پیشران‌های توسعه ارائه شده است. اگر بنا باشد سناریوی توسعه گردشگری رویداد



در چشم‌انداز ده سال آینده بررسی شود، می‌شود این سناریو را در چند سکانس تحلیل کرد:

سکانس اول:

برنامه‌ها و ظرفیت‌های موجود گردشگری رویداد شامل برگزاری انواع رویدادهای کنونی در شهر و مشارکت نسبی مردم و گرایش گردشگران پس از دوره کرونا باعث افزایش نسبی گردشگران داخلی و خارجی و رضایت آن‌ها از شهر می‌شود و دیدشان را تغییر می‌دهد. همین امر، مشارکت مردم را افزایش می‌دهد و ذهنیت آن‌ها درباره درآمدزایی از گردشگری رویداد را دگرگون می‌سازد.

سکانس دوم:

در ادامه، فرایند توسعه گردشگری رویداد به سمت نهادهای مدیریتی بالادست کشیده می‌شود. قرار دادن گردشگری رویداد در طرح آمایش سرزمین استان به‌عنوان یکی از محورهای توسعه و اولویت قرار دادن گردشگری رویداد در سند راهبردی توسعه گردشگری استان و کشور از نمونه این اقدامات است. این اقدامات، در کنار توجه به موقعیت مرکزی استان در کشور و ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی ناشی از گردشگری رویداد، نهادهای گروه‌های ذی‌نفع را برای توسعه گردشگری رویداد ترغیب می‌کند.

سکانس سوم:

نتیجه دو سکانس قبلی از یک طرف موجب ایجاد گارگروه‌های علمی پژوهشی تخصصی در سطح شهر و استان می‌شود و روی گردشگری رویداد به‌صورت تخصصی مطالعه و برنامه‌ریزی می‌کند. در این میان، فعالیت بانک‌ها و مؤسسات گردشگری برای ایجاد تسهیلات بیشتر می‌شود و افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی باعث توسعه انواع پلتفرم‌ها، اپلیکیشن‌ها و استارت‌آپ‌ها در حوزه گردشگری رویداد می‌شود، که در نتیجه موجب تنوع در برگزاری رویدادها و ارائه ایده‌ها و نوآوری‌ها می‌گردد.

سکانس چهارم:

در نتیجه این اقدامات و عوامل می‌توان انتظار داشت که در طی ده سال آینده گردشگری رویداد به یکی از فعالیت‌های اصلی گردشگری نه‌تنها در یزد بلکه در سطح ملی و فراملی تبدیل شود.

تاکنون پژوهش‌های متعددی درخصوص گردشگری رویداد انجام شده است، اما در بررسی تطبیقی - تحلیلی نتایج این پژوهش با پژوهش‌های مشابهی که تأثیرات عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد را بررسی کرده‌اند، مهم‌ترین نکته بی‌توجهی به موضوع

آینده پژوهی و سناریونویسی برای گردشگری رویداد است که در پژوهش‌های پیشین نادیده گرفته شده و چندان مورد توجه قرار نگرفته اما این پژوهش بر مبنای سناریونویسی گردشگری رویداد بنا شده است. پژوهش‌های داخلی و خارجی بر تحلیل عوامل مؤثر تمرکز کرده‌اند. صرف‌نظر از بحث سناریونویسی، در بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری رویداد، برخی پژوهش‌ها، گردشگری یک رویداد مشخص و برخی گردشگری رویداد را به‌صورت یکپارچه بررسی کرده‌اند. در بررسی تطبیقی نتایج پژوهش، پژوهش اکینیل و همکاران (2021) با نتایج این پژوهش هماهنگی بیشتری دارد و به تأثیرات دسترسی به جاذبه‌ها، محبوبیت رویدادها، محل رویداد و دسترسی به تور در گردشگری رویداد اشاره دارد، که در این پژوهش نیز به‌عنوان پیشران‌های گردشگری مطرح شده است. توجه به عامل حس تعلق جامعه میزبان در گردشگری رویداد به‌منزله یکی از پیشران‌ها، با نتیجه پژوهش کانل و همکاران (2015) که به نقش جامعه محلی در گردشگری رویداد اشاره دارد، همخوانی داشته و تأییدکننده این نتیجه است. همچنین، تأکید پژوهش ریجن گوآردیا و همکاران (2023) بر عوامل انگیزه و رضایت در تکرار بازدید گردشگران با پیشران تصویر ذهنی گردشگران در این پژوهش سازگار است. این پژوهش بخش مهمی از نتایج نظری و همکاران (2015) را تأیید می‌کند، که بر تأثیر زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری بر گردشگری رویداد اشاره دارد. پژوهش محمدی و میرتقیان رودسری (2019) نیز با نتایج این پژوهش تطابق دارد، که به نقش برند و مکان رویداد و فرهنگ که در پیشران موقعیت جغرافیایی منطقه و ظرفیت جهانی شدن یزد مطرح شده بود اشاره دارد. نکته مورد اختلاف این پژوهش با پژوهش‌های مشابه تأکید پژوهش بر تشکیل هسته‌ها و کارگروه‌های علمی گردشگری رویداد به‌منظور مدیریت محلی و علمی است، درحالی‌که در پژوهش‌های جهانیان و شیخونی (2022) و قیامی‌راد و محرم‌زاده (2008) عموماً به همکاری سازمان‌های دولتی، مدیریت راهبردی و سیاست‌گذاری اشاره شده است. برخی عوامل مؤثر گردشگری رویداد در پژوهش‌های پیشین، مانند عامل ادراک فیزیکی (Khoshebast et al., 2021)، وضعیت منابع گردشگری، منابع مصنوع و عوامل موقعیتی (Larsen & Jalilian et al., 2019) و سرمایه اجتماعی (Larsen & Barenholdt, 2019)، در این پژوهش چندان تأثیرگذار تشخیص داده نشده است؛ در مقابل، در این پژوهش



سخت به برخی رویدادهای شهر یزد که بر اثر ویروس کرونا یا عوامل دیگر غیرفعال بودند و شرایط نامطلوب دسترسی به برخی متصدیان رویدادها روبه‌رو بود، که مهم‌ترین موانع در راه انجام این پژوهش به شمار می‌روند.

در پایان به پژوهشگران دیگر پیشنهاد می‌شود در جهت بهبود این پژوهش اقدامات زیر را در برنامه پژوهشی خود قرار دهند:

آینده پژوهی گردشگری رویداد یزد به تفکیک گونه‌ها و انواع رویدادها و مقایسه تطبیقی نتایج آن‌ها. این کار باعث تفکیک عوامل از منظر انواع گوناگون رویدادها می‌شود و دید و چشم‌انداز دقیق‌تری از گردشگری رویداد را ارائه می‌کند.

انجام پژوهش مشابه در سایر نقاط استان یزد و ایران، که باعث می‌شود تحلیل تطبیقی از منظر مکانی انجام شود و نقش و تأثیرات فضا و مکان در گردشگری رویداد مشخص شود.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری رویداد نیز در دستور کار پژوهشگران آینده قرار گیرد. شناخت عوامل قوت و ضعف و فرصت و تهدید گردشگری رویداد و ارائه راهبردهای توسعه آن مکمل نتایج این پژوهش خواهد بود.

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

استاد، فاطمه و کریمپور، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی اثرات رویدادهای فرهنگی در توسعه گردشگری شهری با رویکرد توسعه اجتماعی جشنواره‌های غذا در مشهد). چهارمین همایش بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان، <https://civilica.com/doc/984615>

پورشمسی بندرآباد، ابوالفضل. (۱۴۰۲). تحلیل ساختاری پیشران‌های مؤثر بر گردشگری رویداد و ارزیابی سناریوهای مرتبط در شهر یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه یزد.

جهانیان، منوچهر و شیخونی، سحر (۱۴۰۱). ارائه الگوی توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر شناخت مؤلفه‌های انگیزشی جذب گردشگران در کشور. گردشگری و توسعه، ۱۱(۳)، ۱۳۳-۱۴۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.283498.2327>

عواملی مانند درآمدزایی از رویدادها، تنوع‌سازی رویداد، کارگروه‌های علمی و افزایش تبلیغات به‌عنوان پیشران در نظر گرفته شده که در پژوهش‌های پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در مجموع، این پژوهش علاوه بر گام نهادن در عرصه سناریونویسی، ضمن تأیید برخی عوامل مؤثر پیشین، به عوامل دیگری در حوزه گردشگری رویداد که کمتر بررسی شده بود توجه کرده است.

در پایان، می‌توان پیشنهادهایی برای رونق گردشگری رویداد و همچنین تقویت فعالیت‌های پژوهشی ارائه داد که این پیشنهادها براساس سناریوی برتر و سناریوی قوی ارائه می‌شود. با توجه به سناریوی برتر، پیشنهادها شامل موارد زیر است:

آسیب‌شناسی چگونگی خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های دخیل؛

تقسیم کار دستگاه‌های اجرایی در زمینه برنامه‌های گردشگری رویداد؛

قرار دادن گردشگری رویداد در اولویت‌های آمایش سرزمین استان و کشور؛

برگزاری دوره‌های آموزشی رفتارشناسی گردشگری برای مردم؛

استفاده از ظرفیت پارک‌ها و مراکز علم و فناوری در استان یزد برای ایجاد ارتباط بین دانشگاه با گردشگری؛

استفاده از روش‌ها و ابزارهای نوین بازاریابی گردشگری به‌ویژه فناوری‌های بازاریابی نسل پنجم به‌منظور مدیریت گردشگری و افزایش امنیت.

با توجه به سناریوی قوی پژوهش، می‌توان پیشنهادها را در جهت توسعه گردشگری رویداد ارائه داد:

تدوین و تصویب طرح جامع برندسازی گردشگری با تأکید بر گردشگری رویداد برای استان یزد، به‌منظور ایجاد اصالت بیشتر در محصولات گردشگری و عرضه در بازار جهانی؛

ساخت و طراحی برندهای گوناگون گردشگری رویداد از طریق شناخت ارزش‌های هر رویداد؛ توسعه زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری کودکان، به‌منظور ارتقای سطح مشارکت در گردشگری رویداد.

طراحی مسیرهای گردشگری در شهر یزد، به‌ویژه در بافت‌های تاریخی و مکان‌های برگزاری رویدادها به‌منظور بهبود دسترسی‌ها.

فرایند انجام این پژوهش با محدودیت‌های متعددی از جمله شرایط همه‌گیری ویروس کرونا که دسترسی به کارشناسان و گردشگران را دشوار کرده بود، دسترسی



- جلیلیان، نگار، کروب، مهدی و قادری، اسماعیل (۱۳۹۸). امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴(۴۵)، ۳۵-۵۶. <https://doi.org/10.22054/tms.2019.27611.1794>
- خوشه‌بست، فرزانه، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، جهانیان، منوچهر و جاودان، مجتبی. (۱۴۰۰). تحلیل و اولویت‌بندی ابعاد مؤثر در ادراک گردشگران رویداد بزرگداشت فردوسی. *گردشگری و توسعه*، ۱۰(۳)، ۵۱-۶۸. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.236223.2062>
- سقاچی، مهدی و خوشه‌بست، فرزانه (۱۳۹۱). گردشگری رویداد و بررسی اثرات ناشی از رویدادها. اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان. <https://civilica.com/doc/195712>
- ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی (رویکرد همپوند و پایدار). نشر مهکامه، تهران، ایران. <https://www.gisoom.com/book/1956239>
- عبدی جمایران، علی، حسینی، الهه و پناهی گرجی محله، یوسف. (۱۳۹۵). بررسی رویداد گردشگری و اثرات آن در اقتصاد امروز. اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی، تهران. <https://civilica.com/doc/631486>
- مولادوست، کیومرث، سامانی، سحر و ذاکریان، علیرضا (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی مشکلات گردشگری ورزش چوگان در ایران. *جغرافیای فضای گردشگری*، ۶(۲۲)، ۱۰۹-۱۲۶. <https://sid.ir/paper/214226>
- قیامی‌راد، امیر و محرم‌زاده، مهرداد (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش ایران و استرالیا. *نشریه حرکت*، ۳۵، ۹۹-۱۱۵. https://journals.ut.ac.ir/article_19278.html
- محمدی، مصطفی و میرتقیان رودسری، سید محمد (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری به مقصد گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر رامسر. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.247642.426>
- میرزایی، روزبه (۱۳۹۵). گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی. *جغرافیا (فصلنامه علمی انجمن جغرافیایی ایران)*، ۱۴(۴۹)، ۶۰-۴۱. https://mag.iga.ir/article_700862.html?lang=fa
- نجم‌زاده، محمد، افرادی، مائده و صاحب‌سرا، شیوا (۱۴۰۴). چشم‌انداز نوین گردشگری رویداد و اثر آن بر توانمندسازی زنان در روستاهای استان سمنان. *فصلنامه پژوهش‌های روستایی* 10.22059/jrur.2025.395574.2036
- نظری، محسن، قادری، زاهد و فضلوی، سیده فروزنده (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران. *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۷(۴)، ۷۶۹-۷۲۰. <https://doi.org/10.22059/jipa.2015.57352>
- نقوی، محبوبه و خادم، امیررضا (۱۴۰۰). بررسی نقش گردشگری رویدادهای ورزشی بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان (مطالعه موردی: مسابقات اسب دوانی). *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۹(۳۵)، ۸۳-۱۰۲. <http://ntsmj.issma.ir/article-1-1705-fa.html>
- Abdi Jamayeran, A., Hoseini, E., & Panahi Gorji Mahalleh, Y. (2016). Investigating the tourism event and its effects in today's economy. 1st national conference of management and global economy. <https://civilica.com/doc/631486> [in Persian]
- Antognozzi, A., & Uriarte, Y. (2018). Investigating Tourism Impacts of Festivals: An exploratory case study of a big scale comic-con. *Event management*, 23(6), 817-833. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259855823>
- Connell, J., Page, S. J. & Meyer, D. (2015). Visitor attraction and events: Responding to seasonality. *Tourism management*, 46(3), 283-298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.013>



- Movement, 35, 99-115. https://journals.ut.ac.ir/article_19278.html [in Persian]
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism management*, 24(2), 181-190. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00058-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00058-4)
- Getz, D. (2008). Event tourism. Definition, evolution and research. *Tourism management*, 29(3), 228-403. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- 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://doi.org/10.22034/jtd.2021.283498.2327> [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]
- Khoshebast, F., Rokn al-Din Eftekhari, A. R., Jahanian, M., & Javdan, M. (2021). Analyzing and Prioritizing the Dimensions Affecting the Tourist's Perception of the Ferdowsi Commemoration Event. *Journal of Tourism and Development*, 10(3), 51-68. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.236223.2062> [in Persian]
- Kusumawati, A. (2021). Event tourism for promoting the city development. In 3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020) (pp. 153-156). Atlantis Press. <https://>
- Camacho, R., Carrasco, A., Fernández Avilés, G., & LaTorre, A. (2023). Tourism destination events classifier based on artificial intelligence techniques. *Applied Soft Computing*, 148, and 110914. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2023.110914>
- Dolasinski, M., Roberts, C., & Toung, L. (2025). Sustainability, the Balanced Scorecard, and Event Tourism: The SBSC-ET Model. *Sustainability* 17(5):2174 DOI: 10.3390/su17052174
- Etiosa, O. (2012). The impact of event tourism on host communities, case study: the city of Pietarsaari. Thesis of Unit for Technology and Business, Kokkola-Pietarsaari, central Ostrobothnia University of applied sciences. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201205158430>
- Ekinil, G., Petrenko, A., & Dudkina, O. (2021). Event tourism as a promising area of social and economic development of the Rostov region. *E3S web of conference*, 237. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127309011>
- Nazari, M., Qaderi, Z., & Fazlavi, F. (2015). Investigating the impact of effective factors on the successful implementation of cultural events from the point of view of tourists. *Journal of Public Administration*, 7(4), 699-720. <https://doi.org/10.22059/jipa.2015.57352> [in Persian]
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism management*, 32(6), 1364-1370. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.011>
- Ghimirad, A., & Moharramzadeh, M. (2008). A Comparative Study of the Role of Factors Effective on Sport Tourism Development from the Viewpoint of Directors & Authorities of Sport in Iran & Australia. *Journal of*

- (2025). A New Perspective on Event Tourism and Its Impact on Women's Empowerment in the Villages of Semnan Province. *Rural research*, 10.22059/jrur.2025.395574.2036 [in Persian]
- Ostad, F., & Karimpour, F. (2019). Investigating the effects of cultural events in the development of urban tourism with the approach of social development of food festivals in Mashhad city. Fourth International Conference on Tourism, Geography and Clean Environment. <https://civilica.com/doc/984615> [in Persian]
- Pourshamsi Bandarabad. A. (2023). Structural analysis of event tourism development driving forces and evaluation of related scenarios in Yazd city. Thesis of M.A in geography and tourism planning, Yazd university. [in Persian]
- Seraphin, H., Yallop, C., Capatna, A., & Gowreesunkar, W. (2018). Heritage in tourism organizations' branding strategy: the case of a post-colonial, post-conflict and post-disaster destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 54-66. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2017-0057>
- Shanshan, L., Weiwei, Z., & Jiuchang, W. (2019). Assessing the impacts of tourism events on city development in China: a perspective of event system. *Current Issues in Tourism*, 23(1), 1-14. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1643828>
- Singh, N. (2020). Sustainability, Social, and Technology Development Trends in Events. *Events and Tourism Review*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.18060/24221>
- Saghaei, M., & Khoshehbast, F. (2012). Event tourism and investigating the effects of events. First National Conference on Tourism and Ecotourism of Iran. <https://civilica.com/doi.org/10.2991/aebmr.k.210928.030>
- Kerstetter, D., & Cho, M. H. (2004). Prior Knowledge, Credibility and Information Search. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 961-985. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.002>
- Larsen, J., & Bærenholdt, J. (2019). The social capitals of a tourism running event. *Annals of Tourism Research*, 79, 102788. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102788>
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2017). Ecotourism Behavior of Nature-Based Tourists: An Integrative Framework. *Journal of travel research*, 57(6), 87-110. <https://doi.org/10.1177/0047287517717350>
- Moladoost, K., Samani Ghotbabadi, S., & Zakerian, A. (2017). Identifying and Prioritizing of the Problems of Polotourism in Iran. *Tourism space*, 6(22), 109-126. <https://sid.ir/paper/214226/> [in Persian]
- Mohammadi, M., & Mirtaghian Rudsari, S. M. (2019). Investigating the Factors Affecting the Loyalty of Urban Destination Case Study: Ramsar City. *Urban tourism*, 6(1), 149-167. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.247642.42> [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]
- Naghavi, M., Khadem, A R. (2022). Investigating the role of tourism of sporting events on the economic development of Turkmen Sahara region in Golestan province. *New trends in sport management*, 9(35), 83-102. <http://ntsmj.issma.ir/article-1-1705-fa.html> [in Persian]
- Najarzadeh, M., Afradi, M., & Sahebsara, Sh.

participation in cycling tourism events. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 100664. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100664>

Zargham Brojeni, H. (2013). *Tourism development planning: an integrated and sustainable*. Mahkameh publication, Tehran, Iran. <https://www.gisoom.com/book/1956239> [in Persian]

doc/195712 [in Persian]

Richards, G., & Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951. <https://doi.org/10.1080/0042098042000256323>

Rejón-Guardia, F., Rialp-Criado, J., & Antonia García-Sastre, M. (2023). The role of motivations and satisfaction in repeat



