

تحلیل تأثیر امنیت شهری در توسعه گردشگری

(مورد مطالعه: شهر کرمان)

حسین خادمی^۱، ساجد رضازاده^۲، زهرارضایی^۳

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۷/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۹/۲۵

از صفحه ۱۰۳ تا ۱۲۶

بزهشنامه جغرافیای انتظامی

سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴

چکیده

امنیت به واسطه اینکه همواره از دغدغه‌های بشری در طول تاریخ بوده است، پیوسته در نظریات متفکران و علما قابل پیگیری و شناسایی است. امنیت پیش نیاز هر گونه توسعه در زمینه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و علمی بوده است، همچنین مقوله امنیت در صنعت توریسم و توسعه آن در مناطق گردشگری تأثیر به‌سزایی دارد. امنیت در حوزه توریسم به دو بخش مهم تقسیم می‌شود، نخست امنیت گردشگران و دوم امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران، علاوه بر این نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی در یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه‌یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی، ترجیح می‌دهند بر صنعت توریسم متمرکز شوند. هدف از این پژوهش ارزیابی و تحلیل نقش امنیت در توسعه گردشگری شهر کرمان است. روش پژوهش در این مقاله رویکردی تحلیلی-توصیفی دارد و در آغاز با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای به تدوین مباحث نظری پرداخته شده است و در گام بعد اطلاعات به روش میدانی با استفاده از پرسش‌نامه گردآوری شده است. جامعه نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر انتخاب شد که در نهایت اطلاعات جمع‌آوری شده به وسیله نرم‌افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون T و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که با محاسبه شدت همبستگی ۰/۷۲، امنیت در شهر باعث افزایش مدت اقامت گردشگران در شهر می‌شود، همچنین نتایج آزمون T اهمیت عملکرد نیروی انتظامی را در افزایش امنیت نشان می‌دهد و در انتها، آزمون همبستگی با ضریب ۰/۸۳ بین دو متغیر نورپردازی در شهر و امنیت گردشگری نشان می‌دهد که با نورپردازی صحیح در شهر امنیت گردشگری نیز افزایش می‌یابد.

کلید واژه‌ها: امنیت، گردشگری، شهر کرمان، امنیت شهری، توسعه گردشگری.

۱ - استادیار جغرافیا دانشگاه پیام نور، رییس دانشگاه پیام نور رضوان شهر، یزد، شهرستان صدوق رضوان شهر بلوار صاحب الزمان دانشگاه پیام نور ایمیل khademi۴۵@hotmail.com

۲ - (نویسنده مسئول)، دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور رضوان شهر، یزد، ایران. ایمیل: sajedrezazadeh@gmail.com

۳ - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور رضوان شهر، یزد، ایران. ایمیل: Mahsarezace۹۹@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

امروزه یکی از فضا‌های گردشگری که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است، فضا‌های شهری است. گردشگری شهری دارای ماهیت دوگانه است؛ به این معنا که از یک سو شهر به معنای اصلی‌ترین مبدأ گردشگران به‌شمار می‌آید و دوم این که شهر به عنوان مقصد گردشگری مدنظر قرار می‌گیرد (رهنمایی، ۱۳۸۶: ۲۰). گردشگری به‌عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خرد ورزانه را در همه دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف است (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

صنعت گردشگری پس از اتمام جنگ جهانی دوم، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه روز افزون راه‌ها و شبکه حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت؛ به‌طوری‌که امروزه گردشگری به یک پدیده و از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (لانکوار، ۱۳۸۱: ۱۰).

در حال حاضر گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح است و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به‌دنبال داشته است و به همین دلیل نیز به یک حوزه مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است. در سال ۲۰۰۶ فقط در بخش حمل و نقل مسافر رقمی معادل ۱۴۸ میلیارد دلار هزینه شد که اگر آن را با درآمد حاصل از جهانگردی جمع کنیم، این رقم ۸۸۲ میلیارد دلار می‌رسد. به عبارت دیگر در جهان، روزانه ۲/۴ میلیارد دلار درآمد حاصل از جهانگردی و گردشگری، نصیب کشورهای مقصد می‌شود؛ به‌طوری‌که این صنعت توانسته خود را در رده چهارم جدول پردرآمدترین صنایع دنیا بعد از سوخت، دارو، تجهیزات پزشکی و وسایل نقلیه موتوری برساند. طبق آمار ارایه شده توسط سازمان جهانی جهانگردی که به‌طور تقریبی تخمین زده شده است در سال ۲۰۰۶ درآمد حاصل از گردشگری به عددی معادل ۷۳۵ میلیارد دلار رسیده که نسبت به سال ۲۰۰۵ رشدی معادل ۵۷ میلیارد دلار یا معادل ۴۱ میلیارد یورو داشته است. آسیا توانسته در آمد حاصل از جذب توریسم خود را نسبت به سال ۲۰۰۵ به ۱۹ میلیارد دلار بهبود بخشد؛ این در حالی

است که ایالات متحده در بهترین سال خود میزان افزایش درآمدی حدود ۹ میلیارد دلار داشته است (برگرفته از سایت جهانی گردشگری، ۲۰۰۹: ۹).

پارامترهای گوناگونی وجود دارد که از توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری جلوگیری می‌کند که یکی از آنها عدم امنیت است؛ به عبارتی در مکان‌های گردشگری عدم وجود امنیت باعث عدم ورود گردشگران به آن مکان و یا عدم تکرر بازدید گردشگران از آن مکان می‌شود و این امر در کاهش رشد اقتصادی، اجتماعی و محیطی منطقه اثرگذار است؛ بنابراین عدم وجود امنیت، رشد منفی را به دنبال دارد.

امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع، همان‌طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به وجود آمدن امنیت می‌شود. در کنار این باید دانست که ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است. امنیت به واسطه اینکه همواره از دغدغه‌های بشری در طول تاریخ بوده است، پیوسته در نظریات متفکران و علماء قابل پیگیری و شناسایی است. امنیت مقوله اساسی در هر نظام اجتماعی است و مقدمه لازم برای حیات سیاسی و اجتماعی دولت‌ها به‌شمار می‌آید. امنیت پیش‌نیاز هرگونه توسعه در زمینه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و علمی بوده است. تمامی کشورها برای رسیدن به این آرمان فعالیت می‌کنند، امنیت از نیازها و انگیزه‌های اساسی انسان به‌شمار می‌رود؛ به‌طوری که با زوال آن آرامش خاطر انسان از بین می‌رود و تشویش، اضطراب و ناامنی جای آن را می‌گیرد و مرتفع شدن بسیاری از نیازهای آدمی در گرو تأمین امنیت است (نوری و فولاد سپهر، ۱۳۸۸: ۱۳۰).

مقوله امنیت در صنعت توریسم و توسعه آن در مناطق گردشگری تأثیر به‌سزایی دارد و می‌توان با ایجاد امنیت و افزایش آن در مناطق گردشگری در جذب گردشگران و مدت اقامت آنها کمک کرد. امنیت در حوزه توریسم به دو بخش مهم تقسیم می‌شود، یکی امنیت گردشگران و دیگری امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران (بیگی و میرزاخانی، ۱۳۸۸: ۳۴۹) و این دو عامل مکمل یکدیگرند؛ بنابراین با ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران و جذب سرمایه در مناطق گردشگری می‌توان به توسعه و پیشرفت این مناطق کمک فراوانی کرد. علاوه بر این، نقش و تأثیر صنعت جهانگردی در ترسیم

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

امنیت ملی در یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصاد و درآمد، ترجیح می‌دهند بر صنعت توریسم متمرکز شوند (کاظمی فرد، ۱۳۸۷).

با توجه به تأثیر به‌سزای امنیت در توسعه و رشد گردشگری، باز هم بسیاری از شهرهای گردشگری با بی‌توجهی به این مقوله مانع رشد این صنعت در شهرها شده است. شهر کرمان نیز یکی از شهرهای گردشگری ایران است که سالانه تعداد زیادی از گردشگران را از داخل و خارج از کشور به سمت خود جذب می‌کند و می‌توان با برنامه‌ریزی و توجه به عوامل امنیتی به رشد صنعت گردشگری در این شهر کمک کرد، در این پژوهش سعی بر آن است که با توجه عامل امنیت در شهر کرمان، گردشگری را در این شهر بررسی و نقش امنیت را در توسعه گردشگری این شهر ارزیابی کنیم؛ بنابراین باید به این مسئله توجه شود که امنیت را در چه مقوله‌ای و چگونه به‌وجود آوریم. بر این اساس، مهمترین فرضیه‌های پژوهش حاضر به شرح زیر می‌باشد:

- بین سن و احساس امنیت در مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.
- بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.
- مهمترین عامل ایجاد امنیت عملکرد نیروی انتظامی است.
- بین امنیت گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.
- بین نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

مبانی نظری

انسان از دیرباز میل و اشتیاق زیادی به سفر داشته است و سفر یکی از اجزای ضروری زندگی امروزی است و در طول زمان تغییرات زیادی در آن رخ داده است که گردشگری را به‌عنوان یک صنعت مهم تبدیل کرده است. گردشگری عبارت است از گذراندن اختیاری مدتی از اقامت فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره‌برداری از لذت گردشگری (صدرموسوی، ۱۳۸۶: ۱۳۰) و گردشگر کسی است که به

منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می‌کند، مشروط بر این که حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد (مرادی و فیاضی، ۱۳۸۵). بنت بیان می‌کند، از میانه قرن بیستم به بعد، گردشگری دیگر تنها مختص یک اقلیت ثروتمند نبوده و به یکی از اشکال عمده گذران اوقات فراغت و تفریح که طیف گسترده‌ای از مردم آن را تجربه کرده و پذیرفته‌اند، تبدیل شده است (بنت، ۱۳۸۶). دیوید چینی نیز بیان دارد که گردشگری به یکی از وجوه اصلی سبک زندگی بدل شده است که در زمینه‌هایی مثل زبان، هنر، پوشاک و از این قبیل به مجموعه‌ای از ارزش‌های زیباشناختی دیگری نظیر: آگاهی بدنی، رژیم غذایی و علایق شخصی گره می‌خورد (همان).

طی نیم قرن گذشته فعالیت‌های گردشگری ابعاد گسترده‌ای به خود گرفته است و هر سال بر تعداد مسافرانی که با انگیزه‌های مختلف سفر می‌کنند، افزوده می‌شود (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۳). امروزه صنعت مسافرت و جهانگردی به‌عنوان بزرگترین و متنوعترین صنعت در دنیا به‌شمار می‌رود (گی، چاک وای، ۱۳۸۶: ۱۹) و صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع برتر در حال توسعه، جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها داشته و نقش فعال و مؤثری در ارتقای ساختار اجتماعی- فرهنگی و محیطی جوامع میزبان بازی می‌کند. در دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به‌عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری برای جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا برای افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه کنند: اول، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری و دوم، تلاش برای حفظ منافع جوامع میزبان (کاظمی، ۱۳۸۵: ۲۳).

امروزه اهمیت اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری و تأثیرات آن در جامعه میزبان و نیز در کل منطقه کاملاً مشهود است (لاندبرگ، ۱۳۸۳: ۲۲). بخش اعظم مطالعات مربوط به گردشگری به‌منظور تخمین تابع تقاضای گردشگری، از متغیر «دریافت‌های ارزی گردشگری» به‌عنوان نماینده‌های مناسب برای تقاضا (متغیر وابسته) استفاده کرده‌اند؛ به‌عنوان مثال «لوئب^۱: ۱۹۲۸»، «کواک^۱: ۱۹۷۲»، «لتیل^۲: ۱۹۸۰»،

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

متغیر وابسته در مدل تقاضای خود را با دریافته‌های ارزی گردشگری تعریف کرده‌اند (مری والش^۳، ۱۹۹۶: ۸). مناسب‌ترین متغیری که به عنوان متغیر وابسته در مدل‌های گردشگری تاکنون مورد استفاده قرار گرفته است، درآمد ارزی حاصل از گردشگری برای کشور مقصد است (تسه^۴، ۱۹۹۹: ۲۵۳).

گردشگری در کنار مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. با توسعه گردشگری می‌توان باعث افزایش سطح رفاه زندگی اجتماعات بومی شد؛ اما جذب توریست نیازمند مکانیزم‌های گوناگونی است که یکی از آنها جلب اعتماد و فراهم کردن امنیت گردشگران است (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۸۹: ۵۵). امنیت مصدر جعلی یا ضاعی فارسی است به معنی ایمن شدن، در امان بودن است (معین، ۱۳۸۱: ۳۴۵) و همچنین به معنی ایمنی، آرامش، آسودگی (عمید، ۱۳۷۶: ۲۵۷) و رهایی از خطر، تهدید، آسیب، ترس (ساروخانی و نویدنیا، ۱۳۸۵: ۸۸) نیز است. پدیده ناامنی دارای دوجنبه عینی و ذهنی است و کلیه عرصه‌های زندگی را دربر می‌گیرد. مقوله ناامنی از جنبه عینی، کلیه مظاهر ناامنی از جمله سرقت، خشونت و... را شکل می‌شود و مقوله ناامنی جنبه ذهنی، شامل ناامنی در خصوص امنیت منطقه و فضا است. ناامنی پدیده‌ای همانند فقر است و می‌توان گفت که فقر مقدمه دیگر پدیده‌های آسیب شناختی از جمله ناامنی، خشونت شهری و غیره است (صالحی، ۱۳۸۷: ۱۰۷) و در ناامنی فضای شهری کم‌نوری و دید کم تأثیر زیادی دارد (دیک^۵، ۲۰۰۸: ۴). بحث امنیت یکی از آن موارد مهم است که غالباً برای پلیس مشکلات زیادی را به وجود می‌آورد (هیبرن^۶، ۲۰۰۹: ۱)؛ بنابراین بر اساس نگرش‌های جدید امنیت، به همان اندازه که مقوله‌ای فیزیکی است، مقوله‌ای روانی نیز محسوب می‌شود؛ به عبارتی امنیت هم مسئله‌ای عینی است و هم ذهنی است، در بعد عینی آن‌گونه که ولفرز معتقد است، امنیت یعنی نبود تهدید برای ارزش‌های کسب شده و در بعد ذهنی عبارت است از فقدان هراس از حمله به ارزش‌های مزبور این نگرش در ارتباط با ابعاد امنیت نظامی و

- Kwack
- Little
- Mary walsh
- Tse
- Dick
- Hiborn

تهدیدهای خارجی نیز معنادار است، چنانچه رابرت ماندل معتقد است، امنیت شامل تعقیب روانی و مادی ایمنی است و اصولاً جزو مسئولیت حکومت ماست تا از تهدیدات مستقیم ناشی از خارج نسبت به بقای رژیم‌ها، نظام شهروندی و شیوه زندگی شهروندان خود ممانعت به عمل آورند (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۴). پیر بوردیو به رابطه بین ساختارهای عینی (امنیت) و ساختارها یا پدیده‌های ذهنی (احساس امنیت) تأکید کرده، وی اعتقاد دارد که از یکسو ساختارهای عینی مبنای صورت‌های ذهنی را تشکیل می‌دهند و فرد برای تلاش، در مسیر تغییر یا حفظ این ساختارها باید این صورت‌های ذهنی را در نظر بگیرد (تقوایی و مبارکی، ۱۳۸۹: ۶۳).

کارشناسان معتقدند که امنیت با احساس امنیت متفاوت است، به گونه‌ای که ممکن است در جامعه‌ای امنیت باشد، ولی احساس امنیت نشود؛ بنابراین، در ابتدا باید بدانیم که آیا ما در کشورمان امنیت نداریم و یا احساس امنیت نمی‌کنیم و اصولاً در صورت وجود، این عدم امنیت و یا احساس عدم امنیت به چه مقولاتی مربوط می‌شوند و چقدر واقعی هستند (خسروی، ۱۳۸۹: ۴۱). تجربه متولیان صنعت گردشگری در ایران حاکی از این است که بیشتر گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند، در ابتدای ورود احساس عدم امنیت دارند؛ ولی در انتهای سفر، ایران را امن تلقی می‌کنند (اصفهانی، ۱۳۸۷).

چنانچه در دوران ما قبل تاریخ، امنیت، تنها مربوط به حفظ بقا بود و بعدتر امنیت را نبود تهدید نظامی تعریف کردند؛ اما امروزه کارشناسان فن، مؤلفه‌های امنیت را در تمامی ابعاد سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی پیگیری می‌کنند و حتی بیش از آنها، می‌بینیم که عباراتی همچون امنیت در رسانه، امنیت در فضای مجازی، امنیت داده‌ها، امنیت در گردشگری و... به وجود آمده‌اند (نورآقایی، ۱۳۹۰).

نوع دیگری از امنیت وجود دارد که با عنوان امنیت گردشگری شناخته می‌شود، امنیت گردشگری عبارت است از: مصونیت ادراک شده یا واقعی گردشگری هنگام مسافرت به مقصد خاص (منسلفد، ۲۰۰۰: ۵۲۳) و این واژه می‌تواند در توسعه گردشگری تأثیر به‌سزایی داشته باشد؛ بنابراین، نوعی از جرائم وجود دارد که مرتبط با گردشگران است، نظریه‌پردازان این جرایم را در قالب شکافی اجتماعی - اقتصادی که بین میزبانان و مهمانان وجود دارد تبیین می‌کنند. براین اساس، گفته می‌شود بسیاری از مقاصد گردشگری به مکان‌هایی تبدیل می‌شوند که در آنها میزبانان متعلق به طبقات

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

پایین، خشم و حسادت خود را از طریق درگیر شدن در اعمال مجرمانه و ایجاد خسارت علیه گردشگران ثروتمند نشان می‌دهند (همان). با توجه به مطالب یاد شده می‌توان، با شناخت پارامترهای امنیتی و همین‌طور پارامترهای ناامنی و عوامل مؤثر در آنها مانند؛ نیروی انتظامی، رسانه‌ها، طراحی شهری و... در توسعه صنعت گردشگری و پایداری آن گام برداشت.

پیشینه پژوهش

بین توسعه صنعت گردشگری و امنیت رابطه متقابل وجود دارد امنیت نیز از جمله پدیده‌های مهم و شایان توجهی است که از نیازها و ضرورت‌های اساسی و پایه‌ای فرد و جامعه به‌شمار می‌رود (بیات، ۱۳۸۸)؛ بنابراین، محققان زیادی در داخل و خارج از کشور در رابطه با امنیت و عوامل مؤثر در آن در راستای توسعه گردشگری، پژوهش‌های مختلفی انجام داده اند؛ (مؤمنی و نیک‌بخت، ۱۳۹۱) در پژوهش خود که در رابطه با نقش امنیت در توسعه گردشگری و نقش آن در توسعه پایدار در مورد روستا شهر ونک انجام شد به این دستاورد رسیدند که نقش تبادلات فرهنگی و معادلات سیاسی و تفکرات اقتصادی و نیروهای انتظامی و دست اندرکاران گردشگری و مردم در رونق منطقه برای ایجاد الگوی مناسبی از امنیت برای رشد گردشگران بسیار مهم است.

(پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «امنیت شهری، فضای عمومی بررسی و سنجش سطح امنیت پارک‌های شهری در منطقه ۲ شهر قم» با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی و به شیوه پیمایشی به این نتیجه دست یافتند که وضعیت امنیت در کل منطقه ۲ از دید شهروندان مناسب نیست که در این میان شرایط امنیت پارک‌ها در نواحی مجاور با محلات فقیر و حاشیه‌نشین مانند ناحیه ۳، به علت وضعیت نامناسب اجتماعی، فرهنگی و به‌ویژه اقتصادی، نسبت به سایر نواحی دیگر بغرنج‌تر است.

(هزار جریبی، ۱۳۹۰) در مقاله‌ای که با عنوان «احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری» انجام شد، به این نتیجه دست یافت که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد؛ به عبارتی هر مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در ایران و حتی سفرهای مجدد، بیشتر است. مقایسه احساس امنیت اجتماعی از منظر گردشگران

خارجی برای سفر به ایران حاکی از آن است که گردشگران آفریقایی بیشترین احساس امنیت و گردشگران اروپایی کمترین احساس امنیت را داشته‌اند.

(انجمن تخصصی معماری و شهرسازی، ۱۳۹۲) طی مطالعات انجام شده در مورد افزایش احساس امنیت فضاهای عمومی به خصوص پارک‌ها به این نتیجه دست یافتند که عواملی از قبیل گذر از جامعه سنتی به جامعه صنعتی، نرخ بالای رشد جامعه و جوان بودن جامعه ایرانی، مشکلات سنگین اقتصادی، شیوع بیکاری و از همه مهم‌تر روحیه افسرده جامعه سبب آن شده است و با استفاده از روش انتخاب روش‌های کنترل غیر طراحی مثل استفاده از سیستم مداربسته، حضور نیروهای امنیتی و سایر روش‌های مشابه اگرچه موجب بیرون راندن گروه‌های خاص با رفتارهای ناهنجار از پارک می‌شود؛ ولی این امر بر استفاده عمومی تأثیر سوء داشته و نارضایتی عمومی را در پی دارد. کلید حل مسئله، حضور گروه‌های مختلف مردمی در فضای پارک‌ها است.

در پژوهشی که توسط (لطفی‌فر و همکاران، ۱۳۹۱) با هدف بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری در شهر چابهار صورت گرفت با توجه به اینکه شهرستان چابهار با ۲۲۸ جاذبه گردشگری، می‌تواند یکی از محورهای مهم گردشگری کشور باشد؛ با این حال این مقصد گردشگری از کاستی‌ها و ضعف‌هایی برخوردار است. عدم وجود برنامه‌های مدون توسعه مقصد، ضعف روستاها و تسهیلات گردشگری، تبلیغات ضعیف، عدم وجود راه‌های دسترسی مطلوب به جاذبه‌های گردشگری در درون منطقه و دیگر کاستی‌ها، مانع از رشد و شکوفایی گردشگری در منطقه شده است. بدیهی است که بهبود هر یک از عوامل رقابتی در این مقصد، می‌تواند منجر به افزایش مزیت‌های رقابتی آن در مقایسه با سایر مقصدهای گردشگری کشور شود؛ بنابراین با توجه به اینکه رابطه دوسویه بین توسعه صنعت گردشگری و امنیت وجود دارد می‌توان گفت که امنیت نقش به‌سزایی در توسعه صنعت گردشگری در منطقه چابهار دارد.

(موردوچ، ۲۰۰۰) در تحقیقی با عنوان «توسعه توریست در استونی»، جاذبه‌ها، پایداری و عوامل مؤثر در توسعه توریسم در توسعه روستایی کشور استونی را از زمان استقلال این کشور بررسی می‌کند و در این بررسی، توسعه یک پارچه و شکل سمبلیک توریسم در دوران معاصر و پایداری آن و همچنین مزایا و منافع اقتصادی توسعه توریست و تأثیر اجتماعی، اقتصادی و محیطی آن را به تصویر می‌کشد و بیان می‌کند

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

که اعتماد و امنیت گردشگران جایگاه ویژه‌ای در توسعه توریسم و جلب گردشگران از کشورهای مختلف دنیا دارد (مایکل هال^۱، ۱۹۹۹: ۱۵).

(اونور، ۲۰۰۹) در تحقیق خود با عنوان «تجربه مردم از نورپردازی در فضای عمومی» به بررسی تجربه افراد از فضاهای روشن شهری در شب و ایجاد چشم‌اندازی جدید در طراحی روشنایی شهری پرداخته است، وی بدین منظور به نقد روش‌های معمول طراحی نورپردازی در شهر آنکارا می‌پردازد. این پژوهش منجر به این شد که در ارزیابی مردم از نورپردازی شهری، مردم به منظور احساس امنیت، نیاز به استفاده از نورپردازی در فضاهای عمومی در شب دارند.

روش پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع این پژوهش رویکردی تحلیلی-توصیفی دارد. روش حاکم در این پژوهش پیمایشی با استفاده از پرسش‌نامه است. علاوه بر این، به منظور تقویت پایه‌های نظری و دقت در گردآوری اطلاعات از روش‌های مطالعه اسناد و مدارک، نیز استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل گردشگرانی که در سال ۱۳۹۴ از شهر کرمان بازدید کرده‌اند می‌شود، سپس برای محاسبه نمونه مورد مطالعه از فرمول کوکران (حافظ‌نیا، ۱۳۸۹) با خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده شده است که حجم نمونه برابر ۳۸۴ نفر برآورده شده است. نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش نمونه‌گیری خوشه‌ای توأم با تصادفی ساده است. برای بررسی روایی پرسش‌نامه پژوهش از ضریب رتبه‌ای اسپیرمن^۲ استفاده شده است. در این تحقیق این میزان برابر ۰/۷۴ به دست آمده است که قابل قبول است. ضریب آلفای پرسش‌نامه تحقیق برابر با ۰/۸۷ محاسبه شد که نشان‌دهنده اعتبار مطلوب و قابل قبول است (جدول شماره یک). در این بررسی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مانند ضریب همبستگی و آزمون t با استفاده از نرم‌افزار SPSS در محیط ویندوز استفاده شده است.

جدول شماره (۱): محاسبات اعتبار پرسش‌نامه

N of Items	Cronbach's Alpha Based on	Cronbach's Alpha
------------	---------------------------	------------------

- Michael hall
- Spearman

Standardized Items		
۱۳	۰/۸۸۵	۰/۸۷۴

منبع: نگارندگان

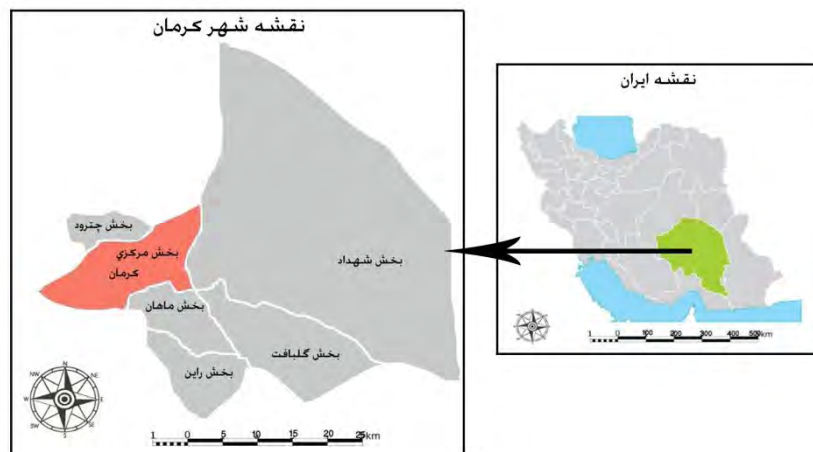
محدوده مورد مطالعه

استان کرمان در جنوب شرقی فلات مرکزی و بین ۵۳ درجه و ۲۶ دقیقه تا ۵۹ درجه و ۲۹ دقیقه طول شرقی و ۲۵ درجه و ۵۵ دقیقه تا ۳۲ درجه عرض شمالی قرار دارد. این استان از شمال به استان‌های خراسان جنوبی و استان یزد، از شرق به استان سیستان و بلوچستان، از غرب به استان استان فارس و از جنوب به استان هرمزگان محدود می‌شود.

مساحت استان کرمان معادل ۱۸۳ ۱۹۳ کیلومتر مربع بوده و از لحاظ وسعت بزرگ‌ترین و پهناورترین استان کشور به حساب می‌آید. براساس آخرین تقسیمات کشوری، استان کرمان دارای ۲۲ شهرستان، ۶۳ شهر، ۵۳ بخش و ۱۴۳ دهستان است.

کرمان به دلیل موقعیت خاص تاریخی، جغرافیایی و فرهنگی خود همیشه به عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری و توریستی ایران مطرح بوده و همه ساله میزبان تعداد فراوانی از گردشگران داخلی و خارجی است. شهر کرمان دارای جاذبه‌های گردشگری متفاوت و بسیاری از جمله، گنبد جلیله، مجموعه گنجعلی خان، مسجد جامع مظفری و ملک، بازار کرمان، قلعه دختر و قلعه اردشیر مجموعه وکیل و ابراهیم خان و... است، که قدمت آنها به سالیان دراز برمی‌گردد، این جاذبه توانسته هر ساله افراد زیادی را از جاهای مختلف ایران و دنیا را به سمت خود جذب کند و این امر نکته قابل توجهی برای برنامه‌ریزان و مسئولان در شهر کرمان است.

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)



نقشه شماره (۱): محدوده مورد مطالعه.

تحلیل یافته‌ها

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. پرسش‌نامه مورد استفاده در این پژوهش بر مبنای طیف ۵ مقیاسی است و برای نشان دادن رابطه بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها از روش همبستگی اسپیرمن که یکی از روش‌های ناپارامتریک است استفاده شده است (بهبودیان، ۱۳۸۳). برای آزمون هر فرضیه، ابتدا جداول و نمودار فراوانی سؤالات و اطلاعات مربوط به فرضیه ترسیم شده است و در ادامه با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده، فرضیه مورد نظر آزمون شده است. با توجه به ارزیابی‌ها، نتایج به‌دست آمده بیان‌کننده این مطلب است که توجه به پارامترهای افزایش امنیت در شهر به ویژه عملکرد پلیس و نورپردازی مناسب، در ایجاد امنیت مؤثر است و این عامل باعث افزایش مدت اقامت گردشگران و افزایش دفعات بازدید گردشگران از شهر می‌شود.

با توجه به نتایج از پرسش‌نامه، ۶۳ درصد از پاسخگویان را مرد و ۳۷ درصد از آنها را زنان تشکیل می‌دهند و همچنین ۷۴/۲ درصد از گردشگران خود را متأهل و ۲۵/۸ درصد از آنها خود را مجرد عنوان کرده‌اند.

در راستای پاسخ گردشگران مشخص شد که گردشگران معتقدند که شهر کرمان در زمینه گردشگری و در فضاهای گردشگری و عمومی نسبتاً امن است و گردشگران با مقوله امنیت در شهر کرمان مشکلی نداشته‌اند و بیش از ۸۵ درصد از پاسخگویان بازدید مجدد از این شهر را پذیرا بوده‌اند. در مجموع برخورد و مشکل خاصی میان گردشگران و جامعه میزبان رخ نداده است.

یافته‌ها نشان می‌دهند که درصد بالایی از گردشگران، امنیت در شهر مورد نظر را بالا تلقی کرده‌اند؛ همان‌طور که در جدول شماره دو، مشاهده می‌شود از کل جامعه نمونه که ۳۸۴ نفر است، ۱۴/۶ درصد از پاسخ‌گویان دارای احساس امنیت کم، ۲۸/۸ درصد از پاسخ‌گویان دارای احساس امنیت متوسط و ۵۶/۶ درصد از پاسخ‌گویان دارای احساس امنیت بالا هستند.

جدول شماره (۲): بررسی میزان امنیت از دیدگاه پاسخگویان

ردیف	رضایت از امنیت	تعداد	درصد
۱	امنیت بالا	۲۱۷	۵۶/۶
۲	امنیت متوسط	۱۱۱	۲۸/۸
۳	امنیت پایین	۵۶	۱۴/۶

منبع: نگارندگان

فرضیه اول: بین سن و احساس امنیت در مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

H: به نظر می‌رسد بین سن و احساس امنیت در مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد.

H: به نظر می‌رسد بین سن و احساس امنیت در مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

در این فرضیه رابطه بین سن و احساس امنیت در مناطق گردشگری مورد آزمون قرار می‌گیرد. سؤال‌های مربوط به این فرضیه از ۱ تا ۵ ارزش‌گذاری شده است که گزینه کاملاً مخالفم، امتیاز ۱ را به خود اختصاص می‌دهد و گزینه کاملاً موافقم با امتیاز ۵ همراه است. در جدول شماره سه، اطلاعات محاسبه شده در رابطه با فرضیه اول نشان داده شده است.

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

جدول شماره (۳): نتیجه آزمون t به منظور تحلیل فرضیه اول.

میانگین اختلافات	سطح خطا	درجه آزادی	T مقدار
۱/۱۹۳۳۳	۰/۰۰۰	۳۸۳	۴۱/۸۳

منبع: محاسبات نگارندگان

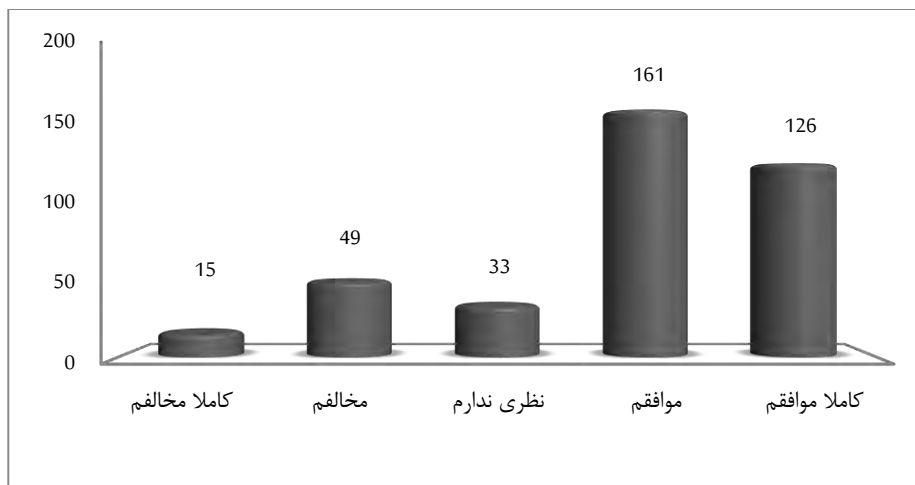
نتایج آزمون آماری T تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که با توجه به درجه آزادی ۳۸۳ و میزان خطای (۰/۰۰۰) و با مقدار ۴۱/۸۳ مقدار T بین سن و احساس امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد؛ به گونه‌ای که با افزایش سن بازدیدکنندگان احساس امنیت در مکان‌های گردشگری برای آنها بیشتر می‌شود؛ بنابراین فرض H تأیید می‌شود و فرضیه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه دوم: بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.

H: به نظر می‌رسد بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد.

H: به نظر می‌رسد بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.

این فرضیه به دنبال رابطه بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران است که با توجه به سؤال‌ها به وسیله گزینه‌های (کاملاً مخالفم - مخالفم - نظری ندارم - موافقم - کاملاً موافقم) تبیین شده است و به ترتیب امتیاز ۱ الی ۵ را به خود اختصاص داده است و سپس فراوانی هر سؤال محاسبه شد که در نمودار شماره یک، نشان داده شده است.



نمودار شماره (۱): کدبندی فرضیه دوم

منبع: نگارندگان

با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده و محاسبات انجام شده ($\text{Sig} < 0.000$) کمتر از الفای تحقیق ($\alpha = 0.05$) بوده است و شدت همبستگی در این فرضیه 0.72 محاسبه شده است که نشان دهنده معنادار بودن رابطه در فرضیه دوم است. به بیانی دیگر بین امنیت در مناطق گردشگری و اقامت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد و امنیت در شهر باعث افزایش مدت اقامت گردشگران می‌شود. بنابر نتایج ضریب همبستگی فرض H تأیید می‌شود و فرضیه دوم مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه سوم: مهم‌ترین عامل ایجاد امنیت عملکرد نیروی انتظامی است.

H : به نظر می‌رسد مهم‌ترین عامل ایجاد امنیت عملکرد نیروی انتظامی نمی‌باشد.

H : به نظر می‌رسد مهم‌ترین عامل ایجاد امنیت عملکرد نیروی انتظامی است.

این فرضیه نیز با توجه به پاسخ جامعه نمونه در پرسش‌نامه مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و به دنبال اهمیت نقش عملکرد نیروی انتظامی در ایجاد امنیت در شهرهای توریستی است.

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)
جدول شماره (۴): نتیجه آزمون t به منظور تحلیل فرضیه دوم

مقدار آزمون = ۳						
نتایج به دست آمده در سطح اطمینان ۹۵ درصد	میانگین اختلافات	سطح خطا	درجه آزادی	T مقدار	پایینی	
					بالایی	پایینی
عملکرد نیروی انتظامی	۱/۳۸۱۳۳	۰/۰۰۰	۳۸۳	۶۵/۹۲۵	۱/۳۴۰۱	۱/۴۲۲۵

منبع: محاسبات نگارندگان

در این فرضیه نیز نتایج نشان می‌دهد که میانگین محاسبه شده با توجه به مثبت بودن مقدار t و نتایج آزمون t با درجه آزادی ۳۸۳ و میزان خطای برابر صفر، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه بین متغیرهای موجود در حد بالایی است و بدین ترتیب فرض H_1 تأیید می‌شود و فرضیه سوم نیز تأیید می‌شود. بدین معنی که از دیدگاه گردشگران، نیروی انتظامی می‌تواند با عملکرد مناسب و به‌جا در افزایش امنیت در اماکن گردشگری مؤثر واقع شود.

فرضیه چهارم: بین امنیت گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

H_0 : به نظر می‌رسد بین امنیت گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : به نظر می‌رسد بین امنیت گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

در این فرضیه معنادار بودن رابطه بین گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری مشخص می‌شود. این فرضیه با توجه به سؤال‌ها که بر مبنای طیف ۵ مقیاسی است به ترتیب امتیاز ۱ الی ۵ را به خود اختصاص داده است و سپس فراوانی هر سؤال محاسبه شد که در جدول شماره پنج، نشان داده شده است.

جدول شماره (۵): کدبندی فرضیه سوم.

کدبندی فرضیه سوم	
۲۸	کاملاً مخالفم
۷۴	مخالفم
۶۴	نظری ندارم
۱۰۷	موافقم
۱۱۱	کاملاً موافقم

منبع: نگارندگان

از لحاظ آماری همبستگی بین دو متغیر مذکور معنادار است؛ به عبارتی نتایج به دست آمده حاکی از آن است، سطح معنی داری محاسبه شده است؛ یعنی ($\text{Sig}/0.000$) کمتر از الفای تحقیق ($\alpha=0.05$) بوده است. ضریب همبستگی بین دو متغیر 0.66 بوده است که در سطح معنی داری است؛ به عبارت دیگر بین امنیت گردشگری و تعداد دفعات بازدید گردشگران از مناطق گردشگری رابطه معناداری وجود دارد و امنیت گردشگری در شهر در افزایش تعداد دفعات بازدید گردشگران از این شهر نقش به سزایی دارد؛ بنابراین فرض H_1 تأیید می شود و فرضیه چهارم نیز مورد تأیید قرار می گیرد.

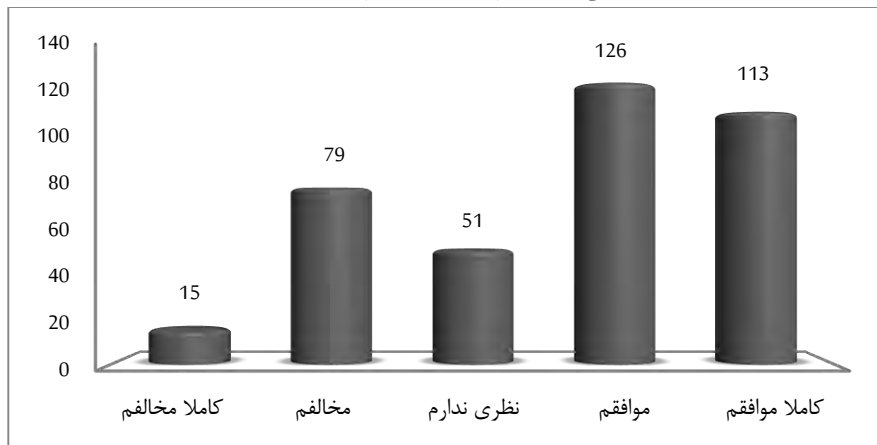
فرضیه پنجم: بین نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

H_0 : به نظر می رسد بین نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : به نظر می رسد بین نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

در این فرضیه رابطه بین نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری مشخص می شود و با توجه به پاسخ گردشگران رابطه بین دو متغیر میزان سنجی می شود و فرضیه آخر مورد آزمون قرار می گیرد. ابتدا فراوانی هر سؤال محاسبه شد که در نمودار شماره دو، نشان داده شده است.

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

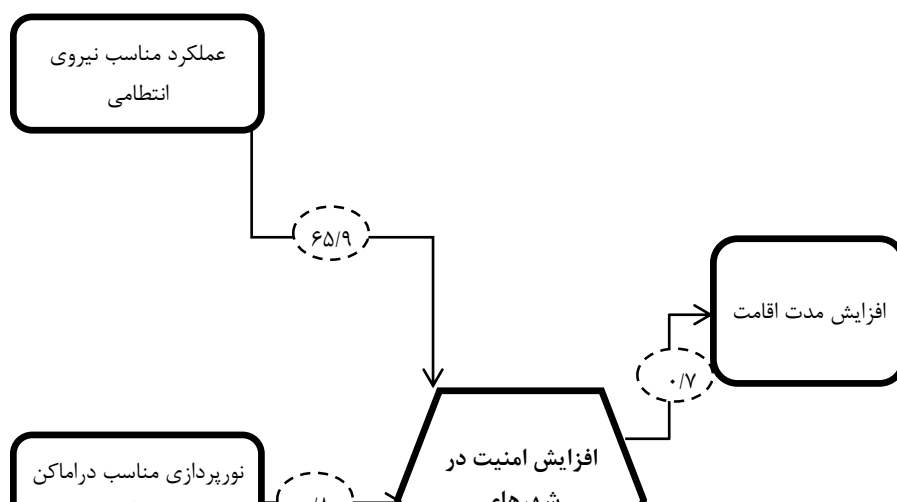


نمودار شماره (۲): نمودار کدبندی فرضیه پنجم.

منبع: نگارندگان

این فرضیه با ضریب همبستگی $0/83$ رابطه معناداری را بین متغیرها نشان می‌دهد و محاسبات انجام شده در رابطه با فرضیه پنجم این موضوع را بیان می‌کند که بین دو متغیر نورپردازی مناطق گردشگری و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی $(Sig < 0/000)$ کمتر از آلفای تحقیق $(\alpha = 0/05)$ بوده است؛ به این معنی که توجه و سرمایه‌گذاری برای نورپردازی در مناطق مختلف شهر برای گردشگران باعث ایجاد امنیت بیشتر برای گردشگران می‌شود. با توجه به نتایج فرض H تأیید می‌شود و فرضیه آخر مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در انتهای مبحث نموداری برای انسجام و جمع‌بندی یافته‌ها تهیه شد و همان‌طور که در نمودار شماره سه، مشاهده می‌شود با توجه به موضوع پژوهش که در مرکز نمودار آمده است نتایج ۵ آزمون فرضیه در این پژوهش در اطراف مرکز مشخص شده است:





نمودار شماره (۳): تحلیل تأثیر امنیت شهری در توسعه گردشگری

نتیجه‌گیری

تأکید بر سفر و حرکت در آموزه‌های دینی اسلام بسیار آمده است، تا جایی که مبدأ تاریخ مسلمانان را هجرت پیامبر از مکه به مدینه قرار داده‌اند (حیدری، ۱۳۸۷: ۱۳) و از گردشگری به معنای چرخش و طی کردن و سیر کردن است (همان، ۱۳۸۷: ۹). از آنجایی که گردشگری در اقتصاد ملی و محلی، اهمیت فراوانی دارد، برای رسیدن به توسعه گردشگری باید به عوامل مختلفی توجه کرد که یکی از این عوامل امنیت است. احساس امنیت، به معنای ایمن شدن، در امان بودن، بی‌بیمی، آرامش و آسودگی است. احساس امنیت عبارت است از نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت (رضایت‌بخش، قانع‌کننده و آرام‌بخش) شهروندان نسبت به عدم تأثیرگذاری حضور و بروز رویدادها و

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)

وقایع ضد امنیتی (تهدیدات) در شرایط فعلی و آتی است (حاجیان، ۱۳۸۴: ۲۸) و مقوله امنیت در صنعت توریسم و توسعه آن در مناطق گردشگری تأثیر به‌سزایی دارد و می‌توان با ایجاد امنیت و افزایش آن در مناطق گردشگری در جذب گردشگران و مدت اقامت آنها کمک کرد.

شهر کرمان یکی از شهرهایی است که از دیرباز مورد توجه گردشگران قرار گرفته است و سالانه تعداد بازدیدکنندگان از این شهر بیشتر می‌شود و این امر علاوه بر مثبت بودن در مواقعی تأثیرات نامطلوبی در زمینه‌های مختلف به‌جا می‌گذارد که در کاهش احساس امنیت گردشگران اثرگذار بوده است.

نتایج پژوهش حاکی از آن است که با ایجاد امنیت در شهر و افزایش احساس امنیت در بین گردشگران می‌توان تعداد دفعات بازدید گردشگران از شهر کرمان را افزایش داد؛ به عبارتی هرچه میزان امنیت در شهر افزایش یابد، تعداد دفعات بازدید از شهر نیز افزایش می‌یابد. همچنین این نتیجه حاصل شد که، عملکرد نیروی انتظامی مهمترین شاخص افزایش امنیت است که با عملکرد مناسب نیروی انتظامی می‌توان احساس امنیت را در گردشگران بالا برد که خود نتایج مطلوبی به همراه دارد. در کنار این موضوع به این نتیجه دست یافته‌ایم که، بین سن و احساس امنیت گردشگری تفاوت معناداری وجود دارد. به گونه‌ای که با افزایش سن بازدیدکنندگان احساس امنیت در مکان‌های گردشگری برای آنها بیشتر می‌شود و امنیت در شهر باعث افزایش مدت اقامت گردشگران نیز می‌شود؛ بنابراین امنیت گردشگری در شهر در افزایش تعداد دفعات بازدید، افزایش مدت اقامت و به دنبال آن رشد اقتصادی و فرهنگی تأثیر به‌سزایی دارد. ضریب همبستگی ۰/۸۳ بازگوکننده این مطلب است که نورپردازی در مناطق مختلف شهر برای گردشگران باعث ایجاد امنیت بیشتر برای گردشگران می‌شود. با توجه به نتایج به‌دست آمده در این مقاله پیشنهادها به صورت ذیل ارائه شد:

پیشنهادهای کاربردی

- ✓ ایجاد نورپردازی مناسب در مناطق شهرهای گردشگری به اماکن عمومی و گردشگری در این شهرها.
- ✓ خدمات‌رسانی از سوی نیروی انتظامی در ساعاتی که بازدید در مناطق گردشگری بالا است.
- ✓ ایجاد ایستگاه‌های پلیس در اماکن عمومی برای استراحت گردشگران.
- ✓ بازسازی و بهسازی بافت‌های فرسوده شهری.
- ✓ تشکیل کلاس‌های امنیتی برای افراد مسئول در اماکن گردشگری.
- ✓ بالا بردن سطح رفاه و بهداشت در شهرهای توریستی.
- ✓ گشت‌های نامحسوس امنیتی در اماکن عمومی و گردشگری.
- ✓ مشارکت مردم و سازمان‌ها در فرهنگ‌سازی و بالا بردن امنیت.
- ✓ شناسایی مکان‌های پرخطر و جرم‌خیز در مناطق گردشگری.
- ✓ ارائه خدمات و راهنمایی به گردشگران.
- ✓ توسعه تبلیغات گردشگری از طریق رسانه‌های عمومی.

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی؛ ضیایی، محمود؛ دلشاد، علی (۱۳۹۱). اصول و فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی توسعه توریسم. مشهد: انتشارات صحرا.
- اصفهانی، ن (۱۳۸۷). تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه مدل برنامه‌ریزی راهبردی. رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۱). ساختار و تاویل امنیت، فصلنامه مطالعات راهبردی. سال پنجم، شماره ۱.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ مهدوی، داوود؛ پورطاهری، مهدی (۱۳۹۰). ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری. مجله مطالعات گردشگری، دوره ۱، شماره ۱۴: ۱-۳۹.
- انجمن تخصصی معماری و شهرسازی (۱۳۹۲). افزایش احساس امنیت فضاهای عمومی به‌خصوص پارک‌ها با استفاده از اصول (CPTED). <http://www.iranshahrsaz.com/newreply.php>.
- بنت، اندی (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره. ترجمه: حسن چاوشیانو، لیلا جوشقانی، تهران: نشر اختران.
- بهبودیان، جواد (۱۳۸۳). آمار ناپارامتری. شیراز: مرکز نشر دانشگاه شیراز.
- بیگی، مرجان؛ میرزاخانی، هاجر (۱۳۸۸). «نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری» مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری. اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
- پوراحمد، احمد و همکاران (۱۳۹۲). امنیت شهری. فضای عمومی بررسی و سنجش سطح امنیت پارک‌های شهری در منطقه ۲ شهر قم، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال دوم، شماره ۵: ۱-۲۴.
- تقوایی، م؛ مبارکی، ا (۱۳۸۹). بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به منظور برنامه‌ریزی توریسم در آن، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۳۳ (۱۵): ۵۹-۸۲.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۴). «چارچوب روش‌شناسی برای بررسی احساس امنیت». فصلنامه مطالعاتی امنیت اجتماعی، تهران: انتشارات معاونت اجتماعی ناجا.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.
- حکمت‌نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف (۱۳۸۵). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای. یزد: انتشارات علم نوین.

- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- رهنمایی، محمدتقی؛ ملک‌نیا، محبوبه؛ جهانیان، منوچهر (۱۳۹۰). نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران. مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۸۳: ۱۲-۱۰۲.
- ساروخانی، باقر؛ نویدنیا، منیژه (۱۳۸۵). امنیت اجتماعی خانواده و محله سکونت در تهران. فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲۲.
- خسروی، ع (۱۳۸۹). امنیت مهمترین مؤلفه جذب توریست. ویژه‌نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان.
- صالحی، اسماعیل (۱۳۸۷). ویژگی‌های محیطی فضای شهری امن. مرکز مطالعاتی تحقیق و معماری.
- صدر موسوی، جواد (۱۳۸۶). «ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران». پژوهش جغرافیا، انتشارات دانشگاه تهران، شماره ۶۱: ۱۳۰.
- عمید، حسن (۱۳۷۶): فرهنگ فارسی، تهران، انتشارات امیر کبیر.
- کاظمی فر (۱۳۸۷): "امنیت و نقش آن در توسعه گردشگری" روزنامه سرمایه، شماره ۹۰۴.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول.
- گی چاک، و (۱۳۸۶). جهانگردی در چشم‌انداز جامع. ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.
- لاندبرگ، دانلد (۱۳۸۳). اقتصاد شهری. ترجمه محمدرضا فروتن، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، وابسته به موسسه مطالعاتی و پژوهشی بازرگانی.
- لانکوار، روبر (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت، ترجمه صلاح الدین محلاتی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی ص ۱۰.
- لطفی، مجتبی؛ یغوری، حسین (۱۳۹۱). نقش امنیت در توسعه گردشگری. موردشناسی: چابهار، اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران.
- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی. نشر دانشگاه شهید بهشتی، ص ۱۵ تا ۲۰.
- مرادی، مریم؛ فیاضی، مرجان (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری اصول. مبانی و مفاهیم کاربردی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- معین، حمید (۱۳۸۱). فرهنگ فارسی معین. چاپ هشتم، انتشارات امیرکبیر.

- پژوهشنامه جغرافیای انتظامی (سال سوم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۹۴)
- منسلفد یوم؛ پیزارم، ابراهام (۱۳۸۹). «گردشگری امنیت و ایمنی از نظریه تا عمل». ترجمه علی صحرانشین، مالک جعفری و حسام ولیدی، شهید حسین فهمیده، اصفهان.
 - مومنی، مهدی؛ نیکبخت، ریحانه (۱۳۹۱). نقش امنیت در توسعه گردشگری و نقش آن در توسعه پایدار. نمونه موردی: روستا شهر ونک، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران.
 - نراقایی، آ (۱۳۹۰). امنیت در گردشگری ایران. <http://niocgg.blogfa.com/post-۵۴.aspx>.
 - نوروزی، فیض‌اله؛ فولادی سپهر، سارا (۱۳۸۸). «بررسی امنیت زنان ۱۵-۲۹ ساله در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن». فصلنامه راهبردی، سال هجدهم، ش ۵۳: ۱۲۹-۱۵۹.
 - هزار جریبی، جعفر؛ نجفی، ملک‌محمد (۱۳۸۹). اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری. مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه ایریا، سال دوم، شماره هفتم، ص ۵۳-۷۰.
 - هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، شماره ۲، ص ۱۲۱-۱۴۳.
 - Dick, Robert. (۲۰۰۸). Royal Astronomical Society of Canada Guidelines for Outdoor Lighting in Urban Star Parks (RASC- USP-GOL).
 - Hiborn, Jim (۲۰۰۹). Dealing With Crime and Disorder in Urban Parks ,U.S. Department of Justice Office of Community Oriented Policing Services, center for problem° oriented policing. No.۹ .
 - Mansfeld , Y. (۲۰۰۰). "Security." In: Jafar Jafari (Ed.) (۲۰۰۰)) Encyclopedia of Tourism. NY: Routledge. Pp. ۵۲۳-۵۲۵.
 - Mary walsh, (۱۹۹۶). "Demand Analysis in Irish Tourism", Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Iveland, pp, ۱-۳۱.
 - Michael hall, C. (۱۹۹۹). Pro-Poor Tourism: Who Benefits? Perspective on tourism and poverty reduction. Publisher: MURchando UNIVERSITY. P.۱۵.
 - Tse, Y, Y. C, (۱۹۹۹). "Asimuitaneus Model of Tourism Flow, Spending and Receipts", Tourism Economic, ۵ (۳), pp.۲۵۱-۲۶۰.
 - Ünver, Ahmet. (۲۰۰۹). People s experience of urban lighting in public space , master.