

## نقش تأمین امنیت و شناسایی کانون‌های ناامن گردشگری در افزایش شمار گردشگران به استان همدان در سال ۱۳۹۵

\* سیدمهدی پورباقر کردی<sup>۱</sup>، سپیده رضایی<sup>۲</sup>

۱. استادیار سیستم اطلاعات جغرافیایی، گروه علمی جغرافیا، دانشگاه پیام نور، ایران.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت جهانگردی، دانشگاه پیام نور، ایران.

دریافت: ۱۳۹۶/۳/۹ پذیرش: ۱۳۹۶/۷/۲۳

## The Role of Security and Identification of insecure Tourism Centers in Increasing Number of Tourists to Hamedan Province in 2016

\*Seyed Mehdi Pourbagher Kordi<sup>1</sup>, Sepideh Rezaei<sup>2</sup>

1. Assistant Professor of GIS, Dep. of Geography, Payam Noor University, Iran.

2. M.A. in Tourism Management, Payam Noor University, Iran.

Received: 30/05/2017 Accepted: 15/10/2017

### Abstract

The main objective of this research is to analyze the security of tourism and to identify the unsafe places of tourism in increasing the attraction of tourists to Hamedan province in 2016. The research method used in this study is descriptive statistics and geo-statistics techniques. The data of this research is provided through a survey. The statistical population consisted of 80 experts from the tourism companies of Hamedan province. In this research, the sample size was calculated on the basis of Cochran's statistic and Morgan table. In the most practical manner, 66 experts from tourism firms were calculated. To detect the existence or absence of a spatial structure among the insecure tourist areas, Poison diagram of the variogram or was applied by using the land survey tool in the ARCMAP software. The results indicate that the distribution of unsafe spots is not accidental and not patterned, but they follow the spherical statistical model. Also, the results of the analysis of the research data indicate that there is a significant correlation between security of tourism and security of insecure centers with increasing attraction of tourists, so that Spearman correlation coefficient test is less than 5%.

### Keywords

Security of tourists, Attracting tourists, Insecure hotspots, Hamedan province.

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، مطالعه نقش تأمین امنیت گردشگری و شناسایی نقاط ناامن گردشگری در افزایش جذب گردشگر به استان همدان در سال ۱۳۹۵ بوده است. در اجرای پژوهش از آمار توصیفی و تکنیک‌های زمین‌آمار، استفاده گردید. جامعه مورد بررسی کارشناسان بنگاه‌های گردشگری استان همدان به تعداد ۸۰ نفر بود. برای تشخیص وجود یا عدم وجود ساختار فضایی میان نقاط ناامن گردشگری با یکدیگر، اقدام به ترسیم نمودار سهمی واریوگرام یا نیم تغییرنما با استفاده از ابزار زمین‌آمار در نرم افزار ARCMAP شد. نتایج بیانگر آن است که توزیع نقاط ناامن، به طور اتفاقی و بدون الگو نبوده، بلکه از مدل آماری کروی پیروی می‌کنند. هم‌چنین بین تأمین امنیت گردشگری و تأمین امنیت کانون‌های ناامن با افزایش جذب گردشگران، رابطه معنادار مشاهده شد. به‌طوری‌که آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن کم‌تر از ۵ درصد را نشان داده است.

### واژگان کلیدی

امنیت گردشگران، جذب گردشگر، کانون‌های ناامن، استان همدان.

## مقدمه

سیر و سیاحت از قدیمی‌ترین ارکان فعالیت‌های بشری بوده است. در این میان فضای شهری از مکان‌های مهم شکل‌گیری گردشگری و جاذبه گردشگری است. بشر در طول حیات خویش به‌منظور دیدار از مناطق و سرزمین‌های مختلف همیشه در تکاپوی مسافرت و عزیمت از نقطه‌ای به نقطه دیگر زمینه برخورد فرهنگی را به وجود می‌آورد و گاه موجب اشاعه و گسترش یک الگوی فرهنگی می‌شود. همواره انسان‌ها در پرتو حس کنجکاوی خویش به‌منظور دیدار از مناظر، زیبایی‌ها و دنیای ناشناخته بیگانه به این فکر وا داشته شده‌اند که از منطقه و سرزمین خویش دل برکنده و به عزم دیدار، قصد مسافرت کنند. چنین روحیه و تفکری را می‌توان یکی از دلایل شکل‌گیری جهانگردی در جهان دانست (آشوری، ۱۳۷۶: ۳۲).

می‌توان گفت یکی از شاخص‌های توسعه هر کشوری مساوی با توسعه صنعت گردشگر و جهانگردی آن کشور است. چون تمام بخش‌ها به‌طور مستقیم با این صنعت مرتبط هستند. در جهان امروز بودجه‌ای که به مسافرت و جهانگردی اختصاص دارد، ۳ برابر بودجه‌ای است که صرف امور دفاعی و نظامی می‌شود و گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی سومین صنعت مهم جهان محسوب می‌شود. به‌طوری که در سال ۲۰۰۳ میلادی با سفر بیش از ۶۹۴ میلیون گردشگر به کشورهای مختلف جهان درآمدی در حدود ۷۰۰ میلیارد دلار وارد چرخه اقتصادی کشورها شده و شمار گردشگران جهان برای نخستین بار در تاریخ از رقم ۸۰۸ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ میلادی گذشته است (موسوی نصر، ۱۳۸۸: ۴۹).

رشد بخش گردشگری در سال گذشته میلادی در جهان ۵/۵ درصد بوده که در این میان، قاره آفریقا با ده درصد رشد، پیش‌ساز بوده است. منطقه خاورمیانه نیز از این امر مستثنی نبوده و صنعت گردشگری در کشورهای این منطقه توسعه پیدا کرده است. به‌طوری که در سال ۲۰۰۳ میلادی علی‌رغم وجود جنگ در عراق و وضعیت بد اقتصادی و مشکلات امنیتی موجود در برخی کشورهای منطقه که در امر گردشگری طبیعتاً اثر منفی دارد، بیش از ۲۸ میلیون گردشگر به منطقه خاورمیانه سفر کرده‌اند. این میزان نسبت به سال ۲۰۰۲ میلادی در حدود ۱۴ درصد افزایش داشته و درآمدی معادل ۱۳ میلیارد دلار برای این کشورها دربر داشته است. در این میان کشورهای اردن و امارات متحده عربی از بیش‌ترین رشد در این بخش برخوردار بوده‌اند (ارمغان، ۱۳۸۶: ۵۵).

علی‌رغم آنکه ایران یکی از کشورهای مستعد در زمینه گردشگری محسوب می‌شود اما متأسفانه، رشد این بخش در

کشور ما در مقایسه با دیگر کشورهای منطقه، مطلوب و قابل توجه نبوده است. وقوع جنگ تحمیلی هشت ساله، تبلیغات منفی توسط رسانه‌های خارجی و نشان‌دادن چهره منفی از کشورمان، نبود متولی امر مناسب و جابه‌جا شدن پی در پی مدیران دولتی، فقدان برنامه جامع گردشگری و جامعه آماری مناسب و توجه نکردن مسئولان به این صنعت دارای ظرفیت اشتغال‌زایی زیاد، از عوامل اصلی و بازدارنده در توسعه صنعت گردشگری در ایران محسوب می‌شود (زارعی، ۱۳۸۵: ۸۱).

جهانگردی با توجه به منابع متنوع تاریخی، طبیعی و مردم‌شناختی آن، در ایران می‌تواند در ایجاد اشتغال، تولید و درآمد، اهمیت زیادی داشته باشد. اما با این وجود و گذشت بیش از یک دهه از توجه مجدد نسبت آن، هنوز نتوانسته است سهم قابل توجهی در اقتصاد ایران داشته باشد، ناکارآمدی مدیریت مهم‌ترین علت اصلی آن است (سینایی، ۱۳۸۰: ۱۵).

امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان‌طور که یکی از متغیرهای مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به وجود آمدن امنیت می‌شود. البته نباید فراموش کرد که این قضیه همیشه هم صادق نیست، چرا که در برخی مواقع، وجود پدیده گردشگری و رفت و آمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با این وجود، صنعت گردشگری و مقوله امنیت، ارتباط تنگاتنگی با هم دارند (ارمغان، ۱۳۸۶: ۸۸). در این مورد هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است. ممکن است کشوری مانند ایران دارای امنیت اجتماعی بسیار خوبی باشد ولی فاقد «احساس امنیت» از نظر گردشگران خارجی باشد، و این معضل می‌تواند در جذب گردشگر تأثیر منفی داشته باشد.

موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر متعددی است که روی هم رفته سیستم گردشگری را تشکیل می‌دهند. این مولفه‌ها هر یک در سیستم مذکور اهمیت خاصی داشته و با سایر مؤلفه‌ها ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم‌ترین این فاکتورها که رونق و توسعه گردشگری در گرو آن است، «امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری» می‌باشد. امنیت در حالت عمومی در برگیرنده امنیت جانی و مالی گردشگران که از وظایف اولیه و اساسی دولت‌ها محسوب می‌شود. دولت‌ها موظف هستند که امنیت گردشگران بین‌المللی که وارد مرزهای یک کشور می‌شوند را تأمین کنند و برای این کار از هیچ تلاشی دریغ نوزند (موسوی نصر، ۱۳۸۸: ۷۸).

و به این موضوع اعتقاد داشت که ملاک امنیت، احساس امنیت در میان اقشار مختلف مردم است. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. براساس آن چه گفته شد، هرگاه در سطح جامعه بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می‌کنند و در پی آن است که فعالیت‌های مربوط به گردشگری رونق می‌یابد و اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آنجا سفر نمی‌کنند (ایران نژادپاریزی، ۱۳۸۸: ۶۱).

امنیت اجتماعی عبارت است از کلیه امور نظارتی بر تدارک سلامت افراد جامعه در مقابل اقدامات خشونت‌آمیز و رفع دغدغه‌های ذهنی (احساس عدم امنیت) شهروندان و یا گردشگران است (موسوی نصر، ۱۳۸۸: ۹۲).

بر اساس نگرش‌های جدید، امنیت به همان اندازه که مقوله‌ای فیزیکی است یک مقوله روانی نیز محسوب می‌شود. به عبارت دیگر امنیت هم مسئله‌ای عینی و هم ذهنی است. در بُعد عینی آن گونه که ولفرز معتقد است امنیت یعنی نبود تهدید، برای ارزش‌های کسب شده و در بُعد ذهنی عبارت است از فقدان هراس از حمله به ارزش‌های مزبور. این نگرش ذهنی و عینی به امنیت نه تنها در ارتباط با ابعاد غیر نظامی و ابعاد داخلی امنیت، بلکه حتی در ارتباط با امنیت نظامی و تهدیدهای خارجی نیز معنادار است. چنان‌که رابرت ماندل معتقد است، امنیت شامل تعقیب روانی و مادی ایمنی می‌باشد و اصولاً جزئی از مسئولیت حکومت است، تا از تهدیدات مستقیم ناشی از خارج نسبت به بقای رژیم‌ها، نظام شهروندی و شیوه زندگی شهروندان خود ممانعت به عمل آورند (هزار جریبی، ۱۳۹۰، ۱۲۹).

### پیشینه تجربی

رجبی و خان‌محمدی (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان «جرائم علیه گردشگران در مقصدهای گردشگری مطالعه موردی کلان‌شهر تهران» به بررسی مسائل امنیتی گردشگران و جرایم علیه آنان در تهران پرداختند و نتایج بررسی و مصاحبه‌ها از مسولان امر نشان داد که شهر تهران از نظر امنیت اجتماعی و محیطی در سطح مطلوبی قرار ندارد و در آن مانند خیلی از کلان‌شهرهای دیگر میزان وقوع جرائم بالاست. بیشترین جرائم علیه گردشگران خارجی در شهر تهران کیف قاپی، سرقت در مناطق مرکزی شهر و کلاهبرداری واجحاف و گران فروشی در هنگام خرید، است.

صنعت گردشگری از مهم‌ترین ابزارهای توسعه در سطح جهان شناخته شده است و پیش‌بینی می‌شود بزرگ‌ترین صنعت جهان در قرن ۱۰ میلادی باشد (Thabet, 2007: 3).

استان همدان یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری ایران هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است. اما با تمدنی غنی و داشتن آثار و ابنیه برجسته تاریخی و مذهبی و صنایع دستی متنوع و گسترده و مواهب طبیعی شاخص و کم‌نظیر به دلایلی نتوانسته در جذب گردشگران موفقیت به دست آورد (احمدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۰). این پژوهش با هدف پیگیری این مسئله، مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر مرتبط با امنیت را در جدول تحلیل آماری، آورده تا براساس نتایج جدول و تحلیل‌های آمار فضایی بتواند به سؤالات زیر پاسخ دهد:

- چه رابطه‌ای بین متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگران با افزایش شمار گردشگران به استان همدان وجود دارد؟
- چگونه می‌توان کانون‌های ناامن گردشگری در سطح استان همدان را شناسایی کرد و برای آن تمهیدات امنیتی در نظر گرفت؟

### مبانی نظری

مفهوم امنیت مانند بسیاری از مفاهیم دیگر، در طول تاریخ تغییر یافته و روندی رو به رشد داشته است. شک نیست که مفهوم «امنیت» همسان و موازی با مفهوم «بشر» تعالی یافته، تا امروزه ما تعریفی بسیار متفاوت از تعریف اولیه آن داشته باشیم. چنان‌که در دوران ماقبل از تاریخ، امنیت، تنها مربوط به حفظ بقا بود و بس. بعدها امنیت را نبود تهدید نظامی، تعریف کردند. اما امروزه کارشناسان فن، مؤلفه‌های امنیت را در تمامی ابعاد سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی پیگیری می‌کنند. حتی، می‌بینیم که مفاهیمی هم‌چون «امنیت در رسانه»، «امنیت در فضای مجازی»، «امنیت داده‌ها»، «امنیت در گردشگری» و... به وجود آمده‌اند.

به‌طور کلی، هنگامی که در جامعه‌ای بستر مناسبی فراهم است، به‌گونه‌ای که فعالیت‌های مختلف در ابعاد گوناگون، به‌طور عادی و بدون مشکلی خاص جریان پیدا کنند، آن جامعه را امن فرض می‌کنیم. اما وقتی با وجود بسیاری از تمهیدات دستیابی به امنیت افراد جامعه باز هم احساس ناامنی می‌کنند باید این نکته را به یاد آورد که مردم خود را در امان نخواهند دید مگر این که به‌گونه‌ای، احساس امنیت به ایشان القاء شود. در این میان، وجود نظم اجتماعی و اجرای عادلانه قانون از مواردی هستند که احساس امنیت را در جامعه به وجود می‌آورند و نهایتاً باید دانست

<sup>1</sup>. Social Security

کردند مؤلفه‌های تاثیرگذار بر روند افزایش گردشگران وارده به شهرک ماسوله را تبیین کنند. آن‌ها نتیجه گرفتند که در مؤلفه قیمت، تثبیت نرخ کالا و در مؤلفه ترفیع، برگزاری نمایشگاه‌ها و در مؤلفه مکان، دسترسی آسان به جاذبه‌ها و در عامل محصول، تنوع مراکز اقامتی بیشترین اهمیت در جذب و تکرار گردشگری در شهرک ماسوله را دارند.

لپ<sup>۲</sup> (۲۰۰۴)، در پژوهشی با عنوان اثرات گردشگری در یک روستای اوگانندی با روش‌های مصاحبه‌های رسمی از ۵۰ نفر ساکن روستا و ۱۵ نفر از کارکنان ادارات ملی گردشگری، با روش مصاحبه‌های غیررسمی و مشاهدات به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته و نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، نشان داد که ساکنان روستا عامل اصلی رسیدن به شانس یا آرزوها را، گردشگری عنوان کردند و برای دستیابی به توسعه پایدار معتقد به رونق گردشگری در روستایشان بودند. آنان مهم‌ترین فواید گردشگری در روستا را افزایش نقدینگی، رونق فروش محصولات کشاورزی، ارتقاء منفعت اجتماعی روستا و رسیدن به این ایده و باور که فقط رونق گردشگری در روستا می‌تواند آن‌ها را به آرزوها و به‌اصلاح «شانس» برساند (Lepp, 2004:151). سونجا سیلا لب و بورات ملفنز<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، پژوهشی تحت عنوان «رویکرد تشکیلات خلاقانه به توسعه گردشگری پایدار در مناطق روستایی» انجام داده‌اند که هدف از این پژوهش «تهیه مدل سازمان‌یافته نوین برای اماکن گردشگری در مناطق روستایی» بود. آن‌ها مدلی برپایه تئوری سیستم (گردشگری) مطرح کردند که علاوه بر نشان‌دادن مشکلات و موانع موجود گردشگری، روش‌های مدیریت بهینه گردشگری را با توجه به خدمات موجود و بالقوه اماکن گردشگری ارائه دادند.

نتایج بسیاری از پژوهش‌های علمی نشان داده است که کشورهای که دارای امنیت هستند گردشگرها نیز می‌توانند از آن بهره‌مند باشند، به عبارتی رابطه همسو بین امنیت و گردشگری وجود دارد (Tarlow, 2006: 4).

در مقاله مروری سوسان بکن<sup>۴</sup> (۲۰۱۰)، با عنوان «اهمیت اقلیم و هواشناسی برای گردشگر» نقش هر دو برای انتخاب مقصد گردشگری مهم و انتخاب‌گر بیان شده است. هم‌چنین در این مقاله فاکتورهای آب و هوایی و تأثیرات آن بر گردشگران بیان شده است و در آن نتیجه گرفته شده است که دولت‌ها با انتشار شرایط اقلیمی کشورشان و نیز معرفی سیستم‌های توانمند پیش

در پژوهش صیدایی و هدایتی مقدم (۱۳۸۹)، با موضوع «نقش امنیت در توسعه گردشگری» ضمن بررسی اهمیت گردشگری و نقش امنیت در توسعه توریسم پایدار، به بررسی موانع اصلی توسعه جهانگردی در ایران پرداخته و راهکارهایی در زمینه ارتقاء صنعت گردشگری ارائه دادند.

این پژوهشگران در پژوهش دیگری (۱۳۸۹)، با موضوع «مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران» که توسط اسدی و سایر همکاران در پاییز انجام پذیرفت، نتایج به‌دست آمده از پژوهش نشان داد مهم‌ترین مواردی که گردشگران ورزشی قبل از سفر خودبه ایران درمورد آن‌ها احساس ناامنی می‌کردند عبارت بودند از: پرخاشگری اجتماعی، احساس ناامنی در حریم شخصی، دزدی ۳۴/۸ درصد از گردشگران ورزشی اعلام کردند که قبل از سفر به ایران در مورد مسئله امنیت احساس نگرانی نمی‌کردند.

در پژوهشی که ربانی و همکاران (۱۳۹۰)، با موضوع «نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری در شهر اصفهان» انجام دادند، نتیجه گرفتند که میزان رضایت مندی گردشگران خارجی از امنیت در شهر اصفهان زیاد بوده است. در این میان از نحوه اطلاع‌رسانی پلیس، نظارت پلیس بر عملکرد (هتل‌ها، رستوران‌ها و بنگاه‌های گردشگری) و هم‌چنین تراکم زیاد در برخی از مراکز گردشگری، رضایت کم‌تری داشته‌اند. تعداد زیادی از گردشگران خارجی با توجه به وضعیت امنیتی که در شهر اصفهان وجود داشته، تمایل داشته‌اند دوباره به این شهر مسافرت کنند و یا آن را به سایر دوستان و آشنایان برای سفر معرفی کنند. نتایج پژوهش نشان داد، رابطه معناداری بین متغیرهای مطرح شده وجود دارد. هم‌چنین نتایج حاکی از این بود که رابطه بین حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری و میزان احساس امنیت روانی گردشگران خارجی، معنادار نیست.

رضا دوست، نجفی و بابایی (۱۳۹۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش پلیس در امنیت گردشگری در ایران» با روش توصیفی و تحلیلی به بررسی رابطه بین پلیس و امنیت گردشگری پرداختند و نتیجه گرفتند که حضور فیزیکی و راهنمایی پلیس به گردشگران خارجی باعث احساس امنیت گردشگران و سفر مجدد آن‌ها به ایران گشته است.

حسینی کلکوه و حبیبی (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر عوامل آمیخته بازاریابی (P4) در افزایش جذب گردشگر» با پیمایش میدانی و روش پژوهش توصیفی و تحلیلی به گردآوری داده براساس پرسش‌نامه محقق ساخته و بر اساس ترکیب چهار مؤلفه (مکان، محصول، قیمت و ترفیع)، سعی

<sup>2</sup> LEPP

<sup>3</sup> Lebe, S. S & Milfelner, B

<sup>4</sup> Becken.

امینتی ایران داشتند و عامل آن را رسانه‌های غربی اعلام داشتند. آن‌ها در آخر پیشنهاد دادند که با استفاده از شبکه جهانی اینترنت و کانال‌های ماهواره‌ای واقعیت امنیتی ایران به جهان نشان داده شود.

دیوید مک بیکر<sup>۷</sup> (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیرات تروریسم در صنعت سفر و گردشگری» تأثیر تروریسم و افراطی‌گری در گردشگری را در قالب بیکاری، بی‌خانمانی، کسری بودجه و بسیاری از مشکلات اجتماعی و اقتصادی و نیز پیامدهای منفی در سایر صنایع وابسته به گردشگری مثل خطوط هوایی، هتل‌ها، رستوران‌ها و فروشگاه‌ها بیان کرده است. ایشان تأثیر منفی تروریسم در گردشگری را بسیار پیچیده، دنباله‌دار و چندجانبه‌ای دانست. وی در نتایج پژوهش خود «نگرش» و تفکر را از عوامل اصلی رفتارهای خرید گردشگری دانستند. به طوری که فردی با نگرش منفی نسبت به یک مقصد گردشگری که حادثه تروریستی در آن اتفاق افتاده در تصمیم‌گیری برای انتخاب همان مقصد دچار تزلزل یا ناپایداری گردشگری می‌شود. در این مقاله خطر تروریسم و پیامدهای منفی آن مهم‌ترین چالش توسعه صنعت گردشگری در عصر حاضر بیان شد (Baker, 2014: 64).

مهم‌ترین تفاوت این پژوهش با سایر پژوهش‌های مشابه، این است که در آن علاوه بر گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه‌ای از سامانه‌های اطلاعات جغرافیایی در تحلیل فضایی گردشگری استان همدان نیز استفاده شده است. تحلیل فضایی<sup>۸</sup> به تشخیص و درک بهتر روابط فضایی میان داده‌ها کمک می‌کند (نوریان و ضیایی، ۱۳۸۶: ۹). هدف از تحلیل فضایی تحلیل پراکنندگی‌ها یعنی توصیف ساختار فضایی و استدلال این ساختارها از طریق روابط فضایی و سرانجام برنامه‌ریزی فضایی فعالیت انسان‌هاست (علیچانی، ۱۳۹۴: ۱). در این پژوهش، پایگاه داده گردشگری، ذخیره‌سازی، جستجو و بازیابی، ویرایش و به‌روزرسانی اطلاعات گردشگری به‌منظور مدیریت و تجزیه و تحلیل اطلاعات مکانی صنعت گردشگری همراه با نمایش هم‌زمان داده‌های فضایی و توصیفی و تلفیق با سایر داده‌های

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از آمار توصیفی و تحلیل فضایی گردشگری در سامانه اطلاعات جغرافیایی استفاده نموده است. همچنین در این پژوهش از روش‌های تحلیل آماری مثل رسم منحنی نیم‌تعبیرنا

بینی‌های هواشناسی می‌توانند در جذب توریسم و جلب اعتماد آن‌ها مؤثر باشند.

مکینک و سویکل<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) با بررسی «ساختار بحران‌های امنیتی و ایمنی در گردشگری» و با استفاده از اینترنت برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مهم‌ترین بحران‌های رخ داده در مقاصد گردشگری، اقدام به طراحی مدل ساختار یافته‌ای کردند که علل عمومی و شایع بحران در صنعت گردشگری کمک شایانی به مدیران امر می‌کند. در ساختار مذکور علل بحران‌های امنیتی به دو بخش کلی الف) علل طبیعی- تکنولوژیکی مثل سوانح بزرگ صنعتی، سوانح هوایی، خطای سیستم‌های اعلام حریق و سیستم‌های رایانه‌ای و انسانی بلایای طبیعی مثل زمین لرزه، سقوط بهمن، سیل، سونامی و توفان‌های سیکلونی، تورنادو که بسته به موقعیت جغرافیایی کشورها این عوامل بیش‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد ب) علل سیاسی- اجتماعی مثل سیاست‌های دولت درقبال گردشگری روابط بین‌المللی دولت‌ها، تروریسم و افراط‌گرایی، هواپیماربابی، بمب‌گذاری و تیراندازی تقسیم شده‌اند که هر کدام به جزئیات بیش‌تری تقسیم می‌شوند. آنان معتقدند با شناخت انواع علل بحران‌های گردشگری مثل ساختار مذکور می‌توان اقدامات پیشگیرانه یا درمانی را در فرایند برنامه‌ریزی تجویز کرد همچنین می‌توان با این رویکرد مناطق گردشگری را به سطوح خطرات متفاوتی طبقه‌بندی کرد که در پانزده سال گذشته عامل ترس و تروریسم به شدت صنعت گردشگری را تحت تأثیر خود قرار داده است (Cvikl, 2013: 43, 47).

قاسمی<sup>۶</sup>، جلال آبادی، پورموسوی و کیانی (۲۰۱۴)، در مقاله انگلیسی با عنوان «تحلیل نقش امنیت در توسعه گردشگران خارجی به ایران» به موانع اصلی ورود گردشگران خارجی به ایران پرداختند. آن‌ها با روش مصاحبه و پرسش‌نامه از ۱۵۰ نفر از کل گردشگران خارجی که در پاییز و زمستان سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۳ وارد ایران شده بودند، نتیجه گرفتند که تصورات منفی در چند دهه اخیر در ذهن مردم جهان راجع به امنیت ایران شکل گرفته که این عامل اصلی رکود گردشگران خارجی به ایران بوده است. به طوری که گردشگران، امنیت ایران را مانند امنیت کشورهای جنگ‌زده مثل عراق و افغانستان می‌دانستند. همچنین نتیجه گرفتند که حداقل ۵۰ درصد از گردشگران خارجی قبل از ورود به ایران تصورات اشتباهی راجع به مردم و وضعیت

<sup>7</sup> Baker

<sup>8</sup> Spatial analysis

<sup>5</sup> Mekinc & Cvikl.

<sup>6</sup> Ghasemi

است. یکی از ابزارهای مطالعات زمین‌آمار، تابع آماری به نام سمی واریوگرام<sup>۱۰</sup> یا نیم تغییرنا است که امکان تجزیه و تحلیل ساختار تغییرات مکانی متغیرهای ناحیه‌ای را فراهم می‌آورد. بنابراین برای تخمین نقاط مجهول از نقاط معلوم که میان‌یابی یا درون‌یابی نامیده می‌شود، از تخمین‌گرهای زمین‌آمار استفاده می‌شود. در زمین‌آمار ابتدا به بررسی وجود یا عدم وجود ساختار فضایی بین داده‌ها پرداخته و در صورت وجود ساختار فضایی تحلیل داده‌ها انجام می‌گیرد.

برای درک بهتر ساختار فضایی نمونه‌های برداشت شده و انتخاب بهترین روش در درون‌یابی، خود همبستگی فضایی<sup>۱۱</sup> بین نمونه‌ها مطالعه می‌شود. این بررسی را می‌توان با ترسیم فاصله بین نمونه‌ها و واریانس ارزش نمونه‌ها یا به عبارت دیگر سمی واریوگرام‌ها به دست آورد واریانس بین نقاطی که به اندازه  $h$  از هم فاصله دارند، ارتباط متقابل آن دو را نسبت به هم بیان می‌کند و وابستگی نقاط نزدیک به هم، دلیلی بر وجود ساختار فضایی است، به طوری که اگر واریانس بین نقاطی به فاصله  $h$  کوچک باشد، وابستگی بین آن نقاط زیاد است. واریانسی را که وابسته به فاصله است را واریوگرام یا تغییرنا می‌نامند و آن را با نماد  $2y(h)$  نشان می‌دهند که معمولاً به جای واریوگرام، از سمی واریوگرام (یا نیم تغییرنا به علت درک آسانتر) با نماد  $y(h)$  استفاده می‌شود.

سمی واریوگرام، براساس نصف میانگین مربع واریانس بین نقاط براساس فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$Y(s_i, s_j) = 0/5 \times \text{var}(Z(s_i) - Z(s_j)) \quad ۱.$$

که مفهوم آن این است که:

۲. Semivariogram (distance  $h$ ) =  $0/5 \times \text{average}[(\text{value at location } i - \text{value at location } j)^2]$   
 سمی واریوگرام، براساس این تفکر که خواص پدیده‌ها در مکان‌های نزدیک‌تر شباهت بیشتری دارند تا در فاصله‌های دورتر، درجه وابستگی یا همبستگی بین نقاط را اندازه‌گیری می‌کند (قهرودی و بابایی، ۱۳۸۹: ۹۲). در محور طولی ( $X$ ) یک سمی واریوگرام فاصله بین نمونه‌ها و در محور عرضی ( $Y$ ) مربع اختلاف بین مقدار یا واریانس نمونه‌ها ترسیم می‌شود (شکل ۱) و هر نقطه در نمودار سمی واریوگرام موقعیتی از دو نقطه را نشان می‌دهد اگر همبستگی فضایی بین داده‌ها وجود داشته باشد دو جفت به هم نزدیک در قسمت چپ محور  $X$  و پایین محور  $Y$  قرار می‌گیرند همانطور که نقاط از هم دور

برای بررسی ساختار فضایی نمونه‌ها استفاده شده است. برای تشخیص و درک بهتر روابط فضایی میان داده‌های گردشگری، از تحلیل فضایی در GIS استفاده شد. در همین راستا از ابزارهای زمین‌آمار جهت ترسیم نقشه‌های مکان‌های ناامن گردشگری و ارتباط فضایی آن با مکان‌های موجود گردشگری استفاده شده است. به عبارت دیگر برای شناسایی مناطقی که از امنیت پایینی برخوردارند و ممکن است مانع ورود گردشگران خارجی شود، از تحلیل فضایی اطلاعات گردشگری استان در سامانه GIS بهره‌گرفته شد. از نظر هدف، نوع پژوهش کاربردی است و نتایج آن مبتنی بر آمار موجود در پرسش‌نامه محقق ساخته است. داده‌ها از طریق پیمایشی (نظر خواهی) فراهم شد. پیمایشی از این جهت که هرگاه مطالعات به گردآوری اطلاعات درباره مردم و نحوه تفکر ایشان محدود باشد و از آنان درباره خودشان و دیگران سؤال شود به پژوهش پیمایشی پرداخته شده است. در پژوهش‌های پیمایشی به گردآوری این قبیل اطلاعات اقدام می‌شود و برای درک و روشنی بیشتر مسائل مطرح شده از فاکتورهای فراوانی مطلق و فراوانی درصدی در قالب جدول و نمودار کمک گرفته می‌شود (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۴۵).

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی شامل فراوانی، میانگین، انحراف معیار و هم‌چنین از آمار استنباطی برای مدل‌یابی و کشف ساختار فضایی نقاط ناامن گردشگری در سطح استان استفاده شد. برای تشخیص وجود یا عدم وجود ساختار فضایی بین نقاط ناامن گردشگری، اقدام به ترسیم نمودار سمی واریوگرام یا نیم تغییرنا با استفاده از ابزار زمین‌آمار در نرم‌افزار ARCMAP شد.

استفاده از مدل‌های تحلیلی در محیط GIS برای شناسایی، تحلیل، مکان‌یابی داده‌ها و مدیریت گردشگری در شهرها، می‌تواند به حل مشکلات موجود کمک کند (مردادی و اسمعیل نژاد، ۱۳۸۷: ۳)

در این پژوهش برای بررسی مناطق ناامن گردشگری که اثر منفی در جذب گردشگری دارد، از روش تحلیل‌های آماری وابسته به مکان یا زمین‌آمار استفاده شده است. تحلیل آماری مکانی یا زمین‌آمار<sup>۹</sup> تلفیقی از دو علم آمار و زمین‌شناسی یا علوم وابسته به زمین مثل جغرافیاست که با استفاده از اطلاعات به‌دست آمده از نقاط معلوم یا نمونه‌برداری شده قادر به تخمین خصوصیت مورد نظر در نقاط مجهول یا نمونه‌برداری نشده

<sup>10</sup>. Semivariogram

<sup>11</sup>. Spatial autocorrelation

<sup>9</sup>. Geostatistical

معادل نمونه را پیدا کرد) ۶۶ نفر از مدیران بنگاه‌های گردشگری هستند؛ که در آن؛

۳.

$$n = \frac{N t^2 S^2}{N d^2 + t^2 S^2}$$

**N** تعداد کل جمعیت آماری که برای این پژوهش ۸۰ نفر بود؛  
**n** حجم نمونه برآورد شده؛

**t** ضریب اطمینان که در سطح ۹۵ درصد مقدارش ۱/۹۶ است؛  
**d** فاصله اطمینان که برای سطح اطمینان ۹۵ درصد، مقدارش ۵ درصد است؛

**S<sup>2</sup>** واریانس جامعه است و در صورت عدم اطلاع از این پارامتر می‌توان مقدارش را ۰/۵ یا نیم در نظر گرفت. یعنی نسبت‌های وجود یا عدم وجود یک صفت معین در جامعه پنجاه درصد در نظر گرفت.

پس با جای‌گذاری مقدار نمونه برآورد شده این پژوهش ۶۶ نفر به‌دست می‌آید.

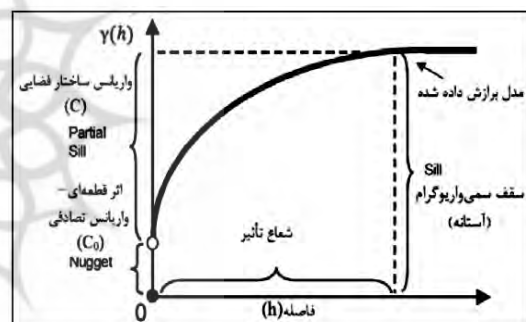
$$n = \frac{80 \times (1.96)^2 \times (0.5)^2}{80 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)^2} = 66$$

۴.

که در آن؛ **n** حجم نمونه‌گیری برآورد شده است که برای این پژوهش تعداد نمونه‌های برآوردی ۶۶ نفر به‌دست آمد، بقیه اعداد طبق فرمول ۳ جای‌گذاری شد.

در این پژوهش از اماکنی که در سطح استان بیش‌ترین ناامنی و جرم را (طبق گزارش مرکز آمار و فناوری اطلاعات قوه قضائیه) در سال ۹۵ داشته‌اند، به‌عنوان نقاط ناامن گردشگری که دارای مقادیر معلوم فراوانی جرم هستند، استفاده شده است. سپس با استفاده از فنون زمین‌آمار می‌مانند رسم منحنی نیم‌تغییرنا جهت انتخاب بهترین مدل به‌منظور پهنه‌بندی و برازش نقاط نا امن در سطح استان، مورد استفاده قرار گرفت. هم‌چنین جهت ارزیابی شعاع تأثیر مناطق ناامن و جرم‌خیز و پیشنهاد توزیع مناسب در استقرار نیروهای امنیتی از نقشه‌های ورونوی یا تیسس<sup>۱۵</sup> استفاده گردید. چند ضلعی‌های تیسس از روش‌هایی است که در آن ارزش موقعیت‌های نمونه برداری نشده با ارزش نزدیکترین نقطه‌ی نمونه‌برداری شده برابر است. چندضلعی‌های تیسس با توجه به برداشت‌های نقطه‌ای به‌این ترتیب ایجاد می‌شوند که نقاط نمونه به‌وسیله خطوط مثلثی به نزدیک‌ترین همسایه‌شان متصل می‌شود سپس عمود منصف رسم شده برای هر ضلع با دو عمودمنصف دیگر، که آن‌را قطع

می‌شوند به طرف راست محور X حرکت می‌کنند و به‌طور کلی مربع اختلافات بیش‌تر شده و در سمت بالای محور Y قرار می‌گیرد. فرض اساسی در این تحلیل آن است که نمونه‌های جفت که فاصله و جهت مشابه دارند دارای واریانس‌های مشابه نیز هستند که این رابطه ایستایی<sup>۱۲</sup> نامیده می‌شود. خود همبستگی فضایی به فاصله بین نمونه‌های جفت وابسته است و با تغییر فاصله تغییر می‌کند که چنین تغییرات فضایی پایدار در خود همبستگی را ایزوتروپی<sup>۱۳</sup> می‌نامند. امکان دارد که خود همبستگی فقط به فاصله بستگی نداشته باشد و با تغییر جهت نیز تغییر کند. اثر تغییر جهت در سمی واریوگرام ایزوتروپی<sup>۱۴</sup> نامیده می‌شود. ایزوتروپی از آن جهت اهمیت دارد که کمک به کشف تغییر جهت در خود همبستگی می‌کند که توسط مدل سمی واریوگرام قابل محاسبه است. (قهرودی و بابایی، ۱۳۸۹: ۹۳). بنابراین کشف وجود یا عدم وجود ساختار فضایی نقاط ناامن گردشگری همانند سایر متغیرهای جغرافیایی با این روش قابل بررسی است.



شکل ۱. نمودار یک سمی واریوگرام یا نیم‌تغییرنا و اجزایش  
مأخذ: حمیدیان‌پور و همکاران به نقل از جانستون کوبین، ۲۰۰۱: ۱۶۸

جامعه آماری در این پژوهش شامل ۸۰ نفر از مدیران بنگاه‌های گردشگری هستند. از آن جا که جوامع آماری معمولاً از حجم و وسعت جغرافیایی زیادی برخوردارند و محققان نمی‌توانند به تمام آن‌ها مراجعه کنند. بنابراین ناگزیرند به انتخاب جمعی از آن‌ها به‌عنوان نمونه و تعمیم نتایج آن به جامعه مورد مطالعه اکتفا کنند، در اینجاست که محقق راه نمونه‌گیری را انتخاب می‌کند (حافظ نیا، ۱۳۸۹: ۱۴۴).

در این پژوهش حجم نمونه‌گیری در محتاطانه‌ترین حالت، براساس رابطه آماری کوکران (رابطه ۳) و نیز جدول مورگان (جدولی است که فقط با دانستن اندازه جامعه می‌توان مقدار

12. Stationary  
13. Isotropy  
14. Anisotropy

15. Voronoi or thiesen polygons

استان همدان با مساحت ۲۰ هزار و ۱۷۲ کیلومترمربع، ۲/۱ درصد از کل مساحت کشور را در بر می‌گیرد. این استان بین مدارهای ۵۹ درجه و ۳۳ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۳۵ دقیقه عرض شمالی و ۳۴ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۴۹ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته است. مساحت این استان ۱۹۴۹۳ کیلومتر مربع است. استان همدان دارای انواع جاذبه‌های گردشگری فرهنگی-تاریخی و جاذبه‌های طبیعی مشهوری نظیر غار علیصدر در سطح جهان است. شکل ۲، نقشه استان همدان را همراه با توزیع فضایی مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری در محیط سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) نشان می‌دهد.

جدول ۱. سن پرسش شوندگان

ردیف	شرح	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تراکمی
۱	۱۵-۲۵ سال	۳۶	۷۲	۷۲
۲	۲۵-۳۵ سال	۶	۱۲	۸۴
۳	۳۵-۴۵ سال	۳	۶	۹۰
۴	۴۵-۵۵ سال	۴	۸	۹۸
۵	۵۵-۶۵ سال	۱	۲	۱۰۰
جمع		۵۰	۱۰۰	

#### یافته‌ها

جدول ۲، مبین دیدگاه‌های پرسش شوندگان در مورد متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر است. همان گونه که پیداست کلیه موارد ذکر شده در این جدول، از قبیل احساس آرامش روانی و امنیت خاطر، آسایش همراهمان (خانواده)، امکانات و خدمات رفاهی، تأمین امنیت جانی و مالی گردشگران، از دیدگاه پرسش شوندگان تأثیر زیادی در جذب گردشگران داشته است.

می‌کند، گره چندضلعی تیسن را می‌سازد در خاتمه، خطوط اولیه بین نقاط پاک یا برداشته می‌شود (قهرودی و بابایی، ۱۳۸۹: ۸۸). هر نقطه نمونه برداری شده فقط در یک چند ضلعی قرار می‌گیرد که این چند ضلعی بیانگر محدوده تحت تأثیر آن نمونه است.

#### معرفی متغیرها

مهم‌ترین متغیرهای مورد استفاده در این پژوهش شامل ۲۳ متغیر مؤثر در جذب گردشگر براساس مراجع موجود و نظرسنجی کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان همدان است که در جدول ۲، ارائه شده است. طبق جدول مذکور متغیرهای «سطح بهداشت مناطق گردشگری» و «امنیت مناطق گردشگری» از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در جذب گردشگر در سطح استان همدان در سال ۹۵ بوده است.

نتایج حاصل از ابزار اندازه‌گیری این پژوهش در قالب جدول‌های آماری آورده شد. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش همان پرسش‌نامه است که از دو بخش کلی زیر تشکیل شده است: بخش اول شامل سئوالاتی در خصوص مشخصات فرد آزمودنی است که فرد آزمودنی به سئوالاتی از قبیل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات پاسخ می‌دهد.

در جدول ۱، سن پرسش شوندگان به تفکیک طبقات سنی محاسبه شده است. به ترتیب میزان فراوانی نتایج عبارتند از: طبقه سنی ۱۵-۲۵ سال، ۲۶ نفر (۷۲٪)؛ طبقه سنی ۲۵-۳۵ سال، ۶ نفر (۱۲٪)؛ طبقه سنی ۳۵-۴۵ سال، ۴ نفر (۸٪)؛ طبقه سنی ۳۵-۴۵ سال، ۳ نفر (۶٪)؛ و طبقه سنی ۴۵-۵۵ سال، ۱ نفر (۲٪). لذا، سن ۸۴٪ از پرسش شوندگان، بین ۱۵-۳۵ سال قرار گرفته است. شکل ۳، نیز توزیع فراوانی سن پرسش شوندگان را نشان می‌دهد.

بخش دوم شامل ۲۳ سوال است که هر یک از بخش‌ها با مشخصات طیف لیکرت<sup>۱۶</sup> پنج گزینه‌ای است که از گزینه خیلی زیاد با امتیاز دهی +۲ شروع و به ترتیب شامل، زیاد +۱، متوسط (نظری ندارم) صفر امتیاز، کم -۱ و خیلی کم -۲ تشکیل می‌شود.

#### محدوده مورد مطالعه

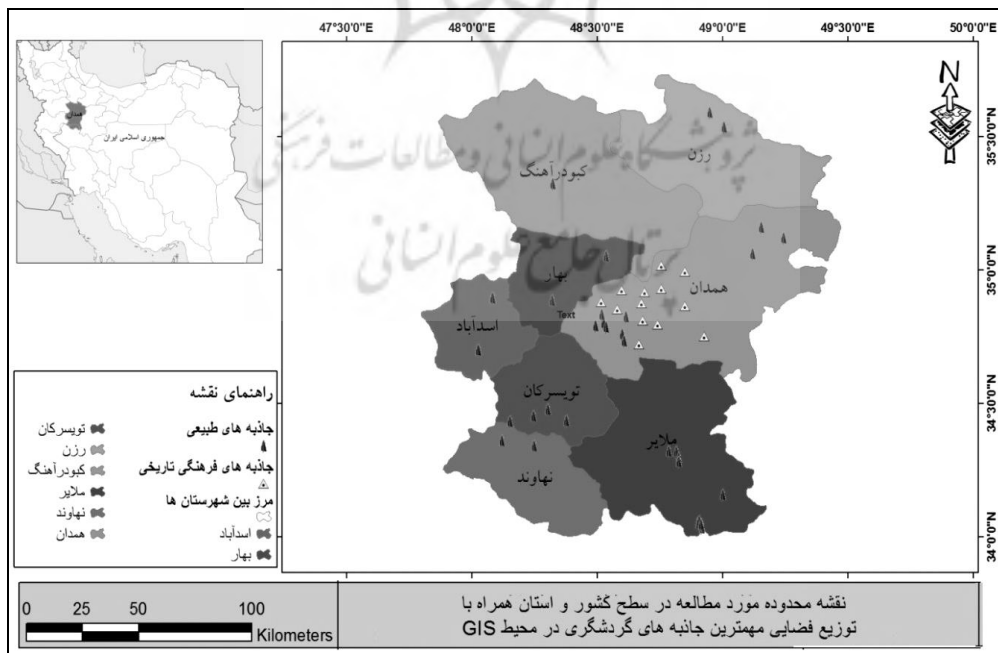
استان همدان یکی از استان‌های غربی کشور با ظرفیت گردشگری بسیار بالا به خاطر قدمت بیش از ۷۰۰۰ ساله‌اش است که استان‌های هم‌جوار شمالی، شرقی، جنوبی و غربی آن به ترتیب زنجان، قزوین، مرکزی، لرستان، کردستان و کرمانشاه هستند.

<sup>16</sup>. Likert scale

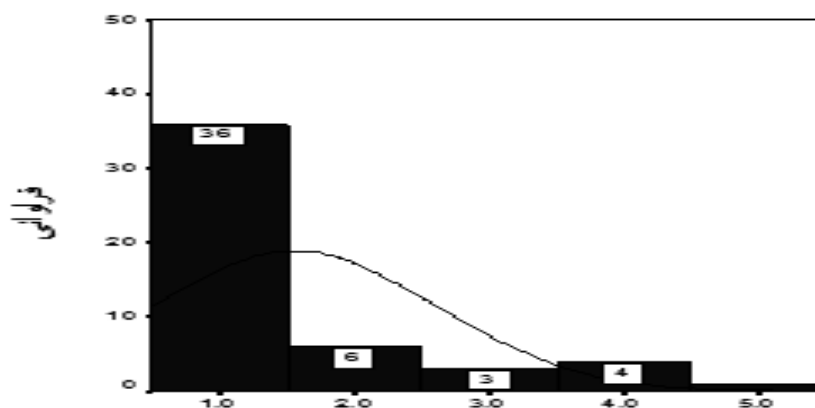


**جدول ۲. توزیع درصد فراوانی دیدگاه‌های پرسش شوندگان در مورد متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر**

ردیف	متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر	میزان اثرگذاری			
		هیچ کم	تا حدودی زیاد	زیاد خیلی زیاد	
۱	احساس آرامش روانی و امنیت خاطر در مناطق گردشگری	-	۱۲	۵۴	
۲	آسایش همراهان (خانواده)	۲	۶	۴۲	
۳	شناخت قبلی از مناطق گردشگری	۲	۳۲	۲۶	
۴	رفت و آمد بی‌دغدغه در راه‌های مواصلاتی	-	۱۶	۳۴	
۵	حضور فعال نیروی انتظامی در مناطق گردشگری	۲	۳۸	۲۲	
۶	امکانات و خدمات رفاهی مورد انتظار	۲	۱۲	۵۰	
۷	سهولت اسکان به مدت چند روز	-	۲۲	۳۸	
۸	وجود افراد بومی خُبره به‌عنوان همیاران گردشگری	۲	۲۸	۲۲	
۹	استقبال سرمایه‌گذاران برای مشارکت در توسعه گردشگری	۲	۲۰	۳۸	
۱۰	خدمات بهداشتی و درمانی مطلوب	-	۱۶	۵۶	
۱۱	خرید مطمئن از بازارها و مراکز خرید	-	۱۶	۳۶	
۱۲	کارآمدی اطلاع‌رسانی و تبلیغات رسان‌های	۲	۲۰	۲۸	
۱۳	پاکیزگی و بالابودن سطح بهداشت در مناطق گردشگری	-	۸	۷۸	
۱۴	تأمین امنیت جانی و مالی	-	۴	۷۲	
۱۵	پویایی اقتصادی مناطق گردشگری	-	۲۶	۲۰	
۱۶	مسئولیت‌پذیری مسؤلان در قبال حوادث و اتفاقات پیش‌بینی نشده	۲	۱۶	۴۰	
۱۷	قابل اعتمادبودن ناوگان حمل و نقل عمومی به‌ویژه آژانس‌ها و تاکسی‌ها	-	۱۸	۵۲	
۱۸	رعایت حرمت گردشگران در مناطق گردشگری	-	۱۶	۵۴	
۱۹	تمایل افراد بومی برای کمک به گردشگران در صورت لزوم	-	۳۶	۲۲	
۲۰	وجود خط ارتباطی مناسب بین گردشگران و مسؤلان	۲	۲۰	۳۲	
۲۱	صمیمیت و مهمان‌نوازی افراد بومی	-	۲۰	۵۰	
۲۲	خدمات ارتباطی مناسب بخصوص تلفن همراه	-	۱۲	۴۶	
۲۳	عرضه بهداشتی غذا و مواد خوراکی موردنیاز	-	۱۸	۵۲	



**شکل ۲. نقشه استان همدان به تفکیک شهرستان و توزیع فضایی امکان گردشگری**



شکل ۳. توزیع فراوانی سن پرسش شونده‌گان

جدول ۴، نشان دهنده نتایج مربوط به شناسایی و تعیین متغیرهای عمده تأثیرگذار بر جذب گردشگران خارجی با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای است. براساس جدول ۴، کلیه موارد مطرح شده، در جذب گردشگران خارجی تأثیر به سزایی دارند. بدین ترتیب می‌توان اظهار نمود که ۲۳ مورد ذکر شده در جدول ۴، مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر جذب گردشگر هستند.

رتبه بندی متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگران داخلی در جدول ۳، از میانگین و انحراف معیار جهت رتبه بندی متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر بهره‌گیری شده است. نتایج نشان‌دهنده آن است که پاکیزگی و بالابودن سطح بهداشت در مناطق گردشگری در رتبه اول (میانگین ۴/۶۲) و وجود افراد بومی خبره به‌عنوان همیاران گردشگری در رتبه آخر (میانگین ۳/۷۵) قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. نتایج رتبه‌بندی متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگران داخلی به استان همدان

ردیف	متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر	میانگین	انحراف معیار
۱	احساس آرامش روانی و امنیت خاطر در مناطق گردشگری	۴/۴۳	۰/۷۰۷
۲	آسایش همراهان (خانواده)	۴/۳۲	۰/۶۸۳
۳	شناخت قبلی از مناطق گردشگری	۳/۸۴	۰/۹۱۲
۴	رفت و آمد بی‌دغدغه در راه‌های مواصلاتی	۴/۱۴	۰/۷۶۴
۵	حضور فعال نیروی انتظامی در مناطق گردشگری	۳/۶۱	۰/۹۹۶
۶	امکانات و خدمات رفاهی مورد انتظار	۴/۲۸	۰/۹۰۴
۷	سهولت اسکان به مدت چند روز	۴/۱۶	۰/۷۶۶
۸	وجود افراد بومی خبره به‌عنوان همیاران گردشگری	۳/۷۵	۰/۹۵۷
۹	استقبال سرمایه‌گذاران برای مشارکت در توسعه گردشگری	۳/۸۴	۱/۱۶۱
۱۰	خدمات بهداشتی و درمانی مطلوب	۴/۳۶	۰/۸۲۷
۱۱	خرید مطمئن از بازارها و مراکز خرید	۴/۱۶	۰/۷۶۶
۱۲	کارآمدی اطلاع‌رسانی و تبلیغات رسان‌های	۳/۹۰	۰/۹۵۳
۱۳	پاکیزگی و بالابودن سطح بهداشت در مناطق گردشگری	۴/۶۲	۰/۸۰۵
۱۴	تأمین امنیت جانی و مالی	۴/۶۰	۰/۷۵۶
۱۵	پویایی اقتصادی مناطق گردشگری	۳/۸۲	۰/۸۲۵
۱۶	مسئولیت‌پذیری مسئولان در قبال حوادث و اتفاقات پیش‌بینی نشده	۴/۱۵	۰/۹۲۲
۱۷	قابل اعتماد بودن ناوگان حمل و نقل عمومی به‌ویژه آژانس‌ها و تاکسی‌ها	۴/۳۵	۰/۷۷۹
۱۸	رعایت حرمت گردشگران در مناطق گردشگری	۴/۳۸	۰/۷۵۳
۱۹	تمایل افراد بومی برای کمک به گردشگران در صورت لزوم	۳/۸۲	۰/۸۰۸
۲۰	وجود خط ارتباطی مناسب بین گردشگران و مسئولان	۳/۹۸	۰/۹۵۶
۲۱	صمیمیت و مهمان‌نوازی افراد بومی	۴/۲۳	۰/۹۲۸
۲۲	خدمات ارتباطی مناسب بخصوص تلفن همراه	۴/۳۰	۰/۷۶۳
۲۳	عرضه بهداشتی غذا و مواد خوراکی موردنیاز	۴/۳۴	۰/۷۷۲

جدول ۴. نتایج شناسایی و تعیین متغیرهای عمده تأثیرگذار بر جذب گردشگر

ردیف	متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگر	آزمون t	سطح معناداری
۱	احساس آرامش روانی و امنیت خاطر در مناطق گردشگری	۱۴/۱۴۲	۰/۰۰۰
۲	آسایش همراهان (خانواده)	۱۳/۶۵۹	۰/۰۰۰
۳	شناخت قبلی از مناطق گردشگری	۶/۵۱۶	۰/۰۰۰
۴	رفت و آمد بی‌دغدغه در راه‌های مواصلاتی	۱۰/۴۷۴	۰/۰۰۰
۵	حضور فعال نیروی انتظامی در مناطق گردشگری	۴/۳۰۲	۰/۰۰۰
۶	امکانات و خدمات رفاهی مورد انتظار	۱۰/۰۰۸	۰/۰۰۰
۷	سهولت اسکان به مدت چند روز	۱۰/۷۱۴	۰/۰۰۰
۸	وجود افراد بومی خیره به‌عنوان همیاران گردشگری	۵/۴۳۲	۰/۰۰۰
۹	استقبال سرمایه‌گذاران برای مشارکت در توسعه گردشگری	۵/۰۴۵	۰/۰۰۰
۱۰	خدمات بهداشتی و درمانی مطلوب	۱۱/۶۲۷	۰/۰۰۰
۱۱	خرید مطمئن از بازارها و مراکز خرید	۱۰/۷۱۴	۰/۰۰۰
۱۲	کارآمدی اطلاع‌رسانی و تبلیغات رسان‌های	۶/۶۷۸	۰/۰۰۰
۱۳	پاکیزگی و بالابودن سطح بهداشت در مناطق گردشگری	۱۴/۲۲۴	۰/۰۰۰
۱۴	تأمین امنیت جانی و مالی	۱۴/۹۶۷	۰/۰۰۰
۱۵	پویایی اقتصادی مناطق گردشگری	۷/۰۲۵	۰/۰۰۰
۱۶	مسئولیت‌پذیری مسؤلان در قبال حوادث و اتفاقات پیش‌بینی نشده	۸/۶۰۷	۰/۰۰۰
۱۷	قابل اعتمادبودن ناوگان حمل و نقل عمومی به‌ویژه آژانس‌ها و تاکسی‌ها	۱۲/۱۰۹	۰/۰۰۰
۱۸	رعایت حرمت گردشگران در مناطق گردشگری	۱۲/۹۶۰	۰/۰۰۰
۱۹	تمایل افراد بومی برای کمک به گردشگران در صورت لزوم	۷/۰۷۱	۰/۰۰۰
۲۰	وجود خط ارتباطی مناسب بین گردشگران و مسؤلان	۷/۰۹۴	۰/۰۰۰
۲۱	صمیمیت و مهمان‌نوازی افراد بومی	۹/۱۷۶	۰/۰۰۰
۲۲	خدمات ارتباطی مناسب بخصوص تلفن همراه	۱۲/۰۵۳	۰/۰۰۰
۲۳	عرضه بهداشتی غذا و مواد خوراکی موردنیاز	۱۲/۲۷۰	۰/۰۰۰

اثر جهت نمونه‌ها است. بدین معنی که بین نقاط ناامن، خودهمبستگی فضایی معناداری وجود دارد و توزیع اماکن ناامن گردشگری از ساختار فضایی مدل کروی پیروی می‌کنند. بنابراین می‌توان با کمک مدل مذکور برای منطقه مورد مطالعه، نقاط ناامن احتمالی را در مناطق گردشگری پایش و مدیریت کرد.

در منحنی سمی‌واریوگرام یا نیم‌تغییرنما، نسبت پایین واریانس تصادفی به واریانس ساختار فضایی نمونه‌ها به معنای پیوستگی مکانی و ارتباط ساختار فضایی مناطق ناامن است. چنان‌که در منحنی مذکور دیده می‌شود شروع منحنی در مبدأ مختصات و به‌عبارت دیگر مقدار عرض از مبدأ تقریباً صفر است و این نشان از برازش خوب مدل کروی برای نقاط ناامن است.

شکل تابع واریوگرام در نزدیکی مبدأ نشان دهنده میزان همبستگی و یا همگن داده‌های مورد نظر است، بدین ترتیب که شیب کم واریوگرام در نزدیکی مبدأ دلالت بر وجود پیوستگی متغیر ناحیه‌ای دارد و از مشخصات بارز این حالت، رفتار سهمی گونه واریوگرام در نزدیکی مبدأ است. به‌طوری‌که واریوگرام در مبدأ دوبار مشتق‌پذیر می‌گردد. این نوع رفتار دلالت بر وجود ساختار فضایی با پیوستگی بالا دارد و هر چه شیب واریوگرام در مبدأ بیشتر باشد ناپیوستگی متغیر ناحیه‌ای در فضای توزیع

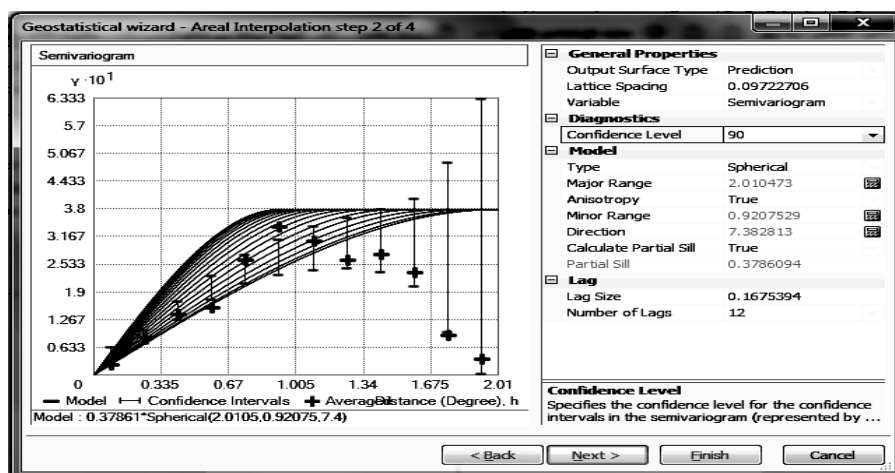
مطابق جدول‌های حاصل از نظرسنجی‌ها، یافته‌ها نشان می‌دهد که بین امنیت گردشگری و سایر متغیرهای وابسته به امنیت مثل میزان احساس امنیت، حضور مؤثر پلیس با افزایش جذب گردشگر ارتباط معناداری وجود دارد، به‌طوری‌که آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن کم‌تر از ۵ درصد به‌دست آورده شد. بنابراین، بین امنیت گردشگری با افزایش جذب گردشگر ارتباط معناداری وجود دارد و با افزایش امنیت و احساس آن می‌توان به تکرار سفر گردشگران خارجی به استان همدان امیدوار بود.

برای نشان‌دادن وجود یا عدم وجود ساختار فضایی بین نمونه‌ها (نقاط ناامن گردشگری) اقدام به ترسیم نمودار سمی واریوگرام (تغییرنما) با استفاده از ابزار زمین‌آمار درنرم افزار ARCMAP نسخه ۱۰/۱ شد (شکل ۴). هر نمودار نیم‌تغییرنمای تجربی درجه همبستگی و شباهت نمونه‌ها را نشان می‌دهد. در این جا نمودار تغییرنما، تغییرات فاصله‌ای یا ساختار تغییرپذیری نقاط ناامن گردشگری را در محدوده مورد مطالعه نشان می‌دهد. به‌طوری‌که نقاط ناامن در محلات جرم‌خیز، شانسی و بدون ساختار فضایی نبوده، بلکه تابعی از یک مدل است. همان‌طور که در شکل ۴، دیده می‌شود بهترین مدل برازشی بین نمونه‌ها، مدل کروی<sup>۱۷</sup> با

<sup>17</sup>. Spherical model

در فاصله کمی به سقف می‌رسد. بدیهی است در این حالت دامنه تأثیر کوچک‌تر خواهد بود. بنابراین ساختار فضایی در فاصله کوچکی وجود خواهد داشت (بارانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰۲۹).

بیشتر است. هم‌چنین قسمت میانی واریوگرام نشان دهنده میزان همگنی داده‌های توزیع است به این ترتیب که هر قدر شیب این قسمت از منحنی بیشتر باشد، محیط ناهمگن‌تر است و



شکل ۴. منحنی سمی واریوگرام جهتی، برای مناطق ناامن گردشگری استان همدان

## بحث و نتیجه‌گیری

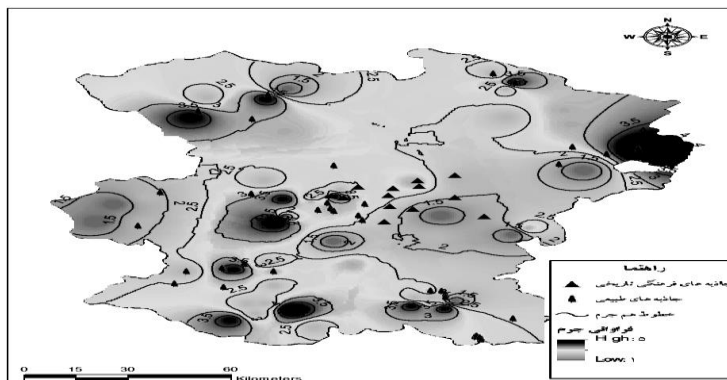
اریوگرامی خوانده می‌شود. این امر به معنی آن است که خارج از شعاع تأثیر، نمونه‌ها دیگر به هم وابسته نیستند و مستقل از همدیگر هستند (حمیدیان‌پور و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۰).

براساس یافته‌های پژوهش در جدول‌های تحلیلی می‌توان نتیجه‌گیری کرد که کلیه پارامترهای مرتبط با «امنیت» مثل احساس آرامش، حضور فعال نیروی انتظامی و... در جذب گردشگران خارجی به استان همدان مؤثر بوده است (به جدول ۴ مراجعه شود). درحالی که مهم‌ترین متغیر تأثیرگذار در جذب و پایداری گردشگران داخلی به استان همدان «پاکیزگی و بالابودن سطح بهداشت در مناطق گردشگری» عنوان شده است و گردشگران داخلی دغدغه امنیتی را برخلاف گردشگران خارجی به استان همدان نداشته‌اند (جدول ۳).

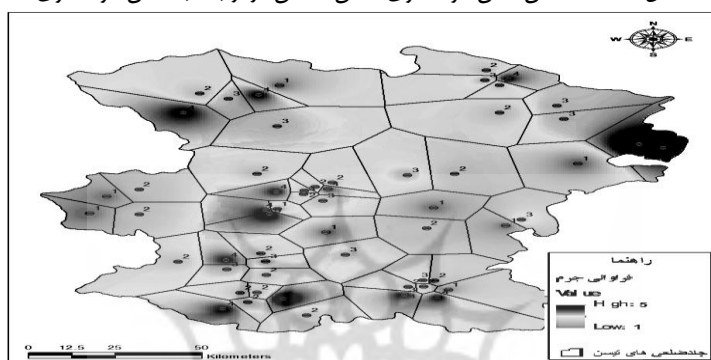
هم‌چنین مطابق نقشه شکل ۵، رسم شده توزیع فضایی اماکن ناامن گردشگری در سطح استان همدان در محیط GIS، می‌توان استنباط کرد که بعضی از منحنی‌های هم‌ارزش جرم و کانون‌های ناامن گردشگری در نزدیکی مکان‌های گردشگری توزیع یافته‌اند. ساختار فضایی چند ضلعی‌های تیسن بستگی به پراکندگی نقاط نمونه دارد به طوری که چند ضلعی‌های منظم و هم اندازه برای شبکه‌ای از نمونه‌های منظم ایجاد می‌شود و چند ضلعی‌های نامنظم برای پراکنش نامنظم نمونه‌ها همانند شکل ۶ ایجاد می‌شود (قهرودی و بابایی، ۱۳۸۹: ۸۹).

پژوهش حاضر به منظور شناسایی مهم‌ترین متغیرهای مؤثر در جذب گردشگران داخلی و خارجی به استان همدان برپایه نظرسنجی‌ها از بنگاه‌های گردشگری و گردشگران وارد شده به استان همدان و نیز شناسایی کانون‌های ناامن گردشگری استان انجام پذیرفت و در پایان پیشنهادی برای تأمین امنیت این مناطق در جهت افزایش شمار گردشگران ارائه شده است. کانون‌های ناامن گردشگری با تحلیل‌های فضایی و بررسی در ساختار فضایی نمونه‌ها قابل شناسایی هستند. اولین یافته‌ای که از این قسمت پژوهش به دست آمد این بود که نقاط ناامن گردشگری براساس منحنی نیم تغییرنمای به دست آورده شده توسط ابزار زمین‌آمار در نرم‌افزار ARCMAP، شانس و بدون الگوی ساختاریافته فضایی برخوردار نبوده بلکه از مدل آماری کروی تبعیت می‌کنند، به طوری که نقاط مذکور در بیش‌تر جهت‌ها از مبدا مختصات با شیب تقریباً کم و ملایم اوج گرفته و سپس به حالت ثابت خود می‌رسد. شیب کم منحنی بیانگر وابستگی مکانی زیاد نقاط نمونه‌برداری شده است (جلالی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹۷).

مدل کروی یکی از انواع مدل‌های سمی واریوگرام‌های سقف‌دار محسوب می‌شود. بدین معنی که، مقدار واریوگرام یا اختلاف بین نمونه‌ها تا فاصله‌ی معینی زیاد می‌شود و پس از آن به حد ثابتی می‌رسد فاصله‌ای که طی آن مقدار سمی واریوگرام به حد ثابتی می‌رسد و به حالت خط افقی نزدیک می‌شود، شعاع تأثیر یا دامنه



شکل ۵. نقشه اماکن ناامن گردشگری استان همدان در ارتباط با اماکن گردشگری



شکل ۶. محدوده‌های تحت کنترل هر مأمور برای افزایش امنیت گردشگری براساس فراوانی جرم‌های رخ داده در سال ۱۳۹۵

### راهکارها

- ۳. آشوری، داریوش (۱۳۷۶)، فرهنگ علوم انسانی، نشر مرکز، چاپ دوم.
  - ۴. ایران نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۸۸)، روش‌های تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات مدیران، چاپ چهارم.
  - ۵. بارانی، سوفیا؛ پاپن، پیوند؛ الباجی، محمد (۱۳۹۲)، تجزیه و تحلیل تغییرات مکانی هدایت هیدرولیکی خاک در منطقه زیدون، چهارمین همایش ملی مدیریت شبکه‌های آبیاری و زهکشی، اهواز: ۲۰۲۵-۲۰۳۸.
  - ۶. جلالی، قباد؛ طهرانی، محمدمهدی؛ برومند، ناصر؛ سنجری صالح (۱۳۹۲)، مقایسه روش‌های زمین‌آمار در تهیه نقشه پراکنش مکانی برخی عناصر غذایی در شرق استان مازندران، پژوهش‌های خاک (علوم خاک و آب): ۱۹۵-۲۰۴.
  - ۷. حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۹)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت، چاپ هفدهم.
  - ۸. حسینی کلکوه سیدعادل؛ حبیبی روزبه (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر عوامل آمیخته بازاریابی (P4) در افزایش جذب گردشگر (مطالعه موردی شهرک تاریخی ماسوله)، فصل‌نامه جغرافیایی فضای گردشگری، شماره ۱۵: ۱۰۵-۱۲۵.
  - ۹. احمدی، کریم؛ وظیفه دوست، حسین؛ جعفرپور، احمدنوری (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر توریسم تاریخی - فرهنگی بر توسعه پایدار
- ✓ تمهیدات ویژه امنیتی مثل حضور محسوس یا نامحسوس پلیس به تناسب فراوانی جرم‌ها در اماکن مختلف اتخاذ شود؛
  - ✓ افزایش شمار گردشگران معرفی مقاصد گردشگری همدان به دنیا با راه‌اندازی سایت‌های جذاب تبلیغاتی به زبان‌های زنده دنیا؛
  - ✓ معرفی آب و هوای متنوع ایران نیز می‌تواند در جذب گردشگران به‌خصوص اکوتوریست‌ها (بوم‌گردی یا طبیعت‌گردی)؛
  - ✓ راه‌اندازی سیستم یکپارچه اطلاعات جغرافیایی تحت وب<sup>۱۸</sup> برای ارائه اطلاعات مکانی مسیر دلخواه گردشگر و اطلاعات جامع اماکن گردشگری.

### منابع

۱. ارمغان، سیمین (۱۳۸۶)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، اسلام شهر، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.
۲. اسدی، حسن؛ پورنقی، امین؛ اصفهانی، نوشین؛ زیتونلی، حمید (۱۳۸۹)، مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران، فصل‌نامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۳: ۴۷-۶۳.

<sup>18</sup>.WEB GIS

۲۲. نوریان، فرشاد؛ ضیایی، مهدی (۱۳۸۶)، *راهنمای جامع تحلیلگر فضایی: تحلیل فضایی پیشرفته با استفاده از اطلاعات رستری و برداری، GIS: ArcView spatial analys*، انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری.
۲۳. هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰)، *احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری*، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ۲: ۱۲۱.
24. Baker, David Mc.A. (2014), *The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry*, International Journal of. Religious Tourism and Pilgrimage, 2 (1): 58-67.
25. Becken, Susanne (2010), *The Importance Of Climate And Weather For Tourism*, Land Environment and People (LEaP) Literature Review, New Zealand, Lincoln University.
26. Cooper C; Fletcher, J; Gilbert, D; Wanhill, S., (1998), *Tourism principles & Klaus deAlbuquerque (the college of Charleston, USA) & Jerome McElroy (Aint Mary's College, USA, Terrorism*. Journal of Conflict Resolution. SAGE.
27. Ghasemi, Forough; Jalalabadi, Leila; Poormoosavi, R.S; Kiyani Ghaleh. Zahra (2014), *Analyzing the role of security in developing Iran's foreign tourism*, European Online Journal of Natural and Social Sciences, 3(3): 210-216.
28. Johnston Kevin; VerHoef Jay. M; Krivoruchko Konstantin; Lucas Neil (2001), *Using ArcGIS Geostatistical Analyst- GIS by ESRI*, United States of America.
29. Lebe, S. Sibila; Milfelner, B. (2006). *Innovative organization approach to sustainable tourism development in rural areas*, Kybernetes, 8 (35):1136 -1146.
30. Lepp, A.P. (2004), *Tourism In A Rural Ugandan Village Impacts, Local Meaning And Implications For Development*, University Of Florida, Ph.D Dissertation.
31. Mekinc, J; Cvikl, H.(2013), *The Structure of Security and Safety Crises in Tourism Journal of Tourism and Services*, 4(5): 38-50.
32. Tarlow, P.E. (2006), *Terrorism and tourism*, In J. Wilks, D. Pendergast, P. Leggat (eds), *Tourism in turbulent times: towards safe experiences for visitors TICHAAWA*.
33. Thabet Abuharris, Atiya And Ruddock, Les (2007), *An approach to a strategy for improving Libyas tourism industry* International Tourism Biennia: 22-34.
- شهری همدان، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره اول: ۴۹-۷۰.
۱۰. حمیدیان پور، محسن؛ سلیقه، محمد؛ فلاح قاله‌ری، غلام‌عباس (۱۳۹۲)، *کاربرد انواع روش‌های درون‌یابی به منظور پایش و تحلیل فضایی خشکسالی (مطالعه موردی: خراسان رضوی)*، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۳۰: ۵۷-۷۰.
۱۱. ربانی، رسول؛ شاهیندی، احمد؛ دهقان نیا، محمدمنصور؛ ناظر حضرت، جعفر (۱۳۹۰)، *نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر اصفهان، فصل‌نامه مطالعات امنیت اجتماعی: ۳۹-۶۰*
۱۲. رجبی، آریتا؛ خان محمدی، مرضیه (۱۳۸۸)، *جرائم علیه گردشگران در مقصدهای گردشگری مطالعه موردی کلان‌شهر تهران*، فصل‌نامه جغرافیایی سرزمین، شماره ۳: ۷۳-۸۸.
۱۳. رضادوست، صادق؛ نجفی، علیرضا؛ بابایی، خدیجه (۱۳۹۲)، *نقش پلیس در امنیت گردشگری در ایران*، فصل‌نامه مطالعات اطلاعات و امنیت انتظامی، شماره ۶: ۲۹-۵۴.
۱۴. زارعی، نوشین (۱۳۸۵)، *تأثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استان‌های بوئشهر و فارس*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
۱۵. ساروخانی، باقر (۱۳۸۷)، *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (جلد اول)*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، چاپ چهاردهم.
۱۶. سینایی، وحید (۱۳۸۰)، *ناکارآمدی، رکورد و بحران در جهانگردی ایران*، مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال شانزدهم، شماره پنجم و ششم: ۱۵-۲۵.
۱۷. صیدایی، سیداسکندر؛ هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۸۹)، *نقش امنیت در توسعه گردشگری، نشریه علوم اجتماعی*، شماره ۸: ۹۷-۱۱۰.
۱۸. علیجانی، بهلول (۱۳۹۴)، *تحلیل فضایی، نشریه تحلیل فضایی مخاطرات محیطی*، سال دوم، شماره ۳: ۱-۲۵.
۱۹. قهرودی، منیژه؛ بابایی فینی، ام‌السلمه (۱۳۸۹)، *درآمدی بر سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی*، انتشارات دانشگاه پیام‌نور، چاپ اول.
۲۰. مرادی، محمود؛ اسمعیل نژاد، مرتضی (۱۳۸۷)، *مجموعه مقالات همایش آسیب‌شناسی اجتماعی در استان خراسان جنوبی*، بیرجند، چاپخانه محمدی.
۲۱. موسوی نصر، سعید (۱۳۸۸)، *امنیت و ابعاد دموکراسی و رابطه آن با توسعه گردشگری*، ویژه‌نامه اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان: ۷۳-۷۸.