

تحلیلی بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان

مسعود طباطبایی^۱، مهدی مومنی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران

^۲ گروه جغرافیا دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران

چکیده

در جهان امروز امنیت به‌عنوان مهم‌ترین فاکتور در تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری در جهان به‌شمار آمده و با مقوله گردشگری رابطه مستقیم دارد. صنعت پرسود گردشگری در سطوح مختلف ملی و منطقه‌ای ارتباط مستقیم با امنیت داشته و هرگونه خدشه در سطوح مختلف باعث خسارات جبران ناپذیر به این صنعت می‌شود. از مهم‌ترین عوامل مؤثر در صنعت توریسم در هر کشور میزان امنیت یا احساس امنیت گردشگران در آن کشور است. شهر اصفهان به‌علت داشتن مزایای مختلف تاریخی، طبیعی و فرهنگی از موقعیت ویژه‌ای در صنعت گردشگری برخوردار است. هدف مقاله حاضر، با استفاده از روش توصیفی، تحلیلی، پیمایشی و انجام مطالعات میدانی، سنجش میزان احساس امنیت گردشگران خارجی در شهر اصفهان است که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته است. از اسفند ماه ۹۳ لغایت خرداد ۹۴ تعداد ۴۱۷ پرسشنامه توسط گردشگران خارجی به روش تصادفی ساده جمع‌آوری گردید و در SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و نتایج بدست آمده حاکی از امنیت که بیش از ۹۹.۳٪ اصفهان را از لحاظ احساس امنیت به دیگران پیشنهاد می‌کنند و بیشتر مشکلات در این رابطه در خصوص ترافیک شهری و ضعف زیرساختهای گردشگری در این شهر می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: احساس امنیت، گردشگری، اصفهان

۱- مقدمه

گردشگری بزرگ‌ترین و پررونق‌ترین صنعت جهان است. انتظار می‌رود که در قرن ۲۱ نیز این صنعت پیش‌تاز بوده و سیر صعودی آن ادامه یابد. جهانگردی یک قدرت اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بزرگ و البته پدیده‌ای بسیار سیاسی است و بنابر عقیده پک و لپی طبیعت جهانگردی در هر جامعه‌ای، متأثر از عوامل پیچیده و در هم بافته سیاسی و همچنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می‌کند. بنابر عقیده کارشناسان، گردشگری دانشی است چند رشته‌ای که اگر بدون انجام تجزیه و تحلیل‌های امنیتی و سیاسی دقیق توسعه و تکامل یابد قطعاً کامل نخواهد بود (هال ۱۳۸۲: ص ۱۱). آسایش، راحتی و امنیت از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جلب می‌کند (ابزار اقتصادی، ۱۳۸۵). برای فراهم کردن کیفیت در گردشگری امنیت و ایمنی امر حیاتی محسوب می‌شوند. بیشتر از هر فعالیت اقتصادی دیگر موفقیت یا شکست مقصد توریسم بستگی به توانایی فراهم کردن محیط امن و ایمن برای گردشگران می‌باشد (UNWTO 1996). امروزه امنیت به‌عنوان مهم‌ترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. صنعت ظریف و پیچیده گردشگری ارتباط همه جانبه‌ای در سطوح ملی و منطقه‌ای داشته و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. به‌عنوان مثال یک سرمایه‌گذار در زمینه گردشگری و یا کارشناسان یک کمپانی سرمایه‌گذار بین‌المللی در قالب جهانگرد به آن منطقه سفر می‌کنند، اگر در ارزیابی کارشناسی خود محیط و مقصد مورد نظر از ویژگی و امنیتی لازم برخوردار نباشد مسلماً به این نتیجه خواهد رسید که توریسم در این منطقه امنیت مالی و جانی ندارد و قطعاً سرمایه خود را منتقل خواهد کرد (رحیم پور، ۱۳۸۴).

دولت و بخش خصوصی باید نسبت به حفظ سلامت گردشگران حساس باشند و بطور کلی جنبه‌های خطرناک گردشگری باید حل و فصل شوند. هرگونه مشکل تندرستی، حمله به توریست‌ها، بیماری‌هایی واگیردار پرداخته شود و از آن مطلع 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 باشند، در عین حال مقررات را اعمال کنند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴، ص ۷۹). اساساً جهانگردی مقوله‌ای است چند وجهی و چند بعدی که با نهادها و ساخت‌های مختلف اجتماعی در رابطه بوده و با مشاغل بی‌شماری سروکار دارد. امنیت، آسایش، نحوه رفتار مقامات رسمی و نحوه برخورد و رفتار عمومی مردم با جهانگردان ورودی، نحوه پذیرش و نوع تسهیلات، نوع تأسیسات، نوع حکومت، آزادی‌های فردی و اجتماعی در سیستم اعمال قوانین مملکتی، موقعیت جغرافیایی، سابقه تاریخی و باستانی، وضع موجود ساختار اقتصادی و سیاسی و بالاخره نوع مقررات ناظر بر امور جهانگردی و قوانین گمرکی و ویزا و نظایر آن با جهانگردی رابطه مستقیم دارد (اذانی، خادم و حاتمی، ۱۳۸۷ ص ۳۶۳).

به گفته کارشناسان، گردشگری در ایران به عنوان یک صنعت از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. بر اساس گزارش سازمان گردشگری، ایران رتبه‌ی دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی و رتبه‌ی پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارا است و در سال ۲۰۰۸، در حدود ۲ میلیون گردشگر خارجی از ایران بازدید کرده‌اند و این در حالی است که در این سال ۸۴۲ میلیون جهانگرد در دنیا سفر کرده‌اند. به نظر کارشناسان، این صنعت از توسعه‌ای که شایسته آن است برخوردار نبوده است. از دلایل آن می‌توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در ایران، از جمله جذب سرمایه‌گذاری در ساخت هتل و سایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد. بی‌خبر بودن سرمایه‌گذاران از زمینه‌های موجود در ایران و تبلیغات ضعیف و نیز انتشار اخبار نادرست و منفی از ایران، محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی برای گردشگران خارجی و همچنین تنش‌ها با بعضی کشورهای غربی نیز از دیگر موانع در راه رشد صنعت گردشگری در ایران است. در مقایسه با ایران، برخی کشورها توانسته‌اند کارنامه موفق‌تری را در این زمینه از خود برجای بگذارند. با توجه به پتانسل‌های موجود در کشور، بجاست که با برگزاری نمایشگاه‌هایی در این زمینه، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی ویژه‌ای را رقم بزنیم (سقای، ۱۳۸۲: ص ۱۴۹). سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) گزارش خود از نکات برجسته جهانگردی را در طول سال گذشته میلادی تا انتهای ماه مه ۲۰۱۴،

منتشر کرد. این گزارش که ارائه‌دهنده آمارهای کلیدی گردشگری در جهان است، به میزان رشد گردشگران در جهان و - سهم هر کدام از قاره‌ها و مناطق از این بحث اشاره دارد.

طبق این گزارش، بیشترین رشد در گردشگران ورودی را منطقه آسیا پاسیفیک با افزایش ۶ درصدی داشته است و پس آن، اروپا و آفریقا هر کدام با ۵ درصد رشد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

در آمریکای شمالی و جنوبی، رشد گردشگران بین‌المللی با رشد سه درصدی همراه بود؛ در شرایطی که در خاورمیانه تقریباً شاهد رشد چندانی نبوده است. سازمان جهانی جهانگردی در بخش دیگری از گزارش سالانه خود، میزان درآمد حاصل از گردشگری را در کل دنیا طی سال ۲۰۱۳، چیزی بالغ بر ۱۱۵۹ میلیارد دلار اعلام کرده است که نسبت به سال قبل از آن ۸۱ میلیارد دلار افزایش داشته است. آمارها نشان می‌دهد گردشگران در دنیا طی سال ۲۰۱۲ به سقف یک میلیارد نفر رسیدند. این میزان در مقایسه با گردشگرانی که در سال ۱۹۵۰ در دنیا جابه‌جا شده‌اند و تنها ۲۵ میلیون نفر بوده‌اند، می‌تواند رقم قابل توجهی باشد (WTO). میزان گردشگران داخلی را در سالی که گذشت، پنج تا شش میلیارد نفر عنوان کرده است. در همین راستا پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۳۰ گردشگران بین‌المللی به ۱/۸ میلیارد نفر برسند. پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی در ژانویه ۲۰۱۴ رشدی ۴ تا ۴/۵ درصدی برای گردشگران بین‌المللی نشان می‌دهد و تصریح می‌کند که این رشد در یک دوره بلند مدت تا سال ۲۰۳۰، حدود ۳/۳ درصد در هر سال خواهد بود. همچنین این پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که چشم‌انداز رشد گردشگران در سال ۲۰۱۴ برای آسیا پاسیفیک ۵ تا ۶ درصد و برای آفریقا ۴ تا ۶ درصد خواهد بود. براساس این گزارش (WTO)، خاورمیانه طی سال گذشته روند پیچیده‌ای را در خصوص گردشگری از خود به نمایش گذاشته است که ناشی از تنش‌هایی می‌شود که برخی مقاصد این منطقه را به خود مشغول کرده است. به گزارش «دنیای اقتصاد» بسیاری از کارشناسان بر این باورند که وجود چالش‌های سیاسی و جنگ‌های داخلی در برخی کشورهای منطقه می‌تواند فرصتی را برای دیگر کشورها که در صلح به سر می‌برند (نظیر ایران) فراهم آورد تا به جذب گردشگر بپردازند. گردشگران بین‌المللی در منطقه در حد ۵۲ میلیون نفری که در سال قبل از آن بودند، باقی مانده‌اند و به این ترتیب خاورمیانه رشد صفر درصدی را در این زمینه در سال ۲۰۱۳ تجربه کرد. طبق این گزارش حتی این منطقه با کاهش ۲ درصدی درآمد گردشگری نیز روبرو بوده است.

با این حال نتایج به دست آمده از تک‌تک مقاصد گردشگری در خاورمیانه چیز دیگری را نشان می‌دهد؛ مثلاً امارات متحده عربی رشد سریع ۱۱ درصدی داشته و فلسطین و عمان نیز هر کدام به ترتیب شاهد رشد ۱۱ و ۸ درصدی در صنعت گردشگری خود بوده‌اند.

دیگر مقاصد، اما با شرایط دیگری مواجه بودند؛ برای مثال گردشگران ورودی به عربستان سعودی ۷ درصد کاهش داشته‌اند. از سوی دیگر مصر در نیمه اول سال ۲۰۱۳ رشد دو رقمی را تجربه کرد، اما در نیمه دوم سال، افت قابل ملاحظه‌ای در گردشگران ورودی داشت که ناشی از تنش‌های سیاسی این کشور و روی هم رفته ۱۸ درصد کاهش ورود توریست‌ها را شاهد بود. نکته دیگری که در این گزارش در خصوص خاورمیانه ذکر شده است، تاثیر منفی کشورهای همسایه سوریه از جنگ داخلی این کشور است و طبق آن، لبنان با رشد منفی ۷ درصد و اردن با رشد منفی ۵ درصد از تحولات سوریه آسیب دیده‌اند.

۲- مبانی نظری

واژه امنیت در فرهنگ عمید از مصدر در امان بودن به معنی ایمنی، آرامش و آسودگی معنی شده است (عمید، ۱۳۷۲، ص ۲۳). و در فرهنگ لغات امنیت در لغت، حالت فراغت از هرگونه تهدید یا حمله و یا آمادگی برای رویارویی با هر تهدید و حمله را گویند. در اصطلاح سیاسی و حقوقی به صورت امنیت فردی، امنیت اجتماعی، امنیت ملی و امنیت بین‌المللی به کار برده می‌شود (آشوری، ۱۳۸۴، ص ۳۶). واژه security (امنیت) از واژه secure گرفته شده است. در زبان فارسی معادل‌هایی

همچون امن، مطمئن، تأمین کردن و ... برای آن آورده شده است. به طور کلی امنیت عمدتاً به نوعی احساس روانی گفته می‌شود که در آن به خاطر مبرا بودن از ترس، وضعیت آرامش و اطمینان خاطر حاصل می‌شود (هندیانی، ۱۳۸۶: ص ۳). یکی از مفاهیم با اهمیت، پیچیده و جدید در دنیای امروز و در مباحث سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، موضوع و مفهوم امنیت است (اخوان کاظمی، ۱۳۸۶: ص ۲). مفهوم امنیت همچون بسیاری از مفاهیم دیگر، در طول تاریخ تغییر یافته و روندی رو به رشد داشته است. شک نیست که مفهوم "امنیت" همسان و موازی با مفهوم "بشر" تعالی یافته، تا امروزه ما تعریفی بسیار متفاوت از تعریف اولیه آن داشته باشیم و عباراتی همچون «امنیت در رسانه»، «امنیت در فضای مجازی»، «امنیت داده‌ها»، «امنیت در گردشگری» و غیره نیز به عنوان مؤلفه‌های مهم امنیتی مطرح می‌باشند. به طور کل امنیت مقوله‌ای چند وجهی است و زمینه ساز و بستر توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است و هم از این عناصر تأثیر می‌پذیرد (رهنمایی و پورموسی، ۱۳۸۵: ص ۱).

انواع امنیت: از ضروریات زندگی امروز وجود امنیت در سطح جوامع است. صاحب‌نظران امنیت را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده‌اند که به شرح زیر می‌باشد:

امنیت داخلی: عبارت است از شرایطی که طی آن شهروندان جامعه بتوانند بدون برخورد با موانع بشری از کلیه حقوق شرعی و قانونی خود بهرمنند شوند (کوشکی، ۱۳۷۸).

امنیت خارجی: امنیت خارجی را مربوط به تهدید دولت‌های دیگر در خارج از مرزهای جغرافیایی برمی‌شمرند.

امنیت ملی: واژه امنیت ملی به دنبال تشکیل دولت - ملت‌های جدید به گونه‌ای گسترده وارد متون سیاسی و روابط بین‌الملل شده است. گستردگی این مفهوم باعث شده که امنیت محور مطالعاتی قرار گیرد که مفاهیم کلیدی، از جمله روابط بین‌الملل، قدرت، منافع و بحران را پوشش می‌دهد. دولت‌ها با این مفهوم تهدیدها را می‌سنجند و استراتژی‌شان را بر اساس آن تدوین می‌کنند (ریبعی، ۱۳۷۸).

امنیت فرهنگی: مصونیت فرهنگ فرد و جامعه از هرگونه تعرض و تهدید را امنیت فرهنگی می‌نامند. نفوذ گسترده و مؤثر فرهنگ به همه ابعاد زندگی بشر اعم از فردی و جمعی، مادی و معنوی، روحی و جسمی و همچنین تأثیری که مسائل فرهنگی بر سایر بخشها دارد تأمین امنیت فرهنگی از موقعیت و حساسیت بیشتری برخوردار است.

امنیت اجتماعی: امنیت اجتماعی توانایی جامعه برای حفظ هویت، منافع و ویژگی‌های اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات و نیز توانایی ارتقای وضعیت اجتماعی به سمت ارزش‌ها و آرمان‌های جامعه است (مینایی، ۱۳۸۷).

امنیت و ویژگی‌های آن: مفهوم امنیت، قدمتی به وسعت تاریخ بشر و از جهتی بر مفهوم اجتماع و جامعه تقدم دارد. این مفهوم به تدریج و با توسعه بشری تحول و ابعاد تازه‌ای یافته است. به گونه‌ای که امروزه امنیت را در توسعه دنبال می‌کنند. تأمین امنیت بعنوان اساسی‌ترین وظیفه حکومت برشمرده شده است. امنیت ذهنی و عینی از بعد فردی به امنیت اجتماعی وابسته است و امنیت در این حالت ابعادی چون امنیت شغلی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، قضایی، جانی را هم در بر می‌گیرد (کارگر، ۱۳۸۳ ص ۳۷).

۲-۱- امنیت و ابعاد آن

به‌طور کلی امنیت عمدتاً به نوعی احساس روانی گفته می‌شود که در آن به خاطر مبرا بودن از ترس، وضعیت آرامش و اطمینان خاطر حاصل می‌شود. امنیت دارای دو بعد عینی و ذهنی است که امنیت عینی، عموماً امنیت را در قالب تهدید نکردن تعریف کرده‌اند که امری عینی است اما باید اضافه کرد امنیت وقتی وجود دارد که احساس کنیم تهدیدی در کار نیست و این همان

امنیت ذهنی است (اخوان کاظمی، بهرام، ۱۳۸۶: ص ۱۳). آنچه نقش خیلی مهم در افزایش تعداد گردشگران ایفا می‌کند، معنای امنیت ذهنی است که در حقیقت همان امنیت ذهنی گردشگر می‌باشد. به عبارت بهتر تصویر ذهنی گردشگر از مقصد است که نقش مهم را در تصمیم‌گیری برای سفر به یک کشور یا مکان ایفا می‌نماید.

۲-۲- امنیت و گردشگری

امنیت فاکتور اصلی در گسترش صنعت گردشگری می‌باشد چرا که گردشگر در وهله نخست به دنبال مکانی آرام جهت گذراندن اوقات خود را دارد. ناامنی در بازدیدها به طور واضح در تصمیم‌گیری گردشگران برای بازدید خیلی مؤثر است (سونمز و گراف، ۱۹۹۸). در مسافرت‌های ناامن، توریست‌ها اهداف تروریست‌ها می‌باشند. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد که گردشگری با ناامنی و خطر ارتباط دارد. (رحیل و فسن مایر، ۱۹۹۲).

هر چه گردشگران در یک کشور از ضریب امنیتی بالاتری برخوردار باشند، بیشتر تمایل پیدا می‌کنند که به آن کشور سفر نمایند. امنیت چیزی جز تفاهم و مشارکت عمومی جمعیت ساکن یک واحد سیاسی برای رسیدن به رفاه عمومی نیست. لذا اگر به این نتیجه برسیم که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند درآمدزا باشد و از طریق افزایش درآمد می‌تواند مفاسد اجتماعی را در جامعه کاهش داده و منجر به توزیع عادلانه ثروت و درآمد شود، نابجا نگفته‌ایم (رحیم پور، ۱۳۸۴).

۲-۳- رابطه متقابل امنیت، گردشگری و توسعه اقتصادی پایدار

موضوع ایمنی و امنیت در صنعت گردشگری از اهمیت حیاتی در سراسر جهان برخوردار است. گردشگری صنعتی است که هم تقاضا و هم عرضه آن به اتفاقاتی همچون تروریسم و خشونت‌های سیاسی خیلی حساس است (ریچر و واغ، ۱۹۸۶). یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری در کشور امنیت است. به عبارت دیگر، یکی از شاخص‌های امنیت، توسعه گردشگری در کشور است که می‌تواند در قالب‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تجلی پیدا کند و همین‌طور صنعت گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد موجب به وجود آمدن امنیت در آن منطقه می‌شود، اما این قضیه همیشه صادق نیست زیرا در برخی مواقع وجود پدیده گردشگری و رفت و آمد گردشگران باعث ناامنی شده است. با این وجود صنعت گردشگری و امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند. (ایسرائیلی و ریچل، ۲۰۰۳). کشورهای زیادی در دنیا به وسیله تروریسم تهدید شده‌اند و فعالیت‌های خشونت‌آمیز در بسیاری از کشورها افزایش یافته‌است (سونمز و آپوستولوپوس و تارلو ۱۹۹۹). این اتفاقات و خشونت‌ها می‌تواند مانعی برای گردشگری باشد چون از گردشگری و تروریسم به عنوان ابزارهایی برای آسایش و صلح در محیط اجتماعی استفاده می‌شود (نیومایر، ۲۰۰۴) (ریسنجر و موواندو، ۲۰۰۵). بعد از حملات یازدهم سپتامبر در شهر نیویورک، این حملات ضربه مهلکی را روی صنعت گردشگری در آمریکا و دنیا داشت. تعداد مسافرانی که با هواپیما به آمریکا مسافرت نمودند بیش از ۵۰ درصد کاهش یافت (بوفر و ریتا پیروم، ۲۰۰۵).

امنیت مقوله‌ای است که از قدیم و از همان دوران باستان با هستی و زندگی انسان در پیوندی عمیق و ناگسستنی قرار داشته و همواره یکی از مهمترین مسائل جامعه بشری بوده‌است و هنوز هم یکی از مفاهیم محوری و بنیادین در روابط با دولت ملی و در مناسبات بین‌المللی می‌باشد (رئسی، ۱۳۸۸).

۳- پیشینه تحقیق

- ژانگ (۲۰۰۵) در تحقیقی با عنوان اثر سونامی بر روی گردشگری بین‌المللی چین به این نتیجه رسید که بلایای طبیعی باعث می‌شود میل گردشگران ورودی به منطقه کم شود و بازتاب منفی روی بازدیدکنندگان می‌گذارد و آنها را به دور شدن از مقصد سوق می‌دهد.

- نزرین و همکاران، ۲۰۱۰. در تحقیقی با عنوان اثر بخشی برنامه شهر امن به عنوان پایه امنیت در صنعت گردشگری، مورد مطالعه در پوتروجایا نشان می‌دهد که برنامه شهر امن اثر گذاری ضعیف و قابل تأمل داشته است. و به این نتیجه رسیدند که اقتدار محلی نیاز به همکاری بیشتر با ارگانهای غیر دولتی (ان جی او) دارد. و به منظور تشدید ایمنی نیاز به اجرای مؤثر برنامه شهر امن مانند تقویت اجرا و آموزش، بالا بردن ایمنی در جاذبه های اصلی توریستی و تقویت سیستم‌های آموزشی برای کارمندان که کاملاً در امنیت دخالت دارند، می‌باشد.
- نوریزاواتی و تارمیچی، ۲۰۱۴، در تحقیقی با عنوان " مسائل امنیت و ایمنی: چالش‌های جدید صنعت گردشگری مالزی " بیان می‌کند که مسائل سلامتی، تروریسم، تکرار آدم ربایی و تیراندازی در Sabah، حادثه خطوط هوایی دو قلو، شورش و تظاهرات غیر قانونی و گزارشات نادرست توسط رسانه‌های بین‌المللی چالش‌های جدید را به مالزی ارمغان آورده است. اگر چه برخی حوادث اثرات کوتاه مدت روی صنعت گردشگری مالزی داشته ولی هنوز اثر بزرگی روی نام تجاری مالزی گذاشته است.
- فیتزی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان احساس امنیت و ایمنی بازدیدکنندگان زن بین المللی از کوالالامپور که در این تحقیق زنان بیشتر از جرم و جنایت بیمناک بودند و ۹۹٪ پاسخگویان راه رفتن و پیاده روی در کوالالامپور را ایمن می‌دانستند و این امنیت در طی زمان شب ۱۵٪ کم شد و وضعیت ناامنی قابل توجهی که توسط پاسخگویان مشاهده شد ترافیک خیابان‌ها بود. و نگرانی اصلی گزارش شده جیب بری و قاپزنی سارقین بود.
- کهزادی و همکاران(۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان تحلیلی بر امنیت اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری(مطالعه موردی شهر اصفهان) با جمع‌آوری پرسشنامه از گردشگران داخلی به این نتیجه رسید که بیش از نیمی از گردشگران از وضعیت امنیت در مسیرهای گردشگری احساس رضایت داشته‌اند و اصفهان به لحاظ امنیتی از آرامش تقریباً مطلقاً و به لحاظ دارا بودن پتانسیل های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... از توانایی بسیار بالایی در جهت جذب گردشگر برخوردار است.
- هزار جریبی(۱۳۸۹)، تحقیقی با عنوان احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری انجام گردیده است. در این پژوهش آمده است که هدف شناخت میزان احساس امنیت اجتماعی و تعاملات مردم با گردشگران خارجی در سال ۸۹ است و نتایج بدست آمده حاکی از آن است که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. به عبارتی هر مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در ایران و حتی سفرهای مجدد بیشتر است.
- لطفی فر، یغفوری(۱۳۹۱)، در تحقیقی توصیفی - تحلیلی با عنوان نقش امنیت در توسعه گردشگری، مورد شناسی، چابهار که نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که امنیت فاکتوری تعیین کننده در توسعه گردشگری چابهار می‌باشد؛ و در نهایت به بررسی مشکلات و موانع این امر در شهرستان چابهار پرداخته از جمله عدم وجود برنامه های مدون توسعه مقصد، ضعف روساخت‌ها و تسهیلات گردشگری، تبلیغات ضعیف، عدم وجود راه‌های دسترسی مطلوب به جاذبه‌های گردشگری در درون منطقه و دیگر کاستی‌ها و عامل امنیت که نقش بسزایی در توسعه صنعت گردشگری در این منطقه دارد .

۴- مواد و روش

روش تحقیق در این مقاله توصیفی، تحلیلی است. در این پژوهش با توجه به اهداف و امکانات، پرسشنامه‌هایی طراحی گردید و با توجه به جمعیت ۲/۰۰۰/۰۰۰ نفری گردشگر خارجی که از اصفهان در یکسال بازدید می‌نمایند. و بر اساس روش کوکران، نمونه ای با حجم ۴۱۷ نفر مشخص شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ای یازده سؤالی با استفاده از تکنیک‌های مشاهده، مصاحبه، استفاده شده است. داده‌های پرسشنامه با نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. ضریب آلفای کربناخ ۷۶۷٪. نشان دهنده پایایی پرسشنامه می‌باشد.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pg}{d^2} - 1 \right)}$$

جدول ۱. پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ

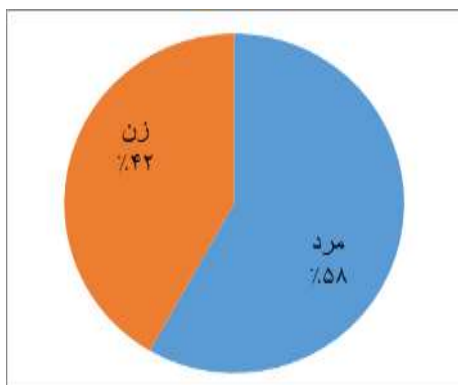
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	11

جهت بررسی و تحلیل داده‌ها از آمار استنباطی با روش اسپیرمن و خی دو هر یک از شاخص‌های مورد سنجش در رضایت‌مندی گردشگران خارجی مشخص گردید. بررسی اطلاعات بدست‌آمده از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس جنسیت مطابق جدول و شکل ۲ می‌باشد.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۴۳	۵۸/۳
زن	۱۷۴	۴۱/۷
جمع کل	۴۱۷	۱۰۰

شکل ۱. توزیع فراوانی و درصد فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان



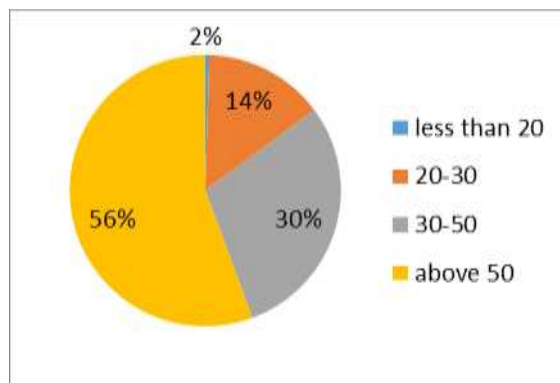
مطابق جدول ۲ و شکل ۱ مشاهده می‌شود، در مطالعه فوق از ۴۱۷ نفر پاسخ دهندگان ۲۴۳ نفر معادل (۵۸٪) مرد بوده و ۱۷۴ نفر معادل (۴۲٪) آنها زن می‌باشند.

بررسی اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس سن پاسخگویان مطابق جدول و نمودار شماره ۳ می‌باشد.

جدول ۳. توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۰	۲	۰/۵
۲۰-۳۰	۶۰	۱۴/۴
۳۰-۵۰	۱۲۳	۲۹/۵
بالاتر از ۵۰	۲۳۲	۵۵/۶
جمع کل	۴۱۷	۱۰۰

شکل ۲. توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان



از جدول و شکل فوق بسیار روشن است که اغلب بازدید کنندگان از کشور ایران و شهر اصفهان در سنین بالا می‌باشند و این خود نشان از بالا بودن سطح امنیت و احساس امنیت در ایران و شهر اصفهان می‌باشد زیرا در سنین بالا حساسیت نسبت به امنیت محل بازدید بیشتر است و نکته دیگری که می‌توان از این آمار مشاهده کرد این است که هیچ برنامه ریزی برای جذب گردشگران در سنین پائین نشده است و مسئولین گردشگری باید به آن توجه بیشتری داشته باشند.

بررسی اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس تحصیلات پاسخگویان مطابق جدول شماره ۴ می‌باشد.

جدول ۴. توزیع فراوانی مربوط به تحصیلات پاسخ دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۸۵	۲۰/۴
دیپلم	۷۱	۱۷
لیسانس	۲۹	۷
فوق لیسانس و بالاتر	۲۳۲	۵۵/۶

جدول فوق بیان گر این است که در حدود ۵۶٪ از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات بالا می‌باشند.

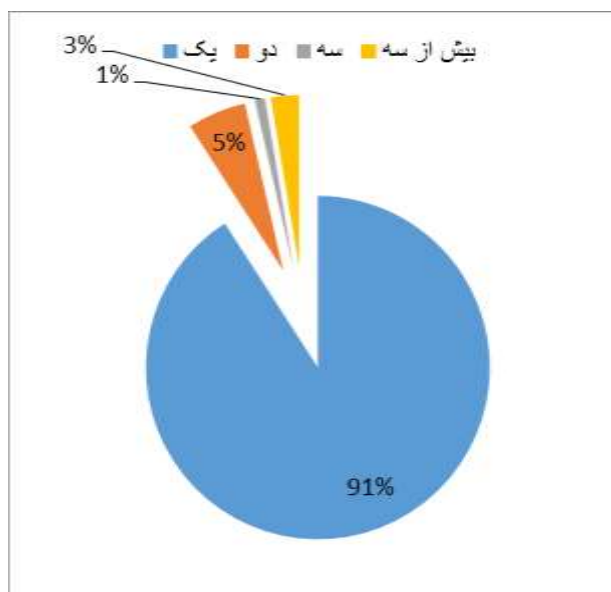
بررسی اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس دفعات بازدید پاسخ دهندگان مطابق جدول ۵ و شکل ۴ می‌باشد.

جدول ۵. توزیع فراوانی مربوط به تعداد دفعات بازدید پاسخ دهندگان از اصفهان

تعداد بازدید	فراوانی	درصد

۹۰/۹	۳۷۹	یک
۵/۵	۲۳	دو
۱	۴	سه
۲/۶	۱۱	بیش از سه
۱۰۰	۴۱۷	جمع کل

شکل ۳. توزیع فراوانی مربوط به تعداد دفعات بازدید پاسخ دهندگان از اصفهان

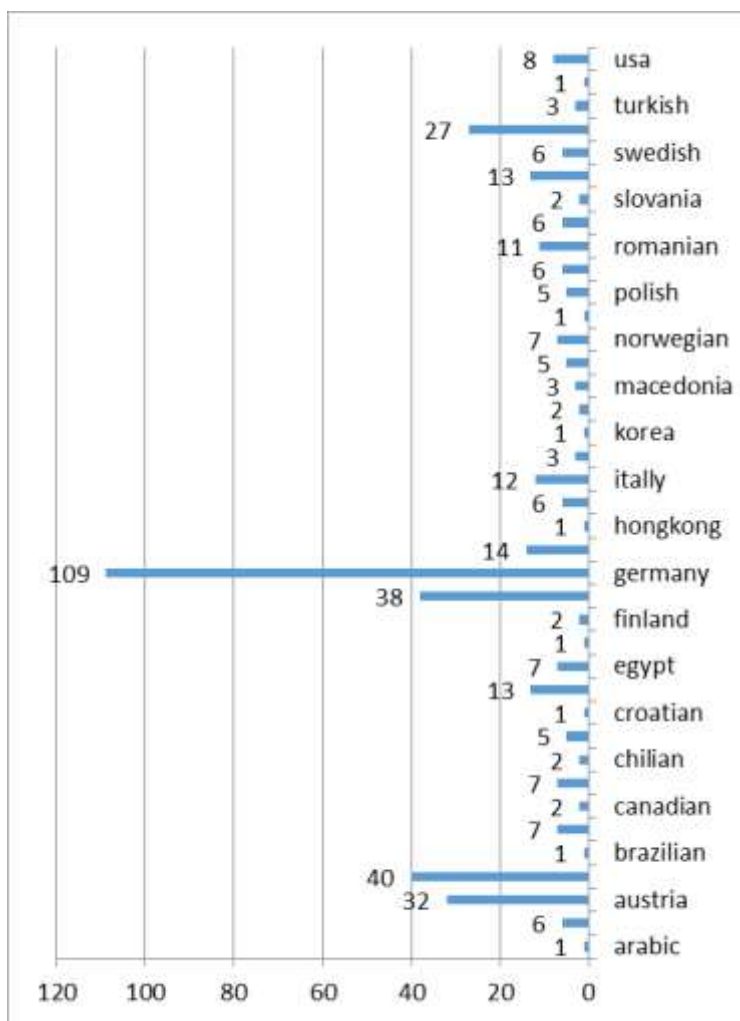


در حدود ۹۱٪ پاسخ دهندگان برای بار اول از اصفهان بازدید می نمودند ولی در بین آنها در حدود ۵/۵٪ دو بار و ۲/۶٪ بیش از ۳ بار بازدید داشتند و اصفهان را از لحاظ امنیت گردشگری بسیار خوب توصیف می کردند و بجز کمبود امکانات و تسهیلات از موارد دیگر ابراز رضایت می کردند.

بررسی اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه، بر اساس ملیت پاسخ دهندگان مطابق نمودار ذیل می باشد.

با اینکه آمار دقیقی از ملیت گردشگران ورودی به اصفهان موجود نیست اما از پاسخ دهندگان به این تحقیق ۲۶٪ گردشگران آلمانی و نزدیک به ۱۰٪ از آنها بلژیک و فرانسه و در حدود ۷٪ از بازدیدکنندگان ملیت اتریشی و سوئیسی داشتند. و با توجه به اینکه اکثر بازدیدکنندگان از کشورهای توسعه یافته و پیشرفته می‌باشند، باید انتظارت آنها در مورد امنیت و خدمات و تسهیلات در سطح بالایی تامین گردد.

شکل ۴. مربوط به فراوانی ملیت پاسخ‌دهندگان



با استفاده از گویه‌های فوق شاخص احساس امنیت ساخته شده و در جدول زیر بصورت درصد گزارش شده است.

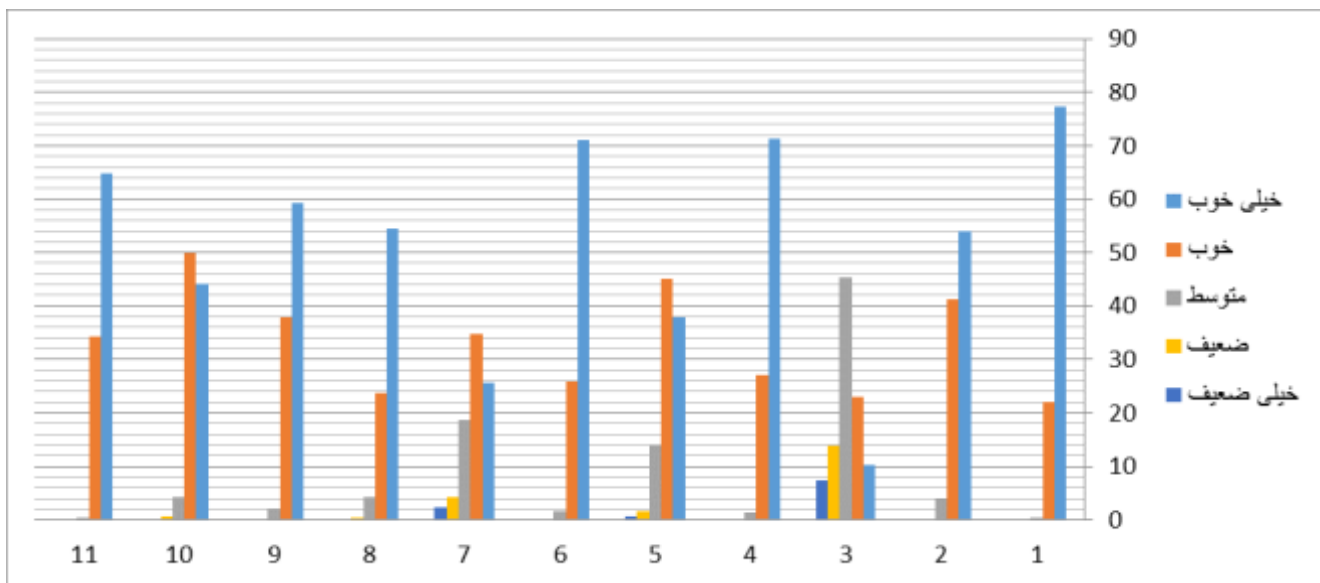
جدول ۶. سؤالات پرسشنامه و نتایج حاصله بر اساس درصد

میزان							گویه
خیلی	خوب	متوسط	ضعیف	خیلی	بدون	میانگی	

ن	نظر	ضعیف				خوب	
۳/۷۶	-	۰/۲	۰	۰/۵	۲۲/۱	۷۷/۲	هنگام ورود به اصفهان تا چه میزان احساس امنیت داشتید؟
۳/۴۹	-	۰/۲	۰/۲	۴/۱	۴۱/۲	۵۴	هنگام خرید از مغازه‌ها تا چه اندازه احساس امنیت برای شما وجود دارد؟
۲/۱۵	-	۷/۴	۱۳/۹	۴۵/۳	۲۳	۱۰/۳	هنگام حرکت در سطح شهر اصفهان با توجه به ترافیک موجود تا چه میزان احساس امنیت دارید؟
۳/۶۹	-	۰	۰/۲	۱/۴	۲۷/۱	۷۱/۲	هنگام بازدید از اماکن توریستی تا چه میزان احساس امنیت دارید؟
۳/۱۸	۰/۲	۰/۷	۱/۷	۱۳/۹	۴۵/۱	۳۷/۹	با توجه به شرایط فرهنگی جامعه آیا استفاده از هرگونه پوشش به چه میزان احساس امنیت دارید؟
۳/۶۸	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۱/۷	۲۵/۹	۷۱	هنگام اقامت در هتل‌های اصفهان تا چه میزان احساس امنیت دارید؟
۲/۹۲	۶/۲	۲/۴	۴/۳	۱۹/۷	۳۹/۶	۲۷/۸	وجود و حضور پلیس گردشگری در شهر تا چه میزان برای شما احساس امنیت بوجود می‌آورد؟
۳/۵۴	۷/۹	۰/۲	۰/۵	۴/۶	۳۰/۵	۵۶/۴	نقش راهنمایان تور در ایجاد امنیت در بازدید از مراکز دیدنی شهر تا چه میزان است؟
۳/۵۷	-	۰	۰/۲	۲/۲	۳۷/۹	۵۹/۲	تا چه میزان شیوه برخورد شهروندان اصفهانی در شما ایجاد آرامش کرده است؟

۳/۳۹	-	۰	۰/۷	۴/۳	۴۹/۹	۴۴/۱	تا چه میزان هنگام حمل کیف دستی احساس امنیت می کنید؟	۱۰
۳/۶۴	-	۰/۲	۰	۰/۵	۳۴/۳	۶۴/۷	معرفی اصفهان به دیگران به عنوان یک مقصد گردشگری؟	۱۱

شکل ۵. نتایج حاصل از پرسشنامه بر اساس نمودار ستونی



احساس امنیت گردشگران در هنگام ورود به اصفهان مورد ارزیابی قرار گرفت. که بیش از ۹۹٪ پاسخگویان این وضعیت را خوب گزارش کردند.

هنگام خرید از مغازه‌ها ۹۵٪ از پاسخگویان احساس امنیت خوبی داشتند که این نشان می‌دهد فضای کسب و کار فروشندگان و مغازه داران اصفهانی به نسبت خوب می‌باشد الا رقم این که بعضی گردشگران از تفاوت قیمت کالاها در فروشگاه‌های مختلف اعتراض داشتند و عدم نظام قیمت گذاری کالاها بخصوص صنایع دستی در ایران.

یکی از مهم‌ترین عامل‌هایی که در احساس امنیت، آرامش و راحتی گردشگران موثر است ترافیک شهری و فرهنگ رانندگی در سطح شهرها می‌باشد. در سوال سوم پرسشنامه گردشگران در این رابطه ۳۳٪ خوب و ۴۵٪ متوسط و ۲۱٪ ضعیف پاسخ داده‌اند که نشان از ضعف مدیریت شهر، قوانین ترافیکی و رانندگان دارد.

سؤال چهارم پرسشنامه مربوط به احساس امنیت در هنگام بازدید از سایتهای توریستی ۹۸٪ پاسخگویان آن را خوب نظر داده‌اند.

سؤال پنجم پرسشنامه که از گردشگران سؤال شده بود که با توجه به فرهنگ مردم اصفهان در استفاده از پوشش متفاوت آیا احساس امنیت می‌کنند. ۸۳٪ گردشگران مشکلی با آن نداشته و تاثیری منفی در احساس امنیت آنها ابراز نکردند ولی ۱۴٪ آنها این عامل را اثرگذار دیده و احساس امنیت را متوسط اعلام کردند.

سؤال ششم احساس امنیت گردشگران در هتل‌ها را بررسی کرده که ۹۶٪ آنها خوب نظر داده‌اند.

سؤال هفتم مربوط به حضور پلیس توریسم تا چه اندازه در گردشگران احساس امنیت ایجاد کرده است، که ۶۲٪ از پاسخگویان پلیس توریسم را در اصفهان مشاهده نکرده بودند و ۶۸٪ حضور پلیس را در ایجاد احساس امنیت مؤثر دانسته و ۱۹٪ متوسط پاسخ گفته و ۶٪ حضور پلیس را در ایجاد احساس امنیت آنها مؤثر ندانستند.

سؤال هشتم به نقش راهنمایان تور در ایجاد احساس امنیت در گردشگران پرداخته که ۷۹٪ پاسخگویان بدون راهنما به اصفهان سفر کرده بودند که این مطلب خود نشان از احساس امنیت آنها در اصفهان و ایران می‌باشد. و ۸۶٪ آنها نقش راهنمایان را در احساس امنیت گردشگران مؤثر دانسته و از آنها رضایت داشته و تنها ۴٪ نقش آنها را متوسط اعلام کرده و ۰٪ نقش راهنمایان تور را در احساس امنیت آنها خیلی ضعیف دانسته‌اند.

در سؤال نهم در مورد نحوه برخورد و میهمان نوازی شهروندان اصفهانی با گردشگران سوال شده بود. ۹۷٪ از گردشگران آنرا خوب اعلام کردند و از نحوه برخورد گرم و صمیمی مردم اصفهان نه تنها راضی بودند بلکه آنرا یکی از ویژگی‌های مهم گردشگری این شهر می‌دانستند.

سؤال دهم تا چه میزان هنگام قدم زدن و حمل کیف دستی در سطح شهر احساس امنیت می‌کنید. ۹۴٪ از گردشگران آنرا خوب گزارش کردند و خوشبختانه در بین پاسخگویان هیچ کدام تجربه قاپ زنی و تعرض اعلام نکردند.

در سؤال یازدهم از گردشگران پرسیده شده بود تا چه میزان اصفهان را به عنوان یک مکان امن به دیگران پیشنهاد می‌کنند. ۹۹٪ آن را خوب اعلام کردند و اصفهان را یک شهر امن و مردم آنرا میهمان نواز توصیف می‌کردند.

به نظر می‌رسد بین مؤلفه‌های امنیت و میزان احساس امنیت در گردشگران خارجی شهر اصفهان رابطه وجود دارد.

جدول ۷. بیانگر آماره‌های توصیفی مربوط به آزمون فرضیه یک

تعداد	سطح معنی داری	آزمون اسپیرمن
۴۱۷	۰/۰۰۰	۰/۵۴۱
۴۱۷	۰/۰۰۳	۰/۱۴۴
۴۱۷	۰/۰۰۰	۰/۴۹۴
۴۱۳	۰/۰۰۰	۰/۳۰۵
۴۱۴	۰/۰۰۰	۰/۳۰۷
۳۹۷	۰/۰۰۰	۰/۱۹۷

نقش راهنمایان تور در ایجاد امنیت	۰/۳۹۱	۰/۰۰۰	۳۸۴
شیوه برخورد شهروندان اصفهانی	۰/۴۳۸	۰/۰۰۰	۴۱۵
حمل و نقل با وسایل نقلیه	۰/۳۸۸	۰/۰۰۰	۴۱۳

جهت آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید که با توجه به نوع متغیرها از جمله فاصله‌ای در گروه مورد مطالعه بوده و توجه به نوع فرضیه از آزمون فوق استفاده گردید. در آزمون این فرضیه از متغیرهای مربوط به فرضیه استفاده شد؛ همچون سوال‌های ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ پرسشنامه.

با توجه به سطح آزمون که در بررسی ارتباط میان مؤلفه‌های امنیت و میزان احساس امنیت در گردشگران خارجی شهر اصفهان بدست آمد، نشان می‌دهد همبستگی اسپیرمن بین اولین متغیر مربوط: بین هنگام خرید از مغازه‌ها و میزان احساس امنیت در گردشگران ۰/۵۴۱ برآورد شده و در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ همچنین برای همبستگی بین متغیر به ترافیک ۰/۱۴۴ برآورد شده و سطح معنی‌داری ۰/۰۳ می‌باشد، همبستگی بین زمان بازدید از اماکن توریستی و میزان احساس امنیت در گردشگران خارجی مقدار ۰/۴۹۴ برآورد شده است و در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ که نشان می‌دهد بین این دو متغیر نیز همبستگی معنی‌دار است. همچنین مقدار همبستگی اسپیرمن در بین دیگر متغیرهای مورد نظر از جمله شرایط فرهنگی شهروندان اصفهانی و استفاده از هرگونه پوشش (۰/۳۰۵)، اقامت در هتل‌های اصفهان (۰/۳۰۷)، وجود و حضور پلیس گردشگری (۰/۱۹۷)، نقش راهنمایان تور (۰/۲۹۱)، ... بدست آمد که رابطه مثبت و معنی‌دار می‌باشد و با توجه به وجود همبستگی بین متغیرهای مذکور و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ که در تمامی متغیرها وجود دارد، لذا فرضیه مورد تایید می‌باشد و ارتباط میان مؤلفه‌های امنیت و میزان احساس امنیت در گردشگران خارجی شهر اصفهان وجود دارد. (جدول ۷).

به نظر می‌رسد بین نقش پلیس گردشگری و احساس امنیت گردشگران خارجی رابطه وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه دوم پژوهش با توجه به فرضیه و نوع متغیرهای مورد نظر از آزمون خی دو استفاده گردیده است. با توجه به جدول ۸ که نتایج حاصل از آزمون خی دو در بین متغیرهای مربوط را نشان می‌دهد. می‌توان مشاهده نمود که آزمون خی دو در هر دو متغیر ۶۵۸/۸۰۸ و ۲۲۰/۶۲۴ می‌باشد و در نتیجه سطح معنی‌داری هر کدام از متغیرهای مورد نظر ۰/۰۰۰ که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. همچنین با درجه آزادی ۳ و ۴، فرضیه مورد نظر با ۹۵ درصد اطمینان تایید می‌باشد، بنابراین بین نقش پلیس گردشگری و احساس امنیت گردشگران خارجی رابطه وجود دارد.

جدول ۸. بیانگر آماره‌های توصیفی مربوط به آزمون فرضیه دو

	احساس امنیت	حضور پلیس گردشگری
آزمون خی دو	۶۵۸/۸۰۸	۲۲۰/۶۲۴

درجه آزادی	۳	۴
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

۵- نتیجه گیری

در تحقیق حاضر نتیجه بدست آمده حاکی از آن است که شهر اصفهان از لحاظ احساس امنیت و آرامش گردشگران و همچنین برخورد مردم شهر، خوب و قابل قبول بوده و اصفهان را شهری امن دیده بودند ولی از لحاظ حجم ترافیک و خودروها بخصوص در مناطق توریستی و کاربری‌های مغایر با گردشگری در هسته مرکزی گردشگری شهر (میدان نقش جهان) و بخش‌های تاریخی و کمبود تسهیلات، ضعیف دانسته و شکوه داشتند که در رضایتمندی گردشگران از شهر اصفهان بسیار موثر می‌باشد، مثلاً اغلب گردشگران از عدم وجود سرویس‌های بهداشتی کافی در سطح شهر صحبت می‌کردند، لذا مسئولان شهر باید از این موقعیت و ویژگی خوب (امنیت) اصفهان استفاده کرده و دیگر موارد را شناسایی و تقویت کرده تا گردشگران بیشتری به این شهر سرازیر شوند و موجبات توسعه و پیشرفت این شهر بوجود آید.

۶- پیشنهادات

- برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مختلف در جهت توسعه و ارتقاء امنیت.
- علاوه بر لزوم سرعت عمل در فراهم ساختن زیرساخت‌های گردشگری، آموزش افرادی که به نحوی در ارتباط خدماتی و تماس با گردشگران خارجی هستند.
- تلطیف ذهنیت‌های منفی بعضی آحاد جامعه نسبت به توریسم و تقویت خوی مهمان دوستی که از ویژگی‌های اخلاق و سنن و مذهب ایرانیان است.
- تأمین امنیت برای گردشگران در ساعت‌های خلوت و کم تردد در بافت‌های تاریخی.
- ارائه امکانات و خدمات در سطح استانداردهای بین‌المللی.
- جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی برای گردشگران خارجی.
- ایجاد و تربیت پلیس گردشگری در کشور.
- ممنوع کردن موتورسواران در نزدیکی بافت‌های تاریخی.
- تبلیغ وسیع در رسانه‌های بین‌المللی جهت نشان دادن واقعیت امنیت در ایران جهت مقابله با تبلیغات ضدایرانی کشورهای بیگانه.
- برنامه‌ریزی جهت برخورد قانونی با مزاحمان گردشگران بین‌المللی.
- ایجاد تعامل مستمر بین تورهای گردشگری با نیروی انتظامی به منظور برقراری امنیت.
- آموزش فرهنگی _ اجتماعی به مردم در جهت برخورد با گردشگران.
- ارائه راهنمایی‌های موثر و به موقع در هنگام ورود گردشگران به شهر اصفهان.
- تشکل نیروهای امنیتی ویژه در مکان‌های گردشگری با یونیفورم زیبا و شکیل در جهت امنیت و اطمینان خاطر بیشتر گردشگران.
- استفاده از نیروهای امنیتی ویژه در مکان‌های توریستی.
- توجه مامورین امنیتی در برخورد با گردشگران.

- آشنایی راهنمایان تور با مسائل امنیتی.
- رعایت نظافت در اماکن عمومی مانند مهمان خانه‌ها، مهمان سراها، غذاسراها، قهوه‌خانه‌ها و سطح شهر.
- ایجاد دفاتر اطلاع‌رسانی با افراد آموزش دیده، حرفه‌ای و آگاه از اصول خدمات رسانی.

منابع

- ۱- آشوری، داریوش، ۱۳۸۴، "دانشنامه سیاسی"، انتشارات گلشن، ص ۳۸-۳۹.
- ۲- ابرار اقتصادی، ۱۳۸۵، امکانات گردشگری.
- ۳- احمد فیتری، امیر و همکاران (۲۰۱۴)، هیأت علمی مدیریت هتل و توریسم دانشگاه تکنولوژی مارا مالزی.
- ۴- اخوان کاظمی، بهرام، ۱۳۸۶، "امنیت و ابعاد آن در قرآن"، مطالعات اسلامی بهار، شماره ۷۵، ص ۲.
- ۵- اخوان کاظمی، بهرام، ۱۳۸۶، "امنیت و ابعاد آن در قرآن"، مطالعات اسلامی بهار، شماره ۷۵، ص ۱۱-۳۸.
- ۶- اذانی، خادم و حاتمی، ۱۳۸۷، گردشگری و تحکیم صلح و دوستی بین اقوام و ملل، مجموعه مقالات سومین همایش راهکارهای توسعه پایدار شهرستان ایذه.
- ۷- ربیعی، علی، ۱۳۷۸، امنیت ملی مفهومی در حال تکوین. نشریه اطلاعات سیاسی، اقتصادی، شماره ۱۹۷ و ۱۹۸.
- ۸- رحیم پور، علی، ۱۳۸۴، جغرافیای اوقات فراغت، جزوه درسی کارشناسی ارشد.
- ۹- رهنمایی و پورموسوی، ۱۳۸۵، بررسی ناپایداری‌های امنیتی کلان شهر تهران بر اساس شاخص‌های توسعه پایدار شهری، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۵۷، پاییز، ص ۱۷۷-۱۹۳.
- ۱۰- رئیسی، حشمت، ۱۳۸۸، امنیت مفهومی به اهمیت و گسترده‌گی زندگی انسان. سایت www.talashonline.com
- ۱۱- سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴، برنامه ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده.
- ۱۲- سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴، کنفرانس بین‌المللی گردشگری.
- ۱۳- سقایی، مهدی، ۱۳۸۲، "گردشگری و توسعه پایدار" مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در ایران، دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۱۴۹.
- ۱۴- عمید، حسن، ۱۳۷۹، "فرهنگ فارسی"، تهران، انتشارات امیر کبیر، چاپ نوزدهم، ده جلد، ص ۱۶.
- ۱۵- کارگر، بهمن، ۱۳۸۶، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راهکار)، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول، تهران.
- ۱۶- کوشکی، محمد صادق، ۱۳۷۸. مفاسد اجتماعی و امنیت داخلی. نشریه مطالعات راهبردی، شماره ۳.
- ۱۷- کهزادی، اسفندیار، (۱۳۸۸)، "تحلیلی بر امنیت اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری" (مطالعه موردی شهر اصفهان)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
- ۱۸- مجتبی لطفی فر، حسین یغفوری، ۱۳۹۱، "نقش امنیت در توسعه گردشگری" اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران - بهمن ۱۳۹۱.
- ۱۹- مینایی، محمد علی، ۱۳۸۷، گروه مطالعات امنیت و جامعه، سایت www.ihcs.ac.ir
- ۲۰- هال، جکینز، ۱۳۸۲، سیاستگذاری جهانگردی، ترجمه: سید محمد اعرابی و داوود یزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های علمی و فرهنگی
- ۲۱- هزار جریبی، جعفر، (۱۳۸۹)، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰، ص ۱۲۱-۱۴۳.

۲۲- هندیانی، عبدالله، ۱۳۸۶، بررسی تحولات مفهومی امنیت در محیط امنیتی، فصلنامه دانش انتظامی، سال نهم، شماره سوم، ص ۹-۳۰.

- 23- AhmadNazrinArisAnuar , And others, 2010," The Effectiveness of Safe City Programme as Safety Basic in Tourism Industry: Case Study in Putrajaya, ASEAN Conference on Environment – Behaviour Studies, Riverside Majestic Hotel, Kuching, Malaysia, 7- 8 july 2010.
- 24- H.Zhang, Impact of the Tsunami on Chinese outbound tourism, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 17,5,433-435(2005).
- 25- NorizawatiMohdAyob1 ,TarmijiMasron 2014"Issues of Safety and Security: New Challenging to MalaysiaTourism Industry "SHS Web of Conferences 12, 010 8 (2014).
- 26- Reisinger, Y.andF.Mavondo(2005) Travel Anxiety and Intentions to Travel international:implications of Travel Risk Perception.journal of Travel Research,43:212-225.
- 27- Boger, C.,N. Varghese, and S. Rittapirom, (2005) The Impact of the September11 Attacks on Airline Arrivals and, Conventions in Nine Major US Cities. Journal of Convention and Event Tourism,7:21-41.
- 28- Neumayer, E.(2004) The Impact of Political Violence on Tourism. Journal of Conflict Resolution 48(2):259-281.
- 29- Israeli, A. and A. Reichel,(2003), Hospitality Crisis Management Practices: The Israeli Case. International Journal of Hospitality Management, 22:353-372.
- 30- Sonmez, S., Y.Apostolopoulos, and P.Tarlow,(1999), Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. Journal of Travel Research 38(1):13-18.
- 31- Sevil F. Sonmez, Alan R.graefe, (1998) influence of terrorism risk on foreign tourismdecisions, Annals of Tourism Research, Vol.25,No. 1,pp. 112-144
- 32- Roel, W., and D. Fesenmaier(1992) Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis.Journal of Travel Research 2(4):17-26.
- 33- Richter, L. K. and W. L. Waugh, Jr. (1986) Terrorism and Tourism as Logical Companions. Tourism Management 7:230-238.