

نقش پلیس در تأمین امنیت و جذب گردشگری (نمونه موردی شهر اصفهان)

دکتر رسول ربانی^۱

احمد شاهپوندی^۲

سرهنک محمد منصور دهقان نیا^۳

جعفر ناظر حضرت^۴

۹۰/۱/۲۰

تاریخ دریافت:

۹۰/۳/۲

تاریخ پذیرش:

چکیده

از آنجایی که پلیس تأمین کننده امنیت جانی، مالی، روانی و اجتماعی گردشگران است، نقش آن در رضایت مندی و جذب تعداد بیشتر گردشگران خارجی بسیار حائز اهمیت است. هدف از انجام این تحقیق شناخت نقش پلیس در توسعه صنعت گردشگری و تأثیرات خدمات رسانی و حضور فیزیکی آن بر افزایش تعداد گردشگران خارجی در فضاهای گردشگری شهر اصفهان می باشد.

روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی و همبستگی می باشد. جامعه آماری شامل؛ گردشگران خارجی می باشد که در سال ۱۳۸۹ وارد شهر اصفهان شده اند. با استفاده از روش کوکران تعداد ۳۲۰ نفر را به عنوان نمونه آماری انتخاب کرده و از طریق پرسشنامه محقق ساخته به جمع آوری نظرات گردشگران خارجی در ارتباط با امنیت پرداخته شده است.

از مهمترین نتایج این پژوهش می توان به، بالا بودن میزان رضایت مندی گردشگران خارجی از امنیت در شهر اصفهان اشاره کرد. در این میان از نحوه اطلاع رسانی پلیس، نظارت پلیس بر عملکرد (هتل ها، رستوران ها و آژانس های مسافرتی) و همچنین تراکم زیاد در برخی از مراکز گردشگری، رضایت کمتری داشته اند. تعداد زیادی از گردشگران خارجی با توجه به وضعیت امنیتی که در شهر اصفهان وجود داشته، تمایل داشته اند دوباره به این شهر مسافرت کنند و یا آن را به سایر دوستان و آشنایان برای سفر معرفی کنند.

بررسی فرضیات تحقیق نیز نشان می دهد، رابطه معناداری بین متغیرهای مطرح شده وجود دارد و فرضیه هایی

Email: RaRabani@Lpr.ui.ir

۱- استاد گروه جامعه شناسی دانشگاه اصفهان

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه اصفهان

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت و منابع انسانی و رئیس دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان

۴- کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارشناس ارشد ترویج فرهنگ پژوهش سازمان تحقیقات و مطالعات



که به سنجش رابطه بین این متغیرها پرداخته اند نیز مورد تأیید می باشند. در این میان رابطه بین حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری و میزان احساس امنیت روانی گردشگران خارجی، معنادار نمی باشد. بنابراین فرضیه مذکور تأیید نمی شود.

واژه های کلیدی:

گردشگری، پلیس، امنیت اجتماعی، امنیت روانی، حضور فیزیکی پلیس، شهر اصفهان

مقدمه و طرح مسئله

صنعت گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در جهت خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد. گردشگری تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و پذیرایی را در بر می‌گیرد (Mcintosh, et al, ۱۹۹۵: ۹). در کشورهای صنعتی، توسعه صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات ایجاد می‌کند که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (Stephen, ۱۹۹۴: ۴۷۵). به طوری که قرن بیست و یکم را سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری دانسته‌اند. گردش مالی صنعت گردشگری جهان در این سده از گردش مالی صنعت فراتر خواهد رفت و در چند سال آینده دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرآیند دستیابی کشورهای نظیر ایران که از جاذبه‌های وسیع گردشگری برخوردار هستند به یک درصد ارزش گردش مالی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار ایجاد خواهد کرد که برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می‌تواند تمامی فعالیت‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد (دیدگاه‌ها و بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۸۷: ۲۵). این در حالی است که کشور ایران با توجه به جایگاه مناسبی که از جاذبه‌های گردشگری در دنیا دارد، ولی از لحاظ سهم گردشگری جهانی، موقعیت خوبی در دنیا ندارد که نیاز به نگاه کلی به علل و عوامل مؤثر در این زمینه دارد (Kerr et al, ۱۹۹۹: ۶۸۹). به نظر می‌رسد تنوع بخشیدن به درآمد کشور و تکیه بر صادرات غیر نفتی از راهکارهای برون رفت این مسأله می‌باشد. برنامه ریزی جهت استفاده مطلوب از همه جاذبه‌های گردشگری و توجه و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری یکی از راهکارهای بسیار ارزشمند می‌باشد. از این رو گردشگری و توسعه فضایی آن در ایران بایستی در چهارچوب طرح‌های منطقه‌ای و همانند سایر بخش‌های اقتصادی، به بخشی سازنده و مهم در ساخت و ساز و آمایش فضایی - طبیعی تلقی گردد. همچنین از صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد غیر نفتی و در راستای «اهداف ۱۴۰۰» از پیامدهای اقتصادی و مثبت آن برای بهبود و ارتقای سطح زندگی مردم در مناطق مختلف آن بهره‌گیری شود (Mikaeli, ۱۹۹۶: ۳۵۳).

مطالعات نشان می دهد یکی از مسائلی که باعث تضعیف وضعیت صنعت گردشگری و کاهش تعداد گردشگران در سال های اخیر شده تبلیغات رسانه های بیگانه به نا امن بودن کشور ایران می باشد (بیلی^۱، ۱۹۸۲؛ پیرام^۲ و همکاران، ۱۹۹۷؛ سونمز و گرافه^۳، ۱۹۹۸؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴؛ بررسی های بازرگانی، ۲۰۰۱؛ ارمغان، ۱۳۸۶؛ سینیایی، ۱۳۸۰). به طوری که بسیاری از گردشگران معتقد بوده اند که قبل از سفر به ایران انتظار داشته اند، امنیت جانی و یا مالی شان به خطر افتد. علاوه بر تبلیغات منفی بروز برخی از حوادث امنیتی که برای گردشگران در ایران اتفاق افتاده، مانند؛ دزدیده شدن گردشگران توسط رانندگان تاکسی، دزدی و غارت اموال آنها توسط اراذل و اوباش، کیف قاپی توسط موتور سواران، جیب بری در بازارها و ترمینال های اتوبوسرانی، بیهوش کردن گردشگر توسط قرص های خواب آور، عدم رعایت قوانین راهنمایی و راهنمایی و خطراتی که ممکن است در اثر تصادفات برای گردشگران اتفاق افتد، سوانح هوایی و عدم اطمینان به پروازهای هوایی ایران، حضور معتادین در ترمینال ها، فرودگاه ها، خیابان های اصلی شهر و غیره، باعث شده در برخی از موارد به تبلیغات منفی عدم امنیت در ایران دامن زند. بنابراین این مسأله ضرورت توجه به نظارت بیشتر در تأمین امنیت گردشگران را می طلبد.

شهر اصفهان به عنوان یک شهر تاریخی- فرهنگی با جاذبه های فراوان توریستی و تفریحی، زمینه های لازم را برای جذب گردشگران خارجی دارا می باشد. یکی از شرایط لازم برای توسعه پایدار گردشگری در این شهر وجود امنیت می باشد. با توجه به نقش نیروی انتظامی در تأمین امنیت، به تبع آن می تواند در جذب گردشگری نیز بسیار مؤثر باشد.

هدف از انجام این پژوهش شناساندن نقش نیروی انتظامی در توسعه و گسترش گردشگری و تأمین امنیت اجتماعی و روانی گردشگران، بررسی تأثیر حضور فیزیکی زیاد نیروی انتظامی بر افزایش امنیت گردشگران در فضاهای گردشگری در شهر اصفهان می باشد.

مسأله ای که وجود دارد این است که نیروی انتظامی به چه میزان می تواند امنیت و احساس امنیت را در بین گردشگران خارجی افزایش دهد و تأمین امنیت چه تأثیری بر مسافرت مجدد گردشگران خارجی و همچنین معرفی این شهر به سایر دوستان برای مسافرت خواهد داشت.

1- Bilie

2- Pizam

3- Sonmez and Graefe



پیشینه تحقیق

از آنجایی که نقش پلیس تأمین امنیت گردشگران می باشد، مطالعاتی در ارتباط با امنیت و گردشگری صورت گرفته که برخی از آنها به اختصار آورده شده است.

محققان بسیاری درباره احتمال تأثیر جدی حوادث طبیعی یا عامل انسانی به صنعت گردشگری هشدار داده اند که این مطالعات گویای نیاز به امنیت و ایمنی در جامعه برای گردشگران می باشد. بلایای طبیعی زلزله و سیل، همچنین مخاطرات انسانی مانند؛ آشوب سیاسی، شورش، تروریسم، قیام، جرم و جنگ تأثیر منفی بر رفتار مشتریان می گذارد، مخصوصاً هنگامی که در رسانه های جمعی به تصویر کشیده شوند (Asli & Boy-lu, ۲۰۰۹: ۲۲). یکی از نظریات علمی که به پیش بینی و تشریح مسأله امنیت و گردشگری از طریق کشف ارتباط بین برخی از عوامل مؤثر بر نا امنی (مانند جرم، تروریسم، جنگ و آشوب های خیابانی) پرداخته، توسط بیلی^۱ در سال ۱۹۸۲ مطرح شد. وی به مطالعه برخی از پدیده ها مانند؛ متغیرهای تقاضای گردشگری در مقصد، انگیزه مجرمین، رفتار قربانیان، زمان و موقعیت مکانی وقوع جرم پرداخته است. هدف نهایی از ارائه این تنوری، کشف ارتباط بین متغیرهای امنیتی و وقوع برخی از شرایط جرم زا و افزایش تعداد جرائم بر علیه گردشگران در مقصد گردشگری می باشد. از نظر بیلی تبلیغات منفی تأثیر بسار مهمی بر عدم استقبال گردشگران از مکان های گردشگری خواهد گذاشت، همچنین افزایش تعداد نیروهای پلیس متحدالشکل در مقاصد گردشگری که در جهت تأمین امنیت گردشگران می باشد، سبب کاهش بازدید مجدد گردشگران بدان منطقه می شود. به این علت که حضور تعداد زیاد پلیس در یک مکان معین را دلیلی بر نا امنی در آن مکان می دانند (Pizam and Mans-field, ۱۹۸۲: ۱۲). نظریه دیگری که در ارتباط با امنیت و گردشگری مطرح شده، نظریه سلسه مراتب نیازهای مازلو^۲ (۱۹۷۰) می باشد. این نظریه سطوح اصلی و بالاتر نیازهای انسان را با تعریف سطوح و اهمیت هر کدام از آنها از پایین به بالا، تعریف می کند. یکی از پرکاربردترین نظریه ها در توضیح پدیده های انسانی از جمله رفتار مشتری در گردشگری است. گرچه شواهد تجربی هیچگاه از نظریه مازلو پشتیبانی نکردند. این نظریه معتقد است که افراد نیازمند برآورده شدن نیازهای پایه خود هستند و در عین حال حتی در تلاش برای

1- Bilie

2- Maslow

بر آوردن نیازهای سطح بالاتر خود مانند؛ جستجوی عشق، اعتماد به نفس، شان یا بالا بردن روحیه هستند. طبیعی است نگرانی‌های ایمنی و امنیتی، گردشگران را با خطرات گوناگونی همراه می‌سازد (Asli & Boylu, ۲۰۰۹: ۲۱) و نیاز به امنیت و احساس آن که در مرحله دوم نیازهای سلسله مراتبی مازلو است به خطر افتد.

استینر^۱ در مقاله‌ای به وضعیت گردشگری در کشورهای عربی و از جمله مصر اشاره می‌کند که با وجود جاذبه‌های گردشگری فراوان نتوانسته به نحو مطلوبی درآمذزایی نمایند. همچنین به بررسی علل اصلی این ناکارآمدی پرداخته است و یکی از مهمترین علل عدم درآمذزایی را نبود امنیت و تهدیدهای اجتماعی و روانی و عدم خدمات رسانی بهینه دانسته است. در این پژوهش جهت بهبود گردشگری، لزوم توجه به امنیت گردشگران را ضروری دانسته است (Steiner, ۲۰۰۶). حال^۲ نیز در مقاله‌ای به بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای جهان سوم و برخی از مهمترین مشکلات گردشگری این کشورها از جمله نبود امنیت روانی و جانی پرداخته و بر لزوم توجه دولت‌های جهان سوم در جهت از بین بردن این معضلات از طریق ایجاد پلیس گردشگری تأکید نموده است (Hall, ۲۰۰۸).

ملکی در مطالعه‌ای با هدف بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی توریستی به این نتیجه می‌رسد، بین عوامل جمعیتی، اقتصادی، آگاهی‌های گردشگر، تجربیات گردشگر، تبلیغات، موقعیت سیاسی ایران، جاذبه‌های گردشگری، ملیت، مذهب و رضایت‌مندی گردشگر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (ملکی، ۱۳۸۰). سینایی در مقاله‌ای تحت عنوان؛ ناکارآمدی، رکود و بحران در جهانگردی ایران، به بررسی عوامل مؤثر بر بحران گردشگری ایران پرداخته است، وی یکی از عوامل مؤثر بر ضعف گردشگری ایران را تبلیغات در زمینه عدم امنیت در ایران دانسته است (سینایی، ۱۳۸۰). همچنین زارعی در مطالعه‌ای که بر روی تأثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استان‌های بوشهر و فارس داشته، به بررسی شناخت عوامل مؤثر بر ایجاد امنیت روانی گردشگران و تعیین درجه اهمیت هر کدام از آنها پرداخته است (زارعی، ۱۳۸۵).

مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که کشورهای پیشرفته در زمینه خدمات رسانی پلیس در بالا بردن امنیت و جذب گردشگری، پژوهش‌های بیشتر و با سابقه طولانی تری نسبت به ایران انجام داده‌اند.

1- Steiner

2- Hall

خود، رسوخ می کند.

۴- همچنین فرصت درک افراد از سایر سرزمین ها و فرهنگ ها را فراهم می کند (Tarlow, ۲۰۰۵: ۲).

سازمان جهانی گردشگری^۱ (۱۹۹۷) درباره امنیت گردشگر و ایمنی او در مقاصد گردشگری معتقد است که بر اساس اصل پایه ای امنیت در یک هتل، میهمان خود بایستی مسئول امنیت شخصی خود باشد. ولی هتل نیز مسئول ایجاد شرایطی برای میهمان است که وی بتواند مسئولیت فردی خود را به بهترین نحو به انجام برساند و امنیت و ایمنی عمومی را برای خود تأمین نماید (Chiang, ۱۹۹۶: ۴۵). حفظ جان میهمان ها و کارمندان، املاک و سرمایه های تجاری از دستبرد مجرمان بر عهده پلیس است، که از طریق توجه به جنبه های امنیتی طراحی و فناوری موجود حاصل می شود. برخی از این فعالیت های امنیتی، شامل؛ ایجاد دسترسی مناسب به پلیس در مواقع اضطراری، روشنایی معابر عمومی و محوطه خارجی ساختمان، تأمین امنیت پارکینگ ها، درب های ورودی هتل و اتاق ها از طریق فناوری های نوین امنیتی و بدون حضور فیزیکی زیاد پلیس، نظارت بر نگهبانان هتل و کنترل کلید اتاق میهمان ها و غیره.

نقش پلیس در حفظ جاذبه های تاریخی و تفریحی نیز بسیار مهم می باشد. در ارتباط با حفظ جاذبه های طبیعی، پلیس باید با اتخاذ روش های مناسب، امنیت لازم را برای گردشگران تأمین کند. یکی از روش هایی که به طور معمول مورد استفاده قرار می گیرد، حضور فیزیکی پلیس در محل به صورت سیار یا کیوسک های پلیس موقت می باشد. هر منطقه با توجه به فصلی که جاذب جمعیت گردشگر است، امنیت آن از طریق نیروی انتظامی تأمین می گردد. نقش پلیس در حفظ فضاهای تاریخی و فرهنگی نیز از دو جهت قابل بررسی می باشد. به این صورت که اولاً؛ این گونه از آثار نشان از فرهنگ، هنر، تاریخ و تمدن مردمان یک سرزمین می نمایند که سرقت، تخریب و یا تضعیف این گونه از آثار باعث تضعیف تمدن انسان های آن سرزمین می شود. دوماً، پلیس وظیفه دارد گردشگران را از حوادث و خطرات احتمالی در امان گذارد. اطلاع رسانی و حضور به موقع پلیس می تواند نقش عمده ای در کاهش این گونه از خطرات برای گردشگران داشته باشد.

هر کشور با توجه به ویژگی های سیاسی، اقتصادی، جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی که

دارد دارای معضلات و چالش های امنیتی خاص خود می باشند. برخی از این کشورها و معضلات و چالش های که در ارتباط با گردشگر و گردشگری دارند در جدول (۱) بیان شده است.

جدول ۱: برخی از چالش های گردشگری در کشورهای مختلف

کشور	مشکلات امنیتی گردشگری	بحران	نقش و عملکرد پلیس	آسیب پذیری به خاطر خشونت
آروبا ^۱	گم شدن دختران	رسانه های ایالات متحده و قوانین ارتباطی مقامات آروبابی	بسیار حرفه ای در زمینه کار پلیسی، اما ضعیف در روابط عمومی	در حد متوسط
جامائیکا ^۲	جرم و جنایت خارج از کنترل و نزادپرستی	کاهش شدید تعداد گردشگران در سال های اخیر	آموزش ضعیفی دیده است، فاسد است و عموم مردم اعتماد اندکی به نیروی قانون دارند.	زیاد
کنیا ^۳	جرم، فساد و تروریسم	درگیر تروریسم وسیع است.	بسیار فاسد است و حقوق و آموزش کافی دریافت نمیکنند.	خسارت اقتصادی ناشی از خشونت بسیار زیاد است
انگلستان (لندن) ^۴	تروریسم	تعداد زیاد گردشگران و استفاده گسترده از زبان انگلیسی که تشخیص خودی را از بیگانه برای پلیس سخت کرده است.	فوق العاده حرفه ای است. دوربین های مراقبتی به صورت گسترده ای مورد استفاده قرار می گیرد.	در ابتدا بله، اگر ادامه یابد ممکن است آسیب اقتصادی گسترده باشد.
مکزیک ^۵	جرم و جنایت	آژانس های پلیس به کلی خراب شده اند به خصوص در مرز ایالات متحده و مکزیک و شهر مکزیکو (DF)	فوق العاده فاسد است. حقوق کافی دریافت نمیکنند.	خسارت اقتصادی گسترده بوده است.

فعالیت های نیروی انتظامی شهر اصفهان جهت خدمات رسانی به گردشگران

خارجی

نیروی انتظامی شهر اصفهان برای خدمات رسانی بهتر به گردشگران خارجی، در سال های اخیر فعالیت هایی به شرح زیر انجام داده است:

۱- تأسیس ایستگاه پلیس ویژه اتباع خارجی؛ برخی از اهداف مهم تأسیس این ایستگاه می توان به:

الف) راهنمایی گردشگران خارجی و توجیه آموزشی آنان از نظر نحوه تردد و انجام

- 1- Aruba
- 2- Jamaica
- 3- Kenya
- 4- London
- 5- Mexico

اقدامات ایمنی جهت جلوگیری از وقوع جرم،

ب) تشکیل پرونده اولیه در رابطه با جرائم مختلف علیه گردشگران خارجی بویژه سرقت و پیگیری آن،

ج) شناسایی سارقین و یا مزاحمین خیابانی گردشگران خارجی و پیگیری موضوع.

۲- راه اندازی گشت‌های ویژه گردشگری خارجی؛

۳- تهیه هشدارهای پلیسی؛

۴- آموزش بخش خدمات گردشگری؛

۵- سرکشی از مراکز اقامتی گردشگران خارجی؛

۶- جلب مساعدت و همکاری سایر واحدهای انتظامی در حفاظت از محل‌های اقامت، مسیرهای تردد و ادامه رسیدگی و پیگیری پرونده‌های قضایی گردشگران خارجی.

با وجود تلاش و فعالیت شبانه روزی نیروی انتظامی، جهت تامین امنیت گردشگران خارجی، وقوع جرائم بر علیه آنان اجتناب ناپذیر بوده است. ایجاد مزاحمت، سرقت، فقدان (گم شدن گردشگر به دلیل ناآشنایی با مسیرها)، کلاهبرداری و ضرب و شتم، بیشترین جرائم بر علیه آنان را تشکیل می‌دهد. بیشترین جرم علیه گردشگران خارجی به صورت سرقت بوده است. لازم به ذکر است بسیاری از سرقت‌های صورت گرفته از گردشگران خارجی با پیگیری پلیس در همان زمان وقوع کشف گردیده است (صفائی، ۱۳۸۴: ۵۷).

مدل تحلیلی

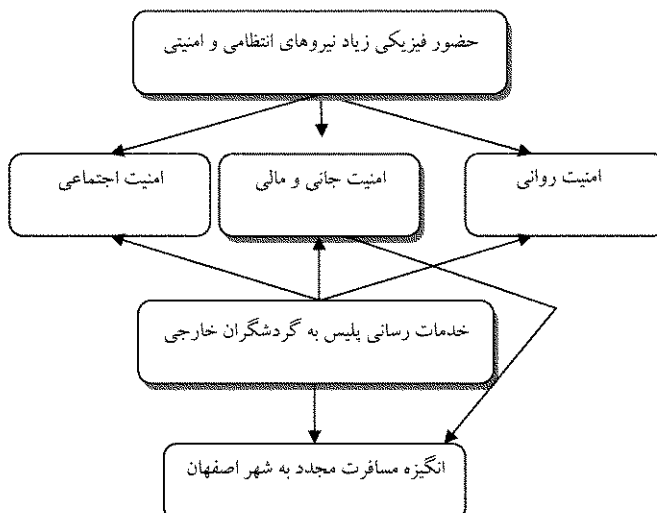
مدل در واقع شامل نشانه‌ها و علائم هستند. یعنی خصوصیات بعضی از پدیده‌های تجربی (شامل اجزا و ارتباط آنها) به طور منطقی از طریق مفاهیم مرتبط با یکدیگر بیان می‌شود. بنابراین مدل منعکس کننده واقعیت است، جنبه‌های معینی از دنیای واقعی را که با مسأله تحت بررسی ارتباط دارند را مجسم می‌سازد، روابط عمده را در میان جنبه‌های مزبور روشن می‌کند، سرانجام امکان آزمایش تجربی تئوری را با توجه به ماهیت این روابط فراهم می‌سازد. بعد از آزمایش مدل، درک بهتری از بعضی قسمت‌های دنیای واقعی حاصل می‌شود (ایران نژاد پاریزی، ۱۳۸۸: ۴۵).

با توجه به موارد مطرح شده فرضیاتی به شرح زیر ارائه شده است:

۱- بین خدمات رسانی پلیس و بالا رفتن انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان رابطه وجود دارد.

- ۲- بین امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی و انگیزه مسافرت مجدد آنها به شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۳- بین خدمات رسانی پلیس به گردشگران خارجی در شهر اصفهان و امنیت اجتماعی آنها رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۴- بین حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری و میزان امنیت اجتماعی گردشگران خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۵- بین حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری و میزان امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۶- بین خدمات رسانی پلیس در فضاهای گردشگری و میزان امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۷- بین خدمات رسانی پلیس به گردشگران خارجی در شهر اصفهان و امنیت روانی آنها رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۸- بین حضور فیزیکی زیاد نیروهای امنیتی و انتظامی در فضاهای گردشگری و میزان احساس امنیت روانی گردشگران خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
- مدل تحلیلی ذیل بر مبنای روابط بین فرضیه ها و تأثیر نهایی آنها بر روی متغیرهای وابسته تهیه شده است.

شکل ۱: ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته



مدل مزبور نشان می دهد که چه اطلاعاتی باید برای آزمون فرضیه ها جمع آوری شود. بعد از جمع آوری اطلاعات و طبقه بندی و تجزیه و تحلیل آنها مشخص خواهد شد که آیا آنچه در تئوری بیان گردیده است با دنیای واقعی منطبق است یا خیر.

۳- روش تحقیق

نوع تحقیق از نظر هدف کاربردی است. روش آن به صورت توصیفی-تحلیلی و همبستگی و مبتنی بر آمار وضع موجود می باشد. اطلاعات مورد نیاز از طریق روش های میدانی (پرسشنامه) و کتابخانه ای به دست آمده است.

جامعه آماری این پژوهش کلیه گردشگران خارجی می باشند که در سال ۱۳۸۹ وارد شهر اصفهان شده اند و در اماکن گردشگری، تفریحی و رفاهی حضور داشته اند. با توجه به جامعه آماری مد نظر، حجم نمونه آماری ۳۲۰ نفر برآورد شده است. روش نمونه گیری از جامعه آماری مد نظر، نمونه گیری غیر احتمالی (در دسترس) می باشد که برای برآورد حجم نمونه مورد نظر، از روش کوکران استفاده شده است. برای تحلیل داده ها از روش های (ضریب رگرسیون گام به گام، و فراوانی ساده) استفاده شده است.

برای سنجش پایایی گویه ها، روشهای مختلفی وجود دارد. یکی از رایج ترین و ساده ترین شیوه های محاسبه پایایی، محاسبه ضریب آلفای کرونباخ می باشد. این روش به عنوان یکی از ضرایب پایایی یا قابلیت اعتماد شناخته می شود. با توجه به ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ نشان می دهد که همبستگی درونی گویه ها زیاد می باشد.

همچنین برای سنجش روایی تحقیق از نظرات اساتید علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان استفاده شده، نظرات آنها نشان از روایی گویه ها می نماید.

یافته ها

با توجه به جدول (۲) که نظرات گردشگران خارجی در ارتباط با متغیرهای امنیت و گردشگری را نشان داده، مشخص شده است که حدود ۹۰ درصد از آنها از امنیت مالی شان در این شهر رضایت زیاد، ۹/۴ درصد متوسط و ۱۳/۳ درصد رضایت کمی داشته اند.

در بسیاری از کشورهای گردشگر پذیر (مانند کشور ترکیه)، پلیس گردشگری، اطلاعات کافی را نسبت به حوادث و اتفاقاتی که ممکن است برای گردشگران رخ دهد ارائه می دهد



و به عبارتی هشدارهای امنیتی را به گردشگران اطلاع رسانی می کند با توجه به جدول (۲)، حدود ۵۳ درصد از گردشگران خارجی از اطلاع رسانی پلیس شهر اصفهان رضایت زیاد، ۴۵ درصد متوسط و ۲ درصد رضایت کمی داشته اند. همچنین نظرات گردشگران نسبت به نظارت پلیس بر هتل ها و رستوران ها نیز نشان می دهد که ۵۲ درصد از آنها از عملکرد پلیس شهر اصفهان رضایت زیاد، ۴۷ درصد رضایت متوسط و یک درصد رضایت کمی داشته اند. میزان رضایت مندی گردشگران از ایمنی وسایل حمل و نقل و شبکه های ارتباطی در اصفهان نیز نشان می دهد، ۸۵/۶ درصد از وضعیت شبکه های ارتباطی و عدم بروز سوانح رانندگی در این شهر رضایت کامل، ۱۱/۹ درصد متوسط و ۲/۵ درصد نیز رضایت نداشته اند. همچنین ۸۸/۴ درصد از وضعیت امنیت جانی و نبود آشوب در شهر اصفهان رضایت کامل، ۱۱ درصد رضایت متوسط و فقط ۰/۶ درصد از این وضعیت رضایت نداشته اند که در مقایسه با درصدی از گردشگران که رضایت داشته اند، بسیار محدود و کم می باشد.

با توجه به اینکه شهر اصفهان به عنوان یک شهر تاریخی با جاذبه های تفریحی و گردشگری فراوان محسوب می شود، رضایت مندی گردشگران از امنیت در این مکان ها بسیار حائز اهمیت است. نتایج نشان می دهد که ۷۹ درصد از گردشگران از امنیت در این فضاها رضایت زیاد، ۱۹ درصد متوسط و تعداد معدودی از امنیت در این مکان ها رضایت نداشته اند که این تعداد بسیار اندک می باشند. همچنین درصد بالایی از گردشگران خارجی بیان داشته اند که هیچ وقت احساس نکرده اند که ممکن است امنیت جانی و یا مالی آنها در این شهر به خطر بیافتد.

در ارتباط با حضور فیزیکی زیاد پلیس و امنیت گردشگران، دو نظریه مهم مطرح است، برخی معتقدند حضور فیزیکی زیاد پلیس باعث افزایش امنیت و عدم احساس ترس، در نزد گردشگران خارجی می شود و برخی نیز بر این اعتقادند که حضور فیزیکی زیاد پلیس، باعث بالا رفتن دلهره و احساس ترس در نزد گردشگران خارجی خواهد شد، چون تعداد زیاد پلیس متحدالشکل را ناشی از وجود جرم و جنایت در آن محل می دانند. نظر گردشگران خارجی در شهر اصفهان نشان می دهد، حدود ۲۱ درصد از آنها معتقدند که حضور فیزیکی زیاد پلیس، باعث افزایش امنیت و عدم احساس ترس خواهد شد، ۶۰ درصد این تأثیر را متوسط و ۲۲ درصد کم دانسته اند. بنابراین گردشگران چندان به حضور فیزیکی پلیس در فضاهای گردشگری اعتقادی ندارند و معتقدند که امنیت بایستی از طریق ابزارهای

الکترونیکی و از راه دور تأمین شود.

میزان علاقه مندی به شهر اصفهان و رضایت مندی از این شهر تأثیر عمده ای بر روی گردشگران در مسافرت مجدد و معرفی این شهر به سایر دوستان برای گردش و تفریح خواهد داشت. میزان انگیزه گردشگران نسبت به مسافرت مجدد به شهر اصفهان نشان می دهد، حدود ۷۸ درصد از آنها، انگیزه و علاقه زیاد، ۱۹ درصد متوسط و ۳ درصد انگیزه کمی داشته اند که مجدداً به شهر اصفهان مسافرت نمایند. همچنین میزان علاقه مندی گردشگران به معرفی شهر اصفهان به عنوان یک شهر توریستی و تفریحی نشان می دهد که حدود ۸۳ درصد از آنها علاقه زیاد، ۱۵ درصد متوسط و ۲ درصد علاقه کمی داشته اند که شهر اصفهان را به سایر دوستانشان برای تفریح و گردش معرفی نمایند.

جدول ۲: نظرات گردشگران خارجی در ارتباط با متغیرهای امنیت و گردشگری

نام شاخص	فراوانی			درصد			درصد تجمعی		
	زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم
رضایت از در امان بودن پول و وسایل همراه از دستبرد سارقان	۲۸۶	۳۰	۴	۸۹/۴	۹/۴	۱/۳	۸۹/۴	۹۸/۸	۱۰۰
رضایت از نحوه اطلاع رسانی پلیس نسبت به مسائل امنیتی	۱۷۰	۱۴۵	۵	۵۳/۱	۴۵/۳	۱/۶	۵۳/۱	۹۸/۴	۱۰۰
رضایت از نحوه نظارت پلیس بر عملکرد هتل ها، رستوران ها و آژانس های مسافرتی	۱۶۶	۱۵۱	۳	۵۱/۹	۴۷/۲	۰/۹	۵۱/۹	۹۹/۱	۱۰۰
رضایت از سلامت در سفر و عدم بروز سوانح رانندگی	۲۷۴	۳۸	۸	۸۵/۶	۱۱/۹	۲/۵	۸۵/۶	۹۷/۵	۱۰۰
رضایت گردشگران از امنیت جانی و نبود آشوب و درگیری	۲۸۳	۳۵	۲	۸۸/۴	۱۰/۹	۰/۶	۸۸/۴	۹۹/۴	۱۰۰
احساس آرامش روانی در مراکز تفریحی، تاریخی و اقامتگاهی	۲۵۳	۶۰	۷	۷۹/۱	۱۸/۸	۲/۲	۷۹/۱	۹۷/۸	
رضایت از عدم احساس ترس جانی یا سرقت اموال	۲۸۸	۲۰	۱۲	۹۰٪	۶/۲	۳/۷	۹۰	۹۶/۲	۱۰۰
میزان اعتقاد گردشگران خارجی به حضور فیزیکی زیاد پلیس	۷۰	۱۷۹	۷۱	۲۱/۵	۵۵/۹	۲۲/۲	۲۱/۵	۷۷/۸	۱۰۰
میزان انگیزه مسافرت مجدد گردشگران خارجی به شهر اصفهان	۲۵۱	۶۰	۹	۷۸/۴	۱۸/۸	۲/۸	۷۸/۴	۹۷/۲	۱۰۰
میزان علاقه مندی معرفی شهر اصفهان به سایر دوستان برای سفر و گردش	۲۶۵	۴۹	۶	۸۲/۸	۱۵/۳	۱/۹	۸۲/۸	۹۸/۱	۱۰۰

برای بررسی رابطه بین خدمات رسانی پلیس و امنیت به عنوان متغیرهای مستقل و بالا

رفتار، انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان به عنوان متغیر وابسته از روش رگرسیون گام به

گام استفاده شده است. با توجه به مقادیر ضریب تعیین $R^2 = 0/25$ و ضریب تعیین تعدیل شده $R^2AD = 0/23$ ، نشان می دهد، حدود ۲۳ درصد از انگیزه مسافرت مجدد گردشگران به شهر اصفهان مربوط به خدمات رسانی پلیس و وجود امنیت جانی و مالی در این شهر می باشد و بقیه ۷۷ درصد دیگر به عوامل دیگری به غیر از خدمات رسانی پلیس شهر اصفهان مربوط می شود، همچنین ضریب همبستگی چندگانه $R = 0/48$ شدت همبستگی بین متغیرهای مستقل (X) و وابسته (Y) را در حد متوسط می داند. با توجه به مقدار $F = 48/5$ و سطح معناداری آن ($sig = 0/000$)، با ۹۹ درصد اطمینان رابطه بین این متغیر ها معناداری می باشد.

جدول ۳: ضرائب همبستگی، تعیین، تعیین تعدیل شده و سطح معناداری متغیرهای خدمات رسانی پلیس و امنیت با متغیر انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان

سطح معناداری	آزمون F	متغیر وابسته Y	متغیرهای مستقل (X)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² AD)	ضریب تعیین R ²	ضریب همبستگی R (درصد)	استاندارد B
۰/۰۰۰	۴۸/۵	انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان	خدمات رسانی پلیس (X۱)	۰/۲۳	۰/۲۵	۰/۴۸۴	۰/۲۷۳
			امنیت جانی و مالی (X۲)				۰/۲۶۹
Y=۱/۸+ (۰/۲۸X۱)+ (۰/۳۲ X۲)							

با توجه به مقادیر جدول (۴) که به بررسی رابطه بین خدمات رسانی و حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری با میزان امنیت اجتماعی گردشگران خارجی در شهر اصفهان پرداخته، مشخص می نماید که حدود ۵۶ درصد از امنیت اجتماعی گردشگران خارجی در شهر اصفهان مربوط به خدمات رسانی پلیس و حضور فیزیکی آنها می باشد و مابقی امنیت اجتماعی مربوط به سایر عوامل می باشد. ضریب همبستگی چندگانه $R = 0/618$ شدت همبستگی بین متغیرهای مستقل (X) و وابسته (Y) را در حد بالا می داند. همچنین مقدار $F = 60/1$ محاسبه شده نشان می دهد که در سطح ۹۹ درصد ($sig = 0/000$) رابطه بین خدمات رسانی و حضور فیزیکی پلیس به عنوان متغیرهای مستقل و امنیت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته به صورت معناداری می باشد.

جدول ۴: ضرائب همبستگی، تعیین، تعیین تعدیل شده و سطح معناداری متغیرهای خدمات رسانی و حضور فیزیکی پلیس با متغیر امنیت اجتماعی گردشگران در شهر اصفهان

سطح معناداری	آزمون F	متغیر وابسته Y	متغیرهای مستقل (X)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² AD)	ضریب تعیین R ²	ضریب همبستگی R (درصد)	استاندارد B
۰/۰۰۰	۶۰/۱	امنیت اجتماعی	خدمات رسانی پلیس (X _۱) حضور فیزیکی زیاد پلیس (X _۲)	۰/۵۶	۰/۵۸	۰/۶۱۸	۰/۳۹۰ ۰/۱۴۴
$Y = ۲/۴ + (۰/۳۳ X_1) + (۰/۱۴۴ X_2)$							

با توجه به مقادیر ضریب تعیین $R^2 = ۰/۳۸۰$ و ضریب تعیین تعدیل شده $R^2AD = ۰/۳۷۰$ مشخص می نماید که حدود ۳۸ درصد از امنیت گردشگران مربوط به خدمات رسانی و حضور فیزیکی پلیس می باشد، همچنین ضریب همبستگی چند گانه $R = ۰/۶۱۱$ شدت همبستگی بین متغیرهای مستقل (X) و وابسته (Y) را در حد بالا می داند. با توجه به مقدار $F = ۹۴/۲$ محاسبه شده است که در سطح ۹۹ درصد ($sig = ۰/۰۰۰$) رابطه بین خدمات رسانی و حضور فیزیکی پلیس به عنوان متغیرهای مستقل و امنیت جانی و مالی به عنوان متغیر وابسته به صورت معناداری باشد (جدول ۵).

جدول ۵: ضرائب همبستگی، تعیین، تعیین تعدیل شده و سطح معناداری متغیرهای خدمات رسانی پلیس و حضور فیزیکی پلیس با متغیر امنیت گردشگران در شهر اصفهان

سطح معناداری	آزمون F	متغیر وابسته Y	متغیرهای مستقل (X)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² AD)	ضریب تعیین R ²	ضریب همبستگی R (درصد)	استاندارد B
۰/۰۰۰	۹۴/۲	امنیت جانی و مالی گردشگران	خدمات رسانی پلیس (X _۱) حضور فیزیکی پلیس (X _۲)	۰/۳۷۰	۰/۳۸۰	۰/۶۱۱	۰/۵۱۵ ۰/۱۷۰
$Y = ۲/۱ + (۰/۴۵۸ X_1) + (۰/۱۱ X_2)$							

در مرحله آخر به بررسی رابطه بین خدمات رسانی پلیس و حضور فیزیکی زیاد پلیس به عنوان متغیر مستقل و امنیت روانی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شده است. با توجه به این که برای تحلیل روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته از روش رگرسیون گام به گام استفاده شده، تحلیل رگرسیون تنها یک گام پیش رفته است. در گام اول متغیر خدمات رسانی پلیس (X_۱) وارد معادله شده است که میزان ضریب همبستگی آن (R) با متغیر وابسته ۰/۶۸۰

به دست آمده است در این مرحله میزان ضریب تعیین $R^2=0/34$ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با $R^2AD=0/33$ به دست آمده که نشان می دهد بین این دو متغیر همبستگی قوی وجود دارد و همچنین رابطه معناداری بین خدمات رسانی پلیس و امنیت روانی وجود دارد. ضریب تعیین تعدیل شده نیز نشان می دهد $0/33$ از امنیت روانی گردشگران خارجی در شهر اصفهان مربوط به خدمات رسانی پلیس می باشد. این در صورتی است که حضور فیزیکی زیاد پلیس، از معادله خارج شده است و نمی تواند متغیر وابسته را تبیین نماید. بنابراین رابطه بین حضور فیزیکی زیاد پلیس و امنیت روانی گردشگران خارجی در شهر اصفهان معنادار نمی باشد.

جدول ۶: ضرائب همبستگی، تعیین، تعیین تعدیل شده و سطح معناداری متغیرهای خدمات رسانی پلیس با متغیر امنیت روانی گردشگران خارجی در شهر اصفهان

سطح معناداری	آزمون F	متغیر وابسته Y	متغیرهای مستقل (x)	ضریب تعیین تعدیل شده (R^2AD)	ضریب تعیین R^2	ضریب همبستگی (درصد) R	استاندارد B
۰/۰۰۰	۱۵۸/۳	امنیت روانی	خدمات رسانی پلیس (X_1)	۰/۳۳	۰/۳۴	۰/۶۸۰	۰/۶۱۰
$Y=1/7+ (0/620 \times X_1)$							

نتیجه گیری و ارائه راهکارها

امروزه با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در بین جوامع مختلف و ارزش در آمد زایی که این صنعت برای کشورهای گردشگر پذیر دارد، توجه به امنیت گردشگران خارجی بسیار حائز اهمیت است. بر این اساس بسیاری از کشورهای توریستی به تأسیس پلیس گردشگری با ساز و کارهای معین دست زده اند. به طوری که این ارگان امنیتی نقش بسیار مهمی در جهت رضایت مندی و ارائه خدمات به گردشگران ایفا می کند.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که میزان رضایت مندی گردشگران خارجی از وضعیت امنیت در شهر اصفهان و مراکز تفریحی، اقامتگاهی مناسب بوده است. این وضعیت می تواند برای نیروی انتظامی شهر اصفهان موفقیت بسیار خوبی باشد. در این میان گردشگران خارجی از نحوه اطلاع رسانی پلیس نسبت به مسائل امنیتی، نحوه نظارت پلیس بر عملکرد (هتل ها، رستوران ها و آژانس های مسافرتی)، رضایت بالایی نداشته اند. نکته

قابل توجه اینکه گردشگران خارجی از حضور فیزیکی زیاد پلیس در برخی از مکان های گردشگری راضی نبوده و چندان اعتقادی به حضور فیزیکی پلیس نداشته اند. بررسی فرضیات تحقیق نیز نشان می دهد که:

• رابطه معناداری بین خدمات رسانی پلیس و بالا رفتن انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان وجود دارد. منظور از خدمات رسانی، همه فعالیت هایی است که پلیس جهت آسایش خاطر و امنیت مسافران ارائه می دهد، مانند: اطلاع رسانی نسبت به خطرات احتمالی، راهنمایی در نحوه استفاده از سیستم های حمل و نقل، نحوه خرید و آگاهی نسبت به فسادهای اقتصادی و پولشویی در برخی از مراکز تجاری، نحوه حفاظت از کودکان و سالمندان از خطرات احتمالی، نحوه استفاده از عابر بانک و دریافت پول کشور میزبان، استفاده از کارت شناسایی، آگاهی در زمینه استفاده از مواد غذایی و نوشیدنی مناسب و غیره. بنابراین هر اندازه که این خدمات بیشتر باشد تمایل گردشگر خارجی به مسافرت، بیشتر خواهد بود.

• رابطه معناداری بین امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی و مسافرت مجدد آنها به شهر اصفهان وجود دارد. به این مفهوم که پایین بودن خطرات جانی و مالی در نزد گردشگران خارجی، انگیزه مسافرت مجدد به شهر اصفهان را بالا خواهد برد.

• رابطه معناداری بین خدمات رسانی پلیس به گردشگران خارجی و امنیت اجتماعی و روانی آنها وجود دارد. به این مفهوم که هر میزان خدمات رسانی پلیس مناسب تر باشد، گردشگران از نظر روانی احساس ترس نمی کنند و از نظر اجتماعی حریم شخصی و آزادی های فردی و اجتماعی خود را حفظ شده می دانند.

• رابطه بین حضور فیزیکی زیاد پلیس در فضاهای گردشگری و امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی به صورت معنادار می باشد. به عبارت دیگر گردشگران خارجی با دیدن تعداد زیاد پلیس، از حفظ جان و اموال خود مطمئن بوده اند.

• رابطه بین خدمات رسانی پلیس در فضاهای گردشگری و امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی معنادار می باشد.

• رابطه بین حضور فیزیکی زیاد نیروهای امنیتی و انتظامی با امنیت اجتماعی به صورت معنادار می باشد. به این مفهوم که هر چه نیروهای انتظامی در محیط های گردشگری و فضاهای شهری بیشتر باشند حریم شخصی، آزادی های اجتماعی و در مجموع امنیت اجتماعی گردشگران بیشتر تأمین می گردد.

• رابطه بین حضور فیزیکی زیاد نیروهای امنیتی و انتظامی با امنیت روانی به صورت معنادار نمی باشد. به این معنا که هر چه تعداد نیروی انتظامی و امنیتی بیشتر باشند، گردشگر خارجی احساس نا امنی بیشتری می نماید به این خاطر که وجود نیروی انتظامی زیاد را دلیل بر وجود نا امنی در آن مکان می دانند. بنابراین فرضیه مذکور تأیید نمی گردد. نتایج این فرضیه با مطالعات بیلی (۱۹۸۲) یکسان می باشد.

بررسی نتایج پژوهش نشان می دهد که گردشگران خارجی از وضعیت امنیت در شهر اصفهان رضایت داشته اند. در بین این متغیرها نسبت به نحوه اطلاع رسانی پلیس و نحوه نظارت پلیس بر عملکرد (هتل ها، رستوران ها و آژانس ها)، رضایت زیادی نداشته اند. همچنین گردشگران خارجی از حضور فیزیکی زیاد پلیس در برخی از مکان ها رضایت نداشته اند چون حضور فیزیکی زیاد پلیس را دلیل بر نا امنی دانسته اند. با توجه به موارد مطرح شده پیشنهاداتی جهت بهبود وضعیت امنیت گردشگری و خدمات رسانی بهتر پلیس شهر اصفهان به گردشگران خارجی ارائه خواهد شد.

• با توجه به خدمات رسانی پلیس گردشگری در برخی از کشورهای گردشگر پذیر، در ایران و شهر اصفهان نیز نیاز می باشد یک ارگانی که دارای توان ها و ابزارهای مانند تسلط نیروهای آن به زبان بین المللی، داشتن فرم و لباسی مخصوص پلیس گردشگری، داشتن ابزار و وسایل لازم جهت حفاظت از گردشگران، شناخت و تسلط به همه نقاط شهر اعم از جاذبه های گردشگری، اقامتگاهها و رستوران ها، مراکز درمانی، تجاری و غیره، داشته باشد تا بتواند نیازهای امنیتی و اطلاع رسانی گردشگران را تأمین نماید.

• ایجاد پلیس گردشگری در مکان های مهم گردشگری شهر اصفهان مانند؛ پایانه های مسافری و ترمینال های شهر اصفهان، فرودگاه بین المللی، محورهای تاریخی و بخش تجاری شهر اصفهان و همچنین گشت های پلیس در محورهای طبیعی گردشگری می تواند به تأمین امنیت و اطلاع رسانی مناسب به گردشگران کمک نماید.

• تأکید بیشتر بر استفاده از ابزارهای الکترونیکی و دوربین های مدار بسته در فضاهای گردشگری به جای حضور فیزیکی زیاد نیروهای انتظامی و امنیتی؛ با توجه به اینکه درصد بالای از گردشگران از حضور فیزیکی زیاد پلیس در مکان های گردشگری رضایت نداشته اند، بنابراین لازم است که پلیس از ابزارهای الکترونیکی مانند دوربین های مدار بسته، ردیاب ها و سیستم های نظارت و کنترل از راه دور استفاده نماید.

• تنوع بخشیدن به خدمات نیروی انتظامی جهت بالا بردن رضایت مندی گردشگران خارجی؛ پلیس شهر اصفهان با توجه به خدمات رسانی که پلیس گردشگری کشورهای مهم گردشگر پذیر ارائه می دهد و با توجه به مواردی که در این پژوهش به آنها اشاره شد، بایستی در نحوه و نوع خدمات رسانی تغییراتی را به وجود آورد تا باعث رضایت مندی بیشتر گردشگران خارجی شود.

• سرمایه گذاری و توجه به تبلیغات نسبت به وجود امنیت در ایران و شهر اصفهان؛ با توجه به تبلیغات منفی که نسبت به عدم امنیت در ایران شده، نیاز می باشد که از طریق رسانه ها، سمینارهای بین المللی، شبکه های الکترونیکی، سفارت خانه ها، پلیس اینترنت و شرکت های بین المللی، این پیش داوری منفی را از بین برد، و با تبلیغات مثبت نسبت به وجود امنیت در ایران، زمینه را برای پذیرش تعداد بیشتری از گردشگران خارجی فراهم کرد.

• رسیدگی فوری نیروی انتظامی به شکایات گردشگران خارجی در جهت جلب رضایت مندی آنها نسبت به خدمات رسانی مناسب نیروی انتظامی در شهر اصفهان.

• نظارت دقیق و کنترل شده نیروی انتظامی بر عملکرد هتل ها، سیستم های حمل و نقل، آژانس های گردشگری، مراکز تجاری و غیره از طریق پلیس گردشگری.

• تقویت فرهنگ مردم بومی از طریق مدارس، دانشگاه ها، رسانه ها و غیره، جهت حفظ حریم خصوصی، اجتماعی و روانی گردشگران خارجی و احترام به آنها.

• هماهنگی و همکاری بیشتر نیروی انتظامی و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر اصفهان.



- ۱- ارمان، (۱۳۸۶)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام شهر.
- ۲- ایران نژاد پاریزی، مهدی، (۱۳۸۸)، روش های تحقیق در علوم انسانی، نشر مدیران. تهران.
- ۳- آپوستولویوس، یورکس، (۱۳۸۴)، جامعه شناسی گردشگری، ترجمه بیژن شفیعی، انتشارات وارسته.
- ۴- دیدگاهها و بررسی های بازرگانی، (۱۳۸۷)، ایجاد اشتغال و ارزآوری با توسعه صنعت گردشگری میسر می گردد، مجله دیدگاههای اقتصادی، شماره ۱۷۷.
- ۵- زارعی، نوشین، (۱۳۸۵)، تأثیر امنیت روانی بر توسعه صنعت توریسم در استانهای بوشهر و فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- ۶- سونمز، سوپا، گرافه، آلن، (۱۳۸۸)، تأثیر خطر تروریسم بر تصمیم گیری در گردشگری، ترجمه سمانه کمالی راد، مجموعه مقالات توریسم و تروریسم فرماندهی انتظامی استان اصفهان، دفتر تحقیقات کاربردی.
- ۷- سینایی، وحید، (۱۳۸۰)، ناکارآمدی، رکود و بحران در جهانگردی ایران، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال شانزدهم، شماره پنجم و ششم.
- ۸- صفایی، منوچهر، (۱۳۸۵)، عملکرد ناجا در تأمین امنیت گردشگری خارجی از منظر مسئولین و کارشناسان ذربیط، (مطالعه موردی شهر اصفهان)، استاد راهنما، محمد رضا فرزین، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم انتظامی، تهران.
- ۹- ملکی، حسین، (۱۳۸۰)، بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر رضایتمندی توریستی (مطالعه موردی گردشگران خارجی جزیره کیش) پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تحصیلات تکمیلی، دانشگاه شیراز.

10- Asli D. A. Tasci and Yasin Boylu, (2009), Cultural Comparison of Tourists' Safety perception in Relatin to Trip Satisfaction, School of Tourism and Hospitality Management, Mugla university, Turkey.

11- Chiang, Leong Choon, (1996), Strategies for safety and security in Tourism: A conceptual framework for the Singapore HotelIndustry.

12- Hall, Michael ,(2008), Travel and Tourism in The Third World, New York, Routledge

13- Kerr Bill & Barron Gordon & C wood, Roy (2001), «politics, policy and iegional tourism administration: a case examination of Scottish area tourist board funding», Tourism Management, 22.

14- Mcintosh, Robert, Geoldner, Charles Rand Rirchie, Brent, (1995) , Tourism, Principles, practices, philosophies, united states of merica.

15- Mikaeli, I, A. R, (1996), «physical planning of recreational land use in gilan province of Iran», Department of landscape Arch univ. Chukurova. Adana, Turkey. Ph.d. thesis.

16- Pizam Abraham, and Mansfield ,yoel, (1982) , Toward a Theory of Tourism Security, London.

17- Steiner, Christian, (2006), Social distance, Security Threats and Tourism Volatility ,University of Mainz Germany.

18- Tarlow, peter E, (2005), Tourism Security Different Places/ Different Faces, Hawai'i state Tourism conference Honolulu.

19- Tavallai, simin, (2006), Globalization as a means for Tourism Development in Iran (Kerman).