

نقش ارتقاء امنیت در توسعه گردشگری استان اردبیل^۱

عسگر جسارتی،^۲ واحد آقایی^۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۳/۲۹

از صفحه ۱۲۵ تا ۱۴۸

پژوهشنامه جغرافیای انتظامی

سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۹۳

چکیده

صنعت گردشگری به عنوان مؤثرترین عامل در ایجاد تفاهم میان ملت‌ها و استوار ساختن صلح جهانی نقش اساسی ایفا می‌کند، به طوری که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی می‌نامند. در این بین امنیت یکی از مؤلفه‌های مهم در توسعه پایدار گردشگری است. تا زمانی که امنیت نباشد، سفری شکل نمی‌گیرد و بدون شک، رضایتمندی گردشگران از یک مقصد، همواره انگیزه بازدید مجدد از آن مکان را فراهم می‌کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط حضور پلیس و اقدامات تبلیغی پلیس با امنیت گردشگری و رابطه بین ارتقاء امنیت و گسترش گردشگری انجام شده است و با توجه به نوع هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش، پیمایشی و کتابخانه‌ای بوده است. بدین ترتیب که در مبانی نظری و ادبیات پژوهش از روش کتابخانه‌ای (متن‌خوانی، فیش‌برداری، آمار، جداول و نقشه) و برای تحلیل متغیرها و سنجش آن‌ها برای بررسی هر یک از فرضیه‌ها، از روش میدانی (پرسشنامه‌ای) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی و آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج نشان داد که میان گسترش گردشگری و افزایش امنیت و گسترش حضور نیروی انتظامی و افزایش تبلیغات این نهاد در افزایش امنیت منتج به توسعه گردشگری رابطه مستقیمی وجود دارد.

کلید واژه‌ها: گردشگری، امنیت، پلیس، استان اردبیل.

۱ - این مقاله، مستخرج از طرح تحقیقاتی به سفارش دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اردبیل است.

۲ - کارشناس ارشد نظارت بر طرح‌های تحقیقاتی دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اردبیل، نویسنده مسئول،

رایانامه: Jesaratia@gmail.com

۳ - دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، اردبیل، ایران

مقدمه و بیان مسئله

صنعت گردشگری بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان به لحاظ درآمدزایی است که رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال دارد (راسخی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۰). گردشگری به‌عنوان بخش عادی از زندگی روزمره‌ی ما، جزو یکی از مهم‌ترین منابع درآمدزایی به‌حساب می‌آید (گلسر، ۱۳۹۳: ۲) و به‌اندازه‌ای در توسعه‌ی اقتصادی-اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند (اکبری و ابونوری، ۱۳۹۳: ۳۴). بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری^۱ (۲۰۱۲)، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰، ۲۵/۳ میلیون نفر بوده که در سال ۲۰۱۰ به رقم بی‌سابقه‌ی ۹۴۰ میلیون نفر افزایش یافته است. ۸۵ درصد کشورها در سال ۲۰۱۱ شاهد رشد مثبت ورود گردشگران خارجی به کشورشان بوده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که این روند در سال‌های آتی ادامه پیدا کند. شورای جهانی سفر و گردشگری، پیش‌بینی کرده که این صنعت در طی چند سال آینده در سطح جهانی چهار درصد رشد خواهد داشت. از آنجایی که امنیت اجتماعی و به‌تبع آن احساس امنیت در افزایش میزان گردشگری هر منطقه‌ای حائز اهمیت است، کشور ایران و به‌ویژه استان اردبیل که سالیانه پذیرای گردشگران بسیاری است نیز از این قاعده مستثنا نمی‌باشد.

گردشگری مقوله‌ای چندوجهی و چندبعدی در نظر گرفته می‌شود که با نهادها و ساخت‌های مختلف اجتماعی در ارتباط است. توسعه این صنعت به گسترش دو مقوله ساخت‌افزاری و نرم‌افزاری نیاز دارد که بخش سخت‌افزاری شامل؛ تأسیسات و اماکن موردنیاز گردشگران، جاده‌ها و فرودگاه‌ها است و مقوله نرم‌افزاری به عوامل انسانی، عوامل ایجاد امنیت روانی و اطمینان خاطر گردشگران وابسته است. پرداختن به مقوله نرم‌افزاری با توجه به شرایط دنیای کنونی از اهمیت بسزایی برخوردار است (خلیفه سلطانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۰). بین توسعه صنعت گردشگری و امنیت به‌عنوان یک مقوله نرم‌افزاری، 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 به شمار می‌رود و فقدان آن یا اختلال در آن، پیامدها و بازتاب‌های نگران‌کننده و خطرناکی به دنبال دارد

^۱ - World Tourism Organization (WTO)

و تأمین و مراقبت از آن در فرایند پایایی و پایداری امنیت در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی نظامی و جغرافیایی از مطلوبیت ویژه‌ای برخوردار است و در همین رابطه دولت‌ها و نظام سیاسی، سالانه بودجه‌های هنگفتی را هزینه می‌کنند (ذالی بیگلو و همکاران، ۱۳۹۲: ۲).

صنعت گردشگری و مقوله امنیت ارتباط تنگاتنگی باهم دارند، این را هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری، امنیت احساس شده توسط گردشگران است. از طرفی این مسئله بسیار حائز اهمیت است که بدانیم امنیت را در چه مقوله‌هایی باید به وجود بیاوریم. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. هرگاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می‌کنند و در پی آن است که فعالیت‌های مربوط به گردشگری رونق می‌یابند و اگر گردشگران نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشند، هرگز به آنجا سفر نمی‌کنند. از آنجایی که در ارزیابی توسعه صنعت گردشگری در هر کشور یا شهری، ابعاد فرهنگی این صنعت بیشتر از سایر موارد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد، بنابراین بحث امنیت و بالاتر از آن، احساس امنیت گردشگران در توسعه‌ی این صنعت از رویکرد فرهنگی دارای اهمیت بیشتری است. همچنین یکی از اساسی‌ترین متغیرهایی که در مورد امنیت و احساس امنیت نقش دارد، عملکرد نیروهای انتظامی و نقش پلیس و رسانه‌ها در این زمینه است.

پژوهش حاضر بررسی دو عنصر اساسی نقش نیروی انتظامی و تبلیغات را در بخش نرم‌افزاری برای ارتقاء امنیت گردشگران دارای اهمیت دانسته و با توجه به اینکه استان اردبیل، موهبت‌های طبیعی و خدادادی فراوانی در زمینه‌ی گردشگری و جذب گردشگر دارا است، بررسی امنیت گردشگران در این منطقه ضروری به نظر می‌رسد. هدف این پژوهش، تعیین رابطه میان ارتقاء امنیت و تأثیر آن بر بخش گردشگری است.

پیشینه تحقیق:

صفایی (۱۳۸۵) پژوهشی پیمایشی بر روی نمونه‌ای از گردشگران انجام داده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی عملکرد نیروی انتظامی در فرایند تأمین امنیت گردشگران خارجی شهر اصفهان است. با استناد به ادبیات تحقیق، شاخص‌هایی در قالب چهار

مؤلفه اطلاع‌رسانی، گشت و کنترل، رسیدگی به شکایات و ارائه خدمات (برای هر مؤلفه شش شاخص) مجموعاً ۲۴ شاخص تعیین شد و بر اساس آن، ابزار اندازه‌گیری به شکل پرسشنامه با طیف لیکرت، تهیه و داده‌ها جمع‌آوری شده است. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، چهار فرضیه این تحقیق که بر پایه چهار مؤلفه‌ی مذکور در نظر گرفته شده بود، با استفاده از آزمون t یک نمونه‌ای بررسی و همه تأیید شدند.

نجیمی (۱۳۸۵) پژوهشی با هدف بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگری در شهر شیراز از دیدگاه گردشگران، به صورت پیمایشی و بر روی نمونه‌ای از گردشگران انجام داده است. این پژوهش به شناسایی دیدگاه گردشگران در مورد رضایتمندی و علل نارضایتی آن‌ها در شهر شیراز پرداخته است و نتایج آن نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل؛ آگاهی‌های گردشگری تبلیغات، موقعیت سیاسی ایران، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، امکانات گردشگری، پذیرش ارزش‌ها و هنجارها و متغیر وابسته‌ی رضایتمندی گردشگری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. جلیوند (۱۳۸۸) با هدف بررسی تأثیر تبلیغات دهان‌به‌دهان بر انتخاب مقصد گردشگری و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر گیرندگان اطلاعات، پژوهشی را به صورت پیمایشی انجام داده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تبلیغات دهان‌به‌دهان بر تصمیم‌گیری گردشگران برای انتخاب مقصد گردشگری تأثیر داشته است. به علاوه، بین این تبلیغات و ویژگی‌های منبع اطلاعات رابطه معناداری وجود دارد. از سوی دیگر تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بین خطر استنباط شده گردشگر با میزان استفاده از تبلیغات دهان‌به‌دهان نیز رابطه معناداری وجود دارد.

خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان پرداخته‌اند. در این پژوهش تلاش شده تا میزان احساس امنیت گردشگران با توجه به دو متغیر کلیدی، حضور و عملکرد نیروی انتظامی و تبلیغات ارائه‌شده در خصوص مسائل امنیتی برای گردشگران بررسی شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین دو متغیر حضور و عملکرد نیروی انتظامی و همچنین تبلیغات ارائه‌شده در رسانه‌های جمعی در خصوص مسائل امنیتی و احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان، پیوستگی آماری معناداری وجود دارد. پرز و همکاران (۲۰۱۳) به بررسی شاخص ترکیبی برای ارزیابی پایداری در مقاصد گردشگری مبتنی بر طبیعت در

کوبا می‌پردازد که در آن برای تعیین سیستم، شاخصی برای اندازه‌گیری پایداری در مقاصد گردشگری ۳۹ شاخص را مورد بررسی قرار می‌دهد و ابعاد آن را از لحاظ اجتماعی، اقتصادی و میراثی مورد بررسی قرار می‌دهد (پرز^۱ و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۱۶).

کوواری و زیمانی^۲ (۲۰۱۳: ۵۹-۶۳) ایمنی و امنیت را در عصر گردشگری جهانی مطالعه کرده‌اند و مفاهیم در حال تغییر ایمنی و امنیت در گردشگری را مابین سال‌های ۲۰۱۰-۱۹۹۵ را به سه دوره با سه ویژگی اصلی برای هر کدام تعریف کرده‌اند. در پایان سه پیشنهاد کلی را ارائه داده‌اند که شامل نتایج قابلیت انفرادی مسائل امنیتی در دنیای سطح جهانی، امنیت مشکلات مربوطه باید توسط اینترنت ایجاد شود، امنیت در سفر و گردشگری را تضاد آزادی و حقوق انسانی می‌دانند.

هم‌چنین دو تألیف کاربردی جدید در حوزه امنیت گردشگری به چاپ رسیده است که به آن‌ها اشاره می‌شود؛ کتاب امنیت گردشگری- راهبردهایی برای مدیریت کارآمد خطر و ایمنی سفر توسط پیتر تارلاو (۲۰۱۴) منتشر شده است. کتاب موردنظر در هشت فصل نظری کار شده و فصل نهم آن به مطالعات موردی اختصاص یافته که چهار شهر را بررسی کرده است. کتاب مدیریت امنیت در محیط‌های گردشگری، اوقات فراغت، مسکن و هتل‌های امروزی (۲۰۱۲) توسط دارلر کلایفتون به نگارش درآمده است که با یک پیشگفتار، سرآغاز و یک مقدمه و با چهار بخش اصلی و دوازده زیربخش در حوزه امنیت گردشگری تألیف شده است.

روش تحقیق

این پژوهش با توجه به هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی می‌باشد که با استفاده از مطالعات میدانی به بررسی موضوع پرداخته است. بدین‌صورت که برای بررسی ادبیات پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و برای سنجش متغیرهای موردنظر و هم‌چنین پاسخ به فرضیات پژوهش از روش میدانی (پرسشنامه‌ای) استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل گردشگران و کارکنان نیروی انتظامی استان اردبیل است که شامل ۴/۴۲ میلیون گردشگر داخلی و

۱- Perez

۲ - Kovari & Zimanyi

مردم محلی درون هر یک از مناطق استان می‌باشد که با محاسبه حجم نمونه از طریق روش کوکران (رابطه ۱-۱) از این جامعه آماری با خطای ۰/۰۵ و با درجه اطمینان ۰/۹۵، ۱۶۵ نمونه به دست آمد که برای دستیابی به نتایج بهتر (حافظ نیا، ۱۴۴: ۱۳۸۶)، حجم نمونه به ۱۷۰ افزایش یافت. برای انتخاب نمونه در جامعه آماری، از روش نمونه‌های در دسترس استفاده شد.

$$N = \frac{t^2 pq}{d^2} \left[\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right]$$

رابطه (۱-۱)

پرسشنامه محقق ساخته مبتنی بر مقیاس لیکرت تهیه شده و از آنجا که مقیاس متغیرهای فرضیه (فاصله‌ای-فاصله‌ای) است، بنابراین برای آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی پیرسون رابطه خطی بین دو متغیر کمی را اندازه‌گیری می‌کند و همچنین از عوامل تأثیرگذار بر این آزمون از تحلیل رگرسیون خطی ساده و قدم‌به‌قدم، ضریب تعیین رگرسیون، تحلیل واریانس (ANOVA) و آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد و تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای Exel و Spss انجام شد. آزمون روایی که در این پژوهش به کار گرفته شده، روایی صورتی و محتوایی است. برای تعیین روایی از نظرات و پیشنهادهای دانشجویان و محققین رشته‌های مختلف مرتبط با صنعت گردشگری استفاده شد و سپس اصلاحات و تعدیلات با توجه به نظرات و پیشنهادهای انجام شد. برای تعیین پایایی از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. با مطالعه مقدماتی ۶۰ نمونه، ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۸۸ به دست آمد. همچنین، آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه گردشگران به صورت جداگانه در جدول شماره یک برآورد شده است.

جدول شماره ۱: تعیین پایایی پرسشنامه (به تفکیک متغیرها)

نام متغیر	نوع متغیر	تعداد نمونه‌ی مطالعه مقدماتی	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
میزان امنیت	مستقل	۶۰	۶	۰/۶۹۵
توسعه گردشگری	وابسته	۶۰	۲	۰/۸۲
حضور نیروی انتظامی	مستقل	۶۰	۶	۰/۶۹۶
نقش تبلیغات پلیس	مستقل	۶۰	۳	۰/۷۷۶
کل پرسشنامه		۶۰	۱۷	۰/۸۸۹

فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد، بین میزان گسترش گردشگری و افزایش امنیت اردبیل رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد، بین حضور نیروی انتظامی در محل ظرفیت‌ها و امنیت گردشگری رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد، بین تبلیغات امنیتی نیروی انتظامی و توسعه گردشگری رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

مباحث نظری پژوهش

عناصر تأثیرگذار در امنیت صنعت گردشگری

- ۱- نقش دولت‌ها: دولت و بخش خصوصی باید نسبت به حفظ سلامت گردشگران حساس باشند، به‌طور کلی جنبه‌های خطرناک گردشگری باید حل‌وفصل شوند، به هرگونه مشکل تندرستی، حمله به گردشگران، بیماری مالاریا و ایدز پرداخته شود و از آن آگاه باشند و دیگر دولت‌ها را در جریان امر قرار دهند. شرایط و آیین‌نامه‌های تسهیل مسافرتی به‌ویژه قسمت مهاجرت و گمرک باید تا حد امکان کارآمد باشد و درعین حال، مقررات را اعمال کند (بیگی و میرزاخانی، ۱۳۸۸: ۳۵۳).
- ۲- برنامه‌ریزی: چنانچه گردشگری با برنامه‌ریزی خوب، اداره و توسعه داده نشود، می‌تواند مشکلات اجتماعی - فرهنگی به وجود آورد. در بعضی مواقع ازدحام توسط گردشگران موجب سلب آسایش ساکنان می‌شود که به خشم و احساس

دشمنی آنان نسبت به جهانگردی می‌انجامد. اگر تعداد بیش از حد جهانگرد در منطقه‌ای وجود داشته باشد که به‌ویژه در فصول شلوغ اتفاق می‌افتد، سبب ازدحام در ویژگی‌های جاذب و رفاهی، رستوران، فروشگاه و وسایل حمل‌ونقل می‌شوند و ساکنین نمی‌توانند به‌آسانی از آن‌ها استفاده کنند. در صورتی که ساکنان کاملاً از دسترسی به ویژگی‌های رفاهی از قبیل هتل‌ها و اقامتگاه‌های ساحلی منع شده باشند، ممکن است حتی بیشتر خشمگین شوند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴: ۷۹).

۳- هویت فرهنگی: برخی مسائل می‌تواند به ضعف فرهنگی و سست شدن احساس هویت فرهنگی بیانجامد. وقتی لباس، مراسم، موسیقی، رقص، صنایع دستی و الگوهای فرهنگی محلی به‌طور ناشایست به‌عنوان جاذبه‌های توریستی ارائه شوند، می‌توانند موجب تجارتي شدن مفرط و از دست رفتن اصالت آن‌ها شود. یکی دیگر از آثار جهانگردی، تقلید مردم به‌ویژه جوانان از الگوهای رفتاری و پوشاکی گردشگران است، این امر بدون شناخت پس‌زمینه‌های متفاوت فرهنگی و موقعیت اجتماعی - اقتصادی جهانگردان انجام می‌شود.

۴- عوامل سیاسی و اداری: این عوامل در ارتباط با معیارهای مورد موافقت برای تسهیل در امر جابجایی افرادی است که هدفشان مسافرت است، به‌ویژه در مرزهایی که کنترل جدی ندارند (توسط پلیس و گمرکات)، معیارهای رفاهی نامناسب مانع شرایط مناسب بین کشورها می‌شود که از نظر جغرافیایی نزدیک یکدیگر هستند. فقدان ثبات سیاسی و تغییرات ناگهانی نیز از عوامل شدیداً بازدارنده هستند (ولا، ۱۳۸۴: ۱۲۸).

۵- شبکه راه‌ها: دوره سلطنت شاه‌عباس اول را می‌توان یکی از مهم‌ترین ادوار توسعه‌ی جهانگردی در ایران به‌حساب آورد. این توسعه به چند عامل بستگی داشت که مهم‌ترین آن عبارت بود از: امنیت و توسعه راه‌های ارتباطی و تأسیسات اقامتی که در این دوره برای سهولت ارتباط و توسعه (امنیتی و اقتصادی) کشور، شبکه منظمی از راه‌های اساسی به وجود آمد. به‌طوری‌که امروزه هنوز راه‌هایی که به نام «راه شاه‌عباسی» معروف است در برخی نقاط کشور شناخته می‌شود که در واقع

جانشین «شاهراه بزرگ هخامنشی» است که به موازات مرمت راه‌های قدیمی و ایجاد راه‌های جدید، شاه‌عباس به آسایش و رفاه مسافران توجه خاص داشت (همایون، ۱۳۸۴: ۶۸-۶۹).

امنیت گردشگری در ایران

ایران در ردیف سرزمین‌های پرجاذبه برای گردشگری قرار دارد، ولی متأسفانه نتوانسته است با وجود جاذبه‌های خدادادی فراوان به جایگاه شایسته خود در گردشگری دست یابد. به منظور تحقق این هدف باید پس از برقراری امنیت کامل با به‌کارگیری 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 ایران، مانع از رشد و توسعه صنعت گردشگری نشود (خدایی، ۱۳۸۸: ۱۲۶).

کارشناسان معتقدند که امنیت با احساس امنیت متفاوت است. به‌گونه‌ای که ممکن است در جامعه‌ای امنیت باشد ولی این امنیت احساس نشود. بنابراین در ابتدا باید بدانیم که آیا ما در کشورمان امنیت نداریم و یا احساس امنیت نمی‌کنیم (نمی‌کنند) و اصولاً در صورت فقدان امنیت و یا احساس فقدان امنیت، مربوط به چه مقولاتی می‌شوند و چقدر واقعی هستند. اینکه چرا آن‌ها قبل از دیدار، ایران را کشوری امن نمی‌دانند، دلایل بسیاری دارد. برای مثال برای هر کشوری که به‌عنوان مقصد گردشگری مطرح می‌شود، توصیه‌هایی وجود دارد. بد نیست بدانیم که برخی از توصیه‌های سفر به ایران، از نگاه دفتر کشورهای مشترک‌المنافع با انگلستان چیست:

«به گردشگران قویاً توصیه می‌شود که فاصله چند صد کیلومتری خود را با مرز ایران و افغانستان و مرز ایران و عراق، حفظ کنند. مرز ایران و پاکستان هم ناامن است. همچنین بهتر است که گردشگران در جاده کرمان به بندرعباس و بم تردد نکنند. جرایم خیابانی در تهران و شهرهای دیگر کم است و حوادث دزدی از خارجیان گزارش نشده است. اما تعدادی دزدی توسط مردان جوان با اتومبیل‌های متفرقه و کیف‌قاپی با موتورسیکلت دیده شده است. تاکسی‌ها از اتومبیل‌های متفرقه مطمئن‌تر هستند. برخی از افراد با لباس شخصی و غیرنظامی خود را پلیس معرفی می‌کنند، از این نظر گردشگران باید از کسانی که خودشان را پلیس معرفی می‌کنند، کارت شناسایی درخواست کنند یا این‌که

اتومبیل‌های دولتی ویژه مأموریت آن‌ها را تشخیص دهند. از آنجا که تنش‌های سیاسی میان ایران و جوامع بین‌المللی وجود دارد، به گردشگران توصیه می‌شود که برای برنامه‌ریزی سفر به ایران، اخبار رسانه‌ها و توصیه‌های سفر را جدی بگیرند. گردشگران می‌بایستی از اجتماعات بزرگ دوری کنند. عکس‌برداری از مناطق نظامی و دولتی ممنوع است. ایران کشوری زلزله‌خیز است. از کارت اعتباری نمی‌توان استفاده کرد. قوانین اسلامی در این کشور به شدت رعایت می‌شود، نوشیدن نوشیدنی‌های الکلی دار ممنوع است و خانم‌های بالای چند سال باید حجاب اسلامی را رعایت کنند. گردشگران باید در تمام مدت، کارت‌های شناسایی خود را به همراه داشته باشند.^۱»

حال متوجه شدیم که از نقطه‌نظر توصیه‌های سفر به ایران به چه موضوعاتی اشاره شده است، بنابراین برای رونق گردشگری باید بتوانیم در حل مشکل فقدان «احساس امنیت در ایران» بکوشیم. در موارد ذکر شده به‌عنوان توصیه‌های سفر به ایران، برخی واقعیت دارند و برخی نه. مرزهای کشور ما چنان‌که ذکر شده، ناامن نیستند ولی به دلیل دوری شهرها از هم و مناطق وسیع بدون سکنه و البته چند مورد گروگان‌گیری و حمله مسلحانه، ناخودآگاه این شبهه ایجاد می‌شود که شهرها و مسیرهای مرزی از امنیت لازم برخوردار نیستند. اما این موضوع، مشکلی نیست که قابل حل نباشد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۸). اما آنچه مسلم است، کشورهای استعمارگر که خواهان پیشرفت نکردن و فقدان استقلال ایران هستند، به روش‌های مختلف و به ابزارهای مختلف سعی در برهم زدن اوضاع داخلی کشور و تغییر دیدگاه‌ها و ذهنیت‌های سایر کشورها نسبت به ایران را دارند و در این راستا از هر روش و ابزاری مضایقه نمی‌کنند و با انجام تبلیغات گسترده‌ای سعی در ناآرام جلوه دادن کشور ایران دارند، اما واقعیت خلاف این است و کشور ایران کشوری است با درصد امنیت و آرامش بالا و دارای حکومت و مردمانی صلح‌طلب.

نقش پلیس در ایجاد امنیت گردشگری

رکن اساسی برای کلیه فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و دینی یک جامعه، نظم و امنیت است و رشد و شکوفایی استعدادها و تلاش‌ها با برقراری محیط امن در

چارچوب قوانین و مقررات به منصفه ظهور می‌رسد و افراد جامعه از موهبت آن بهره‌مند خواهند شد. از جمله نکات مهم که در مجموعه سازمان پلیس به‌عنوان حافظ منافع و نگاهبان نظم و امنیت جامعه می‌بایستی مورد توجه قرار گیرد، نگرش به جامعه و تنظیم و تأسیس وظایف سازمانی بر اساس نگرش اجتماعی است. برای مثال، چنانچه نگرش توسعه‌ای در برنامه‌ها و سازمان‌دهی پلیس مورد توجه قرار گرفته باشد، برنامه‌های پلیس می‌بایستی در راستای تثبیت و تداوم امنیت به‌عنوان مبنایی‌ترین نیاز مردم و جامعه قرار گیرد. به همین منظور نخستین هدف پلیس می‌بایستی ایجاد اعتماد عموم مردم باشد. به‌عبارتی دیگر، نگرش توسعه‌ای به جامعه و تنظیم برنامه بر اساس آن، می‌باید با بهره‌مندی از سرمایه‌های موجود جامعه از جمله سرمایه اجتماعی باشد، یکی از مبنایی اساسی سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی است. چنانچه پلیس بتواند اعتماد عمومی را به خود جلب کند، هماهنگ با تحولات اجتماعی و در مسیر مستقیم توسعه قرار گرفته است، در غیر این صورت عملاً فعالیت‌های پلیس در محدوده حفظ موقعیت سازمانی در مجموعه موقعیت‌های رسمی دولت و حکومتی قرار خواهد گرفت تا ارائه خدمت به مردم (مهدی‌زاده، ۱۳۸۸: ۶۸) و در این بیانات نقش نیروی انتظامی در جلب مشارکت جامعه برای گسترش امنیت گردشگری در میان جذابیت‌های گردشگری آن‌ها دوچندان است؛ چراکه اولاً جلب مشارکت و اعتماد اجتماعی آن‌ها آسان نیست و دوم اینکه هزینه‌های فراوانی برای این کار نیازمند است و سوم اینکه نیروی انسانی متخصص و معتمد برای آن نیازمند است. البته شایان‌ذکر است که نیروی انتظامی می‌تواند از طریق چندین مورد کلی زیر این کار را انجام دهد:

- ✓ راه‌اندازی و برپایی پلیس گردشگری با استفاده از نیروهای بومی؛
- ✓ سرمایه‌گذاری بیشتر روی مشارکت اجتماعی جامعه برای گسترش امنیت گردشگری در میان آن‌ها؛
- ✓ برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی رایگان و جذب‌کننده جامعه از طریق متخصص گردشگری استان؛
- ✓ نظارت ویژه بر گروه‌های گردشگری از طریق تعامل با سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان و...

یافته‌های پژوهش

نتایج آماره‌های تک متغیره

جنسیت

از کل ۱۷۰ نفر پاسخگو، تعداد ۶۳ نفر جنس مؤنث و ۱۰۷ نفر دیگر به جنس مذکر تعلق دارد. به عبارتی ۳۷/۱ درصد از کل پاسخگویان را زنان و ۶۲/۹ درصد بقیه را مردان تشکیل داده‌اند.

تحصیلات

میزان تحصیلات پاسخگویان با یک سؤال پنج گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است. از میان ۱۷۰ پاسخگو، تعداد ۶۳ نفر (۳۷/۱) از کل پاسخگویان دارای مدرک دیپلم، تعداد ۲۵ نفر (۱۴/۷) از کل پاسخگویان سطح تحصیلاتشان کاردانی، تعداد ۶۳ نفر از کل پاسخگویان سطح تحصیلاتشان کارشناسی، تعداد ۱۹ نفر از کل پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشند که نشان می‌دهد، اکثر پاسخگویان به پرسشنامه این پژوهش را افراد دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر تشکیل می‌دهند که در جدول شماره دو، آماره‌های مربوط به هر یک نشان داده شده است.

جدول شماره ۲: آماره‌های توصیفی مربوط به تحصیلات پاسخگویان

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد داده‌های معتبر	درصد تجمعی
دیپلم	۶۳	۳۷/۱	۳۷/۱	۳۷/۱
کاردانی	۲۵	۱۴/۷	۱۴/۷	۵۱/۸
کارشناسی	۶۳	۳۷/۱	۳۷/۱	۸۸/۸
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۹	۱۱/۲	۱۱/۲	۱۰۰
مجموع	۱۷۰	۱۰۰	۱۰۰	-

تأهل

نتایج یافته حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ۳۸/۸ درصد (۶۶ نفر) از پاسخگویان مجرد و ۶۱/۲ درصد (۱۰۴) از آن‌ها را افراد متأهل شامل می‌شود.



پروژه‌ی نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

شغل

شغل پاسخگویان با یک سؤال پنج گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است. از میان ۱۷۰ پاسخگو، تعداد ۲۵ نفر (۱۴/۷) از کل پاسخگویان را افراد کارمند، تعداد ۶۷ نفر از پاسخگویان با ۳۹/۴ درصد در شغل آزاد، تعداد ۳۲ نفر از کل پاسخگویان با ۱۸/۸ درصد فاقد شغل، تعداد ۲ نفر از کل پاسخگویان با ۱/۲ درصد دارای شغل دولتی و تعداد ۴۴ نفر از کل پاسخگویان با ۲۵/۹ درصد سایر مشاغل را دارا می‌باشند، در جدول شماره سه آماره‌های مربوط به هر یک نشان داده شده است.

جدول شماره ۳: آماره‌های توصیفی مربوط به مشاغل پاسخگویان

شغل	فراوانی	درصد	درصد داده‌های معتبر	درصد تجمعی
کارمند	۲۵	۱۴/۷	۱۴/۷	۱۴/۷
آزاد	۶۷	۳۹/۴	۳۹/۴	۵۴/۱
بیکار	۳۲	۱۸/۸	۱۸/۸	۷۲/۹
دولتی	۲	۱/۲	۱/۲	۷۴/۱
سایر	۴۴	۲۵/۹	۲۵/۹	۱۰۰
مجموع	۱۷۰	۱۰۰	۱۰۰	-

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول

به نظر می‌رسد، بین میزان گسترش گردشگری و افزایش امنیت اردبیل رابطه معناداری وجود دارد. در این قسمت با توجه به اینکه میزان امنیت از عناصر مهم گسترش گردشگری است، به ارائه فرضیه H_0 در برابر H_1 و آزمون آن پرداخته می‌شود. از آنجا که مقیاس متغیرهای این فرضیه (فاصله‌ای - فاصله‌ای) است، بنابراین برای آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی پیرسون رابطه خطی بین دو متغیر کمی را اندازه‌گیری می‌کند. با توجه به این آزمون‌ها، سطح معناداری ۰/۰۰۰ و از آنجا که این رقم کوچک‌تر از آلفای موردنظر (۰/۰۵) می‌باشد، دو متغیر مربوطه به صورت خطی وابسته هستند و به عبارتی فرض H_0 رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز ۰/۶۵۳ می‌باشد که یک همبستگی نسبتاً بالا را نشان می‌دهند. بنابراین، با توجه به فرضیه

موردنظر، می‌توان نتیجه گرفت که میزان افزایش امنیت در توسعه گردشگری اردبیل نقش دارد. جدول شماره چهار نتایج این آزمون‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۴: آزمون پیرسون فرضیه اول از دیدگاه گردشگران

نوع آزمون	تعداد	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای موردنظر
پیرسون	۱۷۰	۰/۶۵۳	۰/۰۰۰	۰/۰۵

در این پژوهش برای تحلیل دو متغیر میزان امنیت با توسعه گردشگری از رگرسیون خطی از نوع گام به گام نیز استفاده شده است. بنابراین با توجه به رگرسیون فرضیه، ضریب تعیین بین دو متغیر فرضیه ۴۲ درصد است. یعنی توسعه امنیت از نظر گردشگران ۴۲ درصد تغییرات ایجاد شده در متغیر وابسته (توسعه گردشگری) را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۵: ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده	خطای معیار میانگین
۰/۶۵۳ ^a	۰/۴۲۶	۰/۴۳۳	۰/۶۰۱

جدول تحلیل واریانس رگرسیون که مقبولیت مدل را از منظر آماری بررسی می‌کند نیز خطی بودن رابطه بین دو متغیر میزان افزایش امنیت از نظر گردشگران را تأیید می‌کند، زیرا سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد است. جدول شماره شش یک آماره F معنی‌دار را نشان می‌دهد که استفاده از مدل، بهتر از تخمین زدن میانگین است.

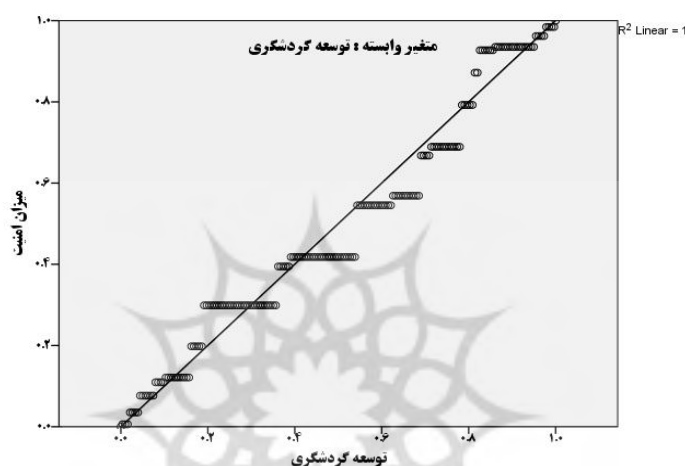
جدول ۶: تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA^b) گردشگران

مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	توزیع F	سطح معنی‌داری
۴۵/۰۶۰	۱	۴۵/۰۶۰	۱۲۶/۶۵۴	۰/۰۰۰ ^a

با توجه به جدول شماره هفت، رابطه معنادار این دو متغیر با سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود که ضریب استاندارد شده (ضریب Beta) آن نیز ۰/۶۵۳ می‌باشد که نشان می‌دهد به ازای هر واحد تغییر در متغیر مستقل، ۰/۶۵ در متغیر وابسته تغییر ایجاد می‌شود. نمودار شماره یک پراکنش رگرسیون نیز نشان می‌دهد که دو متغیر رابطه‌ی بالایی با هم دارند و هم‌چنین منحنی موردنظر، نرمال بودن داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۷: تحلیل رگرسیون^a گردشگران

Sig	t	ضریب استاندارد نشده		مدل رگرسیون
		Beta	خطای معیار	
۰/۰۰۰	۰/۰۱۸		۰/۲۲۳	مقدار ثابت
	۱۱/۱۶۵	۰/۶۵۳	۰/۱۰۴	میزان امنیت



نمودار ۱: رگرسیون رابطه‌ی میزان افزایش امنیت و توسعه گردشگری

فرضیه دوم

به نظر می‌رسد، بین حضور نیروی انتظامی و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

در این قسمت با توجه به اینکه در امنیت گردشگری، میزان حضور نیروی انتظامی از عناصر مهم می‌باشد به ارائه فرضیه H_0 در برابر H_1 و آزمون آن پرداخته می‌شود. از آنجاکه مقیاس متغیرهای این فرضیه (فاصله‌ای - فاصله‌ای) است، بنابراین برای آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی پیرسون رابطه خطی بین دو متغیر کمی را اندازه‌گیری می‌کند. با توجه به این آزمون‌ها، sig (سطح معناداری) ۰/۰۰۰ و از آنجاکه این رقم کوچک‌تر از آلفای موردنظر (۰/۰۵) می‌باشد، دو متغیر مربوطه به صورت خطی وابسته هستند و به عبارتی فرض H_0 رد و

فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز ۰/۵۴۶ می‌باشد که یک همبستگی متوسطی را نشان می‌دهند. بنابراین با توجه به فرضیه موردنظر، می‌توان نتیجه گرفت که میزان حضور نیروی انتظامی در توسعه امنیت گردشگری استان اردبیل نقش دارد. جدول شماره هشت نتایج این آزمون‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۸: آزمون پیرسون فرضیه دوم از دیدگاه گردشگران

نوع آزمون	تعداد	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای موردنظر
پیرسون	۱۷۰	۰/۵۴۶	۰/۰۰۰	۰/۰۵

در این پژوهش برای تحلیل دو متغیر میزان حضور نیروی انتظامی با توسعه امنیت گردشگری از رگرسیون خطی از نوع گام به گام نیز استفاده شده است. بنابراین با توجه به رگرسیون فرضیه، ضریب تعیین بین دو متغیر فرضیه، ۲۹ درصد است. یعنی توسعه میزان حضور نیروی انتظامی از نظر گردشگران تنها ۲۹ درصد تغییرات ایجاد شده در متغیر وابسته (توسعه امنیت گردشگری) را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۹: ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل‌شده	خطای معیار میانگین
۰/۵۴۶ ^a	۰/۲۹۸	۰/۲۹۴	۰/۳۷۵۰۱

جدول تحلیل واریانس رگرسیون که مقبولیت مدل را از منظر آماری بررسی می‌کند نیز خطی بودن رابطه بین دو متغیر میزان حضور نیروی انتظامی از نظر گردشگران را تأیید می‌کند، زیرا Sig کمتر از ۵ درصد است. این جدول یک آماره F معنی‌دار را نشان می‌دهد که استفاده از مدل، بهتر از تخمین زدن میانگین است.

جدول ۱۰: تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA^b) گردشگران

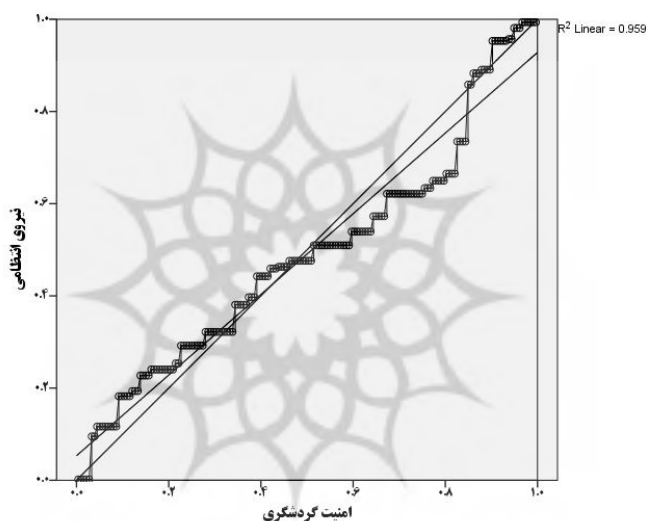
مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	توزیع F	سطح معنی‌داری	رگرسیون
۱۰/۰۵۱	۱	۱۰/۰۵۱	۷۱/۴۷۰	۰/۰۰۰a	

با توجه به جدول شماره یازده، رابطه معنادار این دو متغیر با سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود که ضریب استاندارد شده (ضریب Beta) آن نیز ۰/۵۴۶ می‌باشد که نشان می‌دهد به ازای هر واحد تغییری در متغیر مستقل، ۰/۵۶ در متغیر وابسته تغییر ایجاد

می‌شود. نمودار شماره سه پراکنش رگرسیون نیز نشان می‌دهد که دو متغیر رابطه متوسطی با هم دارند.

جدول ۱۱: تحلیل رگرسیون^a گردشگران

Sig	t	ضریب استاندارد نشده		مدل رگرسیون
		Beta	خطای معیار	
۰/۰۰۰	۹/۳۱۴		۰/۱۲۰	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۸/۴۵۴	۰/۵۴۶	۰/۰۵۴	میزان امنیت



نمودار ۲: رگرسیون رابطه میزان حضور نیروی انتظامی با گسترش امنیت گردشگری

فرضیه سوم

به نظر می‌رسد، بین تبلیغات امنیتی نیروی انتظامی و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

برای تجزیه و تحلیل این فرضیه از روش مقایسه میانگین و از نوع آزمون T یک نمونه‌ای استفاده شده است، در این آزمون با توجه به معیار تصمیم (P-value) که با عنوان Sig یا سطح معناداری آمده است. با توجه به جداول شماره دوازده و سیزده،

چون سطح معناداری ($0/000$) از میزان خطا ($0/5$) کمتر است، پس به این نتیجه می‌رسیم که این فرضیه با درصد اطمینان $0/95$ تأیید می‌شود، هم‌چنین با توجه به جداول که میانگین و میزان خطای نمونه و میانگین هم آمده است، مجدداً فرضیه موردنظر تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، افزایش تبلیغات حوزه امنیت گردشگری توسط نیروی انتظامی در توسعه گردشگری نقش مؤثری دارد.

جدول ۱۲: آماره T تک نمونه‌ای فرضیه سوم

گویه	مجموع	میانگین	انحراف استاندارد	خطای میانگین
نقش تبلیغات پلیس در امنیت گردشگری	۱۷۰	۳/۲۴۹۰	۰/۷۷۸۶۳	۰/۰۵۹۷۲

جدول ۱۳: آزمون T یک نمونه‌ای فرضیه سوم

گویه	ارزش موردنظر: $0/05$				
	t	df	sig	میانگین	اختلاف
نقش تبلیغات پلیس در امنیت گردشگری	۵۳/۵۶۹	۱۶۹	۰/۰۰۰	۳/۱۹۹۰۲	اختلاف فاصله اطمینان $0/95$
				پایین‌ترین	بالا‌ترین
				۳/۰۸۱۱	۳/۳۱۶۹

جدول شماره ۱۴: نتایج مربوط به آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	نوع آزمون	فرضیات
تأیید	۰/۰۰۰	آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی	به نظر می‌رسد، بین میزان گسترش گردشگری و افزایش امنیت اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی	به نظر می‌رسد، بین حضور نیروی انتظامی و امنیت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	مقایسه میانگین‌ها (آزمون تی یک نمونه‌ای)	به نظر می‌رسد، بین تبلیغات امنیتی نیروی انتظامی و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر دانشگاهیان و متصدیان صنعت گردشگری به بررسی و جستجوی راه‌حل‌های اجرایی برای مدیریت ناامنی برآمده‌اند تا از این طریق بتوانند اثرات منفی

نامنی بر این صنعت را کاهش دهند. گردشگری صنعتی است که هم تقاضا و هم عرضه‌ی آن به اتفاقاتی همچون تروریسم و خشونت‌های سیاسی بسیار حساس است، یعنی نامنی در گسترش صنعت گردشگری بازدارنده است. روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات در این پژوهش، روش کتابخانه‌ای و میدانی است. بدین ترتیب که در مبانی نظری و ادبیات پژوهش از روش کتابخانه‌ای (متن‌خوانی، آمار و جداول، نقشه) و برای تحلیل متغیرها و سنجش آن‌ها برای بررسی یک از فرضیه‌ها، از روش میدانی (پرسشنامه‌ای) استفاده شد. در فرضیه اول از آنجاکه مقیاس متغیرهای این فرضیه (فاصله‌ای-فاصله‌ای) است، بنابراین برای آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

ضریب همبستگی پیرسون رابطه خطی بین دو متغیر کمی را اندازه‌گیری می‌کند. با توجه به این آزمون‌ها، sig (سطح معناداری) $0/000$ و از آنجاکه این رقم کوچک‌تر از آلفای موردنظر ($0/05$) می‌باشد، دو متغیر مربوطه به‌صورت خطی وابسته هستند و به عبارتی، فرض H_0 رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز $0/653$ است که یک همبستگی نسبتاً بالا را نشان می‌دهند و در فرضیه دوم با توجه به این آزمون‌ها، sig (سطح معناداری) $0/000$ و از آنجاکه این رقم کوچک‌تر از آلفای موردنظر ($0/05$) می‌باشد، دو متغیر مربوطه به‌صورت خطی وابسته هستند و به عبارتی، فرض H_0 رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز $0/546$ می‌باشد که یک همبستگی متوسط را نشان می‌دهند. بنابراین با توجه به فرضیه موردنظر، می‌توان نتیجه گرفت که میزان حضور نیروی انتظامی در توسعه امنیت گردشگری استان اردبیل نقش دارد. در فرضیه سوم با توجه به آزمون با توجه به اینکه معیار تصمیم (P-value) که با عنوان sig یا سطح معناداری آمده است و سطح معناداری ($0/000$) از میزان خطا ($0/05$) کمتر است، پس به نتیجه می‌رسیم که این فرضیه با درصد اطمینان $0/95$ تأیید می‌شود، همچنین با توجه به جداول که میانگین و میزان خطای نمونه و میانگین هم آمده است، فرضیه موردنظر تأیید می‌گردد.

پیشنهادها

- برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های اختصاصی در سطح بین‌المللی برای شناساندن جاذبه‌های گردشگری استان در راستای معرفی آن‌ها برای گسترش گردشگری در آن جذابیت‌ها؛
- مسیربندی گردشگری استان با استفاده از متخصصین مربوطه در راستای گسترش ارتباطات میان جامعهٔ مبدأ گردشگر و گردشگرپذیر جامعه در راستای افزایش امنیت و به عبارتی، احساس امنیت گردشگری در استان؛
- تشویق مردم، سازمان‌ها و ایرانیان خارج از کشور و داخل کشور به سرمایه‌گذاری در زمینهٔ گردشگری استان و تلاش برای شناساندن آن به جامعهٔ گردشگر فرست؛
- تلاش در راستای راه‌اندازی پلیس جامعه گردشگر به‌عنوان نیروی ویژه در درون نیروی انتظامی با به‌کارگیری افراد محلی و خودِ جامعه استانی در راستای جلوگیری از وقوع نزاع‌ها و نظارت بیشتر بر گردشگران در این جامعه؛
- کاستن از فاصله یا تضاد در احساس و ادراک امنیت یا انجام تبلیغات گسترده در خصوص وجود امنیت در مناطق ظرفیت‌های گردشگری؛
- تلاش در راستای مشارکت بیشتر جامعهٔ استان از گسترش امنیت در میان آن‌ها با انجام تبلیغات ویژه و برگزاری دوره‌های آموزشی؛
- افزایش امنیت راه‌های ارتباطی و مواصلاتی دور از تسهیلات گردشگری استان در راستای القای امنیت کلی در میان ظرفیت‌های گردشگری استان؛
- برقراری امنیت در سایت‌های گردشگری به‌خصوص در زمینه‌ی توره‌های طبیعت‌گردی؛
- تأمین امنیت برای گردشگران در ساعت‌های خلوت و کم تردد در مسیرهای خطرناک و برخورد با مزاحمت‌های به وجود آمده در مناطق گردشگری؛

- فراهم شدن بستر برای توسعه گروه‌های به هنجار و ترویج هنجارها در میان مردم منطقه از طریق تعامل با صداوسیما مرکز استان و حضور در دوره‌های آموزشی در مناطق گردشگری استان؛
- ایجاد امکان طراحی برنامه‌های بلندمدت و راهبردی در راستای توسعه گردشگری و کسب امنیت به تبع آن؛
- تلاش برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری و مراکز تفریحی با هدف کاستن از تنش؛
- افزایش نشاط اجتماعی با بهره‌گیری از مناسبت‌های مذهبی - فرهنگی در سطح استان برای توسعه بیشتر گردشگری درون استانی؛
- تشویق مردم، سازمان‌ها و ایرانیان خارج از کشور و داخل کشور به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری استانی، به‌ویژه در مناطق نمونه گردشگری استان؛
- مهندسی اطلاع‌رسانی با رعایت شفافیت و پرهیز از سیاه‌نمایی‌های ژورنالیستی؛
- استفاده از تجربیات دیگر کشورها به‌ویژه کشورهای موفق در حوزه گردشگری در سطح ملی و استانی، زیر نظر سازمان مرکزی؛
- برخورد جدی با افرادی که به شکل غیرمجاز به راهنمایی جهانگردان پرداخته و گاهی از آنان اخاذی می‌کنند؛
- هماهنگی و برقراری تعامل دوجانبه بین دفاتر مسافرتی و گردشگری یا راهنمایان گروه‌های گردشگری و نیروی انتظامی در ارتباط با برگزاری تورهای گردشگری، به‌خصوص کویر نوردی و طبیعت‌گردی.

منابع

- ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۸۸). تحلیل عوامل توسعه‌نیافتگی توریسم چابهار با استفاده از مدل SWOT. همایش ملی مدیریت و رویکردهای جغرافیایی در بهره‌برداری بهینه از منابع.
- اکبری، زهرا؛ ابونوری، عباسعلی (۱۳۹۳). طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر شاخص‌های اقتصادی گردشگری خارجی مطالعه موردی: کشورهای منتخب. فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۳۴، صص ۵۶-۳۳.
- بیگی، مرجان؛ میرزاخانی، هاجر (۱۳۸۸). نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری. مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، تهران: نشر گفتمان اندیشه معاصر.
- جلیلود، محمدرضا (۱۳۸۸). تأثیر تبلیغات دهان به دهان بر جذب گردشگران خارجی در شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم انسانی. چاپ یازدهم، تهران: انتشارات سمت.
- خدایی، حامد (۱۳۸۸). رابطه متقابل امنیت گردشگری و توسعه پایدار. مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، تهران: نشر گفتمان اندیشه معاصر.
- خلیفه سلطانی، سید محسن؛ معینی طباء، فاطمه سادات؛ قلانی، نسرین (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان. مجله علمی- پژوهشی پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال اول، شماره اول، صص ۵۸-۳۹.
- ذالی بیگلر، محمدحسین؛ حیدری، رحیم؛ غریب‌خواجه، سعید (۱۳۹۲). بررسی میزان احساس امنیت گردشگران در شهر تبریز. فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، سال سوم، شماره دوم (پیاپی ۹)، صص ۱۶-۱.
- راسخی، سعید؛ کریمی پتانلار، سعید؛ حسینی، سپیده (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر تراکم گردشگری در کشورهای درحال توسعه‌ی منتخب. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، صص ۸۶-۶۹.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای. ترجمه بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، اصفهان: نشر جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
- سالنامه آماری (۱۳۸۸). استان اردبیل.
- صفایی، منوچهر (۱۳۸۵). عملکرد ناجا در تأمین امنیت گردشگران خارجی از منظر مسئولین و کارشناسان ذی‌ربط، مطالعه موردی شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علوم انتظامی.

- گلسر، دیرک (۱۳۹۳). مدیریت بحران در صنعت گردشگری. ترجمه ایمان حجت پناه و مرتضی اسحاقی، چاپ دوم، اصفهان: نشر شهید فهمیده.
- مهدی‌زاده، جواد، (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی کاربری زمین، تحول در دیدگاه‌ها و روش‌ها. فصلنامه مدیریت شهری، سال اول، شماره چهارم.
- نجیمی، نجیم (۱۳۸۵). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگری در شهر شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم اجتماعی، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
- همایون، محمدهادی (۱۳۸۴). جهانگردی در ارتباط میان فرهنگی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- ولا، فرانسوا (۱۳۸۴). گردشگری بین‌المللی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- Clifton, Darrell (۲۰۱۲). Managing security in today's hotel, lodging, entertainment and tourism environment. CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Kovari, Istvan and krisztina zimanyi (۲۰۱۳). Safety and security in the age of global tourism, applied studies in Agribusiness and commerce- APSTRACT Agroiinform publishing house, Budapest.
- Perez, victor & et al (۲۰۱۳). Composite indicator for the assessment of sustainability: thw case of Cuban nature- based tourism destinations, ecological indicators, ۲۹, Elsevier.
- Tarlow, peter (۲۰۱۴). Tourism security"strategies for effectively managing travel risk". Elsevier Inc.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی