



سنجش و تحلیل میزان احساس امنیت و آسایش گردشگران مذهبی در سفر به عتبات عالیات مطالعه موردی: مرز بین‌المللی مهران، اربعین ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷

نادر شوهانی^۱، احمد شوهانی^۲، سارا شوهانی^۳

چکیده

گردشگری یکی از مهم‌ترین عوامل مولد ثروت و اشتغال در جهان است. هدف از پژوهش حاضر سنجش میزان احساس امنیت و آسایش گردشگران داخلی از شهر مرزی مهران است. روش پژوهش توصیفی - هم‌بستگی است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری رگرسیون گام‌به‌گام، مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) و آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که بین احساس امنیت و انتخاب مرز برای زیارت رابطه مستقیم وجود دارد. نتایج آزمون تی نشان می‌دهد که رضایت گردشگران از امکانات منطقه مورد مطالعه وضعیت مطلوبی داشته است. نتایج حاصل از رگرسیون گام‌به‌گام نشان داد که شاخص امکانات پذیرایی با بتای ۰/۲۱۸ کمترین تأثیر و شاخص امکانات اقامتگاهی با ضریب بتای ۰/۲۹۷ بیشترین تأثیر را در امنیت و آسایش گردشگران شهر مهران داشته است. همچنین، مدل ساختاری برازش شده برای کلیه عوامل پژوهش، توسط داده‌های پژوهش در سطح مناسبی مورد حمایت بوده که برای تبیین متغیرها مدلی مناسب به‌شمار می‌رود و عامل امکانات اقامتگاهی با بار عامل ۰/۸۴ بیشترین تأثیر و عامل امکانات پذیرایی با بار عاملی ۰/۵۴ کمترین تأثیر را در امنیت گردشگری در مرز مهران داشته است. نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن نشان داد که بالاترین میانگین رتبه (۴/۰۱) به عامل امکانات اقامتگاهی در نمره‌دهی اختصاص دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۹

واژه‌های کلیدی:

احساس امنیت و آسایش، سنجش، اربعین، گردشگران داخلی، مرز مهران

مقدمه

و سرمایه بعد از صنعت نفت و خودروسازی بوده و به‌منزله سیستمی جهانی، بخش درخور توجهی از تولید ناخالص جهان را به خود اختصاص داده است. گردشگری یکی از مفیدترین فعالیت‌های بشر در حوزه اقتصاد و فرهنگ است و توسعه گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه، که با معضلاتی همچون بی‌کاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه‌اند، اهمیت فراوانی دارد (رامشت و فیض‌الهی، ۱۳۹۲: ۲). به عبارت دیگر، گردشگری یکی از محرک‌های بزرگ اقتصادی در قرن حاضر به‌شمار می‌آید؛ تا آنجا که بیش از ده درصد درآمد ناخالص داخلی بیشتر کشورهای در سطح جهان از محل این صنعت است. براساس آمار سازمان گردشگری جهانی، در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگران بین‌المللی به

گردشگری یکی از مهم‌ترین عوامل مولد ثروت و اشتغال در دنیا معرفی شده و به‌مثابه موتور اقتصادی رشد و پیشرفت کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در عرصه جهانی است (فولادی، ۱۳۹۸: ۲). گردشگری در حکم صنعتی حیاتی نقش مهمی در بسیاری از مناطق شهری در جهان ایفا می‌کند (Jarvis et al., 2016). امروزه صنعت گردشگری به‌منزله یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در جهان شمرده می‌شود؛ به‌طوری که منابع اصلی درآمد ارزی، اشتغال، برقراری عدالت اجتماعی، رشد فرهنگی، افزایش رفاه و زمینه‌ای برای رشد بخش خصوصی و ایزاری برای توسعه زیرساخت‌هاست (شوهانی، ۱۳۹۸: ۱۵۴). صنعت گردشگری هم‌اکنون سومین صنعت شغل

۱. استاد یار دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ Nadershohani54@yahoo.com

۲. استاد یار دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. دانشجوی دکتری تاریخ دانشگاه آزاد اسلامی واحد کردستان



بیش از ۱/۳ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۱/۲۳ تریلیون دلار شده است (UNWTO, 2018). گردشگری ساختاری است که از مجموعه اجزا و عوامل سخت افزاری و نرم افزاری تشکیل شده است. درک مفاهیم تشکیل دهنده این ساختار ما را در ایجاد این صنعت و شناخت اجزای آن و برآورد نیاز به سرمایه، نیروی انسانی، زیرساخت‌ها، آموزش‌ها و پژوهش‌ها یاری می‌رساند. بدون درک ساختار مدنظر نمی‌توان انتظار عملکردها و رفتارهای مناسب را داشت (ضرابی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸۷). تسهیلات و خدمات موجود گردشگری به منزله «بخشی از عوامل سخت افزاری و نرم افزاری صنعت توریسم»، باید از لحاظ نوع، میزان و تناسب برای توسعه گردشگری در زمان حاضر و آینده بررسی و ارزیابی شود. عامل مهم در ارزیابی این است که اکثر گردشگران انتظار دارند برای پولی که می‌پردازند خدمات خوب دریافت کنند؛ یعنی خدمات و تسهیلات با کیفیت برای گردشگران با اهمیت‌تر از قیمت آن است. به‌ویژه مهم است که کمینه استانداردهای بهداشت و ایمنی به دقت ارزیابی شود (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۵: ۲۰۵). برای توسعه موفقیت آمیز گردشگری، زیرساخت‌های مناسب ضروری است و در کشورها و مناطقی که دارای منابع و جاذبه‌های گردشگری هستند، نداشتن زیرساخت‌ها باعث استقبال نکردن گردشگران و موجب محرومیت آن مناطق از مزایای صنعت گردشگری می‌شود. برای موفقیت در صنعت گردشگری باید به همه عوامل تأثیرگذار در آن، از جمله امنیت توجه کرد (Ritchie et al., 2015). به نظر تارلو، یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌ها برای گردشگری، امنیت و احساس امنیت است و امنیت گردشگران مقوله‌ای است که دولت‌ها همواره با آن روبه‌رویند (Tarlow, 2014). با توجه به تحولات سیاسی در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای، ملی و محلی، که اغلب به بی‌ثباتی در بازار و مقاصد گردشگران منجر می‌شود و در مقوله امنیت در گردشگری تأثیر می‌گذارد، امنیت گردشگران اهمیت مضاعف و دوچندان دارد (مشکینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸).

امنیت در رضایتمندی شهروندی و مطلوبیت زندگی در قالب توسعه پایدار انسانی نقش اساسی دارد. بدیهی است که بدون ایجاد امنیت نمی‌توان انتظار کارایی ساختار شهری به‌مثابه سیستمی از اجزا و عناصر به‌منظور سکنی‌گزینی شهروندی و زندگی همراه با رفاه و کرامت انسانی را داشت (اسماعیل پور

و فخارزاده، ۱۳۹۲: ۵۸).

برمینای طبقه‌بندی آبراهام مازلو، نیاز به امنیت به‌منزله دومین نیاز انسانی پس از نیازهای فیزیولوژیک است. این نیازها با توانایی‌های اجتماعی و کالبدی محیط ارتباطی تنگاتنگ دارند و با توجه به این که امنیت نقش اساسی در مطلوبیت زندگی دارد، مورد تأکید صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی و برنامه‌ریزی قرار گرفته و آن را مایه آسایش و آرامش و احساس رضایت و امنیت شهروندان و در نتیجه افزایش کارایی و مطلوبیت محیط دانسته‌اند (ادیبی سعدی‌نژاد و عظیمی، ۱۳۹۰: ۲۹).

امنیت و گردشگری پارامترهای یک معادله‌اند که نسبتی مستقیم و ارتباطی تنگاتنگ با هم دارند. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن‌گفتن از گردشگری بیهوده خواهد بود. امنیت در حکم مهم‌ترین فاکتور در تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری در جهان به‌شمار می‌رود (متقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱)؛ زیرا احراز امنیت در عرصه‌های گوناگون از جمله اقتصادی، سیاسی، قانونی، اجتماعی، روانی و در میزان ورود گردشگران و تمایل آن‌ها به اقامت در کشور میزبان و نیز سفرهای مجدد تأثیرگذار است. امنیت مفهومی کلی است که شامل وضعیت سلامت و آرامش و رفاه فرد و ثبات جامعه می‌شود و در حقیقت محفوظ ماندن از آسیب دیگران است (حاجی اسماعیلی و کیانپور، ۱۳۹۳). امنیت و صنعت گردشگری در تعاملی دوجانبه ممکن است هم تأثیر افزایشی و هم تأثیر کاهش‌دهی در یکدیگر داشته باشند؛ بدین معنا که افزایش یا کاهش امنیت، سبب رونق یا رکود صنعت گردشگری می‌شود و صنعت گردشگری نیز به همین ترتیب در امنیت اثرگذار است؛ بنابراین اگر خواهان توسعه صنعت گردشگری هستیم، باید به مقوله امنیت توجه ویژه‌ای داشته باشیم. بدون امنیت و سیاست مبتنی بر صلح جهانی، امکان جذب و پذیرش گردشگر و بهره‌مندی از این سرمایه عظیم میسر نخواهد بود (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴۲).

امروزه رضایتمندی مشتریان به یکی از مهم‌ترین اهداف در همه حوزه‌های فعالیتی به‌ویژه در فعالیت بخش گردشگری تبدیل شده است؛ زیرا در این فعالیت، سطح انتظارات در مقایسه با حوزه‌های فعالیتی دیگر، همانند بانک‌داری و سایر فعالیت‌های مالی است (Pereira et al., 2016) و مدیران بخش گردشگری متوجه شده‌اند که شناخت سطح رضایت



ضرورت نگاه علمی و کارشناسی به این موضوع مهم، که می‌تواند آینده منطقه را دستخوش تغییرات مفید کند، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. بر همین اساس این جمعیت کثیر، که از کشور برای زیارت عتبات عالیات مسافرت می‌کنند، با مشکلات و موانع فراوانی در کشور ایران و عراق مواجه بوده‌اند؛ شناخت این مسائل باید مورد توجه محققان قرار گیرد. در این پژوهش، یکی از مهم‌ترین موانع گردشگری در این عزمیت (امنیت) به‌ویژه در شهر مرزی مهران، که هشت سال خط مقدم دفاع از کشور و به ناامنی مشهور بوده، دوچندان می‌شود؛ بنابراین سیاست کشور در ترغیب به زیارت عتبات عالیات و ایجاد فرهنگ اربعین در کشور در سال‌های اخیر، محققان را وادار کرده به سؤالات ذیل پاسخ‌کارشناسی دهد. ۱. وضعیت احساس امنیت و آسایش گردشگران مذهبی در شهر مرزی مهران چگونه است؟ ۲. مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در احساس امنیت و رضایت گردشگران مذهبی شهر مرزی مهران کدام‌اند؟ پاسخ به این سؤالات از آن‌رو اهمیت بیشتری خواهد داشت که مرز مهران یکی از مبادی خروجی از کشور ایران به سمت عتبات بوده و سه مرز دیگر (خسروی، شلمچه و چذابه) نیز در رقابت سنگین برای جذب گردشگران مذهبی از کشور خواهند بود.

پیشینه پژوهش

پذیرش گردشگران در یک منطقه از نظر اجتماعی و فرهنگی، در قالب احیای آداب و رسوم و سنت‌ها شکل می‌گیرد و بازدید گردشگران از این جوامع، به تجربه و خاطره منتهی می‌شود (لی، ۱۳۷۸: ۸۷).

امنیت از ریشه امن می‌آید و در مقابل بیم و هراس و ناامنی استفاده می‌شود و یکی از نیازهای فطری بشر است که با جوهر هستی انسان پیوند ناگسستنی دارد. از این‌رو، واژه امنیت قدمتی به دیرینگی تاریخ بشر دارد؛ واژه امنیت از جهتی بر مفهوم اجتماع و جامعه مقدم است (سلیمی، ۱۳۹۳: ۱۰۴). ولفرز، یکی از صاحب‌نظران معروف، در تعریف امنیت می‌گوید: «امنیت را می‌توان به وسیله نبود ناامنی تعریف کرد، بدین معنی که هر جا ناامنی نیست، امنیت وجود دارد. وجود جنگ، خشونت، زدو خورد، منازعات فردی و بی‌ثباتی داخلی برخی علائم ناامنی هستند؛ بنابراین نبود آن‌ها مساوی با امنیت است. همچنین امنیت را به معنای فراغت تهدید و تعرض به حقوق و آزادی‌های مشروع و قانونی شهروندی آورده‌اند» (رسولی و صالحی، ۱۳۹۰: ۱۷۰). طبق نظریه مازلو، نیاز به امنیت قبل از

گردشگران از امکانات و خدمات و امنیت از مهم‌ترین مزیت‌های رقابت به‌شمار می‌رود (علیقلی‌زاده فیروزجایی، ۱۳۹۶: ۱۴۲).

شهرستان مهران با وسعت حدود ۲۳۹۲ کیلومتر مربع در جنوب غرب استان ایلام واقع شده است. این شهرستان موقعیت مناسب جغرافیایی و منابع خدادادی متعددی دارد؛ از جمله مرز مشترک طولانی با کشور عراق به طول ۲۲۰ کیلومتر و نزدیکی با شهرهای عتبات عالیات و مرکز کشور عراق و قرارگیری در همسایگی استان‌های شیعه‌نشین کشور عراق و توپوگرافی هموار در دو سوی استان‌های ایران و عراق در مرز این شهرستان. با سقوط رژیم صدام در عراق، که مانع برگزاری عزاداری شیعیان بود، نخستین بار پیاده‌روی اربعین در ایران از سال ۱۳۹۰، با جمعیت ۵۰ هزار نفر شروع شد و با رشدی فزاینده در سال ۱۳۹۷ به بیش از دو میلیون نفر رسید و به تدریج با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی مهران و همچنین امنیت مسیر و ارائه خدمات (اسکان، پذیرایی، تأمین پارکینگ و...) توسط مردم استان به‌ویژه شهرستان مهران، به‌رغم ایجاد سه نقطه مرزی برای عبور زوار، براساس آمار غیررسمی بیش از ۷۰ درصد از جمعیت دو میلیونی سال ۱۳۹۷ مرز مهران را برای پیاده‌روی اربعین (رفت) انتخاب کردند و در برگشت نیز این تعداد به مراتب افزایش یافت. در بقیه ایام سال نیز اغلب این مسیر انتخاب گردشگران زیارتی عراقی و ایرانی بوده است. در آینده و با بهبود اوضاع سیاسی و امنیتی در کشور عراق، تقاضا برای شرکت در بزرگ‌ترین گردهمایی جهان (پیاده‌روی اربعین) و زیارت عتبات عالیات بیشتر خواهد شد. هدف پژوهش حاضر سامان‌دهی مهران با توجه به این است که مرز آن چند سالی است از اهمیت ویژه‌ای در جذب گردشگر مذهبی کشور و حتی کشورهای همسایه برخوردار بوده و سالانه جمعیت زیادی از گردشگران مذهبی کشور به‌صورت انفرادی یا کاروانی از مرز عبور می‌کنند. هدف از انجام این پژوهش، سنجش میزان احساس امنیت و رضایت‌مندی گردشگران مذهبی از شهر مهران است (فولادی، ۱۳۹۸: ۶۹). با توجه به این‌که مرز مهران قابلیت قوی برای توسعه استان است و این قابلیت از آن‌رو نوآوری به‌شمار رفته که تاکنون در خصوص مسائل و مشکلات خیل عظیم زائران عتبات عالیات، که از مرز مهران از کشور خارج شده و دارای پتانسیل غنی نه فقط برای توسعه یک ناحیه بلکه برای توسعه منطقه است، مطالعه و گزارشی جامع انجام نشده و



نیازهای سطح بالاتر در افراد ایجاد انگیزه خواهد کرد و باید سطح قابل قبولی از نیاز به امنیت و سلامتی در فرد ارضا شده باشد تا سایر نیازهای دیگر در افراد ایجاد انگیزه کند (ابراهیم‌پور و روشندل، ۱۳۹۰: ۹). امنیت از نیازها و انگیزه‌های اساسی انسان به‌شمار می‌رود؛ به‌طوری‌که با زوال آن آرامش خاطر انسان از بین می‌رود و تشویش، اضطراب و ناآرامی جای آن را می‌گیرد. مرتفع‌شدن بسیاری از نیازهای آدمی در گرو امنیت است. امنیت مقوله‌ای اساسی در هر نظام اجتماعی است و جوامع، اولویت اول خود را به برقراری امنیت در جامعه اختصاص می‌دهند. امنیت پدیده‌ای چندبعدی است و مطالعه و میزان آن در یک جامعه از جهات گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی امکان‌پذیر است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۵). در مجموع، امنیت به معنی وجود اطمینان از سلامت جان و مال و ناموس امری است که واقعیت یا تحقق یافتن آن مستلزم اقدامات و برنامه‌ریزی‌های ویژه است (زیاری، ۱۳۷۸: ۲). احساس امنیت پدیده‌ای روان‌شناختی-اجتماعی است که ابعاد گوناگون دارد. این احساس ناشی از تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم افراد از شرایط و اوضاع محیط پیرامونی است و افراد به‌صورت‌های گوناگون آن را تجربه می‌کنند. به‌لحاظ روش‌شناسی، احساس امنیت سازه چندبعدی است که در ارتباط با شرایط اجتماعی و افراد مختلف به‌گونه‌های متفاوت ظهور می‌یابد و به اشکال گوناگون نیز سنجش و اندازه‌گیری می‌شود (تاجران، ۱۳۸۸: ۵۶۴). احساس امنیت اجتماعی به‌نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت (رضایت‌بخش، قانع‌کننده و آرام‌بخش) شهروندان در مورد فقدان تأثیرگذاری بروز رویدادها و وقایع ضدامنیتی تهدیدات (در شرایط فعلی و آتی) در حوزه‌های امنیت اجتماعی، ثبات سیاسی، انسجام هویتی، یک‌پارچگی و امنیت سرزمین است (حاجیان، ۱۳۸۴: ۲۸). احساس امنیت به احساس رهایی انسان از اضطراب، بیم و خطر اطلاق می‌شود. در واقع زمانی که فرد احساس کند در جامعه و تعاملات اجتماعی، خطری جان، مال یا سلامتی وی را تهدید نمی‌کند، فرد دارای احساس امنیت است. این احساس امنیت با اعتماد به ارگان‌های تأمین‌کننده امنیت، دولت، مدرسه، نظام اقتصادی، خانواده، شبکه دوستان و غیره تأمین می‌شود. درجه اعتماددوری فرد به دیگران مشخصه مناسبی برای تعیین درجه احساس امنیت وی تلقی می‌شود

(صدیق سروستانی و نیمروزی، ۱۳۸۹: ۱۹۶)؛ بنابراین احساس امنیت گردشگران امری ضروری به نظر می‌رسد. احساس امنیت گردشگران در زمان سفر در تعامل با محیط اجتماعی خود (جامعه میزبان) حاصل می‌شود. با توجه به این ضرورت، «احساس امنیت در سطح خرد، که اشاره به روابط بین افراد در حوزه‌های مختلف می‌کند و نیز تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم روزانه افراد را از آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی به همراه دارد، احساس امنیت گردشگری را می‌توان ضروری در نظر گرفت» (بیات، ۱۳۸۸: ۱۶). براساس مباحث نظری گفته‌شده، احساس امنیت به شرح زیر تعریف می‌شود: «احساس امنیت اجتماعی، حالت فراغت همگانی از تهدیدی است که رفتار غیرقانونی یک فرد، یک سازمان یا دولت ممکن است در تمامی یا در بخشی از جامعه پدید آورد» (گلی، ۱۳۹۰: ۷).

امنیت سفر و امنیت در ذهن در سفر خارجی مهم‌اند و نیاز به امنیت و کسب محیط امنیتی یکی از شرایط اساسی برای تضمین گردشگری است (shin, ۲۰۰۵). تعجبی ندارد امنیت شخصی در سفر ضروری است و محیط امنیتی تأثیر بسیاری در صنعت گردشگری در هر منطقه دارد. تحقیقات اخیر بیشتر (Floyd et al., 2004; Lepp & Gibson, 2003) نشان می‌دهد که مهم‌ترین نگرانی‌ها برای گردشگران مربوط به ایمنی و امنیت است (Poon & Adams, ۲۰۰۰). پنج حوزه اصلی نگرانی عوامل خطر عبارت‌اند از: جنایت، تروریسم، امنیت غذایی، مسائل بهداشتی و فجایع طبیعی (Breda & Costa, 2005). به‌عبارت‌دیگر، کمبود ایمنی و امنیت با چنین خطراتی در حکم بلای طبیعی، بی‌ثباتی سیاسی، تروریسم، جنایت، بهداشت، غذا و غیره باعث تضعیف جدی صنعت گردشگری شده است؛ بنابراین درک امنیت و امنیت سفر می‌تواند تعیین‌کننده اصلی در مسافران باشد. از دیدگاه گردشگران، نگرانی‌های توریست‌ها بر احساس عمومی امنیت و امنیت سفر به داخل و از مقصد متمرکز است. از نظر مقصد، اغلب نگرانی‌های گردشگران مربوط به غذا و بهداشت و آب آشامیدنی، احساس امنیت در جاذبه‌های گردشگری و محل اقامتشان است. لو و لام (۲۰۰۴) نشان دادند که امنیت شخصی عاملی تعیین‌کننده و مهم برای مشارکت در گردشگری است. سیلوا و همکاران (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که گردشگران معمولاً از برخی مقصدهای خاص اجتناب کرده، احتمالاً به



این مکان‌ها صرف نظر کنند؛ زیرا می‌ترسند که مورد آزار قرار گیرند» (خوشفر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۳). معادله امنیت-گردشگری معادله‌ای دوسویه است و در یک پیوستار دو قطبی می‌توان نتیجه گرفت که کشورهای امن، صنعت گردشگری فعال و درخشانی خواهند داشت و هر کشور با سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری می‌تواند موجب حذف برخی از مهم‌ترین انگیزش‌های مجرمانه باشد و بدین ترتیب به تضمین نسبی امنیت منجر می‌شود (امینیان و فرجی، ۱۳۹۱: ۳۱).

امنیت و صنعت گردشگری در تعاملی دوجانبه هم می‌توانند تأثیر افزایشی و هم تأثیر کاهش‌دهی در هم داشته باشند؛ بدین معنا که افزایش (یا کاهش) امنیت موجب رونق (یا رکود) صنعت گردشگری و بالعکس خواهد شد؛ بنابراین اگر خواهان توسعه صنعت گردشگری هستیم، باید به مقوله امنیت توجه ویژه‌ای داشته باشیم. امنیت در حوزه گردشگری به دو بخش مهم تقسیم می‌شود، یکی امنیت گردشگران و دیگری سرمایه و سیاست‌گذاران (بیگی و میرزاخانی، ۱۳۸۸: ۳۴۹). آسایش، راحتی و امنیت از مسائل و عواملی است که می‌تواند انسان را به سوی گردشگری فراخواند. توسعه گردشگری در هر کشور، نشان‌دهنده ثبات امنیت ملی است و یکی از علل رونق گردشگری در کشور، توجه دولت به تأمین امنیت گردشگری است (لطفی‌فر و یغفوری، ۱۳۹۱: ۲). البته نباید فراموش کرد که این موضوع همیشه صادق نیست؛ چراکه در برخی مواقع وجود پدیده گردشگری و رفت‌وآمد گردشگران موجب ناامنی شده است (شاهپوندی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۴). براساس اعلام سازمان‌های بین‌المللی، اگر گردشگری خاطره بدی از یک کشور داشته باشد، این موضوع را به ۷۰ الی ۸۰ نفر انتقال خواهد داد. این در حالی است که اگر فرد مذکور با برخورد مناسبی روبه‌رو شود، آن را فقط به ۱۰ نفر خواهد گفت. ازین رو، تأثیر برخوردهای غلط و نامناسب با گردشگران خارجی بسیار نامطلوب و مخرب است (صلواتی و مولائی، ۱۳۹۴: ۱۰۳).

در حوزه امنیت و آسایش گردشگران تحقیقات بسیاری انجام شده است. خوشفر و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن، مطالعه موردی: گردشگران منطقه گردشگری ناهارخوران و انگدره شهر گرگان» به این نتیجه رسیدند که وجود احساس امنیت اجتماعی در گردشگاه‌های مورد مطالعه، برای

مقصد‌های امن دیگری نیز کمک می‌کنند. همچنین ریسک مرتبط با سطوح ایمنی و امنیت لازم است؛ زیرا آن‌ها تصمیمات گردشگران را تعیین می‌کنند (Reisinger & Mavondo, 2005) اگر توریست‌ها احساس ناامنی یا تهدید در مورد مقصد تعطیلات داشته باشند، می‌توانند تصویری منفی از این مقصد ایجاد کنند. هنگامی که احساس ناامنی به خبری مهم تبدیل می‌شود، می‌تواند مدل‌های رفتاری تصمیم‌گیری متعارف را تغییر دهد و در نهایت باعث تغییر یا لغو مقصد‌های برنامه‌ریزی شده آن‌ها شود. هنگامی که توریست‌ها احساس می‌کنند آمار منفی بودن کلی توریسم به سطح خاصی رسیده است، ممکن است برنامه‌های خود را تغییر داده یا سفر خود را به مقصدی خاص لغو کنند (Lepp & Gibson, 2003).

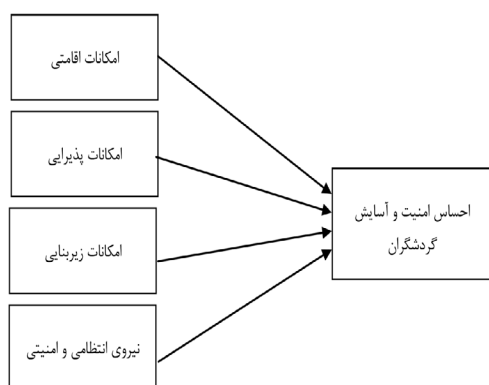
آسایش نوعی وضعیت احساسی است که با شماری از متغیرهای درونی و بیرونی در ارتباط است و از سلامتی تا احساس رضایت از زندگی را دربر می‌گیرد (قدرتی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳). آسایش محیطی از مؤلفه‌های اساسی محیط‌های انسان‌ساخت به‌شمار می‌رود؛ زیرا «برای سکونت و زندگی، شهر خانه‌ای بزرگ است و همان‌گونه که خانه باید از صفات و مزایایی برخوردار باشد تا سکونت و زندگی را مطلوب و آسایش‌بخش سازد، شهر نیز باید دارای کیفیاتی و ویژگی‌هایی برای تأمین آسایش، راحتی و امنیت باشد. همچنین، شهر مانند خانه باید محیطی گرم، صمیمی و دلپذیر باشد تا امکان زندگی مطلوب را فراهم سازد» (صالحی، ۱۳۸۶: ۸۴). هدف اصلی مدیران حوزه‌های گردشگری، مدیریت شهری و نیروی انتظامی این است که گردشگران و زائران با آرامش و ایامی خوش همراه با تفریح و احساس خاطر مطبوع دوران سفر خود را در این شهر سپری کنند. باید بدانیم که موانع زیادی هم برای تأمین نیازهای فردی و اجتماعی گردشگران و مسافران مذهبی وجود دارد که به کاهش شدید احساس امنیت می‌انجامد و این پدیده به نوبه خود باعث گسترش روحیه نارضایتی، فقدان امنیت و آرامش و آسایش شهروندان (میزبان و میهمان) می‌شود. «این پدیده به نوبه خود به گسترش روحیه نارضایتی، عدم امنیت، احساس تنهایی، غم، ترس، تنش اجتماعی، جدایی از طبیعت و بی‌اعتمادی و آسیب‌های اجتماعی دامن زده است و رفتارهای آزاردهنده بعضی افراد اغلب همه کسانی را که از این فضاها استفاده کرده یا تمایل به استفاده از آن دارند، تحت تأثیر قرار می‌دهد. ممکن است گردشگران از رفتن و استفاده از



گردشگران و توسعه گردشگری کارکردهای مثبتی دارد (خوشفر و همکاران، ۱۳۹۲). اسماعیل زاده و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «سنجش میزان احساس امنیت گردشگران در فضای کلان شهرها (مورد مطالعه: کلان شهر تبریز)» به این نتیجه رسیدند که میزان تحصیلات، سن، سواد، وضعیت تأهل، میزان درآمد، نقش نیروی انتظامی و رسانه‌ها به مقدار بسیار زیادی در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری تأثیر داشته و در این میان، وضعیت کالبدی فیزیکی شهر تبریز کمترین تأثیر را از نظر گردشگران شهر داشته است (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

مؤلفه‌های تأثیرگذار در احساس امنیت

شکل ۱ عوامل تأثیرگذار در احساس امنیت را نشان می‌دهد. همان‌گونه که شکل ۱ نشان می‌دهد، این عوامل جامعه‌شناختی و روان‌شناختی هستند. با وجود این که در الگوی تحلیلی حاضر در شکل ۱ بر رابطه یک‌سویه میان متغیرها تأکید شده است، رویکردهای نظری بررسی شده اغلب به رابطه دوسویه و متقابل متغیرها توجه می‌کنند. چنان‌که در این نظریه‌ها بر این نکته تأکید می‌شود که مثلاً بی‌نظمی اجتماعی می‌تواند باعث ریسک و مخاطره (ریسک اعتمادکردن) شود و ریسک و مخاطره نیز سبب احساس ناامنی و ترس می‌شود. همچنین احساس ناامنی و ترس می‌تواند موجب کناره‌گیری افراد از فعالیت‌های اجتماعی، محدودشدن ارتباطات آن‌ها و تضعیف کنترل اجتماعی غیررسمی شود و زمینه مناسبی را برای بی‌نظمی اجتماعی فراهم سازد. در واقع یک چرخه معیوب میان بی‌نظمی اجتماعی، ریسک و مخاطره و احساس ناامنی و ترس وجود دارد که می‌توانند یکدیگر را تولید و بازتولید کنند.



شکل ۱: مؤلفه‌های اثرگذار در احساس امنیت

با عنوان «سنجش میزان احساس امنیت بهنام مغانی و همکاران در مقاله‌ای و آسایش گردشگران داخلی (شهر گناوه)» به این نتیجه رسیدند که میان تحصیلات و امنیت رابطه مستقیم وجود دارد (بهنام مغانی و همکاران، ۱۳۹۶). صلواتی و مولایی در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران (مطالعه موردی: شهر سنندج)» به این نتیجه رسیدند که از میان عوامل مؤثر در امنیت، عملکرد پلیس، عامل فرهنگی، عامل اقتصادی، و عملکرد رسانه‌ها، تأثیر معنی‌داری در احساس امنیت در بین گردشگران داشته‌اند و در این میان، عوامل اجتماعی و سیاسی تأثیر معنی‌داری در احساس امنیت نداشته‌اند (صلواتی و مولایی، ۱۳۹۴). در جمع‌بندی از ادبیات و پیشینه پژوهش، گفتنی است که امنیت می‌تواند یکی از مؤلفه‌های مهم جذب گردشگر برای ارتقا و توسعه این صنعت باشد که تأثیر شگرفی در گردشگری و اتخاذ تصمیم گردشگران برای سیروسفر و بازدید از مکان‌های تاریخی و طبیعی دارد. (صمدیان، ۱۳۸۸: ۱۹). گردشگری و امنیت به شکل اجتناب‌ناپذیری پدیده‌هایی درهم‌بافته‌اند و امنیت به احتمال زیاد مهم‌ترین تعیین‌کننده مقصد گردشگری است

(Boakye, 2012; Sönmez & Graefe, 1998) نگرانی‌های امنیتی از قبیل تروریسم، جنگ، جرم و ناآرامی سیاسی موانع سفر به‌شمار می‌روند و در تصمیم‌گیری گردشگری هنگام انتخاب یک مقصد خاص تأثیر می‌گذارند (Hall et al., 2004). بسیاری از مطالعات بیانگر این است که مقاصد گردشگری عمیقاً تحت تأثیر ادراکات امنیت و مدیریت ایمنی، امنیت و ریسک قرار دارند (Boakye, 2012; Hall et al., 2004; Pizam & Smith, 2000; Sönmez & Graefe, 1998). نگرانی‌ها امنیتی مقصد در تصمیمات مسافران بین‌المللی تأثیر می‌گذارند



هر منطقه به‌شمار می‌رود. در مقیاس کلان، توسعه زیرساخت‌های مناسب شهری و مدیریت مدرانه شهر به‌منظور پاسخ‌گویی به نیازهای گردشگران، ضرورت فراوان دارد؛

۳) امکانات و خدمات نیروی انتظامی و امنیتی: پلیس به‌منزله بخش مهمی از نظام سیاسی هر کشور، وظیفه خطیر تأمین امنیت داخلی را برعهده دارد. از آنجاکه پلیس شامل قوه‌هایی است که حفظ نظم و آرامش مملکت برعهده آن‌هاست، می‌توان بیان کرد که نقش اول ایجاد و حفظ نظم و آرامش در کشور، به‌ویژه شهروندان، برعهده نیروی انتظامی و پلیس است (آیین مقدم و همکاران، ۱۳۹۲: ۵).

جدول ۱: ابعاد و شاخص‌های احساس امنیت و آسایش گردشگران مذهبی

ابعاد	شاخص
امکانات و خدمات اقامتی	رضایت از امکانات اقامتگاهی مانند کمپینگ، مسافر خانه، هتل، زائرسرا و منازل اجاره‌ای
امکانات و خدمات پذیرایی	رضایت از امکانات پذیرایی مانند رستوران، سوپرمارکت، پیتزا و ساندویچ‌فروشی‌ها و موبک‌های بین راهی و مجتمع‌های خدماتی، رفاهی، بین راهی
امکانات و خدمات زیربنایی	رضایت از امکانات زیربنایی مانند افزایش کمی و کیفی وسایل حمل‌ونقل و مخابرات و برق و پارکینگ، خدمات بانکی بیمه، ویزا
امکانات و خدمات نیروی انتظامی و امنیتی	رضایت از عملکرد نیروی انتظامی و امنیتی برای برقراری امنیت

ویژگی‌های ناحیه مورد مطالعه

شهرستان مهران واقع در غرب استان ایلام با مساحت ۲۳۹۴ کیلومتر مربع، ۱۲ درصد مساحت استان ایلام را به خود اختصاص داده است. این شهرستان از شمال به شهرستان ایلام، جنوب به شهرستان دهلران، شرق به شهرستان ملکشاهی و غرب به کشور عراق منتهی می‌شود. شهرستان مهران آب و هوای گرم و خشک تا معتدل دارد و میانگین بارش سالانه آن ۱۸۵/۹ میلی‌متر است و دمای مطلق آن از ۶ تا ۵۲ درجه سانتی‌گراد در تغییر است.

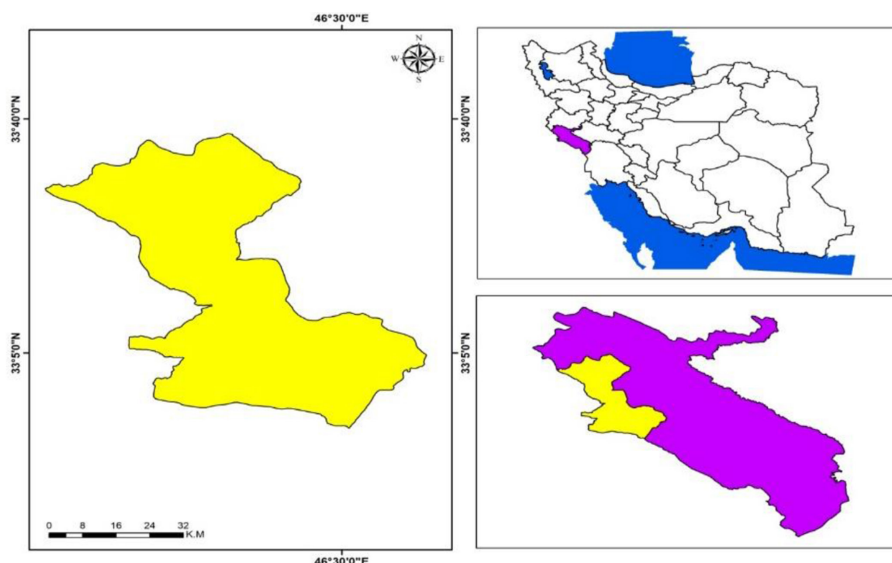
روش‌شناسی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش حاضر توصیفی-هم‌بستگی، برمبنای شیوه‌پیمایی است و در این مسیر از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. روایی پرسش‌نامه محقق ساخته را متخصصان حوزه تخصصی و خبرگان تأیید کرده‌اند و پایایی آن نیز به روش آلفای کرونباخ صورت گرفته و میزان اعتبار آن ۰/۷۷۵ محاسبه شده است. جامعه آماری منطقه مورد مطالعه را تعداد ۲ میلیون نفر از گردشگران مذهبی داخلی که در اربعین سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به شهر مرزی مهران سفر کردند و به مدت حداکثر یک هفته در این شهر اقامت داشتند تشکیل می‌دهند. در مجموع با تجزیه و تحلیل داده‌های آماری با استفاده از بسته نرم‌افزاری اس‌پی اس اس و آموس و با استفاده از آزمون‌های آماری ضریب هم‌بستگی پیرسون و رگرسیون، T-تک‌نمونه‌ای و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام، مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) و آزمون رتبه‌بندی فریدمن اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است.

ابعاد و شاخص‌هایی که در احساس امنیت گردشگری تأثیر می‌گذارد عبارت‌اند از:

۱) امکانات و خدمات اقامتی: فراهم کردن امکانات اقامتی (هتل، زائرسراها و خانه‌های اجاره‌ای، کمپ‌های موقتی و موبک‌ها و...) یکی از بخش‌های پویای گردشگری را تشکیل می‌دهد. از آنجاکه این‌گونه تسهیلات، عامل مؤثری برای تقویت گردشگری به‌شمار می‌روند، اهمیت دادن به آن‌ها باید مورد توجه قرار گیرد (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۲۱۸)؛

۲) امکانات و خدمات پذیرایی: با توجه به این‌که شهرهای گردشگرپذیر نیاز به تأسیسات اقامتی و پذیرایی مجهز دارند، یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری، مراکز پذیرایی است؛ اگرچه همه گردشگران از هتل استفاده نمی‌کنند، اما به علت تنوع سلیقه و توان گردشگران، شهر به انواع هتل‌ها و مراکز پذیرایی با درجه‌های مختلف نیازمند است. گردشگرانی که از هتل استفاده می‌کنند بیشترین تأثیر اقتصادی را در صنعت گردشگری دارند (وارثی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۷). امکانات و خدمات زیربنایی: صنعت گردشگری رابطه‌ای حیاتی با حمل‌ونقل دارد؛ زیرا وجود حمل‌ونقل (هوایی و زمینی) مطلوب و مناسب با جاده‌های ایمن، دسترسی راحت و باکیفیت به امکانات زیربنایی از جمله پارکینگ، به‌ویژه در شهر مهران - که بالغ بر ۹۵ درصد گردشگران از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند - برای گردشگران یکی از لازمه‌های توسعه گردشگری



نقشه ۱: موقعیت ناحیه مورد مطالعه

جدول ۲: فاصله شهرهای مرزی با کربلای معلی

نام پایانه	فاصله پایانه تا کربلا به کیلومتر
پایانه مرزی شلمچه	۴۸۰ کیلومتر
پایانه مرزی جزابه	۴۸۰ کیلومتر
پایانه مرزی خسروی	۳۱۵ کیلومتر
پایانه مرزی مهران	۲۸۱ کیلومتر

جدول ۳: آمار تردد گردشگران مذهبی از مرز مهران (ماخذ: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان ایلام)

سال آماری	ورودی	خروجی	جمع کل
۱۳۹۴	۱۷۲۵۲۶۳	۱۶۵۴۳۱۳	۲۳۷۹۵۷۶
۱۳۹۵	۲۰۵۶۵۵۷	۲۳۶۵۹۳۹	۴۴۲۲۴۹۶
۱۳۹۶	۲۱۲۲۰۷۱	۱۹۰۶۰۹۲	۴۰۲۸۱۶۳
۱۳۹۷	۲۴۵۶۷۹۸	۲۰۸۷۶۵۴	۴۵۴۴۴۴۳

نتایج استخراج پرسش نامه حاکی از آن است که سن بیشتر پاسخ‌گویان بین ۳۱ تا ۴۰ است. بعد از آن، گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۳۴ درصد بیشترین گروه سنی است که از مرز مهران برای عزیمت به عتبات عالیات استفاده می‌کند. براساس نتایج استخراج شده از جامعه آماری مورد مطالعه، نزدیک به ۵۰ درصد گردشگران تحصیلات عالی داشته‌اند و تحصیلات اکثر پاسخ‌گویان لیسانس بوده است. نتایج استخراجی از وضعیت اشتغال پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که

براساس سرشماری سال ۱۳۹۵، جمعیت شهرستان مهران ۲۹۷۹۷ نفر است. این شهرستان به علت داشتن موقعیت جغرافیایی مناسب و زمین‌های حاصلخیز کشاورزی و قرارگرفتن بزرگ‌ترین پایانه زمینی صادرات و واردات کالا به کشور عراق و همچنین داشتن منابع غنی نفت و گاز، ظرفیت متنوع و مطلوبی برای سرمایه‌گذاری و انجام فعالیت‌های اقتصادی دارد. از سال ۱۳۸۲ به پیشنهاد وزارت امور خارجه، مرز مهران به‌عنوان مرز بین‌المللی معرفی شد. به علت نزدیکی این مرز با عتبات عالیات در عراق و مذهب شیعه استان‌های دو طرف کشور (ایران و عراق) روز به روز اهمیت این مرز بیشتر شده است؛ به‌طوری که چند سالی است به‌عنوان مسیر تردد بخش اعظم زائران کشورمان و همچنین اتباع سایر کشورها به‌ویژه عراق انتخاب شده است.

یافته‌های توصیفی

در ایران برای اولین بار در سال ۱۳۹۰ و با حضور جمعیتی بالغ بر پنجاه هزار نفر مراسم پیاده‌روی اربعین آغاز شد و بارشدهی فزاینده این تعداد در سال ۱۳۹۷ به بیش از دو میلیون نفر رسید. در کشورمان با وجود چند پایانه مرزی برای تردد زائران، شهرستان مهران با توجه به داشتن کمترین فاصله با شهرهای مذهبی عراق در ایام مراسم پیاده‌روی اربعین حسینی مورد توجه گردشگران مذهبی عتبات عالیات از داخل و خارج کشور قرار گرفته است.



یافته‌های تحلیلی و سنجش

شهرستان مهران به علت موقعیت مناسب جغرافیایی و منابع خدادادی از جمله داشتن مرز مشترک طولانی با کشور عراق به طول ۲۲۰ کیلومتر و نزدیکی با شهرهای عتبات عالیات و مرکز کشور عراق و قرارگیری در همسایگی استان‌های شیعه‌نشین کشور عراق و توپوگرافی هموار در دو سویه کشور ایران و عراق در مرکز ثقل عزیمت گردشگران مختلف از اقصای نقاط کشور، به‌ویژه مناطق شمالی و شمال غرب و مرکز کشور قرار دارد. پیاده‌روی اربعین در ایران از سال ۱۳۹۰ و با جمعیت ۵۰ هزار نفر شروع شد و با رشدی فزاینده در سال ۱۳۹۷ به بیش از ۲ میلیون نفر رسید و به تدریج با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی مهران و همچنین امنیت مسیر و ارائه خدمات (اسکان، پذیرایی، تأمین پارکینگ و...) به دست مردم استان، خصوصاً شهرستان مهران، به‌رغم ایجاد سه نقطه مرزی برای عبور زوار، براساس آمار غیررسمی بیش از ۷۰ درصد از جمعیت ۲ میلیونی سال ۱۳۹۷، مرز مهران را برای پیاده‌روی اربعین (رفت) انتخاب کردند و در برگشت نیز این تعداد به مراتب افزایش یافت. گفتنی است در بقیه ایام سال نیز اغلب این مسیر انتخاب گردشگران زیارتی عراقی و ایرانی بوده است.

برای بررسی رضایت و آسایش گردشگران در هر یک از مؤلفه‌های پژوهش، بررسی با استفاده از سه گویه انجام شده است. نتایج آزمون تی نشان می‌دهد که همه گویه‌های مورد مطالعه، وضعیت بالاتر از حد مطلوب داشته‌اند (مقایسه میانگین هریک از مؤلفه‌ها با حد مبنای ۳). به عبارت دیگر، رضایت گردشگران از وضعیت خدمات و امکانات مهران مطلوب بوده است.

جدول ۵: بررسی میزان رضایت و آسایش گردشگران مذهبی از خدمات و امکانات

سطح معناداری	خطای آماری (sig.)	آزمون نمونه	میانگین	رضایت گردشگران از خدمات گردشگری
۰/۰۵	۰/۰۰۱	۰/۶۸۶	۳/۸۴	امکانات اقامتگاهی
۰/۰۵	۰/۰۰۹	۰/۷۲۱	۳/۲۵	امکانات پذیرایی
۰/۰۵	۰/۰۰۸	۰/۷۱۷	۳/۲۸	امکانات زیربنایی
۰/۰۵	۰/۰۰۶	۰/۷۰۷	۳/۴۱	امنیت و امکانات آن سوی مرز
۰/۰۵	۰/۰۰۷	۰/۶۹۸	۳/۷۳	عملکرد نیروی انتظامی و امنیتی

۷۵ درصد پاسخ‌گویان در بخش دولتی شاغل بوده‌اند. نحوه دسترسی پاسخ‌گویان به شهر مرزی مهران نشان می‌دهد که عمده پاسخ‌گویان وسیله نقلیه شخصی (۸۴/۳ درصد) را برای تردد ترجیح می‌دهند. نحوه آشنایی پاسخ‌گویان با مرز مهران و تردد از این مرز بین‌المللی برای عزیمت به عتبات عالیات نشان می‌دهد که عمده پاسخ‌گویان به توصیه دوستان و آشنایان، از مرز مهران شناخت پیدا کرده‌اند و براساس تجربه مثبت قبل (ذهنیت دوستان از خدمات مطلوب در سفرهای سال‌های قبل) به این شهر عزیمت کرده‌اند.

جدول ۴: خلاصه یافته‌های توصیفی پژوهش

مؤلفه‌ها	ویژگی	درصد
(سن (سال)	کمتر از ۲۰	۳/۶
	۲۱ تا ۳۰ سال	۴/۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۳/۸
	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۴/۱
جنس	۵۱ به بالا	۲/۷
	مرد	۷۷/۲
تحصیلات	زن	۲۲/۸
	فوق لیسانس و بالاتر	۲۵/۵
	لیسانس	۴۹/۱
	فوق دیپلم	۱۴/۱
	دیپلم	۵
اشتغال	زیر دیپلم	۶
	شاغل در بخش دولتی	۷۶/۱
	شاغل در بخش خصوصی	۱۰/۸
نحوه دسترسی	بی‌کار	۳/۹
	وسيله نقلیه شخصی	۸۴/۳
	وسيله نقلیه عمومی	۱۰
نحوه آشنایی به مرز مهران	هواپیما	۱/۳
	توصیه دوستان و آشنایان	۶۸/۸
	اینترنت و فضای مجازی	۱۴/۲
	رادیو و تلویزیون	۱۱/۵
	فیلم‌ها، پوسترها و برشورها	۵/۵



بر اساس آزمون تی، تک‌نمونه‌های همه عوامل مؤثر در ایجاد امنیت برای گردشگران در سطح مطلوبی قرار دارند. در ادامه تلاش می‌شود که از میان این عوامل، مؤثرترین عواملی که به ایجاد امنیت و همچنین ناامنی برای گردشگران مذهبی شهر مرزی منجر شده است، شناسایی شود. رگرسیون چندگانه می‌تواند به سنجش عوامل مؤثر در امنیت گردشگری مذهبی شهر

مرزی مهران و ایجاد مدل علی-که برهم‌کنش بین شاخص‌ها و معرف‌ها را نشان می‌دهد-کمک کند. یکی از اهداف این پژوهش، ایجاد مدل علی بین عوامل مؤثر در امنیت گردشگری شهر مرزی مهران است. پرسش اصلی برای ایجاد این مدل آن است که کدام شاخص منطقه، بیشترین تأثیر را در گردشگری در این منطقه داشته است.

جدول ۶: ضرایب و رگرسیون گام به گام برای سنجش تأثیر متغیرهای مستقل امنیت گردشگران مذهبی

(مؤلفه‌ها (امکانات اقامتی، امکانات پذیرایی، امکانات زیربنایی، امنیت، نیروی انتظامی)					بعد
خطای معیار	ضریب تعیین تعدیل شده	(R2) ضریب تعیین	(R) ضریب هم‌بستگی چندگانه	متغیر وارد شده به مدل در هر مرحله	مراحل
۰/۲۰۱	۰/۷۴۹	۰/۷۴۸	۰/۸۵۸	احساس امنیت در مدت اقامت	گام اول
۰/۱۶۹	۰/۸۶۴	۰/۸۵۵	۰/۹۱۳	امکانات زیربنایی	گام دوم
۰/۱۳۷	۰/۹۰۱	۰/۹۰۲	۰/۹۳۳	امکانات پذیرایی	گام سوم
۰/۱۰۹	۰/۹۵۳	۰/۹۵۸	۰/۹۷۹	امکانات اقامتگاهی	گام چهارم
۰/۰۹۲	۰/۹۸۶	۰/۹۸۶	۰/۹۸۹	عملکرد نیروی انتظامی برای برقراری امنیت	گام پنجم
۰/۰۵۲	۱	۱	۱	امنیت و خدمات در آن سوی مرز	گام ششم

مقدار R به ۰/۹۷۹ و مقدار R2 به ۰/۹۵۸ افزایش یافت. در گام پنجم با ورود متغیر عملکرد نیروی انتظامی، مقدار R به ۰/۹۸۹ و مقدار R2 به ۰/۹۸۶ افزایش یافت. در گام ششم با ورود متغیر امنیت مرز در آن سوی مرز، مقدار R و همچنین مقدار R2 به ۱ افزایش یافت؛ یعنی این ۶ متغیر ۱۰۰ درصد از واریانس مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

اولین متغیر وارد شده در مدل، شاخص احساس امنیت در مدت اقامت است که دارای ضریب هم‌بستگی ۰/۸۵۸ است.

در مرحله دوم، شاخص امکانات زیربنایی وارد مدل شد که مقدار R به ۰/۹۱۳ و مقدار R2 به ۰/۸۵۵ افزایش یافت. در مرحله سوم امکانات پذیرایی وارد معادله شد که مقدار R به ۰/۹۳۳ و مقدار R2 به ۰/۹۰۲ افزایش یافت. در گام چهارم با ورود متغیر امکانات اقامتگاهی،

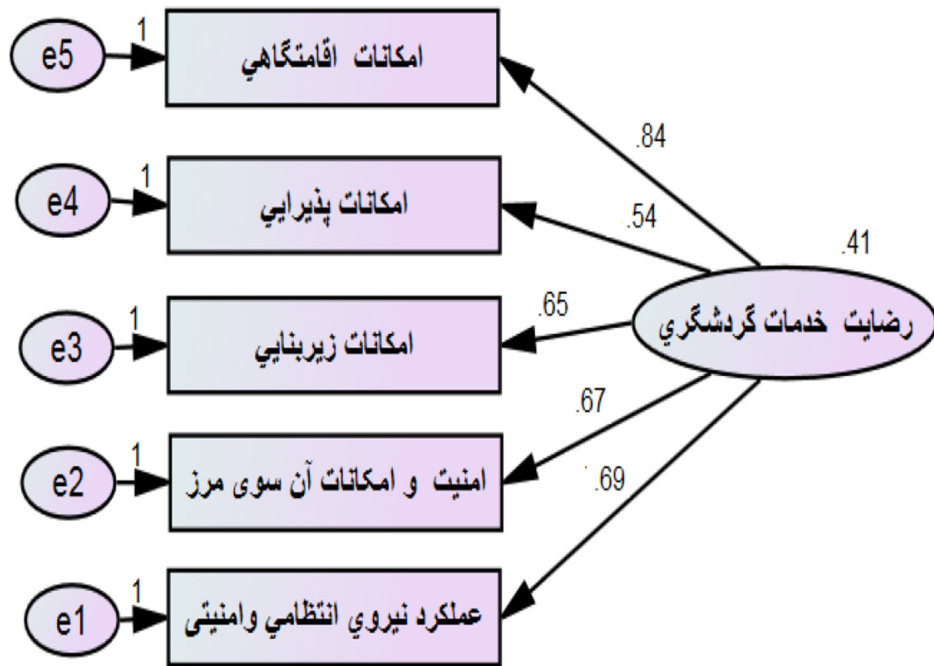
جدول ۷: ضرایب رگرسیون گام به گام برای سنجش تأثیر گذاری شاخص‌های مورد مطالعه در امنیت گردشگران

خطای آماره آزمون T (sig.)	مقدار آماره T	انحراف استاندارد ضرایب	ضرایب رگرسیونی استاندارد (t)	(B) ضرایب رگرسیونی	مدل
۰/۰۰۷	۳/۸۱	۰/۰۶۳	۰/۲۳۷	۰/۳۶۷	امکانات زیربنایی
۰/۰۱۱	۳/۶۱	۰/۰۶۹	۰/۲۱۸	۰/۳۱۱	امکانات پذیرایی
۰/۰۰۱	۴/۲۱	۰/۰۵۲	۰/۲۹۷	۰/۴۱۸	امکانات اقامتگاهی
۰/۰۰۳	۴/۱۱	۰/۰۵۷	۰/۲۸۸	۰/۴۰۱	عملکرد نیروی انتظامی
۰/۰۰۴	۳/۹۷	۰/۰۶۱	۰/۲۶۷	۰/۳۸۳	امنیت و خدمات آن سوی مرز

بیشترین تأثیر را در امنیت گردشگران محدوده مورد مطالعه گذاشته است.

تحلیل مدل معادلات ساختاری (مدل تحلیل مسیر)
نمودار ۱ تحلیل ضرایب مسیر عوامل مؤثر در امنیت گردشگری را نشان می دهد.

در مورد اهمیت و نقش متغیرهای مستقل در پیش گویی در معادله رگرسیون، باید از مقادیر بتا (Beta) استفاده کرد. متغیر امکانات پذیرایی با بتای ۰/۲۱۸ کمترین تأثیر را در گردشگری مذهبی و رضایت دارد. متغیر امکانات اقامتگاهی با ضریب بتای ۰/۲۹۷



نمودار ۱: مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) رابطه امنیت گردشگری با امکانات خدماتی و امنیتی

جدول ۸: نتایج تحلیل و ارزیابی مدل ساختاری عوامل مؤثر در امنیت گردشگری

نوع مدل	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI	NFI
مستقیم	۳/۱۲۴	۰/۷۷/۳	۸۸۳/۰	۸۵۶/۰	۹۴۶/۰

جدول ۸ نشان می دهد که در مدل برازش شده، شاخص در حد مطلوب و کمتر از میزان ۴ است و مقدار برای کمتر از سطح مطلوب ۰/۰۸ است، که نشان دهنده برازش مناسب و خوب است. به همین ترتیب، مقادیر اندازه های برازندگی، در حدود و نزدیک میزان مطلوب ۰/۹۰ و در مواردی بزرگ تر از ۰/۹۰ بوده که مقادیری مناسب و مطلوب به شمار می روند. از این رو، مدل ساختاری برازش شده برای کلیه متغیرهای

در نمودار ۱ تحلیل ضرایب مسیر عوامل مؤثر در امنیت گردشگری نشان می دهد که بار عاملی کلیه اجزای امنیت گردشگری با عوامل امکانات زیربنایی، امکانات پذیرایی، امکانات اقامتگاهی، عملکرد نیروی انتظامی و امنیت و خدمات آن سوی مرز در حالت مستقیم و استاندارد بزرگ تر از مقدار ۰/۵ و در بسیاری موارد بزرگ تر از مقدار ۰/۶ است که نشان می دهد قدرت رابطه امنیت گردشگری با عوامل امکانات زیربنایی، امکانات پذیرایی، امکانات اقامتگاهی، عملکرد نیروی انتظامی و امنیت و خدمات آن سوی مرز قابل قبول و در مواردی بسیار مطلوب است. در این میان، عامل امکانات اقامتگاهی با بار عاملی ۰/۸۴ بیشترین تأثیر و عامل امکانات پذیرایی با بار عاملی ۰/۵۴ کمترین تأثیر را در امنیت گردشگری در استان ایلام داشته است.



تحقیق، توسط داده‌های پژوهش در سطح مناسبی از نظریه‌ها انجام شده، آن‌ها را حمایت کرده و برای تبیین متغیرها مدلی مناسب به‌شمار می‌روند. بنابراین کلیه عناصر (سؤالات) استفاده‌شده در پرسش‌نامه‌های پژوهش، قدرت تبیین‌کنندگی مدنظر را برای هر متغیر پژوهش داشته‌اند.

آزمون رتبه‌بندی فریدمن

جدول ۹ نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن برای بررسی عوامل مؤثر در امنیت گردشگری از دیدگاه نمونه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۹: نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن عوامل مؤثر در امنیت گردشگری

مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	خطای آزمون (Sig)	سطح آزمون	نتیجه آزمون
۵۲۳/۹۱۰	۴	۰/۰۱۶	۰/۰۵	تأیید

جدول ۹ نشان می‌دهد که مقدار آماره آزمون خی-دو به‌دست آمده برابر با ۵۲۳/۹۱۰ با خطای آزمون کمتر از ۰/۰۱ است که نتیجه‌گیری می‌شود در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ قرار دارد. معنی‌دار بودن آزمون فریدمن بدین معناست که رتبه‌بندی عوامل مؤثر در امنیت گردشگری از دیدگاه نمونه پژوهش معنادار بوده و نمونه پژوهش رتبه‌بندی متفاوتی از عوامل مؤثر در امنیت گردشگری دارند.

جدول ۱۰ نتایج رتبه‌بندی عوامل مؤثر در امنیت گردشگری از دیدگاه نمونه پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: نتایج رتبه‌بندی عوامل مؤثر در امنیت گردشگری

عوامل	میانگین رتبه	اولویت‌بندی
امکانات اقامتگاهی	۰/۱۴	۱
امکانات پذیرایی	۳/۱۴	۵
امکانات زیربنایی	۳۳۲/	۴
امنیت و امکانات آن‌سوی مرز	۵۴/۳	۳
عملکرد نیروی انتظامی و امنیتی	۶۸/۳	۲

مقایسه میانگین رتبه‌های عوامل مؤثر در امنیت گردشگری در جدول ۱۰ نشان می‌دهد که بالاترین میانگین رتبه (۴/۰۱) به عامل امکانات اقامتگاهی در نمره‌دهی اختصاص دارد؛ بدین معنا که مهم‌ترین عامل مؤثر در امنیت گردشگری از نظر نمونه پژوهش، عامل امکانات اقامتگاهی است. بعد از عامل فوق، مهم‌ترین عامل مؤثر در امنیت گردشگری به ترتیب شامل عملکرد نیروی انتظامی و امنیتی، امنیت و امکانات آن‌سوی مرز، امکانات زیربنایی و امکانات پذیرایی می‌شود.

نتیجه‌گیری

ضرورت احساس امنیت اجتماعی و آرامش روانی در بین گردشگران مذهبی، موجب افزایش شمار گردشگران، رونق یافتن کسب‌وکار و افزایش درآمد شرکت‌ها و مؤسساتی می‌شود که در این عرصه فعالیت می‌کنند و ظرفیت جدیدی در تحولات توسعه‌ای منطقه و کل استان ایجاد می‌شود.

شهر مهران یکی از قدیمی‌ترین مراکز سکونت در جنوب غرب کشور است. این شهر با داشتن فاصله مناسب با شهرهای مذهبی و پایتخت عراق، شبعه‌بودن، مهمان‌نوازی مردم استان ایلام در مسیرهای تردد زائران، اشتراک فرهنگی و قومی در دو سوی مرز و همچنین خاطره و نام خوب مهران در دوران دفاع مقدس در بین مردم، زمینه فراوانی را برای حضور گردشگران مذهبی از اقصای نقاط کشور به این شهر مرزی فراهم کرده است.

براساس مطالعات، تحلیل و محاسبات آماری انجام‌شده از آزمون هم‌بستگی پیرسون و اسپیرمن نشان می‌دهد مقدار میانگین رضایت با آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای شاخص امکانات اقامتگاهی ۳/۸۴، امکانات پذیرایی ۳/۲۵، امکانات زیربنایی ۳/۲۸، عملکرد نیروی انتظامی ۳/۷۳ و احساس امنیت در مدت اقامت ۳/۴۱ است. از آنجاکه سطح رضایت از هر یک از شاخص‌های خدماتی و امکانات گردشگری شهر مهران از نظر گردشگران بالاتر از حد مبنای ۳ قرار دارد، می‌توان نتیجه‌گرفت خدمات و امکانات گردشگری در شهر مرزی مهران، در وضعیت مطلوبی قرار داشته و توانسته است امنیت و آسایش گردشگران مذهبی را تأمین کند.

با استفاده از آزمون رگرسیون گام‌به‌گام، می‌توان نتیجه‌گرفت که شاخص امکانات پذیرایی با بتای ۰/۲۱۸ کمترین تأثیر را در گردشگران مذهبی شهر



در ادامه به منظور رفع مشکلات گردشگران در شهرستان مهران پیشنهادات کاربردی ارائه می‌شود:

- (۱) براساس یافته‌های حاصل از پژوهش، فقدان راه‌های دسترسی مناسب مهم‌ترین مشکل در شهرستان است که با در نظر گرفتن بار ترافیکی ناشی از خروجی بیش از ۷۰ درصد کل زائران در ایام اربعین حسینی از مرز مهران، تبدیل راه موجود به آزادراه و نیز تنوع بخشیدن به راه‌های دسترسی به شهرستان با ایجاد خطوط ریلی (قطار) و فرودگاه می‌تواند به حل مشکلاتی از جمله حل ترافیک و کاهش تصادفات و کاهش زمان اقامت گردشگران کمک کند؛
- (۲) پیشنهاد می‌شود به علت مشکلاتی که زائران در برگشت با آن مواجه‌اند، از جمله تهیه غذا و مواد خوراکی پاکیزه و بهداشتی در عراق، به‌طور ویژه امکانات لازم برای پذیرایی و اقامت موقت زائران برگشتی در مسیر مرز تا پل زائر در مهران تهیه و تأمین شود؛
- (۳) ساخت مجتمع‌های خدماتی-رفاهی در مسیر جاده ایلام-مهران از اولویت‌های گردشگران با توجه به کمبود آن‌هاست؛
- (۴) ساخت سرویس‌های بهداشتی و حمام در کلیه محورهای مواصلاتی به پایانه مرزی مهران در مکان مناسب؛
- (۵) ساخت زائرسراهای بخش خصوصی ارزان قیمت برای ایام زیارتی و غیرزیارتی؛
- (۶) ساخت اقامتگاه‌های موقت ارگان‌های نظامی و انتظامی در مسیر مهران-کربلا برای ایام زیارتی؛
- (۷) ساخت پارکینگ‌های موقت و دائم در ایام زیارتی و غیرزیارتی و تفکیک پارکینگ‌های خودروها در ایام زیارتی (به تفکیک استان)؛
- (۸) ساخت ترمینال‌های موقت مسافربری برای کنترل کرایه و سامان‌دهی وسایل حمل‌ونقل عمومی در ایام زیارتی؛
- (۹) ساخت پمپ بنزین‌های سیار در طول جاده‌های اصلی شهرستان در ایام زیارتی؛
- (۱۰) تأسیس کنسولگری عراق در شهر مهران و ایلام؛
- (۱۱) تزریق ارز کافی به منظور اخذ روادید در ایام زیارتی؛
- (۱۲) انجام مراحل اخذ ویزا قبل از ایام زیارتی؛
- (۱۳) پیش‌گیری از ورود و خروج زائران سایر کشورها در ایام اربعین از مرز مهران برای امنیت بیشتر؛
- (۱۴) استقرار نیروهای امنیتی در فواصل مناسب در فاصله بین مرز مهران و شهر ایلام.

مرزی مهران و رضایت‌مندی آن‌ها داشته و شاخص امکانات اقامتگاهی با ضریب بتای ۰/۲۹۷ بیشترین تأثیر را در امنیت و آسایش گردشگران گذاشته است. همچنین مدل ساختاری برازش شده برای کلیه عوامل پژوهش، توسط داده‌های پژوهش در سطح مناسبی از نظریه‌ها انجام شده، حمایت کرده و برای تبیین متغیرها مدلی مناسب به‌شمار می‌رود و عامل امکانات اقامتگاهی با بار عامل ۰/۸۴ بیشترین تأثیر و عامل امکانات پذیرایی با بار عاملی ۰/۵۴ کمترین تأثیر را در امنیت گردشگری در استان ایلام داشته است. به این ترتیب، نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن با مقایسه میانگین رتبه‌های عوامل مؤثر در امنیت گردشگری نشان داد که بالاترین میانگین رتبه (۴/۰۱) به عامل امکانات اقامتگاهی در نمره‌دهی اختصاص دارد.

نتایج پژوهش با نتایج پژوهش رمضان‌زاده لسبویی و همکاران (۱۳۹۴)، که گردشگری تأثیر منفی در امنیت گذاشته و موجب کاهش احساس امنیت گردشگران شده است، همخوانی ندارد. همچنین با نتایج پژوهش اسماعیل‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) که میزان تحصیلات، سن، سواد، وضعیت تأهل، میزان درآمد، نقش نیروی انتظامی و رسانه‌ها را به مقدار بسیار زیادی در میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری مؤثر دانسته و در مجموع، درصد بالایی از گردشگران، شهر مدنظر را دارای امنیت اجتماعی نسبتاً خوبی می‌دانند، همخوانی دارد. همچنین نتایج پژوهش با تحقیق بهزاد مغانی و همکاران، که شاخص امکانات اقامتگاهی تأثیر منفی در امنیت گردشگران دارد، همخوانی ندارد.

بر اساس نتایج دیگر پژوهش، زیرساخت‌های موجود در شهرستان با نارسایی‌هایی مواجه است؛ بنابراین ارائه خدمات به‌طور مطلوب و ایده‌آل انجام نمی‌شود. برابر این یافته‌ها، از نظر پاسخ‌گویان مهم‌ترین مشکلات گردشگری در شهر مهران عبارت‌اند از راه‌های دسترسی اصلی و فرعی، کمبود پارکینگ، مشکلات بهداشتی و توالت‌های عمومی. همچنین از نظر پاسخ‌گویان، زیرساخت‌های لازم که فراهم کردن آن‌ها باعث افزایش گردشگران و رونق صنعت گردشگری در شهر می‌شوند عبارت‌اند از: بهبود کیفیت راه‌های دسترسی (اصلی و فرعی)، افزایش دیگر راه‌های دسترسی از جمله ریل قطار و فرودگاه، افزایش مجتمع‌های خدماتی و رفاهی بین‌راهی، بهبود بهداشت و خدمات درمانی، افزایش کمی و کیفی نحوه ارائه خدمات بانکی، ویزا و بیمه، بهبود دفاتر خدمات و آژانس‌های مسافرتی و توریسم.



- منابع
- آیین مقدم، فاطمه، صادقی، لقمان و بهرامی، سیروان (۱۳۹۲). «ارزیابی و سنجش احساس امنیت اجتماعی در شهرهای مرزی (نمونه موردی: شهر مرزی مریوان)»، فصلنامه دانش انتظامی کردستان، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۱-۱۶.
- ابراهیم پور، حبیب و روشندل طاهر (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر در گردشگری براساس انتظارات و ادراکات گردشگران و مدل تحلیل شکاف (مطالعه موردی: منطقه گردشگری سرعین اردبیل)»، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۳، شماره ۸، ص ۱-۲۲.
- ادیبی سعدی نژاد، فاطمه و عظیمی، آزاده (۱۳۹۰). «تبیین امنیت در محیط شهری بر مبنای پارامترهای کالبدی و طراحی، مورد شهر بابلسر»، آمایش محیط، دوره ۴، شماره ۱۵، ص ۸۱-۱۰۵.
- اسماعیل زاده، حسن، مسلمی، آرمان و حسین زاده، حسین (۱۳۹۴). «سنجش میزان احساس امنیت گردشگران در فضای کلانشهرها (مورد مطالعه: کلانشهر تبریز)». پژوهش نامه جغرافیای انتظامی، سال سوم، شماره ۹، ص ۲۵-۴۸.
- اسمعیل پور، نادر و فخارزاده، زهرا (۱۳۹۲). بررسی عوامل کالبدی مؤثر بر ناامنی و جرم خیزی فضا با تأکید بر رویکرد CPTED، مطالعه موردی: محله گودال مصلی در شهر یزد، پنجمین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری. دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، دانشگاه یزد.
- امینیان، سکینه و فرجی، عبدالله (۱۳۹۱). «امنیت، گامی مؤثر در جهت توسعه صنعت گردشگری». فصلنامه دانش انتظامی کردستان، سال سوم، شماره ۱۱، ص ۲۳-۴۰.
- بیات، بهرام (۱۳۸۸). «تبیین جامعه شناختی احساس امنیت در بین شهروندان تهرانی (با تأکید بر نقش پرداخت رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی)». نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۶، شماره ۳۵، ص ۱۱۵-۱۳۲.
- بیگی، مرجان و میرزاخانی، هاجر (۱۳۸۸). نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری، مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان: دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
- تاجران، عزیزالله و کلاکی، حسن (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر عملکرد پلیس بر احساس امنیت شهروندان تهرانی». فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، دوره ۴، شماره ۴، ص ۵۶۱-۵۸۶.
- تقوایی، مسعود و اکبری، محمود (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه ریزی و مدیریت گردشگری و مدیریت گردشگری شهری، اصفهان: نشر پیام علوی اصفهان.
- حاجی اسماعیلی، لیلا و کیانپور، مسعود (۱۳۹۳). «امنیت گردشگری و مشکلات آن از دیدگاه مدیران و دفاتر خدمات جهانگردی استان اصفهان». پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال سوم، شماره ۲، پیاپی ۸، ص ۴۵-۶۰.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۴). «چارچوب روش شناختی برای بررسی احساس امنیت». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲-۳.
- خوشفر، غلامرضا، اسفندیان، آریتا و رحمانی، مریم (۱۳۹۲). «بررسی احساس امنیت فردی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و عوامل مؤثر بر آن، مطالعه موردی: گردشگران منطقه گردشگری ناهارخوران و النگدره شهر گرگان». مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۶، ص ۱۸۱-۲۰۲.
- رامشت، محمدحسین و فیض‌اللهی، مریم (۱۳۹۲). «اولویت‌گذاری و رتبه‌بندی کانون‌های گردشگری دشت ابراهیم یزد»، مجله پژوهش‌های برنامه ریزی فضایی، دوره ۳، شماره ۲، پیاپی ۹، ص ۱-۱۷.
- رسولی، رضا و صالحی، علی (۱۳۹۰). «بررسی و تبیین عوامل مؤثر بر امنیت اجتماعی جوانان». فصلنامه دانش انتظامی، دوره ۱۲، شماره ۳، ص ۱۶۵-۲۰۱.
- زیاری، کرامت‌الله (۱۳۷۸). اصول و روش‌های برنامه ریزی منطقه‌ای، دانشگاه یزد.
- سلیمی سبجان، محمدرضا (۱۳۹۳). «امنیت و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر تهران)». پژوهش‌نامه جغرافیای انتظامی، سال دوم، شماره ۸، ص ۹۷-۱۲۷.
- شاهپوندی، احمد، رئیسی و انانی، رضا و سلطانی، مرضیه (۱۳۹۰). «تأثیر امنیت روانی و اجتماعی بر جذب گردشگران خارجی (نمونه موردی گردشگران خارجی وارد شده به شهر اصفهان در سال ۱۳۸۹)». فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، سال چهارم، شماره ۱، ص ۱۳۷-۱۶۵.
- شوهانی، نادر (۱۳۹۸). «سنجش رتبه‌بندی شهرستان‌های استان کرمانشاه از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری». مجله گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۳، ص ۱۵۳-۱۶۶.
- صالحی، اسماعیل (۱۳۸۶). «نقش آسایش محیطی فضاهای شهری در پیشگیری از ناهنجاری‌های رفتاری». محیط‌شناسی، سال سی و سوم، شماره ۴، ص ۸۳-۹۴.



لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، تهران: شرکت چاپ و نشر بازگانی.

متقی، سمیر، صادقی، محمد و دلالت، مراد (۱۳۹۵). «نقش امنیت در توسعه گردشگری خارجی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد)». مجله گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، ص ۷۷-۹۱.

محمدی، جواد، بگیان، محمدجواد و موسوی، سید سهراب (۱۳۹۱). «بررسی رابطه احساس امنیت اجتماعی با کیفیت زندگی زنان شهر کرمانشاه». فصل‌نامه مطالعات امنیت اجتماعی، دوره ۳، شماره ۳۱، ص ۱۴۳-۱۵۶.

مشکینی، ابوالفضل، حسینی، معصومه، ربانی، طاهها و عباس‌زاده، صغری (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر طرقله)». نشریه گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، ص ۱۷-۳۰.

مغانی، بهنام، سلیمانی دامنه، مجتبی و صباحی گراغانی، یاسر (۱۳۹۶). «سنجش میزان احساس امنیت و آسایش گردشگران داخلی (مطالعه موردی: شهر ساحلی بندرگناوه)». فصل‌نامه علمی گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۴، ص ۱۰۷-۱۲۱.

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان ایلام (۱۳۹۷). گزارش وضعیت گردشگران مذهبی در ایام اربعین.

وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود و شاه‌یوندی، احمد (۱۳۸۹). «تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان (با تأکید بر هتل‌ها)». مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال بیست‌ودوم، شماره ۴، ص ۹۱-۱۱۲.

Beirman, D. (2003). Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach. Wallingford, CT: Cabi Publishing.

Boakye, K. A. (2012). "Tourists' views on safety and vulnerability. A study of some selected towns in Ghana". *Tourism Management*, 33(2), 327-333.

Breda, Z., & Costa, C. (2005). "Safety and security issues affecting inbound tourism in the People's Republic of China". in Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Eds.), *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice*, Butterworth-Heinemann (ISBN 0-7506-7898-4).

صدیق سروستانی، رحمت‌الله و نیمروزی، نوروز (۱۳۸۹). «بررسی ارتباط بین مشارکت در روابط همسایگی و احساس امنیت در محلات شهر مشهد». مجله دانش انتظامی، سال دوازدهم، شماره ۴۷، ص ۱۸۵-۲۲۰.

صلواتی، عادل و مولائی، سوران (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت گردشگران (مطالعه موردی: شهر سنندج)». پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی، سال هشتم، شماره ۴، ص ۹۱-۱۲۰.

صمدیان، منیرسادات (۱۳۸۸). مجموعه مقالات همایش امنیت پایدار گردشگری، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.

ضرابی، اصغر، عزیززاده اصل، جبار و بهاری، عیسی (۱۳۹۳). «تحلیلی بر زیرساخت‌های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش SWOT». نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی، دوره ۱۸، شماره ۴۸، ص ۱۲۰-۱۷۷.

ضرغام بروحینی، حمید (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی. تهران: انتشارات مه‌کامه.

لطفی‌فر، مجتبی و یغفوری، حسین (۱۳۹۱). نقش امنیت در توسعه گردشگری، مورد شناسایی چهارم، اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار جمهوری اسلامی ایران.

عبدلی، اصغر، محمدی، جمال و رضا ابراهیمی (۱۳۹۳). «تحلیلی بر امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر اصفهان)». نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال هجدهم، شماره ۵۰، ص ۲۳۵-۲۵۷.

علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر (۱۳۹۶). «سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از مقصد کویری و بیابانی براساس تحلیل تطبیقی سطح انتظارات و تجربیات (مطالعه موردی: گردشگران روستای صادق‌آباد از دهستان مبارکه شهرستان بافق)». مجله مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره ۶، شماره ۱، ص ۱۴۱-۱۵۸.

فولادی، علیزمان (۱۳۹۸). نقش توریسم مذهبی در توسعه پایدار شهرستان مهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور.

قدرتی، حسین، محمدیان، منیژه، محمدپور، احمد و افراسیابی، حسین (۱۳۹۱). «عوامل مرتبط با احساس آسایش سالمندان (مطالعه شهر سبزوار)». مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۱، ص ۱-۲۲.

گلی، علی (۱۳۹۰). «زنان و امنیت در فضاهای عمومی شهر (مطالعه موردی: پارک آزادی شیراز)». جامعه‌شناسی تاریخی، دوره ۳، شماره ۲، ص ۱۴۳-۱۶۵.

Ghaderi, Z., Saboori, B., & Khoshkam, M. (2017). "Does security matter in tourism demand?". *Current Issues in Tourism*,

Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). "Theeffect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38.