



راهبرد سنجی گردشگری ابزاری مناسب برای توسعه، نظم و امنیت در استان کرمان

پرویز رجبی^۱، محدثه ابراهیمیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۰۵

چکیده

نقش صنعت گردشگری برای ایجاد نظم و امنیت و ارتقاء سطح کیفی زندگی جوامع محلی و ایجاد تعادل بین توسعه پایدار بسیار با اهمیت و قابل توجه است از سوی دیگر به طور موثری می‌تواند مشکلات جوامع فقیر و کم درآمد را مهار کند. در این پژوهش تلاش شده است تا ضمن تحلیل وضعیت موجود، به بررسی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدات استان کرمان به منظور رسیدن به حد مطلوب توسعه پرداخته شده است. به این منظور ابتدا با استفاده از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه به تعیین ابعاد چهارگانه مدل SWOT پرداخته شده و بر پایه نتایج بدست آمده، راهبردهایی برای وضعیت‌های مختلف تعیین گردید و در نهایت با استفاده از ماتریس اندازه‌گیری کمی، هر یک از راهبردها با استفاده از مولفه‌های چندگانه مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد امتیاز وزن‌های استان کرمان در ماتریس عوامل خارجی ۳/۰۶ (مطلوب) و عوامل داخلی ۲/۰۵ می‌باشد که بدین ترتیب وضعیت کلی استان در خانه دوم ماتریس ترکیبی قرار می‌گیرد که بیانگر اتخاذ راهبردهای رشد و توسعه در رابطه با توسعه صنعت گردشگری در استان کرمان با توجه به توسعه زیرساخت‌های گردشگری و توجه به مولفه‌های اجتماعی نظیر نظم و امنیت است همچنین سنجش کمی راهبردها نشان داد از بین راهبردهای تدوین شده، راهبرد تمرکز به نیازها و دست‌یابی به پیش‌شرط‌های اصلی توسعه، نظیر گسترش و تجهیز راه‌ها، ایجاد شبکه ریلی مناسب، ایجاد تأسیسات و خدمات ویژه گردشگری و تاکید بر مزیت اصلی در معرفی توان‌های باستانی و تاریخی و بهره‌گیری از مزیت‌های جغرافیایی از جمله شرایط اقلیمی با داشتن بالاترین نمره به ترتیب ۲/۳ و ۱/۶۶ دارای بیشترین امتیاز و راهبردهای هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی با نمره ۰/۸۱ دارای کمترین اثر می‌باشند.

کلید واژه: امنیت، توسعه، گردشگری، QSPM، SWOT، کرمان



بیان مسأله

اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه اقتصادی آن می‌باشد که قابلیت بالایی در زمینه‌ی پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارد، بگونه‌ای که صنعت گردشگری در سال‌های گذشته رشدی معادل ۵,۹ درصد و در حدود ۵,۵ تریلیون دلار داشته است (Chiang lee: ۲۰۰۸, ۸۰). مقوله‌ی گردشگری که هم‌اکنون به شکل گسترده و فراگیری مدنظر است، در واقع پدیده‌ای تقریباً نوظهور محسوب شده که آغاز آن به اوایل قرن نوزدهم باز می‌گردد (پاپلی یزدی و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۲۰) مطابق آخرین گزارش‌های سازمان جهانی جهانگردی (WTO) صنعت گردشگری مهم‌ترین کالای صادراتی و منبع درآمد کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته بوده و با نرخ رشد سریع در سال‌های اخیر، پس از صنعت نفت مهم‌ترین منبع درآمد ارزی کشورهاست.

سیاست دولت‌ها در دهه‌های اخیر به توسعه گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و ایجاد درآمد تأکید می‌نماید که در فراسوی مناقشات حاصل از تخصصی شدن فرآیندها و نگرش تولیدی به گردشگری، اهمیت انعطاف‌پذیری جانشینی بین گردشگری و دیگر کالا/خدمت را مدنظر قرار می‌دهند (lanz: ۲۰۰۳, ۳۲۰).

تا اواخر دهه ۱۹۷۰ گردشگری بعنوان فعالیتی طلایی و بدون آلودگی معرفی و همواره بر پیامدهای مطلوب و به ویژه بر منافع اقتصادی آن تأکید می‌شد (Choi, ۲۰۰۳: ۷۷). در دهه ۱۹۹۰ در راستای پارادایم توسعه پایدار، رویکردهای سنتی گردشگری به چالش کشیده و با تأکید همزمان بر پیامدهای مطلوب و نامطلوب گردشگری، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد پایدار گردشگری آغاز شد (Jurowski & et al, ۱۹۷۷: ۳). رویکرد توسعه پایدار گردشگری یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه توسعه گردشگری، به یک رویکرد کلی نگر (سیستمی‌تر) را نشان می‌دهد که در این رویکرد، نه تنها نیازهای بازار مورد توجه است بلکه نیازهای جامعه و محیط زیست طبیعی نیز مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد (Hawkes & et al, ۱۹۹۳: ۲۱).

یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های ایجاد شده در استان کرمان توسعه زیرساخت‌ها و امکانات در جهت فراهم نمودن بستر مناسب توسعه صنعت درآمدزا و اشتغال آفرین گردشگری (به خصوص گردشگری تاریخی، فرهنگی و باستانی و مذهبی، می‌باشد. که در این تحقیق به آن پرداخته می‌شود در این تحقیق با استفاده از مدل راهبردی SWOT به بررسی ابعاد مختلف راهبردی گردشگری بعنوان ابزاری برای توسعه، نظم و امنیت در استان کرمان (با استفاده از مدل SWOT و تشکیل ماتریس اندازه‌گیری کمی راهبردی QSPM) پرداخته می‌شود و با بهره‌گیری از ماتریس‌های سه‌گانه عوامل داخلی (IFE)، خارجی (EFE) و ترکیبی (IE) هریک از ابعاد مدل سوات مورد ارزیابی و اندازه‌گیری قرار می‌گیرد.





مبانی نظری تحقیق

صاحب نظران متعددی در سطح بین‌المللی به مقوله توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند (Mowforth, A. & Munt, I., ۲۰۰۴)، (MCGehee, N.G and K. L. Andereck, ۱۹۸۸)، (Murphy, ۱۹۸۳)، (Amore & et al, ۱۹۸۸)، (Liu, Juanita c., J. Sheldon & T. Var, ۱۹۸۷)، (Martin and Uysal, ۱۹۹۰) در مطالعات صورت گرفته تأکید خاصی بر روی لزوم همه جانبه‌گری و توجه به شاخص‌های متنوع از مؤلفه‌های اقتصادی و فرهنگی تا معیارهای سیاسی و حقوقی و امنیتی در امر توسعه گردشگری صورت گرفته است. بنا به تعریف سازمان جهانی جهانگردی، توسعه پایدار گردشگری، فرآیندی است که با کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدید کنندگان و با همان نسبت با حفاظت منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است (Hunter & et al, ۱۹۹۵: ۲۰, WTO, ۱۹۹۶).

کشورهای پیشرو در حوزه گردشگری، در سال‌های گذشته به شدت و با سرعتی زیاد ضمن مهیا ساختن زیر ساخت‌ها، میزان گردشگر پذیری و درآمد زائی خود را به سطح بالایی ارتقاء داده‌اند. اما متأسفانه کشور ما نسبت به سی سال گذشته خود حدود چهار برابر در جهت مخالف (منفی) از لحاظ درآمدهای گردشگری و تعداد توریسم پذیری تنزل داشته است. آمارهای سازمان جهانی توریسم طی بیست و پنج سال گذشته نشان می‌دهد که سهم کشورهای جنوب آسیا از جهانگردان بین‌المللی و درآمدهای جهانگردی، از ۳ درصد افزایش یافته است. اما این سهم همواره کمتر از یک درصد از کل جهانگردان بین‌المللی را تشکیل می‌دهد. سهم ایران از این مقدار به تناسب سال‌های مختلف، در قبل از انقلاب بین ۳۰ تا ۴۰ درصد بوده و بعد از آن سهم ایران در حدود ۵ تا ۷ درصد در نوسان بوده است. این سهم در سال‌های اخیر با رشدی اندک به حدود ۱۰ درصد رسیده است. بهره‌گیری هدفمند از این صنعت پرسود و رفع عقب ماندگی‌ها نیازمند عزمی ملی، تدوین برنامه‌های مناسب و اجرای اصولی آن‌هاست.

در این راستا و در سال ۱۹۸۹ جانسون و همکاران در مطالعه‌ای، SWOT را به عنوان ابزاری که در مراحل اولیه تصمیم‌گیری استفاده می‌شود. معرفی کردند. این ماتریس در صورتی که اهداف مشخص و شاخص‌های مورد نیاز فراهم باشند در اجرای طرح‌های توسعه‌ای مؤثر است (Johnson & et al, ۱۹۹۰: ۲۰).

روش تجزیه و تحلیل SWOT و ماتریس‌های کمی برنامه‌ریزی راهبردی، راهکارهای ارائه شده را بررسی و طبقه‌بندی می‌کند. قلمرو این روش وسیع و گسترده بوده و کاربردهای آن متنوع و گسترده می‌باشد و در واقع چهارچوبی مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه‌ها، تنگناها، تهدیدها، جنبه‌های آسیب‌زنده، فرصتها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف راهبرد بوجود می‌آورد (Srivastava & et al, ۲۰۰۵: ۲۱).





و استیوارت و همکاران در سال ۲۰۰۲ تحلیل سلسله مراتبی (AHP) را با SWOT ترکیب کردند و روش ترکیبی جدیدی برای بهبود کاربرد مدل SWOT بوجود آوردند. ماتریس راهبردی کمی (QSPM) روشی تحلیلی است که با آن جذابیت نسبی راهبردها مشخص می‌شود. با این روش می‌توان بصورت عینی راهبردهای گوناگونی که در زمره بهترین راهبردها هستند، مشخص کرد. برای تهیه ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی از نتیجه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استفاده می‌شود.

امنیت

ریشه امنیت در لغت از امن، استیمان، ایمان و ایمنی است که به مفهوم اطمینان، آرامش در برابر خوف و ترس و نگرانی و ناآرامی است (کوشافر، ۱۳۹۱: ۷۳) امنیت را باید یک واژه نسبی، چند بعدی، بین رشته‌ای، عمومی و مبتنی بر یک پروسه اجتماعی و فرهنگی دانست (شرفی و همکاران، ۱۳۹۱، ۲) لارونی مارتین معتقد است امنیت عبارت است از تضمین رفاه آتی، همین طور جان نئی مورز می‌گوید امنیت یعنی رهایی نسبی از تهدیدات زیان بخشی، احساس امنیت پدیده‌ای روان شناختی و دارای ابعاد گوناگون است این احساس ناشی از تجربه‌های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است نگاهی اجمالی به تعاریف امنیت ما را متوجه این نکته می‌کند که امنیت مفهومی است چند لایه و چند سطحی که به سادگی نمی‌توان به تعریفی یک دست از آن دست یافت البته این تنوع تعاریف و پیچیدگی در سطوح تحلیلی آن به معنای پراکندگی و نداشتن قدر مشترک نیست (هراز جریبی، ۱۳۹۰) از دیدگاه حقوق بشر امنیت اطمینان خاطری است که به موجب آن افراد می‌توانند در جامعه بدون هیچگونه مزاحمت و ترسی به فعالیت بپردازند و مانعی بر سر راه نداشته باشد. (بخشنده و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۵) و حفظ امنیت در ابعاد فردی، اجتماعی و ملی از جمله مهمترین وظایف حکومت‌ها محسوب می‌گردد (حسانی، ۱۳۹۱: ۳۳). احساس امنیت برآمده از تعادل مجموعه متغیرهایی است که جامعه را در فضای اجتماعی مساعد قرار می‌دهد که مردمان احساس امنیت می‌کنند و آرامش خیال دارند (موسوی، ۱۳۹۱: ۱۰).

امنیت اجتماعی: از ضروریات زندگی امروز وجود امنیت در سطح جوامع می‌باشد. صاحب‌نظران امنیت را به دو بخش ملی و خارجی تقسیم می‌کنند که امنیت داخلی را مربوط به عوامل داخلی می‌دانند و تهدید دولت‌های دیگر را در خارج از مرزهای جغرافیایی را در حوزه امنیت خارجی بر می‌شمرند (نائیج، ۱۳۹۱، ۳۸).

احساس امنیت برآمده از تعادل، میان مجموعه متغیرهایی است که جامعه را در فضای اجتماعی مساعدی قرار می‌دهد که مردمان احساس امنیت می‌کنند و آرامش خیال دارند. ابعاد این امنیت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، فضایی و نظامی است. به عبارت دیگر





یکی از مقولاتی که توجه اندیشمندان جامعه شناسی را به خود مشغول کرده مفهوم امنیت اجتماعی است. مفهوم یادشده حکایت از حفظ فرد در مقابل خطراتی دارد که مسبب آن زندگی جمعی است همانند بیکاری، فقر و مواردی مانند آن. امنیت اجتماعی مایه دوام و قوام یک جامعه است. توسعه اجتماعی، شکوفایی استعدادها و خلاقیت آحاد جامعه، مدیون وجود امنیت اجتماعی است (رجبی، ۱۳۹۱، ۵۶). مساله امنیت اجتماعی که در اسلام، آیات و روایات به کرات اشاره شده یکی از اساسی ترین چالش ها به شمار می رود (رجبی، ۱۳۹۱، ۸۶) و به مفهوم رهایی از ترس و خطر و احساس دوری از هرگونه تعهد، یکی از نیازهای اصلی و اساسی انسان ها از آغاز زندگی بوده است امنیت به این معنا پیوند عمیقی یا ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد (هزار جریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹).

توسعه: به طور کلی توسعه به معنای تلاش برای بهبود زندگی، همزاد تاریخ جامعه بشری است اما توسعه به مفهوم امروزی آن که بیشتر یک مفهوم مقایسه ای است، از جمله مفاهیمی است که بیش از هر موضوع دیگری در نیم قرن اخیر مورد بحث محافل مختلف قرار گرفته است (جمعه پور، ۱۳۸۹، ۵۱) توسعه در مفهوم کلی خود به معنای ارتقای سطح مادی و معنوی جامعه انسانی و ایجاد شرایط مناسب یک زندگی سالم برای تمامی افراد جامعه است با توجه به این مفهوم توسعه در بر گیرنده جنبه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است که تغییرات کمی و کیفی را شامل می شود و در عین حال از نظر داخلی و خارجی از مفاهیم نسبی به شمار می رود (رزاقی، ۱۳۶۹: ۳۲). مقصود مطلوب توسعه بهبود کیفیت زندگی همه است بنابر این کوشش برای دستیابی به توسعه باید به شکلی باشد که منافع اکثریت مردم را در بر گیرد. توسعه به طور کلی فرایندی پویاست که همراه با روندهای دگرگون سازی با وضعیتی متعادل و قابل زیست می انجامد. بر همین اساس توسعه یافتگی در جنبه نظری بدین معناست که افراد و گروه های اجتماعی یک سرزمین قادر به سرنوشت خویش شوند و بتوانند اهداف ملی را با انتخاب آگاهانه براساس شرایط و امکانات خویش به پیش برند بدون اینکه در مناسبات و روابط خود با مشکلاتی همچون بحران، استثمار و وابستگی و سلطه مواجه گردند.

توسعه در ابعاد مختلف که هر یک به نوعی در زندگی انسان نمودار است. توسعه جریان چندبعدی است که خود تجدد سازمان و سمت گیری متفاوت کل نظام اقتصادی - اجتماعی را به همراه دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی و توسعه ای می باشد که به منظور ارزیابی و تخصیص وزن به متغیرهای ماتریس ها و مدل های تحقیق، پرسشنامه های طراحی و در اختیار گروه هدف که شامل جوامع ذیل بوده، قرار گرفت. ۱- صاحب نظران و کارشناسان ۲- اعضای هیئت





علمی دانشگاهی مرتبط با موضوع تحقیق ۳- مسئولان اجرایی صنعت گردشگری تعداد پرسشنامه‌های ارسالی ۲۰۰ مورد بوده که از این تعداد، ۱۶۲ پرسشنامه توسط گروه‌های آماری تکمیل و دریافت گردید که نتایج آن در اختصاص ضرایب و جذابیت راهبردها مدنظر قرار گرفت. برای اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد که ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۹ است که به معنی تأیید پایایی پرسشنامه می‌باشد. برای سنجش روایی ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) و اطمینان از اعتبار سازه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. مقادیر شاخص‌های $AGFI$ ، GFI و $RMSEA$ که به ترتیب برابر با ۰/۸ و ۰/۷۸ و ۰/۲۳ هستند، نشان از خطای کم در اندازه‌گیری و مقدار کای دو به دست آمده (۷،۲،۸) بیانگر مناسب بودن برازش می‌باشد.

در این مطالعه ابتدا به بررسی و شناسایی عوامل محیطی (شامل عوامل محیط داخلی و خارجی) پرداخته می‌شود. بدین منظور ابتدا متغیرهای محیطی تأثیر گذار شناسایی و با استفاده از ماتریس‌های سه گانه اندازه‌گیری خواهند شد. سپس با تعیین راهبردهای مختلف برای وضعیت‌های گوناگون مدل (شامل ST ، WO ، SO ، WT) ضمن ارائه ماتریس ترکیبی مدل $SWOT$ و راهبردهای موقعیتی، با استفاده از روش برنامه‌ریزی راهبردی کمی ($QSOM$) جذابیت هر یک از راهبردها و عوامل اصلی تعیین و نسبت به اولویت بندی راهبردها اقدام می‌شود.

یافته های تحقیق

محدوده مورد مطالعه

استان کرمان در جنوب شرقی ایران در مدارهای ۳۰ درجه و ۱۵ دقیقه شمالی عرض جغرافیایی و ۵۶ درجه و ۵۸ دقیقه شرقی طول جغرافیایی قرار دارد. این استان از شمال به استان‌های خراسان جنوبی و یزد، از غرب به استان فارس، از جنوب به استان هرمزگان و از شرق به استان سیستان و بلوچستان محدود می‌شود. گستردگی استان در حدود ۱۷۵۰۰۰ کیلومترمربع و ۱۱ درصد مساحت کشور را تشکیل می‌دهد و بعد از استان سیستان و بلوچستان دومین استان پهناور کشور است. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری، استان کرمان دارای ۲۲ شهرستان می‌باشد.





قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری منطقه مورد مطالعه:

استان کرمان از نظر جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی یکی از مناطق جالب توجه ایران است. چشمه‌های آب معدنی و گرم، تفرجگاه‌ها، فضاها، سبزه‌ها، ارتفاعات و قله‌ها، دریاچه‌ها و آبگیرها، مناطق حفاظت شده و جاذبه‌های ویژه کویری از جمله عناصر زیبای طبیعی استان هستند. و از طرف دیگر سابقه و تمدن استقرار انسان در این سرزمین که به هزاره چهارم قبل از میلاد می‌رسد این منطقه را به عنوان یکی از قدیمی‌ترین نواحی ایران می‌توان دانست که در گذر زمان گنجینه‌های فرهنگی و تاریخی گرانبهایی در آن پدید آمده است که جلوه‌هایی از تمدن و مدنیت ایرانی را به نمایش می‌گذارد. از جمله پتانسیل‌های معروف منطقه می‌توان به ارگ بم، روستای صخره‌ای میمند، تل ابلیس، قیصریه زرتشتی‌ها، قلعه عسکر، گوغر، ارگ راین، آبشار راین، باغ اسماعیل خان، خانقاه، شاهزاده حسین، تپه کنار صندل، موزه باستان‌شناسی، خانه فخری، کاروانسرای آب‌بید، باغ باقری، تپه‌های مغوئیه، خانه باقری، دروازه و حصار قدیمی روستای بیاض، کاروانسرای وهاب زاده، مجموعه بازار، موزه ریاست جمهوری و مردم‌شناسی، آرامگاه شاه فیروز، آرامگاه میر زیبر، بادگیر چیقی، باغ بیمید، باغ سنگی تل برنجو، تنگل انجیر، خانه خلعتی، قلعه سنگ، یخدان حاج رشید، یخدان دو قلو، کاروانسرای ابراهیم خان، قلعه کهنوج، قلعه منوجان آتشکده زرتشتیان، بازار بزرگ، حمام گنجعلی خان، حمام وکیل، قلعه دختر، گنبد جلیله، گنبد سبز، گنبد مشتاقیه، مجموعه ابراهیم خان، مجموعه حاج آقا علی، مجموعه وکیل، یخدان زریسف، یخدان جو مویدی، باغ موزه فرش، باغ موزه هرنندی، موزه شاه نعمت‌اله، موزه تاکسیدرمی، موزه جنگ، موزه سکه، موزه صنعتی، موزه حیات وحش و ... اشاره نمود. براساس آمارهای منابع و پتانسیل‌های گردشگری استان کرمان، شهرستان‌های آن از نظر تعداد، از جاذبه‌های یکسان برخوردار نیستند و این بررسی نشان می‌دهد بیشترین منابع در سطح استان متعلق به شهرستان کرمان (۳۳ پتانسیل، ۲۲ درصد جاذبه‌های استان) است. شهرستان رفسنجان ۱۶ درصد منابع را به خود اختصاص داده است. شهرستان سیرجان ۱۵/۳۹ درصد منابع در مقام سوم استان قرار دارند. شهرستان‌های شهربابک و بم هریک با ۱۲/۷۰ درصد در ردیف چهارم واقع‌اند و شهرستان بردسیر با ۶ درصد، در رتبه آخر قرار دارد. گرچه تعداد منابع و پتانسیل‌های گردشگری در فضای شهرستان حکایت از فراوانی و تنوع آن‌ها دارد، اما بعضی از شهرستان‌ها گرچه به لحاظ تعداد در مقام ارجح قرار ندارند، اما از نظر ارزش فرهنگی و تاریخی جاذبه‌ها و منابع، شهرستان‌های بم و شهر بابک از کشش قابل توجهی برخوردارند. در زمینه منابع و پتانسیل‌های گردشگری طبیعی، شهرستان کرمان با ۱۳ جاذبه در ردیف اول و شهرستان‌های کهنوج و بردسیر هر یک با ۵ جاذبه در مقام آخر قرار دارند و شهرستان‌های رفسنجان، سیرجان، کرمان و شهر بابک به ترتیب با ۱۰، ۶، ۴، ۳ جاذبه، بین شهرستان کرمان و شهرستان‌های راور و بافت قرار دارند. در زمینه منابع و پتانسیل‌های گردشگری تاریخی فرهنگی، وضعیت شهرستان‌های استان بشرح زیر





است: شهرستان کرمان با ۲۷ جاذبه در مقام اول در سطح استان قرار دارد و شهرستان راور ۳ جاذبه در ردیف آخر واقع است.

پراکنش موقعیت‌های مکانی منابع و پتانسیل‌های گردشگری در سطح شهرستان‌های استان به لحاظ ویژگی‌های جغرافیایی نشأت گرفته‌اند. ویژگی‌های فیزیکی همچون ناهمواری‌ها، پستی بلندی‌ها از تناسب خوبی برخوردار نیست و اصولاً در فضای مناسب و معتدل‌تر متأثر از توپوگرافی و مجاورت و موقعیت نسبی از تراکم بیشتر و مطلوب‌تر و متنوع‌تر برخوردار است.

محیط داخلی و خارجی تحقیق

از آنجا که برای تعیین ابعاد مدل SWOT، ابتدا لازم است محیط داخلی و خارجی موضوع مورد مطالعه مشخص شود لذا در این تحقیق مجموعه عوامل قابل کنترل در داخل استان به عنوان محیط درونی به شرح زیر مورد نظر قرار گرفته است.

- محیط طبیعی و جغرافیایی
- زیر ساخت‌های ارتباطی
- مراکز آموزش عالی
- زیر ساخت‌های صنعتی
- منابع سطحی و غیرسطحی
- زیر ساخت‌های فرهنگی و سیاسی
- وضعیت اقتصادی و معیشت مردم
- نیروی انسانی

در راستای تحلیل بهتر موضوع ماتریسمی از عوامل خارجی موجود در منطقه که بر وضعیت گردشگری تأثیر گذار است، تهیه شده است. (جداول شماره ۱ و ۲).

جدول ۱- ماتریس عوامل خارجی (External factor Evaluation)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل خارجی
فرصت‌ها (Opporunities)			
۱/۲	۴	۰/۳	۱- فاصله کم با آب های آزاد جهان از طریق مجاورت با استان هرمزگان
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	۲- اهمیت استان به لحاظ استراتژیکی در مسیر مشهد مقدس و توسعه گردشگری مذهبی در کشور
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۳- افزایش تقاضای سفر به منطقه مورد مطالعه
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۴- تغییر نگرش سیاسی کشورهای بلوک غرب نسبت به ایران و قطع تحریم‌ها
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۵- سیاست‌های کلان اجرایی در زمینه توسعه گردشگری کشور



۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۶- نگرش مثبت دولت به امر گردشگری
تهدیدات (Threats)			
۰/۱	۱	۰/۱	۱- وجود نگاه امنیتی در استان و کشور
۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۲- نبود امنیت پایدار در منطقه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۳- مشکلات زیست محیطی منطقه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۴- تهدیدات بهداشتی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۵- کمبود زیر ساخت‌های گردشگری در کشورهای همسایه شرقی
۳/۰۶	-	۱	جمع

جدول ۲- راهنمای ماتریس عوامل خارجی

راهنمای ماتریس عوامل خارجی (Exterunal Factor Evaluation)
<ul style="list-style-type: none"> ● جمع وزن کل عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) باید یک باشد. لذا به میزان اهمیتی که برای هر عامل قائل هستیم، عددی بین ۰ تا ۱ تعلق می‌گیرد. ($0 < \leq 1$) ● در قسمت امتیاز وضع موجود اعداد ۱ تا ۴ به معانی ذیل هستند. <ul style="list-style-type: none"> ۴ فرصت عالی و طلایی (که واکنشی بسیار عالی را باعث می‌شود) ۳ فرصت قابل اعتنا ۲ تهدید قابل اعتنا ۱ تهدید جدی (که واکنش بسیار نامطلوبی را موجب خواهد شد) ● جمع امتیاز وزن‌دار (موزون) حداقل ۱ و حداکثر ۴ می‌باشد. <p>امتیاز ۴ بیانگر داشتن موقعیتی متمایز، برجسته و منحصر بفرد در رابطه با موضوع مورد بحث می‌باشد. عدد ۱ نیز نشانگر وجود تهدیدات و موانع مهم، چالشی را خواهد بود اعداد ۲ و ۳ هر کدام با شدت کمتری بیانگر وضعیت عددی هستند که به آن نزدیک‌ترند.</p>

نتیجه‌ی ماتریس عوامل خارجی

مجموع امتیاز موزون ماتریس عوامل خارجی ۳/۰۶ می‌باشد. چنین امتیازی بیانگر غلبه فرصت‌ها بر تهدیدات است. بنابراین استان از لحاظ عوامل خارجی دارای وضعیتی مطلوب می‌باشد. بهره‌گیری از فرصت‌ها و تلاش برای کاهش تهدیدات، باعث پایداری و ماندن استان در این وضعیت خواهد شد (جداول شماره ۳ و ۴).



جدول ۳- ماتریس عوامل داخلی (Internal factor Evaluation)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل داخلی
نقاط قوت (Streungths)			
۰/۶	۳	۰/۲	۱- محیط طبیعی بکر و غنی
۰/۳	۳	۰/۱	۲- توسعه زیر ساخت‌های گردشگری در استان
۰/۴۵	۳	۰/۱۵	۳- ظرفیت متنوع پذیرش گردشگر (اکوتوریسم، تجاری، تاریخی و...)
نقاط ضعف (Weaknesses)			
۰/۲	۱	۰/۲	۱- کمبود زیر ساخت‌های ارتباطی،
۰/۲	۱	۰/۲	۲- عدم توجه به گردشگری استان در ادوار گذشته
۰/۲	۲	۰/۱	۳- ضعف زیر ساخت‌های فرهنگی
۰/۱	۲	۰/۰۵	۴- آب و هوای گرم و مرطوب در استان
۲/۰۵	-	۱	جمع

جدول ۴- راهنمای ماتریس عوامل داخلی

راهنمای ماتریس عوامل خارجی (Internal Factor Evaluation)
جمع وزن کل عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) باید یک باشد. لذا به میزان اهمیتی که برای هر عامل قائل هستیم. عددی بین ۰ تا ۱ تعلق می‌گیرد. ($۱ \leq \text{وزن} < ۰$)
در قسمت امتیاز وضع موجود اعداد ۴ و ۳ برای نقاط قوت در نظر گرفته شده‌اند، که معنای آن به ترتیب فرصت خیلی قوی و فرصت قوی می‌باشد. همچنین اعداد ۲ و ۱ برای نقاط ضعف هستند که به ترتیب به معنی، ضعیف قلمداد می‌شوند.
جمع امتیاز وزن دار (موزون) حداقل ۱ و حداکثر ۴ می‌باشد. که هرچه این اعداد بیشتر باشد به معنای اهمیت داشتن نقاط قوت می‌باشد.

نتیجه ماتریس عوامل داخلی

جمع امتیاز وزن دار جدول ماتریس عوامل داخلی استان کرمان در زمینه توسعه صنعت گردشگری با توجه به توسعه زیرساخت‌ها ۲/۰۵ می‌باشد. میانگین متوسط ماتریس ۲/۵ است. از آنجا که امتیاز نهایی جدول بیشتر حول میانگین است تا کرانه‌ها (ضعف شدید- قوت حداکثر) لذا در مجموع می‌توان شرایط استان را از لحاظ عوامل داخلی در حد متوسط دانست.

ماتریس عوامل خارجی و داخلی / ترکیبی (IE)

ماتریس IE بر مبنای دو بعد کلیدی بنا شده است، که عبارتند از مجموع امتیازهای موزون ماتریس عوامل خارجی و عوامل داخلی روی محور افقی عوامل داخلی و بر محور عمودی امتیاز وزن دار عوامل خارجی پیاده می‌شود (خلیلی شورینی، ۱۳۷۷: ۸۱) بدین منوال قرار گرفتن در خانه‌های ۱، ۲ و ۴ این ماتریس نشان دهنده داشتن موقعیتی در حال رشد و توسعه می‌باشد، خانه‌های شماره ۳، ۵ و ۷ موقعیت ثبات را نشان می‌دهد که در این شرایط





باید وضع موجود را دنبال کرد و بدون تغییراتی خاص، آنچه تاکنون انجام می‌شده را ادامه داد. در نهایت خانه‌های شماره ۶، ۸ و ۹ موقعیت رهاسازی و بی‌توجهی به محیط را توصیه می‌کند.

وضعیت استان کرمان با تحلیل ماتریس ترکیبی در جدول شماره ۸ به صورت ذیل قابل بیان است:

- امتیاز موزون عوامل خارجی ۳/۰۶ ← مطلوب (زیاد)

- امتیاز موزون عوامل داخلی ۲/۰۵ ← متوسط

جدول ۵- نتیجه ماتریس عوامل داخلی و خارجی در استان ایلام

		ماتریس عوامل داخلی		
		قوی	متوسط	ضعیف
ماتریس عوامل خارجی	زیاد	۱	۲	۳
	متوسط	۴	۵	۶
	کم	۷	۸	۹

با توجه به نمره‌ی نهایی ماتریس‌های دوگانه قبلی، استان کرمان از لحاظ عوامل داخلی در حد متوسط، و از لحاظ عوامل خارجی به دلیل وقوع رویدادهای مثبت محیطی و غلبه فرصت‌ها بر موانع، در حالت نمره زیاد یا حالت مطلوب قرار دارد. بنابراین وضعیت کلی استان، در خانه شماره ۲ قرار می‌گیرد. که بیانگر اتخاذ راهبردهای رشد و توسعه در رابطه با توسعه صنعت گردشگری در استان کرمان و ایجاد نظم و امنیت با توسعه گردشگری در سطح منطقه است که این امر در کوتاه مدت موجب توسعه استان و افزایش درآمد و کاهش بزهکاری و ناهنجاری‌های اجتماعی خواهد شد. گردشگری را می‌توان به عنوان یکی از عوامل تأثیر گذار در توسعه این مناطق قلمداد نمود که موجب افزایش ضریب امنیت اجتماعی و اقتصادی در سطح منطقه شده که از یک طرف موجب افزایش اشتغال، درآمد، تسریح در روند گردش پول و از طرف دیگر موجب کاهش جرم و جنایت، کاهش بزهکاری، کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی (با در نظر گرفتن شاخص‌های توسعه پایدار) و امنیت و توسعه را برای استان به ارمغان می‌آورد.

اندازه‌گیری کمی راهبردها

با تعیین ابعاد چهارگانه مدل سوات و اندازه‌گیری ابعاد چهارگانه آن نیز مشخص شدن موقعیت راهبردی استان در ماتریس ترکیبی (IE) با توجه به قرار گرفتن وضعیت موجود در حالت اتخاذ راهبردهای رشد و توسعه، در این مرحله از تحقیق به منظور بهره‌گیری از وضعیت کنونی به نحو مطلوب، ۱۰ راهبرد برتر ارائه می‌شود و سپس با تعیین عوامل اصلی موفقیت راهبردها، با استفاده از ماتریس QSPM به اندازه‌گیری کمی جذابیت هر یک از راهبردهای مورد نظر خواهیم پرداخت. (جدول شماره ۹).



راهبردهای مورد نظر عبارتند از

- ST1= تأکید بر مزیت‌های گردشگری و اقتصادی استان (امنیت - راحتی مسیر-آسایش).
- ST2= ایجاد اتاق فکر، جهت راهبری مسائل به منظور تعمیق تصمیم‌گیری‌های اصولی.
- ST3= معرفی توانمندی‌های استان به بخش‌های مختلف (تجار و بازرگانان، گردشگران، زائران و....)
- ST4= افزایش هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی مسئول و ایجاد هم‌افزایی.
- ST5= گسترش اماکن رفاهی، پذیرایی، تفریحی و سایر تجهیزات گردشگری.
- ST6= حمایت از تعاونی‌های انتفاعی و غیرانتفاعی (مجامع، صنوف و دفاتر خدمات گردشگری).
- ST7= تمرکز بر نیازها و دست‌یابی به پیش شرط‌های اصلی توسعه، نظیر گسترش راه‌ها، ایجاد شبکه ریلی و....
- ST8= استفاده موثر از اعتبارات توسعه‌ای و ملی در اسناد بالا دستی.
- ST9= گسترش فرهنگ مسافرت و بهره‌گیری از زمان اوقات فراغت
- ST10= حمایت از تحقیقات کاربردی و برگزاری دوره‌های آموزشی اثر بخش.

جدول ۶- اندازه‌گیری کمی راهبردها با روش ماتریس QSPM در منطقه مورد مطالعه

نقاط قوت (Strengths)										
St1 0	St9	St8	St7	St6	St5	St4	St3	St2	St1	عوامل اصلی موفقیت
۰/۱	-	-	۰/۳۲	-	۰/۱۱	-	۰/۱۹	-	۰/۱۲	۱- محیط طبیعی بکر و غنی
۰/۱۲	-	۰/۱۷	۰/۲۷	۰/۱۴	۰/۲۶	۰/۱۳	۰/۱	۰/۰۵	۰/۰۸	۲- توسعه زیر ساخت‌های گردشگری در استان
۰/۱	۰/۰۹	۰/۲۱	۰/۲۴	۰/۱۹	۰/۳۲	۰/۰۶	۰/۲	۰/۱	۰/۲۲	۳- ظرفیت متنوع پذیرش گردشگر
۰/۳۲	۰/۰۹	۰/۳۸	۰/۸۳	۰/۳۳	۰/۶۹	۰/۱۹	۰/۳۹	۰/۱۵	۰/۴۲	جمع





نقاط ضعف (Weaknesses)										
St1 0	St9	St8	St7	St6	St5	St4	St3	St2	St1	عوامل اصلی موفقیت
-	۱۲ ۰	۰/۱۹	۰/۱۴	۰/۱۷	۰/۱۵	۰/۲	-	۰/۰۶	۰/۰۷	۱- کمبود زیر ساخت‌های ارتباطی
-	۰/۱	۰/۰۹	۰/۰۶	۰/۱۱	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۱۴	-	۰/۰۸	۲- عدم توجه به استان در گذشته
۰/۱۷	-	-	۰/۱۱	۰/۰۷	-	-	-	۰/۱۲	-	۳- ضعف زیر ساخت‌های فرهنگی و امنیتی
-	-	۰/۰۱	۰/۰۴	-	۰/۱	-	-	-	-	۴- آب و هوای گرم و خشک استان
۰/۱۷	۱۲ ۰	۰/۳۸	۰/۳۵	۰/۳۵	۰/۳۸	۰/۲۷	۰/۱۴	۰/۱۸	۰/۱۵	جمع
فرصت‌ها (Opportunities)										
St1 0	St9	St8	St7	St6	St5	St4	St3	St2	St1	عوامل اصلی موفقیت
۰/۱۹	۱۲ ۰	۰/۱۳	۰/۲۶	۰/۲	۰/۱۵	-	۰/۱۴	۰/۱	۰/۲۳	۱- توسعه زیرساخت‌ها
۰/۱۱	۱۰۶ ۰	-	۰/۲۳	۰/۰۹	-	-	۰/۳	-	۰/۱۵	۲- قرار گیری در مسیرمشهد مقدس و اهمیت گردشگری مذهبی در ایران
۰/۱	-	۰/۱۵	۰/۱۱	۰/۱۳	۰/۲۱	۰/۱۸	۰/۰۷	۰/۱۶	۰/۱۲	۳- افزایش تقاضای سفر
-	۱۳ ۰	-	۰/۰۷	-	-	-	-	-	۰/۰۹	۴- تغییر نگرش سیاسی کشورهای بلوک غرب
۰/۱	-	۰/۱۹	۰/۱۶	-	۰/۰۹	۰/۱۲	-	۰/۱۲	۰/۱	۵- سیاست‌های کلان اجرایی در زمینه توسعه گردشگری
-	۰/۲	-	۰/۱۲	۰/۰۷	-	۰/۰۵	-	-	۰/۱	۶- نگرش مثبت دولت به امر گردشگری
۰/۱۵	۱۶ ۰	۰/۴۷	۰/۹۵	۰/۴۹	۰/۴۵	۰/۳۵	۰/۵۱	۰/۳۸	۰/۷۹	جمع
تهدیدات (Threats)										
St1 0	St9	St8	St7	St6	St5	St4	St3	St2	St1	عوامل اصلی موفقیت
۰/۱۱	-	-	-	-	-	-	-	۰/۱۳	۰/۱۲	۱- وجود نگاه امنیتی به استان و کشور
-	۱۸ ۰	-	۰/۰۷	۰/۱۲	-	-	-	-	-	۲- نبود امنیت پایدار در منطقه
۰/۱۲	۱۵ ۰	۰/۱۳	-	-	-	-	۰/۱	-	۰/۰۸	۳- مشکلات زیست محیطی منطقه
-	۱۲ ۰	-	۰/۱	۰/۱۱	۰/۰۸	-	-	-	-	۴- تهدیدات بهداشتی
-	۱۲ ۰	-	۰/۱	۰/۱۱	۰/۰۸	-	-	-	-	۵- کمبود زیر ساخت‌های گردشگری در کشورهای همسایه شرقی
۰/۲۳	۱۶ ۰	۰/۲۴	۰/۱۷	۰/۲۳	۰/۰۸	-	۰/۱	۰/۱۳	۰/۳	جمع
۱/۲۲	۱۵۲	۱/۴۷	۲/۳	۱/۴	۱/۶	۰/۸۱	۱/۱۴	۱/۸۴	۱/۶۶	جمع کل



توسعه گردشگری راهبردی برای ایجاد نظم، امنیت و توسعه‌ی استان کرمان: توسعه گردشگری اثرات و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی را به همراه دارد از جمله در استان کرمان به دلیل قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان در امر گردشگری، توسعه آن می‌تواند زمینه توسعه استان را فراهم آورد به عبارتی با ارائه امکانات و خدمات گردشگری می‌توان تعداد گردشگران را افزایش داد و با افزایش تعداد گردشگران درآمدها بیشتر می‌شود. به عبارتی رابطه معناداری بین افزایش ظریب امنیت، افزایش امکانات و خدمات با انگیزه مجدد سفر وجود دارد (در علم گردشگری = وفاداری) منظور از خدمات رسانی همه فعالیت‌هایی است که پلیس جهت آسایش خاطر و امنیت مسافران ارائه می‌دهد. همچنین بین امنیت جانی و مالی گردشگران با مسافرت مجدد و توسعه گردشگری رابطه برقرار است به این معنی که هر چقدر خدمات رسانی پلیس مناسب‌تر باشد مسافران از نظر روانی در آسایش هستند و از نظر اجتماعی حریم شخصی و آزادی‌های فردی و اجتماعی خود را حفظ شده می‌دانند. بین مولفه‌های توسعه گردشگری و حضور فیزیکی پلیس نیز رابطه وجود دارد به طوری که با حضور پلیس ضریب امنیت اجتماعی بالا می‌رود و موجب حفظ نظم و ایجاد آرامش در سطح منطقه می‌گردد. با دور تسلسل ایجاد نظم و امنیت بر تعداد گردشگران روز به روز افزوده شده که نتیجه این امر افزایش درآمد، ایجاد اشتغال، افزایش و توسعه سطح فرهنگی و مناسبات اجتماعی و در نهایت توسعه منطقه‌ای و ملی را به همراه خواهد داشت. با توجه به مطالب عنوان شده در جهت ایجاد نظم، امنیت و توسعه استان کرمان با رویکرد گردشگری پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد

- ایجاد پلیس گردشگری در مکان‌های مهم گردشگری استان کرمان
- تجهیز پایانه‌های مسافربری و ترمینال‌های شهر، محورهای تاریخی و باستانی
- راه اندازی گشت‌های پلیس در محورهای اکوتوریسم می‌تواند به تأمین امنیت و اطلاع رسانی مناسب گردشگران کمک نماید
- تاکید بیشتر بر استفاده از ابزارهای الکترونیکی به جای حضور فیزیکی زیاد نیروهای انتظامی و امنیتی
- بهره گیری پلیس از ابزارهای الکترونیکی مانند دوربین‌های مدار بسته، ردیاب‌ها و سیستم‌های نظارت و کنترل از راه دور
- تنوع بخشیدن به خدمات نیروی انتظامی جهت بالا بردن رضایتمندی گردشگران
- سرمایه گذاری و توجه به تبلیغات نسبت به وجود امنیت، قابلیت، امکانات و خدمات گردشگری استان در جهت توسعه آن
- برگزاری سمینارها و همایش‌های ملی با محوریت کرمان
- رسیدگی فوری و دقیق نیروی انتظامی به شکایات گردشگران در جهت جلب رضایت





آن‌ها نسبت به خدمات رسانی مناسب نیروی انتظامی استان
- نظارت دقیق و کنترل شده نیروی انتظامی بر عملکرد هتل‌ها، متل‌ها، سیستم‌های حمل
و نقل و آژانس‌های مسافرتی
- تقویت فرهنگ مردم بومی از طریق مدارس، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و غیره
- هماهنگی و همکاری مداوم و مستمر نیروی انتظامی، سازمان میراث فرهنگی و سایر
ادارات و نهادهای دولتی به یکدیگر در جهت توسعه استان.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق که در راستای تحلیل وضعیت گردشگری در استان کرمان انجام گرفته است با توجه به ضرایب مختلف تخصیص یافته به عوامل مختلف (داخلی و خارجی) هر یک از متغیرهای تأثیرگذار در قابل ماتریس‌های استاندارد شده سه‌گانه (ماتریس عوامل داخلی، ماتریس عوامل خارجی و ماتریس ترکیبی) مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفتند. نتایج به دست آمده از ماتریس عوامل خارجی نشان داد مجموع امتیاز موزون عوامل خارجی ۳/۰۶ می‌باشد که بیانگر وضعیت مطلوب در محیط خارجی است. مجموع امتیاز وزن دار عوامل داخلی ۲/۰۵ بوده که نشانگر قرارگرفتن در وضعیت متوسط است.

تحلیل همزمان ماتریس‌های عوامل داخلی و خارجی، وضعیت کلی استان را در حالت مناسب (خانه شماره ۲ ماتریس ترکیبی) نشان داد که لزوم استفاده موثر از چنین وضعیتی، اتخاذ راهبردهای رشد و توسعه در رابطه با توسعه صنعت گردشگری در استان کرمان می‌باشد بر اساس نتایج حاصله از مدل SWOT و اندازه‌گیری ابعاد چهارگانه مدل به وسیله ماتریس‌های اندازه‌گیری عوامل (داخلی، خارجی و ترکیبی) ۱۰ راهبرد برتر شناسایی و معرفی گردید. همچنین یافته‌های به دست آمده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) نشان می‌دهد از بین راهبردهای تدوین شده راهبرد تمرکز بر نیازها و دست‌یابی به پیش شرط‌های اصلی توسعه، نظیر گسترش راه‌ها، ایجاد شبکه ریلی مناسب، ایجاد تأسیسات و خدمات ویژه گردشگری و تأکید بر مزیت اصلی در معرفی توان‌های باستانی و تاریخی و بهره‌گیری از مزیت‌های جغرافیایی از جمله شرایط اقلیمی با داشتن بالاترین نمره (به ترتیب ۲,۳ و ۱,۶۶) دارای بیشترین جذابیت و راهبردهای هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی با نمره ۰/۸۱ دارای کمترین اثر می‌باشند.



منابع

- بخشنده و همکاران (۱۳۹۱): بررسی نقش ویژگیهای خانوادگی در ایجاد خرده فرهنگ انحرافی جوانان و به خطر افتادن امنیت اجتماعی (مطالعه موردی شهر شیراز)، مجموعه مقالات همایش ملی اشتغال نظم و امنیت، دفتر تحقیقات کاربردی ناجا استان گیلان.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۶): گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، چاپ دوم، تهران
- جمعه پور، محمود (۱۳۸۹): مقدمه ای بر برنامه ریزی توسعه روستایی: دیدگاه ها و روشها، انتشارات سمت
- رزاقی، ابراهیم (۱۳۶۹): الگویی برای بازسازی توسعه اقتصادی ایران، تهران، نشر توسعه
- رجبی، پرویز (۱۳۹۱): ارزیابی مکانهای فرسوده شهری با رویکرد توسعه امنیت اجتماعی محله محور و راهکارهای مدیریتی از مدل تحلیل SWOT (مطالعه موردی شهر رشت، مجموعه مقالات همایش ملی امنیت محله محور، تهران
- رجبی، پرویز (۱۳۹۱): صنعت جهانگردی و تأثیر آن بر اشتغال، نظم و امنیت جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات همایش ملی اشتغال نظم و امنیت، دفتر تحقیقات کاربردی ناجا استان گیلان، اقتصادی، شماره ۶۹.
- حسانی، جلال الدین (۱۳۹۱): جرم شناسی بیکاری و آثار آن بر نظم و امنیت، مجموعه مقالات همایش ملی اشتغال نظم و امنیت، دفتر تحقیقات کاربردی ناجا استان گیلان
- خلیلی شورینی، سهراب (۱۳۷۷): برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، انتشارات یادواره کتاب، چاپ اول، تهران
- کوشافر، حمیدرضا و واثقی، لیلا، (۱۳۹۱): بررسی اثر مهاجرت بر امنیت اجتماعی شهرهای مرزی، فصلنامه دانش انتظامی کردستان، سال سوم، شماره دوازدهم.
- شرفی، یحیی و همکاران (۱۳۹۱): سهم من در امنیت و آرامش مطالعه موردی شهر زنجان، سال اول، شماره دوم، فصلنامه دانش انتظامی زنجان.
- نایج، نادر (۱۳۹۱): نقش امنیت در توسعه گردشگری، مجموعه مقالات همایش ملی اشتغال نظم و امنیت، دفتر تحقیقات کاربردی ناجا استان گیلان
- هزار جریبی، جعفر، (۱۳۹۰): احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ۴۲، سال ۲۲
- منابع آماری معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمان (۱۳۹۰).
- D. Amore, Laouis & Jafar, Jafari, (1988): Tourism- A vital Force tbr peace. Montreal: First Global Conference.
- Hunter, C, & H. Green, (1995): Tourism and the environment: A sustainable relationship, London and New York.
- Martin, B. S. and Uysal, M. (1990): examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycles: Management and policy implications. Jonrnal of Environmental Management
- Murphy, P. E, (1983): Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers, JoLimal of Travel Research.



- Pizam, A, (1987): Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents, Journal of Travel Research.
- Mowforth, A. & Munt, I., (1998): Tourism & sustainability: New tourism in the third world. London: Rutledge.
- MCGehee. N.G and K. L. Andereck, (2004): Factors Predicting rural Residents' Support of Tourism, Journal of Travel research, ol 43.
- Liu, Juanita c., J. Sheldon and T. Var, (1987): Resident Perception of the Environmental Impacts, Annals of Tourism Research, Vol 14.
- Hawkes, S., & Williams, P, (1993): From principles to practice: A casebook of best environmental practice in tourism. Burnaby, BC: Centre for Tourism policy.
- Chiang Lee, Chien and Chun-Ping Chang. (2008): Tourism development and economic growth: A closer look at panels, Tourism Management 29.
- Lanza, Myriam and other (2003): Analyzing Heritage Resources for Urban Tourism in European Cities, in: Contemporary Issues in Tourism Development, Routledge.

