

تاریخ تأیید: ۱۳۹۲/۱۲/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۲۷

رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران

دکتر عباس خورشیدی^۱

محمد پورجعفری^۲

چکیده

یکپارچگی (انسجام) اجتماعی، امور فرهنگی، مدیریت قوی اقتصادی و توسعه، از وجوه نرم‌افزاری امنیت به‌شمار می‌رود. صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد؛ همچنین زمینه حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در حوزه هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری را فراهم سازد.

پژوهشگران در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال اصلی هستند که: «بین توانمندی‌های صنعت گردشگری و امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران چه رابطه‌ای وجود دارد؟» پژوهش حاضر از نظر اهداف، کاربرد؛ ابزار تحقیق، میدانی و کتابخانه‌ای؛ روش گردآوری داده‌ها، کمی و از نظر ماهیت و نوع مطالعه، توصیفی است. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به تعداد ۱۷۰ نفر (۷۰ نفر متخصص و ۱۰۰ نفر گردشگر محلی) است. ابزار سنجش این پژوهش دو پرسش‌نامه ۲۳ سؤالی و ۳۰ سؤالی پژوهشگر ساخته است که به مدد تئوری‌ها و بررسی یافته‌های پیشین گردآوری و سپس بر اساس نظریه متخصصان نهائی شد. اعتبار هر دو ابزار به وسیله آلفای کرونباخ محاسبه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون آماری موسوم به t تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که:

طبق نظر متخصصان، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب افزایش انسجام اجتماعی می‌شود. طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب افزایش انسجام اجتماعی شود. طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب محرومیت‌زدایی در این مناطق شده است.

طبق نظر متخصصان و ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران نتوانسته بر ایجاد اشتغال در مناطق گردشگری، اثر مثبت و معناداری داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، امنیت، امنیت اجتماعی، اشتغال، محرومیت، انسجام فرهنگی.

مقدمه

تأمل در تاریخ و گذشته کشور، مبین آن است که صنعت گردشگری نظیر بسیاری از ظرفیت‌های دیگر اقتصادی، قربانی اقتصاد تک‌محصولی مبتنی بر خام‌فروشی نفتی شده است؛ زیرا مسلماً درآمد سرشار نفت، حس بی‌نیازی کشور نسبت به درآمدهای ارزی حاصل از اقتصاد گردشگری را در دولت‌های مختلف برانگیخته بوده است؛ اما در شرایط تحریمی کنونی بجاست که نگاه دولتمردان نسبت به این صنعت تغییر کرده و قدم‌های مؤثری در راه تبدیل ایران به قطب گردشگری منطقه و جهان برداشته شود.

یکی از فواید پنهان تحریم‌های دنیای استکبار علیه ایران اسلامی به‌ویژه تحریم‌های نفتی، توجه به ظرفیت‌های درآمدزای غیرنفتی نظیر صنعت گردشگری است. باید توجه داشت که صنعت گردشگری امروزه یکی از سه صنعت بزرگ جهان است؛ که افزون بر پردرآمد و کم‌هزینه بودن و نقش برجسته این صنعت پاک در اشتغال‌زایی و ارزآوری؛ از منظر تبادل و توسعه فرهنگی نیز اهمیت درخوری دارد.

برجستگی نقش صنعت گردشگری در توسعه فرهنگی کشور تا به حدی است که حتی اگر این صنعت هیچ توجیه اقتصادی قابل توجهی نداشت؛ بازهم از جهت سیاسی - فرهنگی، توجه به آن برای ایران اسلامی به‌عنوان محور مقاومت در مقابل مستکبرین جهانی قابل دفاع بوده و بهترین پاتک علیه تبلیغات شدید آن‌ها در حوزه‌های مختلف علیه جمهوری اسلامی ایران بود؛ چه رسد به شرایط فعلی که نه تنها این صنعت صرفه اقتصادی قابل توجهی برای کشور دارد؛ بلکه خود در صورت مدیریت صحیح و همراه با پیوست فرهنگی شایسته، یکی از راهکارهای اصلی اقتصاد مقاومتی را تشکیل خواهد داد.

مقام معظم رهبری در سخنان خود بارها بر بحث «اقتصاد مقاومتی» در کشور تأکید کرده و فرموده‌اند: «کاهش وابستگی به صنعت نفت یکی از الزامات اقتصاد مقاومتی است و این وابستگی، میراث شوم صدساله ماست.»

به اعتقاد کارشناسان در بخش گردشگری، آنچه می‌تواند وابستگی اقتصادی به صنعت نفت را به کم‌ترین میزان برساند بهره‌گیری از صنعت گردشگری است که در عین حال که به صرف هزینه‌های کلان، نیازی ندارد به سرعت، اشتغال‌زا و درآمدزاست. در شرایط کنونی می‌توان موضوع «اختلاف ارزش ریال و ارز» را به فرصت تبدیل نمود. در شرایط اقتصادی امروز دنیا، ایران جزء ارزان‌ترین مقاصد سفر در سراسر جهان قابل معرفی است و در وضعیت کنونی که برای استخراج و فروش نفت باید هزینه‌های بسیاری را متحمل شد تا به رقمی از ارز دست یافت به سهولت تنها با یک برنامه‌ریزی هدفمند، هر کدام از گردشگران سایر کشورها در ایران می‌توانند منبعی از ورود ارز باشند. با وجود تمام تحریم‌هایی که هر روز دامنه آن علیه ایران گسترده‌تر می‌شود، توسعه گردشگری را

+ رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران + _____ ۸۳

می‌توان یک فرصت بکر در این میدان تلقی کرد و با برند «گردشگری حلال» در بازارهای گردشگری جهان قدم گذاشت.

موضوعی که مقام معظم رهبری با ظرافت زیبایی در روز پایانی سفر ۸ روزه خود به خراسان شمالی (سال ۱۳۹۱) در دیدار با اعضای هیئت دولت بر آن اشاره داشته و در اولویت‌های آن استان برشمردند. معظم له در سخنان خود ابتدا به بخش کشاورزی، سپس گردشگری و بعد از آن به رسیدگی به کارخانه‌ها و صنایع پرداختند؛ اما نکته قابل تأمل اولویت دادن ایشان به مقوله «گردشگری» بود. موضوعی که پیگیری جدی آن وضعیت اقتصادی منطقه را به سرعت بهبود خواهد بخشید.

مطابق با سند چشم‌انداز توسعه بیست‌ساله کشور، ایران می‌بایست در کلیه زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه، رتبه اول را کسب نماید که دستیابی به ۱/۵ درصد کل گردشگران و ۲ درصد کل درآمد گردشگری جهان از اهداف این سند در ایران تلقی می‌شود.

بنابراین نیاز به مطالعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن در سطح ملی و بین‌المللی برای برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح گردشگری برای رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله پیش از پیش احساس می‌شود. صنعت گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا، یک قدرت اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی بزرگ و البته پدیده‌ای سیاسی و کاملاً امنیت محور است. امنیت و گردشگری در تعامل دوجانبه هم می‌توانند تأثیر افزایشی بر یکدیگر داشته باشند و هم تأثیر کاهشی. به این معنا که افزایش (کاهش) امنیت، باعث رونق (رکود) گردشگری خواهد شد و بالعکس، بنابراین گردشگری ارتباط مستقیم با مقوله امنیت دارد (خبرگزاری ویستا، ۱۳۹۲).

ایجاد امنیت، تسهیلات و ارائه امکانات رفاهی و خدماتی لازم به گردشگران از جمله وظایف اصلی دولت‌ها نسبت به جریان گردشگری است.

در این بین یکی از مؤلفه‌های مهم در توسعه پایدار گردشگری، موضوع امنیت است و اصولاً تا زمانی که امنیت نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و بدون شک، رضایت‌مندی گردشگران از یک مقصد همواره انگیزه بازدید مجدد از آن مکان را فراهم می‌نماید. (مصلحی، ۱۳۸۴: ۲)

بنابراین احساس امنیت از یک مکان به‌نوعی بازاریابی بدون هزینه برای مقاصد گردشگری محسوب می‌شود.

مسئله بودن یا نبودن امنیت صرفاً به بودن یا نبودن جنگ، آشوب و بحران در جامعه محدود نمی‌شود؛ بلکه به کلیه موضوعات اجتماعی که می‌تواند در از بین بردن حس اعتماد و آرامش فرد مؤثر باشد و در صورت نبودن می‌تواند باعث جلب اعتماد بازدیدکننده شود، اطلاق می‌گردد.

نباید فراموش کرد که تحرکات تبلیغاتی و جنگ رسانه‌ای غرب و محافل صهیونیستی علیه ایران همواره وجود دارد تا چهره نادرستی از ایران را به دنیا

معرفی کنند؛ اما آنچه تمام این نقشه‌های پرهزینه دشمنان را نقش بر آب می‌کند ورود گردشگران خارجی به ایران است تا امنیت را در ایران تجربه و با انتقال سینه‌به‌سینه آن در کشورهايشان، خلأ گردشگری ایران را پر کنند.

«لوئیس ترنر» گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌رو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (لی، ۱۳۷۸:۱). توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود همچنین تأثیر بسزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه افزایش رفاه اجتماعی دارد. افزون بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملل و دول را متعادل تر و نزدیک تر می‌سازد (همان: ۱).

اهداف پژوهش

الف - هدف اصلی

تعیین رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران

ب - اهداف فرعی

- تعیین رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با انسجام فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران
- تعیین رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با محرومیت‌زدایی در جمهوری اسلامی ایران
- تعیین رابطه، توانمندی‌های صنعت گردشگری با تولید اشتغال در جمهوری اسلامی ایران

سؤال‌های پژوهش

الف - سؤال اصلی

بین توانمندی‌های صنعت گردشگری و امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران چه رابطه‌ای وجود دارد؟

ب - سؤال‌های فرعی

- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با انسجام فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با محرومیت‌زدایی در جمهوری اسلامی ایران چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با تولید اشتغال در جمهوری اسلامی ایران چه رابطه‌ای وجود دارد؟

فرضیه‌های پژوهش

الف - فرضیه اصلی

بین توانمندی‌های صنعت گردشگری و امنیت اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران رابطه‌ای

مستقیم وجود دارد.

ب- فرضیه‌های فرعی:

- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با انسجام فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.

- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با محرومیت‌زدایی در جمهوری اسلامی ایران رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.

- بین توانمندی‌های صنعت گردشگری با تولید اشتغال در جمهوری اسلامی ایران رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.

پیشینه پژوهش

در خصوص رابطه توانمندی‌های صنعت گردشگری با امنیت اجتماعی جمهوری اسلامی ایران مطالعات متعددی انجام شده که در زیر به برخی از آن‌ها می‌پردازیم:

کهزادی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تحلیلی بر امنیت اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری» چنین نتیجه گرفتند که امروزه امنیت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین راهبرد توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. ایشان بیان داشته‌اند که عوامل زیادی در پیشرفت صنعت گردشگری دخالت دارد که امنیت کافی برای گردشگران یکی از آن موارد است. همچنین اشاره نموده‌اند که ابعاد گسترده این صنعت، ارتباط همه جانبه‌ای در سطوح ملی و منطقه‌ای داشته و هرگونه بروز ناامنی و به‌کارگیری خشونت در سطوح مختلف، لطمات جبران‌ناپذیری را به این صنعت وارد می‌سازد.

سریرافراز (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تحلیل اثر امنیت بر ابعاد اقتصادی صنعت گردشگری در ایران» چنین نتیجه گرفت که از میان مؤلفه‌های مؤثر بر تقاضای سفر به ایران و به‌تبع آن درآمد ارزی حاصل از آن، دو متغیر جنگ و انقلاب که می‌تواند شاخصی برای اندازه‌گیری احساس ناامنی و تحولات داخلی تلقی شوند، نسبت به سایر متغیرها اهمیت بیشتری دارد. ایشان در ادامه به این نکته اشاره می‌کند که در حال حاضر باید تلاش کرد فضای جامعه از این نظر مساعد گردد و پس از اشباع ظرفیت‌های داخلی برای جذب گردشگر، امکانات داخلی توسعه یابد. نامبرده خاطر نشان می‌نماید که با توجه به موقعیت تاریخی و میراث فرهنگی گسترده‌ای که در کشور وجود دارد امکان جذب گردشگر به مقدار چندین برابر امکانات موجود نیز وجود دارد.

آقاسی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار - مطالعه موردی شهرستان چابهار» چنین نتیجه گرفته‌اند که مؤلفه‌های تبلیغات و بازاریابی، احساس امنیت و آرامش و مدیریت دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری و عواملی مثل امکانات تفریحی، سرگرمی و ورزشی، دسترسی به خدمات گردشگری و دفاتر/ شرکت‌های مسافرتی دارای

کم‌ترین میزان تأثیر هستند. نامبردگان بیان داشته‌اند که امروزه بهره‌مندی و کسب درآمدهای پایدار، یکی از راه‌های رشد و توسعه و تولید محسوب می‌شود و در حال حاضر گردشگری پایدار، ابزاری قوی در راستای کمک به تحقق توسعه پایدار تلقی می‌شود؛ چراکه ضمن پاسخ به نیازهای گوناگون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و انتظارات گردشگران، تعادل زیست بومی و سلامت زیست‌محیطی جامعه میزبان را نیز حفظ می‌کند و در رشد اقتصادی، کاهش فقر و امنیت اجتماعی به نسبت زیادی تأثیرگذار است. یکی از اثرات توسعه گردشگری پایدار، رشد اقتصادی است که این مسئله دسترسی بیشتر دولت‌ها به منابع را در پی داشته و در عین حال این‌گونه جوامع نیز از توانایی بیشتر دولت‌هایشان بهره‌مند می‌شوند؛ به طوری که دولت‌های این جوامع می‌توانند خدمات بیشتری همچون خدمات اجتماعی، آموزشی، مراقبت‌های بهداشتی، حفظ محیط‌زیست و امنیت شهروندان به آنان ارائه کنند. نتیجه بهبود این جنبه‌های جامعه می‌تواند بر کیفیت زندگی جوامع اثرگذار بوده و از سوی دیگر سبب توسعه گردشگری پایدار باشد.

خدایی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «رابطه متقابل امنیت، گردشگری و توسعه پایدار اقتصادی» این‌گونه عنوان می‌نماید که صنعت گردشگری در سال‌های اخیر به‌عنوان منبعی برای توسعه پایدار کشورهای در حال توسعه و کشورهای فقیر در نظر گرفته شده است. مزیت اصلی این صنعت در کم‌هزینه بودن و پرسود بودن آن است که موجب گسترش آن می‌شود. وی توسعه گردشگری را نیازمند ایجاد امنیت در کشور می‌داند؛ زیرا گردشگری صنعتی است که هم عرضه و هم تقاضای آن وابسته به امنیت است؛ از این‌رو امنیت را لازمه صنعت گردشگری و رشد گردشگری را شاخصی از وجود امنیت در کشور دانسته است.

اذانی و همکاران (۱۳۸۸) در یک تحقیق علمی با موضوع «سیاست‌گذاری‌های دولت در ایجاد امنیت بین‌المللی از طریق گردشگری» به این نتیجه رسیده‌اند که در نظام اقتصاد جهانی امروز، رابطه بین صنعت گردشگری و دولت از اهمیت زیادی برخوردار است. دولت با سیاست‌هایش می‌تواند هدف‌های بلندمدت این صنعت را تعیین کند. ایشان ادامه می‌دهند که از دید سیاسی، گردشگری اثراتی را در درون و برون کشورها به‌جای می‌گذارد؛ گسترش صلح و امنیت بین‌المللی، وحدت و وفاق ملی، گسترش مردم‌سالاری و... آثار مثبتی بر گردشگری دارد.

بیگی و میرزاخانی (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان «نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری» دریافته‌اند که اصولاً تا امنیت نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت. امنیت و گردشگری، مؤلفه‌های یک معادله هستند که نسبتی مستقیم باهم دارند. در صورت برقراری امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری نقش بسزایی دارد. نامبردگان نتیجه گرفته‌اند که بر اساس ارتقای فرهنگی، امنیت اجتماعی افزایش پیدا می‌کند و امنیت اجتماعی توانایی جامعه را برای حفظ

هویت، منافع و ویژگی‌های اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات و نیز توانایی ارتقای وضعیت اجتماعی به سمت ارزش‌ها و آرمان‌های جامعه بالا می‌برد و با افزایش امنیت اجتماعی، امنیت سیاسی و اقتصادی نیز فراهم می‌شود. محققان اظهار داشته‌اند که آنچه امنیت گردشگری نامیده می‌شود، تنها حفاظت از شر دزدان و تبهکاران نیست، تلفات جاده‌ای، سقوط هواپیما، دیوان‌سالاری در تشریفات، روادید و بیمه، نحوه برخورد نیروی انتظامی، نحوه فعالیت کسبه، محدود بودن ساعات کسب و کار مرتبط با گردشگری به دلیل نداشتن امنیت پس از ساعت مقرر، است؛ در صورتی که بسیاری از درآمدهای گردشگری از طریق تفریحات شبانه مانند کنسرت‌های موسیقی، تئاتر، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری به دست می‌آید. در غیر این صورت، گردشگرانی که هزینه سنگینی را برای دیدار از این مناطق متقبل می‌شوند، چاره‌ای ندارند جز اینکه نیمی از وقت خود را در اتاق‌های هتل سپری کنند؛ چراکه نیروی انتظامی امنیت ساعات نیمه‌شب را تضمین نمی‌کند. پژوهشگران در خاتمه بر توجه همه‌جانبه نسبت به موضوع امنیت اشاره و بر نقش تبدلات فرهنگی، اجتماعی، معادلات سیاسی و تفکرات اقتصادی تا نقش نیروی انتظامی، دست‌اندرکاران گردشگری و مردم کوچه و بازار در این خصوص تأکید می‌نمایند.

صابر (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «امنیت فرهنگی و گردشگری پایدار» دریافت است که تأثیرپذیری فرهنگی حتی از یک جریان کوچک گردشگران اجتناب‌ناپذیر است؛ اما واپایش اثرات زیان‌بار، تأکید بر رفتار مسئولانه گردشگران و جلوگیری از تخریب فرهنگ محلی، عناصر اصلی و اساسی گردشگری پایدار است. وی در ادامه به این نکته اشاره می‌نماید که اثرات فرهنگی در درازمدت دیده می‌شود؛ بنابراین اندازه‌گیری و سنجش آن دشوار است. در مجموع پایداری فرهنگی سبب می‌شود که واپایش مردم بر زندگی خویش ارتقا یابد و این مستلزم همسویی فرایندهای توسعه با فرهنگ و ارزش‌های انسانی و تقویت جوامع محلی برای تأمین نیازهای خویش از راه مشارکت نهادینه و توانمند ساز است.

روش

پژوهش حاضر از نظر اهداف، کاربردی؛ ابزار تحقیق، میدانی و کتابخانه‌ای؛ روش گردآوری داده‌ها، کمی و از نظر ماهیت و نوع مطالعه، توصیفی است؛ زیرا به دنبال پاسخگویی به سؤالاتی است که به روشن شدن و تبیین وضعیت موجود در موضوعی خاص می‌انجامد.

جامعه آماری مورد پژوهش حاضر را کارشناسان گردشگری ج.ا.ا. با تحصیلات کارشناسی به بالا که اغلب، مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و همچنین استادان و دانش‌آموختگان رشته گردشگری (تحت عنوان متخصصان) و عامه مردم اعم از گردشگران، ساکنان و کسبه مناطق مختلف گردشگری در سراسر کشور (تحت عنوان ساکنان و گردشگران محلی) هستند.

برای انتخاب گروه نمونه معرف و افزایش دقت اندازه‌گیری بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و با توجه به فرمول تعیین حجم نمونه اچ. اس. بولا (۱۹۷۰، ترجمه ایلی، ۱۳۷۵) تعداد ۱۷۰ نفر نمونه پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد.

نمونه‌گیری در پژوهش حاضر به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای صورت گرفته است. به این ترتیب که از میان شهرهای گردشگری در سراسر کشور، ۸ استان (تهران، البرز، قزوین، زنجان، همدان، اصفهان، کردستان و مازندران) و از میان مناطق مختلف گردشگری در هر استان، دو منطقه انتخاب شده‌اند. از میان ساکنان، کسبه و گردشگران حاضر در این مناطق، به تصادف به انتخاب نمونه پرداخته شده است.

ابزار سنجش پژوهش حاضر را دو پرسش‌نامه ۳۰ سؤالی (برای متخصصان) و ۲۳ سؤالی (برای ساکنان و گردشگران محلی) که توسط محقق به کمک استادان راهنما و مشاور و بر اساس یافته‌های ملی و جهانی و مصاحبه با خبرگان تدوین شده است.

اعتبار هر دو پرسش‌نامه در پژوهش حاضر به وسیله آلفای کرونباخ محاسبه گردیده که این میزان در پرسش‌نامه مربوط به متخصصان ۰٫۹۳ و در پرسش‌نامه مربوط به ساکنان گردشگران ۰٫۸۹ است. روایی هر دو ابزار به وسیله روایی صوری به دست آمده است.

علاوه بر این، برای بررسی روایی سازی در آزمون به بررسی ماتریس همبستگی هریک از مؤلفه‌ها با کل آزمون پرداخته شده است. ماتریس همبستگی نشان می‌دهد در تمامی مؤلفه‌ها که در ادامه به صورت جداگانه بررسی شده است، همبستگی بالاتر از ۰٫۵۰ گزارش شده که همگی در سطح $P \geq 0.01$ معنادار است. این امر به معنای روایی بالا و قابل قبول برای کل آزمون است.

داده‌های این پژوهش به وسیله دو پرسش‌نامه ۳۰ سؤالی (برای متخصصان) و ۲۳ سؤالی (برای ساکنان و گردشگران محلی) به دست آمده است. پژوهشگر پس از اخذ معرفی‌نامه از مسئولان مستقیماً به گروه نمونه مورد مطالعه مراجعه و پرسش‌نامه‌های یادشده بر روی آن‌ها اجرا و شمارش پرسش‌نامه‌ها به صورت دستی انجام شده و در بسته نرم‌افزاری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روش تحلیل اطلاعات کمی در پژوهش حاضر به صورت آمار توصیفی و استنباطی است. در پژوهش حاضر افزون بر توصیف داده‌ها (رسم جداول توزیع فراوانی، رسم جداول مشخصه‌های آماری و نمودارها) از آزمون‌های آماری موسوم به همبستگی و رگرسیون و t تک نمونه‌ای نیز استفاده شده است. این آزمون‌ها پاسخ سؤالات پژوهش حاضر را فراهم می‌آورند.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

در این بخش به منظور سطح‌بندی متغیرهای پژوهش، نمرات مربوط به هریک از متغیرها را به ۵

قسمت مساوی تقسیم نموده و این پنج بخش از سطح بسیار کم (پایین‌ترین قسمت نمرات) تا سطح بسیار زیاد (بالا‌ترین قسمت نمرات) قابل بررسی است. توزیع نمونه در سطوح مختلف این متغیر در جداول ذیل ارائه گردیده است:

جدول ۱-۱ شاخص‌های توصیفی امنیت اجتماعی به تفکیک گروه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
متخصصان	۹۴,۶۴	۱۹,۲۹	-۰,۰۸	۰,۲۲	۴۹	۱۴۲
ساکنان	۷۰,۵۲	۱۳,۰۷	۰,۳۴	-۰,۱۷	۴۲	۱۰۱

در گروه متخصصان میانگین به‌دست‌آمده در متغیر امنیت اجتماعی برابر ۹۴,۶۴ است که در کران بالای سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده در این گروه برابر ۴۹ و بیشترین نمره برابر ۱۴۲ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

در گروه ساکنان مناطق گردشگری، میانگین به‌دست‌آمده در متغیر امنیت اجتماعی برابر ۷۰,۵۲ است که در سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده برابر ۴۲ و بیشترین نمره برابر ۱۰۱ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

جدول ۱-۲ شاخص‌های توصیفی انسجام اجتماعی به تفکیک گروه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
متخصصان	۲۹,۰۲	۶,۹۶	۰,۱۴	-۰,۵۵	۱۶	۴۵
ساکنان	۲۷,۴۷	۶,۳۸	۰,۱۳	-۰,۴۵	۱۵	۴۲

در گروه متخصصان میانگین به‌دست‌آمده در متغیر انسجام اجتماعی برابر ۲۹,۰۲ است که در سطح بالا قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده در این گروه برابر ۱۶ و بیشترین نمره برابر ۴۵ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

در گروه ساکنان مناطق گردشگری، میانگین به‌دست‌آمده در متغیر انسجام اجتماعی برابر ۲۷,۴۷ است که در سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده برابر ۱۵ و بیشترین نمره برابر ۴۲ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

جدول ۳- ۱ شاخص‌های توصیفی نظم اجتماعی به تفکیک گروه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
متخصصان	۱۹,۵	۵,۱۶	۰,۱۱	-۰,۶۷	۷	۲۷
ساکنان	۱۳,۵۷	۳,۲۸	۰,۳۶	-۰,۲۶	۵	۱۹

در گروه متخصصان میانگین به‌دست‌آمده در متغیر نظم اجتماعی برابر ۱۹,۵ است که در کران بالای سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده در این گروه برابر ۷ و بیشترین نمره برابر ۲۷ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

در گروه ساکنان مناطق گردشگری، میانگین به‌دست‌آمده در متغیر نظم اجتماعی برابر ۱۳,۵۷ است که در سطح بالا قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده برابر ۵ و بیشترین نمره برابر ۱۹ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

جدول ۴- ۱ شاخص‌های توصیفی محرومیت‌زدایی به تفکیک گروه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
متخصصان	۳۶,۶۵	۱۱,۰۵	۰,۰۴	-۰,۶۸	۱۶	۶۰
ساکنان	۲۵,۲۵	۵,۷۹	۰,۰۴	-۰,۷۴	۱۱	۳۸

در گروه متخصصان میانگین به‌دست‌آمده در متغیر محرومیت‌زدایی برابر ۳۶,۶۵ است که در سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده در این گروه برابر ۱۶ و بیشترین نمره برابر ۶۰ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

در گروه ساکنان مناطق گردشگری، میانگین به‌دست‌آمده در متغیر محرومیت‌زدایی برابر ۲۵,۲۵ است که در سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به‌دست‌آمده برابر ۱۱ و بیشترین نمره برابر ۳۸ است. مقدار کجی و کشیدگی به‌دست‌آمده در این متغیر نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

جدول ۵- ۱ شاخص‌های توصیفی اشتغال‌زایی به تفکیک گروه

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
متخصصان	۵,۹۴	۲,۰۷	۰,۱۴	-۰,۷۶	۲	۱۰
ساکنان	۶,۵۵	۱,۸۰	۰,۱۰	-۰,۷۱	۳	۹

در گروه متخصصان میانگین به‌دست‌آمده در متغیر اشتغال‌زایی برابر ۵,۹۴ است که در کران

پایین سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به دست آمده در این گروه برابر ۲ و بیشترین نمره برابر ۱۰ است. مقدار کجی و کشیدگی به دست آمده در این متغیر نشان دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

در گروه ساکنان مناطق گردشگری، میانگین به دست آمده در متغیر اشتغال زایی برابر ۶,۵۵ است که در سطح متوسط قرار دارد. کمترین نمره به دست آمده برابر ۳ و بیشترین نمره برابر ۹ است. مقدار کجی و کشیدگی به دست آمده در این متغیر نشان دهنده نرمال بودن توزیع نمرات در این گروه است.

یافته‌های استنباطی

سؤال اصلی پژوهش

سؤال اول عبارت است از: آیا توسعه گردشگری می‌تواند موجب افزایش امنیت اجتماعی در جامعه گردد؟

به منظور بررسی معناداری تفاوت نمرات در دو گروه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جدول ۱۶- آزمون t تک نمونه‌ای (معناداری تفاوت امنیت اجتماعی با مقدار متوسط به

تفکیک گروه)

گروه‌ها	میانگین نمونه	مقدار متوسط	اختلاف میانگین‌ها	درجه آزادی	مقدار t	سطح معناداری
متخصصان	۹۴,۶۴	۹۰	۴,۶۴	۶۹	۲,۱۱	۰,۰۵
ساکنان	۷۰,۵۲	۶۹	۱,۵۲	۶۹	۰,۵۱	۰,۶۱

میانگین نمره مربوط به نظرات متخصصان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش امنیت اجتماعی برابر ۹۴,۶۴ است که به میزان ۴,۶۴ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P \leq 0,05$ معنادار است. به این ترتیب، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری به طور معناداری موجب افزایش امنیت اجتماعی می‌شود.

میانگین نمره مربوط به نظرات ساکنان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش امنیت اجتماعی برابر ۷۰,۵۲ است که به میزان ۱,۵۲ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq 0,05$ معنادار نیست؛ بنابراین، طبق نظر ساکنان مناطق گردشگری توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب افزایش امنیت اجتماعی شود.

سؤال فرعی اول

سؤال اول عبارت است از: آیا توسعه گردشگری می‌تواند موجب افزایش انسجام اجتماعی در جامعه گردد؟

به منظور بررسی معناداری تفاوت نمرات در دو گروه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جدول ۷-۱ آزمون t تک نمونه‌ای (معناداری تفاوت انسجام اجتماعی با مقدار متوسط به تفکیک

(گروه)

گروه‌ها	میانگین نمونه	مقدار متوسط	اختلاف میانگین‌ها	درجه آزادی	مقدار t	سطح معناداری
متخصصان	۲۹,۰۲	۲۷	۲,۰۹	۶۹	۲,۴۳	۰,۰۱
ساکنان	۲۷,۴۷	۲۷	۰,۴۷	۶۹	۰,۵۱	۰,۶۴

میانگین نمره مربوط به نظرات متخصصان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش انسجام اجتماعی برابر ۲۹,۰۲ است که به میزان ۲,۰۹ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq ۰,۰۱$ معنادار است. به این ترتیب، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری به طور معناداری موجب افزایش انسجام اجتماعی می‌شود.

میانگین نمره مربوط به نظرات ساکنان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش انسجام اجتماعی برابر ۲۷,۴۷ است که به میزان ۰,۴۷ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq ۰,۰۱$ معنادار نیست؛ بنابراین، طبق نظر ساکنان مناطق گردشگری توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب افزایش انسجام اجتماعی شود.

سؤال فرعی دوم:

سؤال دوم عبارت است از: آیا توسعه گردشگری می‌تواند موجب افزایش نظم اجتماعی در جامعه گردد؟

به منظور بررسی معناداری تفاوت نمرات در دو گروه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جدول ۸-۱ آزمون t تک نمونه‌ای (معناداری تفاوت نظم اجتماعی با مقدار متوسط به تفکیک گروه)

گروه‌ها	میانگین نمونه	مقدار متوسط	اختلاف میانگین‌ها	درجه آزادی	مقدار t	سطح معناداری
متخصصان	۱۹,۵	۱۸	۱,۵	۶۹	۲,۴۲	۰,۰۱
ساکنان	۱۳,۵۷	۱۲	۱,۵۷	۶۹	۱,۹۳	۰,۰۲

میانگین نمره مربوط به نظرات متخصصان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش نظم اجتماعی برابر ۱۹,۵ است که به میزان ۱,۵ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq ۰,۰۱$ معنادار است. به این ترتیب، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری به طور معناداری موجب افزایش نظم اجتماعی می‌شود.

میانگین نمره مربوط به نظرات ساکنان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری برافزایش نظم

اجتماعی برابر ۱۳,۵۷ است که به میزان ۱,۵۷ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. مقدار t به دست آمده در سطح $P < 0,05$ معنادار است. به این ترتیب، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت طبق نظر ساکنان مناطق گردشگری، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب افزایش نظم اجتماعی می‌شود.

سؤال فرعی سوم:

سؤال سوم عبارت است از: آیا توسعه گردشگری می‌تواند موجب محرومیت‌زدایی در جامعه گردد؟ به‌منظور بررسی معناداری تفاوت نمرات در دو گروه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جدول ۹-۱ آزمون t تک نمونه‌ای (معناداری تفاوت محرومیت‌زدایی با مقدار متوسط به

تفکیک گروه)

گروه‌ها	میانگین نمونه	مقدار متوسط	اختلاف میانگین‌ها	درجه آزادی	مقدار t	سطح معناداری
متخصصان	۳۶,۶۵	۳۶	۰,۶۵	۶۹	۰,۴۹	۰,۶۲
ساکنان	۲۵,۲۵	۲۴	۱,۲۵	۶۹	۱,۵۲	۰,۰۷

میانگین نمره مربوط به نظرات متخصصان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری بر محرومیت‌زدایی برابر ۳۶,۶۵ است که به میزان ۰,۶۵ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است؛ اما مقدار t به دست آمده در سطح $P < 0,01$ معنادار نیست. به این ترتیب، می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران نتوانسته اثر مثبت و معناداری بر محرومیت‌زدایی در مناطق گردشگری داشته باشد.

میانگین نمره مربوط به نظرات ساکنان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری بر محرومیت‌زدایی برابر ۲۵,۲۵ است که به میزان ۱,۲۵ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است. با کمی اغماض می‌توان گفت مقدار t به دست آمده در سطح $P < 0,05$ معنادار است؛ بنابراین، طبق نظر ساکنان مناطق گردشگر، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب محرومیت‌زدایی در این مناطق شده است.

سؤال فرعی چهارم:

سؤال چهارم عبارت است از: آیا توسعه گردشگری می‌تواند موجب ایجاد اشتغال در جامعه گردد؟ به‌منظور بررسی معناداری تفاوت نمرات در دو گروه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جدول ۱۰-۱ آزمون t تک نمونه‌ای (معناداری تفاوت اشتغال‌زایی با مقدار متوسط به تفکیک گروه)

گروه‌ها	میانگین نمونه	مقدار متوسط	اختلاف میانگین‌ها	درجه آزادی	مقدار t	سطح معناداری
متخصصان	۵,۹۴	۶	-۰,۰۶	۶۹	-۰,۲۳	۰,۸۱
ساکنان	۶,۵۵	۶	۰,۵۵	۶۹	۰,۹۴	۰,۲۱

میانگین نمره مربوط به نظرات متخصصان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری بر اشتغال‌زایی برابر ۵,۹۴ است که به میزان ۰,۰۶ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس کمتر است؛ اما مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq 0,01$ معنادار نیست. به این ترتیب، می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران نتوانسته اثر مثبت و معناداری بر ایجاد اشتغال در مناطق گردشگری داشته باشد.

میانگین نمره مربوط به نظرات ساکنان در خصوص اثرگذاری توسعه گردشگری بر ایجاد اشتغال برابر ۶,۵۵ است که به میزان ۰,۵۵ نمره از حد متوسط در نظر گرفته شده در این مقیاس بیشتر است؛ اما مقدار t به دست آمده در سطح $P \geq 0,05$ معنادار نیست؛ بنابراین، طبق نظر ساکنان مناطق گردشگری توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب ایجاد اشتغال در این مناطق شود.

نتیجه‌گیری پژوهش

داده‌های پژوهش حاضر چنانچه که قبلاً نیز اشاره شد به وسیله دو پرسش‌نامه ۲۳ سؤالی و ۳۰ سؤالی به دست آمده است. محقق پس از اجرای پرسش‌نامه‌ها، به مدد آزمون‌های t تک نمونه‌ای، داده‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده که نتایج این آزمون‌ها بیانگر مطالب زیر است:

نخستین یافته پژوهش حاضر، بیانگر این مطلب است که از دیدگاه متخصصان صنعت گردشگری، توسعه صنعت گردشگری در کشور نتوانسته موجبات افزایش امنیت اجتماعی را فراهم آورد و می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت که از نظر متخصصان، توسعه صنعت گردشگری به امنیت اجتماعی می‌انجامد.

دومین نتیجه پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری در کشور نتوانسته موجبات افزایش امنیت اجتماعی را فراهم آورد و می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب افزایش امنیت اجتماعی شود.

سومین یافته پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه متخصصان صنعت گردشگری، توسعه صنعت گردشگری در کشور نتوانسته، انسجام فرهنگی را افزایش دهد و با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت: طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب افزایش انسجام فرهنگی می‌شود.

چهارمین نتیجه پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه ساکنان و گردشگران محلی، بین توسعه گردشگری و انسجام فرهنگی رابطه معناداری وجود ندارد و می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت: طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب افزایش انسجام فرهنگی شود.

پنجمین یافته پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه متخصصان صنعت گردشگری، توسعه صنعت گردشگری در کشور توانسته موجبات افزایش نظم اجتماعی را فراهم آورد؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت: طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب افزایش نظم اجتماعی می‌شود.

ششمین نتیجه پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری در کشور توانسته موجبات افزایش نظم اجتماعی را فراهم آورد. به‌این‌ترتیب، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب افزایش نظم اجتماعی می‌شود.

هفتمین یافته پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه متخصصان صنعت گردشگری، با وجود اهمیت و تأثیرگذاری گردشگری بر محرومیت‌زدایی، توسعه گردشگری در این نتوانسته به این مهم نائل آید، به‌این‌ترتیب، می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران نتوانسته اثر مثبت و معناداری بر محرومیت‌زدایی در مناطق گردشگری داشته باشد. هشتمین نتیجه پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که برخلاف نظر متخصصان، از دیدگاه ساکنان و گردشگران محلی، توسعه گردشگری در این مناطق نتوانسته به‌طور معناداری موجب محرومیت‌زدایی در این مناطق شود. به‌این‌ترتیب، طبق نظر ساکنان و گردشگران محلی، توسعه صنعت گردشگری به‌طور معناداری موجب محرومیت‌زدایی در این مناطق شده است.

نهمین یافته پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه متخصصان صنعت گردشگری، بین توسعه و توانمندی گردشگری و ایجاد اشتغال، رابطه‌ای مستقیم و معنادار وجود ندارد. به‌این‌ترتیب، می‌توان گفت طبق نظر متخصصان توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران نتوانسته اثر مثبت و معناداری بر ایجاد اشتغال در مناطق گردشگری داشته باشد.

دهمین نتیجه پژوهش حاضر بیانگر این مطلب است که از دیدگاه ساکنان و گردشگران محلی، بین توسعه گردشگری و ایجاد اشتغال رابطه معناداری وجود ندارد به‌این‌ترتیب، طبق نظر ساکنان مناطق گردشگری توسعه صنعت گردشگری نتوانسته موجب ایجاد اشتغال در این مناطق شود.

یافته‌های این پژوهش با یافته‌های افرادی همچون کهزادی و خادم‌الحسینی (۱۳۸۸)، سریرافراز (۱۳۸۸)، آقاسی، ابراهیم زاده و هادیانی (۱۳۸۸)، خدائی (۱۳۸۸)، اذانی، مدنی و خاکی (۱۳۸۸)، هزارجریب (۱۳)، بیگی و میرزاخانی (۱۳۸۸) و صابر (۱۳۸۸) مطابقت نسبی دارد. بدین معنا که طبق نظر متخصصان، بین توسعه صنعت گردشگری و امنیت اجتماعی، انسجام فرهنگی و نظم اجتماعی رابطه مستقیم وجود دارد؛ اما از نظر ساکنان و گردشگران محلی، بین توسعه گردشگری و امنیت اجتماعی، انسجام فرهنگی و ایجاد اشتغال رابطه مستقیم و معناداری وجود ندارد.

محدودیت‌ها

- برخی محدودیت‌های پژوهش عبارت است از:
- نبود قابلیت تعمیم نتایج پژوهش به کل جامعه مورد مطالعه به دلیل کمبودها و موانع موجود در اجرای پژوهش در مقیاس وسیع‌تر
- نبود قابلیت تعمیم وسیع‌تر نتایج پژوهش به کل جامعه مورد مطالعه به دلیل استفاده نکردن از مقیاس‌های دیگر با مضمون متفاوت‌تر و طول زیادتر و نرم ملی در تهیه ابزار سنجش
- دشواری در کمی ساختن تمامی متغیرهای مؤثر بر امنیت اجتماعی
- احتمال وجود نوعی خطای یک‌طرفه به علت نبود دقت آزمودنی‌ها در پاسخ‌دهی به سؤال‌ها.

پیشنهادها

- پیشنهادهای پژوهش نیز بدین شرح است:
- اجرای این پژوهش برای کل کشور توسط گروهی از متخصصان با ابزارهای استاندارد و اعلام نتیجه آن به مسئولین مربوطه.
- پیشنهاد می‌شود آموزش به مسئولان از طریق انتشار فصلنامه‌ها و اجرای همایش‌های تخصصی، درباره اهمیت توسعه صنعت گردشگری و تأثیر آن بر امنیت اجتماعی به‌ویژه ایجاد اشتغال، محرومیت‌زدایی و انسجام فرهنگی.
- بازنگری و اصلاح ساختار این صنعت در کشور.
- آموزش در حوزه اطلاعات و رفتارهای خاص گردشگری.
- قرار گرفتن بخش دولتی و بخش خصوصی هر یک در جایگاه خود و تعامل آن‌ها به‌منظور رشد و شکوفایی این صنعت.
- انسجام نهادها و اعضای دست‌اندرکار توسعه گردشگری.
- تهیه و تدوین بسته سرمایه‌گذاری مشخص به‌ویژه در خصوص گردشگری مذهبی از نظر زیرساخت‌های گردشگری اعم از هتل، وسایل حمل‌ونقل، تور و ... به لحاظ موقعیت فرهنگی مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر.
- ارتقای سطح آگاهی مردم از طریق تبلیغات و اطلاع‌رسانی صحیح.
- تدوین و ارائه برنامه‌های آموزشی برای تمامی کسانی که به نحوی از انحاء در تماس مستقیم با گردشگران هستند.
- آموزش گردشگران داخلی و خارجی به‌منظور آشنایی با فرهنگ، آداب‌ورسوم و ارزش‌های مردم بومی و احترام گذاشتن به آن‌ها.

منابع

۱. اذانی، مهری. مدنی، بهناز. خاکی، اسدالله. (۱۳۸۸). **سیاست‌گذاری‌های دولت در ایجاد امنیت بین‌المللی از طریق گردشگری**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۲. آقاسی، عبدالم...، ابراهیم‌زاده، عیسی. هادیانی، زهره. (۱۳۸۸). **نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار - مطالعه موردی شهرستان چابهار**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۳. بیگی، مرجان. میرزاخانی، هاجر. (۱۳۸۸). **نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۴. خبرگزاری ویستا. (۱۳۹۲). «بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری».
۵. خدائی، حامد. (۱۳۸۸). **رابطه متقابل امنیت، گردشگری و توسعه پایدار اقتصادی**، اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۶. سریرافراز، محمد. (۱۳۸۸). **تحلیلی اثر امنیت بر ابعاد اقتصادی صنعت گردشگری در ایران**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۷. صابر، الهه. (۱۳۸۸). **امنیت فرهنگی و گردشگری پایدار**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۸. لی، جان. (۱۳۷۸). **گردشگری و توسعه در جهان سوم**. ترجمه؛ افتخاری، علی‌رضا رکن‌الدین و صالحی امین، معصومه، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران، چاپ اول.
۹. کهزادی، اسفندیار. خادم‌الحسینی، احمد. فتوحی، زیبا. دائی، نگار. (۱۳۸۸). **تحلیلی بر امنیت اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری**. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
۱۰. مصلحی، محسن. (۱۳۸۴). «**شناسایی موانع صنعت توریسم**»، اصفهان، راهبردهای علمی و عملی در اصفهان.