



تأثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری (مورد مطالعه: شهر گرگان)

محمدرضا سلیمی سبجان^{*}، استادیار گروه جغرافیا فرهنگی، پژوهشگاه علوم انتظامی و اجتماعی ناجا، سازمان ناجا، تهران، ایران.

محمد یاپنگ غراوی، دانش آموخته دکتری گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

مریم محمدبیگی سلخوری، کارشناس ارشد گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

مصطفی بالی چلندر، کارشناس ارشد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۳/۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۵

چکیده

شهرها هر ساله پذیرای میلیون ها نفر گردشگرند و گردشگری شهری اکنون به فعالیتی مهم تبدیل شده که جریان کارها، اقدامات اجتماعی و تغییرات فضایی فراوانی به ویژه در کشورها شکل داده است. نقش شهرها در جذب گردشگران و شکل گیری گردشگری شهری به عنوان یک الگوی فضایی گردشگری در عصر حاضر بعد دیگری از اقتصاد شهری را شکل داده است که به نوسازی و توسعه سیمای شهری، سیستم حمل و نقل، اقامتگاه های گردشگری و بهبود و ساماندهی زیرساخت های شهری منتهی می شود و تحت تاثیر عوامل مختلفی از جمله اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری است، و نقش بسزایی در جذب گردشگر دارد. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری طراحی شد. که از نظر هدف پژوهش کاربردی و از نظر نحوه روش تحقیق، از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری آن را گردشگران ورودی به شهر گرگان تشکیل می دادند. با توجه به این که تعداد حجم جامعه آماری نامشخص است از فرمول کوکران برای حجم جامعه نامحدود استفاده شد و حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری بر توسعه گردشگری تاثیر معناداری دارد به گونه ای که میزان تاثیر متغیر امنیت فضاهای شهری بر توسعه گردشگری بیشتر از اعتماد اجتماعی است.

واژگان کلیدی: اعتماد اجتماعی، امنیت فضاهای شهری، گردشگری، گرگان.

^{*} نویسنده مسئول Email: salimi_geo@yahoo.com

نحوه استنادی به مقاله:

سلیمی سبجان، محمدرضا، یاپنگ غراوی، محمد، محمدبیگی سلخوری، مریم، بالی چلندر، مصطفی (۱۴۰۰). تأثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری (مورد مطالعه: شهر گرگان). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال دوم، شماره ۱ (۵). صص ۲۳-۳۸.

Doi:10.52547/gsma.2.1.23

۱. مقدمه

صنعت گردشگری که از دیرباز مورد توجه بشر قرار گرفته است و یکی از بخش‌های پیشتاز و در حال رشد در سطح بین‌المللی است (موساوندگان و همکاران^۱، ۲۰۲۰: ۴۵)، بدون شک، یکی از پدیده‌های مهم اجتماعی و اقتصادی دوران مدرن است (سانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۱۹۸). که به عنوان یک فعالیت اقتصادی جهانی مهم و با ارزش به رسمیت شناخته شده است (بووین و تاگوای^۳، ۲۰۱۸: ۷۳). گردشگری به قدری در توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی و کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه نواحی یاد می‌کنند (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۲). طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته، تقاضا برای گردشگری جهانی سالیانه ۳/۴ درصد رشد دارد و تا سال ۲۰۲۰ به ۱٫۶ میلیارد نفر در سال خواهد رسید (کوشال و چارلزورس^۴، ۲۰۱۶: ۷۶۱). گردشگری در قالب الگوهای خاص فضایی به وجود می‌آید و یکی از این الگوها گردشگری شهری است که دسته‌ای از فعالیت‌های اقتصادی با نتایج مهم اجتماعی، اقتصادی و محیطی در شهرها است (سلمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۹). برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که به دلیل سرعت ارتباطات، بالا رفتن سطح فرهنگ شهروندان و افزایش سطح زندگی آنان، در آینده گردشگری شهری در میان گونه‌های دیگر گردشگری حرف اول را خواهد زد (کارجگان، ۱۳۹۵: ۵). شهرها هرساله پذیرای میلیون‌ها نفر گردشگرند و گردشگری شهری اکنون به فعالیتی مهم تبدیل شده که جریان کارها، اقدامات اجتماعی و تغییرات فضایی فراوانی به ویژه در کشورها شکل داده است (وانگ^۵ و همکاران،

۲۰۱۸: ۲۳۱). نقش شهرها در جذب گردشگران و شکل‌گیری گردشگری شهری به عنوان یک الگوی فضایی گردشگری در عصر حاضر بعد دیگری از اقتصاد شهری را شکل داده است که به نوسازی و توسعه سیمای شهری، سیستم حمل و نقل، اقامت‌گاه‌های گردشگری و بهبود و ساماندهی زیرساخت‌های شهری منتهی می‌شود (برکر و پیچ^۶، ۲۰۰۲: ۲۴۷).

رشد و توسعه گردشگری شهری و جذب گردشگر تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله اعتماد اجتماعی است و نقش به سزایی در جذب گردشگر دارد (صالحی، ۱۳۸۷: ۳۴). اعتماد اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی است که زمینه ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه می‌باشد (ژو^۷، ۲۰۲۰: ۴۳). اعتماد اجتماعی، مشارکت را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سرعت بخشیده و تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌های مختلف جامعه افزایش می‌دهد (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۷ و گلابی و رضایی، ۱۳۹۲: ۶۵). تطور و تحول جوامع انسانی از حالت اولیه به مدرن در گرو پیچیدگی، تراکم روابط اجتماعی و ارتباط متقابل بوده است که اعتماد به گستردگی آنها دامن زده است. بدون وجود اعتماد نمی‌توان شاهد نظامهای دموکراتیک، نظم و ثبات اجتماعی، تعادل و همبستگی و انسجام اجتماعی در جامعه بود. اعتماد از پیش شرطهای اساسی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هر جامعه‌ای محسوب می‌شود. با بسط و گسترش فرهنگ اعتماد می‌توان به جای ارزشهای منفی مانند دروغ، کلاهبرداری، چابلوسی، نفاق و غیره، ارزش‌های اخلاقی مثبت مانند صداقت، راستگویی، انصاف، امانت‌داری، تعهد و شهامت را در جامعه پروراند (میرکاظمی، ۱۳۹۵: ۷۸). یکی از اصول اولیه زندگی اجتماعی، داشتن اعتماد به

¹ Musavengane et al

² Song et al

³ Boivin & Tanguay

⁴ Coshall, & Charlesworth

⁵ Wang

⁶ Barker and page

⁷ Zhou



یکدیگر است و اگر افراد، نسبت به یکدیگر اعتماد و اطمینان نداشته باشند، تداوم زندگی در چنین جامعه‌ای دشوار خواهد بود. چرخ‌های زندگی بر محور اعتماد به یکدیگر در حال حرکت است و اهمیت اعتماد در روابط و پیوندهای اجتماعی به گونه‌ای است که می‌توان آن را عنصر اساسی زندگی اجتماعی تلقی نمود که زمینه همکاری و تعامل را در ابعاد مختلف گسترش می‌دهد جوامعی که از اعتماد اجتماعی بالاتری برخوردارند، در نتیجه افزایش اعتماد و بروز رفتارهای اخلاقی در آنها میزان بزهکاری و جرائم اجتماعی کاهش می‌یابد. که این خود زمینه جذب و جلب هرچه بیشتر گردشگران را فراهم می‌کند (حبیبی، ۱۳۹۵: ۲).

امنیت فضاهای شهری یکی دیگر از عوامل شاخص در توسعه گردشگری شهری است. آسایش، راحتی و امنیت، از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جذب یا از آن‌ها دفع می‌کند. بدون وجود امنیت در یک کشور، امکان شکل‌گیری جریان گردشگری انبوه وجود ندارد؛ چراکه امنیت، نیاز اساسی و ابتدایی انسان است و بدون تضمین آن، هرچند سایر مؤلفه‌های گردشگری پررنگ باشند، کارایی و اثر خود را از دست می‌دهند و در سایه ناامنی محو می‌شوند. امروزه تعداد گردشگران خارجی در یک کشور، یکی از شاخص‌های امنیت آن است؛ چراکه وجود تعداد زیاد گردشگر در یک کشور یا مکان خاص، نشانگر وجود امنیت است. البته این بدین معنا نیست که هر مکانی که گردشگر نداشته باشد، امنیت هم ندارد (مقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۹). فضای شهری بستر مشترکی است که مردم فعالیت‌های کارکردی و مراسمی را که پیوند دهنده اعضای جامعه است، در آن انجام می‌دهند و صحنه‌ای است که بر روی آن نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می‌گیرد. به بیان دیگر فضای شهری (خیابان‌ها، میدان‌ها و

پارک‌ها) بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می‌باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند و داستان زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود (ملکیان، ۱۳۹۲: ۵۸) عواملی که امنیت شهری را از بین می‌برند و موجب تهدید یا کاهش امنیت شهرهای بزرگ می‌شوند، بسیاریند و برخی فضاهای شهری یکی از عوامل اصلی تهدید کننده امنیت شهرها هستند، این فضاها معمولاً از دید پنهان هستند و به همین خاطر فضاهای دنج و مطمئنی برای فعالیت‌های غیر مجاز و ناهنجار محسوب می‌شوند. زیر پله‌های شهری، داخل زیر گذرها، پل‌های هوایی، زمین‌های فرورفته و گودها، ساختمان‌های متروکه، حاشیه ترمینال‌ها و معابری که در شهرک‌های جدید واقع شده‌اند، مواردی از فضاهای تاریک و بدون دفاع در شهرها هستند. فضاهای بدون دفاع در حقیقت بخش آسیب‌پذیر کالبد فیزیکی است که پرداختن به آن از اهم وظایف مدیران شهری محسوب می‌شود. احساس امنیت در فضاهای شهری برای گردشگران اهمیت ویژه‌ای دارد به گونه‌ای که وجود امنیت در فضاهای شهری زمینه تمایل مجدد سفر به مقصد را افزایش می‌دهد. به عبارتی فضاهای شهری امن در شهرهای گردشگری پذیر منجر به جذب و تشویق گردشگران برای حضور مجدد به آن شهر خواهد شد (شربت، ۱۳۹۵: ۵).

مسئله‌ای که امکان دارد حضور گردشگران را در مقاصد گردشگری شهری از جمله شهر گرگان کاهش دهد فقدان امنیت است و امنیت کم در مقاصد گردشگری از جمله شهر گرگان زمینه را برای فقدان اعتماد در بین گردشگران ورودی به شهر گرگان فراهم می‌کند. در شهر گرگان علیرغم تلاش گسترده مسئولین مدیریت شهری و انتظامی باز هم مناطق و فضاهای شهری با مشکل و کمبود و یا نبود امنیت اجتماعی و عمومی روبرو هستند. این امر زمینه افول و

میزان مراجعه گردشگران به شهر گرگان علیرغم داشتن پتانسیل ها و مکان های متنوع گردشگری شده است. براساس موارد گفته شده این پژوهش در جهت پاسخگویی به این سوال است که آیا اعتماد اجتماعی گردشگران و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری گرگان موثر است؟ از جمله تحقیقات انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش می توان به موارد جدول (۱) اشاره کرد.

جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه موضوع مورد بحث

محقق و سال	عنوان	نتیجه گیری
پاپ ^۱ و همکاران (۲۰۲۱)	تأثیر رسانه های اجتماعی بر تصمیم انتخاب مقاصد سفر: نقش اعتماد در تصمیم به سفر	اعتماد تأثیری مثبت بر تصمیم به سفر دارد هم چنین اعتماد نقش واسطه ای در ارتباط بین تأثیر رسانه های اجتماعی بر تصمیم انتخاب مقاصد سفر دارد
کیم ^۲ و همکاران (۲۰۲۰)	تأثیر انگیزه، بازدارندگی، اعتماد و ریسک بر سرمایه گذاری در صنعت گردشگری	انگیزه درونی و بیرونی بر اعتماد تأثیر می گذارد همچنین اعتماد تأثیری مستقیم بر تمایل به سرمایه گذاری در گردشگری دارد.
سان ^۳ و همکاران (۲۰۲۰)	رویکردی جغرافیایی مقوله اعتماد در گردشگری	ویژگی های فرهنگی مبتنی بر مکان، ساختارهای حاکمیتی، سلسله مراتب اجتماعی و دانش بر در ایجاد اعتماد ساکنان به توسعه گردشگری تأثیری مثبت دارد.
جانسن ^۴ (۲۰۱۶)	اعتماد اجتماعی، امنیت و انتخاب مقصد گردشگری	اعتماد و امنیت اجتماعی یکی از فاکتورهای مهم گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری است به گونه ای که این عامل در کنار عوامل دیگر از جمله تسهیلات زیرساخت گردشگری، مجاورت و نزدیکی جغرافیایی به عنوان مهمترین عامل یاد شده است.
پوت رات و چانترادون ^۵ (۲۰۱۲)	عملکرد سرمایه اجتماعی در طرح مشارکتی اجتماعی گردشگری در جزیره سامویی تایلند	سرمایه اجتماعی موجب مشارکت بیشتر در میان افراد محلی شده و سطح تحصیلات افراد می تواند بر فعالیتهای گردشگری تأثیر بسزایی داشته باشد
ویور و اپرمان ^۶ (۲۰۱۲)	مدیریت گردشگری	به بررسی ارتباط بین امنیت و توسعه پایدار گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده اند که یکی از علل عدم استقبال گردشگران از مناطق گردشگری دنیا، ناشی از نبود امنیت جانی، مالی، روانی، زیست محیطی و بهداشتی است.
استاینر ^۷ (۲۰۰۹)	فاصله اجتماعی، تهدید امنیت و نوسانات گردشگری	به وضعیت گردشگری در کشورهای عربی از جمله مصر اشاره می کند که با وجود جاذبه های گردشگری فراوان نتوانسته اند به نحو مطلوبی درآمدزایی نمایند. استاینر مهمترین علل عدم درآمدزایی را نبود امنیت و تهدیدهای اجتماعی و روانی و عدم خدمات رسانی بهینه می داند.
محمدیان و همکاران (۱۳۹۸)	شخصیت برند مقصد گردشگری تهران و اعتماد به مقصد گردشگری: با نقش میانجی همخوانی خودپنداره گردشگر	ابعاد شخصیت برند مقصد گردشگری تأثیر مثبتی را بر همخوانی خودپنداره گردشگر و اعتماد به مقصد گردشگری مجدد وی از مقصد گردشگری تهران دارد.
جامی پور و همکاران (۱۳۹۸)	ارائه مدل اعتماد در تجارت اجتماعی با بررسی تأثیر کیفیت وب سایت های اجتماعی در صنعت گردشگری	ابعاد کیفیت وب سایت های اجتماعی از قبیل کیفیت اطلاعات، ارتباطات و اجتماعات مجازی، سفارشی سازی خدمت گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر حضور اجتماعی دارد و همچنین تمام ابعاد کیفیت وب سایت های اجتماعی به جز ارتباطات و اجتماعات

¹ Pop² Kim³ Sun⁴ Jensen⁵ Pongponrat and Chantradoan⁶ Weaver, & Operman⁷ Steiner



محقق و سال	عنوان	نتیجه گیری
		مجازی به همراه متغیر حضور اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر لذت ادراک شده دارد. حضور اجتماعی و لذت ادراک شده نیز تاثیر مثبتی بر سودمندی ادراک شده دارد. همچنین رابطه بین سودمندی ادراک شده و اعتماد اجتماعی نیز مثبت می باشد
کیانی سلمی و بیگلری نیا (۱۳۹۶)	شناسایی و اولویت بندی ابعاد امنیت و اثر آن بر توسعه گردشگری در مناطق شهری (مورد مطالعه: شهر کاشان)	گردشگران در شهر کاشان از وضعیت متغیرهای امنیت گردشگری رضایت داشتند. بعلاوه ارتباط مثبت و معنادار بین متغیرهای امنیت گردشگری و رضایتمندی گردشگران وجود دارد. شش عامل نحوه برخورد ساکنان و عملکرد پلیس، امنیت کالبدی، سلامت، کیفیت اقامت و پذیرایی، امنیت فردی و آرامش روانی، در نهایت ۶۴/۷۰ درصد امنیت گردشگری در کاشان را پوشش داده است. امنیت گردشگری در شهر کاشان بر تمایل به بازدید مجدد گردشگران و پیشنهاد سفر به دیگران اثر معنادار و مثبتی داشته است و پس از این، وفاداری گردشگران برای تمایل به سفر مجدد را در پی خواهد داشت
میر کاظمی (۱۳۹۵)	شناسایی نقش اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی صنعت گردشگری ورزشی در استان سمنان	بین اعتماد اجتماعی گردشگران ورزشی و تمایل به سفر مجدد به استان سمنان رابطه معناداری وجود دارد
متقی و همکاران (۱۳۹۵)	نقش امنیت در توسعه گردشگری خارجی نمونه موردی گردشگران خارجی شهر یزد	گردشگران قبل از ورود به ایران شناخت درستی از وضعیت امنیت گردشگری نداشتند و ۵۵ درصد آنها وضعیت امنیتی ایران را بد می دانستند. نقش رسانه های غربی و تبلیغات منفی آنها تأیید شد. گردشگران پس از ورود به ایران و مواجه با واقعیت ها ۸۰ درصد آنها وضعیت امنیت گردشگران در ایران را خوب می دانستند و راضی بودند گردشگران اعتقاد داشتند وجود پلیس ویژه گردشگری در سایت های گردشگری باعث بالا رفتن امنیت می شود اما حضور بسیار زیاد پلیس نتیجه عکس هم می دهد و گردشگران احساس ناامنی روانی می کنند چرا که احساس می کنند جو امنیتی و پلیسی است. ارتباط معناداری بین امنیت جانی و مالی بالا و انگیزه مسافرت مجدد به ایران وجود داشت
عبدلی و همکاران (۱۳۹۳)	نقش امنیت پایدار در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان سرعین استان اردبیل	نتایج پژوهش نشان می دهد که میزان تحصیلات میزان درآمد و جنسیت گردشگران، نقش پلیس و رسانه ها تأثیر بسیار زیادی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران دارند. همچنین بین امنیت اجتماعی و انگیزه مسافرت گردشگران نوروزی به شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد.
هزارجریبی و نجفی ملک (۱۳۸۹)	اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری	ضرب همبستگی بین دو متغیر اعتماد گردشگران و تمایل به سفر مجدد، همبستگی قابل ملاحظه و سطح معنی داری یک درصد خطا مشاهده می شود و چون این ضریب مثبت است، بیانگر وجود رابطه مستقیم میان این دو متغیر است. با توجه به مقدار ضریب تعیین حدود ۳۶ درصد از تغییرات تمایل به سفر مجدد گردشگران توسط اعتماد آنان به ایرانیان قابل تبیین است. بنابراین، هر چه میزان اعتماد گردشگران نسبت به مردم ایران بالا رود، تمایل گردشگران به سفر مجدد به ایران نیز افزایش می یابد.

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

۲. روش تحقیق

گردشگران ورودی به شهر گرگان تشکیل می دادند. با توجه

به این که تعداد حجم جامعه آماری مشخص نبود از فرمول کوکران برای حجم جامعه نامحدود استفاده شد و حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید. در این پژوهش روایی پرسشنامه ها با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه ها از دوجنبه روایی ظاهری و محتوا به جهت روشن و بدون ابهام بودن

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی تحلیلی است. داده های مورد نیاز در این پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه ای و اسنادی و همچنین از طریق میدانی جمع آوری شد. به منظور گردآوری داده های میدانی پرسشنامه تنظیم گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر

گویه‌ها و همچنین کفایت کمیت و کیفیت آنها توسط خبرگان مورد بررسی قرار گرفت و به تایید آنان رسید. به منظور بررسی پایداری پرسشنامه‌ها از آزمون آلفای کرونباخ و پایداری ترکیبی استفاده شد که نتایج حاصل در قسمت یافته‌های تحقیق ارائه شده است. در جدول ۲ گویه‌های مورد

اندازه گیری متغیرهای پژوهش به همراه نقش آنها ارائه شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده و اطلاعات این پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری در محیط نرم افزار pls و SPSS بهره گرفته شد.

جدول ۲. گویه‌های اندازه گیری متغیرهای پژوهش

منبع	گویه‌ها	نوع متغیر	متغیر
کاربالو فونترز ^۱ (۲۰۱۵)؛ استاینر ^۲ (۲۰۰۹)؛ شربتی ^۳ (۱۳۹۵)؛ عبدلی و همکاران (۱۳۹۳)	وجود ماموران نیروی انتظامی به صورت پیاده و سواره، اقدام سریع پلیس در مواجهه با هرگونه مزاحمت خیابانی، توانایی پاسخگویی و کمک به گردشگران توسط پلیس، استقرار پایگاههای اطلاع رسانی، عملکرد پلیس در هنگام مفقود شدن مدارک، عدم وجود انحرافات اخلاقی و اجتماعی، عدم وجود افراد معتاد و شرور در محیط های شهری و مقاصد گردشگری، عدم احساس ترس و مورد هجوم قرار گرفتن، عدم وجود دزدی و کیف قاپی، عدم وجود خشونت و نزاع های خیابانی، عدم تجربه دعوا و آزار و اذیت خیابانی، حضور بدون ترس دختران و زنان در شهر و مقاصد گردشگری شهر، خوانایی فضاهای شهر، نورپردازی مناسب محلات شهر و عدم وجود احساس ناامنی در شب، امنیت مناسب پارک های شهر.	مستقل	امنیت فضاهای شهری
سان و همکاران (۲۰۲۰)، هزارجره بی و نجفی ملک (۱۳۸۹)، میرکاظمی (۱۳۹۵)، جامی پور و همکاران (۱۳۹۵)	رضایت از نحوه برخورد ساکنین شهر، اعتماد به کاسبان شهر، منصفانه بودن قیمت اجناس و خدمات گردشگری در شهر، اعتماد به صداقت و درستی ساکنین شهر گرگان، نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگران، اعتماد به عملکرد مراکز بهداشتی و درمانی شهر، واقع بینانه بودن تبلیغات مقاصد گردشگری، علاقه به شهر گرگان برای مسافرت نسبت به دیگر شهرهای استان، رضایت از سفر گردشگری به این شهر، بین مردم شهر صداقت وجود دارد، به وجود خدمات تفریحی و خدماتی در سطح شهر اطمینان دارم، اطمینان به مدیریت و برنامه ریزی گردشگری شهر و استان، اطمینان خاطر نسبت به کنترل و نظارت به واحدهای گردشگری سطح شهر، پویا و فعال بودن گردشگری در شهر و استان، اطمینان به بهداشتی بودن غذاها در رستوران های سطح شهر.	مستقل	اعتماد اجتماعی
لوپز و همکاران (۲۰۱۸)، کاماررو ^۴ و همکاران (۲۰۱۵)، جی و همکاران (۲۰۱۵)	توسعه گردشگری باعث توسعه فرهنگ بومی می شود، توسعه گردشگری باعث بهبود زیرساخت های گردشگری در شهر گرگان می شود، توسعه گردشگری باعث بهبود استانداردهای زندگی شهروندان می شود، توسعه گردشگری باعث رفاه و رونق اقتصادی شهروندان می شود، توسعه گردشگری باعث افزایش همبستگی شهروندان می شود.	وابسته	توسعه گردشگری

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

^۱ Carballo Fuentes

^۲ Lopez

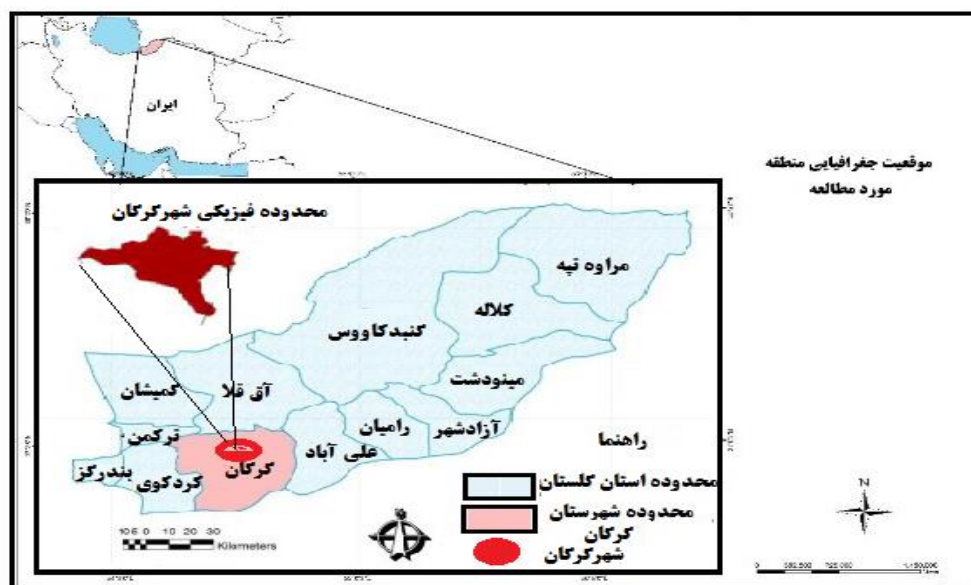
^۳ Camarero

^۴ Ji

۱.۲. محدوده مورد مطالعه

شرق به شهرستان علی آباد، از شمال به مناطق مرزی ایران و ترکمنستان از طریق شهرستان آق قلا) و از غرب به شهرستان کردکوی محدود بوده و از جنوب با ارتفاعات شاخه شرقی رشته کوه البرز و استان سمنان (شهرستان شاهرود) هم مرز است (مشکینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۲۶) (شکل ۲).

شهر گرگان که بین مدارهای ۳۶ درجه و ۲۹ دقیقه و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی و نیز ۵۴ درجه و ۱۵ دقیقه و ۵۴ درجه و ۵۲ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است با وسعتی بیش از ۱۹۱۰ کیلومتر مربع در دامنه شمال رشته کوه‌های البرز واقع شده است. گرگان از



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه به تفکیک استان و شهرستان، منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

۳. یافته‌های تحقیق

از تعداد ۳۸۴ نفر نمونه آماری پژوهش، از نظر جنسیت ۲۲۴ نفر مرد و ۱۶۰ نفر زن، از نظر سن بیشترین تعداد نمونه آماری در گروه سنی ۲۱ الی ۳۵ سال قرار داشتند. از نظر تاهل، بیشترین تعداد نمونه آماری متاهل و از نظر تحصیلات بیشترین تعداد نمونه آماری سطح تحصیلات خود را لیسانس بیان کرده‌اند (جدول ۳).

جدول ۳. ویژگی‌های توصیفی نمونه آماری پژوهش

متغیرها	گروه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی	متغیرها	گروه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۲۴	۵۸/۳	وضعیت	مجرد	۱۰۶	۲۷/۶
	زن	۱۶۰	۴۱/۷		متاهل	۲۷۸	۷۲/۴
سن	کمتر از ۲۰ سال	۴۵	۱۱/۷	تحصیلات	دیپلم	۹۸	۲۵/۵
	۲۱ الی ۳۵ سال	۱۷۲	۴۴/۷		فوق دیپلم	۵۰	۱۳
	۳۶ الی ۵۰ سال	۱۳۰	۳۳/۸		لیسانس	۱۵۸	۴۱/۱
	۵۱ الی ۶۵ سال	۳۱	۸/۰		فوق لیسانس	۷۸	۲۰/۳

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

مدل بیرونی

برگیرنده روایی همگرا و واگرا، پایایی ترکیبی و بررسی بار عاملی گویه‌های مربوط به سازه های پژوهش می باشد که در ادامه به آنها پرداخته می شود

همانگونه که گفته شد مدل بیرونی در pls هم ارز مدل اندازه گیری در معادلات ساختاری است. مدل بیرونی در

روایی همگرا و پایایی مرکب (ترکیبی)

پایایی ترکیبی بیانگر میزان همبستگی سوالات یک بعد به یکدیگر برای برازش کافی مدل‌های اندازه‌گیری را مشخص می‌کند (فربد، ۱۳۹۹: ۳۴). هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا می‌باشد. وجود این همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج^۱ (بزرگتر از ۰/۵) و پایایی مرکب^۲ (بزرگتر از ۰/۷) محاسبه می‌شود (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج روایی همگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ

متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
اعتماد اجتماعی	۰/۶۴۵	۰/۹۲۰	۰/۹۰۳
امنیت فضاهای شهری	۰/۵۲۲	۰/۹۴۱	۰/۹۳۰
توسعه گردشگری شهری	۰/۵۸۹	۰/۹۵۵	۰/۹۴۵

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

با توجه به نتایج جدول (۴)، مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا تایید می‌شود. همچنین مقدار پایایی مرکب (CR) در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر است بنابراین پایایی مرکب تایید می‌شود. مقدار آلفای کرونباخ در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر است بنابراین پایایی پرسشنامه تایید می‌شود.

روایی واگرا

جهت بررسی روایی واگرا از ماتریسی استفاده می‌کنیم که توسط فورنل و لارکر^۳ (۱۹۸۱) ابداع شده است. مقدار

جذر AVE متغیرهای مکنون در قطر اصلی این ماتریس قرار دارد و سایر خانه‌های ماتریس میزان همبستگی بین متغیرهای مکنون است. همان‌طور که در جدول (۵)، قابل مشاهده است مقادیر قطر اصلی ماتریس (جذر ضرایب AVE هر سازه) از مقادیر پایین (ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه دیگر) بیشتر بوده و این مطلب نشان دهنده‌ی قابل قبول بودن روایی واگرای سازه‌هاست.

جدول ۵. نتایج روایی واگرا

اعتماد اجتماعی	اعتماد اجتماعی	امنیت فضاهای شهری	توسعه گردشگری شهری
۰/۹۶۶	۰/۴۹۳	۰/۸۹۱	۰/۸۳۶
۰/۴۹۳	۰/۴۴۹	۰/۷۶۸	۰/۸۳۶
۰/۸۹۱	۰/۴۴۹	۰/۷۶۸	۰/۸۳۶
۰/۸۳۶	۰/۴۴۹	۰/۷۶۸	۰/۸۳۶

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

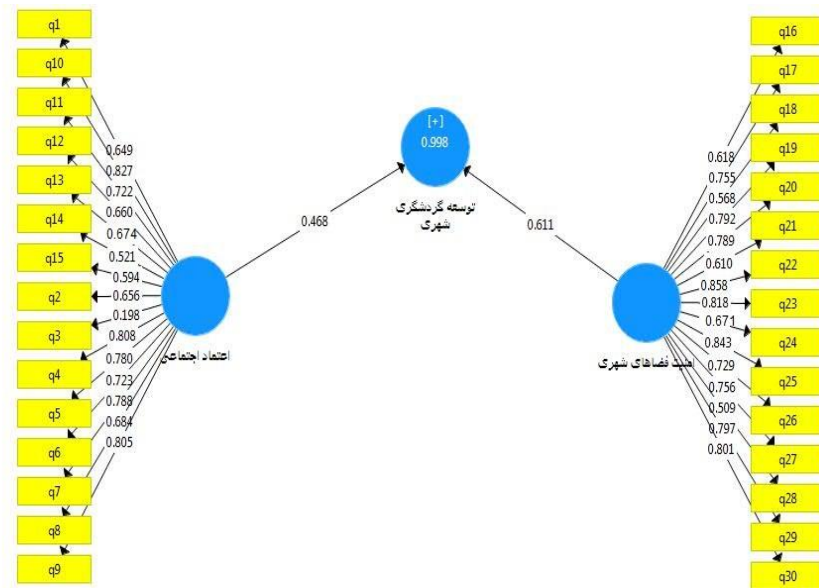
بارعاملی و مقادیر T هریک از گویه‌ها

جهت تعیین پایایی سنج‌ها در روش معادلات ساختاری با استفاده از پی ال اس از بار عاملی آنها استفاده می‌شود. این معیار نشان دهنده همبستگی این سنج‌ها در سازه‌ی مربوطه می‌باشد. در شکل (۱) بار عاملی و در شکل (۲) مقدار T هریک از گویه‌ها را نشان می‌دهد. حداقل میزان قابل قبول برای بار عاملی هریک از گویه‌ها برابر با ۰/۴ می‌باشد و گویه‌هایی که بار عاملی آنها کمتر از این میزان باشد باید از فرایند آزمون کنار گذاشته شوند. همچنین اگر مقدار T کمتر از ۱/۹۶ باشد گویه مورد نظر باید کنار گذاشته شود. با توجه به نتایج مندرج در شکل ۱ و ۲ مقدار بار عاملی و مقدار T بدست آمده برای گویه‌های مربوط به هریک از سازه‌ها بالاتر از ۰/۴ و بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که گویه‌های مورد استفاده برای سازه‌های پژوهش توانایی تبیین سازه مورد نظر را دارند.

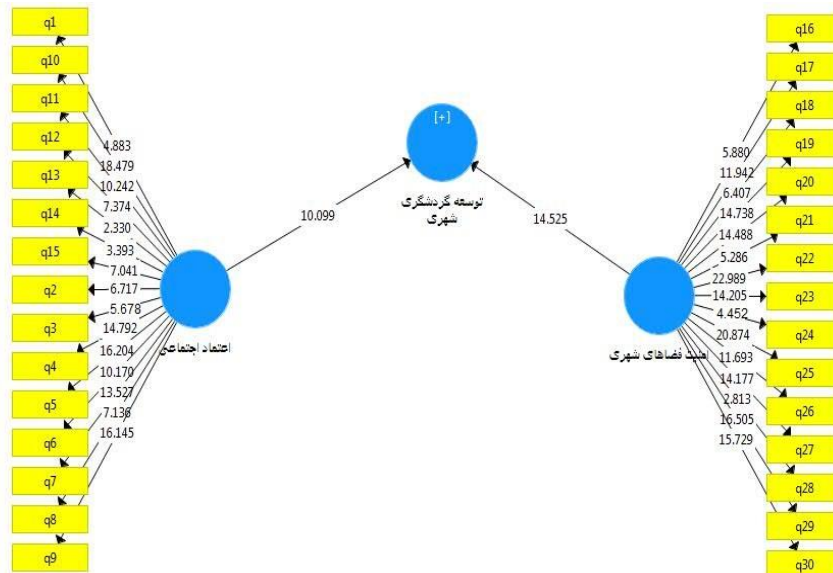
^۱ Average Variance Extracted (AVE)

^۲ Composite Reliability (CR)

^۳ Fornell and Larker



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش در حالت ضرایب استاندارد منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹



شکل ۳. مدل آزمون شده پژوهش در حالت معناداری (مقادیر T) منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل ساختاری و مدل اندازه گیری می‌شود و با تایید و برازش آن بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برابر بررسی برازش مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF استفاده می‌شود این معیار از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$GoF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر

سازه است و R^2 نیز مقدار میانگین مقادیر سازه های درون زای مدل است. وتلز و همکاران، سه مقدار ۰/۲۵۰/۰۱ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی نموده اند.

$$GOF = \sqrt{0.998 \times 0.700} = 0.835$$

با توجه به مقدار محاسبه شده برابر با ۰/۸۳۵ است و نشان دهنده برازش قوی مدل کلی پژوهش است.

مدل درونی پژوهش

پس از آزمون مدل بیرونی لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارایه شود. با استفاده از مدل درونی می‌توان به بررسی سوال-های پژوهش پرداخت. خروجی به دست آمده از اجرای مدل حاوی ضرایب استاندارد شده و ضرایب معناداری T در نمودار در شکل‌های ۳ و ۴ ارائه شده است. وقتی مقدار T مربوط به یک مسیر در بازه بیشتر از ۱/۹۶ باشد بیانگر معنادار بودن تأثیر سازه‌های مشخص در آن مسیر بر یکدیگر و در پی آن تأیید فرضیه پژوهش می‌باشد (وینزی و همکاران^۱، ۲۰۱۰). اعداد نوشته شده بر روی خطوط در حالت استاندارد، در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیون میان متغیرها است که همان ضریب مسیر است. در ادامه مدل آزمون شده پژوهش ارائه شده است.

با توجه به نتایج حاصل شده در مدل آزمون شده پژوهش در حالت استاندارد و معناداری به بررسی فرضیه-های پژوهش در ادامه پرداخته می‌شود.

در ارتباط با فرضیه "اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری موثر است". مطابق با نتایج مندرج در شکل (۳) مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۱۰/۰۹۹ که بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۴، ضریب مسیر بدست آمده برابر $(\beta=0/468)$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. پس می‌توان نتیجه گرفت که اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ارتباط با فرضیه "امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری موثر است"، مطابق با نتایج مندرج در شکل (۳) مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۸۲/۰۷۶ که بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود رهبری تحول‌آفرین بر فرهنگ، تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۴، ضریب مسیر بدست آمده برابر $(\beta=0/611)$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. پس می‌توان بیان داشت امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

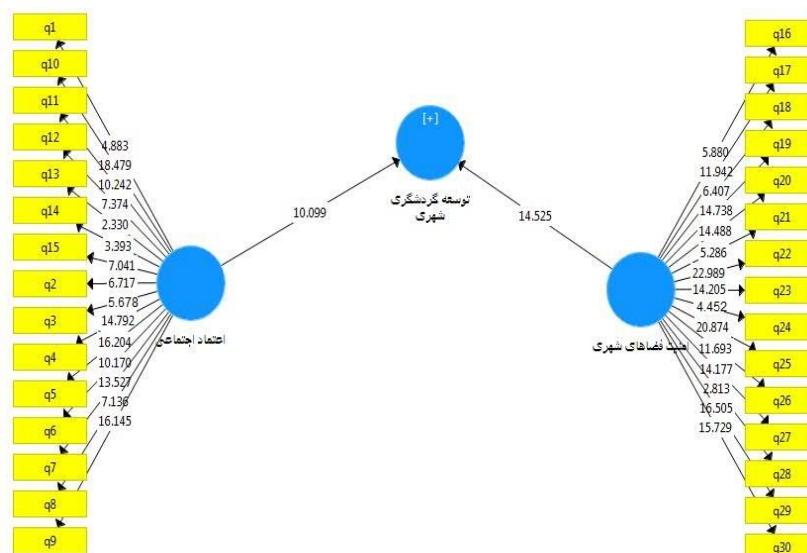
۴. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری گرگان تدوین شد. نتایج این پژوهش در ارتباط با فرضیه اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری گرگان موثر است نشان داد که مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۱۰/۰۹۹ که بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری تأثیر معناداری دارد. همچنین ضریب مسیر بدست آمده برابر $(\beta=0/468)$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد پس می‌توان عنوان نمود اعتماد اجتماعی در توسعه گردشگری شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش میرکاظمی (۱۳۹۵)، هزارجریبی و نجفی (۱۳۸۹)، جانسن (۲۰۱۶)، همخوانی دارد. یکی از مسائلی که در توسعه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در جوامع، مخصوصاً جوامع در حال توسعه باید مد نظر قرار بگیرد، مساله اعتماد اجتماعی است. اعتماد در متن کنش‌های انسان نمود پیدا می‌کند و همچنین

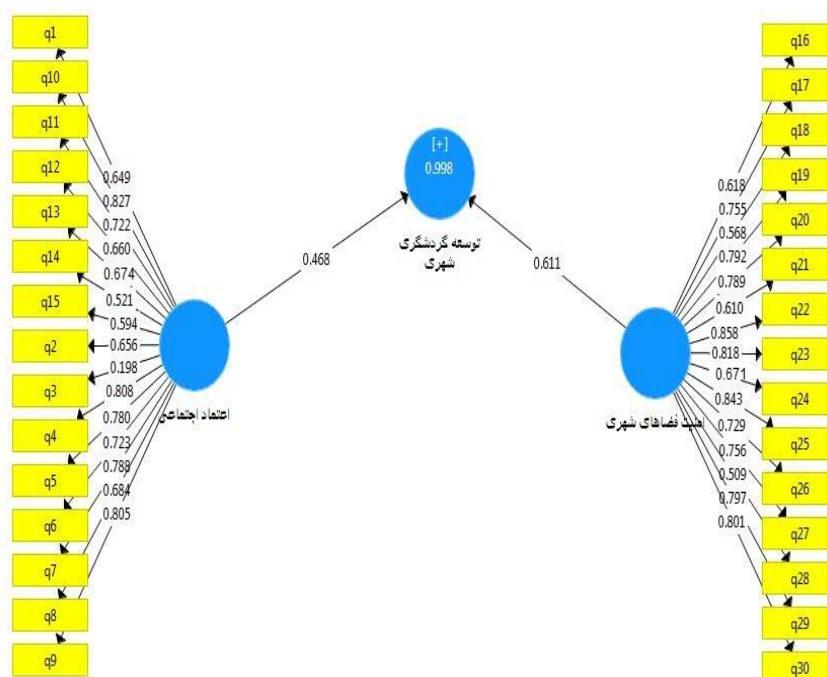
¹ Vinzi et al

چون زور و کنترل رسمی ضرورت خود را از دست داده و افراد بر پایه حسن ظن در روابط اجتماعی به مبادلات در جامعه می‌پردازند. بنابراین اعتماد می‌تواند زمینه‌ساز همکاری و مشارکت اعضای جامعه باشد.

تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است. اعتماد عنصر اصلی و سازنده نظم اجتماعی و مقوم آن می‌باشد. اهمیت بحث اعتماد در تعاملات اجتماعی و کارکردهایی که برای جامعه دارد، ضرورت پرداختن بر مسئله اعتماد را قابل توجه می‌سازد. در فضای مبتنی بر اعتماد، ابزارهایی



شکل ۴. مدل آزمون شده پژوهش در حالت معناداری برای فرضیه‌های پژوهش منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹



شکل ۵. مدل آزمون شده پژوهش در حالت ضرایب استاندارد برای فرضیه‌های پژوهش منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود رهبری تحول آفرین بر فرهنگ، تأثیر معناداری دارد. همچنین ضریب مسیر بدست آمده برابر $(\beta=0/611)$ است،

در ارتباط با فرضیه امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری موثر است، مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۸۲/۰۷۶ که بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و فرضیه

از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. پس می‌توان عنوان نمود امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری تاثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش عبدلی و همکاران (۱۳۹۳)، متقی و همکاران (۱۳۹۵)، ویور و اپرمان (۲۰۱۲)، استاینر (۲۰۰۹)، همخوانی دارد. آسایش، راحتی و امنیت، از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جذب یا از آن‌ها دفع می‌کند. بدون وجود امنیت در یک کشور، امکان شکل‌گیری جریان گردشگری انبوه وجود ندارد؛ چراکه امنیت، نیاز اساسی و ابتدایی انسان است و بدون تضمین آن، هرچند سایر مؤلفه‌های گردشگری پررنگ باشند، کارایی و اثر خود را از دست می‌دهند و در سایه ناامنی محو می‌شوند. امروزه تعداد گردشگران در یک کشور، یکی از شاخص‌های امنیت آن است؛ چراکه وجود تعداد زیاد گردشگر در یک کشور یا مکان خاص، نشانگر وجود امنیت است. البته این بدین معنا نیست که هر مکانی که گردشگر نداشته باشد، امنیت هم ندارد. امنیت و صنعت گردشگری در تعاملی دوجانبه هم می‌توانند تأثیر افزایشی برهم داشته باشند و هم تأثیر کاهشی. به این معنا که افزایش یا کاهش امنیت باعث رونق (یا رکود) صنعت گردشگری خواهد شد و بالعکس.

بنابراین اگر خواهان توسعه صنعت گردشگری هستیم، باید به مقوله امنیت توجه ویژه‌ای داشته باشیم. امنیت در حوزه توریسم به دو بخش مهم تقسیم می‌شود، یکی امنیت گردشگران و دیگری امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران بدون امنیت و سیاست مبتنی بر صلح جهانی امکان جذب و پذیرش گردشگر و بهرمندی از این سرمایه عظیم میسر نخواهد بود، از این رو گسترش گردشگری نه تنها موجب رونق اقتصادی بلکه موجب گسترش روابط بین‌المللی، همزیستی مسالمت‌آمیز، استحکام دوستی‌ها و گسترش

صلح و امنیت جهانی خواهد شد. امنیت و ایجاد امنیت تنها به مقوله تامین امنیت جانی و مالی و کاهش جرائم خیابانی ختم نمی‌شود، بلکه موضوع فراتر از آن بوده و لازم است برای آن چاره‌ای اندیشید. در این رابطه به طور نمونه وجود هتل‌های مطمئن و رستوران‌های بهداشتی در ایجاد احساس امنیت می‌تواند موثر باشد. همچنین، پاکیزگی شهر، حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی و احترام به محیط زیست، از دیگر مواردی است که ناخودآگاه احساس امنیت و یا عدم احساس امنیت گردشگر تحت تأثیر قرار می‌دهد. براساس یافته‌های حاصل از این پژوهش پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

تهیه سند راهبردی امنیت و توسعه گردشگری در شهر گرگان و در استان گلستان؛

تهیه برنامه جامع گردشگری در استان گلستان و همچنین طراحی وب GIS به منظور نشان دادن قابلیت‌ها و ویژگی‌های هریک از شهرهای استان در جهت توسعه گردشگری؛ امکانات زیرساختی برای دریافت گزارش‌های مردمی به صورت پیامکی و رسانه‌های اجتماعی از گردشگران جهت اقدامات سریع و تصمیم‌گیری‌های آنی ایجاد گردد؛

آگهی‌های تبلیغاتی به منظور آموزش نکات امنیتی به گردشگران در مناطق گردشگر پذیر صورت پذیرد؛ تقویت فرهنگ بومی از طریق مدارس و دانشگاه‌ها و غیره جهت همکاری با گردشگران داخلی و خارجی؛ گسترش فرهنگ گردشگری از طریق توسعه مراکز علمی گردشگری؛

توسعه تبلیغات از طریق رسانه سنتی و رسانه‌های الکترونیکی جدید مثل ماهواره و اینترنت؛ برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان در زمینه گردشگری برای عموم شهروندان و بازاریان؛ توسعه خدمات پذیرایی و اقامتی.



فهرست منابع

- جامی‌پور، مونا، طاهری، غزاله، ابراهیمی دلاور، فاطمه. ۱۳۹۸. "ارائه مدل اعتماد در تجارت اجتماعی با بررسی تاثیر کیفیت وب سایت های اجتماعی در صنعت گردشگری". **کاوش‌های مدیریت بازرگانی**. دوره ۱۱، شماره ۲۲، صص ۲۵-۵۴.
- حاجی‌نژاد، علی، رحیمی، دانا و تقی‌زاده، زهرا. ۱۳۹۲. "تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری پاهو". **آمایش سوزمین**، دوره ۵، شماره ۱، صص ۵۰-۳۷.
- حبیبی، فاتح. ۱۳۹۵. "بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر"، **مطالعات شهری**، شماره ۱۸، صص ۵۰-۳۷.
- سلیمانی، منصور؛ محمدنژاد، علی؛ خدادادی، پروین؛ عطایی، وحید. ۱۳۹۴. "سنجش رضایتمندی گردشگران از شهر مهاباد با تاکید بر گردشگری خرید"، **نشریه اقتصاد و مدیریت شهری**، شماره ۱۰، صص ۱۵۵-۱۳۹.
- شربت، اکبر. ۱۳۹۵. "تحلیلی بر میزان احساس امنیت گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر گرگان)"، **پژوهشنامه جغرافیای انتظامی**، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۲۱-۳.
- صالحی، اسماعیل، ۱۳۸۷. "ویژگیهای محیطی فضاهاى شهری امن"، مرکز مطالعات و تحقیقات و معماری.
- عبدلی، صادق؛ جهانبانی، فرزاد؛ افلاکی، رحیم (۱۳۹۳) نقش امنیت پایدار در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان سرعین استان اردبیل، **فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای**، دوره ۲، شماره ۷، صص ۹۰-۷۱.
- فرید، ابراهیم. ۱۳۹۹. "حداقل مربعات جزئی: مدل‌های معادلات ساختاری و رگرسیون کاربرد نرم‌افزار Smart PLS"، چاپ اول، انتشارات مهرگان قلم، تهران.
- کارجگان، داوود، ۱۳۹۵. "شناسایی و تعیین ابعاد الگوی مدیریت گردشگری شهر تهران"، **فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری**، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۲۱-۱.
- کلانتری، حسین، اردلانی، سرو، پوراحمد، عطیه. ۱۳۹۲. "برنامه‌ریزی فضاهاى امن شهری مبتنی بر تفکیک جنسیتی با رویکرد CPTED (نمونه موردی: محله فرهنگیان، شهر بناب)"، **مطالعات شهر ایرانی اسلامی**، شماره ۱۲، صص ۲۶-۱۵.
- کیانی‌سلمی صدیقه، بیگلری‌نیا، معصومه. ۱۳۹۶. "شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد امنیت و اثر آن بر توسعه گردشگری در مناطق شهری (مورد مطالعه: شهر کاشان)". **جغرافیای انتظامی**. دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۵۹-۸۸.
- گلایبی، فاطمه؛ رضایی، اکرم. ۱۳۹۲. "بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی در بین دانشجویان"، **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی**، دوره ۲، شماره ۱، صص ۸۶-۶۱.
- متقی، سمیر، صادقی، محمد، دلالت، مراد. ۱۳۹۵. "نقش امنیت در توسعه گردشگری خارجی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد)"، **گردشگری شهری**، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷۷-۹۱.
- محمدیان، محمود، نعمت‌پور، محمد، قربانی، سعید، سیدی‌پیمان. ۱۳۹۸. "شخصیت برند مقصد گردشگری تهران و اعتماد به مقصد گردشگری: با نقش میانجی همخوانی خودپنداره گردشگر". **مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)**. دوره ۱۴، شماره ۴۷، صص ۹۶-۶۵.
- مشکینی، ابوالفضل؛ ملکی، رباب؛ معمری، ابراهیم، ۱۳۹۸. "واکاوی زیست‌پذیری شهری با استفاده از مدل الکترن مورد مطالعه: شهر گرگان"، **مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای**، شماره ۳۲، صص ۲۴۸-۲۲۳.
- ملکیان، محمود. ۱۳۹۲. "تبیین نقش فضاهاى همگانی در توسعه گردشگری شهری"، **پژوهش‌های شهری هفت حصار**، شماره ۵، سال ۲، صص ۵۵-۶۳.

میرکاظمی، حسین. ۱۳۹۵. "شناسایی نقش اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی صنعت گردشگری ورزشی"، پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی گرایش بازاریابی ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه سمنان، ایران.

هزارجریبی، جعفر، نجفی ملک، محمد. ۱۳۸۹. "اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری"، **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه-ای**، سال ۲، شماره ۷، صص. ۷۰-۵۳.

Barker, Michael and page, Stephen J. 2002. **Visitor safety in urban tourism environment: the case of Auckland**, New Zealand, Cities, Vol.19, No.4

Boivin, M., & Tanguay, G. A. 2019. Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. **Journal of destination marketing & management**, 11, pp.67-79.

Camarero, C., Garrido, M. J., & Vicente, E. (2015). Achieving effective visitor orientation in European museums. Innovation versus custodial. **Journal of Cultural Heritage**, NO.16, PP. 228-235.

Carballo Fuentes, R. 2015. Tourist experience, image, security and cultural centres. **European Journal of Tourism Research**, NO.11, PP.189-193.

Coshall, John T. & Charlesworth, Richard. 2011. A management orientated approach to combination forecasting of tourism demand, **Tourism Management**, 32 PP: 759-769

Fornell Jr, C. Larker, H. 1981. Research note: The relationship between ethical conflict, organizational commitment and turnover intentions in the salesforce. **Journal of Personal Selling & Sales Management**, NO.19, PP. 43-49.

Jensen, S. 2016. Social trust, safety and the choice of tourist destination. **Business and Management Horizons**, NO.4, PP. 1-9.

Ji, M., Li, M., & King, B. (2015). The impacts of China's new free-trade zones on Hong Kong tourism. **Journal of Destination Marketing & Management**, NO.4, PP.203-205.

Kim, M. J., Bonn, M., & Lee, C. K. 2020. The effects of motivation, deterrents, trust, and risk on tourism crowdfunding behavior. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 25(3), pp.244-260.

López, M. F. B., Virto, N. R., Manzano, J. A., & Miranda, J. G. M. 2018. Residents' attitude as determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, NO. 35, PP.36-45.

Musavengane, R., Siakwah, P., & Leonard, L. 2020. The nexus between tourism and urban risk: Towards inclusive, safe, resilient and sustainable outdoor tourism in African cities. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, 29, 100254.

Pongponrat, K. and Chantadoan, N. J. 2012. Mechanism of Social Capital In Community Tourism Participatory Planning In Samu: Island Thailand", **An International Multidisciplinary Journal of Tourism**, No. 7, pp.339-349

Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. 2021. The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. **Current Issues in Tourism**, pp.1-21.

- Song, H., Livat, F., & Ye, S. 2019. Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism?. *Journal of Destination Marketing and Management*, 14, 100385
- Steiner, C. 2009. Social distance, security threats and tourism volatility. *Journal of travel research*, NO.41, PP. 185-196.
- Sun, J., Yang, Y., & de Jong, A. 2020. A geographical approach to trust in tourism. *Tourism Geographies*, 22(4-5), pp.768-786.
- Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. 2010. PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement. *In Handbook of partial least squares*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Wang, D. G., Niu, Y., & Qian, J. 2018. Evolution and optimization of China's urban tourism spatial structure: A high speed rail perspective. *Tourism Management*, 64, 218-232.
- Weaver, D. & Operman, A. 2002, Tourism Management, 2nd Edition, Sydney: *John Wiley and Sons Australia*.
- Zhou, L. 2020. Hitchhiking tourism and social trust: exploring Chinese experiences through travel blogs. *Annals of Tourism Research*, 81(C).



The Effect of Social Trust and Security of Urban Spaces in Tourism Development (Case Study: Gorgan City)

Mohammadreza Salimi Sobhan^{*1}, Assistant Professor in Department of Cultural Geography, Institute of Law Enforcement and Social Studies, Organization. NAJA, Tehran, Iran.

Mohammad Yapang Gharravi, Ph.D in Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Environmental Science and Planning, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

Maryam Mohammadbeygi Salkhouri, M.A, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Zanzan University, Zanzan, Iran.

Mostafa Bali Chalandar, M.A, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, Urban Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 25 March 2021

Accepted: 30 May 2021

Abstract

Cities receive millions of tourists each year, and urban tourism has now become an important activity that has shaped the flow of work, social action, and spatial change, especially in countries. The role of cities in attracting tourists and shaping urban tourism as a spatial model of tourism in the present era has formed another dimension of the urban economy that is the modernization and development of urban appearance, transportation system, tourist resorts and improvement and organization. Urban infrastructure leads and is influenced by various factors such as social trust and security of urban spaces, and plays an important role in attracting tourists. This study was designed to investigate the impact of social trust and security of urban spaces in the development of urban tourism. In terms of the purpose of applied research and in terms of research methods, it is a descriptive-analytical research. The statistical population consisted of incoming tourists to Gorgan. Due to the fact that the number of statistical population is unknown, Cochran's formula was used for unlimited population and the sample size was 384 people. SPSS and PLS software were used to analyze the data. Findings showed that social trust and security of urban spaces have a significant effect on tourism development so that the impact of the variable security of urban spaces on tourism development is more than social trust.

Keywords: Social trust, Security of urban spaces, Tourism, Gorgan.

^{*1} Corresponding Author: email: salimi_geo@yahoo.com

To cite this article:

Salimi Sobhan, M., Yapang Gharravi, M., Mohammadbeygi Salkhouri, M, Bali Chalandar, M. (2021), The Effect of Social Trust and Security of Urban Spaces in Tourism Development (Case study: Gorgan City), Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas, 2(5), 23-38. Doi:10.52547/gsma.2.1.23