

ORIGINAL ARTICLE

Analysis of the Obstacles Facing the Development of Event-Oriented Tourism in Rural Areas (Case Study: Cultural and Event-Oriented Village of Yengijeh)

Saadi Mohammadi¹, Zahra Hakiminya²

1. Associate Professor in Geography, Pyame Noor University, Tehran, Iran.
2. M.A in Geography and Rural Planning, Pyame Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence
Saadi Mohammadi
Email: saadi@pnu.ac.ir

Received: 02/Apr/2023
Accepted: 30/Jul/2023

How to cite

Mohammadi, S.; Hakiminya, Z. (2024). Analysis of the Obstacles Facing the Development of Event-Oriented Tourism in Rural Areas (Case Study: Cultural and Event-Oriented Village of Yengijeh), *Physical Social Planning*, 9 (1), 33, 87-104. (DOI: [10.30473/PSP.2024.67464.2661](https://doi.org/10.30473/PSP.2024.67464.2661))

ABSTRACT

The present research has been carried out with a descriptive-analytical method and a quantitative-qualitative nature, aiming at the development of event-oriented tourism in Yingigeh village. This village has a great potential and capacity in the field of tourism and is the second most important axis of rural tourism development in Kurdistan province in the area of Zarivar wetland. Data collection was done using a survey method with a comprehensive approach based on the complex and systemic nature of tourism activities, holding group discussion meetings in the village with stakeholders, direct observation of the study area, in-depth and open interviews, and forming a Delphi group. Data were analyzed using fundamental theory technique and hierarchical analysis technique. The analysis showed that there are major obstacles and challenges from the local level to the provincial tourism management level in order to turn Yingigeh village into a village with an event-oriented tourism brand and its development. In the general sector of tourism development some cases such as; weakness in tourism infrastructure and services, weakness in marketing, weakness in education, lack of protection and diversification of attractions, weakness in planning, supervision and performance of government institutions, inappropriate business environment and inadequacies related to the needs and performance of tourists were classified in the form of 47 variables or challenges. In the specialized field of event-based tourism development; weaknesses in financing and financial flow, specialized advertising and highlighting, experimentalism and central creativity, and planning and management of events were identified as 23 obstacles. Also; in the general tourism development sector, there are some weaknesses in the planning, supervision and performance of government institutions, an inappropriate business environment and weaknesses related to education and information. In the specialized sector related to the development of event-based tourism, there is also a weakness in the planning and management of events. Lack of movement towards experientialism and central creativity and weakness in specialized advertising and highlighting among the identified obstacles are the most important in the formation of the existing unfavorable situation.

KEY WORDS

Event-Oriented Tourism; Systemic Tourism, Rural Areas, Zarivar Lake, Yengijeh Village.



«مقاله پژوهشی»

تحلیل موانع پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای فرهنگی و رویداد محور ینگجه)

سعدی محمدی^۱، زهرا حکیمی‌نیا^۲

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: سعدی محمدی
رایانامه: saadi@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۹

چکیده

پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و ماهیت کمی-کیفی و با هدف آسیب‌شناسی توسعه گردشگری رویداد محور در روستای ینگجه به عنوان روستایی با توان و ظرفیت‌های فراوان در این عرصه و روستای هدف گردشگری تالاب زریوار به عنوان دومین محور مهم توسعه گردشگری روستایی استان کردستان انجام گرفته است. گردآوری داده‌ها به روش پیمایشی با نگرش جامع مبتنی بر ماهیت پیچیده و سیستمی فعالیت‌های گردشگری، مبتنی بر برگزاری جلسات بحث مشارکتی گروهی در روستا با حضور ذی‌نفعان، مشاهده مستقیم وضع موجود، مصاحبه‌های عمیق و باز، تشکیل گروه دلفی و تجزیه و تحلیل آن‌ها با تکنیک تئوری بنیادی و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی نشان دادند که در راستای تبدیل روستای ینگجه به روستایی با برند گردشگری رویداد محور و توسعه آن دو بخش عمده موانع و چالش‌ها مبتنی بر بخش موانع و چالش‌های عمومی توسعه گردشگری و بخش ویژه، مبتنی بر توسعه گردشگری رویداد محور از سطح محلی تا سطح مدیریت گردشگری استانی نقش‌آفرین هستند. در بخش عمومی توسعه گردشگری؛ ضعف در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، ضعف در بازاریابی، ضعف در آموزش، عدم حفاظت و تنوع بخشی به جاذبه‌ها، ضعف در برنامه‌ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی، فضای نامناسب کسب و کار و نارسایی‌های مرتبط با نیازها و عملکرد گردشگران در قالب ۴۷ متغیر یا مانع و چالش و در بخش تخصصی توسعه گردشگری رویداد محور نیز ضعف در تأمین و جریان مالی، تبلیغات تخصصی و برجسته‌سازی، تجربه گرایی و خلاقیت محوری و برنامه‌ریزی و مدیریت رویدادها در قالب ۲۳ مانع و چالش که مهمترین موانع پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگجه شناخته شدند. همچنین؛ در بخش توسعه گردشگری عمومی ضعف در برنامه‌ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی، فضای نامناسب کسب و کار و ضعف‌های مرتبط با آموزش و اطلاع‌رسانی و در بخش تخصصی مرتبط با توسعه گردشگری رویداد محور نیز ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت رویدادها، عدم حرکت به سمت تجربه گرایی و خلاقیت محوری و ضعف در تبلیغات تخصصی و برجسته‌سازی در میان موانع شناسایی شده دارای بیشترین اهمیت در شکل‌گیری وضعیت نامناسب موجود، شناخته شدند.

واژه‌های کلیدی

گردشگری رویداد محور؛ گردشگری سیستمی؛ نواحی روستایی، دریاچه زریوار، روستای ینگجه.

استناد به این مقاله:

محمدی، سعدی، زهرا حکیمی‌نیا، زهرا (۱۴۰۳). تحلیل موانع پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای فرهنگی و رویداد محور ینگجه)، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۹ (۱)، ۳۳-۸۷-۱۰۴. (DOI: 10.30473/PSP.2024.67464.2661)



مقدمه

گسترش مطلوب گونه‌های گردشگری و از جمله نوین‌ترین آن‌ها یعنی گردشگری رویداد، نیازمند وجود بسترهای متعددی است. زیرا گردشگری فعالیتی گسترده و چندبخشی (کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۶؛ Aris 2012:147)؛ متشکل از عناصر و خرده سیستم‌های متعدد و زمانی می‌تواند به نقش خود به عنوان تحقق‌دهنده توسعه عمل کند که همه عناصر این سیستم از لحاظ کمیت و کیفیت در یک مجموعه هماهنگ شده با یکدیگر قرار داده شوند و چنانچه خلل و کمبودی در یکی از بخش‌ها و عناصر وجود داشته‌باشد بر پایه نظریه سیستم‌ها عملکرد کل سیستم مختل می‌گردد (کاظمی، ۱۳۹۰: ۵۲). بنابراین چنانچه به دنبال موفقیت، پویایی و تأثیرگذاری مطلوب گردشگری هستیم، می‌بایست تمامی ابعاد، زیر مجموعه‌ها و بازیگران این صحنه گسترده را مورد ارزیابی قرار داد تا رهیافت این امر شناخت جامع موانع و مشکلات و سپس برنامه‌ریزی کاربردی و منطبق بر واقعیت، جهت حل آن‌ها باشد.

استان کردستان با توجه به سابقه تمدنی کهن و تنوع و تفاوت‌های فرهنگی در کنار جاذبه‌های طبیعی، کشاورزی و تجاری، پتانسیل‌های فراوانی را در راستای گسترش گردشگری رویداد دارد. در شهرستان مریوان، روستاهای پیرامون تالاب زریوار، مهمترین قطب گردشگری روستایی آن بوده و البته این محور، بعد از محور روستایی اورامان در استان کردستان نیز، به عنوان قطب دوم توسعه گردشگری روستایی استان کردستان، شناخته می‌شود. با توجه به اینکه امروزه، گذر از گردشگری انبوه به گردشگری تخصص محور و تنوع بخشی به جاذبه‌ها، شکل گرفته است؛ گردشگری روستاهای پیرامون تالاب زریوار، بایستی از وضعیت کنونی که با اقامت کوتاه مدت گردشگران و صرفا تکیه بر گردشگری طبیعی که به بازدید از دریاچه زریوار، متکی است؛ فاصله گرفته و به سمت تنوع بخشی به جاذبه‌ها و توان‌های گردشگری حرکت نماید تا این چنین؛ بتواند نیازها و سلاقی مختلف گردشگران را برآورده و بدین ترتیب، در مسیر افزایش سطح رضایت گردشگران و در نتیجه، افزایش میزان وفاداری و بازگشت مجدد آنها حرکت نماید. موقعیت مناسب قرارگیری روستای ینگجه به لحاظ طبیعی به واسطه همجواری با تالاب زریوار، قرارگیری در موقعیت کوهپایه‌ای مشرف به اراضی تالابی، تنوع محیط ناهمواری (وجود کوهستان و دشت و تالاب)، محدوده بارشی شهرستان مریوان، تنوع اراضی شیبدار و پست تالابی و وجود جنگل؛ توان‌های مناسبی را از لحاظ دسترسی به منابع طبیعی و حیات زیستی مناسب برای روستا فراهم آورده است. روستای ینگجه؛ از روستاهای پیشرو در عرصه توسعه اجتماعی و فرهنگی در سطح شهرستان و حتی؛ در عرصه ملی است (روستای مورد تقدیر قرار گرفته در عرصه کتابخوانی، دارا بودن خانه هلال احمر و اولین و مهمترین انجمن زیست محیطی شهرستان

مریوان با وجهه بین المللی (انجمن چیا). روستایی که با برگزاری رویدادهای مختلف فرهنگی- اجتماعی؛ توانسته است برند یک روستای فرهنگی را برای خود ایجاد نماید در وضعیت کنونی نیز، روستای ینگجه با ایجاد یک اقامتگاه بومگردی متعلق به دهباری روستا، ایجاد بازارچه فروش غیررسمی و فصلی فروش محصولات، وجود یک کافه سنتی پذیرایی، احداث سایت پرنده نگری؛ سعی در افزایش بهره‌مندی از منافع توسعه گردشگری، دارد. هرچند باغ رستوران‌ها و اقامتگاه‌های پیرامون و نزدیکی به روستا نیز به عنوان فرصت‌هایی بر توسعه گردشگری روستا، بسیار اثرگذار هستند. همچنین، ایجاد کارگاه حصیربافی و تولیدات این کارگاه نیز به عنوان سوغات گردشگری روستا مطرح شده است. در این میان، ینگجه روستایی که در چند ساله اخیر، با اقدامات متعدد اجتماعی و فرهنگی به واسطه برخورداری از مدیریت محلی کارآمد و مشارکتی در برگزاری رویدادهای متنوع با مضمون، اجتماعی، تاریخی، ادبی، فرهنگی، تفریحی و کشاورزی، روی آورده تا با برند روستای فرهنگی و رویداد محور، شناخته شود (لازم به ذکر است این روستا به عنوان روستای برتر در سال ۱۳۹۴ در عرصه کتابخوانی کشور، مورد تقدیر قرار گرفته و پایه‌گذار اولین و بزرگترین انجمن زیست محیطی شهرستان است). رویدادهای متنوع برگزار شده در روستا در تمامی طول سال بوده و با توجه به مضمون و سابقه فرهنگی و تاریخی و اجتماعی آن چنانچه؛ مورد برنامه‌ریزی و سازماندهی مؤثر قرار گیرند؛ می‌توانند به مزیت رقابتی عرصه گردشگری، نه تنها برای روستا ینگجه بلکه برای روستاهای پیرامون تالاب زریوار و حتی؛ شهرستان مریوانی بدل گردند که در وضعیت کنونی، به شدت نیاز به تحول بخشی، تنوع بخشی و تخصص محوری در راستای پویایی مجدد توسعه گردشگری آن و افزایش توان رقابت‌پذیری با مقاصد دیگر گردشگری استان از جمله بانه و سنندج و محور اورامان را دارد. در وضعیت فعلی، در روستای ینگجه، فعالیت‌های گردشگری تحت سیطره کشاورزی سنتی و معیشتی بوده و منافع آن بسیار محدود در میان روستاییان توزیع شده و بیکاری آشکار و پنهان بر فضای کسب و کار روستا غلبه دارد. این در حالی است که با تلفیق توان توسعه رویدادمحوری با توان طبیعت‌گردی روستا در کنار فرصت‌هایی، چون قرارگیری در محور گردشگری تالاب زریوار، نزدیکی به شهر مریوان (۱۰ کیلومتر) به عنوان یک برند گردشگری خرید استان کردستان، نزدیکی به مرز با اقلیم کردستان عراق (۱۴ کیلومتر) و سطح مناسب زیرساختی و جذابیت محیط جهت جذب سرمایه و سرمایه‌گذار بخش خصوصی و همگرایی و سرمایه اجتماعی مناسب که در مشارکت جمعی روستاییان در برگزاری رویدادها تجلی یافته است؛ می‌توانستیم، شاهد ایجاد یک نمونه و مدل موفق در عرصه توسعه گردشگری روستایی مبتنی بر رویداد محوری و گردشگری حامی فقرا

بهره‌مندی از منافع آن در روستای ینگجه به عنوان برند رویداد محوری در روستاهای پیرامون تالاب زریوار، کدامند؟
در رابطه با پیشینه پژوهش، مطالعاتی توسط محققین داخلی و خارجی در مقیاس‌های متفاوت انجام گرفته، خلاصه ای از مهم‌ترین، پژوهش‌های مرتبط و نیازها و الزامات مورد نیاز در راستای توسعه اثربخشی برگزاری رویدادها در عرصه داخلی و خارجی، در جدول ۱ آورده شده است.

و منفعت محور، باشیم. حال مسئله‌ای که در پژوهش حاضر بدان پرداخته می‌شود؛ این مطلب است که چرا با وجود این توان ارزش‌افزا و کشنده پرتقاضا در روستای ینگجه (گردشگر رویداد محور)؛ هنوز، این قسم از گردشگری نتوانسته است، به فرمی پایدار و سازماندهی شده در سطح روستاهای پیرامون تالاب زریوار و حتی شهرستان مریوان، مورد پذیرش، گسترش و حمایت قرار گیرد در این راستا؛ سوال اصلی پژوهش حاضر مبتنی بر این مطلب است که؛ مهم‌ترین موانع و مشکلات پیرامون توسعه گردشگری رویداد محور و

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های پیشین انجام گرفته

نتایج	عنوان پژوهش	محقق(ان)، سال پژوهش
نتایج نشان دهنده انتخاب استراتژی محافظه کارانه یا تدافعی جهت توسعه گردشگری مبتنی بر برگزاری این جشنواره می‌باشد. از این رو لازم است که گردشگری رویداد با گردشگری تاریخی-فرهنگی، کشاورزی و طبیعت گردی در منطقه تلفیق گردد.	تحلیل استراتژیک گردشگری رویداد در ایران (مورد شناسی: جشنواره طلای سرخ شهرستان قائنات)	سقای و خوشه بست (۱۳۹۷)
روند جذب سرمایه گذاری در ایجاد زیرساخت‌های مناسب طی دوره‌های متوالی، نشان دهنده تاثیر مستقیم جشنواره بر جذب سرمایه‌گذاری می‌باشد. استان گلستان با گردشگری رویداد (جشنواره فرهنگ اقوام) هم برای مردمان سرزمین ما و هم برای سایر ملل بیشتر معرفی شد.	بررسی قابلیت‌های گردشگری رویداد در استان گلستان (نمونه موردی: جشنواره فرهنگ اقوام ایران زمین)	غیائی زاده (۱۳۹۶)
نتایج حاکی از آن است که می‌توان این رویداد را به عنوان برنامه فراغت جمعی برای خانواده‌های جوان و فرهیخته ایرانی با سطوح مختلف درآمدی در نظر گرفت. به منظور گسترش این رویداد فرهنگی پیشنهاد گردیده است که مدیران، تمرکز اصلی را بر ارتقای کیفیت برگزاری و تنوع بخشیدن به فعالیت‌های فراغتی جنبی معطوف نمایند.	تحلیل عوامل انگیزشی مؤثر بر حضور بازدیدکنندگان در رویدادهای مبتنی بر جامعه محلی (مورد: جشنواره گل بخش امیرآباد)	میرزایی و رضایی (۱۳۹۵)
تبلیغات، جذابیت مقصد، محتوا، مسافت، ارزش‌ها، حمل و نقل و مقدار زمان به ترتیب، بیشترین تاثیر را در اهمیت یافتن رویدادهای فرهنگی و ارتقای جنبه گردشگری آنها دارا هستند.	طراحی یک مدل فرهنگی هنری جهت تبدیل آن به جاذبه گردشگری (مطالعه موردی صنایع دستی)	نظری نسب (۱۳۹۵)
نتایج نشان دادند که سه عامل کیفیت اجرای برنامه‌ها به عنوان موثرترین عامل در کنار بازاریابی و مشارکت جامعه محلی، مهمترین؛ عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مبتنی بر رویدادهای فرهنگی هستند.	بررسی عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران	نظری و همکاران (۱۳۹۴)
در مجموع، این ابررویدادها می‌توانند و توانسته‌اند؛ موجب بهبود وجهه مقصد شوند اما ماندگاری برداشت‌های مثبت افراد قبل از برگزاری وابسته به نحوه تامین احساس رضایت آنها در هنگام برگزاری رویداد می‌باشد و این اصل، باید توسط کشور قطر درک گردد که تصویر مثبت کنونی گردشگری این کشور، نمی‌تواند؛ تضمین کننده بهبود تصویر مقصد آن بعد از برگزاری جام جهانی باشد.	تاثیر ابررویدادهای فوتبالی بر بهبود تصویر مقصد (موردی: مسابقات یورو ۲۰۱۶ فرانسه، جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه و جام جهانی ۲۰۲۲ قطر)	اندرسون و همکاران ^۱ (۲۰۲۱)
در این پژوهش، تاکید اصلی بر روی درگیر نمودن گردشگران رویداد در سطح غوطه‌وری با لذت بالا برای گردشگران است و اهمیت این امر نیز، با اثرگذاری آن در ارتقای سطح رضایت گردشگران، قصد به بازگشت دوباره و ایجاد احساسات و تصویر مثبت از مقصد در ذهن گردشگران انعکاس یافته‌است.	عوامل مؤثر بر قصد بازگشت مجدد به محیط گردشگری؛ نقش درگیری و مشارکت گردشگران در رویدادها	تسای ^۲ (۲۰۲۰)

برگزاری این رویداد ورزشی توانسته است به بهبود وجهه گردشگری این شهر کوچک کمک و فرصت‌های خوبی را جهت توسعه گردشگری در بلندمدت برای این آن بیافریند و به اهرمی برای پویایی اقتصاد محلی بدل گردد. در این رویداد، مشارکت ذی‌نفعان به ویژه در زمینه برگزاری و ایده پردازی، ضروری و بسیار مناسب بوده.	ادارک ذینفعان از رویدادهای کوچک مقیاس ورزشی (اسکی ۲۰۱۹ نوجوان جهان در شهری در ایتالیا)	بازانلا و همکاران ^۱ (۲۰۱۹)
محورهای اصلی پژوهش‌های مورد نیاز با توجه به اهمیت روزافزون گردشگری رویداد در سال‌های آینده باید بررسی نحوه مدیریت و ساماندهی رویدادها، ارتباط رویدادها با اقسام دیگر گردشگری، بررسی وضعیت پایداری گردشگری مبتنی بر رویدادها، بررسی وضعیت مدرن‌سازی رویدادهای سنتی به شیوه‌ای مؤثر، اهمیت درک و ارتباط فرهنگ‌ها بومی و دنیای اجتماعی با رویدادها باشد.	روند و چشم‌انداز پژوهش‌های مرتبط با گردشگری رویداد	گنز و همکاران ^۲ (۲۰۱۶)
درک ساکنان از تأثیرات رویدادها عامل مهمی در توسعه و تداوم گردشگری مبتنی بر رویدادها است. مزایای اقتصادی، تأثیرات امنیتی، مشکلات ترافیکی و شهری، غرور و افتخار ملی، توسعه جامعه و هزینه‌های اقتصادی برگزاری رویدادها مهم‌ترین عواملی بودند که در کشور کره جنوبی بر وضعیت حمایت مردم محلی از توسعه گردشگری مبتنی بر برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی تأثیرگذار بودند.	ارزیابی تأثیرات اجتماعی درک شده از میزبانی رویدادهای بزرگ گردشگری ورزشی (کره جنوبی)	کیم و همکاران ^۳ (۲۰۱۵)

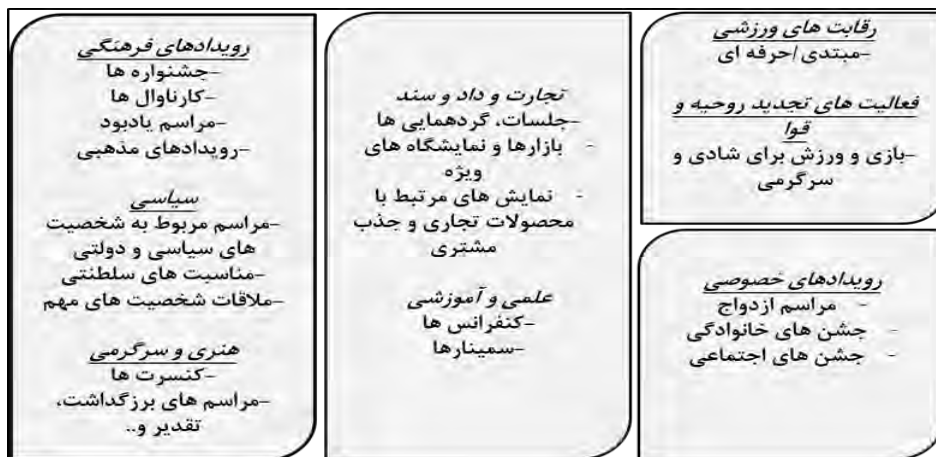
منبع: یافته‌های نظری پژوهش، ۱۴۰۱

دسترسی آسان دارند، تکرار می‌شوند و برای همه سنین جذابیت‌هایی را به همراه دارند. اگرچه محبوبیت و شهرت صنعت رویدادها این روزها به شدت زیاد شده است اما این صنعت هنوز پدیده‌ای، جدید است (بستام رخ، ۱۳۹۵: ۱۸). از دیدگاه مصرف‌کنندگان، رویدادها فرصت‌هایی برای کسب تجارب اجتماعی، فرهنگی و تفریحی هستند که خارج از زندگی روزمره و انتخابات رایج و روزمره آن‌ها به وجود می‌آیند (بستام رخ، ۱۳۹۵: ۱۷). برگزاری رویدادها، پاسخی به یکی از مهم‌ترین نیازهای انسانی، یعنی؛ گردهم آمدن و تعاملات انسانی است که در حوزه انسان‌شناسی و روانشناسی بر آن تأکید می‌شود (Seraphin, 2021: 5). امروزه اهمیت گردشگری رویداد به حدی است که از اصطلاح فستیوال‌سازی^۴ بسیار یاد می‌شود. این اصطلاح، بر تبدیل جاذبه‌ها رویدادهای بومی و محلی که به صورت عادی برگزار می‌شوند به یک جشنواره سازماندهی شده و به یک کالای گردشگری تأکید دارد (Getz, 2010: 5-10). گتس (۲۰۰۸)، به عنوان یکی از پیشگامان و برجسته‌ترین محققان عرصه گردشگری رویداد در تقسیم‌بندی انواع رویدادها به رویدادهای آورده شده در شکل زیر اشاره دارد.

در حالت کلی گردشگری یک رویداد بین بخشی را نشان می‌دهد که طیف گسترده‌ای از گروه‌های درگیر (ذینفعان) را در برمی‌گیرد که اغلب منافع و برنامه‌های متضاد دارند (بهرامی جاف و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۹). حسب تعریف، رویداد گردشگری را می‌توان واقعه‌ای دانست که به طور معمول بر خلاف زندگی متعارف و جاری جامعه محلی شکل می‌گیرد، آغاز و پایانی برای آن متصوریم و هدف از آن تأمین یک نیاز (برگزاری مراسم معنوی حج)، فعالیت‌های اجتماعی خیریه (گلریزان)، گذارن اوقات فراغت برای مردم محلی (مسابقه‌ای ورزشی) یا جلب گردشگران به یک مقصد گردشگری (تلاش برای میزبانی جام جهانی فوتبال)، می‌باشد. (بستام رخ، ۱۳۹۵: ۱۶). رویدادها، پدیده‌های مکانی- زمانی برنامه‌ریزی شده هستند و به دلیل تعاملات متعدد، منحصر به فرد می‌باشند. بیشتر جذابیت رویدادها این است که آن‌ها یکسان نبوده و متفاوت می‌باشند و شما باید "در آنجا باشید" تا از تجربه بی نظیر برگزاری و حضور در رویداد به طور کامل لذت ببرید و اگر رویداد را از دست بدهید، این یک فرصت از دست رفته است (Getz, 2008: 404). موفقیت رویدادها در عرصه جهانی از آن جهت است که صنعت رویدادها، توانست تغییرات تقاضا در فعالیت‌های فراغتی را درک کند. رویدادها در کوتاه مدت برگزار می‌شوند،

1. Kim and et al
2. festivalization

1. Bazzanella and et al
2. Getz and et al



شکل ۱. گونه شناسی انواع رویدادها توسط گتس، منبع: (Getz, 2008, 404)

پیدایی‌های شرایط واقعی را در نظر گیرد (Holden, 2001: 8-9). گردشگری سیستم است و مدیریت و برنامه‌ریزی آن بدون نگرش سیستمی ممکن نخواهد بود (Aris Anuar et al, 2012: 147). دو بعد اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می‌دهند، عرضه و تقاضا هستند (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۳). بعد عرضه؛ تمامی فعالیت‌ها، خدمات و امکاناتی را در برمی‌گیرد که به توریست ارائه می‌گردد و تجربه لذت را برای وی در مقصد ایجاد می‌کند. همچنین؛ بعد تقاضا بر این مطلب تأکید دارد که انواع مختلف سفر انگیزه‌ای الزام آور وجود دارد (Camille, 2014: 17). این الزام در واقع موجب شکل‌گیری تقاضای سفر می‌شود. نیاز است که جهت گسترش هر نوع از گردشگری وضعیت گردشگری منطقه برپایه رویکرد سیستمی، مورد بررسی و سنجش قرار گیرد. قدر مسلم مقاصدی در عرصه گردشگری پیشرو خواهند بود و به پایداری در عرصه گردشگری خواهند رسید که تمامی زیرمجموعه‌های سیستم گردشگری آن از لحاظ کمیت و کیفیت در شرایط مطلوبی قرار داشته باشند. تجزیه و تحلیل وضعیت توسعه گردشگری از دیدگاه عرضه و تقاضا امکان ایجاد دید جامع و شناسایی نقاط قوت و ضعف را فراهم می‌سازد. این دیدگاه، موجب تطبیق خدمات و امکانات و شاخص‌های دیگر بعد عرضه با نیازها و خواسته‌های گردشگران می‌گردد (Heung et al, 2010: 249). در توسعه گردشگری رویداد، باید با دیدی تقاضا محور، محیط عرضه خود را متناسب با نیازهای و انگیزه‌های گردشگران نماید تا تجربه مناسب و دلپذیر برای بازدیدکنندگان و سپس، تمایل به بازگشت مجدد، ایجاد حس رضایت و تبلیغات شفاهی (دهان به دهان) و تشویق به معرفی مقصد، در میان بازدیدکنندگان شکل گیرد. مدیریت گردشگری مقصد و به ویژه مدیران برگزارکننده رویدادها، باید با مطالعه و رصد دقیق انگیزه و نیازهای بازدیدکنندگان از یک سو، زمینه‌ها و رویه‌های برآوردن شدن این نیازها و از سوی دیگر، جذب تقاضاهای

در این میان، جشنواره‌ها در حال تبدیل شدن به یکی از پرتعدادترین انواع رویدادها هستند. ویژگی شادابی، هیجان و سرزنده بودن جشنواره‌ها، تنوع فوق‌العاده‌ای را به آن‌ها می‌بخشد و گردشگران را برای دیدن جاذبه‌های خاص جامعه میزبان، تجربه‌های فرهنگی متنوع و حضور در رویداد و کسب تجارب متفاوت و جمعی دعوت می‌کند (بستام رخ، ۱۳۹۵: ۱۸). جشنواره‌ها به عنوان دارایی‌های گردشگری در مناطق هدف آن جهت توسعه گردشگری تلقی می‌شوند (Cudny and Rouba, 2011: 7). در طول تاریخ، مردم فرهنگ‌های مختلف از مراسم و جشنواره‌ها به عنوان وسیله‌ای برای نشان دادن خود استفاده کرده‌اند (Salam Khalid, 2020: 118). جشنواره‌ها؛ جشن‌های همگانی هستند که خاستگاه‌شان مراسم و آیین‌های مذهبی بوده است (Ling and Getz, 2010: 5). یک جشنواره به این صورت تعریف می‌شود: یک مجموعه سازماندهی شده از رویدادهای ویژه درباره یک موضوع انسانی - فرهنگی خاص که در یک روز یا دوره خاص و معمولاً در یک مکان خاص با گردهم آمدن افرادی که با موضوع جشنواره ارتباط متقابل یا مستقیم دارند، به وقوع می‌پیوندد (Lyck et al, 2012: 11).

نگریستن از یک زاویه، دید کوتاه مدت و تأکید بر بخشی خاص، موانعی عمده در راستای موفقیت و پویایی گردشگری یک مکان هستند، همچنان که لاوز (۱۹۹۱) بیان می‌کند که مزیت درک گردشگری به عنوان یک سیستم این است که مانع تسلط دیدی تک بعدی در تجزیه و تحلیل‌ها می‌شود و زمینه را برای شکل‌گیری تصمیم‌گیری همه‌جانبه و جامع مهیا می‌کند. علاوه بر ارتباط و وابستگی عناصر مختلف در صحنه گردشگری عوامل دیگری که از آن به عنوان محیط بیرونی یاد شد، همچون: ساختار سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیز تأثیرگذاری زیادی را بر نحوه کنش اجزا و عملکرد نظام گردشگری دارند. استفاده از رویکرد سیستمی در مدیریت گردشگری می‌تواند که تمامی این

جدید را با ظرفیت سنجی مناسب، انجام دهند. در غیر این صورت، برگزاری رویداد نمی‌تواند استمرار و پایداری داشته باشد و در حد یک رویداد محلی باقی مانده و رو به افول می‌رود (Liu et al, 2021: 2)؛ Getz, 2010: 5؛ Hernández et al, 2017:2؛ خضرنژاد و حیدری چیتانه، ۱۳۹۵: ۸).

وقایع گردشگری برای تبدیل شدن به یک جاذبه گردشگری، باید بازدیدکنندگانی را جذب کنند که جز مردمان محلی نباشند (بستام رخ، ۱۳۹۵: ۲۱) و دستیابی به این امر نیز، با مدیریت صحیح در برگزاری و مدیریت رویدادها حاصل می‌گردد. باید توجه داشت که اگرچه میان رویدادها، مشابهت‌هایی وجود دارد، اما در واقع هر رویداد، رویداد منحصر به فردی است که از جنبه‌های گوناگونی با دیگر رویدادها متفاوت است. در عین حال، هر بار که رویدادی برگزار می‌شود، برگزارکنندگان باید آن را چنان اداره و برگزار نمایند؛ که گویی که نخستین باری است که این رویداد در جریان است و نیز، هربار که آن را برگزار می‌کنند، باید چنان آن را برگزار کرد؛ گویی که این آخرین بار برگزاری است. ظرفیتی در توصیه فوق، وجود دارد که برگزارکنندگان را به جدیت و پشتکار، دقت و عمل بر مبنای رفتاری نظام‌مند می‌خواند تا بر تجربه‌های گذشته خود غره نشوند و کار را آسان نگیرند و نه چنان، بیاندیشند که زمانی آتی برای جبران کاستی‌ها در رویدادهای آینده وجود ندارد (عبدالهی، ۱۳۹۲: ۳۸).

مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح، رویدادها؛ می‌تواند به تغییر تصویر گردشگران از مقصد منجر گردیده و درآمد و منافع پایدارتری را نصیب جامعه محلی، نماید (Hernández, 2017:2). لیک و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، با استناد به مطالعات پیشین مرتبط، مدیریت رویداد را تجربه‌سازی مطلوب برای گردشگران دانسته و در این ارتباط بیان می‌کنند که مدیریت رویدادها، بایستی با حفظ تجارب مطلوب به پویایی مداوم جهت ایجاد تجربه‌های جدید و غنی‌سازی آن‌ها بپردازد. آن‌ها، سازماندهی مطلوب و حفظ ساختار برگزاری را به اندازه برگزاری خود جشنواره با اهمیت می‌دانند (Lyck et al, 2012:51). ایجاد یک محیط تجربی مناسب، منبع و عامل اصلی ایجادکننده مزیت رقابتی در برگزاری جشنواره‌ها و رویدادها است. بدون ایجاد تجارب جالب و به یادماندنی برای بازدیدکنندگان، جشنواره؛ نمی‌تواند خود را از سایر جشنواره‌ها متمایز کرده و وفاداری^۲ پایدار بازدیدکنندگان را به دست آورد (Culha, 2020:2). پگ و پترسن^۳ (۲۰۱۰)، با توجه به شخصی بودن تجربه و تعدد نیازها و انگیزه‌ها؛ در مطالعه خود تأکید اصلی را جهت توسعه گردشگری رویداد بر شناختن و برنامه‌ریزی بر روی بعد تقاضا، یعنی؛ گردشگران، نیازها و انگیزه‌هایشان قرار می‌دهند (and

۴. Crociata and Agovino
۵. Freeman
۶. stakeholder
۷. biometric technologie

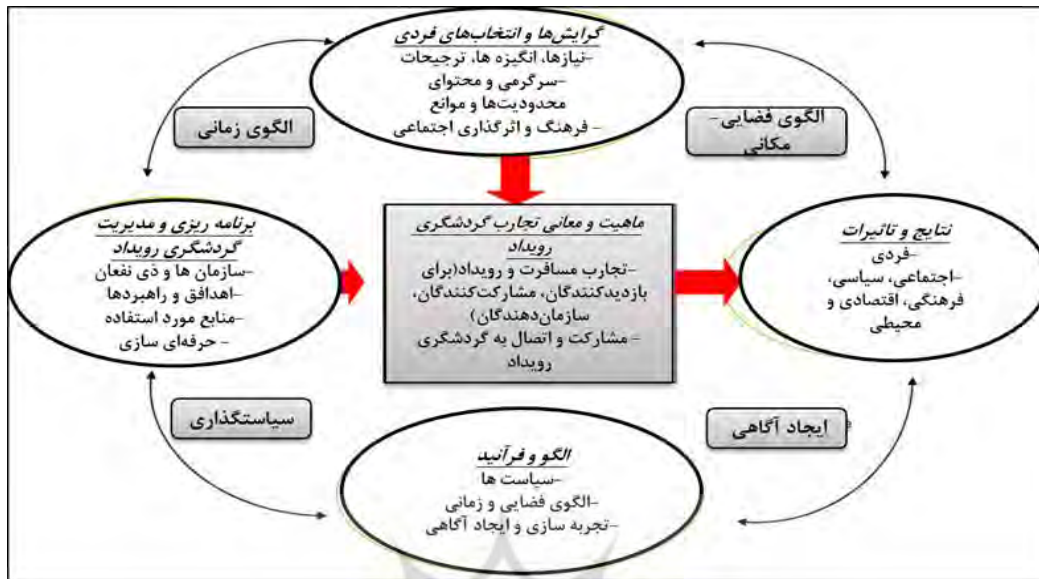
شکل زیر، مدل و چارچوب پیشنهادی گتس (۲۰۰۷)، در جهت ایجاد و آشنایی با گردشگری رویداد است. مدلی که بر توجه به دو بعد عرضه و تقاضا و مهم‌ترین ذی‌نفعان آن ترسیم شده است. در این مدل، آنچه که مشخص است، تأکید بر تجربه به عنوان اصلی اساسی و تداوم‌دهنده توسعه گردشگری در گردشگری رویداد است که بایستی در بعد عرضه، متناسب با بعد تقاضا (انگیزه‌ها، نیازها و ترجیحات گردشگران) و توسط سازمان‌دهندگان رویداد، مد نظر قرارگیرد. چهار اصل الگوی زمانی، الگوی فضایی- مکانی، سیاست‌گذاری و ایجاد آگاهی به عنوان اصول

۴. Crociata and Agovino
۵. Freeman
۶. stakeholder
۷. biometric technologie

۱. Lyck et al
۲. Destination loyalty
۳. Pegg and Patterson

عرصه فضایی)، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی صحیح و ایجاد آگاهی در میان گردشگران و ذی نفعان، موارد مورد تأکید هستند.

مهم و اصلی ارتباط‌دهنده این مدل، مورد تأکید هستند. در این اصول، انتخاب بهینه‌ترین زمان و مکان برگزاری و نشت عادلانه منافع(در



شکل ۲. چارچوب مدل گتس در ارتباط با گردشگری رویداد و مدیریت آن، منبع: (Getz, 2008: 214)

هدف اصلی که همانا، توسعه گردشگری رویداد محور در روستای ینگچه است، سیستمی؛ مبتنی بر بهره‌گیری از تمامی ذی نفعان و بررسی تمامی اجزا و عناصر درگیر در توسعه این قسم از گردشگری و اثربخشی آن در توسعه اقتصادی روستا است. بر این اساس، در تعیین جامعه آماری پژوهش، جمعی از مدیران توسعه‌ای، مدیران محلی روستاها، آگاهان روستایی، متخصصان علمی منطقه، فعالان عرصه زیست محیطی، راهنمایان و آژانس‌های گردشگری منطقه، سرمایه‌گذاران و عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری منطقه و گردشگران ورودی، مدنظر قرار گرفتند. در تعیین نمونه‌ها در بخش اول، که مبتنی بر مصاحبه‌های عمیق و باز در راستای شناسایی موانع و مشکلات پیش روی تبدیل روستا به یک روستای برند رویداد محوری است؛ از نمونه‌گیری هدفمند؛ بهره گرفته شد. بر این اساس؛ در گروه مدیران توسعه‌ای با در نظر داشتن سابقه مدیریت و کار در حوزه گردشگری و توسعه منطقه (کمتر از ۳ سال نباشد)، بومی و آشنا بودن بودن به منطقه و مرتبط بودن با حوزه توسعه، از میان مدیران محلی روستا به تشخیص فرمانداری و اداره میراث فرهنگی شهرستان، دهیاران کارآمد و موفق روستاهای پیرامون تالاب زریوار به همراه دهیار روستای ینگچه، از میان آگاهان روستایی با توجه به تحصیلات دانشگاهی، خوشنام بودن و آگاهی به شرایط توسعه گردشگری روستا به تشخیص دهیاران منتخب، در گروه متخصصان علمی با در نظرگیری مرتبط بودن رشته تحصیلی به توسعه روستایی و گردشگری؛ دارا بودن مدرک حداقل کارشناسی ارشد و با تأکید بر دکترای تخصصی و آشنایی با شرایط منطقه (تأکید بر مشاوران اجرایی طرح‌های توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی و طرح توسعه منظومه روستایی در روستا،

رنجبریان و زاهدی(۱۳۸۵)، معتقدند که موفقیت هر جشنواره بر حسب تعداد مخاطبان آن و توجهی که به مقصد معطوف شده، قابل ارزیابی است اما در این میان، نباید از ویژگی‌های خاص مقصد که می‌تواند بر وجهه جشنواره تأثیر گذارد، نیز غافل ماند. میهمان‌نوازی مردمان، شرایط اقلیمی، امنیت مناسب و بسیاری از عوامل دیگر در این میان، نقش آفرینی می‌کنند و مشکلات محلی نیز به همین ترتیب، می‌توانند؛ تأثیراتی نامناسب بر توفیق جشنواره بر جای گذارند(رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۵: ۲۴).

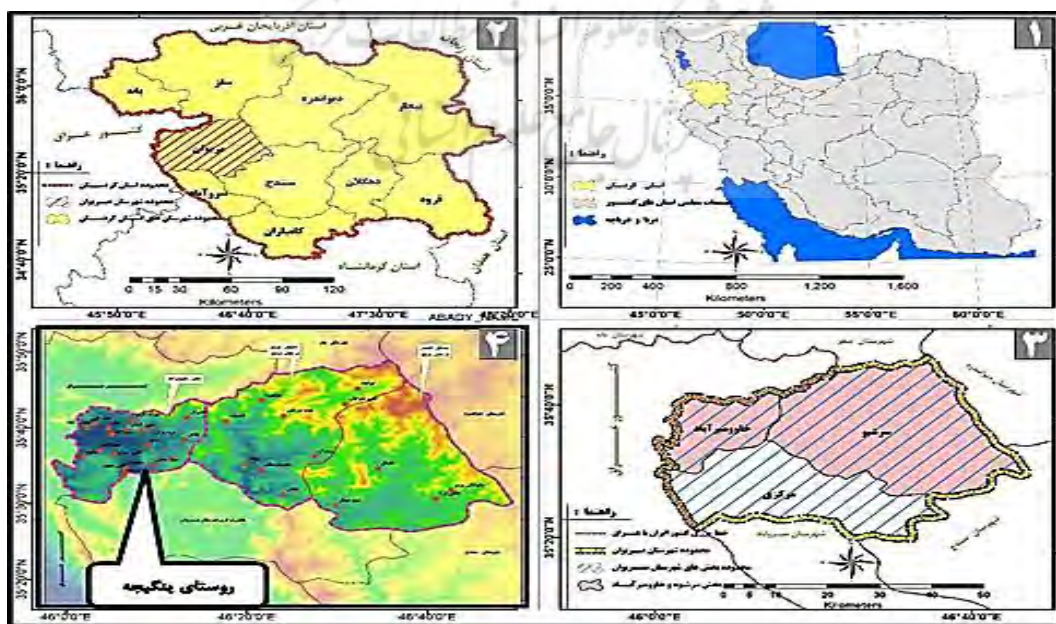
داده‌ها و روش کار

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش انجام، توصیفی تحلیلی است. رویکرد انجام پژوهش، مشارکتی مبتنی بر برگزاری کارگاه مشارکتی توسعه گردشگری روستا توسط اهالی روستا، آگاهان علمی و محلی و مدیران توسعه‌ای و سرمایه‌گذاران عرصه گردشگری منطقه است که در محل دهیاری روستا طی ۲ جلسه؛ انجام گرفت. در جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز، در بخش نظری از منابع اسنادی و در بخش میدانی، از ابزارهای روش پیمایشی (مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه و برگزاری جلسه مشارکتی)، بهره گرفته شده است. ماهیت پژوهش، کمی-کیفی است. در بخش کیفی که مرحله اول پژوهش است؛ سعی بر شناسایی موانع و مشکلات پیش‌روی توسعه گردشگری رویداد در روستای ینگچه و تبدیل آن به برند گردشگری رویداد در محور تالاب زریوار و در بخش کمی، سعی در تأیید یافته‌های بخش کیفی و تعمیم‌پذیری آن‌ها است. دید حاکم بر پژوهش در راستای دستیابی به

و متقاضی ساخت مجتمع گردشگری؛ چالش‌ها و موانع شناسایی شده؛ مورد مقایسه و تعیین اهمیت نسبی در ارتباط با اثرگذاری بر رقم خوردن وضع موجود و بهبود آن، قرار گرفتند. در این ارتباط، از روش سلسله مراتبی مبتنی بر تشکیل سلسله مراتب سه سطحی؛ مشتمل بر هدف اصلی (توسعه گردشگری رویداد محور در روستای ینگچه)؛ معیارها (دو حوزه توسعه گردشگری عمومی و تخصصی رویداد محور در سطح روستا) و زیرمعیار (مولفه‌های یازده‌گانه شناسایی شده به عنوان موانع و چالش‌ها در هر دو بخش)، بهره گرفته شد و در ارتباط با تخصیص اوزان؛ از تکنیک دلفی مبتنی بر تکرار پرسشنامه‌ها و ارائه بازخوردها در نحوه وزن‌دهی تا حصول به اجماع نظری در بین پاسخگویان؛ بهره گرفته شد (حصول به اجماع نظری، پس از تکرار ۳ دور پرسشنامه‌های وزن دهی).

روستای ینگچه یکی از روستاهای حاشیه دریاچه زریبار در بخش و دهستان خاومیرآباد شهرستان مریوان، است. این روستا در فاصله ۱۲ کیلومتری شهر مریوان و ۱۰ کیلومتری از مرز بین المللی با کردستان عراق، واقع شده است. موقعیت مناسب قرارگیری روستای ینگچه به لحاظ طبیعی به واسطه همجواری با تالاب زریبار، قرارگیری در موقعیت کوهپایه‌ای مشرف به اراضی تالابی، تنوع محیط ناهمواری (وجود کوهستان و دشت و تالاب)، محدوده بارشی شهرستان مریوان، تنوع اراضی شیبدار و پست تالابی و وجود جنگل؛ توان‌های مناسبی را از لحاظ دسترسی به منابع طبیعی و حیات زیستی مناسب برای روستا فراهم آورده است. روستای ینگچه؛ از روستاهای پیشرو در عرصه توسعه اجتماعی و فرهنگی در سطح شهرستان و حتی؛ در عرصه ملی استروستایی که با برگزاری رویدادهای مختلف فرهنگی- اجتماعی؛ توانسته است برند یک روستای فرهنگی را برای خود ایجاد نماید.

در میان فعالان زیست محیطی منطقه افراد بومی و فعال در عرصه آموزش‌های ارائه شده در حوزه زیست محیطی و توسعه به روستا، در گروه راهنمایان و آژانس‌های شهرستان به دلیل محدودیت تعداد، تمامی آن‌ها و در گروه سرمایه‌گذاران و صاحبان خدمات به تشخیص اداره میراث فرهنگی، مهم‌ترین؛ سرمایه‌گذاران و صاحبان خدمات در عرصه بومگردی، خدمات خرد، باغ رستوران، مجتمع گردشگری در سطح منطقه و روستا؛ مد نظر قرار گرفتند. در گروه گردشگران ورودی نیز به صورت نمونه‌گیری در دسترس؛ مصاحبه‌هایی با گردشگران ورودی به روستا، صورت گرفت. همچنین؛ با حضور نمایندگانی از این گروه‌های نامبرده شده و مردم محلی نیز، کارگاه مشارکتی توسعه گردشگری در طی ۲ جلسه در محل جلسات دهیاری روستا، برگزار گردید و بحث‌های مورد نیاز از آسیب شناسی تا ارائه راهکار، تا حصول به اشیاع نظری، انجام گرفتند. در مرحله بعد، پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های انجام گرفته با تکنیک تئوری بنیادی؛ توسط گروه دلفی متشکل از دهیار روستا و ۲ تن از آگاهان روستا (فعالان اقتصادی و اجتماعی روستا با تحصیلات دانشگاهی و شناخته شده در سطح روستا)؛ ۲ تن از راهنمایان گردشگری سطح منطقه؛ ۳ تن از متخصصان علمی عرصه توسعه منطقه (بومی و دارای تحصیلات عالیه دانشگاهی) (دکترای تخصصی) در ارتباط با توسعه به ویژه توسعه روستایی و دارای پژوهش‌های مشابه در سطح منطقه؛ ۴ تن از مسئولین ارگان‌های میراث فرهنگی و گردشگری؛ محیط زیست، جهاد کشاورزی و بنیاد مسکن (دارای تحصیلات دانشگاهی، سابقه مدیریت یا کارشناسی در سطح منطقه به مدت بیشتر از ۳ سال؛ بومی و شناخته شده بودن در عرصه اداری و محلی) و ۳ تن از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در سطح روستا و منطقه در عرصه گردشگری (دارای اقامتگاه بومگردی، باغ رستوران



شکل ۳. نمایش موقعیت جغرافیایی روستا، منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۱)



شکل ۴. روستای ینگجه، منبع: (بازدید میدانی و تصاویر گوگل ارث، ۱۴۰۱)

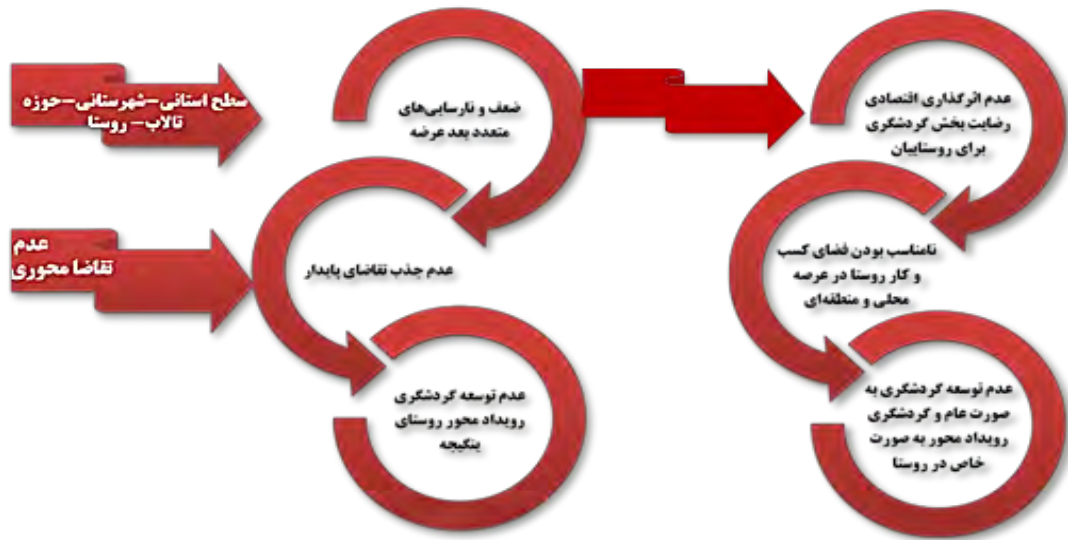
شرح و تفسیر نتایج

پس از طی سه مرحله کدگذاری (باز(مفاهیم)، محوری(مؤلفه‌ها) و انتخابی(ابعاد)) در تکنیک تئوری بنیادی؛ موانع و مشکلات پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور در روستای ینگجه و تبدیل این روستا به روستایی با برند گردشگری رویداد؛ شناسایی شد(جدول ۲ و شکل ۵). همانطور که ملاحظه می‌شود؛ موانع و مشکلات شناسایی شده در اجزا و عناصر مختلف سیستم گردشگری روستا در دو بخش مرتبط با مشکلات عمومی توسعه گردشگری و معضلات و چالش‌های ویژه توسعه گردشگری رویداد در روستا؛ شناسایی شده اند. همچنین؛ مقیاس موانع و مشکلات شناسایی شده از سطوح فراتر از روستا در سطح حوزه تالاب زریوار، شهرستان مریوان و حتی؛ مدیریت استانی گردشگری استان کردستان را دربر می‌گیرد. این امر؛ بازتابی از سیستمی بودن فعالیت‌های گردشگری و اثرگذاری و اثرپذیری اجزا و عناصر مختلف این سیستم باز در صحنه گسترده گردشگری از عوامل مختلف است. در بخش عمومی؛ در هر دو بخش عرضه و تقاضا و در بخش تخصصی؛ موانع و مشکلات شناسایی شده مرتبط با بعد عرضه؛ یعنی؛ محیط مبداء، موثر در عدم توان جذب گردشگران می‌باشند.

این یافته‌ها، بار دیگر اصل اساسی در عرصه مدیریت و توسعه گردشگری و اقسام مختلف آن مبتنی بر دیدگاه و رویکرد سیستمی را نشان می‌دهد. رویکردی که در چارچوب وجه اصلی توسعه فعالیت‌های گردشگری، یعنی؛ پایداری آن؛ مؤثرترین و مطلوب‌ترین رویکرد مدیریتی است. عدم مطلوبیت عناصر اصلی بخش عرضه سیستم گردشگری از مقیاس استانی تا سطح روستا، جذب تقاضا را با چالش‌های بسیار و ضعف؛ روبرو ساخته است. همچنان که معضلات شناسایی شده در بعد تقاضا نیز، بازتابی از موانع و مشکلات بعد عرضه می‌باشد. این در حالی است که در مقاصد مهم و برجسته عرصه گردشگری دنیا، مقصد گردشگری به صورت تقاضا محور عمل کرده و گردشگری مدرن امروزی در بازار رقابتی آن بر محور تقاضایی،

می‌چرخد که در وهله اول، نیازمند مطلوبیت عناصر بعد عرضه گردشگری مقصد است. به معنایی دیگر، تا زمانی که به ضعف‌ها و چالش‌های متعدد شناسایی شده تسلط داشته باشد؛ نمی‌توان به جذب گردشگران و تقاضای‌های پایدار با وجود دارا بودن جاذبه بسیار تالاب زریوار در حوزه عمومی و تخصصی روستای ینگجه در حوزه گردشگری رویداد دست یافت.

همچنین، مشخص شدن یک مؤلفه در نارسایی‌های محیط مبداء (عرضه) با نام نامناسب بودن محیط کسب و کار روستا که مرتبط با شرایط اجتماعی و اقتصادی آن و روستاهای حوزه تالاب زریوار است؛ نکات مهمی را در راستای توسعه گردشگری نشان می‌دهد. نخست، اینکه توسعه گردشگری در روستای مورد مطالعه و روستاهای حوزه تالاب نیازمند پذیرش محیط اجتماعی بوده و این پذیرش با توجه به فقر و محرومیت روستاهای در حاشیه مرزی، منوط به اثرگذاری اقتصادی و لمس این منافع، توسط مردم محلی است که در سطح روستای مورد مطالعه و روستاهای حوزه تالاب زریوار این وضعیت؛ مشاهده نمی‌شود. در واقع، هرچند گردشگران به منطقه جذب شده‌اند اما منافع اقتصادی گردشگری به سرمایه‌گذاران شهرنشین و یا قشر خاصی از روستاییان با کم‌ترین مقدار و کیفیت بهره‌وری، اختصاص می‌یابد. گردشگری منفعت‌محور حامی فقرا در روستا و روستاهای پیرامون تالاب شکل نگرفته و همین امر، پذیرش مردم محلی از گردشگری را اندک و زمینه‌ساز تضادهای بسیاری هم، گردیده است. از سویی دیگر، راه‌اندازی هر فعالیت توسعه‌ای و از جمله، گردشگری، نیازمند وجود فضایی کسب و کاری است که حمایت‌کننده این فعالیت از راه‌اندازی تا رسیدن به پایداری باشد. در این ارتباط با بررسی موانع شناسایی شده، می‌توان به عدم مطلوبیت هر دو بعد، یعنی؛ بعد فردی و بعد محیطی در فضای کسب و کار روستا پی‌برد. در این حالت نه تنها راه‌اندازی فعالیت‌های گردشگری دشوار است، بلکه تاب‌آوری و پایداری آن‌ها نیز، به شدت با چالش مواجه می‌شود.



شکل ۵. موانع و مشکلات پیش‌روی توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگچه بر مبنای رویکرد سیستمی مدیریت گردشگری؛

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

جدول ۲. موانع و مشکلات عمومی پیش‌روی توسعه گردشگری رویداد محور و تبدیل روستای ینگچه به یک روستای با برند گردشگری

مفاهیم	مولفه‌ها	مولفه‌های مرکزی (ابعاد)
	نامناسب بودن فضاهای اولیه ورود گردشگران به روستا و عدم امان سازی مناسب یک مقصد مهم گردشگری روستایی؛ کمبود امکانات اقامتی و رفاهی به ویژه در زمان‌های اوج گردشگری، عدم آماده‌سازی فضاهای سبز و عمومی با کیفیت جهت ایجاد فضای استراحتگاهی برای گردشگران، عدم تکمیل طرح هادی روستا؛ مشکل تأمین آب پایدار بخش مسکونی روستا؛	ضعف در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری
	عدم استفاده از انواع ابزارهای تبلیغاتی در راستای بازاریابی (به ویژه بازاریابی دیجیتال)؛ عدم بازاریابی و تبلیغات در مقصدهای گردشگر فرست فراشهرستانی و در حوزه تالاب و شهر مریوان؛ عدم وجود راهنمایان گردشگری بومی در روستا و جذب تورهای گردشگری؛ عدم وجود یک مرکز هدایت و راهنمایی گردشگران در حوزه تالاب زریوار؛ عدم بخش بندی بازار گردشگری؛ فقدان رویکرد و استراتژی مشخص در بازاریابی گردشگری شهرستان	ضعف در بازاریابی
	عدم آموزش مسئولان در بخش‌ها و نهادهای مختلف مرتبط با توسعه گردشگری در ارتباط با نحوه عملکرد؛ ضعف در آموزش و عدم ظرفیت‌سازی و توسعه ظرفیتی جامعه محلی در راستای حمایت از گردشگری (نیازها، شیوه برخورد و رفتار و ضرورت مهمان نوازی از گردشگران)؛ عدم وجود و حمایت از انجمن‌های مردم نهاد در حوزه توسعه گردشگری در روستا و حوزه تالاب زریوار، فقدان و یا سطح اندک مهارت‌های نیروی متخصص و آموزش دیده در حوزه توسعه گردشگری در سطح شهرستان، حوزه تالاب و به ویژه روستای ینگچه، عدم خواست و احساس نیاز روستاییان در ارتباط با توسعه گردشگری از مسئولین؛	ضعف در آموزش
	تأکید بر توان طبیعت گردی حوزه تالاب زریوار و عدم حرکت به سمت گردشگری تخصصی و تخصصی نمودن جاذبه‌ها؛ تغییر منظر روستاها به سمت شهری شدن؛ بورس بازی شدید زمین و توسعه افراطی خانه‌های دوم شهرنشینان در روستاهای حوزه تالاب و عدم رسیدگی و حمایت از مهم‌ترین جاذبه گردشگری شهرستان مریوان و روستاهای حوزه تالاب زریوار، یعنی؛ تالاب زریوار و در معرض نابودی قرارگفتن آن؛	عدم حفاظت و تنوع بخشی به جاذبه‌ها
	روابط عمومی و رسوخ در بازار بسیار ضعیف میراث فرهنگی و گردشگری استان و شهرستان در بازار رقابتی گردشگری کشور؛ کمبود منابع مالی توسعه گردشگری شهرستان و روستاهای پیرامون حوزه تالاب زریوار؛ عدم وجود برنامه مدون توسعه‌ای بلند مدت با مشخص شدن نقش و جایگاه گردشگری در توسعه شهرستان و مشخص نمودن مناطق و روستاهای هدف و ظرفیت‌های آن‌ها؛ عدم بهره‌گیری از متخصصان بومی؛ آگاه به شرایط میدانی و جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با توسعه گردشگری به ویژه در روستاهای حوزه تالاب؛ نبود تلاش سازماندهی شده جهت جذب سرمایه‌گذار به عرصه توسعه گردشگری حوزه تالاب زریوار با وجو ظرفیت‌های فراوان؛ عدم توجه به زنجیره ارزش گردشگری در سطح شهرستان و حتی؛ استان و هماهنگی و تقویت عناصر و حلقه‌های آن؛ مدیریت پروژه محور، بخشی و مقطعی در توسعه گردشگری تالاب و حتی؛ عرصه توسعه شهرستان، آشنفگی در	ضعف در برنامه‌ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی

مفاهیم	مولفه‌ها	مولفه‌های مرکزی (ابعاد)
زمینه مدیریت و بهره‌برداری از تالاب زربوار به واسطه تعدد نهادهای تصمیم‌گیر، عدم توسعه گردشگری حامی فقرا و بهره‌مندی شهرنشینان از منافع گردشگری روستاهای حوزه تالاب؛ بروکراسی شدید در اعطای تسهیلات یا دریافت مجوزهای در حوزه توسعه گردشگری به ویژه در حوزه تالاب بواسطه نگرانی‌های زیست محیطی و امنیتی؛	فضای نامناسب کسب و کار	
ارزشی شدن قاچاق و سودآوری، روی آوری به مشاغل کاذب، دید امنیتی در مدیریت مرزی منطقه، فقدان صندوق‌های خرد پس‌انداز و سرمایه‌گذاری؛ فقر روستاییان و ضعف در تأمین منابع مالی (خصوصی)؛ عدم اعتقاد مردم محلی به دریافت تسهیلات سوددار در راستای سرمایه‌گذاری در عرصه گردشگری؛ وجود برخی عقاید متعصبانه در ارتباط با ورود و ماندگاری گردشگران؛ فقدان رقابت اقتصادی در منطقه به ویژه در عرصه گردشگری میان روستاهای پیرامون تالاب زربوار؛ ریسک‌پذیری اندک مردم محلی در راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا به ویژه در حوزه گردشگری؛ شکست کسب‌وکارها و سرمایه‌گذاری‌های قبلی در سطح روستا و بازتاب نامناسب آن، عدم حمایت از کارآفرینان جوان روستاها و بی‌انگیزگی در میان این افراد و سایر جوانان	نارسایی‌های مرتبط با نیازها و عملکرد گردشگران	ضعف‌های بعد تقاضا
مدت اقامت کوتاه؛ هزینه کرد اندک؛ تفاوت‌ها و تضادهای فرهنگی و اجتماعی؛ ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی؛ عدم ورود گردشگران بشمار اقلیم کردستان عراق به منطقه و خارج شدن آن‌ها از منطقه و استان کردستان؛ ناآشنایی با منطقه.		

منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱

گردشگران را دارند، اما به واسطه عدم درگیری گردشگران و جریان کلی گردشگری روستا و نداشتن خلاقیت در ارائه محصول (رویدادها)، نتوانسته‌اند؛ یک تجربه منحصر به فرد را برای گردشگران، ایجاد نمایند. نکته دیگر؛ در ارتباط با عدم جریان‌ساز شدن برگزاری رویدادها با توجه به بنیان مفهومی، تاریخی و اجتماعی و در نتیجه؛ عدم برجسته شدن آن‌ها است. به واقع، رویدادهای روستای ینگجه، به سمتی هدایت و مدیریت نشده‌اند که بتوانند جریانی اجتماعی و فرهنگی و یا زیست محیطی را که نیاز واقعی پایداری محیط روستا در اراضی تالابی است ایجاد نماید و به برگزاری صرف رویدادها بدون انتقال مفاهیم اثرگذار و مورد نیاز تغییرات اجتماعی و فرهنگی متناسب با مسائل روزمره (مانند کولبری، شکار غیرقانونی، مظلومیت مردم کرد در دوران جنگ و رویداد شیمیایی هلبجه و...) اکتفا شده است. در واقع، اثربخشی و اثرگذاری اجتماعی و فرهنگی رویدادها متناسب با توان آن‌ها، فراموش شده است. این در حالی است که جریان‌ساز شدن برگزاری این رویدادها در عرصه اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه می‌توانست پذیرش و حمایت اجتماعی و مدیریتی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای را از برگزاری رویدادها در روستای ینگجه به همراه آورد.

اما در حوزه تخصصی و مرتبط با گردشگری رویداد محور؛ بررسی موانع و مشکلات شناسایی شده است. نشانه‌ها حاکی از آن است که هنوز در عرصه مدیریت گردشگری استان و شهرستانی که در اسناد بالادستی توسعه‌ای کشور و حتی سند آمایش سرزمین استان با نقش توسعه گردشگری فرهنگی مبتنی بر رویدادها، شناخته شده است. عزم جدی در راستای توسعه گردشگری رویداد محور، وجود ندارد و در واقع حرکت به سمت تخصصی شدن بازار گردشگری در نظر گرفته نشده و همچنان؛ تاکید بر توسعه گردشگری توده است. همچنین، عدم روی‌آوری به گردشگری تجربه محور و خلاقیت بنیان که اصول نوین توسعه گردشگری در مقاصد مهم گردشگری و بنیان‌های علمی توسعه گردشگری محسوب می‌شوند، موجب گردیده‌اند تا رویدادهای برگزار شده در روستا؛ جاذب گردشگران نباشند و یا نتوانند به عاملی در بازگشت دوباره گردشگران به روستا عمل نمایند. دیگر به مانند سابق، گردشگر صرفاً، متمایل به گرفتن یک عکس ساده نیست؛ گردشگر، متمایل به تجربه زندگی و حس تجارب جدید و به یادماندنی است. رویدادهای برگزار شده در روستای ینگجه رویدادهایی هستند که با توجه به سابقه فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و محیطی که دارند؛ بسیار، کشش و قابلیت جذب

جدول ۳. موانع و مشکلات ویژه توسعه گردشگری رویداد محور و تبدیل روستای ینگجه به یک روستای با برند گردشگری

مفاهیم	مولفه‌ها	مولفه‌های مرکزی (ابعاد)
عدم جذب سرمایه‌گذار و بودجه ویژه؛ عدم منفعت‌زا بودن (اقتصادی) رویدادهای برگزار شده برای روستاییان	تامین و جریان مالی	توسعه گردشگری
ضعف مستندسازی جشنواره؛ ضعف پوشش رسانه‌ای جشنواره؛ عدم بهره‌گیری از انواع ابزارهای تبلیغاتی و تبلیغات مستمر و در زمان و مکان مناسب جهت برجسته‌سازی جشنواره‌های برگزار شده؛	تبلیغات تخصصی و برجسته‌سازی	
عدم فضا‌سازی مناسب روستا متناسب با روستایی با برند گردشگری و به ویژه گردشگری رویداد؛ عدم تجربه گرایی و	تجربه گرایی و	

<p>تم‌سازی(صحنه آرایبی) و نشانه‌گذاری برای هر رویداد؛ عدم خاطره‌سازی و درگیر کردن گردشگران در جریان رویدادها و جاذبه‌های گردشگری روستا؛ عدم تهیه سوغات مرتبط با رویدادها و محیط بومی و فرهنگی روستا توسط کارگاه صنایع دستی روستا؛ فقدان یک مکان مشخص برگزاری رویداد؛ عدم جریان‌ساز شدن رویدادهای برگزار شده در عرصه اجتماعی و گردشگری منطقه(انزوا و ناشناخته ماندن)؛ عدم حرکت به سمت فستیوال‌سازی جریان‌ها و رویدادهای مهم دیگر در عرصه تاریخی، فرهنگی و اجتماعی با برد فرامنطقه(قوم کرد)(تنوع بخشی کمی و کیفی به رویدادها)؛ عدم توجه به نحوه برداشت و تصویر ذهنی گردشگران</p>	<p>خلاصیت محوری</p>
<p>تأکید بر توسعه گردشگری توده و عدم حرکت به سمت گردشگری خلاقیت بنیان و تخصصی در عرصه مدیریت گردشگری شهرستان و استان کردستان؛ عدم تعریف گردشگری رویداد و به ویژه گردشگری فرهنگی به عنوان یک بازار تخصصی و پرمفعت گردشگری در سطح شهرستان مریوان و استان کردستان با وجود ظرفیت‌های فراوان و تعریف به عنوان ماموریت شهرستان در سند آمایش سرزمین استان و سند توسعه گردشگری در عرصه ملی؛ عدم دید اقتصادی و منفعت‌زا به برگزاری رویدادهای روستا توسط برگزارکنندگان؛ عدم توزیع و برگزاری رویدادها در تمام طول سال؛ عدم هویت بخشی و بیان و ارائه پیشینه تاریخی و فرهنگی رویدادها؛ عدم تربیت یک کادر برگزاری حرفه‌ای و آموزش دیده؛ فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص در توسعه گردشگری روستا با برجسته سازی نقش جشنواره‌ها؛ سطح اندک مشارکت محوری(درگیر کردن مردم روستا) در جریان برگزاری رویدادهای گردشگری روستا؛ عدم وجود یک ساختار سازمانی و عملیاتی طراحی شده برای برگزاری رویدادها؛ عدم وجود ارزیابی‌های تقاضامحور؛ عدم انجام مطالعات در زمینه تعریف و شناسایی زمینه‌ها و واقعه‌های فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و.. قابل تبدیل به یک رویداد گردشگری؛ عدم طراحی بسته گردشگری قابل ارائه به گردشگران در جریان برگزاری رویدادهای روستا(از اسکان تا خروج)؛</p>	<p>برنامه‌ریزی و مدیریت</p>

منبع: نویسندگان، ۱۴۰۱

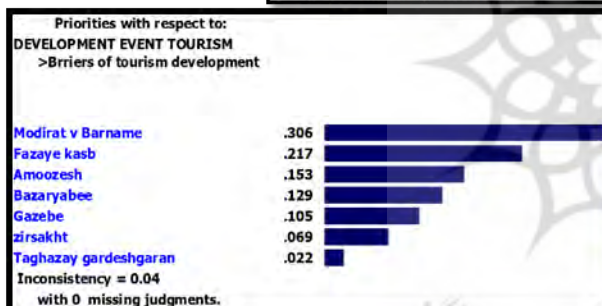
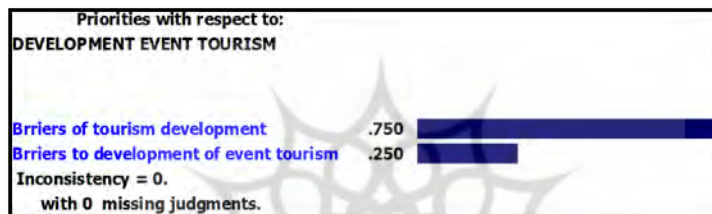
توسعه گردشگری به عنوان قسمی از فعالیت‌های اقتصادی نیز با موفقیت همراه نبوده و با ریسک‌های بسیاری، روبرو خواهد شد. همچنین؛ وضعیت آموزش به دلیل اثرگذاری که در وضعیت بهره‌مندی از گردشگری و پذیرش گردشگران در روستا دارد؛ عامل کاهش تضاد و تنش میان گردشگران و جامعه محلی به واسطه ارائه آموزش و اطلاعات مورد نیاز، می‌گردد؛ وضعیت نیروی متخصص و آموزش دیده را در روستا بهبود می‌بخشد و حتی؛ موجب بهبود وضعیت مدیریت گردشگری که در میان نارسایی‌های شناخته شده، دارای اهمیت نسبی قابل توجهی است. در نهایت؛ معضلات مرتبط با بعد تقاضا با کمترین اهمیت و اثرگذاری در میان نارسایی‌ها شناسایی شده در بخش توسعه بخش عمومی گردشگری روستا، محاسبه شده‌است چرا که این بخش از نارسایی‌ها بازتابی از نارسایی‌های متعدد بخش عرضه و عدم تقاضا محوری آن بوده و چنانچه؛ این نارسایی‌ها، برطرف گردند؛ ضعف‌های شناخته شده مانند مدت زمان و هزینه کرد اندک گردشگران، تضادهای فرهنگی گردشگران با مردم محلی و.. نیز، برطرف خواهد شد.

در حوزه تخصصی توسعه گردشگری رویداد محور نیز؛ وضعیت مقایسه‌ها، نشان از اهمیت یافتن معضلات مرتبط با مدیریت و برنامه‌ریزی تخصصی در حوزه گردشگری رویداد محور که از سطح محلی تا سطح مدیریت توسعه گردشگری استانی بوده و سپس؛ عدم حرکت به سمت خلاقیت محوری و تجربه‌گرایی و معضلات مرتبط با وضعیت بازاریابی تخصصی دارد. در این ارتباط جدای از بحث ضعف مدیریت حوزه تخصصی گردشگری رویداد محور؛ اهمیت یافتن عدم

در ادامه، به منظور تشخیص میزان اهمیت و اثرگذاری موانع و مشکلات شناسایی شده در توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگجه؛ از تحلیل سلسله مراتبی، بهره گرفته شد. نتایج مقایسه‌های دودویی در دو بخش توسعه عمومی گردشگری و توسعه تخصصی و رویداد محور آن مطابق با یافته‌های بخش کیفی به شرح زیر، حاصل آمد. همانطور که ملاحظه می‌شود؛ در توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگجه از میان دو بخش عمده توسعه گردشگری عمومی و تخصصی(رویداد محور)؛ این معضلات مرتبط با توسعه عمومی گردشگری است که مهم‌ترین نقش را دارا است. به واقع؛ تا زمانی که توسعه گردشگری به صورت عمومی در روستای ینگجه به عنوان روستایی هدف در محور گردشگری تالاب زریوار و گردشگری این تالاب در سطح شهرستان مریوان و استان کردستان به عنوان شهرستان و استانی با برند گردشگری مرتفع نگردد؛ توسعه گردشگری تخصص محور با تنگناهای بسیاری روبرو خواهد بود. همچنین؛ در میان موانع و چالش‌های بخش عمومی توسعه گردشگری؛ نارسایی و ضعف‌های مرتبط با مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری که از مقیاس محلی تا استانی را در برمی‌گیرند و سپس؛ وضعیت نامناسب فضای کسب و کار و وضعیت آموزش است که بیشترین اهمیت را در رقم خوردن وضع نامطلوب، موجود دارا هستند؛ این در حالی است که وضعیت جاذبه و زیرساخت‌ها با اهمیت کمتری، محاسبه شده‌اند. به واقع؛ همانطور که در مطالب قبلی اشاره شد تا زمانی که فضای کسب و کار منطقه، حمایت‌کننده خوداشتغالی و کارآفرینی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و ظرفیت‌ها، نباشد؛

اما نکته قابل ذکر در ارتباط با تأمین منابع مالی است که در میان موانع و مشکلات شناسایی شده با کم‌ترین اهمیت محاسبه شده است. این امر، به این دلیل می‌باشد که در سطح روستا؛ خود روستاییان حامی و مشارکت‌دهنده در توسعه گردشگری رویداد محور بوده و در صورت منفعت‌زایی اقتصادی و اجتماعی، هرگونه حمایت لازم را انجام خواهند (همچنان که نمودهای آن در وضع موجود با حمایت در ساختن اقامتگاه بومگردی روستا، سایت پرندنگری، ساخت بازارچه فروش محصولات روستا، تأمین مالی برگزاری رویدادها و.. ملاحظه می‌گردد). همچنین؛ جذابیت محیط روستا و تالاب زریوار در عرصه گردشگری، خود عامل مهمی در جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی است که البته؛ حرکت در این مسیر نیز، نیازمند برطرف نمودن موانع و مشکلات بخش عمومی گردشگری روستا و محور تالاب زریوار است.

حرکت به سمت تجربه‌گرایی و خلاقیت محوری است که با نسبت بالایی محاسبه گردیده است. به واقع؛ همانطور که در قبل در این ارتباط، توضیح داده شد؛ تجربه‌گرایی و خلاقیت محوری، عامل تبدیل شدن گردشگری رویداد روستا، به مزیت رقابتی آن می‌شود که این روستا را از سایر روستاهای هدف گردشگری محور تالاب و حتی؛ استان کردستان متمایز و مکمل گردشگری روستایی بخش پرتقاضای اورامان، می‌گرداند. تجربه‌گرایی و خلاقیت محوری، همانند خون تازه‌ای در رگ‌های پیکره نیمه‌جان گردشگری روستای ینگچه و حتی؛ شهرستان مریوان و استان کردستانی می‌باشد که به ویژه؛ به دلیل عدم تاب‌آوری با تداوم بحران کرونا؛ بخش گردشگری آن با آسیب‌های بسیار زیادی روبرو، گردیده و رشد مقاصد رقیب نیز بازار گردشگری این منطقه را با رکود و کاهش پذیرش و ورود گردشگری، روبرو ساخته است.



شکل ۶. نتایج مقایسه‌های دودویی تعیین اهمیت نسبی موانع و مشکلات شناسایی شده در دو بخش توسعه عمومی گردشگری و توسعه تخصصی گردشگری رویداد محور در روستای ینگچه در نرم افزار EC، منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

بحث و نتیجه‌گیری

تالاب زریوار، شهرستان مریوان و حتی، مدیریت استانی گردشگری استان کردستان را دربرمی‌گیرد. در بخش عمومی توسعه گردشگری، ضعف در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، ضعف در بازاریابی، ضعف در آموزش، عدم حفاظت و تنوع بخشی به جاذبه‌ها، ضعف در برنامه‌ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی، فضای نامناسب کسب و کار و نارسایی‌های مرتبط با نیازها و عملکرد گردشگران در قالب ۴۷ متغیر یا مانع و چالش و در بخش تخصصی توسعه گردشگری رویداد نیز؛ ضعف در تأمین و جریان مالی، تبلیغات تخصصی و برجسته‌سازی، تجربه‌گرایی و خلاقیت محوری و برنامه‌ریزی و مدیریت رویدادها در قالب ۲۳ مانع و چالش؛ مهم‌ترین، موانع پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگچه شناخته شدند. همچنین، در بخش توسعه گردشگری عمومی، ضعف در برنامه‌ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی، فضای نامناسب کسب و کار و ضعف‌های مرتبط با آموزش و

پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی وضع موجود توسعه گردشگری رویداد در روستای ینگچه و تبدیل آن به برند رویداد محوری در عرصه توسعه گردشگری روستایی شهرستان مریوان و استان کردستان انجام گرفت. در این ارتباط نیز، سوال اصلی پژوهش مبتنی بر این مطلب بود که مهم‌ترین موانع و مشکلات پیرامون توسعه گردشگری رویداد محور و بهره‌مندی از منافع آن در روستای ینگچه به عنوان برند رویداد محوری در روستاهای پیرامون تالاب زریوار، کدامند؟ در این راستا نیز، در مجموع یافته‌های پژوهش موانع و مشکلات شناسایی شده در اجزا و عناصر مختلف سیستم گردشگری روستا و در دو بخش مرتبط با مشکلات عمومی توسعه گردشگری و معضلات و چالش‌های ویژه توسعه گردشگری رویداد در روستا را نشان دادند. همچنین، مقیاس موانع و مشکلات شناسایی شده از سطوح فراتر از روستا در سطح حوزه

در نهایت، به منظور خروج از وضعیت نامطلوب موجود و حرکت در مسیر دستیابی به هدف اصلی پژوهش، یعنی؛ توسعه گردشگری و تبدیل روستای ینگچه به روستایی با برند رویداد محوری؛ راهکارهای زیر، پیشنهاد می‌شود:

ابتدا، توسعه گردشگری روستای ینگچه را باید در قالب توسعه گردشگری روستایی محور تالاب زریوار و سپس، توسعه گردشگری شهرستان مریوان و گردشگری رویداد محور در استان کردستان دید. در این ارتباط نیز، با توجه به مشخص شدن ضعف مدیریت و برنامه‌ریزی در هر دو بخش و نیز موانع شناسایی شده در قالب این مؤلفه و همچنین، سیستمی بودن فعالیت‌های گردشگری و وجود بازیگران متعدد در صحنه گسترده آن، نیاز به مدیریت یکپارچه را جهت هم‌افزایی، اثربخشی، هماهنگی و سیاستگذاری واحد و همسو، ضروری می‌سازد. در این ارتباط، در ابتدا، نیاز است که کارگروه توسعه گردشگری شهرستان مریوان؛ متشکل از نهادهای مختلف اثرگذار بر توسعه گردشگری شهرستان و نمایندگان مردم محلی، فعالان عرصه گردشگری و آگاهان محلی و با دارا بودن کمیته‌های مختلفی از قبیل؛ کمیته ساماندهی بازار، کمیته تبلیغات و بازاریابی، کمیته برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، کمیته مالی، کمیته آموزش و ساماندهی ظرفیت‌های مردم محلی، کمیته نظارت و ارزیابی و کمیته علمی تشکیل شود. در زیر مجموعه این کمیته و متشکل از تمامی نمایندگان نامبرده شده و با حضور دهیاران روستاهای حوزه تالاب زریوار و فعالان عرصه گردشگری و سرمایه‌گذاران، نیاز به تشکیل کمیته‌ای ویژه در راستای توسعه گردشگری تالاب زریوار با تأکید بر روستاهای هدف آن از جمله روستای ینگچه است.

اطلاع‌رسانی و در بخش تخصصی مرتبط با توسعه گردشگری رویداد محور نیز، ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت رویدادها، عدم حرکت به سمت تجربه‌گرایی و خلاقیت محوری و ضعف در تبلیغات تخصصی و برجسته‌سازی، در میان موانع شناسایی شده دارای بیشترین اهمیت در شکل‌گیری وضعیت نامناسب موجود، شناخته شدند.

در مقایسه نتایج می‌توان بیان نمود که نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های سقایی و خوشه‌بست (۱۳۹۷)، میرزایی و رضایی (۱۳۹۵)، نظری نسب (۱۳۹۵) نظری و همکاران (۱۳۹۴) از لحاظ سیستمی و بازاریابی، تبلیغات و مشارکت که در واقع مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری رویداد محور هستند اند همسو و هم جهت بوده و با تحقیقات اندرسون و همکاران (۲۰۲۱)، بازانالا و همکاران (۲۰۱۹)، گتر و همکاران (۲۰۱۶) مشابه بوده چرا که همانند سایر مناطق، گردشگری در منطقه مورد مطالعه این پژوهش نیز، دارای اثرات اقتصادی و اجتماعی مثبت بوده است و با تحقیقات غیائی زاده (۱۳۹۶) و کیم و همکاران (۲۰۱۵) در تضاد بوده چرا که از یک سو گردشگری رویداد محور در منطقه مورد مطالعه نتوانسته موجب جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری شود و از سوی دیگر هنوز این گونه از گردشگری رویداد محور در میان مردم محلی منطقه به معنای واقعی درک نشده و موانعی بر سر راه تحقق آن وجود دارد که پژوهش حاضر در پی شناسایی آن علل و عوامل بود. لذا شناسایی مهم‌ترین و موانع و مشکلات و چالش‌های موجود بر سر راه این قسم از گردشگری به صورت کیفی از نوآوری پژوهش حاضر محسوب می‌گردد مساله‌ای که اکثر پژوهش‌های انجام گرفته از این امر غافل مانده‌اند و بیشتر به بررسی و سنجش اثرات مثبت و به‌ویژه از جنبه اقتصادی این نوع گردشگری پرداخته‌اند.



شکل ۷. مدیریت یکپارچه توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگچه، منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

روستایی و بین روستایی، تکمیل طرح هادی روستا، بهبود وضعیت روشنایی و به ویژه روشن نمودن امتداد راه مواصلاتی به روستا در شب، تأمین پایدار منابع آب موردنیاز در بخش مسکونی با راه‌اندازی چاه عمیق مخصوص روستا، محوطه سازی ویژه برای برگزاری رویدادها، ایجاد موزه با مضمون رویدادها برگزار شده روستا، نمادسازی در محوطه روستا در ارتباط با رویدادهای برگزار شده، گل اندود کردن مساکن قدیمی و دیوار خانه‌های روستا جهت بهبود منظر روستا و توسعه اقامتگاه‌های بومگردی پیشنهاد می‌گردد.

در ارتباط با بازاریابی و تبلیغات؛ نیاز به درک کمیت، کیفیت، نوین‌سازی و درک اهمیت این فعالیت در توسعه گردشگری رویداد محور روستای ینگیکه و محور تالاب زریوار است. تشکیل کمیته بازاریابی و واحد ساماندهی گردشگری در روستا با حمایت میراث فرهنگی شهرستان و راهنمایان تور و فعالین عرصه گردشگری شهرستان در راستای سازماندهی گردشگران و تولید محتوا و بازاریابی دیجیتال، بکارگیری افراد آشنا به حوزه بازاریابی و تبلیغات و کمک گرفتن از شرکت‌های تبلیغاتی و بازاریاب حرفه‌ای نیز، راهکاری دیگری است که موجب گسترش بازار و تقاضای گردشگری جشنواره‌های روستای ینگیکه می‌شود.

در نهایت، بهبود وضعیت حفاظت زیستی تالاب زریوار و رفع نگرانی‌های زیست محیطی در ارتباط با ورود فاضلاب‌ها، سموم کشاورزی، آتش‌سوزی‌های متعدد نیزارها، تعیین محدوده مالکیت اراضی تالابی، حفاظت از محیط طبیعی کوهستانی و جنگلی روستاها در برابر تصرف و تبدیل به باغات، مبارزه با بورس بازی شدید زمین و توسعه خانه‌های دوم گردشگری با معماری نامأنوس با منطقه از جمله مهم‌ترین اقدامات در راستای پایداری و بقای محیط طبیعی محور تالاب زریوار به عنوان مهم‌ترین جاذبه و بستر ساز فعالیت‌های گردشگری است.

فضای کسب و کار روستا و با دید کلی‌تر در سطح منطقه، نیاز به بهبود وضعیت دارد؛ در ابتدا، تغییر دید انسدادی و تهدید محورانه به مدیریت این منطقه مرزی به دید فرصت محورانه مبتنی بر سرمایه‌گذاری و بهره‌گیری از ظرفیت‌هایی، همچون؛ گردشگری در نواحی مستعد آن به مانند روستای ینگیکه؛ بهبود وضعیت شاخص‌های فردی و اجتماعی حمایت کننده از اشتغال، ریسک پذیری، پشتکار و همگرایی جمعی در توسعه روستاها در راستای تغییر وضعیت ارزشی شدن فعالیت‌های کاذب و قاچاق با فعالیت‌های ترویجی و آموزش محور، در نظر گرفتن مشوق‌های مالیاتی و حمایت‌های قانونی از ورود سرمایه‌گذاران در راستای سرمایه‌گذاری بر روی ظرفیت گردشگری روستاهای پیرامون تالاب زریوار با تأکید بر روستاهای هدف ینگیکه و از همه مهم‌تر؛ تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستاهای پیرامون تالاب با تکیه بر مزیت‌های موجود در عرصه کشاورزی و کسب و کارهای خرد وابسته (صنایع دستی تزئینی) از مهم‌ترین، اقدامات مورد نیاز در این زمینه می‌باشند.

در ارتباط با بهبود وضعیت آموزشی و اطلاع رسانی انجام فعالیت‌های ترویجی در راستای توسعه ظرفیت‌های مردم محلی در ارتباط با چگونگی پذیرش و برخورد با گردشگران و بهره‌مندی از منافع توسعه گردشگری روستا توسط میراث فرهنگی و گردشگری، برگزاری دوره‌های آموزشی در ارتباط با نحوه مدیریت اثربخش فعالیت‌های گردشگری و حساسیت‌های این فعالیت در میان نهادهای مسئول و درگیر در توسعه منطقه، ارائه آموزش‌های مرتبط و ظرفیت‌سازی در عرصه فضای مجاری و با محور قراردادن قشر جوانان روستا و در نهایت، ایجاد یک واحد ساماندهی و هدایت گردشگری روستاهای پیرامون تالاب در روستای ینگیکه پیشنهاد می‌گردد. در ارتباط با وضعیت زیرساختی بهبود راه‌های مواصلاتی درون

References

- Abdolahi, M., (2013). The influence of local people's attitudes and affiliations on the support and development of event tourism (Case: Ardahal carpet ritual event), master's thesis in tourism management, under the guidance of Dr. Ali Akbar Amin Dekhti, Semnan University. (In Persian)
- Andersson, S., Bengtsson, L., Svensson, Å. (2021). Mega-sport football events' influence on destination images: A study of the 2016 UEFA European Football Championship in France, the 2018 FIFA World Cup in Russia, and the 2022 FIFA World Cup in Qatar, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(19),1-9.
- Aris Anuar, A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Yusof Hussain, M.,(2012)., The Roles of Tourism System towards Development of Tourist Friendly Destination Concept, *Asian Social Science*, 10(2),146-156.
- Arnegger, J. & Herz, M .,(2016)., Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(5),76-85.
- Bahramijaf, S., Saleh Abadi R., Shirvak, R., (2021). Prioritization of tourism

- development strategies in border areas (case study: Paveh county), *The Journal of Spatial Planning and Geomatics*, 25(2), 35-62. (In Persian)
- Bastam Rokh, B. (2016). Investigating the socio-cultural impact of tourism events on supporting the development of tourism through the mediation of satisfaction (case study: Zarkhak ritual event in Qurtan village 2016, master's thesis in the field of tourism management under the guidance of Dr. Mostafa Emadzadeh, Sheikh Bahai University, Faculty of Humanities. (In Persian)
- Bazzanella, F., Peters, M., Schnitzer, Ma. (2019)., The perceptions of stakeholders in small-scale sporting events, *Journal of Convention & Event Tourism*, 4(20), 261-286.
- Cudny, W., & Rouba, R. (2011)., Theatre and multicultural festivals in Lodz as a free time management factor among the inhabitants and tourists in the post-industrial city. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 1(55), 3-22.
- Culha, O. (2020) The effect of food festival quality on place attachment and destination recommendation intention through festival experience and festival satisfaction: The case of the Didim International Olive Festival, *Journal of Convention & Event Tourism*, 5(21), 387-416.
- Fazli, S., Samadi, M., (2022). Assessment and ranking of tourism in Iran's provinces from the perspective of tourism development infrastructure, *The Journal of Spatial Planning and Geomatics*, 26(2), 55-78. (In Persian)
- Getz, D. (2008), Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 3(29), 403-428.
- Getz, D., (2010)., The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Maent Research*, 1(5), 1-47.
- Ghiasizadeh, R., (2017). Investigating the capabilities of event tourism in Golestan province (case example: Iran-Zemin Ethnic Culture Festival), master's thesis in the field of tourism management, under the guidance of Dr. Mehdi Saqaei, non-profit Hakim Jurjani Education Institute of Gorgan. (In Persian)
- Hernández, J., Alexandre D, Paulo, Folgado, F., José A., (2017). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination, *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(8) 170-178.
- Heung, Vincent C. S., Kucukusta, D., & Song, H., (2010)., A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.
- Holden, A. (2001)., *Environment and Tourism*, London: Routledge.
- Kazemi, M., (2011). Tourism management, second edition, Tehran: Samit Publications. (In Persian)
- Kim, W., Wonyoung, H., Walker, M. & Drane, D. (2015)., Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, *Tourism Management*, 48(3), 21-32.
- Khizrjad, P., Heydari Chianeh, R., (2016). Analysis of factors affecting the formation of destination image in urban tourism (case study: Urmia city), *Urban Studies Quarterly*, 6 (21), 5-18. (In Persian)
- Khoshebast, F. (2013). Development of sustainable tourism with an emphasis on cultural events (case: Qain saffron festival), master's thesis in the field of tourism management, Maziar Institute of Education, under the guidance of Dr. Mehdi Saqaei. (In Persian)
- Ling, Ma & Lew A.A., (2012)., Historical and Geographical Context in Festival Tourism Development. *Journal of Heritage Tourism* 1(7), 13-31.
- Liu, Li, Ting, F., Souta, G., (2021)., Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(19), 35-25 .

- Lyck, L., Long, P., & Grige, A. X., (2012)., Tourism, festivals and cultural events in times of crisis (Eds.). Copenhagen: Copenhagen Business School Publications.
- Mirzaei R., Rezaei, N., (2016). Analysis of motivational factors affecting the attendance of visitors in local community-based events (case study: Gholtan Flower Festival, Amirabad district), *Rural Research Quarterly*, Volume 7(1), 139-166. (In Persian)
- Nazari Nasab, A., (2016). Designing a model of a cultural and artistic event to turn it into a tourist attraction (case study: Handicrafts), master's thesis in the field of tourism management, under the guidance of Dr. Mohammad Hossein Imani. University of Science and Culture. (In Persian)
- Norfolk, L., Regan, M. (2021), Biometric technologies at music festivals: An extended technology acceptance model, *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(1), 36-60.
- Pegg, S., Patterson, I., (2010)., Rethinking Music Festivals as a Staged Event: Gaining Insights from Understanding Visitor Motivations and the Experiences They Seek, 2(11), 85-99.
- Qomi, M., (2016). Evaluating the social effects of music tourism on local communities (case study: Turkmen folk music, Aghqola city), master's thesis in the field of tourism management, under the guidance of Dr. Nazanin Tabrizi, Mazandaran University. (In Persian)
- Ranjbarian, B., Zahedi, M., (2004). Diversity Tourism Events and Management, *Tourism Studies Quarterly*, 2(5), 27-51. (In Persian)
- Salam Khalid, H. (2020)., Newroz from Kurdish and Persian Perspectives –A Comparative Study, *Journal of Ethnic and Cultural Studies* 7(1), 116-130.
- Seraphin, H. (2021). COVID-19: an opportunity to review existing grounded theories in event studies, *Journal of Convention & Event Tourism*, 1(22), 3-35.
- The strategic document of Kurdistan province land preparation (2020). Management and Planning Organization of Kurdistan Province. (In Persian)
- Tsai, L. (2020). Factors affecting intention to revisit an environmental event: The moderating role of enduring involvement, *Journal of Convention & Event Tourism*, 1(21), 61-90.
- Yawari, H., Hosseinzadeh, S., Rezaei, M., (2010). Understanding the tourism industry, first edition, Tehran: Simai Danesh Publications. (In Persian)
- Youssef Jamali, M., Sadradin Malekshahi, Gh.R., Rajabi, A., (2021). An analysis of the role of coastal tourism in sustainable urban development, (case study: the coastal cities of Babolsar, Noor and Royan), *The Journal of Spatial Planning and Geomatics*, Volume 25(4), 45-70. (In Persian)
- Ziyai, A.A., (2009). Geography of tourism, third edition, Tehran: Payam Noor University Publications. (In Persian)