فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری
فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۲(۴(پیاپی ۴۸))، ۲۰-۱
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran، Ensani، RICeST، Civilica
شاپا: ۲۸۷۰-۲۳۴۵

مطالعه عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری شبانه شهر اصفهان

سیدمحسن طباطبایی مزدآبادی* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران
جعفر قادری دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم‌اجتماعی، دانشگاه شیراز، ایران
فریبا خیراندیش دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
هادی صادقلو کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

چکیده: گردشگری شبانه به‌عنوان یکی از راهبردهای نوین توسعه گردشگری شهری، با تأکید بر استفاده بهینه از زمان و منابع شهری، نقشی کلیدی در افزایش رونق اقتصادی، ارتقای کیفیت زندگی شهروندان، و جذب گردشگران ایفا می‌کند. شهر اصفهان به‌دلیل پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری شبانه دارد. بااین‌حال، توسعه این نوع گردشگری با موانع و چالش‌هایی مواجه است .

هدف اصلی این پژوهش شناسایی و تحلیل عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری شبانه شهر اصفهان است تا از طریق آن بتوان راهبردهای مناسبی برای بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های موجود و رفع موانع ارائه کرد.

این پژوهش با رویکرد کیفی صورت گرفته است. داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۹ نفر از متخصصان گردشگری، مدیران شهری و فعالان حوزه گردشگری شبانه گردآوری شده است. برای تحلیل این مصاحبه‌ها، از روش تحلیل تم بهره گرفته شد تا عوامل کلیدی شناسایی و دسته‌بندی شوند.

یافته‌ها نشان می‌دهد توسعه گردشگری شبانه در اصفهان به عوامل تسهیل‌کننده‌ای همچون امنیت گردشگری شبانه، توسعه فعالیت‌های شبانه، نورپردازی و زیباسازی محیط، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه، برندسازی گردشگری شبانه و آموزش و فرهنگ‌سازی، وابسته است. از سوی دیگر، موانع توسعه این حوزه شامل موانع فرهنگی و اجتماعی، موانع اقتصادی و مالی، موانع مدیریتی و نظارتی، موانع زیست‌محیطی، موانع شناختی-دانشی و موانع قانونی و سیاست‌گذاری می‌باشد. برای توسعه پایدار گردشگری شبانه، رفع موانع یادشده و تقویت عوامل تسهیل‌کننده از طریق برنامه‌ریزی جامع، حمایت‌های دولتی و خصوصی و افزایش تعاملات بین ذی‌نفعان ضروری است.

واژگان کلیدی: گردشگری شبانه، توسعه پایدار، عوامل تسهیل‌کننده، عوامل بازدارنده، تحلیل تم، شهر اصفهان
طبقه‌بندی JEL : Z32 ، Q01، O33، H41، C83، R11

* مسئول مکاتبات: sm.tabatabaei@atu.ac.ir

۱- مقدمه

امروزه گردشگری نقش مهمی در توسعه شهری ایفا می‌کند و هر شهر برای ارتقای صنعت گردشگری خود با یکدیگر رقابت می‌کند. گردشگری شبانه به‌عنوان یک استراتژی جدید در توسعه گردشگری نیازمند توجه ویژه از سوی ذینفعان است(ورونیکا و همکاران، ۲۰۲۰).

گسترش شهرها و تغییر در سیستم شهرنشینی منجر به افزایش مدت زمان فعالیت‌ها در شهرها و ادامه بخشی از فعالیت‌های روزانه در شب شده است. در این راستا، شب فرصتی برای بازتعریف منظر شهری در یک دوره زمانی خاص است و این تعریف از جامعه شهری و گردشگری شهری متفاوت است. اصطلاح "گردشگری شبانه" به هر نوع گردشگری اطلاق می‌شود که بین غروب خورشید و طلوع آن اتفاق می‌افتد. در بسیاری از شهرهای جهان، گردشگری شبانه به عامل اصلی رقابت‌پذیری گردشگری در شهر تبدیل شده و سهم اقتصادی قابل توجهی به اقتصاد شهری می‌دهد (مخلص،۲۰۲۲). بر اساس گزارش اخیر انجمن صنایع شبانه (۲۰۲۱)، اقتصاد شبانه در بریتانیا در سال ۲۰۱۹ به ارزش ۳۶/۴ میلیارد پوند بود و ۴۲۵ هزار شغل ایجاد کرد (سئوجاناک و دیمیتروفسکی، ۲۰۲۲)[۱].

ایده برنامه ریزی شبانه برای شهرها از ۱۹۷۰ میلادی در اروپا مطرح شد، همچنین اصطلاح شهر بدون خواب(شهر بیدار) اولین بار در سال ۱۹۲۰ میلادی برای نیویورک استفاده شد و در انگلستان نیز در سال ۱۹۹۳ به شهر منچستر، عنوان شهر ۲۴ ساعته اطلاق شد. امروزه شهرهای بسیاری در جهان به برنامه ریزی در حوزه توریسم شبانه و اقتصاد شب پرداخته اند و درواقع ارزش و اهمیت اوقات شبانه خود را درک کرده و در جهت استفاده از آن هستند. همچنین گردشگری شبانه کیفیت زمان فعالیت افراد را افزایش داده و سلامت اجتماعی را ارتقا می‌بخشد. در شهر ۲۴ ساعته، میزان فعالیت‌های غیرقانونی و وقوع جرائم نیز کاهش پیدا می‌کند و درواقع اقتصاد شبانه به معنای دو برابر شدن ظرفیت اقتصادی شهرهاست. بسیاری از فضاهای شهری در شب و تحت تأثیر نورپردازی های شبانه جذابیت خود را نشان می‌دهند (احمدی،۱۳۹۹).

شب و روز، هرکدام با ویژگی‌های خاص خود، شرایط متفاوتی را برای حضور مردم در فضاهای شهری و استفاده از مکان‌های گردشگری فراهم می‌آورند. این شرایط گاهی فرصت‌های نوینی ایجاد می‌کنند و گاهی نیز محدودیت‌هایی به وجود می‌آورند. با توجه به اهمیت فزاینده گردشگری شبانه در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین وجود ظرفیت‌های گسترده مکانی و زمانی برای این نوع گردشگری در ایران، مانند زیارتگاه‌ها، آثار تاریخی و فرهنگی ارزشمند و مناسبت‌های آیینی، توجه به این مقوله امری ضروری است.

مطالعه شیخ‌بیگلو و تبریزی (۱۳۹۴) با روش RALSPI، پتانسیل توسعه گردشگری شبانه را در پنج کلان‌شهر ایران (اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز و یزد) ارزیابی کرده است. نتایج نشان داد که اصفهان با امتیاز۰/۷۴۲۰، به دلیل تنوع جاذبه‌های گردشگری و شهرت جهانی، برترین گزینه برای توسعه گردشگری شبانه است. تبریز با امتیاز ۰/۲۰۷۲ در رتبه دوم قرار گرفت و مشهد، شیراز و یزد به ترتیب امتیازهای ۰/۱۸۶۵، ۰/۱۴۹۴و۰/۰۴۹۶ را کسب کردند. یافته‌ها تأکید دارند که برنامه‌ریزی دقیق می‌تواند ظرفیت‌های موجود در اصفهان را برای جذب گردشگران شبانه و ایجاد اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بهینه‌سازی کند.

شهر اصفهان، با برخورداری از جاذبه‌های تاریخی منحصربه‌فرد، به همراه زیرساخت‌های فرهنگی و هنری متعدد، یکی از مقاصد اصلی گردشگری در ایران است. مطابق آمار منتشرشده توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، استان اصفهان میزبان بیش از ۲۲ هزار بنای تاریخی است که از این تعداد، ۱٬۸۵۰ اثر به ثبت ملی و هفت اثر به ثبت جهانی رسیده است. در سال ۱۴۰۱، بیش

۱ Seočanac & Dimitrovski

از ۴ میلیون گردشگر داخلی و ۱ میلیون گردشگر خارجی از این شهر بازدید کردند. این حجم از گردشگر تأثیر بسزایی در رونق اقتصادی شهر داشته و گردش مالی قابل‌توجهی برای صنعت گردشگری اصفهان ایجاد کرده است. علاوه بر آن، توسعه زیرساخت‌های گردشگری مانند مراکز اقامتی، حمل‌ونقل و امکانات تفریحی نیز از نتایج مثبت این رونق گردشگری است. در زمینه گردشگری شبانه، مکان‌هایی مانند میدان نقش جهان، پل خواجو و سی‌وسه‌پل با نورپردازی‌های زیبا و حضور فعال مردم در فعالیت‌های شبانه، از مقاصد اصلی محسوب می‌شوند. میدان نقش جهان به‌ویژه در شب به مکانی برای تعاملات اجتماعی و رویدادهای هنری تبدیل شده است.

مسئله اصلی این تحقیق، شناسایی پتانسیل‌ها، فرصت‌ها، چالش‌ها و موانع پیش روی توسعه گردشگری شبانه در شهر اصفهان است. با توجه به ظرفیت‌های بی‌نظیر تاریخی و فرهنگی این شهر و افزایش اهمیت و محبوبیت گردشگری شبانه در سایر شهرهای جهان، این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان از این ظرفیت‌های موجود برای توسعه پایدار گردشگری شبانه در اصفهان بهره‌برداری کرد. به بیان دیگر، این تحقیق به شناسایی عوامل مؤثر و ارائه راهبردهای عملی برای توسعه گردشگری شبانه در اصفهان می‌پردازد.

۲- پیشینه تحقیق

گردشگری شبانه یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری در دنیای معاصر است که به توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها کمک می‌کند. در سال‌های اخیر، توجه به این نوع از گرد شگری به‌ویژه در شهرهای تاریخی و فرهنگی افزایش یافته است. در این راستا، تحلیل ساختار گردشگری شبانه شهری می‌تواند به درک بهتر از پتانسیل‌ها و چالش‌های موجود در این حوزه کمک‌کند.

یورشوفسکا و ووگوله (۲۰۲۲) تحقیقی با موضوع طرح‌های اصلی مناظر شبانه شهری و نورپردازی انجام داده‌اند که مطالعه موردی آن شهر لیپاجا است. ساکنان را ارتقا دهد، هویت شهر را تقویت کند و گردشگری شبانه را ترویج نماید. همچنین، کاهش آلودگی نوری به مقابله با تغییرات اقلیمی کمک می‌کند. برای اجرای موفق این طرح‌ها، همکاری دولت محلی با سازمان‌ها و شهروندان ضروری است. قوانین روشنایی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که هماهنگی بصری حفظ شده و از آشفتگی در تصویر شبانه شهر جلوگیری شود. جشنواره‌های نوری و آموزش عمومی درباره ارزش فضاهای شبانه و تأثیرات آلودگی نوری می‌توانند به تقویت استفاده از این فضاها و تغییر نگرش منفی نسبت به تاریکی کمک کنند.

ترین تی و همکاران (۲۰۲۳) عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شبانه مبتنی بر جامعه در ویتنام را شناسایی کرده و توصیه‌هایی برای توسعه پایدار این نوع گردشگری ارائه داده‌اند. این تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) و رگرسیون خطی بر نظرسنجی از ۳۹۱ گردشگر که به ساپا سفر کرده بودند، انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که پنج عامل تأثیرگذار در این زمینه وجود دارند: محیط‌زیست، فرهنگ و خدمات، زیرساخت، امنیت و ایمنی، و سیاست‌های اصلی توسعه گردشگری. در میان این عوامل، "امنیت و ایمنی" و "زیرساخت" بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری شبانه مبتنی بر جامعه در ساپا داشته‌اند.

سئوساناک و دیمیتروفسکی (۲۰۲۲) عوامل مؤثر بر تجربه زندگی شبانه گردشگران در بلگراد را مورد مطالعه قرار دادند. در این تحقیق، ادراک جنبه‌های فیزیکی محیط، حضور سایر گردشگران و احساس پذیرش به‌عنوان عوامل کلیدی تأثیرگذار بر تجربه شبانه گردشگران شناسایی شدند. این مطالعه همچنین نشان داد که برخی عوامل محیط اجتماعی و حسی، مانند کارکنان، حضور افراد دیگر، فضای محیط و موسیقی، تأثیر مثبتی بر تجربه

گردشگران و تمایل آن‌ها به توصیه تجربه شبانه در بلگراد داشته است.

تقی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) به سنجش راهبردهای مؤثر در توسعه گردشگری شبانه در مرکز تاریخی شهر اصفهان با تلفیق مدل استراتژیک SOAR و تحلیل شبکه ANP پرداختند. بر اساس نتایج تحقیق، راهبردهای «تأمین و توزیع بهینه و متعادل خدمات و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری شبانه» و «ایجاد بستری مناسب جهت آموزش، ارتقاء آگاهی و فرهنگ ساکنین، مدیران و گروه‌های فشار در زمینه گردشگرپذیری و گردشگری شبانه» به ترتیب در اولویت‌های اول و دوم قرار گرفته‌اند.

اسعدی و عطائی اردستانی (۱۴۰۰) به بررسی نقش هویت شهری در توسعه گردشگری با تأکید بر زندگی شبانه (مطالعه موردی اصفهان) پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی به ترتیب بیشترین تأثیر را در استقرار فعالیت‌های گردشگری شبانه دارند، به‌ویژه عوامل اقتصادی که شامل بازارهای رو به رشدی مانند کافه‌ها و مراکز خرید است. همچنین، تنوع فعالیت‌ها، مانند وجود مراکز خرده‌فروشی، رستوران‌ها و فعالیت‌های هنری، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در توسعه زندگی شبانه محسوب می‌شود. در زمینه ویژگی‌های فیزیکی، جذابیت مناظر طبیعی و مصنوعی نقش مهمی ایفا می‌کند و بر لزوم مرمت و بهسازی فضاهای تاریخی اصفهان تأکید دارد. میدان نقش جهان به‌عنوان مناسب‌ترین مکان برای گردشگری شبانه شناخته شده و منطقه جلفا نیز ظرفیت‌های مشابهی دارد. در نهایت، نیاز به تقویت زیرساخت‌ها و بهبود شرایط برای جذب گردشگران شبانه در اصفهان احساس می‌شود.

شهریاری و فراهانی (۱۴۰۰) به شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری شبانه (مطالعه موردی: خیابان سی‌تیر تهران) پرداختند. آن‌ها دریافتند که عوامل مؤثر در گردشگری شبانه خیابان سی‌تیر شامل اقلیم، جاذبه‌های گردشگری، فرهنگ انجام فعالیت شبانه، تنوع فعالیت‌ها، قابلیت دسترسی، زیرساخت‌های مناسب و امنیت است. در جدول شماره ۱ به‌طور خلاصه پیشینه پژوهش بیان شده است:

جدول ۱: خلاصه پیشینه پژوهش

مؤلف و سال	عنوان	نتیجه پژوهش
یورشوفسکا ووگوله (۲۰۲۲)	طرح های اصلی مناظر شبانه شهری و نورپردازی مطالعه موردی لیپاجا	طرح روشنایی شهری مناسب، با ارتقای کیفیت زندگی، تقویت هویت شهر و توسعه گردشگری شبانه، تأثیر مثبتی دارد. کاهش آلودگی نوری نیز در مقابله با تغییرات اقلیمی مؤثر است. موفقیت این طرح به همکاری دولت، قوانین روشنایی و آگاهی‌بخشی عمومی بستگی دارد.
ترین تی و همکاران(۲۰۲۳)	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شبانه مبتنی بر جامعه در ویتنام: مطالعه موردی در ساپا-لائو کای	پنج عامل مؤثر بر توسعه گردشگری شبانه در ساپا شناسایی شدند: محیط‌زیست، فرهنگ و خدمات، زیرساخت، امنیت و ایمنی، و سیاست‌های توسعه. از میان این عوامل، "امنیت و ایمنی" و "زیرساخت" بیشترین تأثیر را دارند.
سئوساناک و دیمیتروفسکی (۲۰۲۲)	عوامل موثر بر تجربه زندگی شبانه گردشگران در بلگراد	عوامل کلیدی تأثیرگذار بر تجربه شبانه گردشگران شامل ادراک محیط فیزیکی، حضور گردشگران دیگر، و احساس پذیرش است. محیط اجتماعی و حسی، مانند کارکنان، فضای محیط، و موسیقی نیز تجربه مثبت و نیت توصیه آن در بلگراد را تقویت می‌کند.
تقی زاده و همکاران(۱۴۰۱)	سنجش راهبردهای مؤثر در توسعه گردشگری شبانه در مرکز تاریخی شهر اصفهان با تلفیق مدل استراتژیک SOAR و تحلیل شبکه ANP	راهبرد تأمین خدمات متعادل گردشگری شبانه و آموزش و ارتقای آگاهی ساکنان، مدیران، و ذی‌نفوذان درباره گردشگرپذیری، اولویت‌های اصلی توسعه گردشگری شبانه هستند.
اسعدی و عطائی اردستانی(۱۴۰۰)	بررسی نقش هویت شهری در توسعه گردشگری با تأکید بر زندگی شبانه (مطالعه موردی اصفهان)	عوامل اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی، به‌ویژه بازارهای رو به رشد و تنوع فعالیت‌ها مانند رستوران‌ها و هنر، در توسعه گردشگری شبانه اصفهان تأثیرگذارند. جذابیت مناظر طبیعی و تاریخی، با تأکید بر میدان نقش جهان و منطقه جلفا، نیازمند بهسازی و تقویت زیرساخت‌ها برای جذب گردشگران است.
شهریاری و فراهانی(۱۴۰۰)	شناسایی عوامل موثر بر گردشگری شبانه (مطالعه موردی: خیابان سی تیر تهران)	عوامل مؤثر در گردشگری شبانه خیابان سی‌تیر شامل اقلیم، جاذبه‌های گردشگری، فرهنگ فعالیت‌های شبانه، تنوع فعالیت‌ها، دسترسی، زیرساخت‌های مناسب و امنیت هستند.

۳- مبانی نظری

در سال‌های اخیر، گردشگری شبانه به یکی از عوامل کلیدی در انتخاب مقصد گردشگری، به‌ویژه برای گردشگران جوان، تبدیل شده است. اگرچه هر کشور ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را دارد، اما اشکال مختلف سرگرمی‌های شبانه در سراسر جهان ویژگی‌های مشترکی دارند. فعالیت‌های مرتبط با زندگی شبانه شامل فعالیت‌هایی با رویکرد لذت‌بخش نظیر نوشیدن، غذا خوردن و دیگر اشکال سرگرمی است که در فضاهای تفریحی شبانه انجام می‌شوند (الدریج و اسمیت، ۲۰۱۹). به‌طور کلی، گردشگری شبانه به فعالیت‌هایی اشاره دارد که گردشگران در زمان و مکان مشخصی در شب تجربه می‌کنند. زمیسلونی و پاولوسینسکی (۲۰۲۰) زمان را به‌عنوان یکی از عناصر اصلی در فعالیت‌های تفریحی شبانه مورد تأکید قرار داده‌اند، زیرا این فعالیت‌ها عمدتاً از شب آغاز شده و تا ساعات اولیه صبح ادامه می‌یابند (فوچارئون و همکاران، ۲۰۲۳)[۲].

سرگرمی‌های شبانه می‌توانند شامل فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی دیگری نیز باشند، مانند تورهای شبانه

۲ Phucharoen et al

برای بازدید از هنرهای شهری یا بازارهای محلی شبانه (پیِرونی و نیف، ۲۰۱۹).

صنعت گردشگری که به سرعت در حال تغییر است، برای بقا و رقابت در دنیای امروز نیاز مبرمی به سازگاری و نوآوری دارد. رقبا به‌طور فزاینده‌ای از خارج وارد این صنعت می‌شوند، بنابراین عرضه‌کنندگان باید ارتباط خود را با مشتریان نزدیک‌تر کنند و مقاصد گردشگری موظف هستند مهارت‌ها و منابع خود را با نیازهای بازار هماهنگ نمایند (فرزین و نادعلی‌پور، ۱۳۸۹).

در اواخر دهه ۱۹۹۰، کراچ و ریچی مدل مفهومی خود را برای تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ارائه کردند که بر اساس چارچوب "الماس رقابت‌پذیری ملی" پورتر (۱۹۹۰) استوار است. این مدل به جای تمرکز بر شرکت‌ها و محصولات، بر صنایع خدماتی و اقتصادهای ملی متمرکز شد. آن‌ها تأکید کردند که رقابت مقصد باید بر اساس توانایی در ارتقای کیفیت زندگی، شکوفایی اجتماعی و تخصیص منابع کارآمد برای رشد اقتصادی بلندمدت ارزیابی شود. مدل آن‌ها شامل پنج عامل اصلی است: عوامل و منابع پشتیبان، منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، خط‌مشی، برنامه‌ریزی و توسعه مقصد، و مشخصه‌های کیفی (تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده) (نادعلی‌پور، ۱۳۹۲).

افزایش توان رقابتی برای حفظ و گسترش سهم بازار، به یکی از اهداف کلیدی مقاصد گردشگری در سراسر جهان تبدیل شده است. در سال‌های اخیر، مفهوم رقابت‌پذیری به‌عنوان یک عامل اقتصادی مهم، تأثیر چشمگیری بر توسعه پایدار صنعت سفر و گردشگری داشته و به یکی از اولویت‌های اصلی فعالیت‌ها در محیط پویای اقتصادی و تجاری امروز تبدیل شده است. مقاصد گردشگری، مشابه کسب‌وکارهای دیگر، به دنبال تمایز خود از رقبا هستند تا تجربه‌ای منحصر به فرد و به‌یادماندنی برای گردشگران خلق کنند. این تمایز از طریق ارتقای کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها، ارائه تجربه‌های خلاقانه و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی هر مقصد حاصل می‌شود. در این راستا، رقابت‌پذیری نه‌تنها ابزاری برای جذب گردشگران بیشتر، بلکه راهبردی برای تقویت موقعیت استراتژیک مقاصد در بازار جهانی گردشگری است (زیتونلی، ۱۴۰۲).

رقابت‌پذیری گردشگری، به‌عنوان عاملی کلیدی، می‌تواند تأثیرات مثبتی نظیر توسعه بلندمدت، رشد اقتصادی، کاهش فقر و بیکاری، و حفظ استانداردهای زندگی داشته باشد. شناسایی توان رقابتی کشورها در این حوزه مستلزم استفاده از مدل‌ها و شاخص‌های معتبر است. یکی از مهم‌ترین این مدل‌ها، شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (TTCI) است که توسط مجمع جهانی اقتصاد توسعه یافته و ابزاری برای ارزیابی توانایی کشورها در جذب بازدیدکنندگان، تولید درآمد و تحریک رشد در صنعت گردشگری محسوب می‌شود. این شاخص‌ها عوامل متنوعی مانند زیرساخت‌ها، خدمات، بازاریابی، فرهنگ، محیط‌زیست و سیاست را شامل می‌شوند و نقش مهمی در تعیین استراتژی‌های کشورها برای توسعه گردشگری دارند. بررسی جامع رابطه میان رقابت‌پذیری و رشد گردشگری می‌تواند راهکارهایی برای تقویت نقاط قوت و بهبود ضعف‌ها ارائه دهد. همچنین، این تحلیل می‌تواند به ایجاد رشد پایدار از طریق ارتقای تجربه بازدیدکنندگان و نوآوری در توسعه مقاصد گردشگری کمک کند (رجبی و همکاران، ۱۴۰۲).

مقاصد گردشگری همواره در تلاش‌اند تا راهکارهای نوینی برای رقابت در بازار پرچالش گردشگری بیابند. در این میان، گردشگری شبانه به‌عنوان یکی از راهبردهای نوظهور، در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از مقاصد گردشگری قرار گرفته است (شیخ بیگلو و سلطانی، ۱۳۹۸). این رویکرد با ایجاد فرصت‌های متنوع برای سرگرمی، تفریح و تجربه‌های فرهنگی در ساعات شب، نه‌تنها بر جذابیت مقاصد می‌افزاید، بلکه موجب افزایش مدت‌زمان اقامت گردشگران و تقویت اقتصاد محلی می‌شود. گردشگری شبانه از طریق فعال‌سازی فضاهای شهری، برگزاری رویدادهای خاص، توسعه زیرساخت‌های

نورپردازی، و ایجاد فرصت‌های تفریحی و هنری، نقشی کلیدی در جلب توجه مخاطبان و ارتقای رقابت‌پذیری مقاصد ایفا می‌کند. این راهبرد به‌ویژه در شهرها و مناطقی که به‌دنبال بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود و ایجاد تجربه‌ای متمایز هستند، اهمیت زیادی یافته است.

نظریه پشتیبان این تحقیق نظریه توسعه پایدار گردشگری است که بر لزوم ایجاد تعادل میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی تأکید دارد. این نظریه می‌گوید که توسعه گردشگری باید به گونه‌ای صورت گیرد که به نیازهای نسل حاضر پاسخ دهد بدون آنکه توانایی نسل‌های آینده را برای برآوردن نیازهای خود تحت تأثیر قرار دهد. به همین دلیل، در توسعه گردشگری شبانه باید به مسائل مربوط به حفظ محیط‌زیست، ارتقای فرهنگ محلی، و ایجاد فرصت‌های اقتصادی پایدار توجه ویژه‌ای شود.

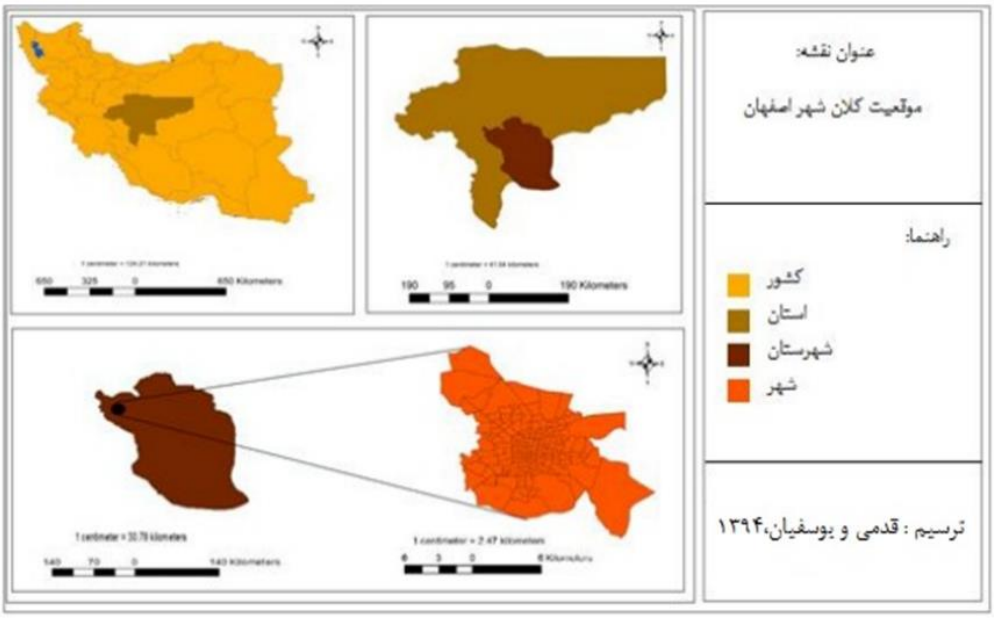
مدل رقابت‌پذیری کراچ و ریچی نیز به‌عنوان یک چارچوب مفهومی مهم در این مقاله عمل می‌کند. این مدل بر اهمیت ایجاد جاذبه‌های گردشگری، کیفیت خدمات، زیرساخت‌ها و برنامه‌ریزی استراتژیک برای تقویت رقابت‌پذیری مقصدها تأکید دارد. به‌ویژه در زمینه گردشگری شبانه، این مدل به ما کمک می‌کند تا عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری شبانه را شناسایی کرده و بر اساس آن‌ها راهبردهایی برای بهبود و ارتقای رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری پیشنهاد دهیم.

۴- روش تحقیق

۴-۱ محیط شناسی پژوهش

شهر اصفهان دارای طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۹دقیقه و ۴۰ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه و ۳۰ ثانیه شمالی می‌باشد. شهر اصفهان با مساحت ۵۵۱ کیلومتر مربع یکی از مهم‌ترین و تاریخی‌ترین شهرهای ایران است که به عنوان "نصف جهان" شناخته می‌شود. این شهر با جمعیتی حدود دو میلیون نفر، پرجمعیت‌ترین شهرستان استان اصفهان است و به عنوان مرکز فرهنگی، اقتصادی و گردشگری استان به شمار می‌رود. اصفهان در مرکز ایران و در حاشیه رودخانه زاینده‌رود قرار دارد و با داشتن تاریخ و فرهنگ غنی، یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری داخلی و خارجی محسوب می‌شود.

آب و هوای اصفهان به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص، گرم و خشک است و تابستان‌های بسیار گرم و زمستان‌های سرد و خشک داردهمچنین، صنایع دستی اصفهان، به ویژه هنرهای فلزکاری، کاشی‌کاری و قالی‌بافی نیز شهرت جهانی دارند. اصفهان با جاذبه‌های طبیعی همچون کوه‌های زاگرس، کویرهای اطراف و باغات زیبا، ترکیبی از گردشگری تاریخی، فرهنگی و طبیعت‌گردی را به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهد. این شهر به دلیل موقعیت استراتژیک خود، به ویژه در زمان‌های مختلف تاریخ، نقش مهمی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته است.



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی شهر اصفهان

بر اساس آمار ارائه‌شده درباره تعداد گردشگران خارجی که از هتل‌ها استفاده کرده‌اند، نمایانگر روندهای جالبی در صنعت گردشگری اصفهان در سال‌های مختلف است. این اطلاعات می‌توانند به درک بهتر از تأثیرات متغیرهای مختلف، از جمله شرایط اقتصادی، اجتماعی و به ویژه شیوع بیماری‌ها، بر گردشگری کمک کنند. در سال ۱۳۸۵، تعداد گردشگران خارجی ۴۲،۸۴۱ نفر بوده که نشان‌دهنده شروع نسبتا محدود گردشگری خارجی در اصفهان است. این تعداد در ۱۳۹۰ به ۳۹،۹۴۳ نفر کاهش می‌یابد. کاهش تعداد گردشگران ممکن است به عواملی چون شرایط اقتصادی و سیاسی کشور مربوط باشد. اما در ۱۳۹۵، شاهد یک جهش چشمگیر در تعداد گردشگران با ۳۸۱،۹۳۳ نفر هستیم. این افزایش می‌تواند ناشی از بهبود روابط بین‌المللی و تبلیغات گردشگری باشد.در سال ۱۳۹۹، به دلیل شیوع بیماری کرونا و محدودیت‌های سفر، تعداد گردشگران به شدت کاهش یافته و به ۱۶،۴۳۰ نفر می‌رسد. این کاهش چشمگیر تأثیرات منفی کرونا بر صنعت گردشگری را به خوبی نمایان می‌کند. در سال ۱۴۰۰، تعداد گردشگران به ۳۹،۲۷۵ نفر افزایش می‌یابد که نشان‌دهنده آغاز تدریجی بهبود اوضاع و بازگشایی محدود سفرها است.

بر اساس آمار ارائه‌شده درباره تعداد گردشگران خارجی که از هتل‌ها استفاده کرده‌اند، نمایانگر روندهای جالبی در صنعت گردشگری اصفهان در سال‌های مختلف است. این اطلاعات می‌توانند به درک بهتر از تأثیرات متغیرهای مختلف، از جمله شرایط اقتصادی، اجتماعی و به ویژه شیوع بیماری‌ها، بر گردشگری کمک کنند.در سال ۱۳۸۵، تعداد گردشگران خارجی ۴۲،۸۴۱ نفر بوده که نشان‌دهنده شروع نسبتا محدود گردشگری خارجی در اصفهان است. این تعداد در ۱۳۹۰ به ۳۹،۹۴۳ نفر کاهش می‌یابد. کاهش تعداد گردشگران ممکن است به عواملی چون شرایط اقتصادی و سیاسی کشور مربوط باشد. اما در ۱۳۹۵، شاهد یک جهش چشمگیر در تعداد گردشگران با ۳۸۱،۹۳۳ نفر هستیم. این افزایش می‌تواند ناشی از بهبود روابط بین‌المللی و تبلیغات گردشگری باشد.در سال ۱۳۹۹، به دلیل شیوع بیماری کرونا و محدودیت‌های سفر، تعداد گردشگران به شدت کاهش یافته و به ۱۶،۴۳۰ نفر می‌رسد. این کاهش چشمگیر تأثیرات منفی کرونا بر صنعت گردشگری را به خوبی نمایان می‌کند. در سال

۱۴۰۰، تعداد گردشگران به ۳۹،۲۷۵ نفر افزایش می‌یابد که نشان‌دهنده آغاز تدریجی بهبود اوضاع و بازگشایی محدود سفرها است.

جدول۲: گردشگران خارجی استفاده کننده از هتل ها

سالنامه آماری استان اصفهان ـ ۱۴۰۱ ـــــــــــ ۱۹- فرهنگ، ورزش و گردشگری

۱۹-۱۹- گردشگران خارجی استفاده کننده از هتل‌ها

سال و ماه	جمع
۱۳۸۵	۴۲۸۴۱
۱۳۹۰	۳۹۹۴۳
۱۳۹۵	۳۸۱۹۳۳
۱۳۹۷	۳۶۰۷۵۲
۱۳۹۸	۴۶۰۳۱۱
۱۳۹۹	(۱)۱۶۴۳۰
۱۴۰۰	۳۹۲۷۵
۱۴۰۱	***۷۷۴۳۱***
فروردین	۴۳۳۰
اردیبهشت	۸۶۰۰
خرداد	۷۳۵۵
تیر	۸۰۵۳
مرداد	۷۹۴۸
شهریور	۷۹۹۵
مهر	۹۵۷۰
آبان	۶۸۳۰
آذر	۳۱۹۸
دی	۳۶۳۳
بهمن	۴۵۵۵
اسفند	۵۳۵۴

۱) با توجه به بیماری کرونا و تعطیلی اماکن در این سال تعداد گردشگران خارجی کاهش چشمگیری داشته است.

ماخذ- اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان

منبع: سالنامه آماری استان اصفهان ۱۴۰۱

تعداد بیست شهرستان مهم کشور به لحاظ تعداد سفر انجام شده درسال ۱۴۰۰ ، نشان می‌دهد که شهرهای تهران، مشهد، اصفهان، شیراز و رشت دارای بیشترین تعداد سفر بوده‌اند. اما توجه به این نکته ضروریست که الگوی گردشگری از لحاظ نوع سفر، دراین شهرها با هم متفاوت است. بیش ترین سفرهای بدون اقامت شبانه به ترتیب در شهرهای تهران، اصفهان،رشت، تبریز وکرمان و بیش ترین سفرهای با اقامت شبانه به ترتیب در شهرهای تهران، مشهد، شیراز، اصفهان و قزوین بوده است.

جدول۳: نتایج آمارگیری از گردشگران ملی

نتایج آمارگیری از گردشگران ملی- ۱۴۰۰ ۱۹

چ- بیست شهرستان بازدید شده در سفرهای بومی به ترتیب تعداد سفر انجام شده برحسب نوع سفر و تعداد نفر شب اقامت در سال ۱۴۰۰

شهرستان	تعداد سفر			نفر شب اقامت
	کل	بدون اقامت شبانه	با اقامت شبانه	
کل	**۲۵۰۴۶۰۸۲**	**۱۴۶۱۸۶۱۱**	**۱۰۴۲۷۴۷۱**	**۳۹۰۸۶۰۷۴**
تهران	۱۳۰۱۶۵۵	۵۲۹۶۹۲	۷۷۱۹۶۳	۳۳۱۷۱۰۸
مشهد	۸۱۳۳۲۶	۱۱۵۴۳۲	۶۹۷۸۹۴	۲۸۵۳۲۶۰
اصفهان	۸۱۱۹۶۵	۵۲۶۳۸۱	۲۸۵۵۸۴	۹۳۰۳۳۹
شیراز	۶۶۷۳۳۵	۳۰۴۵۵۵	۳۶۲۷۸۰	۱۶۰۲۲۲۰
رشت	۵۳۵۰۸۷	۳۸۰۹۴۴	۱۵۴۱۴۲	۷۵۰۲۳۴
کرمان	۴۵۴۲۷۲	۳۲۶۸۱۷	۱۲۷۴۵۵	۳۲۲۷۱۰
قزوین	۴۴۳۸۸۲	۲۶۳۸۳۶	۱۸۰۰۴۶	۳۸۰۶۲۹
تبریز	۴۳۲۰۵۷	۳۴۱۹۳۵	۹۰۱۲۲	۴۹۶۶۳۹
کرمانشاه	۴۱۳۲۲۳	۳۰۰۱۰۴	۱۱۳۱۲۰	۵۵۴۶۰۳
بابل	۳۹۷۳۸۴	۲۲۳۲۶۱	۱۷۴۱۲۳	۳۸۹۷۷۱
زنجان	۳۵۷۱۲۵	۲۷۲۳۹۱	۸۴۷۳۴	۲۱۴۸۶۳
قم	۳۳۹۳۱۱	۲۰۳۴۴۲	۱۳۵۸۶۸	۴۸۲۷۳۱
ارومیه	۳۱۶۹۸۲	۲۱۷۹۸۲	۹۹۰۰۰	۵۴۹۸۳۹
آمل	۲۹۷۷۱۴	۱۴۶۶۳۹	۱۵۱۰۷۶	۴۴۵۲۹۶
اهواز	۲۷۱۷۶۷	۱۵۹۱۰۶	۱۱۲۶۶۰	۴۰۹۴۲۸
سیرجان	۲۶۹۴۵۵	۱۷۱۴۶۳	۹۷۹۹۱	۲۱۳۶۴۵
ساری	۲۵۶۴۹۶	۱۰۸۶۸۶	۱۴۷۸۱۰	۴۲۶۰۷۷
ایلام	۲۴۸۸۵۹	۲۰۳۷۸۴	۴۵۰۷۵	۲۹۷۹۳۳
اراک	۲۴۵۰۴۹	۱۴۱۸۶۲	۱۰۳۱۸۷	۶۶۱۴۷۵
گنبدکاووس	۲۴۰۴۸۰	۱۹۶۸۹۶	۴۳۵۸۳	۱۶۰۷۲۲
سایر شهرستان‌ها	۱۵۹۳۲۶۶۰	۹۴۸۳۴۰۲	۶۴۴۹۲۵۷	۲۳۶۲۶۵۵۱

منبع: نتایج آمارگیری از گردشگران ملی ۱۴۰۰

۲-۴ روش پژوهش

روش پژوهش حاضر کیفی است و برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تم استفاده شده است. داده‌های تحقیق از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه گردشگری شبانه جمع‌آوری شده و برای کدگذاری مصاحبه‌ها از نرم‌افزار Atlas.ti بهره گرفته شده است. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند قضاوتی انجام شده است. معیار انتخاب خبرگان شامل آگاهی کافی از موضوع گردشگری شبانه، داشتن تجربه مرتبط در زمینه توسعه گردشگری و فعالیت در حوزه‌های پژوهشی یا اجرایی مرتبط با گردشگری بوده است. خبرگان شامل استادان دانشگاه در رشته‌های مدیریت گردشگری و جغرافیا، مسئولان مرتبط در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان، فعالان حوزه کسب‌وکارهای شبانه و تورگردانان بوده‌اند. در ابتدای هر مصاحبه، هدف پژوهش به‌طور شفاف توضیح داده شد. سؤالات کلی به‌عنوان محور اصلی مصاحبه مطرح گردید و با توجه به ماهیت نیمه‌ساختاریافته آن، پرسش‌های دیگری بر اساس پاسخ‌های ارائه‌شده توسط خبرگان برای روشن‌تر شدن مفاهیم مطرح شدند. در انتها از مصاحبه‌شوندگان درخواست شد که در صورت وجود نکات ناگفته، آن‌ها را بیان کنند. معیارهای خبرگی شامل آگاهی و دانش درباره

گردشگری شبانه، داشتن تحقیقات یا فعالیت‌های اجرایی مرتبط با موضوع گردشگری شبانه و مشارکت در سیاست‌گذاری یا برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شبانه در شهر اصفهان بوده است. در این پژوهش، ۱۹ نفر از خبرگان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. این افراد شامل مسئولان اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان اصفهان، استادان دانشگاه، فعالان کسب‌وکارهای شبانه و دو تورگردان با تجربه در گردشگری شبانه بودند. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ به این معنا که در مراحل پایانی تحلیل، داده‌های جدیدی از مصاحبه‌ها به‌دست نیامد و مفاهیم استخراج‌شده به‌طور کامل تکرارپذیر شدند. برای تحلیل مصاحبه‌ها، از کدگذاری باز استفاده شد و داده‌ها به‌صورت سیستماتیک در قالب تم‌های اصلی و فرعی دسته‌بندی شدند. نرم‌افزار Atlas.ti برای سازماندهی و استخراج تم‌ها مورد استفاده قرار گرفت. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه با خبرگان (مطالعه گردشگری شبانه شهر اصفهان)

	مدرک		شغل		ارتباط با حوزه گردشگری	
	دکتری	کارشناسی ارشد	هیئت علمی	کارشناس	فعال در گردشگری شبانه	پژوهشگر و سیاست‌گذار
تعداد	۸	۷	۶	۹	۴	۱۱
درصد	۵۳٪	۴۷٪	۴۰٪	۶۰٪	۲۷٪	۷۳٪

مدرک تحصیلی: خبرگان مصاحبه‌شونده دارای مدرک تحصیلی دکتری یا کارشناسی ارشد مرتبط با مدیریت گردشگری، جغرافیا یا رشته‌های مرتبط بودند. شغل: شرکت‌کنندگان شامل اعضای هیات علمی دانشگاه و کارشناسان اجرایی مرتبط با گردشگری شبانه در اصفهان بودند. ارتباط با حوزه گردشگری: برخی از خبرگان به طور مستقیم در حوزه گردشگری شبانه فعالیت داشتند (مانند مدیران و راهنمایان گردشگری)، در حالی که سایرین در زمینه سیاست‌گذاری و پژوهش مشغول بودند. هدف این جدول ارائه تصویری از تنوع خبرگان و جامعیت اطلاعات جمع‌آوری‌شده برای تحلیل تماتیک است.

فرآیند جمع‌آوری داده‌ها: داده‌های مورد نیاز برای تحلیل مضمون از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شد. این مصاحبه‌ها با مشارکت‌کنندگان کلیدی در زمینه گردشگری شبانه انجام گرفت. سوالات مصاحبه به گونه‌ای طراحی شد که دیدگاه‌ها، تجربیات و پیشنهادات آن‌ها را درباره عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شبانه در شهر اصفهان پوشش دهد.

مراحل گردآوری و تحلیل داده‌ها: ضبط و مستندسازی داده‌ها: مصاحبه‌ها ضبط شده و سپس به‌طور کامل پیاده‌سازی گردید. داده‌های متنی حاصل از این مرحله، مبنای تحلیل مضمون قرار گرفت. آشنایی با داده‌ها: در این مرحله، متن مصاحبه‌ها بارها مطالعه شد تا پژوهشگر بتواند با محتوای کلی داده‌ها آشنا شود و ایده‌های اولیه برای استخراج مضامین شکل گیرد. کدگذاری اولیه: متن داده‌ها به دقت بررسی و بخش‌های مرتبط با سوالات پژوهش شناسایی شد. مفاهیم اولیه با استفاده از عبارات کوتاه و کلیدی کدگذاری شدند. هدف این مرحله، شناسایی بخش‌های معنادار داده‌ها و تفکیک آن‌ها برای تحلیل دقیق‌تر بود. جستجوی مضامین: کدهای اولیه بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌ها دسته‌بندی شدند. مضامین کاندید که نشان‌دهنده الگوهای معنادار در داده‌ها بودند، استخراج شدند. بازبینی مضامین: مضامین استخراج شده بازبینی شدند تا اطمینان حاصل شود که با داده‌ها هماهنگ هستند و موضوعات اصلی تحقیق را پوشش می‌دهند. برخی مضامین ترکیب یا حذف شدند تا

چارچوب تحلیلی منسجمی ایجاد شود. تعریف و نامگذاری مضامین: مضامین نهایی تعریف و توضیح داده شدند. برای هر مضمون، نقل قول‌ها یا شواهد مرتبط از متن مصاحبه‌ها ارائه شد. اعتباربخشی و تکمیل تحلیل: یافته‌ها با مشارکت‌کنندگان بازبینی شد تا دقت و صحت تحلیل تضمین شود. بازخورد خبرگان در زمینه گردشگری نیز برای بهبود تحلیل و تأیید نهایی مضامین استفاده شد. اولویت‌بندی عوامل مؤثر: برای اولویت‌بندی عوامل مؤثر شناسایی‌شده در تحلیل مضمون، از پرسشنامه‌ای استفاده شد که مضامین کلیدی استخراج‌شده را در بر می‌گرفت. در این پرسشنامه، مشارکت‌کنندگان به هر عامل امتیاز دادند . مقیاس امتیازدهی معمولاً از ۱ تا ۱۰ بود، که در آن ۱ کمترین و ۱۰ بیشترین اهمیت را نشان می‌داد. پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها، میانگین امتیازها برای هر عامل محاسبه شد. عواملی که بیشترین امتیاز را کسب کردند، در اولویت بالاتر قرار گرفتند. در نهایت، بر اساس تحلیل مضمون و اولویت‌بندی‌های انجام شده، نتایج کلی و راهبردهای مؤثر برای توسعه گردشگری شبانه در اصفهان استخراج گردید. این نتایج به محققین و مسئولان شهری کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی‌های بهتری برای توسعه پایدار گردشگری شبانه انجام دهند.

۵- یافته‌های تحقیق

پس از انجام مصاحبه‌ها با خبرگان و فعالان حوزه گردشگری و شبانه‌روز در اصفهان، تمامی نظرات و ایده‌های مطرح‌شده تحلیل و سپس کدگذاری شدند. در فرآیند کدگذاری، نکات کلیدی استخراج و به صورت کدهای باز مشخص شدند. در ابتدا تعداد کدها زیاد بود، اما پس از چندین مرحله بررسی، تحلیل و ادغام کدهای مشابه و نزدیک به هم، در نهایت ۵۱ کد باز شناسایی شد.

در این کدگذاری، هر نکته کلیدی دارای نشانگرهای زیر بود: P: نشانگر نکته کلیدی؛

A, B, C, ...: نشانگر نمونه مورد مطالعه یا مصاحبه‌شونده (برای امانت‌داری، هر مصاحبه‌شونده با یک حرف مشخص شد) ؛

1 ... ,3 ,2 ,شماره نکته کلیدی مربوط به هر مصاحبه‌شونده.

به‌عنوان مثال، نشانگر PC12 نشان‌دهنده دوازدهمین نکته کلیدی در مصاحبه سوم است.

در جدول زیر نمونه‌هایی از کدهای باز به همراه توضیحات و نقل قول‌های مربوط ارائه شده است.

جدول ۵ : کدهای باز و نمونه محتوای کدها

عنوان کد باز	نمونه‌ای از نقل قول	مشخصه کد
توسعه فعالیت شبانه	"ما باید فضاهایی ایجاد کنیم که مردم بتوانند در ساعات شب هم فعالیت‌های تفریحی و فرهنگی داشته باشند".	PC10
امنیت گردشگری شبانه	"اگر مردم احساس امنیت نکنند، قطعاً به سمت فعالیت‌های شبانه نمی‌روند. باید نورپردازی و حضور پلیس تقویت شود".	PI14
زیباسازی و نورپردازی	"نورپردازی مناسب برای مکان‌های تاریخی و طبیعی در شب، جذابیت زیادی ایجاد می‌کند و تجربه‌ای متفاوت ارائه می‌دهد".	PQ22
توسعه کسب‌وکارها	"فعالیت‌های شبانه می‌توانند به درآمدزایی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مانند کافه‌ها و فروشگاه‌های صنایع‌دستی، کمک کنند".	PB7
آموزش و فرهنگ‌سازی	"گردشگران و شهروندان باید یاد بگیرند چگونه از مکان‌های شبانه بهره ببرند و با قوانین و فرهنگ بومی تطبیق پیدا کنند".	PL18

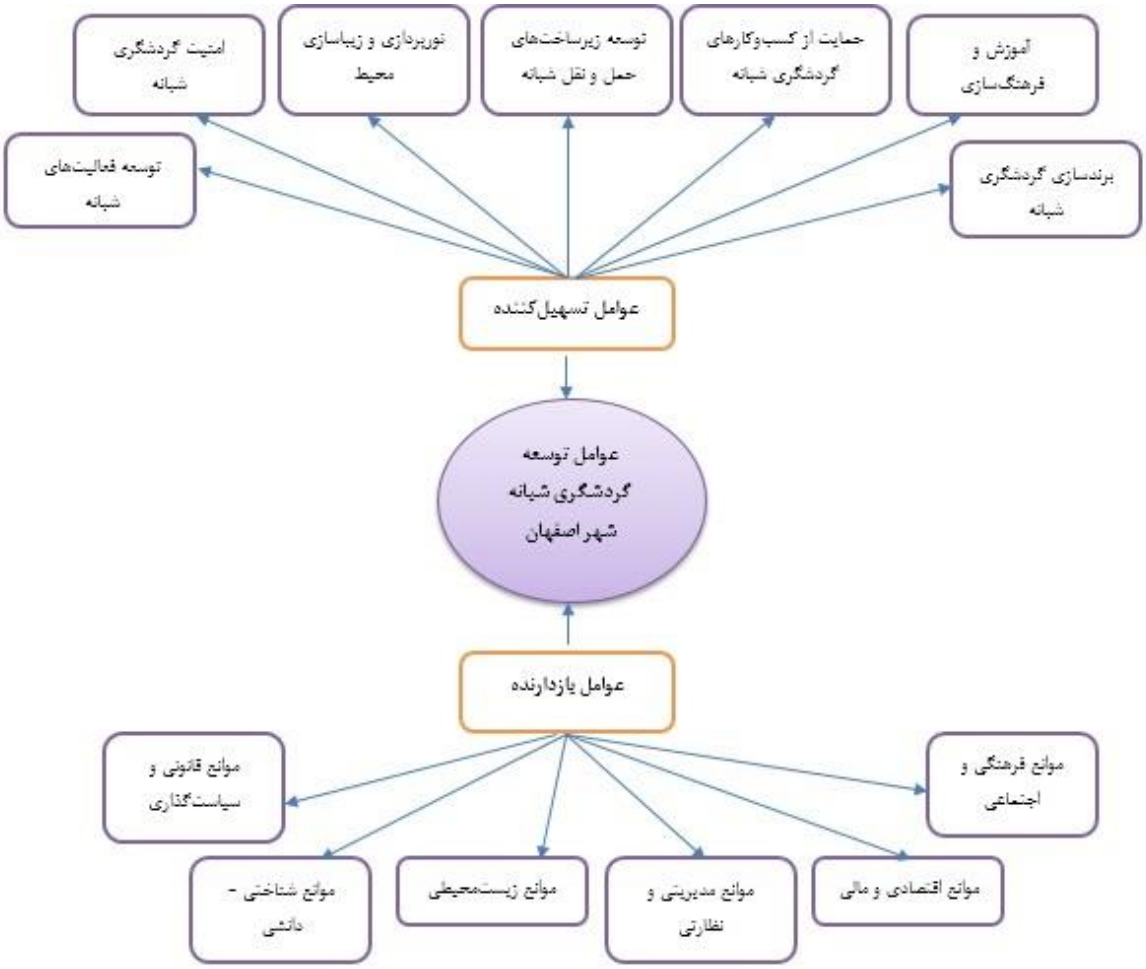
بعد از انجام کدگذاری، مرحله ساخت مضامین فرعی آغاز می‌شود. در این مرحله، کدهایی که از پیش در تحقیقات مشابه یا مطالعات قبلی شناسایی شده‌اند، انتخاب می‌شوند و با کدهای حاصل از کدگذاری باز هم‌راستا شده و به مضامین فرعی مرتبط دسته‌بندی می‌گردند. در تحقیق حاضر، مضامین اصلی در دو گروه کلی قرار می‌گیرند: عوامل تسهیل‌کننده و عوامل بازدارنده. این اطلاعات در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول ۶-تحلیل مضامین و کدهای باز برای توسعه گردشگری شبانه در شهر اصفهان

مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدهای باز
عوامل تسهیل کننده	**توسعه فعالیت‌های شبانه**	-۱طراحی و ایجاد فضاهای عمومی و فرهنگی برای پذیرش فعالیت‌های شبانه گردشگری، ۲- برگزاری برنامه‌های فرهنگی و هنری شبانه (کنسرت‌ها، نمایش‌ها، نمایش‌های خیابانی) ، ۳- ایجاد مناطق ویژه برای تفریحات شبانه مانند کافه‌ها و رستوران‌ها، ۴- فراهم کردن امکانات رفاهی و اجتماعی برای بازدیدکنندگان در ساعات شب
	امنیت گردشگری شبانه	-۱تقویت امنیت عمومی از طریق گشت‌های پلیس و مراقبت‌های شبانه در مناطق گردشگری، ۲- طراحی زیرساخت‌های مناسب نورپردازی برای افزایش احساس امنیت گردشگران، ۳- نصب دوربین‌های مداربسته برای نظارت بر فضاهای عمومی شبانه، ۴- ایجاد سیستم‌های امنیتی برای حفاظت از گردشگران و کسب‌وکارهای شبانه
	نورپردازی و زیباسازی محیط	-۱استفاده از نورپردازی هدفمند و هنری برای برجسته سازی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، ۲- استفاده از نورپردازی پایدار و کم‌مصرف در اماکن عمومی شبانه۳- طراحی نورپردازی مطابق با معیارهای زیست‌محیطی برای کاهش آلودگی نوری
	توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل شبانه	-۱ارتقای سیستم‌های حمل و نقل عمومی و خصوصی برای دسترسی راحت‌تر به نقاط گردشگری در شب، ۲- توسعه ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی با ساعت‌های فعالیت شبانه، ۳- ایجاد زیرساخت‌های ویژه برای خدمات تاکسی و حمل و نقل مشترک در شب، ۴- تسهیل دسترسی به مکان‌های گردشگری شبانه با استفاده از حمل و نقل پیاده و دوچرخه، ۵- طراحی مسیرهای ویژه برای گردشگری شبانه و ارتقای دسترسی راحت و سریع
	حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه	-۱ارائه تسهیلات مالی و اعتباری برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری شبانه، ۲- حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زمینه گردشگری شبانه (رستوران‌ها، کافه‌ها، فروشگاه‌های صنایع دستی) ، ۳- تشویق به ایجاد بازارهای شبانه برای محصولات محلی
	آموزش و فرهنگ‌سازی	-۱برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای گردشگران درباره آداب و فرهنگ استفاده از فضای شبانه، ۲- فرهنگ‌سازی در خصوص حفظ امنیت و استفاده صحیح از فضاهای عمومی شبانه، ۳- تقویت آگاهی‌های عمومی از مزایای اقتصادی و اجتماعی گردشگری شبانه، ۴- ترویج فرهنگ گردشگری شبانه با تاکید بر حفظ هویت محلی و سنت‌های بومی
	برندسازی گردشگری شبانه	-۱معرفی جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری شبانه در رسانه‌های دیجیتال و سنتی،۲- استفاده از رویدادهای فرهنگی و هنری شبانه به‌عنوان ابزار تبلیغاتی، ۳- ارتقاء شهرت شهر به‌عنوان مقصد گردشگری شبانه با معرفی ویژگی‌های خاص

عوامل بازدارنده	**موانع فرهنگی و اجتماعی**	-۱عدم پذیرش و حمایت از گردشگری شبانه به‌دلیل نگرانی‌های فرهنگی و اجتماعی، ۲- مقاومت در برابر تغییرات در سبک زندگی شبانه ، ۳- مخالفت‌های اجتماعی با استفاده از فضاهای عمومی برای فعالیت‌های شبانه
	موانع اقتصادی و مالی	-۱کمبود منابع مالی و اعتباری برای سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌های گرد شگری شبانه،۲- بالا بودن هزینه‌های امنیت، نورپردازی و حمل و نقل در شب، ۳- ریسک پایین سوددهی از گردشگری شبانه در مقایسه با سایر بخش‌ها، ۴- مشکلات در جذب سرمایه‌گذاران خصوصی برای طرح‌های گردشگری شبانه
	موانع مدیریتی و نظارتی	-۱کمبود برنامه‌ریزی و هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی برای مدیریت گردشگری شبانه، ۲- عدم وجود راهبرد و سیاست‌های اجرایی مشخص برای توسعه گردشگری شبانه، ۳- ضعف در نظارت و کنترل بر فعالیت‌های غیرقانونی شبانه در مناطق گردشگری، ۴- کمبود توانایی در نظارت بر کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران شبانه، ۵- نبود قوانین مناسب برای حمایت از فعالیت‌های شبانه در سطح ملی و محلی
	موانع زیست‌محیطی	-۱نگرانی‌های زیست‌محیطی در خصوص مصرف انرژی بالا در نورپردازی شبانه، ۲- تأثیر منفی آلودگی نوری بر محیط زیست شهری و اکوسیستم‌های طبیعی، ۳- اثرات منفی بر حیات وحش و پوشش گیاهی در مناطقی که به‌طور خاص برای گردشگری شبانه طراحی نشده‌اند،
	موانع شناختی - دانشی	-۱کمبود دانش و تخصص در زمینه مدیریت و برنامه‌ریزی برای گردشگری شبانه، ۲- فقدان اطلاعات جامع و معتبر در خصوص تقاضای بازار برای گردشگری شبانه، ۳- ناتوانی در بهره‌برداری از داده‌ها و مطالعات علمی در جهت توسعه گردشگری شبانه، ۴- نبود آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای در خصوص گردشگری شبانه، ۵- آگاهی ناکافی از پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری شبانه برای جامعه و کسب‌وکارها
	موانع قانونی و سیاست‌گذاری	-۱فقدان قوانین حمایتی و انگیزشی برای فعالیت‌های گردشگری شبانه، ۲- وجود خلأهای قانونی در مدیریت و نظارت بر گردشگری شبانه، ۳- ناهماهنگی بین سازمان‌های دولتی و خصوصی در زمینه توسعه گردشگری شبانه، ۴- محدودیت‌های قانونی در زمینه ساعت‌های فعالیت و دسترسی به برخی جاذبه‌های گردشگری در شب، ۵- عدم وجود سیاست‌های منسجم و یکپارچه برای حمایت از گردشگری شبانه در مقیاس کلان شهر و ملی

بنابراین بر اساس تجزیه و تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌های انجام یافته، مدل توسعه ی گردشگری شبانه شهر اصفهان در قالب نمودار شماره ۱ ارائه شده است.



نمودار۱: عوامل موثر بر توسعه گردشگری شبانه شهر اصفهان(منبع: نگارندگان)

مدل توسعه گردشگری شبانه در شهر اصفهان به‌طور کلی شامل عواملی است که می‌توانند در پیشبرد و گسترش این نوع گردشگری موثر باشند. این عوامل به دو دسته تقسیم می‌شوند: عوامل تسهیل‌کننده که به توسعه گردشگری شبانه کمک می‌کنند، و عوامل بازدارنده که موانعی در مسیر توسعه گردشگری شبانه ایجاد می‌کنند. نتایج حاصل از اولویت بندی عوامل تسهیل کننده و عوامل بازدارنده به تفکیک و ترتیب در جداول شماره ۷ و ۸ آورده شده است.

جدول ۷: رتبه‌بندی عوامل تسهیل‌کننده توسعه گردشگری شبانه در اصفهان

رتبه	عامل تسهیل‌کننده	امتیاز	توضیح
۱	امنیت گردشگری شبانه	۹,۷	ایجاد احساس امنیت برای گردشگران شبانه حیاتی است. تقویت امنیت عمومی و نصب دوربین‌های مداربسته باعث افزایش جذابیت این بخش می‌شود.
۲	توسعه فعالیت‌های شبانه	۹.۵	عامل اصلی در جذب گردشگران شبانه و ایجاد تجربه‌های منحصر به فرد است. این عامل شامل طراحی فضاها و برنامه‌های مختلف شبانه می‌باشد.
۳	نورپردازی و زیباسازی محیط	۹	نورپردازی مناسب و هنری به زیبایی جاذبه‌های شهری در شب کمک کرده و تاثیر زیادی در جذب گردشگران و ایجاد فضای مناسب دارد.
۴	توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل شبانه	۸.۵	یکی از نیازهای اساسی برای توسعه گردشگری شبانه فراهم کردن سیستم حمل‌ونقل شبانه است تا گردشگران راحت‌تر به مکان‌های مختلف دسترسی پیدا کنند.
۵	حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه	۸	حمایت مالی و برندسازی کسب‌وکارهای شبانه باعث رشد و پایداری صنعت گردشگری شبانه می‌شود و می‌تواند به ایجاد مشاغل و فرصت‌های اقتصادی کمک کند.
۶	برندسازی گردشگری شبانه	۷.۵	ساخت برند و هویت برای گردشگری شبانه در اصفهان اهمیت دارد، اما از نظر تأثیر در مقایسه با سایر عوامل اولویت کمتری دارد.
۷	آموزش و فرهنگ‌سازی	۷	آموزش به ساکنان و گردشگران در مورد استفاده صحیح از فضاهای شبانه می‌تواند باعث افزایش آگاهی و بهره‌برداری مناسب از این فضاها شود

جدول ۸: رتبه‌بندی عوامل بازدارنده توسعه گردشگری شبانه در اصفهان

رتبه	عامل بازدارنده	امتیاز	توضیح
۱	موانع فرهنگی و اجتماعی	۹,۸	مهم‌ترین عامل بازدارنده، مقاومت فرهنگی و اجتماعی در برابر تغییرات سبک زندگی شبانه است که به‌ویژه در جامعه‌های سنتی و مذهبی تاثیرگذار است.
۲	موانع اقتصادی و مالی	۹.۵	کمبود منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تأسیسات شبانه یکی از بزرگترین چالش‌ها در توسعه گردشگری شبانه است.
۳	موانع مدیریتی و نظارتی	۹	نبود هماهنگی بین دستگاه‌های مختلف و ضعف نظارتی بر فعالیت‌های شبانه می‌تواند مانعی بزرگ در توسعه گردشگری شبانه باشد.
۴	موانع زیست‌محیطی	۸.۵	نگرانی‌ها در مورد آلودگی نوری و اثرات منفی گردشگری شبانه بر محیط زیست شهری می‌تواند مانعی جدی برای توسعه این صنعت باشد.
۵	موانع شناختی - دانشی	۸	کمبود دانش و تخصص در مدیریت گردشگری شبانه و ناتوانی در استفاده از داده‌ها و مطالعات علمی در این زمینه می‌تواند فرآیند توسعه را کند کند.
۶	موانع قانونی و سیاست‌گذاری	۷.۵	کمبود سیاست‌های حمایتی و قوانین برای تسهیل در توسعه گردشگری شبانه به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی وجود دارد.

عوامل تسهیل‌کننده توسعه گردشگری شبانه به ترتیب اولویت در این تحقیق عبارتند از:

امنیت گردشگری شبانه که در رتبه اول قرار دارد، زیرا احساس امنیت برای گردشگران شبانه بسیار ضروری است و به‌عنوان یک اولویت اصلی برای موفقیت گردشگری شبانه در نظر گرفته می‌شود. توسعه فعالیت‌های شبانه در رتبه دوم قرار می‌گیرد که شامل طراحی فضاهای مناسب و برنامه‌های شبانه است و بخش کلیدی در جذب گردشگران شبانه به شمار می‌رود. نورپردازی و زیباسازی محیط در رتبه سوم قرار دارد، زیرا نورپردازی مناسب می‌تواند جذابیت‌های شبانه و زیبایی‌های شهری را برجسته کند و تأثیر زیادی در جذب گردشگران دارد. توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل شبانه در رتبه چهارم قرار می‌گیرد که نشان‌دهنده نیاز به حمل و نقل مناسب برای راحتی گردشگران در شب است. حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه در رتبه پنجم قرار دارد که تسهیل‌گری اقتصادی و برندسازی آن‌ها می‌تواند موجب رشد و پایداری گردشگری شبانه شود. برندسازی گردشگری شبانه در رتبه ششم قرار می‌گیرد که در مقایسه با دیگر عوامل اولویت کمتری دارد. آموزش و فرهنگ‌سازی برای آگاه‌سازی اهالی و گردشگران در استفاده از فضاهای شبانه در رتبه آخر قرار دارد.

عوامل بازدارنده توسعه گردشگری شبانه به ترتیب اولویت عبارتند از: موانع فرهنگی و اجتماعی که در رتبه اول قرار دارند، زیرا مقاومت فرهنگی و اجتماعی به شدت بر پذیرش گردشگری شبانه تأثیر می‌گذارد. موانع اقتصادی و مالی در رتبه دوم قرار دارند، زیرا کمبود منابع مالی برای سرمایه‌گذاری و ایجاد زیرساخت‌های شبانه می‌تواند مانع جدی در توسعه این صنعت باشد. موانع مدیریتی و نظارتی در رتبه سوم قرار دارند، زیرا ضعف هماهنگی میان دستگاه‌ها و نظارت ناکافی بر فعالیت‌های شبانه از عوامل مؤثر بر کند شدن توسعه گردشگری شبانه است. موانع زیست‌محیطی در رتبه چهارم قرار دارند، زیرا نگرانی‌ها از آلودگی نوری و اثرات منفی محیطی بر جاذبه‌های شهری مطرح است. موانع شناختی - دانشی در رتبه پنجم قرار می‌گیرند، زیرا نبود تخصص و دانش در مدیریت گردشگری شبانه می‌تواند روند توسعه را کند کند. موانع قانونی و سیاست‌گذاری در رتبه ششم قرار دارند، چراکه ناتوانی در تدوین سیاست‌های حمایتی باعث کندی پیشرفت گردشگری شبانه می‌شود.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در این تحقیق، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تسهیل‌کننده توسعه گردشگری شبانه در اصفهان مورد بررسی قرار گرفت. یکی از مهم‌ترین عوامل تسهیل‌کننده، امنیت گردشگری شبانه است. امنیت یکی از ارکان اصلی جذب گردشگران به هر مقصد گردشگری است و در این راستا، ارتقای امنیت عمومی از طریق طراحی نورپردازی‌های مناسب و نصب دوربین‌های مداربسته می‌تواند تأثیر بسزایی در افزایش اطمینان گردشگران داشته باشد. همچنین، توسعه فعالیت‌های شبانه، از جمله طراحی فضاهای عمومی و فرهنگی و برگزاری برنامه‌های هنری و فرهنگی شبانه، به‌عنوان عامل کلیدی در جذب گردشگران شبانه مطرح است. در کنار این، توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل شبانه نیز به‌عنوان یکی از عوامل مهم شناخته شد، چراکه تسهیل دسترسی به جاذبه‌های گردشگری شبانه می‌تواند به راحتی گردشگران را در ساعات شب یاری کند.

یکی دیگر از عوامل مهم، حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه است. این حمایت‌ها می‌تواند شامل ارائه تسهیلات مالی به کسب‌وکارهای موجود در این حوزه، و همچنین برندسازی و معرفی این کسب‌وکارها در سطح ملی و بین‌المللی باشد. از سوی دیگر، آموزش و فرهنگ‌سازی در میان گردشگران و اهالی شهر، جهت ارتقاء سطح آگاهی از مزایای گردشگری شبانه و نحوه استفاده صحیح از این فضاها، امری ضروری است.

در مقابل، موانع بازدارنده‌ای نیز وجود دارند که باید به طور مؤثر برطرف شوند تا گردشگری شبانه به شکلی

پایدار و موفق در اصفهان توسعه یابد. موانع فرهنگی و اجتماعی یکی از مهم‌ترین چالش‌ها هستند. مقاومت اجتماعی در برابر تغییرات سبک زندگی و نگرانی‌های فرهنگی می‌تواند مانعی جدی در راه توسعه گردشگری شبانه باشد. این مقاومت ممکن است ناشی از عدم آگاهی از فواید این نوع گردشگری باشد که نیاز به تغییر نگرش‌ها و افزایش پذیرش عمومی دارد.

موانع اقتصادی و مالی نیز از دیگر مشکلات اصلی در این راستا به شمار می‌روند. کمبود منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های شبانه و بالا بودن هزینه‌های اجرایی به ویژه در زمینه نورپردازی و حمل و نقل شبانه می‌تواند روند توسعه این بخش را کند کند. از سوی دیگر، موانع مدیریتی و نظارتی به دلیل کمبود هماهنگی و برنامه‌ریزی میان دستگاه‌های مختلف، به عنوان یک عامل بازدارنده دیگر مطرح هستند. ضعف در نظارت بر فعالیت‌های شبانه و عدم وجود استراتژی‌های منسجم می‌تواند موجب اختلال در اجرای برنامه‌های گردشگری شبانه شود.

برای رفع موانع موجود و استفاده بهینه از پتانسیل‌های گردشگری شبانه در اصفهان، چندین راهکار و استراتژی مهم پیشنهاد می‌شود. اولاً، تقویت زیرساخت‌های امنیتی از طریق همکاری نزدیک میان نهادهای امنیتی و مسئولان شهری، ایجاد سیستم حمل و نقل شبانه کارآمد و طراحی نورپردازی‌های هنری و جذاب در جاذبه‌های گردشگری از جمله مهم‌ترین اقدامات قابل توجه هستند. ثانیاً، برای حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری شبانه، ارائه تسهیلات مالی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای شبانه، و ایجاد پلتفرم‌های تبلیغاتی می‌تواند موجب رونق این کسب‌وکارها شود. همچنین، آموزش و فرهنگ‌سازی در زمینه گردشگری شبانه برای گردشگران و اهالی شهر ضروری است. این آموزش‌ها باید در خصوص فواید گردشگری شبانه، نحوه استفاده از فضاهای عمومی شبانه، و همچنین احترام به فرهنگ و محیط زیست در این ساعات برگزار شود. در نهایت، برای مقابله با موانع فرهنگی و اجتماعی، باید به تغییر نگرش‌ها و افزایش پذیرش عمومی پرداخت. این امر از طریق رسانه‌ها، کمپین‌های تبلیغاتی، و برگزاری جلسات هم‌اندیشی با گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی ممکن است.

در نتیجه، گردشگری شبانه در اصفهان با بهره‌برداری از پتانسیل‌های فرهنگی، تاریخی و زیست‌محیطی شهر می‌تواند به یک بخش کلیدی در جذب گردشگران و تقویت اقتصاد شهری تبدیل شود. با این حال، برای تحقق این هدف، لازم است که موانع موجود شناسایی و برطرف شوند. به علاوه، برنامه‌ریزی دقیق، همکاری میان نهادهای دولتی و خصوصی، و ایجاد زیرساخت‌های مناسب از ضروریات این فرآیند است. در نهایت، با پیاده‌سازی این استراتژی‌ها و راهکارها، اصفهان می‌تواند به یکی از مقاصد برجسته گردشگری شبانه در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل گردد.

۷- منابع

اپرا جونقانی، الهام و نصراللهی، زهرا،۱۴۰۲،اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان اصفهان، رویکرد داده – ستانده دو منطقه ای

احمدی، محمدرضا،۱۳۹۹، نقش مسیرهای گردشگری شبانه در اقتصاد شهری (نمونه موردی: بافت تاریخی شیراز)

اسعدی، یعقوب و عطائی اردستانی، طیبه‌السادات،۱۴۰۰، بررسی نقش هویت شهری در توسعه گردشگری با تاکید بر زندگی شبانه (مطالعه موردی اصفهان)، ششمین کنفرانس بین‌المللی گردشگری، فرهنگ و هنر

نوری، امید، نوری، علیرضا و اعلم صمیمی، مسعود. ۱۳۹۹. «نقش پروژه‌های نورپردازی در توسعه گردشگری شبانه شهری (منطقه ثامن شهر مشهد)»

تقوایی, مسعود, موسوی کیفته, مرضیه, قاسمی الوری, فاطمه. (۱۴۰۱). تبیین راهکارهای توسعهٔ

گردشگری خلاق در خدمات گردشگری (مطالعهٔ موردی: شهر اصفهان). برنامه‌ریزی فضایی

تقی‌زاده، سلمان و طبیبیان، منوچهر و حیدری، مهسا،۱۴۰۱، سنجش راهبردهای مؤثر در توسعه گردشگری شبانه در مرکز تاریخی شهر اصفهان با تلفیق مدل استراتژیک SOAR و تحلیل شبکه (ANP)

شهریاری، خدیجه و فراهانی، بنفشه،۱۴۰۰، شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری شبانه (مطالعه موردی: خیابان سی تیرتهران)، دومین همایش ملی دستاوردهای نوین در مطالعات سبز؛ چالش ها و کابردها

مخلص, ف. (۲۰۲۲). گردشگری شبانه؛ اقدامی راهبردی یا نمایشی در مدیریت شهری؟. گردشگری فرهنگ

نادعلیپور, زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی کیفیت مدیریت مقصد گردشگری از دیدگاه مزیت رقابتی مطالعه موردی: منطقه چابهار. گردشگری و اوقات فراغت

فرزین, محمدرضا, نادعلی پور, زهرا. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مورد مطالعه: منطقهٔ چابهار). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری

شیخ بیگلو, رعنا, سلطانی, زهرا. (۱۳۹۸). مطلوبیت گردشگری شبانه‌ی شهری از دیدگاه گردشگران مطالعه‌ی موردی: گردشگران شهر شیراز. نشریه گردشگری شهری

زیتونلی, عبدلحمید. (۱۴۰۲). تحلیل رقابت پذیری گردشگری ورزشی مقاصد گردشگری استان گلستان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

رجبی, مریم, زیاری, کرامت الله, زنگنه, سعید. (۱۴۰۲). سنجش تاثیرگذاری

Z Eldridge, A. (2019). Strangers in the night: Nightlife studies and new urban tourism. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 11(3), 422–435.

Jurševska, R. S., & Vugule, K. (2022). Urban nightscapes and lighting master plans. Case study of Liepāja. In Landscape architecture and art (Vol. 20, Issue 20, pp. 63–72). Latvia University of Life Sciences and Technologies. https://doi.org/10.22616/j.landarchart.2022.20.07

NYC Office of nightlife (2021), “Report: 2018 – 2021”, availiable at: www1.nyc.gov/assets/mome/pdf/nightlife-report-june-2021.pdf (accessed 12 September 2021.)

Phucharoen, C., Wichupankul, S., Sangkaew, N., & Stosic, K. (2023). Social media sites and nightlife tourism: an empirical study of tourist decision-making on nightlife entertainment consumption. In International Journal of Tourism Cities (Vol. 9, Issue 3, pp. 751–770). Emerald. https://doi.org/10.1108/ijtc-11-2021-0224

Pieroni, R., & Naef, P. J. (2019). Exploring new frontiers? “Neo-slumming” and gentrification as a tourism resource. International Journal of Tourism Cities, 5(3), 338–353.

Selly Veronica, Nurlisa Ginting, & Amy Marisa. (2020). Local Wisdom-Based on Development of the Environment and Atmosphere Aspect of Berastagi Night Tourism. In International Journal of Architecture and Urbanism (Vol. 4, Issue 2, pp. 144–155). Universitas Sumatera Utara. https://doi.org/10.32734/ijau.v4i2.4515

Seočanac, M., & Dimitrovski, D. (2022). Factors influencing tourists’ nightlife experience in Belgrade. In Consumer Behavior in Tourism and Hospitality

(Vol. 17, Issue 4, pp. 436–452). Emerald. https://doi.org/10.1108/cbth-11-2021-0279

Seočanac, M., & Dimitrovski, D. (2022). Factors influencing tourists' nightlife experience in Belgrade. In Consumer Behavior in Tourism and Hospitality (Vol. 17, Issue 4, pp. 436–452). Emerald. https://doi.org/10.1108/cbth-11-2021-0279

TRINH THI, P., NGUYEN THI PHUONG, N., & HOANG VAN, H. (2023). Factors Affecting the Development of Community-Based Night Tourism in Vietnam: A Case Study in Sapa-Lao Cai. In Journal of Environmental Management and Tourism (Vol. 14, Issue 8, p. 3112). SC ASERS SRL. https://doi.org/10.14505/jemt.v14.8(72).12

Zmyslony, P., & Pawlusinski, R. (2020). Tourism and the night time economy: The perspective article. Tourism Review, 75(1), 194-197