

فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر

سال چهارم، شماره هشتم، بهار ۱۳۸۹

تاریخ پذیرش: ۸۹/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۸۹/۹/۱

صص ۹۷ - ۱۱۰

## نقش امنیت در توسعه گردشگری

سید اسکندر صیدایی<sup>۱</sup> و زهرا هدایتی مقدم<sup>۲</sup>

### چکیده

گردشگری پایدار نشأت گرفته از توسعه پایدار است. توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان محسوب می‌شود و بدلیل نقشی که گردشگری می‌تواند در این زمینه بخصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان است. موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گروه عملکرد مناسب و هماهنگ عناصر و فاکتورهای متعددی است که با هم ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم‌ترین این فاکتورها «امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری» است. امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در

۱- استادیار گروه جغرافیای دانشگاه اصفهان (نویسنده مسؤول)

۲- کارشناسی ارشد برنامه ریزی روستایی - دانشگاه اصفهان

جهان به شمار می آید. میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه‌ای تعریف شده وجود دارد و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. در این مقاله سعی شده ضمن بررسی اهمیت گردشگری و نقش امنیت در توسعه توریسم پایدار به بررسی موانع اصلی توسعه جهانگردی در ایران پرداخته شود و راهکارهایی در زمینه ارتقای صنعت گردشگری ارائه گردد.

## واژگان کلیدی: گردشگری - صنعت گردشگری - امنیت - امنیت گردشگری

### مقدمه

جهانگردی از مهمترین فعالیتهای انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم به وجود آورده است. بررسی وضعیت نواحی و سرزمین‌هایی که همه ساله و در فصل‌های مختلف مورد بازدید جهانگردان قرار می‌گیرند نشان می‌دهد تغییرات ناشی از جهانگردی در آنها بسیار چشمگیرتر و مهم‌تر از تغییراتی است که ناشی از گسترش سایر فعالیت‌های اقتصادی است. به طور نمونه تجهیزات مورد نیاز جهانگردان نظیر مهمانسراها، رستوران‌ها و مکان‌های تفریحی که در کرانه‌های دریاها، نواحی کوهستانی، مناطق جنگلی و در اطراف چشمه‌های آب گرم معدنی تاسیس شده‌اند، گویای نقش و تاثیر جهانگردی در دگرگون ساختن چهره زمین است (محلای، ۱۳۸۰: ۱۳).

صنعت گردشگری پس از اتمام جنگ جهانی دوم (۱۹۵۰)، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه روز افزون راه‌ها و شبکه‌های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت، بطوریکه امروزه گردشگری به یک پدیده وازنماهای عصر تمدن تبدیل شده است (لانکوار، ۱۳۸۱: ۱۰). به‌علت ویژگی‌های منحصر به فرد گردشگری، این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب‌نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت یافته است. این صنعت در سال‌های اخیر در رشته‌های مطرح اقتصادی جهان بعد از نفت و خود رسازی مقام سوم را دارا بوده و بر اساس پیش‌بینی محققان تا سال ۲۰۱۵، به عنوان بزرگترین صنعت و فعالیت اقتصادی جهان در خواهد آمد. به نظر می‌رسد کشورهای

صاحب نفت و کشورهایی که تنها یک منبع درآمد در اختیار دارند باید به صنعت گردشگری اهمیت داده و به راحتی از آن عبور نمایند چرا که عامل بسیار مهمی در تنوع درآمد آنهاست. کشور ایران با پیشینه تمدنی کهن و جاذبه‌های متنوع تاریخی، فرهنگی و زیست محیطی هنوز از مزایای این صنعت در جایگاه و سهم متناسب با خود استفاده نکرده‌است و با وجود اینکه در تمامی برنامه‌های توسعه سال‌های اخیر، به رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده، ولی در مقام عمل موفقیتی در این زمینه بدست نیاورده است. رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به عنوان یکی از راهکارهای رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع سازی منابع درآمد کشور، باید بیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران کشور قرار گیرد. با توجه به این مطالب، کار حاضر تلاش دارد نسبت به شناسایی عوامل تاثیرگذار بر رشد و توسعه صنعت جهانگردی در ایران اقدام نموده و ضمن شناسایی موثرترین عوامل، راهکارهای لازم و اساسی در توسعه و رشد را جهت استفاده متولیان و بخش‌های خصوصی و دولتی صنعت جهانگردی ارائه دهد.

## گردشگری

### تعریف گردشگری یا توریسم

واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله‌ای انگلیسی به نام Sporting Magazine (مجله ورزشی) بکار برده شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلای، ۱۳۸۰: ۲۰). از آن زمان تاکنون معانی و تعاریف متعددی از طریق صاحب نظران ارائه شده است. در این جا به ارائه تعریف گردشگری که از طرف سازمان ملل، بر اساس پیشنهاد کنفرانس بین‌المللی ترانسپورت و گردشگری آن سازمان در رم، به تصویب رسیده می‌پردازیم:

"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، ۱۳۷۴: ۵). گردشگری

عبارت است از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره برداری از لذت‌های گردشگری (صدرموسوی، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

## اهمیت گردشگری

به طور کلی صنعت توریسم از دو جهت دارای اهمیت است: اولاً موجب آشنایی مردم با دیگر فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها، گویش‌ها و ... می‌شود و ثانیاً از نظر اقتصادی یکی از منابع مهم درآمد و ارز و نیز ایجاد اشتغال محسوب می‌شود که امروزه جنبه اقتصادی آن بیشتر مورد توجه قرار گرفت است. گردشگری در بسیاری از کشورهای بزرگ و کوچک جهان، از بزرگ‌ترین و سودآورترین صنایع آن کشورها است. آمار نشان می‌دهد ۱۱ درصد نیروی کار در کشورهای توسعه یافته در بخش توریسم فعال بوده و سالانه ۳۰ تا ۴۰ میلیارد دلار در آمد از این راه نصیب این کشورها می‌شود. جهانگردی یکی از مطمئن‌ترین، پاک‌ترین و ارزان‌ترین منابع کسب درآمد ارزی است (حسینی، ۱۳۸۶: ۴). آگاهان اقتصادی معتقدند گردشگری بخشی از مجموعه عظیم اقتصاد است که در حد بسیار زیادی با رگه‌های فرهنگی گره خورده است.

کشور ایران با پیشینه تمدنی کهن و جاذبه‌های متنوع توریستی و موقعیت برجسته اقلیمی، ضمن آنکه خواهان منافع اقتصادی ناشی از صنعت توریست از جمله اشتغالزایی و درآمد ارزی است، بر حفظ ارزش‌های متعالی و هویت فرهنگی و تمدنی خود نیز تاکید دارد که در این زمینه لازم است قدم‌های مهمی برداشته شود. طبق آخرین آمار موجود سال ۸۲، سه میلیون نفر ایرانی به خارج از کشور سفر کرده‌اند که انگیزه عمده آنان تفریح و گذران اوقات فراغت بوده است. این در حالی است که در طی این مدت تنها ۷۰۰ هزار گردشگر به کشور ایران وارد شده است. با این رقم، ایران در حال حاضر تنها یک صدم درصد از سهم گردشگری جهان را در اختیار دارد (جمشیدی، ۱۳۸۲: ۷) کشور ایران علی‌رغم رشد شتابان در این صنعت، کماکان با سایر رقبای خود اختلاف فاحشی دارد و فقط توانسته است از کشورهایی مانند پاکستان و عمان پیشی بگیرد و سهم خود را از توریسم آسیا با کشور اردن در یک ردیف قرار دهد. مقایسه درآمد کسب شده توسط کشور ترکیه و همچنین آثار گردشگری این کشور از لحاظ

جاذبه‌های تاریخی فرهنگی و طبیعی، با کشور ایران، نشان دهنده آن است که سالانه چه مقدار از ظرفیت این صنعت را از دست می‌دهیم. مطالعات انجام شده توسط آژانس‌های بین‌المللی وابسته به سازمان ملل نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۱۰ تعداد گردشگران بین‌المللی به رقمی بالغ بر یک میلیارد نفر خواهد رسید. براساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی (WTO)، در برنامه چشم انداز توریسم در سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران در سراسر جهان به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. در این راستا سازمان جهانگردی پیش‌بینی می‌کند منطقه خاورمیانه پس از منطقه شرق آسیا بالاترین میزان رشد توریسم را در جهان دارا باشد. کارشناسان این سازمان بر این باورند که تا سال ۲۰۱۰ میلادی، ۳۶ میلیون نفر از منطقه خاورمیانه بازدید خواهند کرد و این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۶۹ میلیون نفر افزایش خواهد یافت (غلامی، ۱۳۸۷: ۲۵)

### اشکال مختلف توریسم و گردشگری

بطور کلی می‌توان گردشگران را برحسب نوع گردشگری به دو دسته تقسیم نمود: ۱- گردشگرانی که از خارج کشور وارد می‌شوند (گردشگر خارجی) ۲- گردشگرانی که اهل یا مقیم آن کشورند (گردشگر داخلی یا بومی). بعلاوه سهولتی که در بطن گردشگری داخلی وجود دارد، این نوع گردشگری از رونق بیشتری برخوردار است که از جمله عوامل این سهولت عبارتند از: ۱- کوتاهی فاصله، ۲- آشنایی قبلی با محیط و فضا، ۳- آشنایی با زبان رایج، ۴- حذف مقررات عبور از مرز و گمرکات و تبدیل پول، ۵- اطمینان کلی مسافر به امنیت ناشی از بومی بودن، ۶- هزینه کم سفر در مقایسه با سفرهای خارجی. (کیهانی، ۱۳۸۲: ۹۲). اگرچه می‌توان بین گردشگران داخلی و خارجی تمایز اصلی قائل شد، با اینحال در بعضی از نقاط جهان این تمایز در حال محو شدن است (مثلاً در جامعه اروپا). گردشگری همچنین از نظر "جاذبه‌های گردشگری" به پنج گروه تقسیم می‌شوند: ۱- جاذبه‌های طبیعی (اکوتوریسم) ۲- جاذبه‌های فرهنگی ۳- جاذبه‌های مذهبی ۴- جاذبه‌های اقتصادی ۵- جاذبه‌های ورزشی (غمخوار، ۱۳۸۰: ۳۴).

## ۲- توریسم پایدار

در حال حاضر روش‌هایی که در برنامه‌ریزی توسعه به کار می‌رود دارای هدف دسترسی به توسعه پایدار است. در روش توسعه پایدار منابع طبیعی، فرهنگی، تاریخی و غیره ضمن استفاده در جامعه روز برای استفاده در آینده نیز حفظ می‌شوند. روش توسعه پایدار در برنامه‌ریزی جهانگردی بسیار حائز اهمیت است چرا که توسعه جهانگردی به شکلی وسیع متکی بر جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی مناطق مربوط می‌شوند. اگر این منابع نابود شوند، صنعت متکی بر آنان نیز از بین خواهد رفت.

از فواید مهم توسعه جهانگردی آن است که اگر بر اساس مفهوم پایداری به درستی توسعه یابد، می‌تواند به طور موثر به توجیه حفظ منابع طبیعی و فرهنگی یک منطقه و پرداختن هزینه برای آن کمک کند. از نظر اجتماعی این نوع جهانگردی می‌تواند فوایدی برای اجتماعات محلی داشته و بیشترین منافع جهانگردی را به ساکنان محلی برساند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۸). از جمله اصول گردشگری پایدار می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ۱- حفظ تنوع موجود
- ۲- استفاده در خور و پایداری از منابع
- ۳- جلوگیری از به هدر رفتن منابع
- ۴- حمایت از اقتصاد محلی
- ۵- دخیل کردن جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌ها
- ۶- آموزش پرسنل (اریسیان، ۱۳۸۲: ۱۰۸).

## امنیت و توریسم

توسعه و امنیت مکمل یکدیگرند. بدیهی است امنیت پایدار، مرهون توسعه پایدار است و توسعه پایدار تضمین‌کننده امنیت ملی است. امروزه هر آن چیزی که از تعریف علمی برخوردار نبوده و قواعد منطقی بر آن حاکم نباشد شکست خورده و یا حالت رکود به خود می‌گیرد. این امر در صنعت گردشگری و بعد امنیت آن نیز صادق است. به طور مثال، برای امنیت در بخش ترابری و حمل و نقل، اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و جاذبه‌ها لازم است سفرسازان و سازمان‌های گردشگری برای توسعه توریسم هماهنگی لازم را با یکدیگر داشته باشند. در علم جهانگردی واژه Availability (به مفهوم مهیا بودن) دارای اهمیت بسیار است، بعنوان نمونه در عین حالی که در بخش ترابری، جاده وجود دارد وقتی وزارت راه و ترابری، اعلام

می‌کند که در جاده‌ها روزانه بیش از ۳۰ هزار نفر کشته می‌شود بدان معناست که از نقطه نظر گردشگری جاده Avail be (مهیا) نیست. از سوی دیگر وقتی گردشگر جای مناسب برای اقامت نداشته باشد دیگر به آن محل باز نمی‌گردد (نشریه جهان هوانوردی و گردشگری، ۱۳۸۳). مواردی از این نظیر امنیت گردشگری را مختل می‌سازد. ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است.

امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. 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 حمل و نقل در امور جهانگردی وابسته است و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران‌ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. بعنوان مثال، یک شرکت سرمایه‌گذار بین‌المللی اگر در ارزیابی کارشناسی خود، محیط و مقصد مورد نظر را از نظر ویژگی امنیتی مناسب نیابد و امنیت مالی و جانی توریست را تامین نبیند قطعاً سرمایه خود را به آن منطقه منتقل نخواهد کرد. (رحیم پور، ۱۳۸۴) از طرفی، نقش و تاثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می‌دهند بر روی صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادل فرهنگ، آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند (ثبوتی، ۱۳۸۶). در این زمینه می‌توان به نقش (۱) دولت‌ها، (۲) برنامه‌ریزی، (۳) هویت فرهنگی (۴) عوامل سیاسی و اداری و (۵) شبکه راه‌ها به عنوان عناصر تأثیرگذار در امنیت جهانگردان اشاره کرد.

### امنیت توریسم در ایران

صاحب نظران معتقدند مفاهیم امنیت و احساس امنیت متفاوتند. ممکن است در جامعه‌ای امنیت باشد ولی این امنیت احساس نشود. بنابراین، لازم است بدانیم که آیا گردشگران در

کشورمان امنیت دارند و به همراه آن آیا احساس امنیت می‌کنند و اصولاً در صورت وجود عدم امنیت و یا احساس عدم امنیت، چه عواملی در آن موثر هستند. از نتایج مثبت یک سفر آن است که گردشگر متوجه می‌شود چقدر از نگرانی‌ها و ترس‌هایش قابل اعتنا و چه مقدار تحت تاثیر تبلیغات و پیش‌فرض‌های ذهنی خود او قرار دارد. تجربه دست‌اندرکاران صنعت گردشگری در ایران حاکی است بیشتر گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند، در ابتدای ورود احساس عدم امنیت دارند ولی در انتهای سفر، ایران را امن تلقی می‌کنند (نورآقایی، ۱۳۸۶).

در حالت کلی مقاصد گردشگری در تمامی نقاط مختلف یک کشور پراکنده است و در صورتی که امنیت در این مناطق تامین شود ضریب امنیت ملی آن کشور نیز افزایش می‌باید (حسینی، ۱۳۸۶: ۴).

جهانگردان قرار است سفیرانی باشند که کشور ما و امنیت موجود در آن را همانطور که هست، در عرصه بین‌الملل توصیف کنند. اکنون کارشناسان گردشگری بر این باورند که رابطه امنیت ملی و گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد، به طوری که تعریف جدیدی از امنیت ملی در سایه حضور گردشگران خارجی و شناخت واقعیت‌های داخلی و انتقال آن‌ها به خارج ضروری و لازم است. امنیت داخلی و ملی شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری در هر کشوری است که می‌خواهد خود را با مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد. امروزه برخی کارشناسان بر این باورند که با تداوم سیاست‌های تنش‌زدایی در روابط خارجی و کاهش حساسیت‌های بین‌المللی نسبت به سیاست‌های خارجی ایران، می‌توان به ایجاد زمینه مساعد برای جلب گردشگران کمک کرد. در این رابطه ضرورت دارد که جاذبه‌های گردشگری ایران در خارج از مرزها به نحو مطلوب تبلیغ گردد و زمینه‌های لازم برای سهولت رفت و آمد گردشگران خارجی به ایران فراهم آید. ایران سرشار از جاذبه‌های فرهنگی و اکوتوریستی است و باید از این مزیت برای توسعه فرهنگی و اقتصادی آن استفاده نمود. رشد و توسعه اقتصادی پدیده‌ای کامل امنیت محور بوده و یکی از بخش‌های اقتصادی که در صورت عدم وجود امنیت به شدت آسیب می‌بیند، صنعت گردشگری است. همانطور که قبلاً اشاره شد میان گردشگری و ثبات و توسعه امنیت، رابطه‌ای تعریف شده وجود دارد. کارشناسان بر این باورند که در ایران امنیت کافی برای گردشگران وجود دارد اما مشکل اصلی در حوزه جذب



گردشگران نبود تبلیغات از سوی ایران، و تبلیغات سو کشورهای دیگر علیه ایران است. باید توجه داشت توسعه صنعت گردشگری در هر کشور نشان دهنده ثبات امنیت ملی در آن کشور است. در این رابطه بسیار حائز اهمیت است که بدانیم امنیت را در چه مقوله‌هایی باید به وجود بیاوریم، مساله‌ای که برای حل آن نیازمند به شناخت تهدیدها و فرصت‌ها هستیم.

### موانع اصلی توسعه جهانگردی در ایران

همانطوریکه قبلاً اشاره شد کشور ایران علی‌رغم غنا و تنوع فرهنگی، تمدنی، جاذبه‌های طبیعی واکو توریسم در مقایسه با سایر کشورها جایگاه و سهم متناسب با خود را در صنعت گردشگری کسب نکرده است. اگر چه توسعه و گسترش ایرانگردی و جهانگردی به منظور استفاده هرچه بیشتر از مزایای متعدد آن اجتناب‌ناپذیر است ولی مشکلات و تنگنانهایی در راه رشد و توسعه این صنعت وجود دارد که ذیلاً به آنها اشاره می‌شود:

- فقدان یک برنامه جامع و استراتژیک و همچنین مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه اجرایی
- فضای نامساعد تبلیغاتی جهت مخدوش کردن چهره ایران و انزوای ایران در سطح بین‌المللی،
- عدم تطبیق و هماهنگی فرهنگ جهانگردان برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی،
- فقدان نیروی انسانی کار آزموده و متخصص امور جهانگردی در دفاتر ایرانگردی و جهانگردی و بی‌اطلاعی و بی‌تجربگی کادر شاغل در موسسات جهانگردی (از قبیل خدمتگزاران هتل‌ها، کارکنان آژانس و راهنمایان جهانگردی)،
- عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش به علت عدم سودآوری، حمایت ناکافی دولت در مورد امنیت جهانگردان، اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی افراد غیرمسئول و...
- ناهماهنگی و عدم همکاری بین سازمانها و ارگان‌های دولتی که در بهبود وضع جهانگردی مؤثرند،

- تصمیم‌گیری‌های منفک سازمانها (عبدالله زاده، ۱۳۷۹:۱۷)،
  - نبود امکانات اولیه مثل اقامتگاه‌های مناسب و سرویس‌های بهداشتی،
  - تعدد مراکز تبلیغاتی و نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی،
  - عدم شرکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور،
  - ضعف کمی و کیفی امکانات رفاهی مناسب در شهرها، روستاها و اطراف مناطق گردشگری،
  - ضعف کمی و کیفی امکانات ترابری زمینی، هوایی و دریایی در مقایسه با استانداردهای جهانی،
  - فقدان تسهیلات لازم برای بخش خصوصی (مثل پرداخت وام‌های بلندمدت با بهره کم)،
  - واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی، حذف تشریفات زاید و دست و پاگیر اداری به منظور ایجاد هتل‌ها و مراکز رفاهی، تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی،
  - تصویر غیرصحیح از ایران در مجامع جهانی،
  - وجود نگاه امنیتی به مقوله گردشگری در کشور،
  - فقدان مراکز خدمات جهانگردی و محدودیت اطلاع‌رسانی
- برنامه ریزی در جهت رفع هر کدام از موانع ذکر می‌تواند در جهت ارتقای صنعت توریسم راهگشا باشد هرچند عوامل فوق عملاً در ارتباط با یکدیگر بوده و توجه به هر کدام به تنهایی نمی‌تواند به صورت زیر بنایی مشکلات موجود در این صنعت را برطرف سازد با این حال با برنامه‌ریزی مناسب می‌توان در مراحل مختلف و با الویت‌بندی مناسب در جهت رفع آنها اقدام نمود.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

امروزه صنعت جهانگردی پس از صنایع انرژی و وسایل نقلیه موتوری، بزرگترین صنعت جهان محسوب می‌شود. علیرغم اینکه کشور ایران جزو ده کشور برتر جهان از نظر وجود اماکن تاریخی، باستانی و توریستی است از نظر درآمد ارزی از طریق گردشگری در جایگاه

مناسبی قرار ندارد و این نشان دهنده ضعف سیستم‌های مرتبط با صنعت گردشگری در آن است. از مهمترین عواملی موثر در صنعت توریسم در هر کشور میزان امنیت یا میزان احساس امنیت گردشگران در آن کشور است. بنابراین گام اول در بهبود صنعت توریسم در ایران برقراری و تضمین امنیت فراگیر، هم در بعد خارجی و هم در بعد داخلی و ملی آن است. به منظور تحقق این هدف لازم است ضمن ارتقای امنیت با به کارگیری وسایل ارتباطی و رسانه‌های بین‌المللی، وجود امنیت کامل در کشور را به سمع و نظر عموم مردم و جهانگردان همه کشورهای جهان رساند تا تصویر نادرست فقدان امنیت در کشور، مانع از رشد و توسعه صنعت توریسم نشود. (اولوانی، ۱۳۷۹: ۴۳) ایجاد امنیت و ایجاد احساس امنیت تنها به مقوله تامین امنیت جانی و مالی و کاهش جرائم خیابانی ختم نمی‌شود، بلکه موضوع فراتر از آن بوده و لازم است برای آن چاره‌ای اندیشید. در این رابطه به طور نمونه وجود هتل‌های مطمئن و رستوران‌های بهداشتی در ایجاد احساس امنیت موثر است. همچنین، در کشورهایی که پول تقلبی در آن‌ها فراوان است، عدم اعتماد در گردشگران دیده می‌شود که این موضوع خود به امنیت روانی گردشگر صدمه وارد می‌کند که البته در کشور ما این موضوع مشکل حادی نیست. پاکیزگی شهر، حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی و احترام به محیط زیست، از دیگر مواردی هستند که ناخودآگاه احساس امنیت یا عدم احساس امنیت گردشگر را تحت تاثیر قرار می‌دهند. ما برای این که بتوانیم از امنیت گردشگری در ایران برای جهانیان سخن بگوییم، باید از همه‌ی زوایا به آن توجه کنیم. از نقش تبادلات فرهنگی و معادلات سیاسی و تفکرات اقتصادی گرفته، تا نقش نیروی‌های انتظامی و دست‌اندرکاران گردشگری و مردم کوچک و بازار که در این میان بسیار مهم و قابل بررسی است. زمانی گردشگری در کشوری رونق می‌یابد، که توجه دولت آن کشور برای تامین امنیت گردشگران بیشتر شده باشد.

با توجه به مطالب ذکر شده در خصوص نقش امنیت در توسعه گردشگری، جهت ارتقای و بهبود وضعیت گردشگری داخلی و خارجی موارد زیر پیشنهاد می‌گردد.

- ارائه تعریفی مناسب و جامع از صنعت گردشگری و اهداف مورد نظر، که در آن جهانگردی و ایرانگردی یک تهدیده نبوده و جهانگردان نه تهدید بلکه فرصت تلقی گردند.

- برنامه ریزی جامع و کلان در بخش جهانگردی با مشارکت تمام بخش‌های مربوطه

- برگزاری دوره‌های کوتاه مدت در جهت افزایش دانش‌های جدید مدیریت در صنعت گردشگری برای مدیران
- افزایش امنیت مرزی و داخلی
- جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی بر علیه گردشگران بین‌المللی
- ارائه راهکارهایی برای کاهش مشکلات سیاسی مرتبط
- بسط و گسترش خطوط ارتباطی و استفاده از وسایل مدرن حمل و نقل، توسعه خدمات هواپیمایی و فرودگاهی، و بهبود تاسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب و....
- برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های اختصاصی در سطح بین‌المللی جهت شناساندن ظرفیت‌های گردشگری کشور ایران و شرکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور
- انتشار دایمی کتاب‌ها، مقالات، کاتالوگ‌ها و عکس‌ها از جاذبه‌های گردشگری ایران و برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مختلف در جهت توسعه و ارتقای امنیت
- تربیت پلیس راهنمای گردشگری
- توسعه اماکن اقامتی، پذیرایی، ورزشی و تفریحی همراه با ارتقای سطح امکانات و خدمات آنها
- ایجاد شرکت‌ها و موسسات گردشگری و استقرار دفاتر آنها در خارج از کشور و فعالیت هدفمند آنها در راستای بازاریابی صنعت گردشگری
- تدوین طرح‌های جامع گردشگری برای هریک از استان‌های کشور با توجه به ویژگی‌های تاریخی مذهبی آنها
- تربیت نیروی انسانی ماهر و آشنا به زبان‌های بین‌المللی
- آشنایی راهنمایان تور با مسائل امنیتی به خصوص در زمینه تورهای طبیعت گردی و کویرنوردی به همراه داشتن GPS توسط راهنمایان
- تامین امنیت برای گردشگران در ساعت‌های خلوت و کم تردد در بافت‌های تاریخی
- هماهنگی و برقراری تعامل دوجانبه بین دفاتر مسافرتی و گردشگری یا راهنمایان تور و نیروی انتظامی در ارتباط با برگزاری تورهای گردشگری به خصوص کویرنوردی و طبیعت گردی.

- ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای و انجام تبلیغات در سطح بین‌المللی و به صورت گسترده در خصوص نشان دادن چهره واقعی ایران
- استفاده از تجربیات دیگر کشورها به ویژه کشورهای موفق در حوزه گردشگری.

## منابع

- ۱- الوانی، مهدی، (۱۳۷۹) " اصول و مبانی جهانگردی " نشر رهنما، چاپ دوم، ص ۴۳.
- ۲- اریسیان، نسرین، (۱۳۸۲) "گروتوریسم و نقش آن در توسعه روستایی " بررسی سیاست‌های و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران"، ناشر دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۱۰۸ تا ۱۱۰.
- ۳- ثبوتی، حجت، (۱۳۸۶) " بررسی عوامل تاثیر گذار در توسعه گردشگری استان ایلام " سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان ایلام.
- ۴- جمشیدی، محمد، (۱۳۸۲) " تعیین عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان همدان " پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صنعتی اصفهان، ص ۷.
- ۵- حسینی، نگار، (۱۳۸۶) "امنیت پایدار ثمره توسعه گردشگری است " روزنامه سرمایه، ص ۴.
- ۶- دیبایی، پرویز، (۱۳۷۰) " شناخت جهانگردی " نشر دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ص ۹۳.
- ۷- رحیم پور، علی، (۱۳۸۴) " جهانگردی، امنیت و توسعه " ماهنامه بازاریابی، شماره ۱۷، تهران.
- ۸- سازمان ایرانگردی و جهانگردی، (۱۳۸۲) " بررسی سیاست‌های و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران"، ناشر دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۱۸.
- ۹- صدر موسوی، جواد، (۱۳۸۶)، " ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران"، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۱۳۰.
- ۱۰- عبدالله زاده، محمود، (۱۳۷۹) " برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی " نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، ص ۱۷.
- ۱۱- غلامی، مسعود (۱۳۸۷) " مشکل گردشگری ایران " صنعت حمل و نقل، شماره ۲۵۵، ص ۲۵.
- ۱۲- غمخوار، اکبر (۱۳۸۰) " اصول و مبانی جهانگردی، نشر فرآمد، تهران، ص ۳۴.
- ۱۳- کیهانی حکمت، رضا (۱۳۸۲) "صنعت جهانگردی و جاذبه‌های گردشگری استان همدان" فصلنامه پژوهشی فرهنگی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، سال نهم، شماره ۳۰، ص ۷۸ تا ۹۲.