



Research Paper

Investigating the Impact of Urban Nightscape on Tourism Development: A Case Study of Shiraz City

Zohreh Keshavarzi¹ , Nazanin Tabrizi^{*2} , Mohammad Hasan Zaal³ 

¹ Master's Degree in Tourism Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

² Associate Professor of Tourism Management Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

³ Associate Professor of Tourism Management Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran



10.22080/USFS.2023.25310.2353

Received:

May 8, 2023

Accepted:

October 1, 2023

Available online:

December 2, 2023

Keywords: Shiraz city, urban landscape, night landscape, tourism

Abstract

Tourism destinations are looking to find new tourism methods to compete in this industry and night tourism, as one of these methods, has attracted the attention of tourists in recent years. Shiraz city, as one of the main tourism areas in the country, has much potential in this field. The current study aims to investigate the effect of the night view of Shiraz city on the prosperity of tourism in this city. This research has been carried out using a descriptive-analytical method with an emphasis on case study. A total of 335 people were randomly selected as a statistical sample and a researcher-made questionnaire, which was designed with three independent variables (tourists' satisfaction, tourists' revisits, tourists' subjective perceptions) and one dependent variable (tourism boom), was distributed among them. The data was analyzed using SPSS and Lisrel software with tests, Friedman, confirmatory factor analysis, and equation models. Results showed that the independent variables of tourist satisfaction with a factor of 0.33 and T value of 64.7, tourists revisiting Shiraz city with a factor of 0.79 and T value of 44.1, and tourists' mental perceptions of Shiraz city with a factor of 0.57 and T value of 45.12 have a positive and significant relationship with the dependent variable of tourism boom in Shiraz city with an error level of one percent. The findings of the research show that Shiraz enjoys a very good tourism boom, providing infrastructure for the nightly presence of tourists to visit historical buildings and monuments, attractive cultural and religious places, and recreational spaces due to their high desirability for tourists, causing development and prosperity of night tourism in Shiraz city.

***Corresponding Author:** Nazanin Tabrizi

Address: Associate Professor of Tourism Management Department, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Email: n.tabrizi@umz.ac.ir

Extended Abstract

1. Introduction

Nightlife tourism has created many opportunities in the host cities and with its spread, especially if it relies on unique attractions, it can be effective in attracting tourists at the regional, national, and international levels (Sheikh Bigelo and Soltani, 2018). In Iran, the possibility of visiting tourist attractions and benefiting from its facilities and services is mainly limited to daytime hours, and night hours are spent without doing any special activities, while many of these facilities have the opportunity to be used at night. In this regard, the city of Shiraz has always been one of the important cradles of tourism in Iran and the world due to its many different attractions, and has a significant potential for the development of night tourism. Based on this, climatic conditions, security, night lighting, suitable transportation systems, and social security are important factors in the development of night tourism in Shiraz city. Therefore, the current research was designed to investigate the impact of urban nightscape on the tourism boom; the case study of Shiraz religious tourism is one of the special cases that have received limited attention in the night tourism sector in the country. Although this type of tourism is limited to the presence of people in religious spaces due to its nature, the dynamism of other urban spaces and the availability of various facilities and services at night can be useful and effective for the improvement and development of this type of tourism (Sheikh Biglou and Tabrizi, 2015). Therefore, the current research is trying to answer this question: What effect does the night urban landscape have on the prosperity of tourism in Shiraz?

2. Research Methodology

The current research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method and nature, with an emphasis on the case study, which examines the effect of urban nightscape on the tourism boom of Shiraz city. Through simple random and using Cochran's formula, a total of 335 people were chosen as the sample size of this study.

3. Research Findings

The results of the research indicate that transportation, liveliness, beautification of urban landscapes, safety and security in the city, and readability factors are in a good to very good range. These four mentioned variables are among the basic requirements for economic prosperity and the development of night tourism. As a result, improving the condition of urban spaces and tourist attractions in Shiraz city in terms of quality of lighting, supply, safety, and security can play an effective role in achieving the desired goals.

4. Conclusion

The results of the research show that investigating the impact of night activities on the current social; cultural; and economic conditions, physical planning for night visits to tourist spaces, creating suitable conditions for the presence of tourists in historical spaces, cultural attractions, and entertainment spaces at night due to their high popularity are very effective in the development of night tourism in Shiraz city.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the



content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.



علمی پژوهشی

ارزیابی تأثیر شاخص‌های منظر شبانه شهری بر رونق گردشگری (مطالعه موردی: کلان‌شهر شیراز)

زهرة کشاورزی^۱، نازنین تبریزی^{۲*}، محمدحسن زال^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
^۲ دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
^۳ دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

doi 10.22080/USFS.2023.25310.2353

چکیده

مقاصد گردشگری به دنبال یافتن شیوه‌های جدید گردشگری برای رقابت در این صنعت هستند، گردشگری شبانه به‌عنوان یکی از این شیوه‌ها در سال‌های اخیر مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. شهر شیراز به‌عنوان یکی از مناطق اصلی گردشگری در کشور، پتانسیل‌های بسیاری در این زمینه را دارا است. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر منظر شبانه شهر شیراز بر رونق گردشگری شبانه در این شهر است. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی با تأکید بر موردکاوی و مبتنی بر پرسش‌نامه محقق‌ساخته انجام شده است، جامعه آماری پژوهش گردشگرانی می‌باشند که در مقطع زمانی انجام این پژوهش (بهمن ۱۴۰۰ تا بهمن‌ماه ۱۴۰۱) به شیراز سفر کرده و با استفاده از فرمول کوکران ۳۳۵ نفر تعیین شده‌اند. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از نرم‌افزار SPSS و لیزرل با آزمون‌های؛ فریدمن، تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری و رگرسیون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد متغیرهای مستقل رضایت گردشگران با بارعاملی ۰/۳۳ و مقدار T7/64، بازدید مجدد گردشگران از شهر شیراز با بارعاملی ۰/۷۹ و مقدار T11/44، تصورات ذهنی گردشگران از شهر شیراز با بارعاملی ۰/۵۷ و مقدار T12/45، با متغیر وابسته رونق گردشگری در شهر شیراز با سطح خطای یک درصد رابطه مثبت و معنادار دارند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شیراز از رونق گردشگری بسیار خوبی برخوردار است، فراهم نمودن زیرساخت‌ها به جهت حضور شبانه گردشگران برای بازدید از بناها و آثار تاریخی، مکان‌های جذاب فرهنگی، مذهبی و فضاهای تفریحی به سبب مطلوبیت بالای آنها برای گردشگران، باعث توسعه و رونق گردشگری شبانه در شهر شیراز خواهد شد.

تاریخ دریافت:

۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۰۹ مهر ۱۴۰۲

تاریخ انتشار:

۱۱ آذر ۱۴۰۲

کلیدواژه‌ها:

شهر شیراز، منظر شهری، منظر شبانه، گردشگری

* نویسنده مسئول: نازنین تبریزی

آدرس: دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی ایمیل: n.tabrizi@umz.ac.ir و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.



۱ مقدمه

براساس آمار صنعت گردشگری، اگرچه وسعت خدمات گردشگری شبانه کمتر از روزانه است، اما نیت و انگیزه مصرف مردم در گردشگری شبانه قوی‌تر است، بنابراین گردشگری شبانه راه مهمی برای گسترش زنجیره خدمات در گردشگری است. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۱۹، شهر گویلین در مجموع از مصرف خدمات گردشگری به ۱۳۹/۱۱۷ میلیارد یوان دست یافت که نسبت به سال گذشته ۴۳/۲۲ درصد افزایش داشت. از منظر ساختار بیشترین مصارف خدمات گردشگری در خصوص پذیرایی، خرید و گشت‌وگذار در نقاط دیدنی بوده است که به ترتیب ۱۹/۱۷، ۱۸/۲۷ و ۱۴/۹۸ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. بر طبق آمار به‌دست‌آمده در این شهر، مصارف محصولات گردشگری شبانه ۵۰ درصد از مصرف محصولات گردشگری کل روز را به خود اختصاص داده و این نسبت در حال افزایش است، با توجه به اینکه مراکز دیدنی در شب قابلیت بازدید ندارند لذا در مقایسه با محصولات گردشگری روزانه، محصولات گردشگری شبانه می‌توانند روانشناسی مصرف گردشگران را از نظر لذت حسی، حالت زیبایی‌شناختی تحریک کنند (Zhang et al., 2011). بر این اساس گردشگری شبانه می‌تواند باعث طولانی شدن اوقات فراغت و غنی‌تر نمودن مصرف اشکال محصولات گردشگری شبانه شود که موتور محرکه مهمی برای رونق و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی شهرها است (Chen, 2021). در ایران، برای افراد زیادی، گردشگری و فعالیت‌های مربوط به آن جز در موارد خاصی، صرفاً در طول روز قابلیت انجام دارد و بر این اساس، در ساعات شب بدون انجام اقدام خاصی بلااستفاده هستند؛ در صورتی که بسیاری از فضاهای جذب‌کننده گردشگری قابلیت استفاده در ساعات شب را دارند و حتی تفاوت قابل ملاحظه منظر در شب بسیاری از فضاها از منظر روزانه آن‌ها، خود به ایجاد جاذبه‌های جدیدی منجر می‌شود و برای گردشگران قابل‌توجه است. گردشگری شبانه فرصت‌های زیادی را در شهرهای

رونق گردشگری و توان کشورها به‌منظور بهره‌وری بهتر از منافع گوناگون گردشگری به‌خصوص منافع اقتصادی، سبب تلاش جوامع در جهت به‌کارگیری هرچه بهتر از عنصر زمان و مکان به‌منظور جذب بیشتر گردشگر و ایجاد فرصت‌های جدید در این زمینه شده است. گردشگران تمایل دارند یک مقصد گردشگری را به شیوه‌های مختلف تجربه و درک کنند؛ در این میان، زمان یک عامل بسیار مؤثر است (Leiper, 2004).

و همچنین یک فضای عمومی خوب باید قابلیت بازدید در هر زمان از شبانه‌روز را دارا باشد، به‌علاوه حضور مردم در ساعات مختلف شبانه‌روز می‌تواند شاخصی برای فضاهای عمومی موفق محسوب شود (Jacobs, 2002). به این ترتیب توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ملت‌ها از این صنعت، سبب برانگیخته شدن انگیزه جوامع برای بهبود شرایط زمانی و مکانی در جهت جذب هرچه بیشتر گردشگران بازدیدکننده شده است (نوری^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). گردشگری شبانه در بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و وجود ظرفیت‌های بالقوه این نوع گردشگری در کشورمان از قبیل اماکن مذهبی، آثار ارزشمند تاریخی و فرهنگی، مناسبت‌های آیینی و مطلوبیت محیطی، جذابیت زیادی را در توسعه گردشگری ایجاد کرده است (شیخ‌بیگللو و تبریزی^۲، ۲۰۱۵). زندگی کردن در شب اثر مناسبی در توسعه اقتصاد داخلی شهرها دارد و در تولید، توزیع و سازمان‌دهی صنعت گردشگری نقش مهمی دارد. انجام اقدامات کمکی مختلفی همچون فرهنگی، اجتماعی و تفریحی در پایان ساعات کاری سبب تولید مجدد در فضاهای شهری می‌شود؛ به‌علاوه، باعث جذابیت و سرزندگی بیشتر این مناطق برای ساکنان و بازدیدکنندگان می‌گردد (حسینی و هاشمی^۳، ۲۰۱۳).

3. Hasani & Hashemi

1. Nouri

2. Shaykh Baygloo & Tabrizi



ارتقای کیفیت نور و تأمین ایمنی و امنیت سبب می‌شود تا گردشگری شبانه در این شهر مورد استقبال عموم گردشگران واقع شود. بر این اساس پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر منظر شبانه شهری بر رونق گردشگری: نمونه موردی شهر شیراز طراحی شده است. از موارد خاصی که در بخش گردشگری شبانه در کشور به طرز محدود مورد توجه قرار گرفته است، گردشگری مذهبی است؛ با اینکه این نوع گردشگری بنا بر اینکه ماهیتش اقتضا می‌کند به حضور افراد در فضاهای مذهبی خلاصه شود، با این وجود، پویایی سایر فضاهای شهری و در دسترس بودن امکانات و خدمات مختلف در ساعات شبانه می‌تواند برای بهبود و توسعه این نوع از گردشگری نیز مفید و اثربخش باشد (شیخ‌بیگلو و تبریزی، ۲۰۱۶). در پژوهشی که شیخ‌بیگلو و تبریزی (۲۰۱۶) انجام دادند نشان دادند که گردشگری شبانه در شهر شیراز نسبت به شهرهای اصفهان و تبریز کمتر مورد توجه قرار گرفته است. لذا پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به این سؤال است منظر شهری شبانه چه تأثیری بر رونق گردشگری شهر شیراز دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

تبیین عوامل طراحی مؤثر بر شکل‌گیری بستر زندگی شبانه در فضاهای شهری نمونه مورد مطالعه خیابان کاشانی یزد، علیزاده^۳ و همکاران (۲۰۲۰)، براساس نتایج پژوهش ملاحظات طراحی فضاهای شهری شبانه به دو دسته عوامل زمینه‌ساز و عوامل پشتیبان در فضای شهری، دسته‌بندی می‌شوند. عوامل زمینه‌ساز پتانسیل فضا برای ایجاد فضای شبانه هستند که با امتزاج با عوامل پشتیبان تقویت و نهایتاً با ارتقای کیفیت تجربه محیط موجب عملکرد صحیح فضای شبانه می‌شوند.

مطلوبیت گردشگری شبانه شهری از دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران شهر شیراز)،

میزبان ایجاد نموده و با فراگیر شدن آن به‌ویژه اگر متکی بر جاذبه‌های منحصربه‌فردی باشد، می‌تواند در جذب گردشگر در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی مؤثر واقع شود (شیخ‌بیگلو و سلطانی، ۲۰۱۹). هرچند توسعه گردشگری شبانه می‌تواند در رونق فعالیت‌ها و توسعه اقتصادی جامعه میزبان اثرات محسوسی داشته باشد، لیکن باید توجه داشت که به دلیل تفاوت فرهنگ‌ها، هنجارها، اعتقادات و آیین‌ها و شیوه‌های مدیریتی متفاوت در شهرهای گوناگون، نسخه واحدی برای گسترش فعالیت‌های شبانه تجویز نمودن، اشتباه است (Brands et.al, 2014). در ایران امکان بازدید از جاذبه‌های گردشگری و بهره‌مندی از امکانات و خدمات آن عمدتاً محدود به ساعات روز است و ساعات شبانه بدون انجام فعالیت‌های خاصی سپری می‌شود درحالی‌که بسیاری از این امکانات فرصت استفاده در شب را نیز دارند. در این راستا شهر شیراز به علت دارا بودن جاذبه‌های متفاوت و متعدد همواره به‌عنوان یکی از مقصدهای مهم گردشگری کشور ایران و جهان بوده است و پتانسیل قابل‌توجهی برای توسعه گردشگری شبانه دارد. شهر شیراز دارای اقلیم گرم و خشک است و همین قضیه موجب می‌شود در فصولی از سال؛ گردشگران به هنگام حضور در بسیاری از فضاها در ساعات روز به دلیل گرما نتوانند به‌خوبی از سایت‌های گردشگری بازدید کنند. درجه حرارت بالا در مناطق گرمسیری بر گردشگری تأثیر زیادی دارد و مردم ترجیح می‌دهند فعالیت‌های تفریحی خود را به هنگام شب موکول کنند. آرامگاه‌های مذهبی، مکان‌های طبیعت‌گردی، سایت‌های تاریخی فرهنگی، آرامگاه شاعران شهر فرصتی هستند که می‌توان از آن‌ها برای گسترش گردشگری شبانه استفاده کرد. همچنین کاهش زمان بازدید از سایت‌های تاریخی فرهنگی، یکی از ایرادات مهم در گسترش صنعت گردشگری است. لذا بهبود شرایط منظر فضاهای شهری در مناطق گردشگری شهر شیراز، از نظر

³. Alizadeh

¹. Shaykh Baygloo & Soltani

². Shaykh Baygloo & Tabrizi



سازی منظر راهی برای دیدن ماهیت و روح مکان‌ها از طریق استراتژی‌های برند مکان را نشان می‌دهد.

۳ مبانی نظری

۳٫۱ بررسی لغوی منظر و منظر شبانه

در لغت‌نامه دهخدا مقابل کلمه منظر چنین آمده است: جای نگریستن، هر چیزی که آن‌ها می‌نگرند، خواه خوش‌آیند باشد و خواه بدنام؛ به عبارت دیگر آنچه در برابر چشم واقع شود، برابر با منظر ذکر شده است. همچنین منظر ویژگی‌های مشهود يك ناحیه از زمین است که شامل عناصر فیزیکی؛ فرم زمین، فرم آب‌ها (ز قبیل رودخانه‌ها، دریاچه‌ها)، عناصر زنده و پوشش زمین (شامل پوشش گیاهی، عناصر ساخته‌شده به وسیله انسان‌ها شامل کاربری‌ها، ساختمان‌ها، ساختارها) و عناصر موقتی و گذرا (از قبیل نور و شرایط آب و هوایی)، ترکیب این عناصر همراه با حضور انسان‌ها، اغلب منظری را خلق می‌کند که منعکس‌کننده ترکیب زندگی انسان و مکان است. منظر را می‌توان درک انسان از زمین براساس دانش و این‌همانی او با مکان تعریف کرد (Cowan, 2010). لیزه منظر را، جلوه‌گاه ارتباط انسان با طبیعت پیرامون از گذشته تا حال می‌داند (منصوری و فروغی^۲، ۲۰۱۸) که دارای رابطه‌ای پیچیده، غیرقابل تفکیک و چندوجهی است (آل‌هاشمی و منصوری^۳، ۲۰۱۷). ویژگی‌ها و الگوهای موجود در منظر، حسی قوی در انسان خلق می‌کند؛ به عبارت دیگر منظرها، ویژگی‌هایشان و کیفیت منظرها تعیین‌کننده برداشت از يك مکان است. منظرها به‌طور کلی شامل دو دسته کلی منظر طبیعی و منظر زیست و معیشت هستند (سیف‌الدینی^۴ و همکاران، ۲۰۱۴).

۳٫۲ منظر شهری گردشگری

منظر گردشگری شهری دربرگیرنده ابعاد فضایی، زمانی، مکانی، طبیعی، تمدنی و تاریخی شهر در ارتباط کامل با منظر فرهنگی به لحاظ عینی و ذهنی

شیخ‌بیگلو و سلطانی^۱ (۲۰۱۹)، تصویر مقصد بر شخصیت مقصد و رضایت گردشگر تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛ و همچنین تأثیر شخصیت مقصد بر رضایت گردشگر مستقیم و معنادار است و از سوی دیگر تصویر مقصد از طریق نقش واسط شخصیت مقصد بر رضایت گردشگر تأثیر غیرمستقیم و معناداری دارد.

توسعه گردشگری شبانه شهری در ایران تحلیل مقایسه‌ای شهرهای اصفهان، تبریز، شیراز، مشهد و یزد، شیخ‌بیگلو و تبریزی (۲۰۱۶)، در این تحقیق به اولویت‌بندی توسعه گردشگری شبانه پنج شهر اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز و یزد پرداخته شد، که نتیجه چنین بود که در صورت توسعه گردشگری شبانه، با در نظر گرفتن نظرات کارشناسان گردشگری، اولویت و گزینه ترجیحی شهر اصفهان است به ترتیب یزد، مشهد، شیراز و یزد در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند.

شاخص‌های گردشگری شبانه، Shaw (۲۰۱۴)، در این تحقیق شاخص‌های گردشگری شبانه را فعالیت‌های حمل‌ونقل عمومی شبانه، فعالیت‌های شبانه شهر، حضور شبانه در فضاهای شهری، خدمات و تفریحات مراکز شهری که در شب فعالیت دارند معرفی کرده است.

منظر بصری عنصری کلیدی برند مکان، Den San Eugenio Vela et.al (۲۰۱۷)، منظر عنصری نمادین و کلیدی و به‌عنوان یک ساختار اجتماعی و فرهنگی دربرند مکان دارای ارزش است. قابلیت تصور پذیر منظر و امکان اشتراک آن به همراه داستان‌هایی که همراه دارد بر اهمیت تجربه منظر تأکید کرده است که توسط مردم به‌راحتی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود. برند منظر، دیدگاهی متمرکز بر هویت است و اهمیت پیوند ادراک با واقعیت را تأکید می‌کند و نیاز به پیوند دادن برند با سیاست‌گذاری‌ها و زیرساخت‌ها و رویدادها را نشان می‌دهد. برند

³. Al Hashemi & Mansouri

⁴. Saifoddini

¹. Shaykh Baygloo & Soltani

². Mansouri & Foroughi

نگرانی‌هایی نیز همراه است. از جمله نگرانی از ایجاد فضاهای مصنوع جذاب که دیدارکننده را از تجربیات روزمره خود دور کرده و مفهوم یک تجربه جدا شده از زندگی روزمره و سرگرم ساخت ساکنان را تقویت کند که در این صورت مقصود نهایی حاصل نخواهد شد. همچنین بیم آن می‌رود که حباب‌های گردشگری منظر شهری و منظر فرهنگی شهر را مورد تهاجم قرار داده و به بافت‌های تاریخی و فرهنگی آسیب برساند که در این صورت عدالت اجتماعی و رفاه ساکنین دستخوش تغییرات ناخوشایند قرار خواهد گرفت (Locoste, 2009).

است که با ترسیم خطوط ارتباطی متناسب بین نمادهای جاذب و زندگی روزمره مردم شهر از سویی و همچنین در نظر داشتن ارتباط بین نمادها و کیفیت ادراک دیدارکنندگان و گردشگران از سوی دیگر حاصل می‌شود. منظر گردشگری شهری می‌تواند با شهرت شهر سبب احیای غرور ساکنان شده و تصویری ارزشمند در ذهن مخاطب (برند) ایجاد کند. گردشگری شهری بدون در نظر گرفتن روح حاکم بر منظر، تنها جنبه عینی داشته و قادر به برقراری ارتباط مناسب با سایر عناصر نیست. منظر گردشگری شهری در گرو ارتباط چهارگانه بین عناصر مختلف، گردشگران، ساکنان و نمادهای جاذب است. باین‌همه ترسیم منظر گردشگری شهرها با



شکل ۱-۱- منظر گردشگری شهری در ارتباط با عناصر چهارگانه

فراگیر شدن آن به‌ویژه اگر متکی بر جاذبه‌های منحصربه‌فردی باشد، می‌تواند در جذب گردشگر در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی مؤثر واقع شود (Eldridge & Smith, 2022). گردشگری شب کیفیت زمان فعالیت افراد را افزایش داده و ارتباطات و اوقات فراغت لذت‌بخش برای گردشگر را نیز ارتقاء می‌بخشد، گردشگری شب را می‌توان به فستیوال و کنسرت، رویدادها، موزه‌های شبانه و مکان‌های تاریخی، مراکز خرید و پذیرایی و جاذبه‌های طبیعی دسته‌بندی کرد (Evanz, 2012).

۳،۴ شاخص‌های مؤثر بر توسعه

گردشگری شبانه عبارت‌اند از:

آب‌وهوای مناسب جهت گردشگری شبانه؛ در حال حاضر انجام فعالیت‌های گردشگری در انتهای روز

۳،۳ بررسی مفهوم گردشگری شبانه

مطلوبیت محیط شبانه شهری برای انجام فعالیت‌های گردشگری متأثر از عوامل و معیارهای مختلفی از جمله؛ شرایط اقلیمی، امنیت و روشنایی شبانه است. گردشگری از یک‌سو به‌شدت به اقلیم حساس است و از سوی دیگر خود نیز یکی از عوامل تغییرات اقلیمی است. مطلوبیت آب‌وهوا تأثیر قابل توجهی بر تعداد گردشگران، انتخاب مقصد گردشگری و انتخاب زمان سفر دارد (Michailidou et.al, 2016). تمایل گردشگران این است که به شیوه‌های مختلف؛ یک مقصد گردشگری را تجربه کنند؛ در این میان، زمان یک عامل بسیار مؤثر است (Leiper, 2004). گردشگری شبانه فرصت‌های قابل‌توجهی را در شهرهای میزبان ایجاد می‌کند و با



مجدد می‌گردد. رضایت گردشگر؛ رفتار گردشگر را در زمینه انتخاب مقصد گردشگری، تمایل به خرید و مصرف کالاها و خدمات گردشگری و تمایل به بازدید مجدد از مقصد گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد (Prayag and Rayan, 2012).

Qin et.al (۲۰۱۱) بیان می‌کنند؛ رضایت گردشگر وفاداری به مقصد گردشگری را به صورت مثبت و معنی‌داری تحت تأثیر قرار می‌دهد. لذا رضایت گردشگران از گردشگری شبانه شهری زمانی افزایش می‌یابد که کیفیت فضاهای شهری در شب بهبود یابد. در این خصوص کیفیت فضاهای شهری تنها به میزان و تمرکز امکانات و تسهیلات آن متکی نبوده و در این خصوص، فرصت و نحوه دسترسی افراد به امکانات مذکور نیز مهم است. یکی از شاخص‌های دسترسی، سیستم حمل‌ونقل شهری هست که در فعالیت‌ها و گردشگری شبانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Nuvoiti, 2010). با توجه به مطالب ذکر شده مؤلفه‌های منظر فضای شهری مؤثر بر رضایت گردشگران در شب عبارت‌اند از:

۱. عملکرد حمل‌ونقل عمومی و دسترسی آسان به آن
۲. کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و پذیرایی (Rajesh, 2013).
۳. پاکیزگی مکان‌های عمومی و خصوصی (Salleh et.al, 2013).
۴. میزان ترافیک در سطح شهر (شیخ بیگلو و تبریزی، ۲۰۱۶)
۵. خدمات پارکینگ در سطح شهر و فعالیت آن‌ها به صورت شبانه‌روزی
۶. زیبایی و کیفیت معماری شهری (Rajesh, 2013).

۳،۵،۲ ارتقای تصویر ذهنی گردشگران

تصویر ذهنی برند، ادراک مشتری از برند است که از تداعی‌های ذهنی انباشته‌شده در حافظه او انعکاس می‌یابد. به عبارت دیگر تصویر ذهنی برند موجب

یکی از گزینه‌های مهم در برنامه‌ریزی اقتصاد شهرها در بازه زمانی شب است. دمای بالای روز و اثر آن بر آلودگی فضاهای منظر شهری از نکات دیگری است که فعالیت‌های تفریحی و گردشگری در شب را مطلوب می‌سازد به‌ویژه برای افرادی که فرصت پرداختن به فعالیت‌های تفریحی در روز را ندارند (Ngesan et.al, 2013). در صورتی که مقصد گردشگری سرشار از جاذبه‌های گردشگری باشد؛ گردشگری شبانه فرصت‌های قابل‌توجهی را در شهرهای میزبان ایجاد می‌کند و با فراگیر شدن آن به‌ویژه اگر متکی بر جاذبه‌های منحصربه‌فردی باشد، می‌تواند در جذب گردشگر در مقیاس ملی و بین‌المللی مؤثر واقع شود (Roberts and Eldrige, 2012).

فضای فرهنگی غنی زندگی شبانه؛ کلیه اقدامات انسانی که به منظور ارتقای سطح کیفی زندگی و در ساعات شب درون جامعه انسانی رخ می‌دهد و موجب تداوم فعالیت جامعه و پویایی آن می‌گردد؛ زندگی شبانه آن جامعه را تشکیل می‌دهد. این جامعه می‌تواند یک محدوده، منطقه و یا کل شهر باشد. تالارها، سالن‌های ورزشی، سینما، فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و کافه‌های ۲۴ ساعته یک محیط شهری همیشه در حال تحول و مداوم ایجاد می‌کنند که هر شخص بتواند از هرگونه الگوی کاری خود، از تعادل کاری و زندگی مهیج برخوردار باشد (Nita, 2020).

۳،۵،۵ بررسی تأثیر منظرسازی شبانه بر کیفیت گردشگری

پیامدهای بهبود مناظر و سیمای شهر در زندگی شبانه شهری به‌منظور توسعه گردشگری شبانه به شرح زیر است:

۳،۵،۵،۱ ارتقای رضایت گردشگران:

دلیل اصلی اهمیت رضایت گردشگر در این واقعیت نهفته است که رضایت گردشگر می‌تواند پیش‌بینی‌کننده معتبر وفاداری باشد. سطح بالای رضایت نشانه افزایش شهرت مقصد بوده و منجر به کاهش حساسیت قیمتی گردشگران در بازدید



هتل‌ها و جاذبه‌ها لازم است سفرسازان و سازمان‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شبانه هماهنگی لازم را با یکدیگر داشته باشند. امروزه امنیت، میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه‌ای تعریف شده وجود دارد، چراکه توسعه زیرساخت‌های جهانگردی تا حدود زیادی به سایر فعالیت‌های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت‌کننده، قوانین و مقررات (امنیت)، اطلاع‌رسانی، هماهنگی سازمان‌های مرتبط و گسترش حمل‌ونقل در امور جهانگردی وابسته است و هرگونه بروز ناامنی و به‌کارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران‌ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد (صیدایی و هدایتی‌مقدم^۲، ۲۰۱۰). امنیت و ایمنی برای توسعه گردشگری در بخش‌های اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی مدنظر است.

۴ مدل مفهومی

براساس مطالب ذکرشده از تحقیقات مختلف چارچوب نظری پژوهش در خصوص موضوع بررسی تأثیر کیفیت منظر شهری شبانه بر رونق گردشگری در شهر شیراز شامل؛ متغیرهای مؤثر بر رونق گردشگری شبانه، ساماندهی حمل‌ونقل، ایمنی و امنیت، خوانایی تصویر، سرزندگی و زیباسازی منظر شهری، تصویر ذهنی، رضایت گردشگران، بازدید مجدد، رونق گردشگری است. شاخص‌های رونق گردشگری شهری و به‌تبع آن گردشگری شبانه بر مبنای منظر شهری عبارت‌اند از:

۱. حمل‌ونقل
۲. ایمنی و امنیت
۳. خوانایی تصویر منظر شهری
۴. تصویر ذهنی از مقصد گردشگری

ایجاد ارزش ویژه برای آن می‌شود و از این‌رو تقویت تصویر ذهنی برند می‌تواند موجب ایجاد ارزش ویژه‌ای برای آن شود. از سوی دیگر باید توجه داشت که ایجاد وجهه مناسب برای یک برند ابزار راهبردی برای ایجاد وفاداری در مشتریان تلقی می‌شود (Agapito et al., 2017). از این‌رو تصویر ذهنی مقصد گردشگری به کلیه باورها و برداشت‌های فرد درباره مناظر و سیمای سرزمین مقصد گردشگری است. در صورتی که یک مقصد گردشگری در نزد گردشگران دارای تصویر ذهنی مطلوبی باشد احتمال سفر به آن مقصد افزایش خواهد یافت. علت این امر آن است که گردشگران چنین مقصدی را ایمن یافته و اطمینان که این مقصد نیازها و خواسته‌های آن‌ها را به نحو احسن تأمین می‌کند (غفاری^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

۳/۵/۳ بازدید مجدد گردشگران

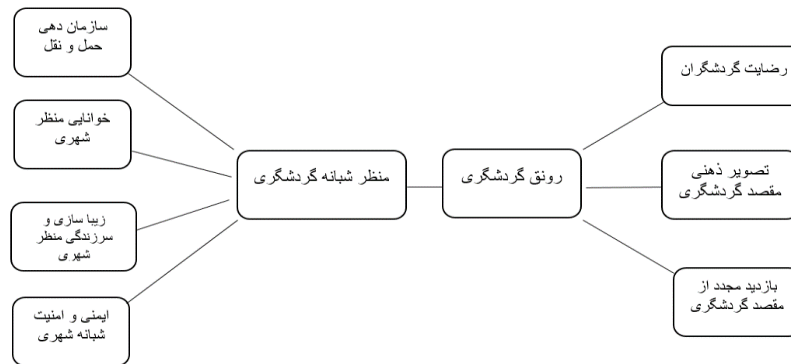
همان‌طور که در بخش‌های قبلی گفته شد بهبود کیفیت امکانات و مؤلفه‌های فضای سیمای سرزمین شهری بر ارتقای رضایت و تصویر ذهنی گردشگران اثر مثبت داشته است؛ که این امر موجب افزایش احتمال بازدید مجدد گردشگران از مقصد گردشگری را افزایش خواهد داد.

۳/۶ ایمنی و امنیت زیرساخت‌های شهری

توسعه و امنیت تکمیل‌کننده یکدیگر می‌باشند. بدیهی است امنیت پایدار، مدیون تلاش‌ها در توسعه پایدار است و مقوله توسعه پایدار ضامن امنیت ملی است. امروزه هر آن چیزی که از تعریف علمی برخوردار نباشد و قواعد منطقی بر آن حکم‌فرما نباشد شکست خورده و یا حالت رکود به خود خواهد گرفت. این امر در صنعت گردشگری و بعد امنیت آن نیز صادق است. به‌طور مثال، برای امنیت در بخش ترابری و حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها،

^۲. Seydaeei, & Hedayati moghaddam

^۱. Ghaffari et al.



شکل ۲-۲- مدل مفهومی پژوهش

زیباسازی و سرزندگی منظر شهری، ۵ گویه مربوط به رضایتمندی از خدمات گردشگری، ۷ گویه مربوط به تصویر ذهنی از مقصد گردشگر، ۳ گویه مربوط به بازدید مجدد از شهر شیراز، ۵ گویه مربوط به رونق گردشگری بوده است. روایی و پایایی آن [با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ](#) در حدود ۰/۸ تعیین شد. با توجه به اینکه سؤالات پرسشنامه براساس مطالعه مبانی نظری مرتبط با موضوع مورد بررسی تدوین شده است روایی محتوای پرسشنامه مورد تأیید است. به منظور بررسی روایی همگرا، متوسط واریانس استخراج شده برای هر یک از متغیرهای کلی پژوهش و میزان تأثیر هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته از آزمون T استفاده شده که نتایج به این شرح است: متغیر رضایت گردشگران با بارعاملی: ۰/۳۳ و مقدار T ۶۴/۷، بازدید مجدد گردشگران از شهر شیراز با بارعاملی: ۰/۷۹ و مقدار T ۴۴/۱۱، تصورات ذهنی گردشگران از شهر شیراز با بارعاملی: ۰/۵۷ و مقدار T ۴۵/۱۲، با متغیر وابسته رونق گردشگری در شهر شیراز با سطح خطای یک درصد رابطه مثبت و معنادار دارند.

۵ روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، و از نظر روش و ماهیت توصیفی-تحلیلی با تأکید بر موردکاوی است که تأثیر منظر شبانه شهری بر رونق گردشگری شهر شیراز را مورد بررسی قرار می‌دهد. جامعه آماری این پژوهش را گردشگرانی که در مقطع زمانی این مطالعه بازدید کرده‌اند، تشکیل می‌دهند. روش پژوهش از بهمن ۱۴۰۰ تا بهمن ماه ۱۴۰۱ از محدوده مطالعاتی بازدید کرده‌اند، تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر تصادفی ساده است، که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه معادل ۳۳۵ نفر برآورد گردید. لازم به ذکر است این تعداد حجم نمونه به منظور تکمیل پرسشنامه پژوهش از بین گردشگرانی که در بازه زمانی ۸ شب تا ۱۲ شب در تابستان ۱۴۰۱ در مکان‌های گردشگری شیراز حضور داشتند انتخاب گردیدند. پرسشنامه مذکور در دو بخش تنظیم شد: بخش اول شامل سؤالات مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی و مشخصات عمومی گردشگران (عبارت‌اند از: جنس، سن، میزان تحصیلات، سطح درآمد)؛ بخش دوم شامل سؤالات مربوط به ارزیابی تأثیر منظر شبانه شهری بر رونق گردشگری شهر شیراز در ساعات شبانه ۴۲ گویه در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت طرح شد که از این تعداد؛ ۵ گویه مربوط به ساماندهی حمل‌ونقل، ۷ گویه مربوط به ایمنی و امنیت منظر شهری، ۵ گویه مربوط به خوانایی منظر شهری، ۷ گویه مربوط به



۶ یافته‌ها و بحث

۶٫۱ بررسی مؤلفه‌های مربوط به

کیفیت منظر شبانه شهر شیراز

به منظور مقایسه متغیرهای منظر شبانه شهری بر رونق گردشگری شیراز از دیدگاه گردشگران، میانگین رتبه متغیرها با استفاده از آزمون فریدمن مورد مقایسه قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱-۱ ارائه شده است. با توجه به اینکه آزمون فریدمن برای مقایسه میانگین رتبه‌های چند متغیر به کار می‌رود و مشخص می‌کند که در بین متغیرهای مورد مطالعه، آیا بین حداقل دو متغیر تفاوت معناداری

جدول ۱-۱- اولویت بندی مؤلفه‌های کیفیت مناظر شبانه شهر شیراز

متغیر	میانگین	انحراف معیار	اولویت	مقدار T	مقدار استاندارد	سطح معناداری
سازمان‌دهی حمل‌ونقل	۴/۱۶	۰/۲۴	۱	۲۳۹/۰۳	۳	۰/۰۰۱**
سرزندگی و زیباسازی مناظر شهری	۴/۱۳	۰/۳۳	۲	۱۷۸/۹۶	۳	۰/۰۰۱**
ایمنی و امنیت در شهر	۴/۱۲	۰/۳۲	۳	۲۰۵/۱۵	۳	۰/۰۰۱**
خوانایی منظر	۳/۶۴	۰/۲۵	۴	۱۷۲/۳۵	۳	۰/۰۰۱**

۶٫۲ بررسی فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد بین ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه و رونق گردشگری در شهر شیراز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲. به نظر می‌رسد سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری در بازدید مجدد گردشگر از شهر شیراز نقش دارد.

۳. به نظر می‌رسد بین حمل‌ونقل شبانه در شهر شیراز و رضایت گردشگران تأثیر مثبت وجود دارد.

۴. به نظر می‌رسد خوانایی منظر شهری در ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران تأثیرگذار است.

۵. به نظر می‌رسد رضایت، بازدید مجدد و تصورات ذهنی گردشگران بارونق گردشگری شهر شیراز رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون استفاده شد، به این صورت که متغیرهای ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه، بازدید مجدد گردشگران، رضایت گردشگران، تصورات ذهنی گردشگران به عنوان متغیر مستقل و رونق گردشگری به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد، نتایج به شرح زیر است؛

نتایج حاصل از مدل رگرسیون فرضیه اول تحقیق مبنی بر اینکه بین متغیرهای ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه و رونق گردشگری در شهر شیراز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد نشان



معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۱ است، بنابراین متغیر مذکور معنادار است.

به منظور تعیین رابطه برای فرضیه سوم بین حمل‌ونقل شبانه در شهر شیراز با رضایت گردشگران برآیندها از آزمون رگرسیون نشان می‌دهد با ۹۹ درصد اطمینان در حدود ۴/۴ درصد از تغییرات در متغیر رضایت گردشگران به واسطه متغیر کیفیت حمل‌ونقل شبانه شهر شیراز تعیین می‌گردد (جدول ۱-۲). این فرضیه با ۹۹ درصد اطمینان دارای اثر مثبت و معناداری است. به عبارت دیگر اگر به متغیر کیفیت حمل‌ونقل شبانه ۱ واحد اضافه شود به انحراف معیار متغیر رضایت گردشگران ۰/۷۵ افزوده می‌گردد (جدول ۱-۳).

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون به منظور بررسی رابطه بین خوانایی منظر شهری با ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران با ۱۰ درصد از تغییرات در متغیر ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران به واسطه متغیر خوانایی منظر شهری تعیین می‌گردد (جدول ۱-۲). با توجه به جدول ۱-۲ و ۱-۳ با ۹۹ درصد اطمینان خوانایی منظر شهری بر ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران اثر مثبت و معنادار دارد، در نتیجه اگر به متغیر خوانایی منظر شهری ۱ واحد اضافه شود به انحراف معیار متغیر ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز ۰/۰۹ افزوده می‌گردد.

با توجه به مقدار P-value که برابر ۰/۰۰۱ و کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، در نتیجه که حداقل با ۹۹ درصد اطمینان تمامی متغیرهای مستقبل بر متغیر وابسته (رونق گردشگری شبانه شهر شیراز) اثر مثبت و معناداری دارند.

می‌دهد که ۸/۴ در صد از واریانس متغیر وابسته یعنی رونق گردشگری به وسیله واریانس متغیر مستقل یعنی تأثیر ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه تبیین می‌شود (جدول ۱-۲). محاسبه ضرایب استاندارد و غیراستاندارد در مدل رگرسیونی نشان می‌دهد که، ضریب بتای استاندارد برای متغیر ایمنی و امنیت شبانه شهری برابر ۰/۹۲ است. به عبارتی، ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه باعث رونق گردشگری در شهر شیراز می‌شود. مطلوبیت محیط و جاذبه‌های گردشگری شبانه می‌توانند به میزان ضرایب مذکور، رضایت‌مندی گردشگری را توجیه کنند. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری هر دو متغیر برابر ۰/۰۰۱ است، ضرایب مذکور معنادار تلقی می‌گردند (جدول ۱-۳).

دستاوردها از آزمون فرضیه دوم تحقیق و تبیین رابطه بین سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری در بازدید مجدد گردشگر از شهر شیراز نشان می‌دهد که ۴/۸ در صد از واریانس متغیر وابسته یعنی بازدید مجدد گردشگران به وسیله واریانس متغیر مستقل سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری تبیین می‌شود (جدول ۱-۲). جدول ۱-۳ نشان می‌دهد با ۹۹ درصد اطمینان سرزندگی و زیباسازی شبانه شهر شیراز بازدید مجدد گردشگران از شهر شیراز اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر اگر به متغیر سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری ۱ واحد اضافه شود به انحراف معیار متغیر بازدید مجدد گردشگران ۰/۶۲ افزوده می‌گردد. ضریب بتای استاندارد برای متغیر سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری برابر ۰/۶۲ است. به عبارتی بازدید مجدد گردشگران به میزان ضریب مذکور می‌تواند سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری را توجیه کند. با توجه به اینکه سطح

جدول ۱-۲- خلاصه رگرسیون

رونق گردشگری	R	Adjast R2	مقدار F	سطح معناداری
ایمنی و امنیت شبانه شهری	۰/۹۲	۰/۸۴	۱۰۹۸/۱۶	۰/۰۰۱**



سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری	۰/۶۲	۰/۴۸	۱۷۷/۱۶	۰/۰۰۱**
کیفیت حمل و نقل شبانه	۰/۶۶	۰/۴۴	۱۵۸/۷۱	۰/۰۰۰۱**
خوانایی منظر شهری	۰/۳۲	۰/۱۰	۲۳/۳۰	۰/۰۰۰۱**

جدول ۱-۳- میزان ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر رونق گردشگری

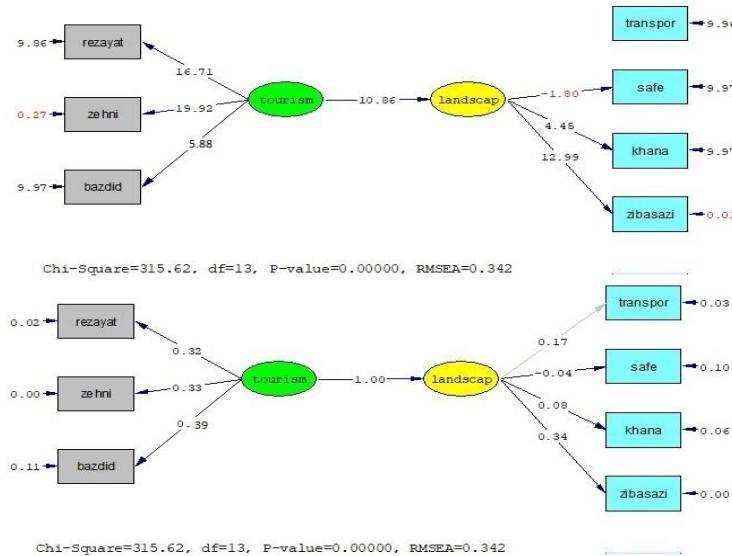
متغیر مورد مطالعه	رونق گردشگری	B	مقدار Beta	مقدار T	سطح معناداری
ایمنی و امنیت شبانه شهری	مقدار ثابت	-۰/۶۷		-۴/۷۰	۰/۰۰۰۱**
	ایمنی و امنیت شبانه شهری	۱/۱۵	۰/۹۲	۳۳/۱۳	۰/۰۰۰۱**
سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری	مقدار ثابت	۱/۱۲	-	۱۵/۶۶	۰/۰۰۱**
	سرزندگی و زیباسازی شبانه شهری	۰/۶۰	۰/۶۲	۱۸/۱۳	۰/۰۰۱**
حمل و نقل شبانه در شهر شیراز	مقدار ثابت	۰/۲۷	-	۸۶/۲۵	۰/۰۰۱**
	حمل و نقل شبانه در شهر شیراز	۰/۹۴	۰/۷۵	۱۲/۵۹	۰/۰۰۱**
خوانایی منظر شهری	مقدار ثابت	۲/۵۶	-	۷/۸۳	۰/۰۰۰۱**
	خوانایی منظر شهری	۰/۴۳	۰/۰۹	۴/۸۲	۰/۰۰۰۱**

** : معنی داری در سطح یک درصد خطا

شهر شیراز برآزش مناسبی دارند. لذا شکل ۴-۲ نشان می‌دهد متغیر رضایت گردشگران با بارعاملی: ۰/۳۳ و مقدار t: ۷/۶۴، متغیر بازدید مجدد گردشگران با بارعاملی: ۰/۷۹ و مقدار t: ۱۱/۴۴ و متغیر تصورات ذهنی گردشگران از شهر شیراز با بارعاملی: ۰/۵۷ و مقدار t: ۱۲/۴۵ با متغیر رونق گردشگری در شهر شیراز با ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنادار دارند.

۶،۳ تعیین رابطه بین رضایت، بازدید مجدد و تصورات ذهنی گردشگران بارونق گردشگری شهر شیراز

در این بخش به منظور تأیید تناسب گویه‌ها با متغیر موردسنجش از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌گردد. اگر میزان بار عاملی هر گویه به متغیرش بالاتر از ۰/۳ و مقدار t بالاتر از ۱/۹۶ باشد، روایی عاملی و وجود رابطه تأیید می‌گردد. جدول ۴-۱۳ نشان می‌دهد متغیرهای رضایت، بازدید مجدد از شهر شیراز و تصورات ذهنی گردشگران بر رونق گردشگری



شکل ۳-۱ مقدار بارعاملی استاندارد و شکل ۳-۱-۳ مقدار بارعاملی استاندارد و T استاندارد تأثیر کیفیت منظر شهری شبانه بر رونق گردشگری در شهر شیراز

منظر شهری بر رونق گردشگری در شهر شیراز اثر مثبت و معنادار دارد. زیرا مقدار بار عاملی کیفیت منظر شهری شبانه مؤثر بر رونق گردشگری در شهر شیراز او بالاتر از ۰/۳ و مقدار T استاندارد آن ۱۰/۸۶ بالاتر از ۱/۹۶ است.

۶٫۴ آزمون مدل اصلی پژوهش : بررسی تأثیر کیفیت منظر شهری شبانه بر رونق گردشگری در شهر شیراز

آزمون معادلات ساختاری به منظور تعیین تأثیر کیفیت منظر شهری شبانه بر رونق گردشگری در شهر شیراز نشان داد با ۹۹ درصد اطمینان کیفیت

جدول ۱۰-۱- تحلیل مسیر اثر کیفیت منظر شهری شبانه بر رونق گردشگری در شهر شیراز

اثر متغیر	بر متغیر	ضریب مسیر	t	سطح معنی داری	فرضیه
کیفیت منظر شهری شبانه	رونق گردشگری در شهر شیراز	۱/۰۰۰	۱۰/۸۶**	۰/۰۰۰**	تأیید

**معنی داری در سطح یک درصد خطا

می روند در نتیجه؛ بهبود وضعیت فضاهای شهری و مکان های گردشگری شهر شیراز از نظر کیفیت نورپردازی و تأمین ایمنی و امنیت می تواند نقش مؤثری در حصول اهداف موردنظر داشته باشد. بر این اساس شرایط اقلیمی، امنیت، روشنایی شبانه، سیستم حمل و نقل مناسب و امنیت اجتماعی از

۷ جمع بندی و نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاکی از آن است، حمل و نقل، سرزندگی و زیباسازی مناظر شهری، ایمنی و امنیت در شهر و خوانایی در حد خوب تا بسیار خوب قرار دارند. چهار متغیر ذکر شده از الزامات اساسی برای رونق اقتصادی و توسعه گردشگری شبانه به شمار



که بعد از سفر تصویر متفاوتی از مقصد با ذهنیتشان قبل از سفر دارند.

نتایج آزمون رگرسیون در رابطه با فرضیه خوانایی منظر شهری در ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران تأثیرگذار است، با ۹۹ درصد اطمینان در حدود ۱۰ درصد از تغییرات در متغیر ارتقای تصویر ذهنی شهر شیراز نزد گردشگران به واسطه متغیر خوانایی منظر شهری تعیین می‌گردد. در این راستا مطالعه حاضر با مطالعات (Qin et.al (2011) Stevenson et.al (2014) (2013) در یک جهت می‌باشند. بی‌توجهی به نورپردازی فضاهای شهری، موجب اغتشاشات بسیاری در منظر شبانه شهری می‌گردد. به نحوی که منظر شب اغلب فضاهای شهری به محرک‌هایی برای کاهش توجه و تمرکز در ادراک تبدیل شده و تنها در مقیاس خرد به آنها پرداخته می‌شود. درحالی‌که نورپردازی، مانند سایر روش‌های محیطی نیازمند برنامه‌ریزی از مقیاس خرد تا کلان است. عناصر و ساختار اصلی شهر در هنگام روز به خوبی توسط مردم تشخیص داده می‌شوند؛ اما همین عناصر در هنگام شب در تاریکی محو شده و یا در میان اغتشاش نورپردازی‌های بدون برنامه گم می‌شوند. بنابراین ضرورت تدوین یک استراتژی نورپردازی برای هدایت و بهینه‌سازی نورپردازی شهری در هنگام شب در سطح کلان مورد نیاز است. برنامه‌ای که به کمک آن بتوان طرح خاصی برای نمایش هر یک از فضاها و عناصر شهری در شب‌هنگام پیش‌بینی نموده، و همچنین زمینه ارتباط آنها را با یکدیگر، با توجه به ساختار کلی فراهم آورد. این استراتژی می‌تواند برای هر یک از عناصر شهری با توجه به نقش، هویت و عملکرد آنها تصمیم‌گیری لازم را انجام دهد.

نتایج آزمون رگرسیون در رابطه با اینکه بین حمل‌ونقل شبانه در شهر شیراز بر رضایت گردشگران تأثیر مثبت دارد، با ۹۹ درصد اطمینان در حدود ۴۴ درصد از تغییرات در متغیر رضایت

مسائل مهم در رونق گردشگری شبانه شهر شیراز هست.

نتایج آزمون T تک‌متغیره و میانگین رتبه‌ای با بررسی آیتم‌های بازدید مجدد، رضایت بالای گردشگران، داشتن تصور ذهنی خوب از مکان‌های دیدنی در شهر شیراز، رونق بالای گردشگری در شهر شیراز را تأیید کرد. نتایج آزمون رگرسیون در رابطه با سرزندگی و زیبایی‌سازی در مناظر شبانه، در بازدید مجدد گردشگران از شهر شیراز با یک درصد خطا در حدود ۴۸ درصد از تغییرات تأیید گردید، پس در نتیجه مطلوبیت محیط شبانه شهرها (زیباسازی مناظر) بر رونق و وفاداری گردشگران برای بازگشت مجدد به مکان گردشگری اثر مثبت دارد. وقتی چشم‌اندازهای بصری عواطف و احساسات پاک انسانی را نوازش کند به دل‌بستگی مکانی می‌رسد. به این ترتیب دل‌بستگی به مکان در ادامه حس مکان شکل می‌گیرد و سطح بالاتری از حس مکان است که به منظور تداوم حضور فرد در مکان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. نتایج به دست آمده با مطالعاتی همچون شیخ‌بیگلو و سلطانی^۱ (۲۰۱۹) مطابقت دارد.

نتایج آزمون رگرسیون در رابطه با فرضیه بین ایمنی و امنیت در مناظر شهری شبانه و رونق گردشگری در شهر شیراز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ با ۹۹ درصد اطمینان در حدود ۸۴ درصد از تغییرات در متغیر رونق گردشگری به واسطه متغیر ایمنی و امنیت شبانه شهر شیراز تعیین می‌گردد. در خصوص نتیجه به دست آمده مطالعه حاضر با نتایج مطالعات بهاری^۲ و همکاران (۲۰۲۰) و Wu et.al (2014) در یک جهت می‌باشند. در یک جهت بودن نتایج از آنجایی ناشی می‌شود که گردشگری به عنوان یک صنعت رونق‌بخش اقتصادی، نقش مهمی در ارتباط بین ملت‌ها و مردم جهان را ایفا می‌کند، می‌توان عنوان کرد که گردشگرانی که به کشورهای دیگر سفر می‌کنند می‌توانند به مثال نماینده، امنیت موجود در آنجا را به گونه‌ای که هست تعریف و تشریح کنند. به طوری

². Bahari et al.

¹. Shaykh Baygloo & Soltani



تلقى می‌شود. به عبارت کلی بهبود کیفیت امکانات و مؤلفه‌های فضای سیمای سرزمین شهری بر ارتقای رضایت و تصویر ذهنی گردشگران اثر مثبت داشته است؛ که این امر موجب افزایش احتمال بازدید مجدد گردشگران از مقصد گردشگری را افزایش خواهد داد. که کلیه موارد مطرح شده در رونق گردشگری اثر مثبت و معنی‌دار خواهد گذاشت.

در خصوص بررسی رابطه بین کیفیت مناظر شهری شبانه بر رونق گردشگری آزمون معادلات ساختاری نشان داد با ۹۹ درصد اطمینان کیفیت منظر شهری بر رونق گردشگری در شهر شیراز اثر مثبت و معنادار دارد. زیرا مقدار بار عاملی کیفیت منظر شهری شبانه مؤثر بر رونق گردشگری در شهر شیراز ۱۰/۸۶ و بالاتر از ۰/۳ و مقدار T استاندارد آن ۱۰/۸۶ بالاتر از ۱/۹۶ است. از آنجایی که رونق گردشگری از تبعات کیفیت مطلوب محیط مناظر شهری شبانه نظیر خوانایی تصاویر، ایمنی و امنیت در شهر، کیفیت مناسب حمل‌ونقل تأثیر پذیرفته و در نهایت پیامد این رونق در بازدید مجدد گردشگران، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای تصویر ذهنی گردشگران نمود یافته است. در پایان، پیشنهادها زیر با در نظر گرفتن نتایج به‌دست آمده و توسعه رونق گردشگری ارائه می‌گردد:

- شناسایی و امکان‌سنجی توسعه گردشگری شبانه در نقاط دارای جاذبه‌های گردشگری.

- بررسی و تحقیق در مورد اثراتی که فعالیت‌های شبانه بر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی کنونی دارد و دوراندیشی اثرات آنها در صورت توسعه گردشگری شبانه در فضاهای مورد مطالعه.

- طرح‌ریزی عملیاتی در خصوص توسعه گردشگری شبانه شهری در فضاهای گردشگری و تاریخی شهر شیراز و فراهم ساختن شرایطی برای بازدید شبانه گردشگران از بناها و آثار تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی و فضاهای تفریحی به دلیل محبوبیت بالایی که برای گردشگران دارد.

گردشگران به‌واسطه متغیر کیفیت حمل‌ونقل شبانه شهر شیراز تعیین می‌گردد. در خصوص نتیجه به‌دست آمده مطالعه حاضر با مطالعات Nuvality (2012), shaw (2014) Ngesan et.al (2010), Bezzera and Gomes (2020), Teeroovengadum et.al (2020) و شیخ‌بیگللو و سلطانی (۲۰۱۹) در یک راستا است. زیرا عموماً اعتقاد بر این است که در گردشگری کیفیت بالای خدمات‌رسانی نظیر سیستم حمل‌ونقل منجر به رضایتمندی و بازدید مجدد گردشگران می‌شود. از عوامل مرتبط با حمل‌ونقل که منجر به رضایتمندی در گردشگران می‌گردد عبارت است از: بهداشت و نظافت وسیله حمل‌ونقل، پوشش مناسب و آراسته بودن راننده یا دیگر کارکنان سیستم حمل‌ونقل، سرمایه‌گذاری و گرمایش داخل وسیله حمل‌ونقل، نو بودن و کیفیت ظاهری وسیله حمل‌ونقل (صندلی‌ها، دستگیره‌ها، رنگ و ...)، وجود خدمات جانبی (بسته‌های راهنمای گردشگری، فرهنگی، مطبوعاتی و ...)، مناسب بودن نحوه دریافت کرایه (نقدی، کارت و ...).

و در ادامه به جهت تأیید فرضیه رضایت، بازدید مجدد و تصورات ذهنی گردشگران با رونق گردشگری شهر شیراز رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد، از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد متغیرهای رضایت، بازدید مجدد از شهر شیراز و تصورات ذهنی گردشگران بر رونق گردشگری شهر شیراز برازش مناسبی دارند که در بخش‌های قبل به آنها اشاره شد. نتایج به‌دست آمده در خصوص رونق گردشگری با نتایج مطالعات Nuvality (۲۰۱۰)، QIN et.al (2011)، Ngesan et al (2012) در یک راستا می‌باشند. رضایت گردشگر رفتار گردشگر را در زمینه انتخاب مقصد گردشگری،

تمایل به خرید و مصرف کالاها و خدمات گردشگری و تمایل به بازدید مجدد از مقصد گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر باید توجه داشت که ایجاد وجهه مناسب برای یک برند ابزار راهبردی برای ایجاد وفاداری در مشتریان



- تأمین امنیت و ایمنی فضاهای شهری به‌خصوص محدوده‌های گردشگری، بهبود حمل‌ونقل عمومی در ساعات شبانه جهت ایجاد شرایط و زمینه لازم برای گردشگری شبانه.

- نورپردازی مناسب فضاها و گذرهای گردشگری برای توسعه گردشگری شبانه افزایش کیفیت جاده‌های مواصلاتی به شهر

- نصب تابلوهای راهنما در طول مسیر جاذبه‌ها به‌منظور ارتقا ایمنی رانندگی در شب و انجام اقدامات ترغیب‌کننده جهت ارتقای سطح شاخص‌های وفاداری رفتاری (بازدید مجدد و قصد و انگیزه سفر به شیراز).

- توزیع متوازن منافع حاصل از گردشگری در میان شهروندان جهت ترغیب در جهت مشارکت در توسعه گردشگری شبانه. - واگذاری اداره امور مراکز تفریحی و اقامتی در شب به مردم محلی و به‌کارگیری آنها در ساخت‌وسازهای مرتبط با گردشگری جهت اشتغال بیشتر ساکنین.

- انجام حمایت‌های لازم از تشکیل نهادهای غیردولتی و مردمی مرتبط با گردشگری.

- افزایش تنوع جاذبه‌های گردشگری شبانه منطقه از طریق شناسایی نواحی جدید، ساختن جاذبه‌های جدید منطبق بر شرایط محیط طبیعی و فرهنگ بومی.



منابع

- Agapito, Dora. & Pinto, Patrícia. & Mendes, Júlio. (2017) Tourists' Memories, Sensory Impressions and Loyalty: in Loco and Post-Visit Study in Southwest Portugal, *Tourism Management*, Vol.58, 108-118.
- Al Hashemi, Ida, & Mansouri, Seyed Amir. (2017). Landscape; a changing concept; an overview of the evolution of the landscape concept from the Renaissance to the present. *Baghe Nazar*, 14 (57), 33-44 (in Persian).
- Alizadeh, A., Fallahti, A., & Akbari, R. (2020). Explaining the Design Factors Affecting the creation of nightlife in urban space: A case study of Kashani Street in Yazd. *Urban Studies Quarterly*, 37 (37), 31-44 (in Persian).
- Bahari, J., Mohammadi, S., Bahari, S., & Bahari, H. (2020). The impact of destination image on destination personality and tourist satisfaction (Case study: Domestic tourists in Tabriz). *Journal of Geography and Environmental Studies*, 36, 69-82 (in Persian).
- Brands, Jelle. & Schwanen, Tim. & van Aalst, Irina. (2014) Spatiotemporal Variations in Nightlife Consumption: A Comparison of Students in Two Dutch Cities, *Applied Geography*, Vol.54, pp.96-109.
- Chen, I. (2021). [The Analysis of Corneal Asphericity and its Related Factors in Cataract Patients](#). Research square.
- Crown, P. (2015). Landscape and You Episode. Book: published Kanopy Streaming.
- Dedeoglu, B., A. Bilgihan, B. Haobin ye and P. Buonincontri. (2018). the impact of servicescape on hedonic value and behavioral intentions: The importance of previous experience. [International Journal of Hospitality Management](#) 72:10-20.
- Den San Eugenio Vela, J., Nogue and R. Govers. (2017). Visual landscape as a key element of place branding. [Journal of Place Management and Development](#) 10 (1):23-44
- Eldridge, A. and A. Smith. (2022). *Tourism and the Night Rethinking Nocturnal Destinations*. ISBN 9780367695132 Published May 19, 2021 by Routledge 126 Pages.
- Evans, N. (2012). *Tourism: A Strategic Business Perspective*. In book: *The Sage Handbook of Tourism Studies* Publisher: Sage Editors: Tazim Jamal, Mike Robinson.
- Ghaffari, M., Abasi, A., & Konjkav Monfared, A. (2018). The Role of Tourist Experience in the Tourism Destination Image of Isfahan. *Journal of Tourism and Development*, 7 (2), 97-112 (in Persian).
- Ghalenoeei, M., & Neelipour, N. (2020). Evaluation of nocturnal urban life with an emphasis on nighttime economy: A case study of Kamal Esmaeil Street, Isfahan. *Journal of Urban Sustainability*, 3 (2), 47-62 (in Persian).
- Giordano, E. (2017). Tourism, nightlife and planning: challenges and opportunities for community livability in La Barceloneta. *Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 20 (3), 377-396.



- Giovanardi, M.; Lucarelli, A. and L'Espoir D. P. (2014). Co-performing tourism places: The "Pink Night" festival, *Annals of Tourism Research*, No. 44, 102-115.
- Gomez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2015). A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain. *Tourism management*, 51 (1), 210-222.
- Hassani, A. R., & Hashemi Fadaki, A. S. (2013). Creating nocturnal urban liveliness with a focus on 24-hour space design. *Architecture, Urban Planning and Sustainable Development*, 21-30 (in Persian).
- Jacobs, J. (2002). *The Death and Life of Great American Cities*, New York: Random House.
- Leiper, Neil. (2004). *Tourism Management*, Edition 3. Australia: Pearson Education.
- Lacoste Y. (2009). What is landscape used for? What is a beautiful landscape? *Landscape theory in France. (1974-1994)* Seyssel: Editions Champ Vallon
- Mansouri, Seyed Amir, & Foroughi, Mehdi. (2018). The concept of participatory landscape design. *Bagh-e Nazar*, 15 (62), 17-24 (in Persian).
- Michailidou, A.V., Vlachokostas, C., Mousiopoulos, N. (2016). Interactions between climate change and the tourism sector: multiple-criteria decision analysis to assess mitigation and adaptation options in tourism areas, *Tourism Management*, Vol.55, 1-12.
- Ngesan, M.R., Karim, H.A., Zubir, S.S., Ahmad, P. (2013). Urban community perception on nighttime leisure activities in improving public park design, *Social and Behavioral Sciences*, No.105, 619-631.
- Niță, V. (2020). Analyzing the relationship between tourism development and sustainability by looking at the impact on the environment. A study on the European Union countries. *CES Working Papers*, 5 (1).
- Nouri, A. R., Hosseini, M. K., & Esmaeil-Nia, R. A. (2021). Investigating the impact of ecotourism accommodations on rural tourism development with the mediating role of destination image (Case study: Radkan village). *Journal of Tourism Research and Sustainable Development*, 2 (1), 10-23 (in Persian).
- Nuvolti, G. (2010). *City lights, The world book of happiness*, 110-113.
- Prayag G, Ryan C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius the Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51 (3):342-356.
- Qin, G.; Meizhen, L.; Jin-hua, M. and Junlei, Z. (2011). The development of urban night tourism based on the nightscape lighting projects: a Case Study of Guangzhou, *Energy Procedia*, No. 5, 477-481.
- Rajesh A. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11 (3), 67-78.
- Roberts, M., Eldridge, A. (2012). *Planning the Night-time City*, Routledge Book.



- Saifoddini, et al. (2016). Methodology of urban landscape studies in tourism. *Tourism Planning and Development*, 8-22, 31-52 (in Persian).
- Salleh M, Omar K and Yaakop A. (2013). Tourist Satisfaction in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (5), 221-226.
- Seydaeei, S., & Hedayati moghaddam, Z. (1389). The Role of Security in Tourism Development. *Social Sciences*, 4 (8), 97-110 (in Persian).
- Shaykh Baygloo, R., & Soltani, Z. (2019). Tourist Attractiveness of Urban Nightlife from the Tourists' Perspective (Case Study: Shiraz City). *Journal of Urban Tourism*, 6 (1), 67-85 (in Persian).
- Shaykh Baygloo, R., & Tabrizi, N. (2016). The development of urban night tourism in Iran: A comparative analysis of Isfahan, Tabriz, Shiraz, Mashhad, and Yazd. *Journal of Regional Planning*, 6 (24), 45-58 (in Persian).
- Shaw, R., (2014). Beyond night-time economy: Affective atmospheres of the urban night, *Geoforum*, No. 51, 87-95.
- Smith, A. and Eldridge, A. (2022). Tourism and the night: towards a broader understanding of nocturnal city destinations. In Book: *tourism and night*, Routledge, 9781003142096.
- Stevenson, N., Aiery, D., Miller, G. (2008). *Tourism policy making: The policymakers' perspectives*. Retrieved January 30, 2018.
- Taqavai, M., Varesi, H. R., & Darki, A. (2011). Investigating the role of lighting in tourism development. *Journal of Urban-Regional Studies and Research*, 2 (8), 1-18 (in Persian).
- Teeroovengadam, V., B. Seetanaah. And R. Nunkoo. (2020). Destination Satisfaction and Revisit Intention of Tourists: Does the Quality of Airport Services Matter? [Journal of Hospitality & Tourism Research](#), 44 (1).
- UNWTO. (2019). *Tourism highlights: 2017 Edition*. ISBN: 978-92-844-1901-2, Retrieved January 30, 2018.
- Yi, X., Fu, X., Jin, W., Okumus, F., (2018). "Constructing a model of exhibition attachment: Motivation, attachment, and loyalty, *Tourism Management*, 65, 224- 236.
- Wu, Y., & Buhalis, D. (2017). A Model of Perceived Image, Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol. 8: 326-336.
- Zhang H, Gu C, Gu L and Zhang Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy-A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*. 2 (32), 443-451.