

# مخاطرات ادراک شده گردشگران از مقصد شهر مشهد: گردشگران مذهبی و جایگاه پلیس<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱/۱۹

محمد شریفی تهرانی<sup>۲</sup>، احمد شاهینودی<sup>۳</sup>

از صفحه ۳۱ تا ۶۰

## چکیده

**زمینه و هدف:** هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل ادراک گردشگران داخلی مذهبی شهر مشهد از ابعاد مختلف مخاطرات این مقصد است. همچنین به عنوان هدف فرعی، روابط میان متغیرهای اطمینان به پلیس مقصد، تجربه قربانی جرم شدن، کیفیت بازدیدهای قبلی، ادراک از مخاطرات مقصد و وفاداری به مقصد مورد بررسی قرار می گیرد.

**روش شناسی:** روش های اصلی تحلیل داده ها، آنووا و الگوسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی است. نمونه آماری گردشگران به دو دسته کل گردشگران و گردشگران دارای تجربه بازدید قبلی از شهر مشهد تقسیم بندی شد تا تأثیر احتمالی تجربه قبلی بازدید به عنوان متغیر تبدیل گر، بر روابط میان متغیرهای الگوی تحقیق بررسی شود.

**نتیجه گیری:** نتایج حاصل نشان داد که از میان ابعاد مختلف مخاطرات تحت بررسی، خطرهای اقتصادی، کیفیت و سلامت، بیشترین نگرانی دو گروه گردشگران در مورد مقصد را معطوف خود کرده است. یکی از موارد اصلی دانش افزایی پژوهش حاضر، آن است که نشان می دهد؛ متغیر تجربه قبلی بازدید، شدت روابط بین متغیرهای الگوی تحقیق را تعدیل نمی کند. این یافته بیانگر این موضوع است که نباید وفاداری گردشگران را نقطه انتهای فعالیت های مدیریت مقصد تصور کرد، بلکه شرایط امنیت ضعیف مقصد در ابعاد پنج گانه، می تواند باعث شود تا گردشگران وفادار تبدیل به گردشگران غیر وفادار شوند. همچنین بر اساس نتایج حاصل از بررسی متغیرهای جمعیت شناختی، می توان اظهار کرد که زنان بیشتر از مردان، و افراد بالای ۴۵ سال، بیشتر از افراد جوان تر نگران امنیت خود در ابعاد پنج گانه تحت بررسی هستند.

## کلیدواژه ها

ادراک از مخاطره، گردشگران مذهبی، اطمینان به پلیس، وفاداری به مقصد، الگوسازی معادلات ساختاری.

۱. این مقاله از طرح پژوهشی تحت نظارت و حمایت دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان استخراج شده است.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی (نویسنده مسئول)، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، msharifit@chmail.ir

۳. استادیار گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان.

امروزه از امنیت به‌عنوان یک نیاز ضروری برای توسعه جوامع و تحرک اجتماعی نام برده می‌شود (محمدی، امیری و جوهر، ۱۳۹۳: ۸). این موضوع برای توسعه صنعت گردشگری نیز صادق است؛ به‌طوری‌که برخی از کارشناسان، مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر وضعیت یک مقصد را امنیت و نه امکانات و تسهیلات گردشگری آن قلمداد می‌کنند (بوکی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۳۲۷). حتی امنیت می‌تواند نقش پررنگ‌تری را نسبت به جاذبه‌های گردشگری ایفا کند؛ به‌طوری‌که برخی از مقصدهای دنیا با وجود برخورداری از جاذبه‌های فراوان، به دلیل عدم برخورداری از وضعیت پایدار در یک یا چند بعد و در پی آن عدم ادراک امنیت توسط گردشگران، نتوانسته‌اند سهم بازار قابل توجهی از گردشگران بین‌المللی را به‌دست آورند. نمونه بارز آن، برخی از کشورهای عربی منطقه خاورمیانه است که به دلیل آشوب‌ها و جنگ‌های داخلی اخیر، نتوانسته‌اند به سهم ایده‌آلی از بازار گردشگری در مقایسه با انباشت جاذبه‌های خود نائل شوند. به‌طور مثال مصر در سال ۲۰۱۳ کمی بیش از ۹ میلیون گردشگر خارجی را جذب کرد؛ درحالی‌که این کشور در سال ۲۰۱۰، میزبان بیش از ۱۴ میلیون گردشگر خارجی بود (توریسم‌هایلاتس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴: ۱۲). وضعیت شکننده و حساس بازار گردشگری نسبت به امنیت، حتی برای کشورهای توسعه‌یافته دنیا نیز صادق است. به‌طور مثال حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در آمریکا و در پی آن کشته‌شدن ۳۱۸۲ نفر از بیش از ۹۰ ملیت دنیا، باعث شد تا تعداد ورودی‌های مسافران منطقه آمریکای شمالی (آمریکا و کانادا) از ۱۲۸/۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ به ۱۲۲/۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۱ و ۱۱۶/۶ میلیون نفر در سال ۲۰۰۲ کاهش یابد (هندرسون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷: ۶۷).

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که حساسیت انواع گردشگری به وضعیت مقصد به‌طور کلی و امنیت به‌طور خاص، مصداق کمتری در گردشگری مذهبی دارد. کشور عراق با وجود حملات تروریستی متعدد میزبان هزارها گردشگر مذهبی است که نمونه بارز آن مراسم اربعین سال ۱۳۹۳ بود که تنها در مدت سه هفته میزبان بیش از ۴/۵ میلیون گردشگر مذهبی از کشورهای خارجی بود (خبرگزاری حج، ۱۳۹۳). بر اساس

1. Boakye
2. Tourism Highlights
3. Henderson

آمار سازمان جهانی گردشگری، این تعداد بیش از کل گردشگران خارجی ورودی به ایران در مدت یک سال است (توریسم هایلاتس، ۲۰۱۴: ۱۲). لپ و گبسن<sup>۱</sup> (۲۰۰۳، به نقل از لارسن، برون و گارد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹: ۲۶۰)، با اشاره به تفاوت ظریف بین دو مفهوم مخاطره و نگرانی اظهار می‌دارند که اگرچه وجود مخاطرات مختلف در مقصد سبب می‌شود تا گردشگران آن مقصد را پرمخاطره قلمداد کنند؛ اما این عوامل الزاماً ایجاد نگرانی در آن‌ها را به‌همراه ندارد. برعکس، گردشگران ممکن است یک مقصد را پرمخاطره قلمداد نکنند؛ اما در مورد بازدید از آن نگران باشند. این موضوع اهمیت مفهوم ادراک گردشگران از وضعیت مقصد را مورد تأکید قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر، جامعه آماری گردشگران مذهبی داخلی شهر مشهد- مقصد اول مذهبی کشور ایران- مدنظر قرار گرفته است. به‌طور دقیق‌تر، سؤال اول پژوهش حاضر آن است که ادراک گردشگران داخلی مذهبی شهر مشهد، بر مبنای ابعاد مختلف مخاطرات این مقصد چگونه است. همان‌طور که فرستن و همکاران (۱۹۹۴)، به نقل از لارسن و همکاران، (۲۰۰۹: ۲۶۰) اظهار می‌دارند: «نگرانی از وضعیت یک مقصد، سبب ایجاد واکنش‌های رفتاری در گردشگران به‌منظور واری شرابط و یافتن راه‌حل‌های مناسب می‌شود. برخی از این رفتارها عبارت است از: وفاداری به یک مقصد برخوردار از انگاره مناسب، سفر به مقاصدی که قبلاً توسط گردشگر تجربه شده است، جستجوی اطلاعات و سفر به مقاصد چندگانه (و نه سفر به یک مقصد و بازگشت به مبدأ)».

در این میان سازمان پلیس، بدون شک نقش تعیین‌کننده‌ای در تعریف وضعیت یک مقصد و در پی آن، واکنش‌های رفتاری گردشگران ایفا می‌کند. اهمیت این عوامل باعث شد تا در پژوهش حاضر به‌عنوان سؤال دوم مدنظر قرار گیرد که تأثیر احتمالی متغیرهای اطمینان به پلیس مقصد، تجربه قربانی جرم‌شدن و کیفیت بازدیدهای قبلی بر ادراک گردشگران از مخاطرات مختلف مقصد و در نهایت تأثیر احتمالی مخاطرات ادراک شده بر وفاداری به مقصد مشهد چگونه است. پاسخ به این سؤال در قالب یک الگوی ساختاری مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. شایان ذکر است که با انجام جستجو در مقالات منتشره داخلی، می‌توان استنباط کرد که بررسی ترکیب متغیرهای

1. Lepp and Gobson  
2. Larsen, Brun, and Qgaard

فوق در یک پژوهش تاکنون انجام نشده و حتی این موضوع در تعداد معدودی از مقالات خارجی مورد توجه قرار گرفته است.

### بیان مسئله

از جمله ویژگی‌های اصلی گردشگری، برخورد مستقیم افراد از فرهنگ‌های مختلف است که اگرچه این عامل می‌تواند باعث افزایش سرمایه اجتماعی جوامع شود (فیروزآبادی و حسونود، ۱۳۹۳: ۴۳)؛ اما از سوی دیگر، می‌تواند تحریک حس مخاطره و نگرانی در گردشگران و یا افراد میزبان را به دنبال داشته باشد (فاچ و ریشل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۲۶۷). انسان‌ها به‌طور کلی تمایل دارند تا نسبت به موارد ناشناخته یا کمتر شناخته‌شده احساس مخاطره داشته باشند. جرم شناسان تمایز بارزی بین ترس از جرم و احتمال واقعی وقوع جرم قائل هستند و قویاً اعتقاد بر آن دارند که ترس از جرم از احتمال وقوع جرم بیشتر است (بوکی، ۲۰۱۲: ۳۲۸). به‌طور مثال اگرچه تفاوت‌های مذهبی بین گردشگران و افراد میزبان، خود می‌تواند باعث یک نقطه عطف در صنعت گردشگری در آشتی و ایجاد صلح بین مذاهب‌های مختلف شود؛ اما در بسیاری از مواقع، گردشگران به‌منظور کاهش خطرهای احتمالی ترجیح می‌دهند تا به مقاصدی سفر کنند که مذهب ساکنان، مشابه مذهب آن‌ها باشد؛ به‌طور مثال، بر اساس تحقیق الفلدت<sup>۲</sup> یکی از پیامدهای کوتاه و میان مدت حملات ۱۱ سپتامبر آن بود که جذابیت مقاصد مسلمانان از دید گردشگران غربی با کاهش شدیدی روبرو شد که کاهش سفر به این مقاصد را به دنبال داشت (کورستانجه و کلایتون<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲: ۸-۱۸). بر اساس یک دیدگاه کلی‌تر، گردشگران مقاصدی که در آن‌ها هنجارهای اجتماعی مشابه با عقاید پذیرفته‌شده آن‌ها حاکم است را نسبت به مقاصدی با هنجارهای اجتماعی متفاوت ترجیح می‌دهند. این موضوع را می‌توان به سفر گردشگران مذهبی به مقاصد ناامن (مانند عراق) تعمیم بخشید؛ چراکه اگرچه برخی از مقاصد حتی امنیت جانی گردشگران را مورد تهدید قرار می‌دهد؛ اما به دلیل شباهت هنجارهای اجتماعی و مذهبی میان ساکنان و گردشگران و همچنین سازگاری جاذبه‌های مذهبی مقصد با آرمان‌های گردشگران، همچنان تمایل به سفر به این مقاصد وجود دارد.

1. Fuchs and Reichel
2. Alhfeldt
3. Korstanje and Clayton

در کنار نکات فوق، نقش یکی از سازمان‌های حافظ نظم و امنیت؛ یعنی سازمان پلیس، غیر قابل انکار است و به نظر می‌رسد که انجام پژوهش پیرامون وضعیت مخاطرات یک مقصد، بدون در نظر گرفتن این سازمان و ادراک گردشگران از آن، جامعیت نگرش تحقیق را تحت شعاع قرار می‌دهد. این در حالی است که ادبیات داخلی در پیوند بین صنعت گردشگری و سازمان پلیس ضعیف است. پژوهش حاضر با درک اهمیت این موضوع، سعی بر آن دارد تا در کنار سنجش ادراک گردشگران از مخاطرات اجتماعی شهر مشهد، میزان اعتماد آن‌ها به پلیس این شهر در جلوگیری از وقوع جرم را شناسایی کند. شایگان و جربانی (۱۳۹۰: ۴۱۹-۴۱۸) در این مورد معتقدند: «اجرای شدن موفقیت‌آمیز کارکردهای این سازمان بدون حمایت و همکاری مردم امکان‌پذیر نیست و از سوی دیگر، حمایت مردم زمانی جلب می‌شود که آن‌ها از عملکرد پلیس رضایت و اعتماد بالایی به پلیس داشته باشند».

### مبانی نظری

بر اساس ادبیات مرتبط با دو حوزه گردشگری و جرم که آغاز آن از دهه ۱۹۹۰ است (جورج<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۵۷۷)؛ تفاوت‌های فرهنگی باعث شده تا گردشگران از جانب مجرمان در مقایسه با افراد محلی، به‌عنوان هدف‌های آسان قلمداد شوند؛ زیرا آن‌ها اغلب از ظاهر، رفتار و زبان متمایزی در مقایسه با افراد محلی برخوردار هستند که بدین صورت شناسایی آن‌ها تسهیل می‌شود (بوکی، ۲۰۱۲: ۳۲۷). رفتار متمایز، نظریه فعالیت‌های معمول<sup>۲</sup> را مورد تأکید قرار می‌دهد که بر اساس آن رفتارهای گردشگران، عاملی برای ترغیب مجرمان محسوب می‌شود (جورج، ۲۰۱۰: ۸۰۷). گردشگران همچنین با محیط، ناآشنا و توانایی اندکی در پیگیری مجرمان دارند. از دیگر عوامل تأثیرگذار بر ادراک گردشگران از مخاطرات احتمالی مقاصد، تجربه قبلی از مخاطره ادراک‌شده، شخصیت، انگیزه سفر، قومیت، جنسیت، سن و نحوه پوشش رسانه‌ها است (میشل<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶: ۱۲۹۹)؛ به‌طور مثال، پیرس<sup>۴</sup> (۱۹۹۶)، به نقل از فاج و ریشل، (۲۰۱۱: ۲۶۷)، با تأکید بر متغیر تجربه قبلی از سفر، نشان داد که گردشگرانی با تجربه قبلی کمتر از سفر، نگران

1. George  
2. Routine activity  
3. Mitchell  
4. Pearce

سلامت خود و گردشگرانی با تجربه قبلی بیشتر از سفر، نگران مخاطرات مرتبط با موانع فرهنگی در مقصد بودند. از میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نیز، لپ و گبسون (۲۰۰۳)، به نقل از فاج و ریشل، (۲۰۱۱: ۲۶۸) اظهار داشتند که زنان، در مقایسه با مردان، بیشتر نگران مخاطرات مرتبط با سلامت و غذای خود هستند. در بعد امنیت اجتماعی نیز نتایج تحقیقات مختلف مانند علی‌خواه و ربیعی (۱۳۸۶: ۱۲۴-۱۱۷)، حاکی از آن است که زنان بیش از مردان نگران امنیت خود هستند و حتی برخی از ناهنجاری‌های اجتماعی مانند مزاحمت‌های خیابانی تبدیل به یک ترس همیشگی برای آن‌ها شده‌است.

شایان توجه است که ادراک گردشگران از مخاطرات و وضعیت یک مقصد تنها محدود به بعد مخاطرات اجتماعی نیست؛ بلکه در تحقیقات مختلف، ابعاد مختلفی نیز معرفی و تحت بررسی قرار گرفته است؛ برای مثال، فاج و ریشل (۲۰۱۱: ۲۶۸-۲۶۷) با آزمون ادراک گردشگران خارجی از مخاطرات بالقوه کشور مصر، شش بعد مخاطرات انسانی، مالی، کیفیت خدمات، اجتماعی و روانی، محیطی-طبیعی، رانندگی و غذایی را معرفی کردند. هندرسون (۲۰۰۷: ۴) نیز با تأکید بر صنعت گردشگری، پنج دسته کلی عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و فناورانه را مطرح کرد. در راستای این موضوع، در پژوهش حاضر با مرور ادبیات تحقیقات مختلف، پنج بعد کلی مخاطرات اقتصادی، اجتماعی، سلامت، طبیعی-محیطی و کیفیت انتخاب شد تا ادراک گردشگران شهر مشهد از این ابعاد مورد بررسی قرار گیرد.

### پیشینه تحقیق

اکثر مطالعه‌های مرتبط با مخاطرات ادراک‌شده در گردشگری، رابطه بین ویژگی‌های مختلف گردشگران مانند: جنسیت، سن و تحصیلات را با ابعاد مختلف ترس در مقاصد تحلیل کرده‌اند؛ اما تحقیقات اندکی به یک بخش خاص از گردشگران، تخصیص یافته است. از جمله آن‌ها می‌توان به تحقیق لپ و گبسون (۲۰۰۳) اشاره کرد که نشان دادند گردشگرانی که به دنبال تجربه‌های جدید و نوآورانه<sup>۱</sup> هستند، در مقایسه با گردشگرانی که به دنبال چیزهای شناخته‌شده هستند، سطوح کمتری از مخاطرات را ادراک می‌کنند. کرستتر و کو<sup>۲</sup> (۲۰۰۴)، با تأکید بر اهمیت نقش وفاداری که یکی از متغیرهای پژوهش

1. Novelty  
2. Kerstetter and Cho

حاضر است، نشان دادند که گردشگرانی که تجربه مصرف یک نام تجاری را دارند و یا نسبت به آن تخصص دارند، کمتر به اطلاعات منتشره در وب‌گاه‌های اینترنتی در مورد آن نام تجاری اعتماد می‌کنند. فرهنگ و ملیت نیز از عوامل مؤثر بر مخاطرات ادراک شده است که برانت<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۰: ۴۲۲)، این موضوع را در مورد شهروندان بریتانیایی مورد بحث قرار دادند و اظهار داشتند که نگرانی از وقوع جرم یکی از مشخصه‌های فرهنگی بریتانیایی است. نظریه تنوع خرده‌فرهنگی، استدلال می‌کند که در اجتماعاتی که در آن‌ها تنوع زیاد قومی و نژادی وجود دارد- و این اقوام هر یک بدون پیوند با کلیت اجتماع از آداب و رسوم خود پیروی می‌کنند- ترس از جرم بالا خواهد بود. کوینتال<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰: ۷۹۸)، با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده<sup>۳</sup> و با تأکید بر ملیت، الگویی را برای تحلیل واکنش گردشگران بالقوه به شرایط مخاطره و عدم اطمینان در مقصد ارائه دادند. جامعه آماری این تحقیق، شهروندان سه کشور کره جنوبی، چین و ژاپن و روش گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های الکترونیکی بود. نتایج اخذشده آن‌ها نشان داد که مخاطرات ادراک‌شده بر نگرش به سفر در میان نمونه‌های کره جنوبی و ژاپن و عدم اطمینان ادراک‌شده بر نگرش نسبت به سفر در میان نمونه‌های کره جنوبی و چین، تأثیرگذار است.

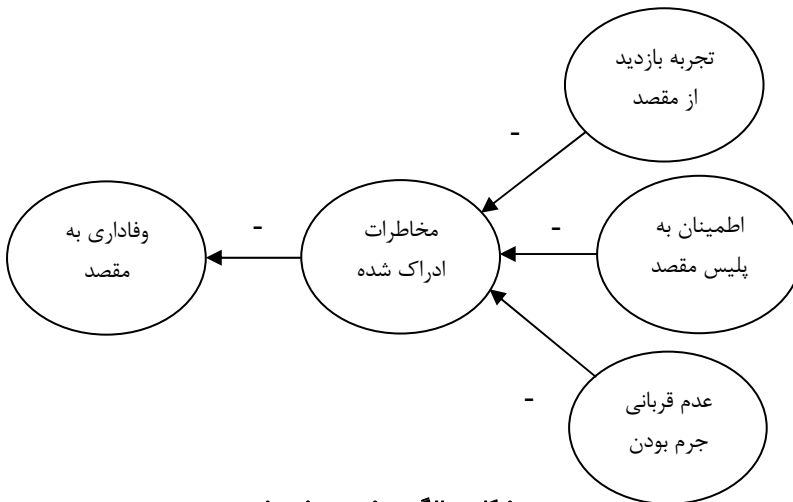
در رابطه با سازمان پلیس، اگرچه ارتباط آن با صنعت گردشگری کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است؛ اما پژوهش‌های زیادی به مفهوم عملکرد پلیس و ابعاد مختلف آن پرداخته‌اند. وو، چن و یه<sup>۴</sup> (۲۰۱۰)، به نقل از انواری رستمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۳۴، اظهار می‌دارند که امروزه کشف و کاهش جرائم و همچنین کارایی در منابع مورد استفاده، تنها مؤلفه‌های سنجش عملکرد پلیس محسوب نمی‌شوند؛ بلکه شهروند محوری نیز نقش مهمی در این فرایند ایفا می‌کند. محققان فوق برای اندازه‌گیری کارایی نیروهای پلیس تایوان، مؤلفه‌های مختلفی را در کنار میزان رضایت شهروندان معرفی کردند. مرادی، جلیلیان و کریمی (۱۳۸۹: ۹۸) نیز مواردی همچون نرخ شکایت‌های مردمی از نیروی پلیس و اعتماد شهروندان به پلیس را از عوامل مهم در فرایند ارزیابی

1. Brunt
2. Quintal
3. Theory of planned behavior
4. Wu, Chen and Yeh

عملکرد پلیس معرفی می‌کنند. اهمیت مفهوم شهروند محوری، باعث شد تا در پژوهش حاضر، متغیر میزان اطمینان گردشگران به پلیس به منظور جلوگیری از وقوع جرم علیه آن‌ها نیز مدنظر قرار گیرد.

### الگوی مفهومی تحقیق

در قسمت مبانی نظری بر اساس منابع مختلف، در مورد ارتباط میان متغیرهای مختلفی صحبت شد که در پژوهش حاضر، این روابط در قالب فرضیه‌های اصلی و فرعی ۱ تا ۵ در یک الگوی ساختاری (شکل ۱) آزمون می‌شود.



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش  
توضیح: علامت - بیانگر ارتباط منفی (معکوس) بین متغیرها است.

### فرضیه‌های اصلی

فرضیه ۱: کیفیت تجربه بازدید گردشگران از مقصد گردشگری به صورت منفی با مخاطرات ادراک شده گردشگران از مقصد در ارتباط است.

فرضیه ۲<sub>a</sub>: اطمینان گردشگران به عملکرد پلیس مقصد گردشگری به صورت منفی با مخاطرات ادراک شده گردشگران از مقصد در ارتباط است.

فرضیه ۳<sub>a</sub>: عدم تجربه جرم توسط گردشگران به عنوان قربانی به صورت منفی با مخاطرات ادراک شده گردشگران از مقصد در ارتباط است.



فرضیه ۴<sub>a</sub>: میزان مخاطرات ادراک‌شده گردشگران از مقصد به صورت منفی با وفاداری آن‌ها به مقصد در ارتباط است.

فرضیه ۵: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، سطح تحصیلات) به صورت معناداری بر سطح مخاطرات ادراک‌شده گردشگران از مقصد، تأثیر دارد.

### فرضیه‌های فرعی

فرضیه ۲<sub>b</sub>: ارتباط بین اطمینان به عملکرد پلیس مقصد و مخاطرات ادراک‌شده در بین گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید از مقصد، ضعیف‌تر است تا برای کل گردشگران آن مقصد.

فرضیه ۳<sub>b</sub>: ارتباط بین تجربه قربانی شدن و مخاطرات ادراک‌شده، در بین گردشگران دارای تجربه بازدید قبلی از مقصد، ضعیف‌تر است تا برای کل گردشگران آن مقصد.

فرضیه ۴<sub>b</sub>: ارتباط بین مخاطرات ادراک‌شده گردشگران از مقصد با وفاداری آن‌ها به مقصد، در بین گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید از مقصد، ضعیف‌تر است تا برای کل گردشگران آن مقصد.

### روش‌شناسی تحقیق

جامعه آماری این پژوهش را گردشگران داخلی شهر مشهد (گردشگرانی که از دیگر شهرهای ایران به این شهر سفر می‌کنند) تشکیل می‌دهد. در این راستا، به منظور بررسی فرضیه‌های فرعی، الگوی مفهومی مدنظر در دو حالت: ۱- کل نمونه آماری گروه گردشگران مذهبی و همچنین؛ ۲- تعداد نمونه‌های آماری این گروه از گردشگرانی که دارای تجربه قبلی بازدید از مقصد مشهد می‌باشند، تحلیل خواهد شد. به منظور طراحی پرسشنامه، هم‌راستا با سؤال اول مدنظر پژوهش، برای متغیر مخاطرات ادراک‌شده، پنج بعد اقتصادی، اجتماعی، سلامت، طبیعی-محیطی و کیفیت در نظر گرفته شد که از طریق ۱۹ سؤال از منابع مختلف (فاچ و ریشل، ۲۰۰۶؛ فاچ و ریشل، ۲۰۱۱، لارسن و همکاران، ۲۰۰۹؛ ریشل و همکاران، ۲۰۰۷؛ سونمز و گراف<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸؛ کوینتال و همکاران، ۲۰۱۰) مورد سنجش قرار می‌گیرد. از طریق این سؤال‌ها، مخاطرات ادراک‌شده در زمان قبل یا در هنگام سفر گردشگران از مقصد مشهد بررسی می‌شود.

همچنین در راستای هدف فرعی این پژوهش؛ یعنی تحلیل روابط ساختاری بین متغیرهای میزان اطمینان گردشگران به عملکرد پلیس مقصد گردشگری (سؤال‌های ۲۰ تا ۲۳)، عدم تجربه جرم (سؤال‌های ۲۴ و ۲۵)، وفاداری به مقصد مشهد (سؤال‌های ۲۶ تا ۲۸)، کیفیت بازدیدهای قبلی (سؤال‌های ۲۹ تا ۳۱)، بر اساس منابع مختلف (اسچاهولز<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۲؛ بالوگلو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۳؛ چيورپراکوکیت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰؛ چو و سانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸؛ پرایاگ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹؛ چی و کو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸) سؤال‌های مربوطه طراحی شد. این سؤال‌ها و همچنین سؤال‌های مربوط به ابعاد مخاطرات، همگی بر اساس طیف لیکرت هفت‌تایی با دامنه «کاملاً مخالفم» با امتیاز ۱ تا «کاملاً موافقم» با امتیاز ۷ است که به‌صورت شفاهی از گردشگران مورد پرسش قرار می‌گیرد. در انتهای پرسشنامه نیز برای سنجش هر کدام از متغیرهای سن، جنسیت و تحصیلات، یک سؤال در نظر گرفته شد. به‌منظور تأیید روایی محتوا، پرسشنامه طراحی شده در اختیار دو کارشناس حوزه گردشگری قرار گرفت که نظرات آن‌ها منجر به تعدیل‌های مختصر در جمله‌بندی برخی از سؤال‌ها شد. در نهایت با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک (نظام‌مند) از گردشگران بالای ۱۸ سال (انتخاب یک نمونه آماری از هر چند نفر جامعه آماری) در محل ورودی حرم امام رضا (ع)، تعداد ۲۵۴ پرسشنامه مفید برای تحلیل‌های آماری این پژوهش فراهم آمد. بارزترین روش‌های تجزیه و تحلیل این داده‌ها، تحلیل عاملی اکتشافی و الگوسازی معادلات ساختاری است که در قسمت یافته‌های پژوهش مورد تشریح قرار خواهد گرفت.

## یافته‌های پژوهش

### الف) یافته‌های توصیفی

نتایج مرتبط با متغیرهای جمعیت‌شناختی، بیانگر آن است که دامنه سنی گردشگران مذهبی حرم امام رضا (ع) ۱۸ تا ۶۵ با میانگین ۳۷ سال است. به‌لحاظ جنسیت، نمونه آماری متشکل از ۱۶۰ مرد (۶۳ درصد) و ۹۴ زن (۳۷ درصد) است که سطوح تحصیلی

1. Eschholz
2. Baloglu
3. Cheurprakobkit
4. Chu and Song
5. Prayag
6. Chi and Qu

کارشناسی یا دانشجوی این مقطع (۷۵ نفر معادل ۲۹/۵ درصد کل نمونه) و دیپلم یا کمتر (۶۴ نفر معادل ۲۵/۲ درصد کل نمونه)، بیشترین سهم از توزیع تحصیلات آن‌ها را تشکیل می‌دهد. همچنین نمونه آماری به‌ترتیب مشتمل بر ۶۱، ۳۸ و ۱۶ نفر در مقاطع کاردانی، کارشناسی ارشد و دکتری یا دانشجوی این مقاطع است. جدول ۱ میانگین، انحراف استاندارد و ضریب آلفای کرونباخ هر یک از پنج متغیر تحقیق را بر اساس طیف لیکرت هفت‌گزینه‌ای با دامنه «۱=کاملاً مخالف» تا «۷=کاملاً موافق» نشان می‌دهد. امتیازهای حاصل از آماره آلفای کرونباخ، بیانگر آن است که به غیر از متغیر مخاطرات ادراک‌شده، بقیه متغیرها به دلیل برخورداری از ضریب فراتر از آستانه ۰/۶ از پایایی قابل قبولی برخوردار هستند. بررسی دقیق‌تر این متغیر نشان داد که با حذف سنجه وضعیت آب و هوایی، می‌توان به‌میزان قابل توجهی ضریب آماره کرونباخ را ترفیع داد؛ از این‌رو این سنجه حذف و مجدداً اقدام به محاسبه ضریب پایایی شد که در این مرحله ضریب ۰/۶۰۴ به‌دست آمد. در این رابطه، برخی از محققان مانند جورج و ماری<sup>۱</sup> (۲۰۰۳)، به نقل از داگلاس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸: ۹۴)، ضریب آلفای کرونباخ در سطح حداقل ۰/۷ و برخی دیگر همچون مالهورترا<sup>۳</sup> (۲۰۰۴)، به نقل از داگلاس، ۲۰۰۸: ۹۴)، حداقل ضریب ۰/۶ را رضایت‌بخش قلمداد می‌کنند؛ بنابراین بر اساس نظر مالهورترا می‌توان اظهار داشت که متغیرهای این پژوهش از پایایی مناسبی برخوردارند.

نتایج میانگین این جدول نشان می‌دهد که گروه گردشگران مذهبی، به‌صورت معناداری مخاطرات بیشتر از سطح متوسط (امتیاز ۳/۵) را درک کرده‌اند که در این میان، به‌ترتیب ابعاد اقتصادی، کیفیت محصولات، اجتماعی-فرهنگی، طبیعی و سلامت با میانگین‌های ۴/۳۱، ۳/۰۸، ۲/۵۶، ۲/۵۰ و ۲/۷۵ از زیاد به کم نگرانی آن‌ها را معطوف خود کرده است. در رابطه با بعد اقتصادی یکی از موارد اصلی گزارش‌شده توسط نمونه‌های آماری این تحقیق، نگرانی در مورد کلاه‌برداری از طریق افزایش قیمت‌ها توسط فروشگاه‌ها و بخش‌های دیگر بود. افزایش قیمت‌ها همچنین به سنجه جرائم غیرخشن در بعد مخاطرات اجتماعی مربوط است. علاوه بر پنج بعد فوق، نمونه آماری اطمینان زیادی به پلیس مقصد در جلوگیری از وقوع جرم علیه آن‌ها دارد. این یافته،

1. George and Mallery
2. Douglas
3. Malhotra

نشان از تصویر ایده‌آل سازمان پلیس در این شهر است. همچنین، از جمله دلایل گزارش امتیاز بالا توسط این گروه را، می‌توان به حضور فیزیکی محسوس پلیس مربوط دانست که می‌تواند به صورت کلی بر میزان اطمینان گردشگران به پلیس این شهر تأثیر گذاشته باشد. موضوع تأثیر مثبت حضور فیزیکی پلیس بر ادراک امنیت به دفعات توسط محققان مختلف از جمله بارکر و پیج<sup>۱</sup> (۲۰۰۲: ۲۷۸-۲۷۶)، مورد تأیید قرار گرفته است. این دو محقق با دو جامعه آماری گردشگران خارجی و داخلی کشور نیوزلند، نشان دادند که ادراک از امنیت در مکان‌هایی که پلیس و دیگر گردشگران و از طرفی بین پلیس و جامعه تعامل اجتماعی وجود دارد؛ در بالاترین سطح است. برخی دیگر از محققان نیز مانند شایگان (۱۳۸۸: ۴۶)، بر تأثیر مثبت عملکرد پلیس بر اطمینان مردم به پلیس اشاره کرده‌اند.

جدول ۱: نتایج اولیه متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین (انحراف استاندارد)	آلفای کرونباخ	تعداد سنجه
مخاطرات ادراک شده <sup>۲</sup>	۴/۴۲ (۱/۰۹۰)	۰/۵۸۸	۱۹
اطمینان به پلیس	۵/۳۵ (۰/۶۱۴)	۰/۶۷۹	۴
وفاداری به مقصد	۴/۴۲ (۱/۰۹۰)	۰/۷۹۰	۳
عدم تجربه جرم	۳/۹۶ (۱/۴۱۷)	۰/۸۷۵	۲
کیفیت تجربه بازدید	۴/۴۷ (۱/۲۷۲)	۰/۷۵۲	۲

<sup>۱</sup> پس از حذف سنجه وضعیت آب و هوایی، ضریب کرونباخ این متغیر به ۰/۶۰۴ ترفیح یافت.

<sup>۲</sup> طراحی سؤال‌ها به گونه‌ای است که هر چقدر امتیاز بیشتری برای این متغیرها حاصل شود به ترتیب به معنی: ادراک مخاطرات بیشتر، اطمینان بیشتر به پلیس، وفاداری بیشتر به مقصد، تجربه کمتر جرم و کیفیت بالاتر بازدید است.

در رابطه با متغیر وفاداری، گردشگران امتیاز تقریباً بالایی (۴/۴۲) را برای اعلام وفاداری خود به مقصد مشهد گزارش کرده‌اند. در واقع بر اساس سنجه‌های این متغیر، نمونه آماری گردشگران این تحقیق تمایل دارند تا در آینده نیز به مقصد فعلی سفر کنند؛ مقصد فعلی را به دوستان و آشنایان معرفی کنند و در نهایت نسبت به این مقصد احساس تعلق مکانی دارند. متغیر بعدی این جدول، تجربه جرم به‌عنوان قربانی است که دو سؤال آن (مربوط به تجربه جرائم خشن و غیرخشن)، به صورت منفی طراحی و بنابراین، امتیاز بالای آن‌ها نشانگر عدم تجربه جرم توسط گردشگران است. اگرچه امتیاز

حاصل از این متغیر برای نمونه آماری (۳/۹۶) بیشتر از حد وسط است؛ اما چندان جالب نیز به نظر نمی‌رسد که بیانگر موافقت نسبی آن‌ها، با تجربه جرم به‌عنوان قربانی در مقصد فوق است. متغیر بعدی جدول (۱) کیفیت تجربه بازدید از مقصد برای آن دسته از گردشگرانی است که قبلاً نیز تجربه سفر به مقصد مشهد را داشته‌اند. از کل ۲۵۴ نمونه گردشگران مذهبی، ۱۴۱ نفر (۵۵/۵ درصد) تجربه بازدید از این شهر را داشته‌اند که امتیاز حاصل از این متغیر (۴/۴۷)، بیانگر کیفیت مناسب سفرهای قبلی گردشگران به مقصد فوق است. همچنین در این مرحله از بررسی‌های آماری، همبستگی بین پنج متغیر فوق به‌منظور شناسایی خطای هم‌خطی<sup>۱</sup>، مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، بیشترین قدر مطلق ضریب همبستگی، مربوط به دو متغیر مخاطرات ادراک شده و عدم تجربه جرم با ضریب  $-0/606$  است که از آستانه  $0/80$  کمتر است؛ بنابراین می‌توان اظهار داشت که نگرانی خاصی در مورد خطای هم‌خطی در تحقیق حاضر وجود ندارد (داگلاس، ۲۰۰۸: ۸۶).

### ب) یافته‌های استنباطی

**تحلیل عاملی اکتشافی:** در این قسمت، از تحلیل عاملی اکتشافی برای بررسی روایی سازه سنجه‌ها و ابعاد مخاطرات ادراک‌شده استفاده می‌شود. نتایج آزمون بارتلت<sup>۲</sup> به دلیل معنادار بودن (ارزش معناداری  $0/000$ ) و همچنین فراتر بودن ضریب آماره کیزر-میر-اولکین از آستانه  $0/6$  به‌ترتیب نشان داد که میان سنجه‌های این متغیر همبستگی وجود دارد و واریانس متغیر مخاطرات ادراک‌شده، تحت تأثیر واریانس عوامل پنهان است. با در نظر گرفتن ارزش ویژه<sup>۳</sup> بیشتر از امتیاز ۱ و پس از چرخش واریمکس، نتایج نشان داد که تنها سنجه «عدم کفایت بودجه» در بعد اولیه مدنظر قرار نگرفت. پس از حذف این سنجه و انجام مجدد تحلیل عاملی اکتشافی بر ۱۸ سنجه باقی‌مانده، پنج بعد کلی با واریانس تجمعی  $62/058$  ایجاد شد. به‌طور دقیق‌تر، نتایج بیانگر آن است که بعد مخاطرات سلامت، بیشترین درصد واریانس متغیر مخاطرات ادراک‌شده با مقدار  $16/142$  درصد را برای گروه گردشگران مذهبی شهر مشهد توضیح می‌دهد. ابعاد

1. Multicollinearity
2. Bartlett
3. Eigen value

کیفیت محصولات (درصد واریانس ۱۵/۱۲۴)، اقتصادی (درصد واریانس ۱۱/۶۶۹)، اجتماعی - فرهنگی (با درصد واریانس ۱۰/۶۳۳) و محیطی - طبیعی (درصد واریانس ۸/۴۹۰) در رتبه‌های بعدی توضیح واریانس متغیر مخاطرات ادراک شده قرار دارند که نشانگر میزان اهمیت هر یک از این ابعاد از دیدگاه نمونه گردشگران این تحقیق است. هر<sup>۱</sup> و همکاران (۱۹۹۸)، به نقل از هو و لی<sup>۲</sup>، (۲۰۰۷)، حداقل بار عاملی برای ابقاء سنجه‌ها را ۰/۵ معرفی می‌کند که در تحقیق حاضر همگی ۱۸ سنجه بار عاملی بالاتر از این آستانه را تبیین کردند. آماره دیگر تحلیل عاملی اکتشافی، اشتراکات<sup>۳</sup> است که برای تعیین واریانس هر سنجه در توضیح متغیرهای تحقیق استفاده می‌شود. در تحقیق حاضر حداقل آستانه ۰/۶ برای این آماره در نظر گرفته شد که بر این اساس، همگی ۱۸ سنجه آن را کسب کردند.

**الگوسازی معادلات ساختاری:** گروه گردشگران مذهبی مشتمل بر ۲۵۴ نمونه آماری است که پس از حذف داده‌های دو سؤال ۳۰ و ۳۱ (دو سؤال مربوط به کیفیت بازدید از مقصد که مختص گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید از شهر مشهد است)، داده‌های آن وارد نرم‌افزار PLS شد. از جمله مزیت‌های اصلی این نرم‌افزار که باعث شد در تحقیق حاضر استفاده شود، عبارت است از: ۱- نیاز به حجم اندک داده در مقایسه با نرم‌افزارهای مشابه مانند لیزرل و AMOS (گروه گردشگران با تجربه بازدید قبلی مشتمل بر ۱۴۱ نمونه آماری است که تعداد زیادی برای یک الگوی ساختاری محسوب نمی‌شود)؛ ۲- امکان استفاده از سنجه‌های کمتر برای هر متغیر مکنون (متغیر مخاطرات طبیعی تنها مشتمل بر ۲ سنجه است)؛ ۳- وجود الگوهای اندازه‌گیری از نوع سازنده (متغیر مخاطرات ادراک شده از نوع سازنده<sup>۴</sup> و نه انعکاسی<sup>۵</sup> است که نرم‌افزار PLS در مقایسه با نرم‌افزارهای مشابه توانایی بیشتری در سنجش آن‌ها دارد)؛ ۴- عدم حساسیت به توزیع داده‌ها (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۶۸).

بر اساس نتایج اولیه در قسمت تحلیل الگوی اندازه‌گیری، دو سنجه از متغیر اطمینان به پلیس به دلیل برخورداری از بار عاملی کمتر از آستانه ۰/۴ و آماره  $t$  کمتر از ۱/۹۶

1. Hair
2. Ho and Lee
3. Communalities
4. Formative
5. Reflective

حذف شد. این مقادیر اغلب در منابع مختلف به‌عنوان حداقل بار عاملی قابل قبول تعیین می‌شوند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۴۹). همچنین، بررسی بارهای عاملی متغیرهای دیگر الگوی تحقیق نشان داد که دو سنجه از بعد مخاطرات اجتماعی-فرهنگی از بار عاملی کمتر از ۰/۴ برخوردارند. نکته شایان توجه در این قسمت آن است که متغیر مخاطرات ادراک‌شده برخلاف متغیرهای دیگر الگوی تحقیق، از نوع سازنده و نه انعکاسی است که در رابطه با آن‌ها، قانون حذف سنجه‌های برخوردار از بار عاملی کمتر از ۰/۴ صادق نیست (برای توضیحات بیشتر به مقاله امانی و همکاران، ۱۳۹۱ رجوع شود)؛ بنابراین از حذف آن‌ها صرف‌نظر شد. همچنین متغیر مخاطرات ادراک‌شده یک متغیر مرتبه دوم<sup>۱</sup> محسوب می‌شود که در پژوهش حاضر به روش ویتیمیر<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) اقدام به وارد کردن ابعاد آن در الگوی تحقیق شد. بر اساس این روش، میانگین سنجه‌های هر یک از ابعاد متغیر سازنده مدنظر از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه و سپس وارد PLS شد؛ چراکه به‌منظور اخذ برازش کامل‌تر الگو، بهتر است برای هر یک از ابعاد متغیرهای سازنده، تنها یک متغیر، نه چند سنجه مجزا وارد شود.

آماره بعدی در تحلیل الگوی اندازه‌گیری، میانگین واریانس تبیین‌شده<sup>۳</sup> (AVE) است که نشان می‌دهد هر سازه به چه میزان واریانس سنجه‌های خود را توضیح می‌دهد. بنابر نظر آلكساندر<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲: ۱۲۴۹)، AVE بیشتر از ۰/۵ حاکی از روایی همگرا است. بر اساس نتایج حاصل، هشت متغیر مکنون الگوی تحقیق از AVE حداقل ۰/۵۶ برخوردارند؛ این در حالی است که برای متغیرهای سازنده مانند مخاطرات ادراک‌شده AVE گزارش نمی‌شود و باید آن را به‌صورت دستی محاسبه کرد. برای محاسبه دستی، میانگین AVE پنج بعد این متغیر به‌عنوان AVE نهایی این متغیر گزارش می‌شود که بر این اساس، مقدار آن برابر ۰/۶۳۷ حاصل شد؛ بنابراین، با در نظر گرفتن معیار AVE، روایی همگرایی الگوی این پژوهش تأیید می‌شود. از آماره AVE همچنین برای بررسی روایی واگرایی الگوهای ساختاری استفاده می‌شود. بر اساس این روش اگر جذر AVE هر متغیر، بیشتر از میزان همبستگی آن متغیر با متغیرهای مکنون دیگر باشد؛ روایی

1. Second order variable
2. Witemeyer
3. Average Variance Explained
4. Alexander

واگرای الگوی ساختاری تأیید می‌شود (آکساندر و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۲۴۹) که بر اساس نتایج حاصل، این قاعده در مورد الگوی تحقیق حاضر صادق و بنابراین روایی واگرا تأیید شد (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج الگوی ساختاری در دو گروه گردشگران مذهبی

گردشگران مذهبی با تجربه بازدید قبلی (n=141)							کل گردشگران مذهبی (n=254)							آشکارا	
GoF	Q <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	CR	CA	AVE	FL	GoF	Q <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	CR	CA	AVE	FL		
۰/۵۰۵	۰/۰۷۴	۰/۵۰۸	۰/۸۵۶	۰/۷۸۰	۰/۵۶۰	۰/۶۶۶	۰/۴۴۴	۰/۰۷۳	۰/۴۰۲	۰/۸۴۱	۰/۷۵۰	۰/۵۷۰	۰/۵۱۵	اقتصادی	
			۰/۸۷۹	۰/۸۱۳	۰/۶۵۰	۰/۵۲۵				۰/۸۶۵	۰/۷۹۰	۰/۶۱۸	۰/۴۷۸	مخاطرات ادراک شده	
			۰/۸۰۱	۰/۶۷۱	۰/۵۰۵	۰/۳۵۴				۰/۷۸۸	۰/۶۳۹	۰/۵۶۱	۰/۳۷۹	اجتماعی	
			۰/۸۱۴	۰/۸۰۲	۰/۶۹۷	۰/۱۸۴				۰/۸۸۶	۰/۷۴۵	۰/۷۹۶	۰/۲۹۹	طبیعی	
			۰/۸۶۷	۰/۸۳۷	۰/۶۲۱	۰/۵۰۵				۰/۸۲۶	۰/۸۱۶	۰/۶۴۰	۰/۵۱۰	سلامت	
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	اقتباس شده	سنجه ۲۰
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	پیش‌بینی	سنجه ۲۱
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	پلیس	سنجه ۲۲
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	عدم تجربه	سنجه ۲۳
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	جرم	سنجه ۲۴
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	عدم تجربه	سنجه ۲۵
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	وفاداری به مقصد	سنجه ۲۶
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	وفاداری به مقصد	سنجه ۲۷
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	وفاداری به مقصد	سنجه ۲۸
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	بازدید	سنجه ۳۰
			حذف		حذف	حذف				حذف	حذف	حذف	حذف	بازدید	سنجه ۳۱

<sup>۱</sup> بار عاملی (حداقل ضریب ایده‌آل: ۰/۴؛ تمامی بارهای عاملی جدول در سطح ۹۵ یا ۹۹/۹ درصد معنادار است)؛ <sup>۲</sup> میانگین واریانس تبیین‌شده (حداقل ضریب ایده‌آل: ۰/۵)؛ <sup>۳</sup> آلفای کرونباخ (حداقل ضریب ایده‌آل: ۰/۶)؛ <sup>۴</sup> پایایی ترکیبی (حداقل ضریب ایده‌آل: ۰/۶)؛ <sup>۵</sup> ضریب تعیین؛ <sup>۶</sup> معیار Stone-Geisser؛ <sup>۷</sup> برازش کلی الگو.

بر اساس نتایج مربوط به برازندگی الگو، ضریب تعیین متغیر مخاطرات ادراک‌شده و وفاداری به مقصد به ترتیب ۰/۴۰۲ و ۰/۲۵۷ حاصل شد که این نتایج، به ترتیب قدرت متوسط و ضعیف متغیرهای مستقل در توضیح دو متغیر فوق را نشان می‌دهد. آماره دیگر در بررسی برازندگی الگوی ساختاری، معیار  $Q^2$  است که بیانگر قدرت متغیرهای برون‌زا در پیش‌بینی متغیرهای درون‌زای یک الگوی ساختاری است. در این راستا، ضرایب ۰/۰۲، ۰/۱۵ یا ۰/۳۵ به ترتیب بیانگر قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی متغیرهای برون‌زای مرتبط با متغیرهای درون‌زا است. در تحقیق حاضر برای متغیرهای وفاداری و مخاطرات ادراک‌شده به ترتیب ضرایب ۰/۱۵۶ و ۰/۰۷۳ برای معیار  $Q^2$  به دست آمد که بیانگر قدرت پیش‌بینی ضعیف ابعاد پنج‌گانه متغیر مخاطرات ادراک‌شده، متغیر عدم تجربه جرم و متغیر اطمینان به پلیس در توضیح متغیر مخاطرات ادراک‌شده



و از سوی دیگر، قدرت پیش‌بینی متوسط متغیر مخاطرات ادراک‌شده در توضیح متغیر وفاداری به مقصد شهر مشهد است. در رابطه با برازش کلی الگوی ساختاری برای نمونه آماری کل گردشگران مذهبی شهر مشهد، معیار  $GoF$ <sup>۱</sup> با فرمول زیر مدنظر قرار گرفت که در آن، Communalities بیانگر میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای مکنون مرتبه اول و  $R^2$  میانگین مقادیر ضریب تعیین متغیرهای مکنون (اعم از مرتبه اول یا دوم) یک الگوی ساختاری است. در این رابطه مقادیر  $GoF$  برابر با ۰/۰۱، ۰/۲۵ یا ۰/۳۶ به ترتیب بیانگر برازش ضعیف، متوسط و قوی یک الگوی ساختاری است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۹۷). بر اساس این فرمول، مقدار  $GoF$  برای گروه کل گردشگران مذهبی برابر ۰/۴۴۴ به دست آمد که نشانگر برازش قوی این الگو است؛ بنابراین، این الگو به‌طور کلی مورد تأیید واقع می‌شود.

$$GoF = \sqrt{\text{comm}}$$

در توضیحات قبلی، به بررسی آماره‌های برازندگی الگوی تحقیق برای کل ۲۵۴ نمونه آماری گردشگران مذهبی اقدام شد. گروه دیگر مدنظر، آن تعداد از نمونه‌های آماری از گروه کل گردشگران است که در سفرهای قبلی خود، تجربه بازدید از مقصد بارگاه امام رضا (ع) را داشته‌اند. در تحقیق حاضر اصطلاحاً به این گروه، گروه دوم گردشگران مذهبی اطلاق می‌شود. این گروه مشتمل بر ۱۴۱ نمونه آماری است که به دلیل تکرار فرایند تحلیل‌های آماری مربوط به بررسی الگوی اندازه‌گیری و برازندگی الگو، از بیان آن‌ها خودداری و به ارائه نتایج، در کنار نتایج گروه اول گردشگران مذهبی در جدول (۲) اکتفا می‌شود.

در رابطه با فرضیه‌های الگوی تحقیق و در واقع بررسی الگوی ساختاری، در گروه دوم گردشگران مذهبی، سازگار با انتظارات اولیه، متغیر کیفیت بازدید بر مخاطرات ادراک‌شده آن‌ها با ضریب ۰/۳۳۳- تأثیر معنادار داشت و بنابراین، فرضیه اول تأیید می‌شود. در واقع اگر گردشگران در بازدیدهای قبلی خود از مقصد مشهد احساس رضایت داشته باشند؛ در سفرهای بعدی خود این مقصد را امن متصور خواهند کرد، یا برعکس. همان‌طور که در جدول (۳) مشخص است؛ فرضیه ۲a در هر دو گروه کل گردشگران و

گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید از شهر مشهد تأیید نشده است. به بیان دیگر، بر اساس ادراک‌های این دو گروه از نمونه آماری، اطمینان به پلیس مشهد بر مخاطرات ادراک‌شده از این شهر تأثیری ندارد. همچنین، فرضیه‌های ۳a و ۴a در هر دو گروه تأیید شده است که بیانگر آن است که هر چقدر هر دو گروه، تجربه کمتری از جرم به‌عنوان قربانی در زمان حضور در مقصد داشته باشند، مخاطرات کمتری نیز از مقصد مشهد ادراک خواهند داشت (برعکس).

جدول ۳: بررسی نتایج الگوی مفهومی پژوهش در دو گروه گردشگران مذهبی

مقایسه دو گروه <sup>۱</sup>	گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید (n=141)		کل گردشگران (n=254)		مسیرها و فرضیه‌های الگوی تحقیق	
	ضریب مسیر	آماره <sup>۲</sup> t	نتیجه فرضیه	ضریب مسیر		آماره <sup>۲</sup> t
-	-	تأیید	۵/۱۸۴	-۰/۳۳۵	-	فرضیه ۱ کیفیت بازدید ← مخاطرات
رد	-	رد	۰/۹۵۴	-۰/۰۵۲	۰/۷۲۷	فرضیه ۲a و ۲b اطمینان به پلیس ← مخاطرات
رد	-۰/۵۵۸	تأیید	۶/۱۴۰	-۰/۵۰۵	۱۷/۳۸۵	فرضیه ۳a و ۳b عدم تجربه جرم ← مخاطرات
رد	۰/۰۱۳	تأیید	۸/۳۴۸	-۰/۵۱۳	۱۱/۸۳۸	فرضیه ۴a و ۴b مخاطرات ← وفاداری به مقصد

<sup>۱</sup> فرضیه مقایسه دو گروه، نقش معنادار متغیر تجربه قبلی بازدید در تعدیل ارتباط بین دو متغیر است؛ <sup>۲</sup> آماره t مربوط به خروجی نرم‌افزار PLS؛ <sup>۳</sup> آماره t مربوط به فرمول ارائه‌شده برای مقایسه ضرایب مسیر دو گروه گردشگران.

همچنین، هر چقدر مخاطرات کمتری از مقصد مشهد ادراک داشته باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که به این مقصد وفادار شوند (برعکس). نکته حائز اهمیت آن است که در گروه کل گردشگران، متغیر عدم تجربه جرم با ضریب ۰/۶۳۰- در مقایسه با متغیرهای پنج بعد مخاطرات ادراک‌شده، تجربه قبلی بازدید و اطمینان به پلیس، دارای قوی‌ترین تأثیر بر مخاطرات ادراک شده است. در واقع، اگر در طول مدت سفر در شهر مشهد، جرائم خشن یا غیر خشن بر گردشگران به وقوع نینجامد، آن‌ها تمایل زیادی خواهند داشت تا این مقصد را امن تصور کنند. این در حالی است که در گروه گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید از این شهر، نگرانی‌های اقتصادی با ضریب ۰/۶۶۶ بیشترین تأثیر را بر مخاطرات ادراک‌شده دارد. این یافته تا حدی سازگار با نتایج تحقیق احمدی، نجفی‌اصل و زارع (۱۳۹۳) با مطالعه موردی ساکنان شهرستان‌های استان بوشهر است که نشان دادند؛ امنیت مالی بیشترین تأثیر را بر ادراک از امنیت اجتماعی آن‌ها دارد و بعد از آن متغیرهای احساس عدالت، آسیب‌های اجتماعی، دین‌داری و پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد قرار دارند.

در رابطه با مقایسه مسیرهای الگوی تحقیق نکته حائز اهمیت، تعداد نمونه آماری این دو گروه گردشگران است. مقایسه ضرایب مسیر این دو الگو با یکدیگر، در راستای بررسی نقش متغیر تبدیل‌گر تجربه بازدید قبلی و فرضیه‌های ۲b تا ۴b است. معناداری ضرایب مسیر در هر الگو توسط آماره t بررسی می‌شود. ضرایب آماره t برای دو فرضیه ۳b و ۴b به ترتیب ۰/۵۵۸- و ۰/۰۱۳+ حاصل شد که به دلیل کمتر بودن از آستانه ۱/۹۶ بیانگر آن است که اختلاف دو مسیر مخاطرات ادراک‌شده ← وفاداری و عدم تجربه جرم ← مخاطرات در دو گروه معنادار نیست. در واقع، متغیر تجربه قبلی بازدید، شدت روابط بین این دو مسیر الگوی تحقیق را تعدیل نمی‌کند؛ پس بنابراین شواهد کافی در تأیید فرضیه‌های ۳b و ۴b به دست نیامد. در رابطه با فرضیه ۲b نیز به دلیل عدم معنادار بودن مسیر اطمینان به پلیس ← مخاطرات ادراک‌شده در هر دو گروه گردشگران، بدون نیاز به محاسبه آماره t مربوط به مقایسه این دو نمونه، نتیجه گرفته می‌شود که متغیر تجربه بازدید قبلی، ارتباط بین دو متغیر فوق را تعدیل نمی‌کند؛ بنابراین فرضیه ۲b نیز مورد تأیید واقع نمی‌شود. به بیان ساده‌تر، رفتار گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید با رفتار کل گردشگران شهر مشهد (که گروه گردشگران دارای تجربه قبلی بازدید نیز مشمول آن است) در رابطه با روابط بین اطمینان به پلیس و مخاطرات ادراک‌شده تفاوتی ندارد.

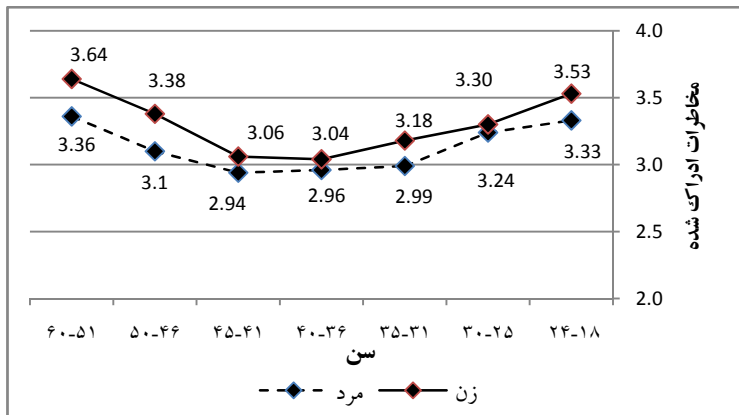
**مخاطرات ادراک شده تابعی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی:** به‌منظور بررسی فرضیه پنجم پژوهش حاضر که بر مبنای آن مخاطرات ادراک‌شده گردشگران تابعی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، سطح تحصیلات) معرفی شده است؛ آزمون‌های تفاوت میانگین در سطح خطای ۵ درصد مورد استفاده واقع شد. ابتدا ارتباط بین دو متغیر سن و مخاطرات ادراک شده مورد بررسی قرار گرفت که نتایج اولیه بیانگر آن است که تأثیر سن بر ادراک مخاطرات احتمالی از مقصد شبیه شکل حرف یو<sup>۱</sup> است؛ به‌طوری‌که با افزایش سن از ۱۸ به ۴۰ سال، مخاطرات ادراک شده کاهش و با افزایش سن از ۴۰ به ۶۰ سال، مخاطرات ادراک‌شده افزایش و مجدداً با افزایش سن از ۶۰ به بالا، اندکی از مخاطرات ادراک‌شده کاهش می‌یابد. برای بررسی دقیق‌تر، ابتدا از آزمون

لون<sup>۱</sup> برای بررسی واریانس متغیر مخاطرات در بازه‌های مختلف سن، استفاده شد. سطح معناداری این آزمون ۰/۷۰۸ به دست آمد که بیانگر تأیید فرضیه همگن بودن واریانس بازه‌های مختلف سن گردشگران است. در این شرایط به دلیل تعداد نمونه‌های متفاوت بازه‌های مختلف سن از آماره ولش<sup>۲</sup> در آزمون آنووا<sup>۳</sup> استفاده شد. بر اساس سطح معناداری حاصل از این آزمون یعنی ۰/۰۰۰ می‌توان اظهار کرد که حداقل دو بازه سنی، ادراک متفاوتی از مخاطرات ادراک شده دارند. به بیان خلاصه، ادراک گردشگران از ابعاد مختلف مخاطرات از مقصد گردشگری مشهد در بازه‌های مختلف سنی در سطح اطمینان ۹۵ درصد متفاوت است. بوکی (۲۰۱۲: ۳۲۸)، در تأیید نتایج این تحقیق بیان می‌کند که افراد مسن در مقایسه با افراد جوان، بیشتر نگران امنیت خود هستند و تمایل دارند تا از مواجهه با خشونت‌های بالقوه کناره‌گیری کنند.

مراحل فوق در مورد ارتباط بین مخاطرات ادراک شده و سطح تحصیلی گردشگران نیز انجام شد. پس از تأیید فرض همگن بودن واریانس میانگین مخاطرات ادراک شده در بازه‌های مختلف تحصیلی، سطح معناداری آماره ولش با ضریب ۰/۱۱۳ به دست آمد که بیانگر پذیرش فرضیه صفر؛ یعنی عدم وجود تفاوت معنادار از مخاطرات احتمالی مقصد در بازه‌های مختلف متغیر تحصیلات است. در تناقض با این یافته، بوکی (۲۰۱۲: ۳۲۸) نشان داد که احتمال بیشتری وجود دارد؛ بازدیدکنندگان با سطح تحصیلات بالاتر، در مقایسه با بازدیدکنندگانی با سطح تحصیلات کمتر، نسبت به امنیت خود، احساس نگرانی داشته باشند. در رابطه با متغیر سوم جمعیت‌شناختی یعنی جنسیت، نتایج آزمون تفاوت میانگین تی استیودنت<sup>۴</sup> با سطح معناداری ۰/۰۰۰ حاکی از آن است که به‌طور میانگین گردشگران زن (با میانگین ۳/۳۱) بیشتر از گردشگران مرد (با میانگین ۳/۰۹) در مورد مخاطرات مختلف مقصد مشهد نگران هستند. از آنجایی که جنسیت و سن هر دو بر مخاطرات ادراک شده تأثیرگذار است؛ می‌توان در یک بررسی جامع‌تر ارتباط بین بازه‌های مختلف سن در دو گروه زنان و مردان را با مخاطرات ادراک شده بررسی کرد. نتایج این بررسی با آزمون آنووا و آماره ولش بیانگر آن است که در هر دو

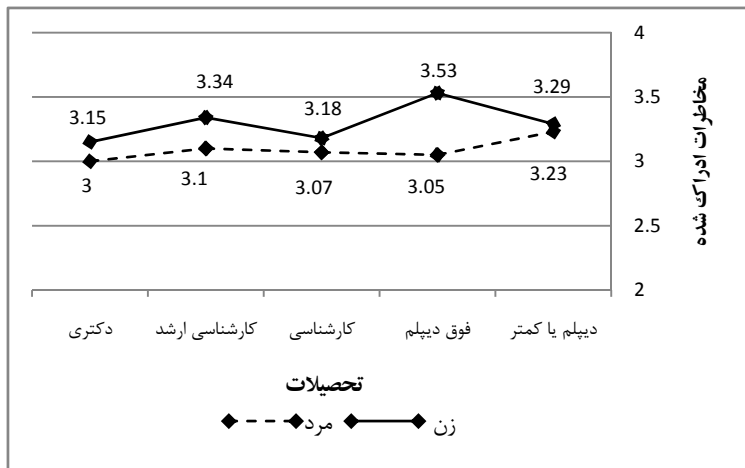
1. Leven test  
2. Welsh  
3. ANOVA  
4. T-student test

گروه زنان و مردان، در بازه‌های مختلف سنی ادراک متفاوتی از مخاطرات در مقصد مشهد وجود دارد. شکل (۲) این روابط را به صورت شماتیک نشان می‌دهد. در این شکل اعداد روی محور عمودی، میانگین مخاطرات ادراک‌شده در هر یک از بازه‌های سنی است.



شکل ۲: ادراک از مخاطرات در بازه‌های مختلف سن در زنان و مردان

در ادامه، ادراک از مخاطرات مقصد در گردشگران زن و مرد در بازه‌های مختلف تحصیلی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آماره ولش بیانگر آن است که در گروه زنان، برخلاف گروه مردان، در سطح خطای ۰/۱ تفاوت معناداری از ادراک از مخاطرات احتمالی مقصد در گروه‌های مختلف تحصیلی وجود دارد (سطح معناداری ۰/۲۱۹ و ۰/۰۹۶ به ترتیب برای مردان و زنان). این نتایج در شکل ۳ به صورت شماتیک نشان می‌دهد که در گروه زنان تفاوت‌های بیشتری از ادراک از مخاطره وجود دارد؛ به طوری که در سطح تحصیلی فوق‌دیپلم، بیشترین احساس مخاطره و در سطح تحصیلی دکتری، کمترین احساس مخاطره وجود دارد. این در حالی است که در گروه مردان، تفاوت چشمگیری وجود ندارد و ادراک از مخاطره تابعی از سطح تحصیلی قلمداد نمی‌شود. این نتایج به‌طور کلی حاکی از تأیید فرضیه (۵) مبنی بر تأثیرگذاری متغیرهای جمعیت‌شناختی بر احساس مخاطرات مقصد است.



شکل ۳: ادراک از مخاطرات در بازه‌های مختلف تحصیلی در زنان و مردان

### بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر در راستای هدف اصلی تحقیق، ادراک گردشگران داخلی مذهبی شهر مشهد از ابعاد پنج‌گانه مخاطرات اقتصادی، کیفیت، اجتماعی، سلامت و محیطی-طبیعی مرتبط با مقصد فوق مورد بررسی قرار گرفت. نمونه آماری گردشگران به دو دسته کل گردشگران (گروه اول) و گردشگران دارای تجربه بازدید قبلی از شهر مشهد (گروه دوم) تقسیم‌بندی شد تا تأثیر احتمالی متغیر تجربه بازدید بر روابط میان متغیرهای الگوی تحقیق بررسی شود. این الگو شامل متغیرهای اطمینان به پلیس مقصد، تجربه قربانی جرم‌شدن در زمان حضور در مقصد، کیفیت بازدیدهای قبلی، ادراک از مخاطرات پنج‌گانه و وفاداری به مقصد مشهد بود. در واقع تجربه قبلی بازدید به‌عنوان یک متغیر تبدیل‌گر و کیفیت بازدیدهای قبلی به‌عنوان یک متغیر مستقل در الگوی تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. نتایج در گام نخست نشان داد که از دیدگاه دو گروه گردشگران، مخاطرات اقتصادی در صدر اهمیت در تبیین مخاطرات کلی آنها قرار گرفت؛ به‌طوری‌که در مقایسه با دیگر ابعاد، قوی‌ترین ضریب مسیر را با متغیر مخاطرات کلی داشت. در این میان، یکی از موارد اصلی گزارش‌شده توسط نمونه‌های آماری، نگرانی در مورد کلاهبرداری از طریق افزایش قیمت‌ها توسط بخش‌های مختلف عرضه‌مانند فروشگاه‌ها بود.

همچنین در گروه دوم گردشگران، بعد کیفیت در رتبه دوم و در گروه کل گردشگران، بعد کیفیت در رتبه سوم تبیین مخاطرات ادراک‌شده از مقصد مشهد قرار گرفت. این یافته‌ها بیانگر آن است که می‌توان در کنار بعد اقتصادی، بعد کیفیت را نیز جزء مهم‌ترین نگرانی‌های گردشگران از مقصد نامبرده قلمداد کرد. بر اساس پرسشنامه طراحی شده، سنجه‌های این بعد به موضوعات برآورده کردن انتظارات گردشگران از کالاها و خدمات مدنظر، کیفیت تسهیلات مختلف مانند هتل، مسافرخانه، مهمان‌سرا و حمل و نقل، رفتار مردم میزبان با گردشگران و در نهایت کیفیت جاذبه‌های مقصد مربوط است. یافته‌های مربوط به بعد کیفیت، بیانگر آن است که اگرچه گردشگران در مقصد حضور دارند و در واقع، مرحله انتخاب مقصد را سپری کرده‌اند؛ اما همچنان در مورد کیفیت سفر خود و مقصد در تردید هستند. حضور در مقصد را نباید بدین گونه تفسیر کرد که گردشگر، آن مقصد را از حیث کیفیت مطلوب ارزیابی می‌کند؛ بلکه همچنان در مورد اجزاء مختلف آن و حتی جاذبه‌ها در تردید است که آیا انتظارات او را برآورده خواهد کرد یا خیر. علاوه بر دو بعد مطرح شده قبلی، بعد سلامت در گروه کل گردشگران و گروه دارای تجربه قبلی بازدید به‌ترتیب در رتبه دوم و سوم بیشترین نگرانی گردشگران از ابعاد پنج‌گانه مخاطرات قرار گرفت.

در رابطه با متغیر اطمینان به پلیس، اگرچه گردشگران مذهبی از سطح اطمینان بالایی نسبت به پلیس برخوردارند؛ اما نتایج مرحله الگوسازی معادلات ساختاری، بیانگر آن بود که این سطح اطمینان بر ادراک دو گروه گردشگران از مخاطرات مقصد دارای تأثیر معنادار نیست. در واقع، برخورداری از سطح اطمینان بالا به پلیس مقصد، باعث نمی‌شود که سطح مخاطرات ادراک‌شده گردشگران از مقصد مشهد کاهش یابد. نتایج روابط میان متغیرهای تحقیق همچنین نشان داد که در گروه دوم گردشگران، مسیر کیفیت تجربه بازدید ← مخاطرات ادراک‌شده با ضریب منفی معنادار است. این یافته چندان دور از انتظار نبود؛ چراکه احساس عدم رضایت گردشگران از سفر یا سفرهای قبلی از یک مقصد، باعث می‌شود تا آن‌ها در سفرهای آتی خود نسبت به آن مقصد احساس نگرانی داشته باشند یا برعکس و تجربه و رضایت ایده‌آل از سفر یا سفرهای قبلی باعث کاهش نگرانی در سفرهای آتی می‌شود. سازگار با نتایج این پژوهش، جلیل‌وند و سمیعی (۲۰۱۲: ۱۷۵) با تحقیق در مورد گردشگران خارجی بازدیدکننده از

ایران ابراز داشتند که گردشگران برخوردار از تجربه قبلی بازدید از ایران، در مقایسه با گردشگران بدون تجربه قبلی بازدید، مقصد ایران را کمتر مخاطره‌آمیز ادراک می‌کنند. آزمون الگوی ساختاری پژوهش حاضر در دو وضعیت گروه اول و دوم، همچنین بیانگر آن است که اگر گردشگران در زمان سفر در مقصد قربانی جرائم خشن یا غیر خشن نشوند؛ مخاطرات کمتری را نیز از مقصد مشهد خواهند داشت. در رابطه با اثرات منفی وقوع جرم علیه گردشگران، شواهد دلالت بر آن دارد که این مسئله، کاهش تعداد ورودی‌های گردشگران (جورج، ۲۰۱۰: ۸۰۷)، کاهش مزایای اقتصادی گردشگری، کاهش کیفیت زندگی افراد مقیم (پارک و استوکوواسکی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹: ۹۰۶) و به‌طور کلی، تخریب انگاره مقصد را سبب می‌شود (بوکی، ۲۰۱۲: ۳۲۷).

علاوه بر تجربه مستقیم جرم در نقش قربانی، تجربه غیرمستقیم جرم نیز از عوامل ایجاد احساس مخاطره و ترس معرفی می‌شود. این یافته باعث شد تا در پرسشنامه پژوهش حاضر از هر یک از افراد، علاوه بر تجربه فردی، تجربه افراد همراه او از جرم نیز مورد سؤال قرار گیرد. نتایج دو سؤال مربوط به تجربه جرائم خشن و تجربه جرائم غیر خشن به‌عنوان قربانی در مقصد حاکی از آن است که گردشگران در پاسخ به هر دو سؤال امتیاز بالاتر از سطح متوسط را گزارش کردند. این یافته نگران‌کننده در وهله اول نشان می‌دهد که تفاوت قابل ملاحظه‌ای در ادراک از جرائم خشن (مانند درگیری فیزیکی) و ادراک از جرائم غیرخشن (مانند افزایش قیمت‌ها) در مقصد فوق علیه گردشگران وجود ندارد.

بر اساس نتایج مربوط به مسیر آخر الگوی این پژوهش، ارتباط منفی بین دو متغیر مخاطرات ادراک‌شده و وفاداری به مقصد در هر دو گروه اول و دوم گردشگران مورد تأیید واقع شد. این یافته سازگار با نتایج تحقیقات مختلف است که اظهار می‌دارند ادراک گردشگران از مخاطرات یک مقصد سبب کاهش وفاداری آن‌ها به آن مقصد می‌شود. همچنین در برخی از منابع بیان شده است که گروه‌های وفادار به یک محصول، کمتر به مخاطرات احتمالی یا تبلیغات منفی مرتبط با آن محصول توجه می‌کنند. این گروه‌ها، تجربه مثبت مصرف محصول را دارند پس بنابراین به سادگی تحت تأثیر تبلیغات منفی حتی صحیح، قرار نمی‌گیرند.

1. Park and Stokowski



یکی از موارد اصلی دانش‌افزایی پژوهش حاضر، مربوط به عدم تأیید فرضیه‌های گروه b، مبنی بر تعدیل شدت روابط بین متغیرهای الگو، توسط متغیر تجربه قبلی بازدید است؛ از این رو می‌توان اظهار داشت که تفاوتی در رفتار گردشگران دارای تجربه و بدون تجربه قبلی بازدید از مقصد در این پژوهش وجود ندارد. این یافته بیانگر این موضوع مهم است که مدیران و بازاریابان مقصد مشهد، نباید وفاداری گردشگران را نقطه انتهایی فعالیت‌های خود تصور کنند؛ بلکه شرایط امنیت ضعیف مقصد در ابعاد پنج‌گانه، می‌تواند باعث شود که حتی گردشگران وفادار، همانند گردشگران غیر وفادار، از بازدید مقصد در آینده خودداری کنند و در واقع تبدیل به گردشگران غیر وفادار شوند.

### پیشنهادها

در این قسمت از مقاله، بر اساس نتایج اخذ شده از پژوهش حاضر به بیان پیشنهادهای مرتبط، پرداخته می‌شود. اولاً، به دلیل نگرانی گردشگران در مورد کلاهبرداری از طریق افزایش قیمت‌ها (از سنجه‌های بعد مخاطرات اقتصادی) لازم است تا سازمان‌های مرتبط، به‌طور فعال‌تری بر بازار کنترل داشته باشند؛ به‌طور مثال، در کشورهای توسعه‌یافته تمامی فروشگاه‌ها موظف به درج قیمت بر روی محصولات و ارائه برگ خرید حتی برای خریدهای ارزان هستند که این موضوع می‌تواند در کشورمان نیز اعمال شود. دوماً، بعد مهم دیگر مورد تأکید گردشگران، مخاطرات سلامت بود که دفاتر مسافرتی می‌توانند سیاست‌هایی همچون ارائه بیمه‌های مسافرتی، همراهی افراد کارشناس کمک‌های اولیه در تورهای مسافرتی، استفاده از سیستم حمل و نقل با کیفیت و توجه به سلامت غذایی را مدنظر قرار دهند. همان‌طور که نتایج ارائه شده در تصاویر ۲ و ۳ نشان داد؛ زنان بیشتر از مردان، و افراد بالای ۴۵ سال بیشتر از افراد جوان‌تر، نگران امنیت خود در ابعاد مختلف هستند؛ بنابراین، با آگاهی از این یافته‌ها، دفاتر مسافرتی می‌توانند اقدامات پیشنهادی فوق را با تأکید بیشتر در مورد این گروه‌ها اجرایی کنند یا برای این گروه‌ها تسهیلات خاص فراهم آورند.

سوماً، در رابطه با نقش پلیس، پژوهش‌های مختلفی، وقوع جرم و ترس از جرم را خطری جدی برای توسعه پایدار شهری معرفی می‌کنند. این در حالی است که در کلان‌شهر مشهد باوجود برخورداری از میلیون‌ها گردشگر، تاکنون اقدام به راه‌اندازی

پلیس ویژه گردشگری نشده است. یافته‌های این پژوهش نشان از مخاطرات ادراک‌شده قوی گردشگران از جرائم خشن داشت. این یافته بر راه‌اندازی پلیس گردشگری و اتخاذ تدابیر قوی‌تر، برای جلوگیری از وقوع جرائم خشن علیه گردشگران تأکید دارد. این تدابیر طوری باید اجرا شود که باعث القای خشونت به مردم نشود. نکته شایان توجه آن است که گردشگران به‌دلایل برخورداری از زمان محدود در مقصد، عدم آشنایی با مقصد و افزایش هزینه‌ها در صورت اسکان بیشتر از برنامه از قبل تعیین‌شده در مقصد، در صورت وقوع جرائم غیر خشن یا حتی خشن، ممکن است از پیگیری جرم صرف‌نظر کنند؛ از این‌رو، بیشترین تمرکز گردشگران و نیروی پلیس باید بر پیشگیری از جرم باشد. در انتها، شایان تأکید است که در تحقیق حاضر، تجربه قبلی بازدید به‌عنوان متغیر تبدیل‌گر مدنظر قرار گرفت. اسکر، وینزی و اوکونر<sup>۱</sup> (۲۰۱۰: ۲) اظهار می‌دارند که ادراک و خاطره تجربه یک سفر تحت تأثیر رخدادهای بعدی است پس بنابراین در گذر زمان، خاطرات قدیمی با خاطرات جدیدتر جایگزین می‌شود. این شرایط مؤکد این موضوع است که باید بین تجربه قبلی بازدید اخیر و تجربه بازدید مربوط به سال‌های دور از یک مقصد، تفاوت قائل شد؛ بنابراین ممکن است در صورت تحلیل واریانس بین دو متغیر تجربه قبلی بازدید در بازه‌های مختلف زمانی و وفاداری به مقصد، نتایج معناداری حاصل شود که بررسی این موضوع برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود.

### منابع

- آخرین آمار از حضور زائران جهان در مراسم اربعین (۱۳۹۳). خبرگزاری حج. <http://hajj.ir/14/54445>
- احمدی، حبیب؛ نجفی‌اصل، عبدالله و صادق زارع (۱۳۹۳). بررسی احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان‌های استان بوشهر. **انتظام اجتماعی**، سال ششم، شماره ۳: ۱۱۲-۸۱.
- امانی، جواد؛ خضری، آذر و حجت محمودی (۱۳۹۱). معرفی مدلیابی معادلات ساختاری به روش حداقل مجذورات جزئی (PLS-PM) و کاربرد آن در پژوهش‌های رفتاری. **بر خط دانش روان‌شناختی**، سال اول، شماره ۱: ۵۵-۴۱.

-انواری رستمی، علی؛ نیک‌نفس، علی و داود خسرو انجم (۱۳۹۰). ارزیابی کارایی نسبی واحدهای پلیس با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها: مطالعه موردی. فصلنامه

**مطالعات مدیریت انتظامی**، سال ششم، شماره ۲: ۲۴۱-۲۲۲.

-داوری، علی و آرش رضازاده (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

-شایگان، فریبا (۱۳۸۸). بررسی میزان اعتماد مردم به پلیس (مطالعه موردی شهر تهران). **دانش انتظامی**، سال دهم، شماره ۳۹: ۶۲-۳۷.

-شایگان، فریبا و حمید جربانی (۱۳۹۰). مطالعه تطبیقی میزان اعتماد مردم پکن و تهران به پلیس. **مطالعات مدیریت انتظامی**، سال ششم، شماره ۳: ۴۳۴-۴۱۷.

-علی‌خواه، فردین و مریم نجیبی ربیعی (۱۳۸۶). زنان و ترس از جرم در فضاهای شهری. **رفاه اجتماعی**، سال ششم، شماره ۲۲: ۱۳۱-۱۰۹.

-فیروزآبادی، سیداحمد و حمید حسنونند (۱۳۹۳). بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی ورود گردشگران به نواحی روستایی کهمان از توابع شهرستان سلسله. **مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال ششم، شماره ۳: ۴۸-۳۳.

-محمدی، علی؛ امیری، یاسر و محمود جوهر (۱۳۹۳). اولویت‌بندی وضعیت شاخص‌های امنیت اجتماعی و رتبه‌بندی استان‌های کشور از نظر سطح امنیت اجتماعی با استفاده از روش تحلیل رابطه‌ای خاکستری (GRA). **انتظام اجتماعی**، سال ششم، شماره ۳: ۳۴-۷.

-مرادی، مرتضی؛ جلیلیان، حمیدرضا و داود کریمی (۱۳۸۹). رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد پلیس. **فصلنامه توسعه انسانی پلیس**، سال هفتم، شماره ۳۱: ۱۰۸-۹۵.

- Alexander, M., MacLaren, A., O'Gorman, K. & Taheri, B. (2012). He just didn't seem to understand the banter: Bullying or simply establishing social cohesion? *Tourism Management*, 33, 1245-1255.

- Assaker G, Esposito Vinzi V, & O'Connor, P. (2010). Structural equation modeling in tourism demand forecasting: A critical review. *Journal of Travel and Tourism Research*, 3, 1-27.

- Baloglu, Seyhmus, Pekcan, Aykut, Chen, Shiang-Lih & Santos, Joceline (2003). The relationship between destination performance, overall satisfaction and behavioral intention for distinct segments. *Current Issues and Development in Hospitality and Tourism Satisfaction*, 4(3/4), 149-165.

- Barker, Michael & Page, Stephen J. (2002). Visitor safety in urban tourism

- environments: the case of Auckland, New Zealand. *Cities*, 19(4), 273-282.
- Boakye, Kwaku Adutwum (2012). Tourists' views on safety and vulnerability: A study of some selected towns in Ghana. *Tourism Management*, 33, 327-333.
  - Brunt, Paul, Mawby, Rob & Hambly, Zoe (2000). Tourist victimisation and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21, 417-424.
  - Cheurprakobkit, Sutham (2000). Police-citizen contact and police performance Attitudinal differences between Hispanics and non-Hispanics. *Journal of Criminal Justice*, 28, 325-336.
  - Chi, Christina Geng-Qing & Qu, Hailin (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29, 624-636.
  - Chu, Doris C. & Song, John Huey-Long (2008). Chinese immigrants' perceptions of the police in Toronto, Canada. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 31(4), 610- 630.
  - Douglas, Alecia C. (2008). The role of emotion in online travel: towards the development of a website emotional design model for romantic travel consumers. Unpublished PhD Dissertation, Purdue University: USA.
  - Eschholz, Sarah, Blackwell, Brenda Sims, Gertz, Marc & Chiricos, Ted (2002). Race and attitudes toward the police Assessing the effects of watching "reality" police programs. *Journal of Criminal Justice*, 30: 327-341.
  - Fuchs, Galia & Reichel, Arie (2006). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2): 83-108.
  - Fuchs, Galia & Reichel, Arie (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32, 266-276.
  - George, Richard (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24, 575-585.
  - George, Richard (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*, 31, 806-815.
  - Henderson, Joan C. (2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Management*, New York: Butterworth-Heinemann.
  - Ho, Chang-Iuan & Lee, Yi-Ling (2007). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28, 1434-1449.
  - Jalilvand, Mohammad Reza & Samiei, Neda (2012). Perceived risks in travelling to the Islamic Republic of Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 175-189.
  - Korstanje, Maximiliano E. & Clayton, Anthony (2012). Tourism and terrorism: conflicts and commonalities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(1), 8-25.
  - Larsen, Svein, Brun, Wibecke & Qgaard, Torvald (2009). What tourists

- worry about – Construction of a scale measuring tourist worries. *Tourism Management*, 30, 260-265.
- Mitchell, J.T. (2006). Conflicting threat perceptions at a rural agricultural fair. *Tourism Management*, 27, 1298-1307.
- Park, Minkyung and Stokowski, Patricia A. (2009). Social disruption theory and crime in rural communities: Comparisons across three levels of tourism growth. *Tourism Management*, 30, 905-915.
- Prayag, Girish (2009). Tourists' evaluation of destination image, satisfaction, and future behavioral intentions: the case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, 836-853.
- Quintal, Vanessa Ann, Lee, Julie Anne & Soutar, Geoffrey N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31, 797-805.
- Reichel, Arie, Fuchs, Galia & Uriely, Natan (2007). Perceived Risk and the Non-Institutionalized Tourist Role: The Case of Israeli Student Ex-Backpackers. *Journal of Travel Research*, 46, 217-226.
- Sonmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.
- Tourism Highlights (2014). Madrid: UNWTO.
- Witemeyer, Hazen Allison (2013). Employee engagement construct and instrument validation, Unpublished Ph.D. dissertation, Georgia State University: USA.

