
Investigating the Relationship between Social Security Indicators and Loyalty of Foreign Tourists (Case Study: Shiraz City)

Mohammad Reza Shahriari^{1*}

¹ .Ph.d Student of Urban Planning, Isfahan Branch, Azad Islamic University, Isfahan, Iran

Received Date: 15 August 2022 **Accepted Date:** 18 August 2022

Abstract

Background and Aim: Security is one of the most basic needs for tourists, and its lack is a big challenge to attract tourists, especially foreign tourists. Since the purpose of tourists from traveling is to gain mental and emotional peace; the lack of social security will decrease the acceptance of tourists. The purpose of this study is to investigate the relationship between social security indicators on the loyalty of foreign tourists in Shiraz.

Methods: applied research and its method is based on descriptive-analytical method. In order to collect the required data, documentary and field methods (questionnaire) have been used. The statistical population was tourists visiting Shiraz city in 2018. The sampling method was random and multi-stage cluster type. To measure the social security of tourists, 43 items have been used in the form of 4 indicators. Also, data analysis has been done using T, correlation coefficient and regression analysis methods.

Findings and Conclusion: The results of the research show that 4 social security indicators are above the average level from the point of view of tourists, and there is a strong and statistically significant correlation between the social security indicators. In the end, among the loyalty factors, the travel experience component with a value of 0.319 had the largest share among other loyalty factors. The results of the research show that 4 social security indicators are above the average level from the point of view of tourists, and there is a strong and statistically significant correlation between the social security indicators. In the end, among the loyalty factors, the travel experience component with a value of 0.319 had the largest share among other loyalty factors.

Keywords: Social security, Loyalty, Tourism, Shiraz.

* **Corresponding Author:** mohammadrezashahriari75@gmail.com

Cite this article: Shahriari, MR.(2022). Investigating the relationship between social security indicators and loyalty of foreign tourists (case study: Shiraz city). Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 3(2), 84-100.

بررسی رابطه بین شاخص های امنیت اجتماعی و وفاداری گردشگران خارجی

(مطالعه موردی: شهر شیراز)

محمد رضا شهریاری^{*۱}

۱. دانشجوی دکتری شهرسازی، واحد اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۷

چکیده

زمینه و هدف: امنیت از اساسی ترین نیازها برای گردشگران است و نبود آن چالشی بزرگ برای جذب گردشگران به ویژه جهانگردان خارجی است. از آن جایی که هدف گردشگران از سفر به دست آوردن آرامش روحی و روانی است؛ فقدان امنیت اجتماعی موجب کاهش پذیرش گردشگران خواهد شد. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین شاخص های امنیت اجتماعی بر وفاداری گردشگران خارجی در شهر شیراز است.

روش بررسی: پژوهش کاربردی و روش انجام آن مبتنی بر روش توصیفی-تحلیلی است. در جهت گردآوری داده های مورد نیاز از روش های اسنادی و میدانی (پرسشنامه) استفاده گردیده است. جامعه آماری، گردشگران مراجعه کننده به شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ بوده اند روش نمونه گیری از طریق روش تصادفی و از نوع خوشه ای چند مرحله ای بوده است. برای سنجش امنیت اجتماعی گردشگران از ۴۳ گویه در قالب ۴ شاخص استفاده شده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از روش های آماری T، ضریب همبستگی و روش تحلیل رگرسیون انجام شده است.

یافته ها و نتیجه گیری: نتایج پژوهش نشان می دهد که ۴ شاخص امنیت اجتماعی از نظر گردشگران در سطح بالاتر از حد متوسط قرار داشته و همچنین بین شاخص های امنیت اجتماعی همبستگی قوی و معنادار آماری وجود دارد. در پایان در بین عامل های وفاداری مولفه تجربه سفر با مقدار ۰/۳۱۹ بیشترین سهم را در بین دیگر عوامل وفاداری داشته است.

کلید واژه ها: امنیت اجتماعی، وفاداری، گردشگری، شیراز.

^{*} نویسنده مسئول: mohammadrezashahriyari75@gmail.com

ارجاع به این مقاله: شهریاری، محمد رضا (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین شاخص های امنیت اجتماعی و وفاداری گردشگران خارجی (مطالعه موردی: شهر شیراز). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای، ۳(۲)، ۸۴-۱۰۰.

مقدمه و بیان مسأله

تجربه های گردشگری، محصول جامعه کنونی و زاده انقلاب صنعتی است (جهانی، ۱۳۹۶: ۳۸). امروزه گردشگری یکی از مسایل مهم و مؤثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان محسوب می شود (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۱). در حال حاضر گردشگری مبدل به یکی از مهمترین مؤلفه های توسعه رفاه اقتصادی در بیشتر کشورها شده است (منصوری مؤید و یآوری گهر، ۱۳۹۷). براساس گزارش سازمان تجارت جهانی، تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد (وی تی او، ۲۰۱۹: ۶۶). شهرها یکی از مقاصد مهم گردشگری در جهان هستند. زیرا جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیاری را در خود جای داده اند (تیموتی، ۱۹۹۵: ۷۰). فضاهای شهری بستر فعالیت و ارتباط انسانها با همدیگر است و در نتیجه در هویت بخشی و دادن احساس امنیت به شهروندان نقش به سزایی دارند (خوش فر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۲).

در توسعه گردشگری عوامل متعددی دخالت دارد که امنیت مهمترین عامل مؤثر بر رشد و رونق گردشگری است. امنیت و رشد و رونق گردشگری دو مقوله وابسته به یکدیگر هستند و افزایش امنیت تأثیر عمده ای بر رشد گردشگری دارد (هال، ۲۰۱۲: ۱۳۵). امنیت از نیازها و ضرورت های پایه ای فرد و جامعه و زمینه ای برای توسعه گردشگری است (جوهانسن، ۲۰۱۷: ۵۲۶). احساس امنیت در گردشگاه های شهری دارای کارکردهای فردی و اجتماعی است و با افزایش کیفیت امنیت در این گونه فضاها، گردشگران فرصت بیشتری برای تفرج پیدا می کنند (ژوین، ۲۰۱۹: ۱۱۱).

در فضاهای شهری احساس امنیت شهری به این معنا است که شهروندان بتوانند آزادانه جابه جا شوند، با هم ارتباط برقرار کنند بدون آن که تهدید شوند و یا با خشونت و آزار مواجه شوند (لطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۵). یکی از مهمترین مکان ها و فضاهایی که می تواند زمینه ساز ناامنی گردشگران خارجی شود، محیط های شهری است. این گونه مکان ها گرفتار طیف گسترده ای از مسایل امنیت اجتماعی و پیامدهای فضایی هستند (زوکین، ۲۰۱۷: ۴۲).

جین جیکوبز از نظریه پردازان شهرسازی در تبیین امنیت شهری به تعامل فضای فیزیکی و فرآیندهای اجتماعی در محیط تأکید دارد (جیکوبز، ۱۹۶۱: ۳۳). توسعه گردشگری در یک کشور نشانگر ثبات و امنیت ملی در فضای جغرافیایی است که گردشگران را از نقاط مختلف جهان به خود جلب می کند (کاتو، ۲۰۱۷: ۲۴۴). ملاک امنیت در گردشگری، سنجش امنیت احساس شده توسط گردشگرانی است که در فضاهای شهری حضور دارند (ماکسی میلیونو، ۲۰۱۷: ۶۶). امنیت از اساسی ترین نیازها برای گردشگران است و نبود آن چالشی بزرگ برای جذب گردشگران به ویژه جهانگردان خارجی است (مکلیود، ۲۰۱۴: ۵). از آن جایی که هدف گردشگران از سفر به دست آوردن آرامش روحی و روانی است؛ فقدان امنیت اجتماعی موجب کاهش پذیرش گردشگران خواهد شد (نونکو، ۲۰۱۷: ۲۸۵). مفهوم امنیت اجتماعی ابتدا بعد از جنگ سرد در اروپا مطرح شد و این نوع امنیت دارای خصلتی جمعی است (والچ، ۲۰۱۵: ۲۳۶). امنیت اجتماعی شامل مؤلفه های وسیعی همچون عدالت، کاهش فقر، محیط سالم، امنیت زیستی، ارتباطی و جانی را نیز شامل می شود (جوپه، ۲۰۱۸: ۲۰۲). امنیت به عنوان شاخص ترین عامل رونق صنعت گردشگری در دنیا مطرح شده است و بدون عنصر امنیت سرمایه گذاری در هیچ بخش اقتصادی به ویژه صنعت توریسم به عمل نم یآید و گردشگر در جایی حضور پیدا می کند که امنیت جانی و مالی او تأمین شود (شربت، ۱۳۹۵: ۱۲۸).

امنیت اجتماعی یکی از مهمترین مسائلی است که در میزان تقاضای گردشگری خارجی تأثیر به سزایی دارد (تنگ، ۲۰۰۹: ۷۴). سازمان جهانی گردشگری درباره امنیت گردشگر علاوه بر مسئولیت گردشگر در تأمین سلامت خود، معتقد به مسئولیت جامعه میزبان در تأمین امنیت نیز م یباشد (چیانگ، ۲۰۰۰: ۴۵). امنیت اجتماعی توانمندی جامعه برای حفظ ویژگیهای اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات واقعی یا احتمالی است (ژوزف، ۲۰۱۶: ۳۸۸). رضایت گردشگران، در وفاداری، بازگشت مجدد، تداوم سفر و ترغیب دوستان و آشنایان به دیدار از شهر مقصد مؤثر واقع می شود (فنی و

همکاران، ۱۳۹۱: ۳۳). یکی از مهمترین مسائلی که در کاهش وفاداری گردشگر خارجی تأثیر داشته است تبلیغات منفی در زمینه عدم وجود امنیت برای گردشگران در ایران می باشد (تولایی، ۲۰۰۶: ۷). احساس امنیت ارتباط مستقیمی با کیفیت محیط در فضاهای شهری دارد و فضاهای ناامن زمینه را برای بروز ناامنی برای گردشگران فراهم مینماید. با اینکه ایران جزء ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه های گردشگری و جزء پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری است، متأسفانه سهم ایران از درآمد این صنعت در سال ۲۰۱۸ کمتر از یک درصد بوده است (خاکپور و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۵). همچنین کشور ایران دارای ۱۷ آثار باستانی ثبت جهانی یونسکو است (بحرینی زاده، سلیمی فرد و زمانی، ۱۳۹۳: ۸۶)؛ اما با وجود جاذبه های تاریخی و فرهنگی در فضاهای شهری کشور، براساس آمار و اطلاعات سازمان جهانی گردشگری، کشور ایران در سال ۲۰۱۹ در جذب گردشگر خارجی در بین ۱۴۷ کشور جهانی رتبه ۹۷ و در بین کشورهای خاورمیانه رتبه ۱۲ را به خود اختصاص داده است که با توجه به توانای های بالقوه کشور جایگاه بسیار پائینی است (اونوتو، ۲۰۱۹: ۶۵).

شهر شیراز مرکز استان فارس از مراکز گردشگری در کشور است. این شهر با داشتن جاذبه های متنوع تاریخی و فرهنگی از دیرباز مورد توجه گردشگران خارجی بوده است. این شهر با میراث تاریخی و فرهنگی غنی پتانسیل های مطلوبی جهت جذب و گسترش گردشگران خارجی دارد. شیراز و اطراف آن دارای جاذبه های گردشگری فراوانی است که جاذبه های تاریخی در رتبه اول قرار دارند. جاذبه های تاریخی در فضاهای شهری در جذب گردشگران خارجی از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف اصلی مطالعه حاضر سنجش میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران خارجی در شهر شیراز و تأثیر آن بر افزایش وفاداری گردشگران خارجی است. همچنین این پژوهش سعی دارد به این پرسش ها پاسخ دهد

وضعیت شاخص های امنیت اجتماعی از نگرش گردشگران در چه سطحی است؟

کدام یک از شاخص های امنیت اجتماعی بیشترین تأثیر را بر وفاداری گردشگران دارد؟

بین شاخص های وفاداری به مقصد گردشگری چه رابطه ای وجود دارد و کدام یک سهم و تأثیر بیشتری دارد؟

مبانی نظری پژوهش

امنیت به مفهوم رهایی از ترس، خطر و احساس دوری از هرگونه تهدید تعریف می شود. در فرهنگ لغت نامه فارسی معین امنیت به معنای «ایمن شدن و در امان بودن» تعریف شده است (معین، ۱۳۸۱: ۳۵۴). احساس امنیت پدیده ای روانشناختی و دارای ابعاد گوناگون میباشد (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹). این احساس ناشی از تجربه های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است؛ بنابراین، افراد به صورت های گوناگون آن را تجربه میکنند (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹). احساس امنیت در واقع یک تولید اجتماعی است یعنی همه نهادهای اجتماعی در شکل گیری آن نقش ایفا میکنند (حیدرژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۴). با این دید همه ارکان جامعه از جمله مردم، حاکمیت، پلیس و ... در تولید و ارتقای سطح آن نقش کلیدی و لاینفک دارند (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹).

یکی از حساس ترین و مهمترین نوع امنیت، امنیت اجتماعی است چرا که اگر امنیت اجتماعی در جامعه به صورتی باشد که انسان ها نتوانند نمودار آینده خود را بر اساس گذشته خویش ترسیم کنند، رشد و توسعه امکان پذیر نخواهد شد و تحت تأثیر امیال افراد قرار میگیرد (نیازی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۵). بوزان از مکتب کپنهاک برای نخستین بار اصطلاح امنیت اجتماعی را به کار برد و آن را حفظ ویژگی هایی بیان میکند که بر اساس آن، افراد خود را به عنوان عضو یک گروه اجتماعی قلمداد میکنند (احمدی و کلدی، ۱۳۹۳: ۳). تعاریف بسیار گوناگون و متنوعی از مفهوم امنیت اجتماعی ارائه شده است که در جدول زیر به چند نمونه از آنها اشاره شده است:

جدول ۱. تعاریف گوناگون از امنیت اجتماعی

منبع	تعریف	نظریه پرداز
نیل، ۲۰۱۳: ۱۴	بوزان نخستین فردی است که بحث امنیت اجتماعی را با تأکید بر مسایل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی مطرح کرده است.	بوزان
روزون، ۲۰۰۵: ۶۶	امنیت در معنای عینی، فقدان تهدید در برابر ارزش های کسب شده را مشخص می کند و در معنای ذهنی فقدان ترس و وحشت از جمله علیه ارزش ها را معین می نماید.	ولفرز
پیتر، ۲۰۱۵: ۳۸	امنیت اجتماعی ابزاری برای ایجاد توانمندی در جامعه است و بین امنیت، هویت و توسعه جوامع ارتباط مستقیمی وجود دارد.	ویور
بیلگین، ۲۰۰۳: ۶۷	نیت اجتماعی آن است که چگونه جوامع، منافع و هویت شان را خلق و باز تولید می کنند.	مک سوئینی
هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹	امنیت همانند خطر کیفیتی نامشخص دارد و امری نسبی است. نسبی بودن مفهوم امنیت بخشی به دلیل انتزاعی بودن و نبود تعریف مشخصی از این مفهوم و بخشی دیگر حاصل پیوند با مفاهیم نسبی دیگری نظیر منافع و بحران میباشد.	آزگود

در جمع بندی تعاریف گوناگون از امنیت اجتماعی میتوان تعریف مختاری و همکاران را ارائه نمود که امنیت اجتماعی را به شکل زیر تعریف میکنند:

احساس امنیت اجتماعی، به نداشتن هراس از تهدید یا به مخاطره افتادن ویژگی های اساسی و ارزش های انسانی و نبود ترس از تهدید حقوق و آزادی های مشروع گفته می شود (مختاری و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۰).

نظریه پردازانی چون کوهن، جفری و کاسپار، امنیت را عامل اصلی در عرصه گردشگری میدانند (وانگ، ۲۰۰۹: ۷۷). امنیت گردشگری عبارت است از: مصونیت ادراک شده یا واقعی گردشگری هنگام مسافرت به مقصد خاص. بنابراین نوعی از جرایم وجود دارد که مرتبط با گردشگران است، نظریه پردازان این جرایم را در قالب شکافی اجتماعی- اقتصادی که بین میزبان و مهمانان وجود دارد تبیین می کنند (منسفلد، ۱۳۸۹: ۵۲۳، ترجمه صحرانشین و همکاران).

ناامنی به دو بعد عینی و ذهنی در فضاهای شهری قابل بخشبندی است، سرقت از گردشگران در ردیف جنبه های عینی و احساس امنیت در مورد مکان گردشگری را می توان جزو جنبه های ذهنی دانست (هال، ۲۰۰۷: ۱۸). مهمترین شاخص های اجتماعی برای تأمین امنیت گردشگران شامل: میزان جرایم صورت گرفته در مخالفت با گردشگران توسط جامعه میزبان، میزان انحراف های اجتماعی در ارتباط با گردشگری، میزان رضایتمندی گردشگران از بازدید، تصویرذهنی گردشگران از مکان مورد بازدید، ضریب جذابیت گردشگری است (ویور، ۲۰۰۰: ۲۳).

احساس امنیت گردشگران از دیدگاه گردشگران را از ۳ دیدگاه میتوان بررسی نمود: الف) بعد رفتاری با تمرکز بر روابط متقابل بین گردشگران و جامعه محلی؛ ب) در زمینه ساختاری که به هنجارهای موجود در جامعه تأکید دارد؛ ج) در زمینه شرایط محیطی در فضاهای شهری که می تواند نقش تعیین کننده در جذب گردشگران خارجی داشته باشد (وی تی او، ۲۰۱۹: ۳۳). در کنار این عوامل، نقش جامعه میزبان در برقراری ارتباط نیز بسیار اهمیت دارد. آمادگی جامعه میزبان در پذیرش گردشگران خارجی و روابط بین جامعه محلی و گردشگران در یک مقصد بسیار پیچیده است و می تواند چالشهای زیادی را برای ذینفعان ایجاد کند (محمدپور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۷).

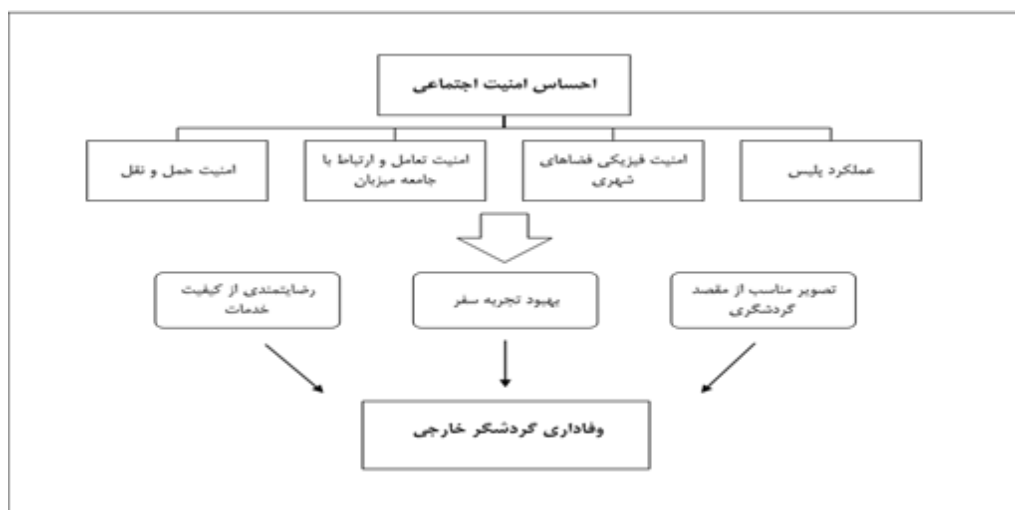
در انتخاب شاخص های تحقیق سعی شده است که مهم ترین آنها در ارتباط با امنیت اجتماعی، انتخاب شوند. متغیرهای مستقل این تحقیق شاخصهای احساس امنیت اجتماعی، شامل: عملکرد پلیس (پنج گویه)، امنیت فیزیکی

فضاهای شهری (شش گویه)، امنیت تعامل و ارتباط با جامعه میزبان (پنج گویه)، امنیت حمل و نقل (چهارگویه) و متغیر وابسته وفاداری گردشگران است. اگر بخواهیم وفاداری گردشگر را به صورت گسترده تری نشان دهیم چنین است که وفاداری با سه عنصر همراه است: ۱- عنصر رفتاری مشتری که همان تکرار عمل سفر است؛ ۲- عنصر نگرشی مشتری که همان تعهد و اطمینان به انتخاب مقصد است؛ ۳- عنصر در دسترس بودن گزینه های زیاد برای انتخاب و انجام عمل سفر به صورت مکرر است (انصاری و اسدی، ۱۳۹۵: ۸۸). در این پژوهش شاخص های سنجش وفاداری گردشگران عبارتند از: تجربه سفر، رضایتمندی از کیفیت خدمات، تصویر از مقصد گردشگری.

جدول ۲. شاخص های مورد استفاده در پژوهش

مؤلفه	گویه های تبیین کننده
عملکرد پلیس	حضور فعال نیروی انتظامی، مسئولیت پذیری در قبال حوادث، تأمین امنیت جانی و مالی، سرکشی از مراکز اقامتی گردشگران، جلب مساعدت و حفاظت از محل اقامت.
امنیت فیزیکی فضاهای شهری	احساس آرامش و آسودگی خاطر، اطمینان از محل اقامت، فقدان جرم و جنایت در مکان های گردشگری، نظم در فضاهای گردشگری، تداوم بصری فضاهای گردشگری، تنوع کاربری ها و دسترسی مناسب.
امنیت تعامل و ارتباط با جامعه میزبان	آمادگی جامعه میزبان در پذیرش گردشگران خارجی، تعامل و ارتباط جامعه میزبان با گردشگران، شهروندان مسئولیت پذیر، حمایت جامعه میزبان از مشارکت در جذب گردشگران.
امنیت حمل و نقل	کاهش تصادفات درون و برون شهری، کاهش هزینه های حمل و نقل، قابلیت دسترسی برای تمام سنین، رعایت قوانین رانندگی از جانب جامعه میزبان.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر ارائه میشود (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

پیشینه پژوهش

حیدری ساربان و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش خود تحت عنوان «تحلیل امنیت اجتماعی در شهرستان اسلام آباد غرب با تأکید بر توسعه گردشگری»، نشان دادند که شاخص امنیت بهداشت و سلامت بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری داشته است.

نتایج مطالعه درختی و شریفی نیا (۱۳۹۷)، با عنوان «تحلیل فضایی احساس امنیت گردشگران و تأثیر آن بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر ساری)»، نشان داد که احساس امنیت اجتماعی-روانی و اقتصادی-مالی بار توسعه گردشگری در سطح معناداری ۰/۰۱ اثرگذار بوده است. بنابراین، تدوین راه کارهایی برای ارتقای سطح احساس امنیت در زنجیره مدیریت و برنامه های توسعه گردشگری ضروری است. نتایج پژوهش های کوزه گرکالجی و همکاران (۱۳۹۶)، بر روی احساس امنیت گردشگران در شهر مریوان گویای آن است که شاخص امنیت جاده ای، نشان دهنده امنیت نامطلوب، است.

کیانی و بیگلری نیا (۱۳۹۶)، در پژوهش خود بر روی «ابعاد امنیت و تأثیر آن بر توسعه گردشگری شهر کاشان»، به این نتیجه رسیدند که شش عامل نحوه برخورد جامعه میزبان و عملکرد پلیس، امنیت کالبدی، سلامت، کیفیت اقامت و پذیرایی، امنیت فردی و آرامش روانی ۷۰/۶۴ درصد از امنیت گردشگران را پوشش داده است و این نکته وفاداری گردشگران را در پی خواهد داشت.

پژوهش میرحسینی و جهانبخش (۱۳۹۵)، با موضوع «بررسی تأثیر مؤلفه های کالبدی بافت های تاریخی بر امنیت محیطی گردشگران»، نشان داد اگرچه بین دیدگاه گردشگران اختلاف وجود دارد اما مؤلفه های کالبدی در بالاترین رتبه تأثیرگذاری بر امنیت گردشگران تأثیر دارد.

مشکینی و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله ای تحت عنوان «بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر طرقله)»، به این نتیجه دست یافتند که با افزایش امنیت در فضاهای عمومی شهری، احساس امنیت اجتماعی گردشگران نیز بیشتر می شود. همچنین رابطهای مستقیم و معنادار میان متغیر نقش پلیس و احساس امنیت اجتماعی گردشگران وجود دارد که نشان میدهد با افزایش عملکرد پلیس، احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش می یابد.

اسماعیل زاده و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله خود تحت عنوان «سنجش میزان احساس امنیت گردشگران در شهر تبریز»، بیان کردند که میزان تحصیلات، سواد، درآمد، نقش نیروی انتظامی و رسانه به مقدار بسیار زیادی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران تأثیر دارد.

سلیمی سبحان (۱۳۹۳)، در مقاله «امنیت و توسعه پایدار گردشگری» به این نتیجه رسیده است که ضعف سرمایه اجتماعی جامعه میزبان، طراحی نامناسب شهر و عدم نظارت انتظامی بر احساس امنیت و وفاداری گردشگران تأثیر مستقیم دارد. بررسی های میدانی بخارایی و همکاران (۱۳۹۳) بر روی مسئله امنیت اجتماعی در کلانشهر مشهد نشان داد که عملکرد بهینه و به موقع پلیس، امنیت گردشگران را افزایش می دهد.

در پژوهش جسارتی و آقایی (۱۳۹۳) در زمینه نقش امنیت در توسعه گردشگری نشان داد که میان گسترش گردشگری و افزایش امنیت و گسترش حضور نیروی انتظامی رابطه مستقیمی وجود دارد. خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان پرداخته اند. این پژوهش نشان داد که بین دو متغیر حضور و عملکرد نیروی انتظامی و تبلیغات در رسانهها و احساس امنیت در بین گردشگران پیوستگی آماری معناداری وجود دارد.

مطالعات شاهپوندی و همکاران (۱۳۹۰)، در ارتباط با «تأثیر امنیت اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی»، نشان می‌دهد که ۲۱ درصد از انگیزه گردشگران در مسافرت به شهر اصفهان مربوط به امنیت اجتماعی در این شهر است. مطالعات کارموند (۲۰۱۹)، بر روی نقش امنیت ارتباطی (حمل و نقل) گردشگران خارجی حاکی از آن است که کاهش تصادفات و قابلیت دسترسی حمل و نقل برای تمام سنین به ویژه برای سالمندان از عوامل مؤثر بر جذب و وفاداری گردشگران می‌باشد.

نتایج پژوهش‌های رایمان (۲۰۱۸) که بر روی گردشگران بین‌المللی شهر رم انجام شده است نشان داد که امنیت فیزیکی فضاهای شهری و فقدان جرم و جنایت در مکان‌های تاریخی در کنار عواملی مثل تداوم بصری و تنوع دسترسی به امکانات از جمله مؤثرین عامل در احساس امنیت اجتماعی گردشگران و عامل تأثیرگذار بر وفاداری گردشگران است. یافته‌های لیو (۲۰۱۷)، دلالت بر آن دارد که گردشگران بیشتر به دنبال مقاصد امن و اجتناب از مقاصدی که در آن تروریسم، جرم و جنایت و ناامنی باشد، هستند.

وسنام و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیق خود بر بررسی اثرات امنیت گردشگری و ارتباط آن با جامعه میزبان دریافتند که همبستگی و پیوند عاطفی تأثیرات مثبتی بر احساس امنیت در بین گردشگران دارد.

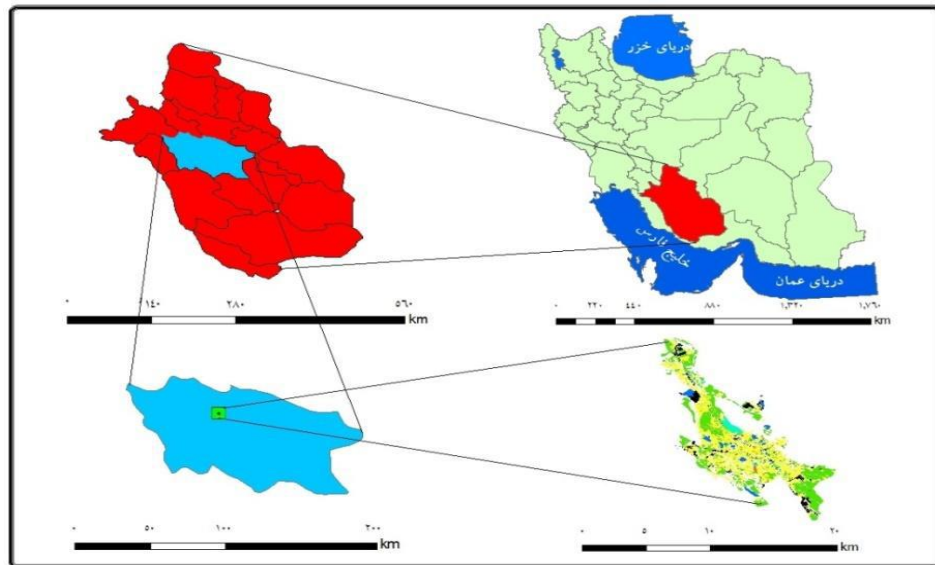
تحقیقات پیرس (۲۰۱۴)، بر روی سیصد نفر از گردشگران جزایر باهاما با تأکید بر متغیرهای امنیت جانی، امنیت محیط فیزیکی، امنیت انتظامی و امنیت بهداشتی و درمانی نشان داد که مجموع عوامل ذکر شده دارای کارکردهای تأثیرگذار و ارتباط آماری معنادار با احساس امنیت اجتماعی و در نهایت جذب و وفاداری گردشگران خارجی می‌باشد. جرج و بوینز (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به بررسی درک گردشگران از ایمنی و امنیت در طی زمان تور شهری در منطقه بزرگ کیپ‌تاون پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که اکثریت پاسخ‌گویان از امنیت اجتماعی منطقه احساس رضایت داشته‌اند.

شاه و وانی (۲۰۱۴)، به بررسی تأثیر موانع امنیتی به ویژه عدم احساس امنیت اجتماعی در توسعه گردشگری جامو و کشمیر پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که گرچه گردشگری بر اقتصاد منطقه تأثیر گذاشته است ولی بروز ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی و به دنبال آن بروز عدم احساس امنیت اجتماعی در میان گردشگران، تأثیر احساس ناامنی اجتماعی بر کاهش جذب گردشگران کاملاً آشکار است.

داس (۲۰۱۲)، در مقاله‌ای به بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای جهان سوم و مشکلات گردشگری از جمله نبود امنیت پرداخته و بر لزوم توجه دولت از طریق ایجاد پلیس گردشگری تأکید کرده است.

معرفی محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی این پژوهش، شیراز می‌باشد. شهر شیراز که در مرکز استان فارس قرار گرفته است دارای ۱۷۸۸ هکتار مساحت، ۱۱ منطقه شهری و جمعیت ۱۶۰۰۰۰۰ نفر در سال ۱۳۹۵ می‌باشد. شهر شیراز در بخش مرکزی استان فارس و در ارتفاع ۱۴۲۶ متری از سطح دریا و در منطقه کوهستانی زاگرس واقع شده و آب و هوای معتدلی دارد. این شهر از سمت غرب به کوه دراک، از سمت شمال به کوه‌های بمو، سبزپوشان، چهل مقام و باباکوهی (از رشته کوه‌های زاگرس) محدود شده است (شکل ۲).



شکل ۱. نقشه محدوده مورد مطالعه

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش در نظر دارد تا وضعیت امنیت اجتماعی گردشگران خارجی را در شهر شیراز سنجش و ارزیابی کند. متد پژوهش توصیفی - تحلیلی و از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. گردآوری اطلاعات مورد نیاز پژوهش از طریق مطالعات دقیق کتابخانه ای (استفاده از اسناد و مدارک) به منظور فراهم ساختن مبانی تئوریکی و در چارچوب روش کمی بر تکنیک پیمایش (مشاهده مستقیم، پرسشنامه و مصاحبه) استوار است. به منظور سنجش روایی و پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ بهره گرفته شد که مقدار آلفا برای متغیرهای مستقل پژوهش مقدار ۰/۸۱ و متغیر وابسته ۰/۷۹ محاسبه شد که نشان از روایی مناسب دارد. جامعه آماری پژوهش شامل گردشگرانی است که به شهر شیراز در طی سه ماه آخر سال ۱۳۹۸ به این شهر سفر کرده اند. برای تعیین حجم نمونه از روش تصادفی و خوشه ای چند مرحله ای استفاده شد که تعداد ۲۰۰ پرسشنامه محاسبه و توزیع گردید. در این بررسی برای سنجش وضعیت شاخص امنیتی تاثیرگذار از نظر گردشگران در شهر با استفاده از رگرسیون و آزمون t تک نمونه ای به ارزیابی شاخص های احساس امنیت اجتماعی در ابعاد ۴ گانه عملکرد پلیس، امنیت تعامل و ارتباط با جامعه میزبان، امنیت فیزیکی فضای شهری و امنیت حمل و نقل پرداخته و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

جدول ۳. ضرایب پایایی متغیرها و ابعاد پژوهش

متغیر	ابعاد	تعداد سؤال	ضریب پایایی	ضریب پایایی متغیر
احساس امنیت اجتماعی	عملکرد پلیس	۱۹	۰/۷۸	۰/۸۱
	امنیت تعامل و ارتباط	۱۷	۰/۸۱	
	امنیت فیزیکی فضاهای شهری	۱۶	۰/۷۶	
	امنیت حمل و نقل	۱۴	۰/۸۳	
توسعه گردشگری شهری	جذب گردشگران	۱۰	۰/۷۹	۰/۷۹

تحلیل یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

بررسی ویژگی‌های فردی پاسخگویان نشان می‌دهد که از مجموع ۲۰۰ نفر، ۷۵٫۶۳ درصد را مردان و نیز ۲۴٫۳۷ درصد را زنان تشکیل می‌دهند.

یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به تحلیل وضعیت امنیت اجتماعی، روابط بین مولفه‌های امنیت اجتماعی گردشگران در شهر شیراز از دیدگاه جامعه نمونه پرداخته می‌شود:

وضعیت سطح امنیت اجتماعی گردشگران

در راستای سنجش وضعیت امنیت اجتماعی گردشگران در شهر شیراز از نگاه جامعه نمونه از روش t تک نمونه‌ای استفاده شده است. همانگونه که جدول (۴) نشان می‌دهد میانگین امنیت اجتماعی در شهر برابر $3/63$ است که این مقدار از میانگین ملاک که عدد ۳ می‌باشد اختلاف معناداری دارد ($T=22/137$, $p\text{-value}=0/001$) بر این اساس می‌توان گفت امنیت اجتماعی در شهر شیراز بر اساس دیدگاه جامعه نمونه بالاتر از حد متوسط قرار دارد. همچنین به تفکیک هر یک از مولفه‌ها نیز محاسبات بیانگر آنست که در هر ۴ مولفه در نظر گرفته پژوهش، مقدار میانگین محاسبه شده بالاتر از حد متوسط بوده که این محاسبات معنادار می‌باشد ($p\text{-value} < 0/05$).

نمونه‌ای وضعیت امنیت اجتماعی از نظر گردشگران (میانگین ملاک = ۳) جدول ۴. نتایج آزمون تی تک

مولفه	تعداد نماگر	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
عملکرد پلیس	۴	۳/۶۸	۰/۶۹۸	۱۸/۹۶۶	۰/۰۰۰۱
امنیت تعامل و ارتباط	۳	۳/۴۰	۰/۸۷۲	۹/۰۱۵	۰/۰۰۰۱
امنیت فیزیکی فضاهای شهری	۳	۳/۳۱	۰/۹۰۶	۶/۷۷۰	۰/۰۰۰۱
امنیت حمل و نقل	۴	۳/۵۸	۰/۶۴۹	۱۷/۳۵۷	۰/۰۰۰۱
کل	۱۸	۳/۶۳	۰/۵۵۷	۲۲/۱۳۷	۰/۰۰۰۱

بررسی رابطه بین مولفه‌های امنیت اجتماعی و وفاداری گردشگران

بر اساس نتایج حاصل از ضریب همبستگی در بررسی روابط بین چهار مولفه امنیت اجتماعی همان طوری که در جدول (۵) آورده شده است، ملاحظه می‌شود که جز در بین دو مولفه عملکرد پلیس و امنیت فیزیکی فضاهای شهری که رابطه وجود دارد اما معنادار نمی‌باشد ($P\text{ value} > 0/05$) در بین سایر مولفه‌های پژوهش رابطه معنادار مستقیم آماری در سطح آلفا ۰/۰۰۱ وجود دارد ($P\text{ value} < 0/05$) عبارتی با افزایش هر یک از مولفه‌ها، دیگر مولفه‌های امنیت اجتماعی نیز افزایش پیدا کرده است. همچنین نتایج نشان از آن دارد که در بین مولفه‌ها بیشترین همبستگی مربوط به مولفه‌های امنیت تعامل و ارتباط با مقدار همبستگی ۰/۴۴۲ و کمترین میزان همبستگی مربوط به مولفه‌های امنیت تعامل و ارتباط با امنیت فیزیکی در فضاهای شهری با همبستگی برابر ۰/۲۴۸ است.

جدول ۵. نتایج ضریب همبستگی پیرسون درباره رابطه بین مولفه های امنیت اجتماعی

مولفه	ارزشها	عملکرد پلیس	امنیت تعامل و ارتباط	امنیت فیزیکی فضاهای شهری	امنیت حمل و نقل
امنیت تعامل و ارتباط	ضریب همبستگی	۱	۰/۲۹۱**	۰/۲۴۸**	۰/۴۴۲**
	سطح معناداری		۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
عملکرد پلیس	ضریب همبستگی	۰/۲۹۱**	۱	۰/۰۹۵	۰/۳۲۳**
	سطح معناداری	۰/۰۰۱		۰/۰۸۸	۰/۰۰۱
امنیت فیزیکی فضاهای شهری	ضریب همبستگی	۰/۲۴۸	۰/۰۹۵	۱	۰/۲۴۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۸۸		۰/۰۰۱
امنیت حمل و نقل	ضریب همبستگی	۰/۴۴۲	۰/۳۲۳	۰/۲۴۹**	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	

بررسی تأثیر هر یک از مولفه ها در میزان وفاداری گردشگران

به منظور بررسی تأثیر و اهمیت نسبی مولفه های ۴ گانه در میزان امنیت اجتماعی از آزمون رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. نتایج آزمون رگرسیون خطی چند متغیره نشان میدهد مدل برآورد شده از نظر آماری معنادار است چرا که مقدار آماره t برابر ۲۳/۳۹۸ و مقدار سطح معناداری آن برابر ۰/۰۰۰ می باشد مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۷۵ می باشد که نشان می دهد ۷۵ درصد از تغییرات امنیت اجتماعی توسط متغیرهای مستقل تبیین می گیرد. از یافته های مربوط به ضرایب برآورد شده چنان برمی آید که تمامی مولفه ها اثر معنادار و مثبت بر امنیت اجتماعی و وفاداری گردشگران دارند ($p\text{-value} < 0/05$).

جدول ۶. آزمون رگرسیون چندمتغیره از تأثیر شاخص ها بر احساس امنیت اجتماعی

شاخص ها	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده	T	Sig	F	R ²
Beta	Std. error	B				
عملکرد پلیس	۰/۰۲۴	۰/۲۵۶	۴/۱۴۳	۰/۰۰۰	۲۳/۳۹۸	۰/۷۵
امنیت تعامل و ارتباط	۰/۰۲۵	۰/۱۷۰	۳/۸۰۵	۰/۰۰۰		
امنیت فیزیکی فضاهای شهری	۰/۰۲۴	۰/۲۳۹	۵/۵۱۸	۰/۰۰۰		
امنیت حمل و نقل	۰/۰۲۹	۰/۱۸۳	۶/۷۰۹	۰/۰۰۰		

بررسی و تحلیل رابطه بین عوامل موثر بر شکل گیری وفاداری

در راستای شناخت رابطه بین عوامل موثر بر شکل گیری وفاداری سه عامل تجربه سفر، رضایت مندی از کیفیت خدمات و نیز تصویر از مقصد گردشگری انتخاب شده اند که با استفاده از ضریب همبستگی به بررسی رابطه بین آنها با میزان وفاداری پرداخته شده است. در این خصوص نتایج نشان از وجود رابطه معنادار آماری بین هر سه عامل با سرمایه اجتماعی را دارد ($P \text{ value} < 0/05$) که بیشترین و کمترین میزان همبستگی به ترتیب مربوط به عامل رضایتمندی از کیفیت خدمات با ضریب برابر ۰/۲۸۲ و تجربه با ضریب برابر ۰/۳۱۹ است.

جدول ۷. همبستگی بین تجربه سفر و وفاداری به مقصد گردشگری

آزمون همبستگی پیرسون	تجربه سفر	وفاداری به مقصد گردشگری
ضریب همبستگی	۱	۰/۳۱۹
معنی داری	---	۰/۰۰۱
N	۲۰۰	۲۰۰

جدول ۸. همبستگی بین رضایت از کیفیت خدمات و وفاداری به مقصد گردشگری

آزمون همبستگی پیرسون	رضایت از کیفیت خدمات	وفاداری به مقصد گردشگری
ضریب همبستگی	۱	۰/۲۸۲
معنی داری	---	۰/۰۰۱
N	۲۰۰	۲۰۰

جدول ۹. جدول همبستگی بین تصویر از مقصد گردشگری و وفاداری

آزمون همبستگی پیرسون	تصویر از مقصد گردشگری	وفاداری به مقصد گردشگری
ضریب همبستگی	۱	۰/۲۹۹
معنی داری	---	۰/۰۰۱
N	۲۰۰	۲۰۰

بررسی رابطه بین جنسیت و رضایتمندی از امنیت اجتماعی

به منظور بررسی رابطه بین دومتغیر جنسیت و امنیت اجتماعی که در مقیاس اسمی-ترتیبی قرار دارند از آزمون خی دو استفاده شده است. باتوجه به میزان sig که میزان آن از سطح اطمینان کمتر از ۰/۰۵ با ۰/۹۵ درصد اطمینان وجود رابطه بین دو متغیر نتیجه گرفته میشود نتایج آزمون کراس تب (جدول ۱۰) نشان میدهد که میزان امنیت اجتماعی در مردان بیشتر از زنان می باشد که نشان از آن دارد که وفاداری به این مقصد گردشگری در بین مردان بیشتر بوده است..

جدول ۱۰. جدول همبستگی بین جنسیت و امنیت اجتماعی

آزمون خی دو	مقدار ارزش	معنی داری	درجه آزادی
پیرسون-خیدو	۲۱/۳۸۶	۰/۰۰۲	۱۹۶
نسبت احتمال	۲۱/۹۱۹	۰/۰۰۵	۱۹۶
رابطه خطی ب خطی	۵/۷۱۶	۰/۰۱۷	۱

جدول ۱۱. آزمون کراس تب برای رابطه جنس و امنیت اجتماعی

آزمون کراس تب	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
زن	تعداد	۱۴	۶۹	۹۹	۱۱
درصد	۶/۶	۳۲/۷	۴۶/۹	۸/۵	۵/۲
مرد	تعداد	۳۳	۵۴	۵۷	۲۳
درصد	۱۹/۲	۳۱/۴	۳۳/۱	۱۳/۴	۲/۹
جمع	درصد	۱۲/۲	۳۲	۴۰/۹	۱۰/۷
		۴/۲			

نتیجه گیری و پیشنهادها

همان گونه که اشاره شد، امنیت اجتماعی مبین حالتی است که احساس تهدید و نگرانی در افراد ایجاد نشود و افراد در یک جامعه احساس امنیت نمایند. این موضوع در خصوص گردشگران ورودی به یک جامعه نیز مصداق دارد. تحقیقات نشان می دهد برای گردشگران خارجی امنیت مقصد گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردار می باشد. با توجه به حجم بالای گردشگران در سال های اخیر، گردشگری توانسته است خود را به عنوان یکی از بزرگترین صنایع در دنیا معرفی نماید و همانطور که گفته شد براساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۷، به عنوان سومین صنعت بزرگ دنیا بعد از نفت و خودروسازی، قرار میگیرد. در تحقیق حاضر، به دلیل موانع و محدودیتهای پژوهشی، تلاش شده است تا به امنیت اجتماعی به عنوان یکی از جنبه های مهم روابط انسانی اشاره شود که می تواند زمینه ساز مشارکت و همکاری گسترده بین المللی علی الخصوص در حوزه جذب گردشگر خارجی از طریق ایجاد تصویر ذهنی مطلوب شود. به بیان دیگر می توان گفت که اعتماد و امنیت در یک جامعه، چارچوب اساسی آن جامعه را تشکیل می دهد که می تواند زمینه تعاملات مثبت و سازنده را برای اعضای آن جامعه در ابعاد مختلف گسترش دهد. لذا هدف اصلی این پژوهش، بررسی نقش اثرگذار و حیاتی امنیت اجتماعی بر وفادارای گردشگران میباشد. در پژوهش حاضر با انتخاب ۴۳ نماگر در قالب چهار مولفه اصلی به بررسی و شناخت وضعیت امنیت اجتماعی و نیز عواملی که در شکل گیری آن بر وفادارای گردشگران خارجی موثر است، پرداخته شد. نتایج به دست آمده نشان داد که امنیت اجتماعی در شهر شیراز از نظر گردشگران بالاتر از حد متوسط قرار دارد که نشان از وفادارای مناسب گردشگران به جامعه میزبان دارد. بررسی همبستگی بین ۴ مولفه اصلی امنیت اجتماعی نشان داد که در بین آنها رابطه معنادار مستقیم آماری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که در بین چهار مولفه عملکرد پلیس، امنیت حمل و نقل، امنیت فیزیکی فضاهای شهری و امنیت ارتباط متقابل در میزان امنیت اجتماعی شهر تاثیر داشته و بیشترین سهم مربوط به مولفه عملکرد پلیس (با مقدار ۰/۲۵۶) می باشد. نتایج نشان داد از بین عامل جنس و میزان امنیت اجتماعی مردان نسبت به زنان در سطح بالا تری از امنیت اجتماعی قرار دارند. در پایان بین شاخص های وفاداری به مقصد گردشگری رابطه معنادار آماری وجود دارد. این یافته ها با پژوهشهای میرحسینی و جهانبخش (۱۳۹۵)، رایمان (۲۰۱۸)، لیو (۲۰۱۷)، همخوانی دارد. مجموعه عوامل فوق در افزایش رضایت گردشگران

خارجی و به دنبال آن افزایش وفاداری آنها مؤثر بوده و موجبات توسعه گردشگری را در شهر شیراز فراهم خواهد آورد. در رابطه با وفاداری به مقصد گردشگری، بطور کلی باید افزود که حفظ گردشگران خارجی قبلی که تجربه قبلی از سفر به شهر شیراز داشته اند، آسانتر از جذب گردشگران خارجی جدید است. بنابراین اگر بر روی این بخش از گردشگران سرمایه‌گذاری شود، هزینه‌های کمتری نسبت به سرمایه‌گذاری برای جذب گردشگران جدید خواهیم داشت. بنابراین رضایت گردشگران خارجی با افزایش نرخ حمایت از ماندگاری، و جذب گردشگر ارتباط مستقیم و معنی‌داری دارد. زیرا بیشتر مقاصد گردشگری به گردشگرانی متکی است که قبلاً از آن مکانها بازدید کرده‌اند.

همان‌طور که نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین مولفه‌های احساس امنیت اجتماعی (عملکرد پلیس، امنیت فیزیکی فضاهای شهری، امنیت تعامل و ارتباط با جامعه میزبان، امنیت حمل و نقل) با وفاداری گردشگران رابطه مستقیم و پیوستگی معنادار آماری وجود دارد و تقویت مولفه‌های احساس امنیت اجتماعی سبب افزایش وفاداری گردشگران خارجی می‌گردد. مبتنی بر یافته‌های تحقیق، پیشنهادات زیر در جهت افزایش امنیت اجتماعی گردشگران ارائه می‌گردد:

- بهبود امنیت پلیسی با حضور فعال پلیس و حفاظت از محل اقامت گردشگران خارجی و نشان دادن مسئولیت‌پذیری نیروی انتظامی در قبال حوادث به گردشگران خارجی که منجر به تقویت مولفه‌های احساس امنیت اجتماعی می‌گردد. پیشنهاد میشود که متولیان حوزه گردشگری در سطح شهر شیراز، تمرکز خود را به سمت این موضوع اثرگذارتر سوق دهند.
- عوامل مربوط به امنیت در افزایش رضایت گردشگران نقش اساسی دارند. توجه به این گزینه‌ها و مؤثر سازی و در مواردی ایجاد تمهیدات لازم برای افزایش امنیت محل سکونت گردشگران خارجی با ایجاد همکاری فعال و متقابل میان پلیس و شهروندان محلی.
- برقراری کارگاه‌های تعاملی در جهت افزایش آگاهی و استفاده از توان محلی شهر با توجه به نقش کلیدی آن در توسعه گردشگری.
- ایجاد تابلوهای راهنما و علائم نشانهای مناسب به زبان انگلیسی در فضاهای گردشگری جهت ایجاد نظم در این فضاها و القای احساس امنیت بیشتر به گردشگران خارجی.
- ارائه خدمات مناسب به گردشگران خارجی. و تبلیغ از طریق ارائه خدمات بهتر در رسانه‌های جمعی. زیرا عاملی است بر افزایش احساس امنیت گردشگران خارجی که در نهایت موجب ورود بیشتر گردشگر خارجی به شهر شیراز میشود.

منابع و مأخذ

- احمدی، محمد، کلدی، علیرضا (۱۳۹۳). احساس امنیت اجتماعی زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، مطالعه موردی: شهر سمنج، رفاه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۴، صص: ۱-۱۹.
- اسماعیل زاده، حسن، مسلمی، آرمان و حسین زاده، حسین (۱۳۹۴). سنجش میزان احساس امنیت گردشگران در فضای کلان شهرها (مورد مطالعه شهر تبریز)، پژوهشنامه جغرافیایی انتظامی، شماره ۹، صص: ۲۸-۴۵.
- انصاری، آذرنوش، اسدی، علی (۱۳۹۵). ارزیابی وفاداری گردشگر به مقصد با رویکرد داده‌کاوی گردشگران داخلی شهر اصفهان، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال یازدهم، شماره ۳۵، صص: ۸۵-۱۰۵.

- بحرینی زاده، منیجه، سلیمی فرد، خداکرم و زمانی، زینب (۱۳۹۳). تحلیل اهمیت عملکرد ویژگیهای مکانهای تاریخی ایران از دید گردشگران خارجی (مورد مطالعه عالی قاپو و مسجد جامع اصفهان) فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال چهارم، شماره ۱۵، صص: ۸۵-۱۰۴.
- بخارایی، احمد، شربتیان، محمدحسن و احمدی، اعظم (۱۳۹۳). امنیت اجتماعی: ضرورتی در ترویج صنعت گردشگری (مطالعه موردی، محله شهر مشهد) موله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۱، صص: ۷۶-۹۵.
- جسارتی، عسگر و آقایی، واحد (۱۳۹۳). نقش ارتقاء امنیت در توسعه گردشگری استان اردبیل، پرسشنامه جغرافیای انتظامی، شماره پنجم، صص: ۱۴۵-۱۲۸.
- جهانی، داریوش (۱۳۹۶). بررسی تاثیر گردشگری تجاری بر همدلی گردشگران در مقصد گردشگری (مورد مطالعه شهر مرزی بانه)، پژوهشنامه مطالعات مرزی، شماره ۱۵، صص: ۵۳-۳۵.
- حاتمی نژاد، حسین، شریفی، امیر (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی شهر سنندج)، فصلنامه گردشگری شهری، شماره ۱، صص: ۷۳-۶۱.
- حیدرنژاد، علیرضا، قنبری، قاسم و مجد، علی اکبر (۱۳۹۴). بررسی احساس امنیت در توسعه گردشگری نواحی مرزی مطالعه موردی شهر مرزی چابهار، پژوهش نامه مطالعات مرزی، شماره ۲، صص: ۲۴-۱.
- حیدری ساریان، وکیل، باختر، سهیلا و خوش رفتار، عبدالرضا (۱۳۹۷). تحلیل امنیت اجتماعی و اثرات آن در توسعه گردشگری روستای سراب هرسم شهرستان اسلام آباد غرب، فصلنامه راهبرد توسعه روستایی، شماره ۳، صص: ۳۸۳-۳۹۵.
- خاکپور، براتعلی، کمانداری، محسن و شفیع، فهیمه (۱۳۹۴). ارزیابی تأثیر توریسم تاریخی - فرهنگی بر توسعه پایدار شهر کرمان، فصلنامه جغرافیا و پایداری محیط، شماره ۱۴، صص: ۸۶-۷۳.
- خلیفه سلطانی، سیدمحسن، معینی طباطبائی، فاطمه و قلابی، نسترن (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان، موله پژوهشهای راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، شماره اول، صص: ۵۸-۳۹.
- خوشفر، غلامرضا، اسفندیان، آریتا و رحمانی، مریم (۱۳۹۲). بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۶۰، صص: ۲۰۲-۱۸۱.
- درخشی، مریم، شریفی نیا، زهرا (۱۳۹۷). تحلیل فضایی احساس امنیت گردشگران و تأثیر آن بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر ساری)، جغرافیا و توسعه ناحیه ای، سال ۱۶، شماره ۱، صص: ۲۲۱-۱۹۳.
- سلیمی سبحان، محمدرضا (۱۳۹۳). امنیت و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی شهر تهران)، فصلنامه جغرافیای انتظامی، شماره ۸، صص: ۹۷-۱۲۸.
- شاهیوندی، احمد، ریزی وانانی، رضا و سلطانی، مرضیه (۱۳۹۰). تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی اصفهان، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره ۱۰، صص: ۱۶۴-۱۳۷.
- شربت، اکبر (۱۳۹۵). تحلیل بر میزان احساس امنیت گردشگران شهری (مطالعه موردی گردشگران داخلی شهر گرگان)، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص: ۱۴۶-۱۲۳.
- فراهانی، بنفشه، بهاری، جعفر و بذله، مرجان (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران به مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: گردشگران خارجی سفر کرده به شهر تبریز)، نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی، سال ۲۲، شماره ۶۴، صص: ۳۲-۱۹.
- فنی، زهره، برغمندی، مجتبی، اسکندرپور، مجید و سلیمانی، منصور (۱۳۹۱). سنجش میزان رضایت مندی گردشگران شهر گرگان، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ی شماره ۲۰، صص: ۴۸-۳۱.

کوزه گر کالجی، لطفعلی، آقای، پرویز، و رئیسی، حسین (۱۳۹۶). تحلیل سنجش ابعاد احساس امنیت گردشگران در شهرهای مرزی مورد مطالعه شهر مریوان، پرسشنامه جغرافیای انتظامی، شماره ۳۱، صص: ۵۰-۳۱.

کیانی، صدیقه، بیگلری نیا، معصومه (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی ابعاد امنیت و اثر آن بر توسعه گردشگری در مناطق شهری (مورد مطالعه: شهر کاشان)، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال پنجم، شماره ۲، صص: ۸۸-۵۹.

لطفی، صدیقه، بردی آنامراندنژاد، رحیم و ساسانی پور، محمد (۱۳۹۳). بررسی احساس امنیت در فضاهای عمومی (مطالعه موردی کلان شهر شیراز)، موله پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال پنجم، شماره ۱۹، صص: ۵۶-۳۵.

محمدپور، نسیبه، رجب زاده قطری، علی، آذر، عادل و ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۵). بررسی نقش جوامع میزبان در پشتیبانی از توسعه گردشگری استان گیلان، فصلنامه مدیریت منابع سازمانی، شماره ۲، صص: ۱۳۹-۱۲۵.

مختاری، مریم، بلالی، اسماعیل، میرفردی، اصغر و اخگر، سیده معصومه حسینی (۱۳۹۱). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی در شهر یاسوج، پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال اول، شماره ۲، صص: ۴-۲۵.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). آمارنامه جمعیتی استانهای مرزی، استان کردستان.

مشکینی، ابوالفضل، حسینی، معصومه، ربانی، طاهای، عباس زاده، صغری (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر طرقله)، گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص: ۳۰-۱۷.

معین، محمد (۱۳۸۱). فرهنگ فارسی، جلد اول، تهران: انتشارات امیرکبیر.

منسفلد، پیزارم (۱۳۸۹). «گردشگری، امنیت و ایمنی از نظریه تا عمل» ترجمه علی صحرانشین، مالک جعفری و حسام ولیدی، انتشارات شهید حسین فهمیده، اصفهان.

منصوری مؤید، فرشته، یاوری گهر، فاطمه (۱۳۹۵). تأثیرات امنیت اجتماعی بر تصویر ذهنی گردشگران خارجی از ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سیزدهم، شماره ۱، صص: ۱۵۷-۱۳۳.

میرحسینی، زینب السادات، جهان بخش، حیدر (۱۳۹۵). بررسی تأثیرات مؤلفه های کالبدی بافت تاریخی بر امنیت محیطی گردشگران (مطالعه موردی: محله چرخاب شهر اردکان)، فصلنامه هویت شهر، شماره ۲۸، صص: ۱۰۴-۸۳.

نیازی، محسن، شفایی مقدم، الهام و شادفر، یاسمن (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین میزان سرمایه اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در بین زنان مناطق شمال (۲ و ۱) و جنوب شهر (۲۰ و ۱۹) تهران، جامعه شناسی مطالعات جوانان، دوره ۲، شماره ۳، صص: ۱۶۰-۱۳۱.

هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۴۲، صص: ۱۴۳-۱۲۱.

Bilgin, P. (2003). Individual and social dimensions of security, International studies Review, Vol 5, No 2, PP: 65- 79.

Carmond, B. (2019). Security Tourism and Development, Boston. Ken wise Publishing.

Chen, C.F. and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? Tourism management, Vol 28, No 4, PP: 1115-1122.

Chiang, L. (2000). Strategies for safety and security in tourism: A conceptual framework for the Singapore Hotel Industry, Journal of Tourism Studies Vol 1, PP: 44- 51.

Das, J. (2012). Global tourism, Journal of travel, Vol 47, No 4, PP: 470- 492.

George, R., Booyens, I. (2014). Township Tourism Demand: Tourists' Perceptions of Safety and Security, Urban Forum, Vol 25, No. 4, PP: 449-467.

- Hall, M. (2007). *Travel and Tourism the third word*, Newyork, Routledge. Hall, M. (2012). *Safety and Security in tourism, Relationships, management, and marketing*, Taylor and Francis Inc.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American cities*, Newyork, Vintage Books.
- Johansen, R. (2017). Developing a Grand Strategy for Peace and Human Security: Guidelines from Research, Theory, and Experience. *Global governance Journal*. Vol 23, No 4, PP: 525- 536.
- Joppe, M (2018). *Tourism Policy and governance, Tourism management Perspectives*, Vol 25, PP: 201- 204.
- Joseph, J. (2016). Attitude towards immigrants and security: Effects on destination-loyal tourists. *Tourism management*, Vol 57, PP: 373- 386.
- Kato, K. (2017). *Spiritual Tourism for sustainable development, Tourist Management Journal*, Vol 26, PP: 243- 251.
- Leuo, A. (2017). *Security and Tourist*, Budapest, A. d. press.
- Maximillano, K (2017). *Introduction to Tourism security, Business and Science Journal*, Vol 16, PP: 53- 69.
- Mcleod, S. (2014). *Maslow's Hierarchy of Needs* Available at <http://www.simplypsychology.org>.
- Neil, B. (2013). *Social Security, Journal of Public Economics*. Vol 10, PP: 12- 24.
- Nunkoo, R. (2017). *Governance and Sustainable Tourism, Journal of Destination Marketing*, Vol 1, No 6, PP: 277- 285.
- Pearce, T. (2014). *Security, Crime and Tourism*, University of Cambridge.
- Peter, V. (2015). *Modern Sociology*, Champaks Publication.
- Rayman, R. (2018). *Public Space and security social, capture*, London press.
- Rosewan, L. (2005). *Adverting and public space, women International forum*.
- Shah, S. A., Wani, M. A. (2014). Impact of conflict on tourist flow and spatial distribution of tourists in Kashmir valley, *World Applied Sciences Journal*, Vol 31, No. 6, PP: 1160-.7611
- Tavallai, S. (2006). *Globalization as a means of Tourism Development in Iran, Kerman*.
- Timoty, D. (1995). *Tourism Accommodation in Asia Historic city, Journal of Tourism Studies* Vol 6, PP: 68 – 84.
- Tong, R. (2009). Explaining Ethnic Peace, *Journal of Research*, Vol 14, PP: 72- 89.
- UNWTO (specialized agency of the United Nations World Tourism Organization) Reports of the years: 2015, 2018, 2019.
- W.T. OC world Tourism organization (2019). *Tourism Management in courtiers*, Wiley press.
- Wang, Y. (2009). *The Impact of Crisis on Tourism. Tourism management*, Vol 30, PP: 75- 82.
- Weaver, D. (2000). *Tourism Management*, John Wiley and sons Australia.
- Wolch, R. (2015). *Urban green space, public health, lands cap and urban planning Journal*, No 125, Vol 1, PP: 234- 244.
- Woosnam, K., Scott, D. (2015). Tourists perceived safety through emotional in Mexico, *Tourism Management Journal*, No 40, Vol 1, PP: 263- 273. Xiaoyan, Y. (2019).

Microclimate tourism and tourism security and safety in china, Tourism management, Vol 74, PP: 110- 133.

Zukin, S. (2017). the Culture of Cities, New York, Blackwell Publisher.