

شناسایی عوامل موثر بر امنیت گردشگری و نقش آن در رضایت، وفاداری و جذب گردشگران (نمونه موردی: گردشگران اصفهان)

صدیقه کیانی سلمی^۱، علی مهرابی^۲

از صفحه ۲۲۹ تا ۲۶۶

تاریخ دریافت: ۹۶/۷/۸

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۰/۸

چکیده

امنیت همواره تاثیر شگرفی بر ترقی و یا زوال صنعت گردشگری به عنوان دومین صنعت پردرآمد جهان داشته است. هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر بر امنیت گردشگری و نقش آن در رضایت، وفاداری و جذب گردشگران اصفهان می باشد. به همین منظور از مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار ایتموس استفاده شده است. رویکرد حاکم بر این تحقیق توسعه ای - کاربردی و روش تحقیق به شیوه توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. با توجه به یافته های نهایی مدل، در بین عوامل شکل دهنده امنیت، جنبه های دیداری و ملموس امنیت با بار عاملی ۰/۹۳ در جایگاه نخست و امکانات کالبدی با بار عاملی ۰/۹۰ در رتبه دوم تبیین امنیت از نظر گردشگران قرار دارد. پس از آن شیوه برخورد شهروندان اصفهانی با بار عاملی ۰/۵۹ در رتبه سوم تاثیر گذارترین عوامل قرار گرفته اند. ضریب همبستگی ۰/۹۸ محاسبه شده برای ارتباط بین احساس امنیت به عنوان متغیر مستقل، رضایت و وفاداری به عنوان متغیرهای وابسته نشان از ارتباط مثبت و مستقیم این عوامل دارد.

کلید واژه ها: امنیت گردشگری، جنبه های ملموس و دیداری، جذب گردشگر، وفاداری گردشگر، مدل سازی معادلات ساختاری.

۱. استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، ایران. نویسنده مسئول. s.kiani@kashanu.ac.ir

۲. دانش آموخته اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، ایران.



مقدمه

نیاز به امنیت، همواره از بنیادی ترین نیازهای انسان در جامعه بشری به شمار می رود. آرامش، رشد، شکوفایی انسان، بروز همه استعدادها و خلاقیتها و نیل به همه کمالات انسانی در سایه امنیت به دست می آید (قرایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸). در بعد ذهنی مراد از امنیت، احساس آرامش و یا عدم احساس تهدید و ترس ناشی از محیط های دور و نزدیک فرد است به طوری که با زوال آن آرامش خاطر انسان از بین می رود و تشویش و اضطراب جای آن را می گیرد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۰۶). آبراهام مازلو در سلسله مراتب نیازها، احساس امنیت را بلافاصله پس از ارضای نیازهای اولیه قرار می دهد. امنیت از مقولات بسیار مهم و رایج حیات بشری از گذشته های دور تا به امروز بوده که ضمن پشت سر نهادن تحولات عمده در گذر زمان، نه تنها اهمیت آن کاهش نیافته، بلکه هر روز بر اهمیت آن نیز افزوده شده و ابعاد وسیعتری یافته است (صالحی امیری، ۱۳۹۰: ۵۰).

در توسعه گردشگری نیز عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که امنیت شاخصترین عامل گسترش آن است. امنیت و گردشگری دو مقوله وابسته به یکدیگر در مناسبات داخلی و خارجی هستند که در تعامل دوجانبه می توانند تأثیر افزایشی یا کاهشیی بر هم داشته باشند، به این معنا که افزایش امنیت تأثیر بالایی بر گردشگری و جهت یابی منافع اقتصادی آن دارد (هال، ۲۰۰۷: ۱). از سوی دیگر بنا بر عقیده کارشناسان، توسعه و تکامل گردشگری با تجزیه و تحلیل های امنیتی و سیاسی دقیق میسر خواهد بود (هال، ۱۳۸۲: ۱۱). گسترش گردشگری در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۳). این حجم عظیم مالی توأم با اشتغالی که به طور مستقیم و غیر مستقیم ایجاد می کند سبب شده است، کشورهای مختلف جهان با توجه به توانمندیهای طبیعی، میراث فرهنگی و تاریخی سعی کنند سهمی از این اقتصاد را به خود اختصاص دهند. بنابراین، زمینه رقابت عظیمی در صحنه ژئوپولیتیک سرمایه به وجود آمده است و هر کشوری سعی دارد با برنامه ریزی، اتخاذ سیاستهای

اقتصادی و برقراری روابط با همه کشورها، گسترش امنیت داخلی و بین المللی و ایجاد زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی در سطح ملی جریان سرمایه گذاری را به سوی خود هدایت کند و سهم هر چه بیشتری از این حجم عظیم مالی و چرخه عظیم تر اقتصادی غیر مستقیم آن را به خود اختصاص دهد و برای مردم خود تنوع، اشتغال و درآمد ایجاد کند. شاید به همین دلیل است که لوئیس ترنر گردشگری را امید بخش ترین و پیچیده ترین صنعتی می داند که جهان سوم با آن روبروست (کاظمی، ۱۳۹۲: ۱۱۲). از اینجاست که رقابت صلح آمیز توأم با طرح دوستی به همراه امنیت شکل می گیرد. زیرا بدون امنیت و سیاست مبتنی بر دوستی و صلح با همه عالم، امکان پذیرش گردشگر و داشتن بهره و سهمی از این سرمایه و گردش پول محدود خواهد شد. اگر زیرساختها و خدمات حمایتی در یک مقصد گردشگری مطابق با معیارهای قابل قبول نباشند، امنیت گردشگران در معرض مخاطرات متنوعی قرار گرفته و صنعت گردشگری را دچار رکود می کند (حاجی اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۵) (منسفلد، ۲۰۰۰: ۵۱۷). با این وصف، امنیت می تواند یکی از مؤلفه‌های مهم جذب گردشگر برای ارتقاء و توسعه این صنعت باشد که تأثیر شگرفی بر گردشگری و اتخاذ تصمیم از جانب گردشگران برای سیر و سفر و بازدید از مکان‌های تاریخی و طبیعی به همراه دارد. چرا که جهانگردان و گردشگران خواهان سفری بدون خطر و دغدغه‌اند و محافظه کاری و احتیاط آنان موجب می گردد آسایش، آرامش، اعتماد و امنیت بیشتری را طلب نمایند (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۹). افزایش ایمنی و احساس امنیت گردشگران راهی اثربخش برای کسب موفقیت در رضایت مشتریان و توسعه گردشگری است، چنانچه تأمین انتظارات گردشگران و نیز امنیت ایشان به معرفی مقصد با چهره‌ای مناسب نزد گردشگران خواهد انجامید و در نتیجه تکرار سفر به این مقصد را در پی خواهد داشت. علاوه بر آن عاملی موثر در تبلیغ مقصد گردشگری بوده و افزایش ماندگاری گردشگران در شهر مقصد را به ارمغان خواهد آورد.

اصفهان، با پهنه‌ای حدود ۲۵۰ کیلومتر مربع در طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۹ دقیقه و ۴۰ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه و ۳۰ ثانیه شمالی، به دلیل وجود جاذبه‌های فراوان گردشگری و اهمیت تاریخی در سطح ملی

و منطقه ای، با سابقه ای درخشان در زمینه گردشگری، مقصد سفر گردشگران بسیاری قرار گرفته است. علاوه بر آن انتخاب اصفهان، به عنوان نخستین پایتخت فرهنگی کشورهای اسلامی در سال ۲۰۰۵ سبب شده است گردشگران بسیاری این شهر را مقصد سفر خود قرار دهند. چنانچه پیشتر بیان شد امنیت نقش انکارناپذیری در توسعه فرآیندهای گردشگری دارد.

ضرورت این تحقیق از آنجا ناشی می شود که گردشگری پایدار نشأت گرفته از توسعه پایدار است. توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در جهان محسوب می شود و بدلیل نقشی که گردشگری می - تواند در این زمینه به خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان است. موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب و هماهنگ عناصر و فاکتورهای متعددی است که با هم ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم ترین فاکتورها «امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری» است. امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می آید. میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه ای تعریف شده وجود دارد و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می سازد. لذا در این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر امنیت گردشگری و نقش آن در احساس رضایت، وفاداری و جذب گردشگران در کلان شهر اصفهان بررسی و مورد سنجش قرار گرفته است. با توجه به دستاوردهای تحقیق می توان برنامه ریزی های لازم را به انجام رسانیده و زمینه ساز توسعه گردشگری گردید. فرضیه های پژوهش چنین اند:

- جنبه های ملموس و دیداری امنیت بالاترین همبستگی را با امنیت گردشگری در شهر اصفهان دارد.
- امنیت گردشگری اثر معناداری بر احساس امنیت گردشگران دارد.
- احساس امنیت بر وفاداری و رضایت گردشگران اثر گذار است.

دیدگاهها، مفاهیم و مبانی نظری پژوهش

واژه امنیت، پیشینه ای طولانی به قدمت تاریخ بشر دارد. نیاز به امنیت و ضرورت احساس ایمنی، حتی قبل از ظهور جوامع انسانی نیز دغدغه اصلی

انسانها بوده است. مفهوم اصطلاحی و رایج این واژه در نیم قرن گذشته، فقدان خطرهایی بوده که حکومت را تهدید کرده و بیشتر جنبه نظامی داشته است. لکن در سالهای اخیر، امنیت در معنای عام تری به کار رفته است تا آنجا که امروزه تعریفی که صرفاً جنبه مقابله مسلحانه امنیت را در بر گیرد، از دیدگاه متفکران علوم اجتماعی و سیاسی مردود شمرده می شود.

امنیت

امنیت واژه‌ای عربی از ریشه امن است و در فرهنگ آکسفورد معادل حفظ بودن، فراغت از خطر و اضطراب معنی شده است و در فرهنگ فارسی عمید، دارای معانی در امان بودن، آسایش و ایمنی است. امنیت نوعی احساس آرامش و آسایش درونی قلمداد می شود که از مؤلفه‌های فعال محیط حاصل شده و پس از ادراک ذهنی، گونه‌ای احساس در امان بودن را به وجود می آورد (امیدوار، ۱۳۷۹: ۸۱). امنیت، احساس آرامش و اطمینان از عدم تعرض به جان، مال و سایر حقوق انسان است. این ارزش انحصاری، یکی از ضرورت‌های زندگی فردی و اجتماعی است (زیاری، ۱۳۹۰: ۳). مفهوم امنیت در جهان سوم ارتباط مستقیم با آسیب پذیری‌های اجتماعی و اقتصادی دارد، که برخاسته از تهدیدات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و نظامی است، بنابراین از لحاظ مفهوم، امنیت باید منعکس کننده تهدیدات ناشی از مسائل اقتصادی و اجتماعی باشد (لطفی فر و همکاران، ۱۳۹۱: ۳).

به طور کلی امنیت را می توان از نقطه نظر اجتماعی و فرهنگی، وضعیتی آرام تلقی کرد که انسان در نهایت ایمنی نسبت به جان، مال، ناموس، حیثیت، هویت، ارتباطات، تفکرات، ارزش ها و ... خود چه در زمان حال و چه در آینده اطمینان داشته و شبانه روز را با تحمل حداقل ریسک ممکن سپری سازد. تنها زمانی که قوانین جامعه بر اساس توافق جمعی و رضایت عمومی به صورت یک قرارداد اجتماعی مورد تأیید و قبول متقابل افراد هسته‌های اجتماعی قرار گیرد و منافع ملی بر منافع فردی اولویت یابد، می توان به تحقق نوعی آرامش درونی در افراد و آسودگی از تعرض و تهدید اطمینان پیدا کرد. در غیر این صورت، سیستم امنیتی آن جامعه فاقد دیواره و لایه‌های ضربه گیر لازم خواهد بود (صالحی، ۱۳۹۰: ۳). برخورداری از امنیت یکی از اصول اساسی در حقوق عمومی

می‌باشد. این اصل بدین معناست که به حقوق مادی و معنوی فرد، به افکار و اندیشه‌های وی، به تمامیت ارضی و روحی و بستگان او نباید صدمه و لطمه‌ای وارد شود. ریچارد کوپر برای امنیت دو جنبه قائل است: شرایط عینی و برداشتهای ذهنی، شرایط عینی عبارتند از عوامل فیزیکی و وضعیتی که کمترین بایستگی‌ها را برای تأمین امنیت معین می‌کنند. برداشتهای ذهنی نیز پدیده‌هایی هستند روانی که ممکن است حتی با وجود شرایط عینی، وجود داشته باشند (صفاری راد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶). در همین راستا آرنولد ولفرز معتقد است امنیت نماد ابهام آمیزی است که اصلاً ممکن نیست معنای دقیقی داشته باشد و باری بوزان می‌گوید امنیت را نمی‌توان به طور کلی تعریف کرد. بلکه تنها در مواردی مشخص می‌توان آن را تعریف نمود (بوزان، ۱۳۷۸: ۱۴).

احساس امنیت

احساس امنیت، حاصل اعتماد به تعریفی از زندگی است که هویت و هستی انسان بر مبنای آن سامان می‌گیرد و این احساس در خانواده پی ریزی شده و بر پایه اعتمادی بنیادین، ریشه در لطف و محبت بی دریغ والدین، به ویژه مادر دارد. احساس امنیت دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. احساس امنیت ذهنی است.
۲. احساس امنیت به خودی خود قابل تعریف نیست و بر مبنای بود یا نبود خطر، قابلیت تعریف می‌یابد.
۳. احساس امنیت یک فرآیند است، در طول زمان جریان دارد و در هر لحظه بر اساس برآورد خطر تغییر می‌پذیرد.
۴. این وجه امنیت (ذهنی) مهمتر از جنبه‌های عینی آن است.
۵. احساس امنیت ضمن اطمینان به شناخت‌ها، هستی شناختی فرد را سامان می‌بخشد و پایه و بنیان وجود آدمی را در می‌نوردد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۷۰).

ابعاد امنیت

امنیت فرهنگی

امنیت فرهنگی عبارت است از ایجاد وضعیتی مطمئن، آرامش بخش و خالی از هرگونه تهدید و تعرض در انسان، نسبت به دین، افکار، اخلاق، آداب و رسوم،

باورها، ارزش ها، میراث فرهنگی، آثار ادبی و به عبارت دیگر، مصونیت فرهنگ فرد و جامعه از هرگونه تعرض و تهدید را امنیت فرهنگی می گویند (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۵۶).

امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی در یک مفهوم وسیع، حقوق بشر، توسعه، مسائل جنسیتی و موارد دیگری را که به آن برچسب امنیت انسانی زده می شود، دربرمی گیرد. مؤلفه هایی نظیر عدالت در سطح ملی، ریشه کن کردن فقر، آزادی نسلهای آتی برای به ارث بردن یک محیط سالم در مفهوم امنیت اجتماعی مطرح می گردد. منظور از امنیت اجتماعی، گروه همبسته ای از مردم در یک سرزمین (قلمرو) در امتداد زمانی است که دارای احساس جمعی بسط یافته و نهادینه شده، آداب و رسوم فراگیر، قدرتمند و به اندازه کافی قابل اطمینان است که حیات اجتماعی را در زمانی طولانی بیمه می کند و تغییرات آرام توأم با انتظارات قابل پیش بینی را در میان مردمش تجربه می کند. مک سوئینی در تعریف امنیت اجتماعی می گوید: امنیت اجتماعی آن است که چگونه جوامع منافع و هویتشان را خلق و باز تولید می کنند (بیلینگ^۱، ۲۰۰۳: ۲۰۷). به طور کلی امنیت اجتماعی مواردی چون امنیت زیستی یا بنیادی، جانی، سرمایه ای، قضایی و ارتباطی را نیز شامل می شود و به قلمروهایی از حفظ حریم فرد مربوط می شود که به نحوی در ارتباط با امنیت اجتماعی دیگر افراد جامعه هستند. این قلمروها می توانند زبان، نژاد، قومیت، اعتبار، نقش اجتماعی، کار، درآمد، رفاه، مشارکت سیاسی، آزادی، اعتقاد و ... باشند (شاهیوندی، ۱۳۸۹: ۱۴۰).

امنیت اقتصادی

وجود امنیت در این بعد را با شاخص هایی نظیر سرمایه گذاریها، توزیع عادلانه ثروت، استفاده از امکانات به طور یکسان، مبارزه با مفسد اقتصادی و اداری، اختلاس، ارتشا، کاهش عوارض مختلف دولتی و تعرفه های معقول و غیر ضروری ثبات بازار مشخص می سازند.

امنیت سیاسی

به معنای فراهم نمودن امکان اظهار نظر برای افراد پیرامون چگونگی اداره جامعه و شرکت در این گونه امور بدون احساس بیم و هراس می باشد. در امنیت سیاسی تأکید بیشتر بر نهادهای تأمین کننده حقوق مدنی است که واحد آن اعتماد است (سیدصالحی، ۱۳۹۰: ۵۵).

امنیت روانی

امنیت روانی یعنی فقدان احساس تهدید یا تجربه نوعی مصونیت ادراک شده در سفر به یک مقصد گردشگری. این مقوله یکی از مهمترین انواع امنیت در رابطه با گردشگری است که با دیگر انواع امنیت ارتباط متقابل داشته و می تواند عامل بسیار مثبت و تشویق کننده ای در رواج سفر باشد. فقدان آن نیز به افزایش تهدید، ترس و اضطراب می انجامد. این نکته به ویژه در مورد توریست هایی نمود دارد که برای اولین بار به یک مقصد گردشگری سفر می کنند (حاجی اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۳).

توسعه گردشگری و امنیت

مسئله بسیار مهمی که در صنعت گردشگری وجود دارد احساس ترس از حوادث و وقایعی است که تحت عنوان جرم ممکن است علیه گردشگر اتفاق افتد و بار روانی بسیار بالایی را برای گردشگران داشته باشد؛ علت اصلی احساس ترس و نداشتن امنیت نزد گردشگران ممکن است به دلیل حوادث و اتفاق های گذشته در آن مکان باشد. بنابراین پرداختن به مسئله احساس امنیت در جذب گردشگر بسیار مهم است (شاهوندی، ۱۳۸۹: ۱۴۲). مهم ترین شاخصهای اجتماعی برای تأمین امنیت گردشگری پایدار عبارت است از: تعداد شکایت های ناشی از گردشگر و فعالیت های گردشگری، میزان جرایم صورت گرفته در مخالفت با گردشگران و صنعت گردشگری توسط مردمان بومی و غیربومی، میزان انحراف های اجتماعی و اخلاقی در ارتباط با گردشگری، درصد بازدیدهای مکرر، واکنش های ساکنان محلی به گردشگری و گردشگر، میزان جرایم به وقوع پیوسته ناشی از تحریک های گردشگران، میزان رضایت مندی گردشگران از بازدید، میانگین مدت زمان اقامت بازدیدکنندگان، مهاجرت های مرتبط با گردشگری، نسبت ساکنان محلی به گردشگران، تصویری که از بازدید

و مکان مورد بازدید در ذهن بازدیدکنندگان شکل می‌گیرد، توزیع مشاغل با در نظر گرفتن سطح درآمد و اندازه سهم مالکیت، شرایط فصلی، موقعیت مقصد در چرخه تولید، ضریب جذابیت گردشگری، حمایت و پشتیبانی از جاذبه‌های گردشگری، امکانات گردشگری و ظرفیت اجتماعی از لحاظ تأمین مایحتاج گردشگری (ویور^۱ واپرمان، ۲۰۰۰: ۳۵۵).

رویکردهای نظری امنیت

در زمینه امنیت اجتماعی نظریات گوناگونی در حوزه‌های مختلف مطرح شده است. بخش بزرگی از این نظریات در حوزه مباحث جامعه‌شناسی مطرح می‌شود که مفهوم امنیت اجتماعی را به طور کلی بررسی می‌کند و شاخص‌ها و مولفه‌های آن را بر می‌شمرد لذا در این بخش مفاهیم مربوط به حوزه جامعه‌شناسی مطرح می‌شود.

محققان سه رویکرد نظری عمده را در ارتباط با احساس امنیت بیان کرده‌اند. رویکرد اول با عنوان «آسیب‌پذیری» اعم از آسیب‌پذیری فیزیکی، روانشناختی و اقتصادی شناخته می‌شود. رویکرد دوم «تجربه جرم» اعم از مستقیم، به عنوان قربانی و یا غیر مستقیم (از طریق تماس‌های اجتماعی، دوستان و یا رسانه) می‌باشد. رویکرد سوم بر محیط اجتماعی و فیزیکی محلی به عنوان منابع احتمالی احساس ناامنی اشاره دارد (شاهیوندی، ۱۳۸۹: ۱۴۷).

■ امیل دورکیم

از دیدگاه امیل دورکیم امنیت جامعه در پرتو همبستگی تأمین می‌گردد و همبستگی اجتماعی عامل حفظ جامعه از خطرات و آسیب‌هاست در این الگو که بر رابطه ضروری امنیت با همبستگی گروه‌ها و نیروهای اجتماعی تأکید می‌شود امنیت فرایند پایان‌ناپذیر رقابت و سازش میان نیروهای گوناگونی است که نماینده علایق و همبستگی‌های اجتماعی گوناگون مانند گروه‌های صنعتی و تجاری، اتحادیه‌های کارگری، گروه‌بندی‌های مذهبی و قومی و غیره هستند (تنهایی، ۱۳۷۴: ۱۳۳).

■ کنش متقابل نمادی

بر اساس مکتب کنش متقابل نمادین، به منظور ادراک حوزه معنایی امنیت و

1. Weaver, D. & Opperman, M

فهم طیفی از مفاهیمی که در اطراف خود ایجاد نموده است نیازمند آگاهی از جریان تاویل و تفسیری هستیم که در فرایند کنش متقابل اجتماعی رخ می دهد. امنیت، توانایی حفظ شرایطی است که هر فرد در آن با آگاهی و تفسیرگری دخالت کرده و با توجه به کنش دیگران و تفسیر خویشتن، کنش خویش را آگاهانه می سازد (نویدنیا، ۱۳۸۸).

■ نظریه آبراهام مزلو

آبراهام مزلو روان شناس برجسته معاصر نظریه ای را مطرح کرد که بسیار مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت وی در این نظریه هرمی را طراحی کرد که در آن نیازهای انسان را معرفی کرده بود در این هرم نیازهای فیزیولوژیک به عنوان اولین نیاز انسان و بعد از آن در سطح دوم این هرم نیاز به امنیت قرار می گیرد که نشان از مهم و اساسی بودن این نیاز دارد و در سطوح بعدی نیاز به عشق و محبت و احترام و در سطح آخر و والاترین و عالیترین سطح نیاز به خود شکوفایی معرفی شده است که اگر هر کدام از این سطوح هرم و نیازها برآورده نشوند فرد احساس خلا و ناکامی می کند. نیازهای ایمنی می توانند مانند نیازهای جسمی کاملاً بر ارگانیزم مسلط گردند. آنها می توانند به عنوان سازمان دهندگان تقریباً انحصاری رفتار با به خدمت گرفتن همه قابلیت های ارگانیزم عمل کنند در این شرایط ارگانیزم صرفاً به دنبال ایمنی است. به اعتقاد وی این نیاز بیانگر آن است فرد به آرامش نیاز دارد. این آرامش شامل ثبات، استقلال، محافظت داشتن، رهایی از ترس، رهایی از اضطراب، رهایی از درهم بودن نظم و قانون، احتیاج به محدودیت داشتن و نیاز به محافظ قوی است. بر اساس نظریه مازلو نیاز به امنیت یک نیاز روانی است که در صورت ارضا نشدن نیاز آدمی آزرده می شود (سلیمی سبحان، ۱۳۹۳: ۱۰۵).

■ تالکوت پارسونز

پارسونز جامعه را متشکل از اجزایی می دانست که اصطلاحاً پایگاه نقش ها می شود (ورسلی، ۱۳۷۸: ۶۵). وی برای امنیت اجتماعی چهار بعد قائل شده است که هر کدام مربوط به یک خرده سیستم جامعه هستند، امنیت مالی و اقتصادی، امنیت سیاسی، امنیت حقوقی و قضایی، امنیت فرهنگی به ترتیب در نظام فکری پارسونز ضروری بوده و هر یک از جایگاه خاصی برخوردارند و فقدان هر یک



از این ابعاد امنیت جامعه را دچار عدم تعادل و پریشان حالی می کند (نویدنیا، ۱۳۸۲: ۷۹-۸۰).

■ آنتونی گیدنز

از نظر گیدنز، امنیت را می توان موقعیتی خواند که در آن با یک رشته خطرهای خاص مقابله، یا به حداقل رسانده می شود. امنیت چه به معنای بالفعل چه به معنای تجربی آن ممکن است به مجموعه ای از آدمها تا مرز امنیت جهانی، یا به افراد، ارتباط داشته باشد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۴). به این ترتیب گیدنز مصونیت در برابر خطرها را امنیت تعریف کرده است (نویدنیا، ۱۳۸۸: ۳۳).

■ ال ویور

تعریفی که ویور از امنیت اجتماعی به دست می دهد همسو با تعریف بوزان می باشد. ویور امنیت اجتماعی را چنین تعریف می کند: امنیت اجتماعی به توانایی جامعه برای حفظ ویژگی های اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات واقعی یا احتمالی مربوط است. ویور به جای دولت، جامعه را به مثابه هدف مرجع امنیت مطرح می کند و در تعریف جامعه می گوید: جامعه را مجموعه ای از نهادهایی می دانم که با احساسی از هویت مشترک عجین باشد (موتیمر، ۱۳۸۰: ۳۸۸).

پیشینه تحقیق

با هدف به دست آوردن بینش دقیق تر و درکی روشن تر نسبت به مسئله تحقیق و زوایای آن در ادامه به گزیده ای از مطالعات در حوزه امنیت و گردشگری اشاره شده است.

هزارجریبی (۱۳۹۰) در بررسی احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری بیان می کند بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. مقایسه احساس امنیت اجتماعی از منظر گردشگران خارجی برای سفر به ایران حاکی از آن است که گردشگران افریقایی بیشترین و گردشگران اروپایی کمترین احساس امنیت را داشته اند. جامعه آماری این پژوهش ۲۶۰۰۰۰۰ گردشگر خارجی وارد شده به ایران در سال ۱۳۸۹ بوده است. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه به تعداد ۳۸۴ نفر برآورد گردیده و به صورت تصادفی

انتخاب گردیده‌اند. هدف مقاله شناخت میزان احساس امنیت اجتماعی و تعاملات مردم با گردشگران اعلام گردیده است. شاهپوندی و همکاران (۱۳۹۰) تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. هدف از انجام این پژوهش تعیین نقش امنیت روانی و اجتماعی در جذب گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان می‌باشد. جامعه آماری گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۸۹ بوده که از بین آنها تعداد ۳۲۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب و از طریق پرسشنامه محقق ساخته به جمع آوری نظرات آنها در ارتباط با امنیت و گردشگری پرداخته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد درصد بالایی از گردشگران خارجی از وضعیت امنیت اجتماعی و روانی در شهر اصفهان رضایت داشته و تمایل دارند به این شهر مسافرت کنند. بررسی فرضیات نیز نشان می‌دهد که بین امنیت اجتماعی و روانی و انگیزه مسافرت به شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد. خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۹۰) بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان را بررسی نموده‌اند. در این مقاله تلاش شده، میزان احساس امنیت گردشگران با توجه به دو متغیر کلیدی، حضور و عملکرد نیروی انتظامی و تبلیغات ارائه شده در خصوص مسائل امنیتی برای گردشگران بررسی گردد. این پژوهش به شیوه پیمایشی بر روی نمونه‌ای از ۳۸۱ گردشگر خارجی که در سال ۸۹ از شهر اصفهان دیدن نموده‌اند، صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد بین دو متغیر حضور و عملکرد نیروی انتظامی و همچنین تبلیغات ارائه شده در رسانه‌های جمعی در خصوص مسائل امنیتی و احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان، پیوستگی آماری معنی داری وجود دارد. خواجه شاهرکوهی و مدانلو جویباری (۱۳۹۱) نقش احساس امنیت در توسعه گردشگری نواحی مرزی آستارا را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. هدف پژوهش حاضر، شناخت میزان احساس امنیت و تعاملات مرزنشینان با گردشگران است. یافته‌های حاصل از ضریب رگرسیون، حاکی از آن است، به ازای یک واحد افزایش در احساس امنیت ۰/۵۶۹ واحد در تمایل به سفر مجدد گردشگران به نواحی مرزی افزایش وجود دارد. شادمان فخر آبادی (۱۳۹۱) اقدام به مطالعه‌ای در خصوص بررسی رابطه‌ی صنعت گردشگری با افزایش احساس امنیت گردشگران در ایران نموده‌اند. روش این

پژوهش مبتنی بر مطالعات اسنادی و کتابخانه است. هدف آن سامان بخشی به فعالیت‌های عرصه گردشگری در جهتی پایدار با توجه به مقررات حقوقی است که این قوانین و مقررات، وظایف و حقوق دوسویه گردشگران و جامعه میزبان را روشن می‌نماید. دستاوردهای پژوهش مؤید آن است در توسعه صنعت گردشگری عوامل مختلفی نقش دارند؛ در این میان، توجه به مقررات حقوقی یکی از علل و عوامل اساسی در توسعه صنعت گردشگری است. قدرجانی و همکاران (۱۳۹۱) تاثیر امنیت فضاهای عمومی بر صنعت گردشگری را بررسی نموده‌اند. هدف، ارائه خدمات مختلف به همراه رفتار مناسب فرهنگی و امنیت لازم در فضاهای عمومی شهر است که به این وسیله بتوان امکان رشد و گسترش این صنعت را در کشور فراهم آورد و با یک برنامه ریزی درست آن را به قلب بزرگ گردشگری پذیر جهانی تبدیل نمود. پژوهشگران با رویکردی توصیفی بیان می‌دارند امنیت کیفیت زندگی شهروندان را ارتقا می‌دهد و نقش موثری نیز در تبادلات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، نظامی و ... ایفا می‌نماید. لطفی فر و یعقوبی (۱۳۹۱) به بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری چابهار پرداخته‌اند. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است و هدف از انجام آن پاسخ به این سوال است که امنیت در شهر چابهار چگونه و در چه حدی بر توسعه گردشگری در این شهرستان تأثیر می‌گذارد و آیا می‌توان شیوه‌های جدید گردشگری را به گونه‌ای سازماندهی نمود که ناامنی در این منطقه کمترین تأثیر را بر آن داشته باشد؟ نتایج نشان می‌دهد امنیت فاکتوری تعیین کننده در توسعه گردشگری چابهار می‌باشد و در راهکارهایی در زمینه ارتقا صنعت گردشگری ارائه کرده‌اند. جسارتی و آقایی (۱۳۹۱) نقش ارتقا امنیت در توسعه گردشگری اردبیل را بررسی نموده‌اند. 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. جامعه آماری این پژوهش گردشگران و کارکنان نیروی انتظامی اردبیل است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۱۶۵ نفری محاسبه شده است. نتایج نشان می‌دهد بین گسترش گردشگری و افزایش امنیت و نیز گسترش حضور نیروی انتظامی و تبلیغات این نهاد در بهبود امنیت گردشگری رابطه مستقیمی وجود دارد. غلامحسینی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر

نورپردازی در امنیت شهری و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلان شهر شیراز) نتیجه می‌گیرد نورپردازی مناسب جاذبه‌های گردشگری شیراز علاوه بر ایجاد بهبود کیفیت زندگی شهری به توسعه گردشگری منجر می‌گردد. هدف این مقاله آشنایی با ضرورت های نورپردازی به عنوان یکی از اصلی ترین عناصر شهری و بررسی تأثیر نورپردازی در امنیت گردشگران کلانشهر شیراز است و به این منظور از طریق مصاحبه و توزیع پرسشنامه در بین شهروندان و گردشگران شهر شیراز از حجم نمونه ۲۲۰ نفری استفاده شده است. خوش فر (۱۳۹۲) در بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن در منطقه گردشگری ناهارخوران و النگدره ی شهر گرگان بیان می‌کنند وجود احساس امنیت اجتماعی در گردشگاه های مورد مطالعه، دارای کارکردهای مثبت برای گردشگران و توسعه گردشگری است حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شد و با هدف ارتقا امنیت گردشگران به تحلیل های آماری لازم پرداخته است. تولائی و همکاران (۱۳۹۲) ساختار کالبدی محیط های شهری در امنیت گردشگران، نمونه موردی حوزه ثامن مادرشهر مشهد را مورد تحلیل قرار داده‌اند. هدف آن بررسی وضعیت کالبدی حوزه مورد مطالعه و تاثیر آن بر میزان امنیت زائران و گردشگران می‌باشد. تعداد پاسخگویان ۲۰۰ نفر بوده است. نتایج نشان می‌دهد بافت کالبدی حوزه ثامن (از جمله وجود فضاهای بدون دفاع شهری) تأثیر مستقیمی بر افزایش آسیب های اجتماعی و در نتیجه ناامن شدن حوزه برای گردشگران و زائران داشته است. عبدلی و همکاران (۱۳۹۳) تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری اصفهان را ارائه نموده‌اند. جامعه آماری پژوهش را گردشگران شهری داخلی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۹۰ تشکیل می‌دهند که با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران ۳۸۴ نمونه به دست آمد. این رقم جهت اطمینان بیش تر به ۳۹۰ نفر افزایش داده شد. بررسی و تحلیل میزان امنیت اجتماعی گردشگران در شهر اصفهان هدف اصلی این پژوهش را تشکیل می‌دهد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد میزان تحصیلات، سن، سواد، وضعیت تأهل، میزان درآمد، نیروی انتظامی و رسانه‌ها به مقدار بسیار زیادی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر داشته و در این میان وضعیت کالبدی - فیزیکی شهر میزبان

کمترین تأثیر را از نظر گردشگران شهر اصفهان داشته است. مؤیدفر و همکاران (۱۳۹۳) امنیت گردشگران با تأکید بر مؤلفه‌های مدیریت بحران گردشگری را تبیین نموده‌اند. بدین منظور با بهره‌گیری از گویه‌های تبیین‌کننده مدیریت بحران گردشگری، اقدام به توزیع پرسشنامه در میان ۳۷۶ نفر از گردشگران در سطح فضاهای گردشگری شهر یزد شده است. مقاله بر آن است تا ضمن تبیین مفهوم مدیریت بحران گردشگری، به این پرسش اساسی پاسخ دهد که مؤلفه‌های اساسی مدیریت بحران گردشگری، یعنی امنیت، رضایتمندی و ساماندهی فضایی در فضاهای گردشگری شهر یزد در چه وضعیتی قرار دارند؟ از نتایج بررسی‌ها مشخص شد شاخص‌های توسعه در میان شهرستانهای این استان به صورت متعادل توزیع نشده است و شهرستان‌های پیرانشهر، سردشت و ارومیه به ترتیب در جایگاه اول تا سوم از لحاظ برخورداری از شاخصهای توسعه هستند. حیدری چپانه و سلطانی (۱۳۹۳) تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت بر توسعه صنعت گردشگری در منطقه خاورمیانه داشته‌اند. در این مقاله، به مقوله امنیت و ثبات سیاسی به عنوان یکی از مهمترین چالشهای فراروی صنعت گردشگری کشورهای منطقه خاورمیانه پرداخته شد. جهت بررسی رابطه بین توسعه گردشگری در حوزه کشورهای خاورمیانه و فضای سیاسی-امنیتی این منطقه، از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد نوسان و عدم تعادل شدید در میزان گردشگران ورودی به کشورهای این منطقه، ارتباط بسیار نزدیکی با تحولات سیاسی در عرصه جهانی، فضاهای سیاسی-امنیتی خاورمیانه و شرایط داخلی کشورهای آن دارد. سلیمی سبحان (۱۳۹۳) در پژوهشی امنیت و توسعه پایدار گردشگری در شهر تهران را مورد بررسی قرار داده است. هدف از این پژوهش تحلیل توسعه پایدار گردشگری شهر تهران با استفاده از هرم مازلو و پاسخ به این پرسش است که مهمترین عوامل تأثیرگذار بر احساس امنیت گردشگران شهر تهران چیست؟ روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است که با بهره‌گیری از هرم مزلو به اهمیت امنیت در گردشگری می‌پردازد و با ابزار پرسشنامه ۱۳۰ نفر از گردشگرانی که در پاییز ۱۳۹۳ به تهران وارد شده‌اند به روش تصادفی ساده انتخاب و پرسشنامه نزد آنها توزیع و تکمیل گردیده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است چهار عامل:

ضعف سرمایه اجتماعی جامعه میزبان و گردشگران، طراحی نامناسب شهر و تراکم جمعیت، عدم امنیت جانی، عدم نظارت مردمی و انتظامی در عدم احساس امنیت گردشگران شهر تهران تأثیرگذار هستند. حاجی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) در رویکردی دیگر به بررسی اثرات فصلی بودن فعالیت‌های گردشگری بر امنیت شغلی شاغلین بخش گردشگری شهر سرعین پرداخته‌اند. در این پژوهش، میانگین درآمد، تعداد کارکنان قراردادی در فصول مختلف سال و همچنین دیدگاه ۱۰۵ شاغل گردشگری در مورد تأثیر فصلی بودن بر درآمد و ثبات شغلی آن‌ها در قالب پرسشنامه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. نتایج پژوهش حاکی از آن است میانگین درآمد و توزیع کارکنان قراردادی در سرعین، در فصول مختلف متفاوت است. همچنین فعالین این حوزه اثر فصلی بودن گردشگری بر میزان درآمد و احساس ثبات شغلی خود را تأیید می‌کنند. حاجی اسماعیلی و کیانپور (۱۳۹۳) امنیت گردشگری و مشکلات آن از دیدگاه مدیران دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان را به انجام رسانیده و در نتایج بیان می‌دارند اصلی‌ترین مقوله‌های مورد مطالعه را می‌توان در ابعاد اقتصادی و مالی، قانونی و اداری، غذایی و بهداشتی، جاده‌ای و حمل و نقلی و امنیت روانی طبقه بندی نمود. به نظر می‌رسد احساس ناامنی در حوزه‌های مختلف که خود حاصل درهم تنیدگی عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است بر رونق گردشگری در ایران سایه افکنده است. پژوهش کوششی است با هدف کشف، تحلیل و بررسی مشکلات امنیت گردشگری از منظر مدیران دفاتر خدمات جهانگردی و آژانس‌های مسافرتی در استان اصفهان. برای این منظور، با استفاده از نمونه گیری هدفمند، تعداد ۲۰ نفر از مدیران دفاتر و آژانس‌های مذکور در ارتباط با مشکلات و مسائل امنیت گردشگری در ابعاد مختلف مورد مصاحبه عمیق نیمه ساختارمند قرار گرفته‌اند. رمضان زاده لسبویی و همکاران (۱۳۹۴) مقاله‌ای با عنوان توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی و امنیت اجتماعی انجام داده و در تحلیل یافته‌ها بیان می‌دارند توسعه گردشگری در شهر تنکابن در وضعیت مطلوبی قرار داشته و جامعه میزبان حمایت شایان توجهی از آینده گردشگری دارد. همچنین نتایج دیگر نشان دهنده آن است، توسعه گردشگری در شهر تنکابن تأثیر منفی بر امنیت جامعه گذاشته و باعث کاهش امنیت اجتماعی

شهر شده است. هدف پژوهش بررسی وضعیت توسعه گردشگری در شهر ساحلی تنکابن و تأثیر آن بر امنیت جامعه است. جامعه آماری تحقیق شهر تنکابن با حجم نمونه ۳۶۰ نفر بوده که به روش نمونه گیری ساده انجام گرفته است. رهنما و همکاران (۱۳۹۴) نیز در پژوهشی با عنوان برنامه ریزی و آمایش راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد با تلفیق مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه (ANP-SWOT) راهبردهایی را برای توسعه گردشگری و امنیت گردشگران در مشهد ارائه نموده‌اند. هدف این پژوهش، آمایش و برنامه ریزی راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران در کلان شهر مشهد با تلفیق مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه ANP-SWOT است. پاسخگویان سی نفر از کارشناسان خبره بوده‌اند تا مهم ترین عوامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در امنیت زائران و گردشگران را جمع آوری کنند. لائنگ (۲۰۰۰) راهبردهای ایمنی و امنیت در جهانگردی را به منظور فراهم آوری چارچوب مفهومی برای صنعت هتلداری سنگاپور مورد توجه قرار داده است. این مقاله یک سیستم سه لایه مفهومی را به عنوان چارچوب ایمنی و امنیت در مدیریت صنعت هتل، ارائه می نماید. همچنین بر اساس نتایج تحقیق بیان می کند سنگاپور یکی از امن ترین مقاصد گردشگری آسیاست. سه لایه مفهومی تأمین کننده امنیت در سنگاپور ناشی از تعامل آژانس های بین المللی، اعضای فعال در حوزه گردشگری و تورگردان های خصوصی با مالکیت فردی است. ریچارد جورج^۱ درک گردشگران از ایمنی و امنیت در هنگام بازدید از کیپ تاون را با پرسشگری از ۷۴۳ گردشگر بازدید کننده مورد بررسی قرار داده است. هدف از این مقاله بررسی این مطلب است که آیا گردشگرانی که از کیپ تاون در ماه اوت و سپتامبر سال ۲۰۰۱ بازدید کردند، در هنگام اقامت در هتل و تور، احساس امنیت داشته اند یا خیر؟ بررسی ها حاکی از آن است صنعت گردشگری و سازمان های اجرایی مرتبط با آن برای توسعه گردشگری نیاز به تدوین قوانین هماهنگ برای بهبود اقدامات پیشگیری از جرم در کیپ تاون هستند. آبراهام پیزام و همکاران (۲۰۰۵) نظریه امنیت گردشگری را در کتابی با همین نام ارائه داده اند. پژوهشگران در این تحقیق تلاش کرده اند یک نظریه موفق در خصوص

1. Richard George

امنیت گردشگری و عوامل موثر بر آن به همراه پیش بینی اجزای مرتبط با آن با در نظر گرفتن پدیده‌های گوناگون تدوین نمایند. هدف از انجام این پژوهش تحلیل دلایل وقوع ناامنی، علل و عوامل اثرگذار بر انگیزه مجرمان، اثر حوادث ناامن کننده بر جریانات گردشگری، نقش رسانه‌ها در کاهش احساس ناامنی و روش‌های پیشگیری از وقوع آن است. استاینر (۲۰۰۶) وضعیت گردشگری در کشور مصر را مورد بررسی قرار داده و در نتایج بیان می‌کند با وجود جاذبه‌های گردشگری فراوان، کشور مصر نتوانسته به نحو مطلوبی از گردشگری کسب درآمد نماید که مهمترین دلیل آن عدم وجود امنیت بیان شده است. پیتروال (۲۰۰۸) در بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای جهان سوم، از مهمترین مشکلات گردشگری این کشورها به عدم وجود امنیت روانی و جانی اشاره کرده است و بر لزوم توجه دولت‌های جهان سوم در جهت از بین بردن این معضلات از طریق ایجاد پلیس گردشگری تأکید نموده است. نامپومللو^۱ (۲۰۰۹) به تحقیق در مورد گردشگری جرم، ایمنی و امنیت در منطقه کوازولو-ناتال^۲ به عنوان موضوع پایان نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه زولولند^۳ آفریقای جنوبی پرداخته است. مهمترین یافته‌ها نشانگر آن است در منطقه مورد مطالعه جرائمی رخ می‌دهد که برخی از آن‌ها گزارش نمی‌شود و استراتژی‌ها و سیاستهای به کار برده شده توسط اعضای جامعه و نیز مقامات گردشگری شناخته شده نیست. بنابراین لازم است به مردم محلی در خصوص اهمیت و ارزش گردشگر و گردشگری آموزشهای لازم اعطا گردد. کوآکو (۲۰۱۲) نگرش گردشگران به امنیت و آسیب پذیری در غنا را مورد بررسی و پژوهش قرار داده است. در نتایج مشاهده گردید گردشگران در سایت‌های گردشگری در مقایسه با محل اقامت، احساس ناامنی بیشتری داشته‌اند. همچنین مشاهده شد که ترس از جرم و آسیب پذیری با توجه به متغیرهای اجتماعی و دموگرافیک مانند سن متفاوت است. قاسمی^۴ و همکاران (۲۰۱۴) نقش امنیت در افزایش گردشگران خارجی ایران را مورد بررسی قرار داده‌اند. روش نمونه‌گیری تصادفی بود و نمونه‌ها با استفاده از فرمول کوکران از ۱۵۰ نفر محاسبه شده است. نتایج این تحقیق دلالت بر آن دارد

1. Nompumelelo Mthhembu

2. KwaZulu-Natal

3. Zululand

4. Ghasemi

۵۵ درصد گردشگران خارجی در بدو ورود ذهنیت منفی نسبت به امنیت در ایران داشته‌اند. این بدبینی و بازشناسی غلط در ۸۰ درصد افراد هنگام خروج اصلاح شده و از وضعیت امنیت در ایران راضی بوده‌اند. مورات پیام^۱ (۲۰۱۶) امنیت گردشگران و نیاز به پلیس گردشگری در بوسنی و هرزگوین را مورد توجه قرار داده است. این مقاله با هدف نشان دادن ضرورت پلیس گردشگری برای اهداف گردشگری، ارائه شده است. مطالعات انجام شده در گردشگری بیان می‌کند ایمنی و امنیت یک عامل با اهمیت رو به رشد در انتخاب آن مقصد برای داشتن تعطیلات صلح آمیز است. به طوری که ایمنی و امنیت به عنوان عنصری رقابتی در جذب گردشگر لحاظ می‌شود. بدون شک می‌توان چنین ادعا کرد، ایمنی و امنیت در آینده نزدیک گردشگری را به فروش می‌رساند. بنابراین، اعتقاد بر این است که «پلیس گردشگری» ممکن است در ایجاد تصویر مناسب مقصد و بهبود بازار گردشگری کمک کند. ژوزف سیمپسون^۲ و همکاران در بررسی اثر امنیت بر وفاداری گردشگران آمریکائی با حجم نمونه‌ای به تعداد ۴۱۳ نفر و با هدف بررسی تأثیر نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری ادراکات در مورد نیروهای امنیتی، معتقد است درک از اثربخشی نیروهای امنیتی بر توصیه احتمالی مقصد گردشگری به دیگران اثرگذار است. لیو^۳ (۲۰۱۷) آسیب‌پذیری گردشگری و انعطاف‌پذیری به تروریسم را بررسی کرده است. هدف از انجام پژوهش بررسی میزان اثرگذاری تروریسم بر کیفیت و کمیت گردشگری و واکنش‌های گردشگران به تروریسم در بازه‌های زمانی کوتاه و بلند مدت بوده است. یافته‌ها دلالت بر آن دارد، امنیت شخصی یک نگرانی عمده برای گردشگران است و اکثر توریست‌ها به دنبال مقصدهای امن و اجتناب از مقاصدی هستند که توسط تروریسم گرفتار شده‌اند. این پژوهش کمیت رابطه بین تروریسم و گردشگری در ۹۵ کشور و منطقه مختلف را با استفاده از مدل‌های تقاضای گردشگری بین‌المللی مورد بررسی قرار داده است. همچنین نتایج کاربرد روش سری زمانی برای پیش‌بینی میزان درآمد گردشگری کشورهای مورد مطالعه حاکی از آن است تروریسم در بلند مدت اثری بر تقاضای بین‌المللی گردشگری نداشته و

1. Mehmet Murat Payam

2. Joseph J. Simpson

3. Liu

این اثر تنها در بازه زمانی کوتاه مدت قابل مشاهده است. شناسایی عوامل موثر بر امنیت گردشگری و بررسی نقش آن در رضایت، وفاداری و جذب گردشگران نیازمند بررسی مطالعات گذشته در این زمینه می باشد تا ضمن شناخت عوامل و متغیرهایی که می تواند بر این مسأله اثرگذار باشد، معناداری و اولویت بندی هر یک از عوامل جهت حضور گردشگران در این منطقه مشخص گردد. به گونه ای که ضمن رضایت گردشگران مشارکت مردمی در توسعه گردشگری فراهم گردد و با در نظر داشتن مبحث امنیت بتوان برنامه مدونی برای توسعه گردشگری در اصفهان تدوین نمود. مبنای پایه تدوین شاخص و معیارهای موثر بر اساس مطالعات پیشین سایر محققین در تدوین پرسشنامه مورد نظر قرار گرفت. از آنجا که شهر اصفهان نه تنها در بعد ملی بلکه در ابعاد جهانی نیز یکی از مقاصد گردشگری شناخته شده است بررسی عوامل اثرگذار بر امنیت گردشگر و اولویت بندی آنها برای برنامه ریزی می تواند اثرات مثبتی بر توسعه و رونق گردشگری داشته باشد. در این راستا استفاده از قابلیت های مدلسازی معادلات ساختاری به جهت دقت بالا قادر است مدل توسعه امنیت گردشگری را تبیین نماید. همچنین سنجش نقش امنیت علاوه بر شناسایی عوامل موثر آن بر متغیرهای رضایت، وفاداری و جذب گردشگران به طور همزمان از جنبه های بدیع این پژوهش بوده است.

روش تحقیق

رویکرد حاکم بر این تحقیق توسعه ای - کاربردی و روش تحقیق به شیوه توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. داده های آماری از روش های کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه) جمع آوری شده است. جامعه آماری گردشگران شهر اصفهان هستند و نمونه آماری مورد نظر مشتمل بر ۱۰۰ گردشگر بازدید کننده از اصفهان در سال ۹۵ است که بر اساس حجم نمونه در دسترس به صورت تصادفی در سطح شهر و مناطق عمده مورد علاقه گردشگران تحت عملیات پرسشگری قرار گرفته اند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته ای با ۳۳ گویه است که روایی آن با استفاده از نظر متخصصان به تأیید رسید. به منظور سنجش سازگاری درونی گویه ها و به عبارت دیگر پایایی ابزار تحقیق، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتیجه آزمون به مقدار ۰/۸۶ تأیید کننده پایایی ابزار

مورد استفاده بوده است. سوالات پرسشنامه با توجه به اهداف تحقیق و فاکتورهای کلیدی در بررسی و ارزیابی عوامل موثر بر امنیت گردشگری در اصفهان تنظیم شده است. سازه‌های متغیرهای تحقیق شامل نحوه برخورد و تعامل شهروندان صفهانی، امکانات کالبدی و جنبه‌های ملموس و دیداری امنیت، احساس امنیت و وفاداری و رضایت از حضور است. جهت توصیف داده‌ها نرم افزار اس پی اس اس^۱ استفاده شده است. همچنین معادله ساختاری تحقیق و مدلسازی امنیت و شناسایی عوامل شکل دهنده آن و اثر آن بر رضایت، وفاداری و نیز احساس امنیت با استفاده از قابلیت‌های نرم افزار ایموس^۲ انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف یافته‌ها

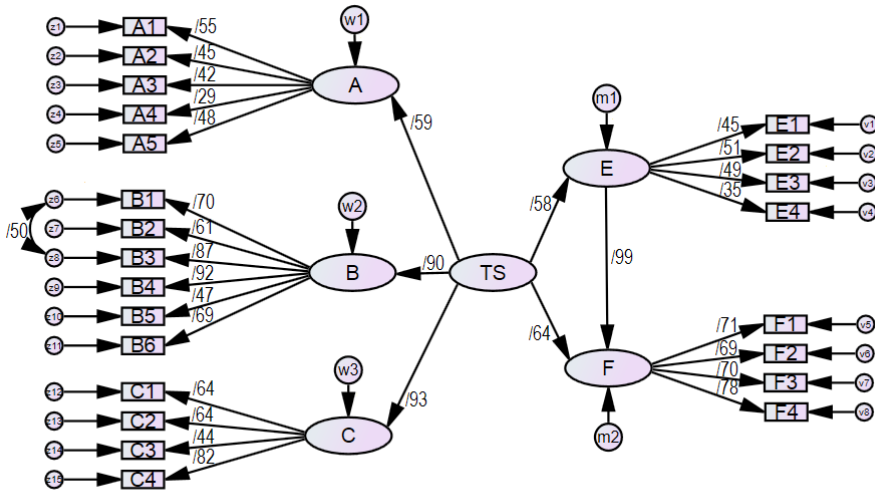
۴۷ درصد پاسخگویان مرد و ۴۳ درصد زن هستند. ۱۷ درصد پاسخگویان تحصیلات خود را دیپلم اعلام نموده‌اند. ۲۷ درصد افراد فوق دیپلم و ۳۸ درصد لیسانس داشته‌اند. ۱۶ درصد از افراد نیز از میزان تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲ درصد نیز دکتری برخوردار بوده‌اند. شغل مورد بررسی ۱۵ درصد از افراد دولتی و ۵۴ درصد آزاد بوده است. ۳۱ درصد نیز گزینه سایر را انتخاب نموده‌اند. درآمد ماهیانه ۲۸ درصد از پاسخگویان کمتر از یک میلیون تومان اعلام شده است و ۵۰ درصد درآمدی بین یک تا دو میلیون تومان در ماه کسب کرده‌اند. این وضعیت برای ۴۶ درصد افراد بیش از دو میلیون تومان بوده است. نتایج بررسی تعداد سفرهای صورت گرفته نشانگر آن است ۲۲ درصد برای اولین بار از اصفهان بازدید داشته و ۳۲ درصد برای دومین بار به اصفهان سفر کرده‌اند. ۴۶ درصد نیز تعداد سفر به اصفهان را بیش از سه بار دانسته‌اند. ۸۴ درصد از گردشگران با خودرو شخصی، ۳ درصد با اتوبوس، ۷ درصد تاکسی و ۶ درصد با سایر انواع وسیله نقلیه در اصفهان حضور یافته‌اند. ۹۶ درصد از افراد تمایل خود برای بازدید مجدد از اصفهان را مثبت اعلام نموده‌اند. ۴ درصد افراد نیز تمایلی برای مسافرت دوباره نداشته‌اند.

1. SPSS

2. AMOS

پاسخ به فرضیه های پژوهش

همانطور که پیشتر بیان گردید امنیت، احساس آرامش و اطمینان از عدم تعرض به جان و سایر متعلقات تعبیر می شود و محیط های گردشگری نیز ازین قاعده مستثنی نیستند. بر اساس شاخص هایی می توان متغیرهای اثر گذار بر امنیت استفاده کنندگان از فضاهای گردشگری را تشخیص داد و سطح رضایت ذهنی و احساس آرامش آن ها را از محیط به دست آورد. در راستای تشخیص متغیرها و عوامل تبیین کننده امنیت گردشگری با توجه مبانی تئوریک پژوهش مدل عاملی مرتبه دوم بر مبنای سه عامل پنهان نحوه برخورد ساکنان، جنبه های ملموس و دیداری امنیت و امکانات کالبدی به عنوان عوامل اثر گذار تدوین و طراحی گردید. برای تبیین احساس امنیت گردشگری، وفاداری و جذب گردشگران، از دو مدل عاملی مرتبه اول استفاده شده است. مدل های تک عاملی مرتبه اول مدل هایی هستند که در آنها تعدادی از متغیرهای مشاهده شده یک متغیر پنهان را شناسایی و ارزیابی می کنند (کیانی، ۱۳۹۵: ۸۴). برای تشخیص میزان اثرگذاری و معنادار بودن ارتباط آن ها با یکدیگر از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. ترکیب دو مدل اندازه گیری با هدف شناسایی الگوی روابط میان متغیرهای مستقل و وابسته مدل ساختاری را به وجود می آورد که مدلی جامع و انعطاف پذیر است و با هدف کشف روابط رگرسیونی و همبستگی بین متغیرها مورد توجه قرار می گیرد. در شکل شماره (۲) مدل نهایی تبیین امنیت گردشگری و اثر آن بر احساس امنیت، وفاداری و جذب گردشگر نشان داده شده است.



شکل ۱: مدل نهایی تبیین امنیت گردشگری و اثرات آن بر احساس امنیت، وفاداری و جذب گردشگر

در شکل شماره (۱) ضرایب متغیرهای پنهان و مشاهده شده بیرونی گویه‌های توصیف کننده متغیرهای تحقیق به صورت استاندارد محاسبه شده است. می‌توان گفت این پارامتر نوعی وزن رگرسیونی است که در واقع نشان دهنده کوواریانس یا ضریب همبستگی هر متغیر مشاهده شده با متغیر پنهان است که به نام بار عاملی خوانده می‌شود (وارثی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۹). یافته‌های حاصل از مدل نهایی مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد در بین عوامل شکل دهنده امنیت از نظر گردشگران نهایتاً کدام عوامل نقش مهمتری را ایفا می‌کنند. یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد در بین عوامل تبیین کننده نحوه برخورد ساکنان، عامل احترام مردم به قومیت و نژاد گردشگران با بار عاملی $۰/۵۵$ بیشترین همبستگی را با متغیر پنهان نحوه برخورد ساکنان داشته است. عامل رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی با بار عاملی $۰/۴۸$ در جایگاه دوم، عامل حفظ حریم شخصی افراد توسط مردم با بار عاملی $۰/۴۵$ در رتبه سوم و عامل رضایت از نحوه نگاه مردم با بار عاملی $۰/۴۲$ در جایگاه چهارم قرار گرفته است. نهایتاً عامل رضایت از نحوه برخورد مردم با بار عاملی $۰/۲۹$ را به خود اختصاص داده و دارای پایین‌ترین میزان

همبستگی با متغیر پنهان خود می‌باشد و بر این اساس وزن کمتری در محاسبات مربوط به این متغیر پنهان داشته است.

در بین عوامل جنبه‌های ملموس و دیداری امنیت، عامل رضایت از نبود حادثه جانی و مالی با بار عاملی ۰/۸۲ در بالاترین میزان همبستگی با عامل پنهان خود قرار گرفته است. عوامل رضایت از نبود آشوب و درگیری و رضایت از نبود خشونت و ناامنی با بار عاملی ۰/۴ هر دو در رتبه دوم قرار گرفته‌اند. پس از آن عامل رضایت از ظاهر افراد حاضر در محوطه‌های گردشگری با بار عاملی ۰/۴۴ در رتبه سوم قرار گرفته و کمترین میزان همبستگی با عامل جنبه‌های ملموس و دیداری امنیت به عنوان دومین عنصر شکل دهنده امنیت گردشگری را داراست. سومین عامل تبیین کننده امنیت از دیدگاه گردشگران مربوط به بعد امکانات کالبدی است. در این عامل بالاترین نقش در شکل دهی امنیت مربوط به متغیر القای حس امنیت توسط طراحی فضاها و معابر با بار عاملی ۰/۹۲ بوده است. پس از آن به ترتیب وجود علائم و تابلوهای راهنما، میزان روشنایی معابر، جایگذاری اماکن در کنار ایستگاه پلیس، میزان وسعت دید در معابر و وجود دید طبیعی با پوشش گیاهی به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۸۷، ۰/۷۰، ۰/۶۹، ۰/۶۱ و ۰/۴۷ قرار دارند. در نهایت باید اشاره کرد مثبت بودن همه بارهای عاملی نتایج قابل قبولی برای تبیین امنیت گردشگران با استفاده از متغیرهای پنهان و مشاهده شده است. در بین عوامل ایجاد احساس امنیت، عامل رضایت از امنیت مالی و جانی در شهر اصفهان با بار عاملی ۰/۵۱ در رتبه نخست همبستگی با متغیر پنهان خود قرار دارد. بعد از آن عامل احساس امنیت به هنگام عبور از معابر شهر با بار عاملی ۰/۴۹ در رتبه دوم قرار گرفته است. عامل احساس آرامش روانی در شهر اصفهان با بار عاملی ۰/۴۸ در رتبه سوم و پس از آن عامل تمایل به رفت و آمد هنگام شب با بار عاملی ۰/۳۵ در جایگاه بعدی قرار گرفته است.

عامل وفاداری و رضایت از حضور با چهار متغیر شناسایی شده است. در این بین متغیر رضایت از حضور در پارک با بار عاملی ۰/۷۸ بیشترین همبستگی را با متغیر پنهان خود داشته و نقش بیشتری را به خود اختصاص می‌دهد. پس از آن عامل تعداد دفعات بازدید از شهر اصفهان با بار عاملی ۰/۷۱ جای گذاری شده است. عامل میزان انگیزه برای معرفی اصفهان به سایر گردشگران در جایگاه سوم



تبیین وفاداری گردشگران قرار دارد و در نهایت انگیزه برای مسافرت و بازدید مجدد بار عاملی ۰/۶۹ را به خود اختصاص داده است.

یافته‌های مدل ساختاری ارائه شده در شکل شماره (۱) نشان می‌دهد که نهایتاً کدام عوامل دارای اهمیت بیشتری بوده و تأثیر بیشتری بر تبیین امنیت گردشگری داشته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که جنبه‌های ملموس و دیداری امنیت با بار عاملی ۰/۹۳ در جایگاه نخست تاثیرگذارترین عوامل قرار گرفته است. به عبارت دیگر می‌توان بیان کرد متغیر پنهان یاد شده در تبیین امنیت گردشگری بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. پس از آن امکانات کالبدی با بار عاملی ۰/۹۰ در جایگاه دوم شکل دهی امنیت گردشگری در شهر اصفهان قرار گرفته است. قرار گرفتن شش متغیر در عامل امکانات کالبدی نیز گویای این واقعیت است که اثرات امکانات کالبدی بر امنیت توریسم دامنه بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. عامل نحوه برخورد ساکنان با بار عاملی ۰/۵۹ رتبه سوم اثرگذاری را به خود اختصاص داده است و کمترین اثر را در تبیین امنیت گردشگری داشته است. در نتیجه فرضیه اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در جدول شماره (۲) کد هر کدام از متغیرهای موجود در مدل نهایی نشان داده شده است. در این تحقیق تک تک متغیرهایی که قابلیت شناسایی هر کدام از عوامل پنهان پنجگانه را داشته‌اند به صورت مجزا وارد فرایند مدل گردیده و بر مبنای شاخص‌های برازش و سطح معنی داری در مدل باقی مانده یا حذف شده‌اند.

جدول شماره (۲) متغیرهای نهایی شناسایی شده در مدل عاملی

کد	شاخص	عامل	لایه اول
A1 A2 A3 A4 A5	احترام مردم به قومیت و نژاد مردم حفظ حریم شخصی افراد توسط مردم رضایت از نحوه نگاه مردم رضایت از نحوه برخورد مردم رفتار دوستانه و مهمان نوازی جامعه میزبان	نحوه برخورد ساکنان (A)	امنیت گردشگری (TS)
B1 B2 B3 B4 B5 B6	میزان روشنایی معابر میزان و وسعت دید در معابر وجود علائم و تابلوهای راهنما القای حس مالکیت توسط طراحی فضاها و معابر وجود دید طبیعی با وجود پوشش گیاهی جایگذاری اماکن در کنار ایستگاه پلیس	امکانات کالبدی (B)	امنیت گردشگری (TS)
C1 C2 C3 C4	رضایت از نبود آشوب و درگیری رضایت از نبود خشونت و ناامنی رضایت از ظاهر افراد حاضر در منطقه رضایت از نبود حادثه جانی و مالی	جنبه های ملموس و دیداری امنیت (C)	
E1 E2 E3 E4	احساس آرامش روانی در اصفهان رضایت از امنیت مالی و جانی احساس امنیت هنگام عبور از معابر شهر تمایل به رفت و آمد در هنگام شب	احساس امنیت (E)	
F1 F2 F3 F4	میزان بازدید از اصفهان در سال انگیزه برای مسافرت و دیدار مجدد میزان انگیزه برای معرفی اصفهان به دیگران رضایت از حضور در اصفهان	وفاداری و رضایت از حضور (F)	

به منظور بررسی معناداری تفاوت اثر متغیرهای آشکار بر متغیر پنهان و نیز متغیرهای پنهان بر یکدیگر به وزن های رگرسیونی مراجعه می گردد. مقدار (C.R) که نسبت بحرانی خوانده می شود از محاسبه نسبت مقدار برآورد شده غیراستاندارد برای پارامتر (Estimate) به خطای معیار (S.E) محاسبه شده برای همان پارامتر حاصل می شود و نشان می دهد که در صورت رد فرضیه صفری که مقدار این پارامتر را برابر صفر قرار می دهد، تا چه حد احتمال خطا وجود

دارد. مقادیر سه ستاره (***) در ستون (P) به معنای تأیید تفاوت فرضیه با مقدار صفر است. به عبارتی قضاوت کردن به وجود تفاوت معنادار بین ضریب محاسبه شده و صفر، به صفر درجه خطا منجر می شود. با توجه به اینکه میزان خطای تا ۵ درصد قابل قبول است بنابراین، پارامتر محاسبه شده در همه موارد دارای تفاوت معنادار با صفر است. در جدول شماره (۳) مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار P) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار P در کلیه روابط کمتر از ۰/۰۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند و این اظهارات برای نمونه های بزرگتر جامعه آماری مناسب است.

جدول (۳) برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش

		پارامتر غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
E	<---	امنیت گردشگری	۱/۰۰۰		
A	<---	امنیت گردشگری	۱/۰۰۰		
B	<---	امنیت گردشگری	۱/۰۹۹	۰/۰۷۶	۱۰/۹۶۳ ***
C	<---	امنیت گردشگری	۱/۸۶۰	۰/۲۲۵	۷/۵۳۷ ***
F	<---	امنیت گردشگری	۱/۱۸۲	۰/۱۴	۵/۲۱۳ ***
F	<---	احساس امنیت	۱/۰۳۲	۰/۱۱۶	۸/۳۱۹ ***
A۱	<---	نحوه برخورد ساکنان	۱/۰۰۰		
A۲	<---	نحوه برخورد ساکنان	۱/۸۳۰	۰/۳۴۹	۶/۲۴۹ ***
A۳	<---	نحوه برخورد ساکنان	۱/۶۷۹	۰/۳۱۴	۴/۰۴۰ ***
A۴	<---	نحوه برخورد ساکنان	۱/۷۷۲	۰/۳۲۴	۳/۸۹۱ ***
A۵	<---	نحوه برخورد ساکنان	۱/۳۹۴	۰/۲۹۶	۴/۲۷۱ ***



B۱	<---	امکانات کالبدی	۱/۰۰۰			
B۲	<---	امکانات کالبدی	۱/۴۳۲	۰/۹۹۷	۸/۷۹۳	***
B۳	<---	امکانات کالبدی	۱/۶۳۸	۰/۳۴۳	۸/۵۸۴	***
B۴	<---	امکانات کالبدی	۱/۷۲۳	۰/۲۳۴	۷/۳۱۳	***
B۵	<---	امکانات کالبدی	۱/۴۶۷	۰/۳۲۰	۵/۶۲۴	***
B۶	<---	امکانات کالبدی	۱/۷۸۷	۰/۵۰۳	۵/۳۳۳	***
C۱	<---	جنبه های دیداری و ملموس امنیت	۱/۰۰۰			
C۲	<---	جنبه های دیداری و ملموس امنیت	۱/۲۰۲	۰/۳۴۵	۹/۴۴۲	***
C۳	<---	جنبه های دیداری و ملموس امنیت	۱/۸۹۹	۰/۷۷۷	۹/۴۱۹	***
C۴	<---	جنبه های دیداری و ملموس امنیت	۱/۳۱۱	۰/۶۱۴	۷/۷۰۱	***
E۱	<---	احساس امنیت	۱/۰۰۰			
E۲	<---	احساس امنیت	۱/۴۳۱	۰/۲۰۷	۴/۰۴۹	***
E۳	<---	احساس امنیت	۱/۵۰۶	۰/۷۱۴	۷/۰۱۱	***
E۴	<---	احساس امنیت	۱/۰۸۸	۰/۶۶۱	۶/۰۷۸	***
F۱	<---	وفاداری و رضایت از حضور	۱/۰۰۰			
F۲	<---	وفاداری و رضایت از حضور	۱/۸۸۸	۰/۳۰۲	۹/۹۱۹	***
F۳	<---	وفاداری و رضایت از حضور	۱/۷۱۴	۰/۳۳۰	۶/۵۴۰	***
F۴	<---	وفاداری و رضایت از حضور	۱/۰۱۴	۰/۳۹۶	۷/۰۵۵	***

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

پس از بررسی معنی داری پارامترها با مقدار صفر به ارزیابی مدل نهایی پژوهش توسط شاخص‌های برازش پرداخته می‌شود. ارزیابی مدل ساختاری با استفاده از شاخص‌های برازش مدل صورت می‌گیرد. برای ارزیابی برازندگی الگوی معادلات ساختاری از چند شاخص استفاده می‌شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۲-۱۳). در جدول شماره (۴) شاخص‌های اصلی برازش مدل نشان می‌دهد داده‌های پژوهش به خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند.

جدول شماره (۴) شاخص‌های اصلی برازش مدل مرتبه دوم

شاخص	نمرات	وضعیت
درجه آزادی	DF	۱۰۹ -
خی دو بهنجار	CMIN/DF	۳/۴۲۴ قابل قبول
شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۱۱ قابل قبول
شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	AGFI	۰/۹۳۵ قابل قبول
شاخص نیکویی برازش مقتصد	PGFI	۰/۷۰۵ خوب
شاخص بهنجار بنتلر و بونت	NFI	۰/۹۵۸ خوب
شاخص برازش نسبی	RFI	۰/۸۹۳ قابل قبول
شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۵۹ خوب
شاخص برازش توکر - لوئیس	TLI	۰/۹۸۷ خوب
برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۶۴ خوب
شاخص نسبت اقتصاد	PRATIO	۰/۵۳۹ قابل قبول
شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۵۸۱ قابل قبول
شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	۰/۶۱۸ خوب
ریشه دوم مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۷۲ قابل قبول

منبع: یافته‌های پژوهش

فرضیه دوم پژوهش بیان می‌کند امنیت گردشگری اثر معناداری بر احساس امنیت، وفاداری و رضایت از حضور گردشگران دارد. نتایج حاصل از مدلسازی معادلات ساختاری ارتباط بین امنیت گردشگری در شهر اصفهان و اثر آن بر احساس امنیت را با بار عاملی ۰/۵۶ مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین بارعاملی ۰/۴۷ برای ارتباط امنیت گردشگری در اصفهان با وفاداری و رضایت از حضور نشان از تأثیرپذیری معنادار شاخص یاد شده از امنیت گردشگری دارد. به منظور بررسی معناداری تفاوت اثر متغیرهای پنهان بر یکدیگر به وزن‌های رگرسیونی مراجعه می‌گردد. نتایج در جدول شماره (۵) بیان شده است. مقادیر سه ستاره (***) در ستون سطح معناداری به معنای تأیید تفاوت فرضیه با مقدار صفر

است. به عبارتی قضاوت کردن به وجود تفاوت معنادار بین ضریب محاسبه شده و صفر، به صفر درجه خطا منجر می شود. با توجه به اینکه میزان خطای تا ۵ درصد قابل قبول است بنابراین، پارامتر محاسبه شده در همه موارد دارای تفاوت معنادار با صفر است

جدول شماره (۵) برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش برای بررسی ارتباط بین امنیت

گردشگری، بر احساس امنیت، وفاداری و رضایت از حضور

سطح معناداری	نسبت بحرانی	خطای معیار	برآورد غیراستاندارد	
			۱/۰۰۰	امنیت گردشگری <--- احساس امنیت (E)
***	۵/۲۱۳	۰/۱۴	۱/۱۸۲	امنیت گردشگری <--- وفاداری و رضایت از حضور (F)

در فرضیه سوم پژوهش اثر گذاری احساس امنیت بر وفاداری و رضایت گردشگران مورد بررسی قرار گرفته است. طبق نتایج ارائه شده در شکل شماره (۲) و نگاهی به بارهای عاملی ارتباط بین احساس امنیت، وفاداری و رضایت از حضور با بار عاملی ۰/۹۸ مورد تأیید قرار می گیرد که نشان از اثر و اهمیت فوق العاده احساس امنیت بر رضایت و توسعه گردشگری داشته است. به منظور بررسی معناداری تفاوت اثر متغیرهای پنهان بر یکدیگر به وزن های رگرسیونی مراجعه می گردد. نتایج در جدول شماره (۶) بیان شده است. مقدار نسبت بحرانی نشان می دهد که در صورت رد فرضیه صفری که مقدار این پارامتر را برابر صفر قرار می دهد، تا چه حد احتمال خطا وجود دارد. مقادیر سه ستاره (***) در ستون سطح معناداری به معنای تأیید تفاوت فرضیه با مقدار صفر است. به عبارتی قضاوت کردن به وجود تفاوت معنادار بین ضریب محاسبه شده و صفر، به صفر درجه خطا منجر می شود. با توجه به اینکه میزان خطای تا ۵ درصد قابل قبول است بنابراین، پارامتر محاسبه شده در همه موارد دارای تفاوت معنادار با صفر است.



جدول شماره (۶) برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش برای ارتباط بین احساس امنیت،

وفاداری و رضایت از حضور

سطح معناداری	نسبت بحرانی	خطای معیار	برآورد غیراستاندارد	وفاداری و رضایت از حضور (F)
***	۸/۳۱۹	۰/۱۱۶	۱/۰۳۲	احساس امنیت ---> وفاداری و رضایت از حضور (F)

نتیجه گیری

گردشگری از دیرباز با اشکال متنوع در جوامع بشری، سیر تکاملی خود را طی کرده است و همواره امنیت در شکل گیری و سیر نزولی یا صعودی آن اثرگذار بوده است به طوری که می توان بیان نمود امنیت و گردشگری دو عنصر وابسته به یکدیگر هستند که در فرایند یک تعامل دو جانبه تأثیر متقابل افزایشی یا کاهششی نسبت به هم دارند. با توجه به هرم نیازهای آبراهام مازلو نیاز به امنیت دومین نیاز انسان بوده و تا این نیاز برآورده نشود گردشگران در مقصد گردشگری احساس رضایت و در نتیجه وفاداری به مقصد گردشگری نخواهند داشت. در این راستا و با توجه به اهمیت موضوع در پژوهش حاضر عوامل موثر بر ایجاد امنیت گردشگری در شهر اصفهان مدل سازی شده و در ادامه اثر آن بر میزان احساس امنیت و وفاداری و رضایت گردشگران سنجیده شده است. نتایج حاصل از کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری نشان می دهد که نهایتاً کدام عوامل دارای اهمیت بیشتری بوده و تأثیر بیشتری بر تبیین امنیت گردشگری داشته است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که جنبه های ملموس و دیداری امنیت با بار عاملی ۰/۹۳ در تبیین امنیت گردشگری بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. پس از آن امکانات کالبدی با بار عاملی ۰/۹۰ در جایگاه دوم شکل دهی امنیت گردشگری در شهر اصفهان قرار گرفته است. عامل نحوه برخورد ساکنان با بار عاملی ۰/۵۹ رتبه سوم اثر گذاری را به خود اختصاص داده است و کمترین اثر را در تبیین امنیت گردشگری به خود اختصاص داده است. به این ترتیب با معنادار شدن اثر عوامل مورد بررسی بهبود میزان روشنایی معابر، افزایش وسعت و میدان دید در معابر گردشگری، نصب علائم و تابلوهای راهنما

در خصوص مراکز و مناطق گردشگری اصفهان، افزایش پوشش گیاهی در مناطق شهری و نیز تربیت پلیس راهنمای گردشگری می تواند در بهبود و ارتقای امنیت گردشگران و بالطبع توسعه گردشگری اثرگذار باشد. همچنین آموزش جامعه محلی در خصوص احترام به قومیت و نژاد گردشگران، پرهیز از برخوردهای غیر منصفانه، حفظ حریم شخصی افراد و رفتار دوستانه توأم با مهمان نوازی، تربیت نیروی انسانی ماهر و آشنا به زبان های بین المللی نیز در بهبود و رونق گردشگری اثرات مثبتی خواهد داشت. ایجاد فضای امن مبتنی بر نبود حادثه جانی و مالی، عدم وجود خشونت و ناامنی و نبود آشوب و درگیری، جلوگیری از وقوع رخدادهای و حوادث داخلی بر علیه گردشگران، نیز رشد گردشگری را به همراه خواهد داشت.

همچنین ارتباط بین امنیت گردشگری در شهر اصفهان و اثر آن بر احساس امنیت را با بار عاملی ۰/۵۶ مورد تأیید قرار می گیرد. بارعاملی ۰/۴۷ برای ارتباط امنیت گردشگری در اصفهان با وفاداری و رضایت از حضور نشان از تأثیرپذیری معنادار شاخص یاد شده از امنیت گردشگری دارد. نگاهی به بارهای عاملی ارتباط بین احساس امنیت، وفاداری و رضایت از حضور با بار عاملی ۰/۹۸ مورد تأیید قرار می گیرد که نشان از اثر و اهمیت فوق العاده احساس امنیت بر رضایت و توسعه گردشگری داشته است.

منابع

- اعظمی، امیر، خواجه ثیان، داتیس، تولایی، روح الله و خواستار، حمزه (۱۳۸۷) دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۷۱-۹۰.
- احمدی، محمد، کلدی، علیرضا (۱۳۹۲) احساس امنیت اجتماعی زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن؛ شهر سنج، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال سیزدهم، شماره ۴۹، صص ۳۰۵-۳۲۱.
- امیدوار، احمد (۱۳۷۹) امنیت ملی، ابعاد نظری و راهبردهای عملی تهران: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا.
- بوزان، باری (۱۳۸۷) مردم، دولت ها و هراس، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران، انتشارات: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تولائی، سیمین، علی زاده، سید دانا، علی زاده، پرستو (۱۳۹۲) ساختار کالبدی محیط های شهری در امنیت گردشگران، نمونه موردی: حوزه ثامن مادرشهر مشهد، معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۱۱، صص ۲۷۹-۲۹۲.
- جسارتی، عسگر، آقایی، واحد (۱۳۹۱) نقش ارتقای امنیت در توسعه گردشگری اردبیل، سال دوم، شماره پنجم، صص ۱۲۵-۱۴۸.
- حاجی اسماعیلی، الهام، کیانپور، مسعود (۱۳۹۳) امنیت گردشگری و مشکلات آن از دیدگاه مدیران دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان، پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال سوم، شماره پیاپی ۸، شماره دوم، صص ۴۵-۶۰.
- حاجی نژاد، علی، قادری، جعفر، فتاحی، احدالله، باقری، فاطمه، عبدی، ناصر (۱۳۹۳) بررسی اثرات فصلی بودن فعالیتهای گردشگری بر امنیت شغلی شاغلین بخش گردشگری شهر سرعین، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۲۹-۴۴.
- حیدری چیانه، رحیم، سلطانی، ناصر (۱۳۹۳) تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت بر توسعه صنعت گردشگری در منطقه خاورمیانه، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۵، شماره ۲، صص ۲۰۹-۲۲۸.
- خلیفه سلطانی، سید محسن، معینی طباء، فاطمه سادات، قلاتی، نسرین (۱۳۹۰) بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان، پژوهش های

- راهبردی نظم و امنیت اجتماعی، سال اول، شماره اول، صص ۳۹-۵۸.
- خواجه شاهکوهی، علیرضا، مدالو جویباری، مسعود (۱۳۹۱) نقش احساس امنیت در توسعه گردشگری نواحی مرزی آستارا، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالشها و رهیافتها، صص ۱-۱۲.
 - خوش فر، غلامرضا، اسفندیان، آزیتا، رحمانی، مریم (۱۳۹۲) بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن مطالعه‌ی موردی: گردشگران منطقه‌ی گردشگری ناهارخوران و الگودره‌ی شهر گرگان مجله‌ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری سال دوم، شماره‌ی ۶، صص ۱۸۱-۲۰۲.
 - رهنما، محمدرحیم، اجزائی شکوهی، محمد، صمدی، رضا (۱۳۹۳) برنامه ریزی و آمایش راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد با تلفیق مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه (ANP-SWOT)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه گلستان، سال چهارم، شماره مسلسل دوازدهم، صص ۱۰۱-۱۲۲.
 - رمضان زاده لسبویی، مهدی، اکبریان رونیزی، سعیدرضا، رضانی فر، حدیثه (۱۳۹۴) توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی و امنیت اجتماعی، پژوهش‌های جغرافیای برنامه ریزی شهری، دوره ۳، شماره ۳، صص ۳۰۹-۳۲۴.
 - - زیاری، کرامت‌الله (۱۳۹۰) بررسی آسایش و امنیت در محله‌های شهر یزد. پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۱، صص ۱-۱۱.
 - سلیمی سبحان (۱۳۹۳) امنیت و توسعه پایدار گردشگری در شهر تهران، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال دوم، شماره هشتم، صص ۹۷-۱۲۸.
 - سونمز، سویا، گرافه، آلن (۱۳۸۸) تأثیر خطر تروریسم بر تصمیم‌گیری در گردشگری ترجمه سمانه کمالی راد، مجموعه مقالات توریسم و تروریسم فرماندهی انتظامی استان اصفهان، دفتر تحقیقات کاربردی.
 - شادمان فخر آبادی، اعظم، شادمان فخرآبادی، روح‌الله (۱۳۹۱) بررسی رابطه‌ی صنعت گردشگری با افزایش احساس امنیت گردشگران در ایران، فصلنامه انتظام اجتماعی، سال پنجم، شماره ۳، صص ۱۷۱-۱۸۶.
 - شاهپوندی، احمد، رئیسی وانانی، رضا، سلطانی، مرضیه (۱۳۹۰) تأثیر امنیت



روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی (نمونه موردی گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۸۹)، نظم و امنیت اجتماعی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۶۵.

● شکریگی، عالیه، آقایی نور، مریم، قبادی، عباس، عبدال علی پور، قادر (۱۳۹۰) بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی فصلنامه دانش انتظامی، سال سیزدهم، شماره ۴ صفحات ۳۱-۶۱.

● صالحی، رضا، نعمتی، مرتضی، امان پور، سعید (۱۳۹۳) بررسی سازوکار تأثیرگذاری شاخص‌های سرمایه اجتماعی در حکمروایی مطلوب شهری با استفاده از Amos مطالعه موردی: شهر نسیم شهر، مجله علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال چهارم، شماره اول، (پیاپی ۱۲)، صص ۱-۲۴.

● صالحی امیری، سید رضا، افشاری نادری، افسر (۱۳۹۰) مبانی نظری و راهبردی ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران، فصلنامه راهبرد، سال بیستم، شماره ۵۹، صص ۴۹-۷۶.

● صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۶) مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس.
● صمدیان، منیر السادات، زمانی، طوبی (۱۳۸۸) تأثیر ابعاد گردشگری بر امنیت، مجموعه مقالات اولین همایش امنیت و توسعه گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد.

● صفاری راد، علی، تحویل‌داری، میثم (۱۳۹۴) تحلیلی بر نقش امنیت در فضاهای شهری با رویکرد توسعه گردشگری شهری و با تأکید بر مولفه‌های امنیت ساز فضاهای عمومی (مطالعه موردی: شهر تالش)، همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار.

● عبدلی، اصغر، محمدی، جمال، ابراهیم، رضا (۱۳۹۳) تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری اصفهان، نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال ۱۸، شماره ۵۰، صص ۲۳۵-۲۵۷.

● غلامحسینی، رحیم، کلانتری، محسن، احمدی، فرزانه (۱۳۹۲) تأثیر نورپردازی در امنیت شهری و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلان شهر شیراز)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال سوم، شماره ۹، صص ۶۷-۷۵.

● قرایی، فریبا، راد جهانبانی، نفیسه، رشیدپور، نازیلا (۱۳۸۹) بررسی و سنجش

حس امنیت در مناطق مختلف شهری نمونه موردی: مناطق ۲ و ۱۱ تهران، آرمانشهر، شماره ۴، صص ۱۷-۳۲.

● قدرجانی، راضیه، خانیان، مجتبی، قیطرانی، نیما (۱۳۹۱) تاثیر امنیت فضاهای عمومی بر صنعت گردشگری، اولین همایش منطقه‌ای معماری و معماری پایدار، شهرسازی ایذه (خشت اول).

● گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷) پیامدهای مدرنیته، ترجمه حسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.

● لطفی فر، مجتبی، یغفوری، حسین (۱۳۹۱) بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری، مورد شناسی، چابهار، اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، ۲۸-۳۰ بهمن.

● مؤیدفر، سعیده، تقوایی، مسعود، زنگی آبادی، علی (۱۳۹۳) امنیت گردشگران با تأکید بر مؤلفه‌های مدیریت بحران گردشگری، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال دوم، شماره هفتم، صص ۱-۲۴.

● موتیمر، دیوید، (۱۳۸۰)، فراسوی استراتژی، اندیشه انتقادی و مطالعات امنیتی نوین، ترجمه محمود عسگری، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال چهارم، شماره ۱۳.

● نوید نیا، منیژه، (۱۳۸۲)، درآمدی بر امنیت اجتماعی، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال ششم، شماره ۱.

● نویدنیا، منیژه، (۱۳۸۸)، امنیت اجتماعی، چاپ اول، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

● وارثی، حمیدرضا، صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۳) نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری، مورد مطالعه شهر اصفهان، مطالعات جامعه شناختی شهری، سال چهارم، شماره دوازدهم، صص ۱۰۱-۱۲۸.

● هزارجریبی (۱۳۹۰) بررسی احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۴۳.

● هال، جکینز (۱۳۸۲) سیاستگذاری جهانگردی، دفتر پژوهشهای علمی و فرهنگی.

● Abraham Pizam and Yoel Mansfeld (2006) Toward a Theory of Tourism Security, DOI: 10.1016/B7-8.50004-7898-7506-0-978.

- Anyu Liu, Stephen Pratt (2017) Tourism's vulnerability and resilience to terrorism, *Tourism Management* 417-404, 60.
- Biling Pinar (2003) Individual and Societal Dimensions of Security, *International Studies Review* (222–203 ,5 (2003.
- Forough Ghasemi, Leila Jalalabadi, R.S.Poormoosavi, Zahra Kiyani Ghaleh No (2014) Analyzing the role of security in developing Iran's foreign tourism, *European Online Journal of Natural and Social Sciences*; Vol.3, No.3, Special Issue on Environmental, Agricultural, and Energy Science, pp 216-210.
- Joseph J. Simpson, Penny M. Simpson, Oliver Cruz-Milan (2016) Attitude towards immigrants and security: Effects on destination-loyal tourists, *Tourism Management*, Volume 386-373 ,57.
- Leong Choon Chiang(2000) Strategies for Safety and Security in Tourism: A conceptual framework for the Singapore Hotel Industry, *THE JOURNAL OF TOURISM STUDIES* Vol. 11, No. 2, pp 52-44.
- Mansfeld, Y. (2000) «Safety.» In: Jafar Jafari (Ed.) (2000) *Encyclopedia of Tourism*. NY: Routledge. P. 517.
- WTO (1996) *Tourist Safety And Security Practical Measures for Destinations*, Madrid, Spain.
- Mehmet Murat Payam (2016) Tourists' Security: The Need for Tourism Police in Bosnia and Herzegovina, *British Journal of Economics, Management & Trade* 9-1 :(1)12.
- Nompumelelo Mthemb (2009) *Tourism crime, Safety and Security in the Umhlathuze district municipality, Kwazulu – Natal*, A Dissertation Submitted to the Faculty of Arts in Partial Fulfilment of the Requirements for the Masters in Recreation and Tourism at the Department of Recreation and Tourism, University of Zululand.

- Weaver,D.& Opperman, M.(2000): Tourism Management, John Wiley and Sons Australia.
- Richard George (2003) Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town, Tourism Management 24 585–575 (2003).

