شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر چالش‌ها و فرصت‌های امنیت اجتماعی گردشگری خارجی یزد با استفاده از SWOT

تاریخ دریافت: 1397/07/28 **تاریخ پذیرش: 1397/09/30**

رضا ملاحسینی اردکانی،[1] هدایت سیاح البرزی،[2] محسن سیاح[3]

از صفحه 147 تا 170

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که رابطه مستقیم و دو سویه با امنیت و مسایل امنیتی دارد. موضوع امنیت در مباحث گردشگری بسیار متنوع و بعضاً پیچیده است. علی‌رغم این‌که حضور گردشگران در مقاصد گردشگری می‌تواند بار مثبت امنیت در آن منطقه را افزایش دهد، اما ممکن است افرادی با قصد آسیب‌رسانی به امنیت مقاصد گردشگری اقداماتی علیه امنیت ملی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... کشور انجام دهند. پژوهش حاضر به دنبال تبیین مسایل امنیتی شهر یزد ناشی از حضور گردشگران خارجی در ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و... به‌عنوان یک مقصد گردشگری است.

روش‌شناسی: با استفاده از نظر کارشناسان و نخبگان از طریق توزیع پرسشنامه و مصاحبه، در بحث گردشگری و امنیت، نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌های استان یزد در حوزهٔ امنیت در گردشگری احصاء و معرفی شده است. جامعه آماری این پژوهش را مسئولین امنیتی شهر یزد تشکیل می‌دهند که با گردشگران خارجی در ارتباط هستند. تعداد جامعه آماری 30 نفر می‌باشد که از روش تمام شمار برای تکمیل پرسشنامه استفاده شده است. با انجام تحلیل‌های آماری داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها، جایگاه راهبردی یزد در ماتریس تحلیلی SWOT مشخص شده و بر اساس آن راهبردهای پیشنهادی جهت بهینه شدن عملکرد نهادهای امنیتی استان در زمینه گردشگری ارایه گردیده است.

یافته‌ها: با توجه به یافته‌های پژوهش به نظر می‌رسد استان یزد در زمینه امنیت گردشگری خارجی، از نظر عوامل داخلی دچار ضعف بوده است و موقعیت این عامل در شهر یزد در حالت رقابتی قرار دارد که می‌توان نتیجه گرفت شهر یزد در زمینه امنیت اجتماعی گردشگری خارجی، از نظر عوامل داخلی دچار ضعف بوده است.

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج به‌دست آمده از ماتریس ارزشیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزشیابی عوامل خارجی، یزد در ارتباط با امنیت اجتماعی گردشگری، از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است. نمره نهایی عوامل خارجی نیز برابر با 2/80 بوده و ازآنجاکه بیشتر از 2/5 می‌باشد، نشان از واکنش مناسب یزد در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدها دارد. ماتریس داخلی خارجی (IE) نیز نشان می‌دهد که شهر یزد در موقعیت رقابتی قرار دارد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، امنیت، امنیت گردشگری، مقاصد گردشگری، یزد.

1- پژوهشگر مرکز جغرافیا و سنجش از دور دانشگاه جامع امام حسین(ع) (نویسنده مسئول). رایانامه:rmakavirestan@gmail.com

2- استادیار دانشگاه علوم انتظامی امین.

3- کارشناس ارشد جغرفیای نظامی دانشگاه جامع امام حسین(ع).

مقدمه

امروزه اهمیت گردشگری و لزوم بررسی و تحقیق در مورد آن با توجه به نقش‌های مهم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر هیچ‌کسی پوشیده نیست. این فعالیت در دنیای کنونی به‌صورت یکی از مهم‌ترین عوامل تولید ثروت، اشتغال، ایجاد پویایی، جابجایی انسان‌ها و ثروت ملت‌ها درآمده است (مشبکی و ملک اخلاق، 1382: 76). از سوی دیگر امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم باهم دارند. در واقع همان‌طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به‌وجود آمدن امنیت می‌شود (صیدایی و هدایتی‌مقدم، 1389: 110). از این منظر می‌توان گردشگری را به‌مثابه یک تیغ دو لبه در نظر گرفت که در کنار آثار مثبتی که در مقصد ایجاد می‌کند، می‌تواند آسیب‌هایی را به همراه داشته باشد که از آن جمله می‌توان به مسائل و آسیب‌های سیاسی، فرهنگی، امنیتی و ... در مقصد اشاره کرد (کتامی، 1386: 150). در واقع رونق گردشگری به همراه رونق اقتصادی، چالش‌ها و فرصت‌های امنیتی خاص به همراه دارد که ضرورت دارد هریک از آنها به دقت مورد شناسایی و بررسی قرارگیرد تا نسبت مستقیم امنیت و رونق گردشگری محفوظ بماند.

بیان مسأله

شهر یزد به‌خاطر برخوردار بودن از ارزش‌های تاریخی، سنتی، معماری کویری و ... جایگاه ویژه‌ای در جذب گردشگر دارد و از این منظر یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های متولیان گردشگری و نهادهای امنیتی استان، حفظ امنیت، به‌ویژه امنیت مردم و شهر یزد به عنوان مقصد گردشگری است. از این رو، شناسایی فرصت‌های امنیتی حضور گردشگران خارجی و استفاده از آن و پیدا کردن راهکارهای مناسب کنترل چالش‌های امنیتی که ممکن است به دلیل حضور گردشگران خارجی در این شهر بوجود آید و بر امنیت اجتماعی آن اثر بگذارد، ضرورت می‌یابد. گردشگری در نگاه اول فعالیتی فرهنگی و اقتصادی است که مسئله امنیت در آن نمود چندانی ندارد و تأکید آشکار بر ابعاد امنیتی آن ممکن باعث کم رونق شدن آن شود اما از سوی دیگر غفلت از مسایل امنیتی آن هم می‌تواند آسیب‌های قابل توجهی به امنیت اجتماعی وارد کند. برای رفع این

چالش، نیازمند احصای عواملی در حوزه فعالیت‌های گردشگری است که به وجود آورنده و یا تأثیرگذار بر مسائل امنیت اجتماعی آن باشد. بر اساس همین ضرورت است که این پژوهش بر آن است تا به این سوأل پاسخ دهد که عوامل داخلی (نقاط ضعف و قوت) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) اثرگذار بر چالش‌ها و فرصت‌های امنیتی گردشگری خارجی یزد کدامند؟

پیشینه

سلیمی (1393) در پژوهش امنیت و توسعه پایدار گردشگری، مطالعه موردی: شهر تهران، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت و رشد پایدار گردشگری را «امنیت گردشگران و مقاصد گردشگری» می‌داند.

خوش‌فر، اسفندیان و رحمانی (1392) به بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی در گردشگاه‌ها از دیدگاه گردشگران و شناسایی رابطه آن با برخی از عوامل اجتماعی و محیطی در منطقه گردشگری ناهارخوران و النگدره شهر گرگان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که وجود احساس امنیت اجتماعی در گردشگاه‌های موردمطالعه، دارای کارکردهای مثبت برای گردشگران و توسعه گردشگری است.

یعقوب‌زاده و زندی (1391) در پژوهشی تحت عنوان شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدات اجتماعی-فرهنگی و امنیتی مؤثر بر برداشت گردشگران خارجی ورودی به ایران، مهم‌ترین تهدیدات امنیتی (اجتماعی و سیاسی) تأثیرگذار بر برداشت گردشگران خارجی و در نتیجه سفر آن‌ها به ایران به ترتیب شاخص محدودیت‌های مذهبی و فرهنگی، تصادفات، ناامنی اجتماعی و بی‌ثباتی‌های سیاسی است که پس از سفر به ایران و بازدید از مناطق مختلف، این برداشت تا حدود بسیاری تعدیل می‌گردد.

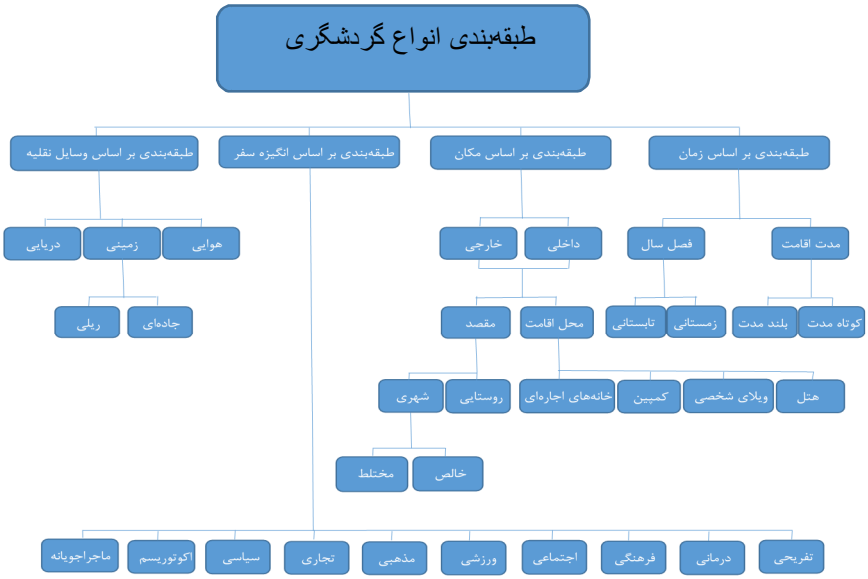
هزارجریبی (1390) دریافت که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. به عبارتی، هر مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد، به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در ایران و حتی سفرهای مجدد بیشتر است.

مبانی نظری

گردشگری

گردشگری دارای تعاریف متفاوتی از دیدگاه صاحب نظران مختلف است و یک تعریف جامع و واحد پذیرفته شده جهانی برای آن وجود ندارد. در کنفرانس بین‌المللی گردشگری اتاوا در سال 1991 این تعریف از گردشگری ارائه شد: «فعالیت های افراد در حال سفر، که از محیط زندگی معمول خود برای مدتی کمتر از یک دوره زمانی خاص خارج شده و هدف از این سفر دیدن مکان‌هاست تا کسب درآمد» (معین فرد، 1389: 14). بر اساس این تعریف گردشگری به کلیه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که فرد به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها برای مدت کمتر از یک سال می‌رود (زاهدی، 1385: 4). هر تلاشی برای تعریف گردشگری و توضیح کامل در مورد آن، باید به گروه‌های مختلفی که در آن شرکت دارند و از این صنعت اثر می‌پذیرند، توجه کند. چهار بُعد متفاوت گردشگری می‌تواند این گونه تعریف شود: 1- گردشگر 2- کسب‌وکارهای ارائه‌کننده کالاها و خدمات گردشگری 3- دولت‌های میزبان 4- جامعه میزبان. بنابراین گردشگری را می‌توان فرایندها، فعالیت‌ها و برون دادهای حاصل از روابط و تعاملات بین گردشگران، عرضه‌کنندگان، جوامع محلی، حکومت‌ها و محیط‌های اطراف آن تعریف کرد که در جذب و میزبانی از بازدیدکنندگان تأثیرگذارند (ضرغام بروجنی و همکاران،1393: 22).

گردشگری بر حسب موضوعات مختلف به دسته‌بندی‌ها و انواع مختلفی تقسیم‌بندی می‌شود که در یک تقسیم‌بندی، انواع گردشگری از نظر زمانی، مکانی، انگیزه سفر و وسایل حمل‌ونقل به شرح زیر طبقه‌بندی شده است:



نمودار1 - طبقه بندی انواع گردشگری (فرجی راد و آقاجانی، 1388: 68)

امنیت

امنیت ازجمله مفاهیم پیچیده‌ای است که ارایه تعریف واحدی از آن به‌سادگی میسر نیست. امنیت پیش از آن‌که مقوله‌ای قابل‌تعریف باشد، پدیده‌ای ادراکی و احساسی است؛ یعنی این اطمینان باید در ذهن توده مردم، دولت‌مردان و تصمیم‌گیران به وجود آید که برای ادامه زندگی بدون دغدغه امنیت لازم وجود دارد یا نه (حسنی‌فر، 1383: 14). واژهٔ Secures برگرفته از ریشه لاتین واژه Security است که در لغت به معنای نداشتن دلهره و دغدغه است؛ بنابراین، امنیت امری ذهنی و نسبی است که از لحاظ لغوی به معنای رهایی از تشویش، اضطراب، بی‌اطمینانی و مخاطرات است (یگانگی و باش افشار، 1391: 16). تعاریف لغوی امنیت در فرهنگ لغت عبارت است از در امان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر، احساس آزادی از ترس، احساس ایمنی و رهایی از تهدید (هزارجریبی، 1390: 123).

نکته حایز اهمیت در خصوص امنیت این است که امنیت یعنی رفع خطر و رفع خطر یعنی استفاده بهینه از فرصت، بنابراین می‌توان گفت که امنیت دارای دو عنصر تهدید و فرصت است و برقراری امنیت منوط به رهایی نسبی از تهدید و بهره‌گیری از فرصت‌هاست. به این ترتیب، امنیت شامل دو وجه است: در یک وجه تحقق امنیت

درگرو نبود خطرات و در وجه دیگر کسب فرصت‌ها و تضمین منافع و ارزش‌هاست (سیدعلی‌پور و همکاران، 1393: 119). به‌این ترتیب تحقق امنیت از یک‌سو منوط به مقابله با خطرات است و از سوی دیگر پیامد برخورداری از امکانات و بهبود شرایط و سامانه زندگی. همان‌طور که اشاره شد، امنیت دارای ابعاد متنوعی شامل ذهنی و عینی، داخلی و خارجی، فردی و جمعی می‌باشد و از لحاظ گستره نیز شامل حیطه‌های ملی، منطقه‌ای و جهانی است. هر یک از ابعاد و گستره امنیت به‌نوبه خود به خرده ابعاد دیگری تقسیم می‌شود (محبوبی‌منش، 1385: 54).

امنیت اجتماعی

امنیت اجتماعی به قلمروهایی از حفظ حریم فرد مربوط می‌شود که به نحوی در ارتباط با دیگر افراد جامعه هستند و به نظام سیاسی و دولت مربوط می‌شود. این قلمروها می‌توانند زبان، نژاد، قومیت، نقش اجتماعی، کار، درآمد، رفاه، مشارکت سیاسی، آزادی، اعتقاد و... باشند (حسنی‌فر، 1383: 40). منظور از امنیت اجتماعی، تداوم پایدار هویت، منافع، مزیت اجتماعی گروه‌های اجتماعی یک جامعه و راهکارهای حل کشمکش‌های اجتماعی موجود است. از سوی دیگر امنیت اجتماعی به مفهوم پایداری الگوهای سنتی زبان، فرهنگ، اجتماع، آداب و هویت مذهبی و ملی در درون یک شرایط مورد قبول برای رشد و پیشرفت است (واتسون، 2005: 115).

امنیت اجتماعی توانایی جامعه برای حفظ ویژگی‌های اساسی خود در برابر شرایط متحول و تهدیدات واقعی یا احتمالی مربوط است، به‌طور خاص این نوع امنیت درباره حفظ شرایط قابل‌پذیرش داخلی برای تکامل الگوهای سنتی، زبان، فرهنگ، مذهب، هویت ملی و رسوم است. اسلام امنیت اجتماعی را در تمامی ابعاد آن مطرح می‌کند، به‌طوری‌که امنیت اجتماعی در آن بر اساس حفظ مال و آبرو و حیثیت افراد جامعه استوار است و درصورتی‌که هرکدام از این محورها خدشه‌دار شوند و کرامت انسان و عزت‌نفس و شخصیت او مورد لطمه قرار گیرد، امنیت اجتماعی متزلزل و پایه‌های آن سست خواهد شد (هزارجریبی، 1390: 22).

گردشگری و امنیت

مسئله امنیت و چالش‌ها و فرصت‌های همراه آن، یکی از مهم‌ترین مقولات مرتبط با گردشگری است که مدیران مقاصد دغدغه آن را داشته‌اند (یگانگی و باش افشار،1391: 101). توسعه و امنیت مکمل یکدیگرند، بدیهی است امنیت پایدار، مرهون توسعه پایدار است و توسعه پایدار تضمین‌کننده امنیت ملی می‌باشد. موفقیت و رشد پایدار گردشگری درگرو عملکرد مناسب و هماهنگ عناصر و عوامل متعددی است که باهم ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم‌ترین این عوامل، امنیت و چالش‌ها و فرصت‌های آن برای مقاصد گردشگری است. امروزه، امنیت به‌عنوان مهم‌ترین و زیربنایی‌ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. از سوی دیگر، نقش و تأثیر صنعت گردشگری در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه‌یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمدی، ترجیح می‌دهند بر روی صنعت گردشگری متمرکز شوند. حضور مستقیم گردشگران در یک کشور، علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به‌عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند. در حالت کلی، مقاصد گردشگری در تمامی نقاط مختلف یک کشور پراکنده‌اند و درصورتی‌که امنیت در این مناطق تأمین شود، ضریب امنیت ملی آن کشور نیز افزایش می‌یابد (صیدایی و هدایتی‌مقدم، 1389: 97). در توسعه گردشگری عوامل متعددی تأثیرگذار هستند که امنیت، شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری است (خواجه شاهکوهی و جویباری، 1391: 45).

سازمان جهانی گردشگری در سال 2003 ایمنی و امنیت را این طور تعریف کرده است: کالا یا خدمت گردشگری نباید (حتی زمانی که سخن از گردشگری ماجراجویانه در میان باشد) خطر یا مخاطره‌ای برای زندگی، آسیبی به سلامت و دیگر منافع حیاتی و اصلی مصرف‌کننده به دنبال داشته باشد. ایمنی و امنیت توسط قوانین (برای مثال مقررات پیشگیری از آتش‌سوزی) وضع و باید به‌عنوان استانداردهای کیفیت قلمداد شوند. در این تعریف با واژه خطر یا مخاطره روبرو می‌شویم که در تعریف امنیت از اهمیت خاصی برخوردار است. مخاطرات گردشگر را می‌توان احتمال وقوع حوادث ناخوشایند در طول سفر مخصوصاً در مقصد تعریف کرد. مهم‌تر از امنیت، احساس امنیت است. وجود امنیت در یک جامعه به همان اندازه مهم است که احساس امنیت و

امنیت روانی در آن جامعه. ممکن است در جامعه‌ای امنیت از لحاظ انتظامی و پلیسی وجود داشته باشد، ولی فرد احساس امنیت ننماید (یعقوب‌زاده و زندی، 1391: 32). شاید به‌جرأت بتوان گفت که یکی از مهم‌ترین دلایل انتخاب یک شهر یا کشور برای سفر احساس امنیت می‌باشد و همین امنیت امروزه عامل کلیدی برای برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری در کشورهاست. میان گردشگری، توسعه، و امنیت رابطه‌ای کم‌وبیش مشخص وجود دارد و شاید هرگونه بروز ناامنی در سطوح مختلف زیان‌های جبران‌ناپذیری در تهیه و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در جهان به بار آورد (هزارجریبی، 1390: 138).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، «کاربردی» و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، «توصیفی تحلیلی» است. جامعه آماری این پژوهش را مسئولین امنیتی شهر یزد (نیروی انتظامی، اداره کل اتباع خارجه، وزارت اطلاعات، اطلاعات سپاه) تشکیل می‌دهند که با گردشگران خارجی در ارتباط هستند. تعداد فرضی جامعه 30 نفر در نظر گرفته شد که از روش تمام شماری برای تکمیل پرسشنامه استفاده شده است. در نهایت با استفاده از نتایج حاصل از بررسی ادبیات و مصاحبه با خبرگان دانشگاهی، پرسشنامه‌ای جهت ارایه به جامعه نمونه آماری تهیه شد.

سوالات اصلی پرسشنامه 35 سوال با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده‌اند. این پرسشنامه 6 سوال جمعیت‌شناختی را در بردارد که عبارتند از: جنسیت، وضعیت تأهل، سن، سابقه کار، تحصیلات و مدرک تحصیلی. پس از تدوین طرح مقدماتی پرسشنامه، تلاش گردید تا میزان روایی و پایایی پرسشنامه تعیین شود.

جدول1- ترتیب سوالات پرسشنامه با توجه به ابعاد و شماره سوالات اختصاص‌یافته به شاخص‌ها

ابعاد	شماره سوالات مربوطه	تعداد سوالات
نقاط قوت امنیتی گردشگری یزد	9-1	9 سوال
نقاط ضعف امنیتی گردشگری یزد	17-10	8 سوال
فرصت‌های امنیتی گردشگری یزد	27-18	10 سوال
تهدیدهای امنیتی گردشگری یزد	35-28	8 سوال
مجموع تعداد سوالات		35 سوال

محیط‌شناسی پژوهش

یزد با وسعت 2397 کیلومتر مربع اولین شهر خشت خام و دومین شهر تاریخی جهان است. این شهرستان به دلیل وجود جاذبه‌های شغلی، رفاهی و تمرکز اداری، پرجمعیت‌ترین شهرستان این استان به شمار می‌رود و با جمعیتی حدود هفتصد هزار نفر، تقریباً نیمی از کل جمعیت این استان را تشکیل می‌دهد. این شهرستان شامل دو بخش مرکزی و زارچ با شهرهای یزد، شاهدیه، حمیدیا و دهستان‌های فجر، فهرج، اله‌آباد و محمدآباد می‌باشد. شهرستان یزد در دره‌ای وسیع و خشک و محصور بین رشته کوه‌های شیرکوه و خرانق قرار گرفته است. این شهر از شمال به شهرستان اردکان و از شرق به شهرستان بافق و از جنوب به شهرستان تفت و از غرب به استان اصفهان محدود گشته است. آب و هوای یزد به علت قرار داشتن بر روی کمربند خشک دارای زمستان‌های سرد و نسبتاً مرطوب و تابستان‌های گرم و خشک است. بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن جمعیت شهرستان یزد در مجموع 656 هزار و 474 نفر است(ابوالقاسمی فرسنگی، 1394: 32). یزد با توجه به جاذبه‌های غنی طبیعی، تاریخی، مذهبی فرهنگی و نیز موقعیت خوب جغرافیایی می‌تواند باعث جذب و جلب توجه جهانگردان و ایرانگردان بسیاری چه از خارج و چه از داخل باشد. به خصوص داشتن تنوع آب و هوایی (کویری – ییلاقی)، داشتن کویرها و بیابان‌های منحصر به فرد، کثرت و پراکندگی آثار تاریخی و بیادماندنی، شیوه‌های زیستی بومی کهن و فرهنگ غنی، اماکن مذهبی زیارتی (اسلامی و زیارتگاه‌های اقلیت‌های مذهبی) وجود جاذبه‌های متنوع طبیعی ایران را به کانون‌های توریستی و مناطق گردشگردی جالب توجه بین‌المللی تبدیل کرده است (اسعدی و سعیدا اردکانی، 1394: 52). بررسی تعداد گردشگران بازدیدکننده از اماکن تاریخی استان یزد طی سال‌های 1390-1386 نشان

می‌دهد که از سال 1388 به بعد از تعداد گردشگران خارجی به شدت کاسته شده است؛ به گونه‌ای که این ارقام از ۴۰،۳۶۰ نفر در سال 1388 به ۱۷،۲۷۱ نفر در سال 1390 کاهش پیدا کرده است (زارع‌اشکذری و دیگران،1394 : 208-189). اما در سال‌های پس از 1392 مجدداً شاهد افزایش تعداد گردشگران با توجه به توافق برجام هستیم. به طوری که در سال 91 حدود 12 هزار نفر، در سال 92 حدود 23 هزار و در سال 93 حدود 65 هزار نفر وارد استان یزد شده‌اند (مویدفر و تقوایی، 1394: 63).

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی پژوهش شامل مشخصات فردی پاسخگویان همچون جنسیت، وضعیت تأهل، سن، سابقه کار، تحصیلات و مدرک تحصیلی می‌باشد که در ادامه به شرح آن‌ها پرداخته شده است. از مجموع 30 نفری که مورد پرسش قرار گرفتند، تعداد 25 نفر یعنی 83/3 درصد مرد و تعداد 5 نفر یا 16/7 درصد زن بوده‌اند. همه‌ی 30 نفری که جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند متأهل هستند. میانگین سن پاسخ‌گویان برابر 37 سال است؛ و کمترین و بیشترین سن به ترتیب برابر 28 و 45 است. میانگین سابقه کار پاسخ‌گویان برابر 13/5 سال است؛ و کمترین و بیشترین سابقه کار به ترتیب برابر 8 و 22 است. مدرک تحصیلی پاسخ‌دهندگان کاردانی برابر 13/3 درصد، کارشناسی 30 درصد، کارشناسی ارشد 40 درصد و دکتری 16/7 درصد بوده و تخصص شغلی پرسش‌گران به سه دسته تقسیم شده که شامل: مرتبط با امور امنیتی 46/7 درصد، مرتبط با امور گردشگری 40 درصد، و سایر 13/3 درصد می‌باشد.

یافته‌های استنباطی

بر اساس یافته‌های این پژوهش مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار داخلی و خارجی بر امنیت گردشگری یزد را می‌توان در ابعاد گوناگون مورد بررسی قرار داد. تعداد عوامل درونی مشتمل بر 17 عامل (9 نقطه قوت و 8 نقطه ضعف) و عوامل بیرونی شامل 18 عامل (10 فرصت و 8 تهدید) هستند. پس از شناسایی عوامل یاد شده، با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان به کمی کردن متغیرها اقدام گردید که نشان‌دهنده وزن نسبی، میانگین

رتبه‌ای، امتیاز وزنی و رتبه‌بندی هر یک از نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها در محدوده مطالعاتی از دیدگاه افراد یادشده است.

جدول 2- مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار داخلی و خارجی بر امنیت گردشگری یزد

قوت‌ها	ضعف‌ها
1. نیروهای امنیتی مجرب و متخصص در ارگان‌های مختلف یزد فعالیت دارند.	1. یزد با تعدد نهادهای امنیتی و عدم‌هماهنگی یا تضاد بین آنها مواجه است.
2. تعداد افراد تحصیل‌کرده و متخصص گردشگری در یزد قابل توجه است.	2. سازمان متولی گردشگری یزد، در حوزه‌های امنیتی، منفعل است.
3. نهادهای امنیتی یزد، در تأمین امنیت این شهر از نظر گردشگری، از سابقه‌ای طولانی برخوردارند.	3. در تصمیم‌گیری‌های امنیتی گردشگری یزد، از مشاوره متخصصان دو حوزه گردشگری و امنیت بهره گرفته نمی-شود.
4. نیروهای امنیتی، فرماندهان و مدیران امنیتی یزد، از گردشگری و حضور گردشگران خارجی در این شهر حمایت می‌کنند.	4. ارگان‌های امنیتی یزد با کمبود منابع انسانی متخصص در دو حوزه گردشگری و امنیت مواجه هستند.
5. نهادهای امنیتی، گزارشات مرتبط با گردشگری را در اختیار سازمان متولی گردشگری استان قرار می‌دهند.	5. اهمیت گردشگری در توسعه شهر، در ارگان‌های امنیتی یزد نهادینه نشده است.
6. نیروی‌های امنیتی به حریم خصوصی و اعتقادات گردشگران احترام می‌گذارند.	6. نیروهای امنیتی شهر یزد تسلط کافی به زبان های خارجی ندارند.
7. احساس امنیت در مکان‌های گردشگری یزد وجود دارد.	7. پلیس گردشگری با وظایف و نقش معین که لازمه مناطق گردشگری می‌باشد در یزد وجود ندارد.
8. آمار جرم و جنایت مربوط به گردشگری در یزد پایین است.	8. نیروهای امنیتی در زمینه اطلاع‌رسانی و هشدار دادن نسبت به برخی مسائل به گردشگران ضعیف عمل می-کنند.
9. آمار حوادث جانی و مالی گردشگران در شهر یزد پایین است.	
فرصت‌ها	**تهدیدها**
1. گردشگری بین‌المللی ایران در حال رشد است.	1. برخی از گردشگران خارجی یزد با اهداف جاسوسی وارد این شهر می‌شوند.
2. یزد مورد توجه بسیاری از گردشگران خارجی بازدیدکننده از ایران است.	2. برخی از گردشگران خارجی یزد وابسته به گروه‌های تروریستی هستند.
3. توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، ایران‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره ایران در عرصه بین‌الملل می‌شود	3. برخی از گردشگران خارجی یزد با هدف قاچاق عتیقه‌جات وارد این شهر می‌شوند.
4. توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، اسلام‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره اسلام و شیعیان در عرصه بین‌الملل می‌شود.	4. حضور گردشگران خارجی در شهر یزد باعث افزایش جرم، دزدی، بزهکاری در سطح شهر و سوءقصد علیه گردشگران شود.
5. با برقراری ارتباط با گردشگران خارجی، می‌توان آنان را به دین اسلام جذب کرد.	5. رشد گردشگری در ایران و شهر یزد، باعث افزایش هزینه-های تأمین امنیت می‌شود.
6. توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد باعث احیای مراسم و مناسک مذهبی می‌شود.	6. حضور گردشگران خارجی در یزد ممکن است باعث تضعیف روحیه مذهبی مردم شود و به اعتقادات دینی آنان آسیب بزند.
7. توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد باعث کاهش تنش‌های سیاسی، استحکام روابط سیاسی،	7. رشد گردشگری باعث از بین رفتن اصالت فرهنگ،

فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران با سایر کشورهای جهان می‌شود.	نمایشی شدن فرهنگ و فروش صنایع دستی تقلبی می‌شود.
8. توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد برای شهروندان منافع اقتصادی (مانند درآمدزایی برای مردم شهر، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری) به همراه دارد.	8. حضور گردشگران خارجی در یزد، باعث تهاجم فرهنگی، ترویج الگوی زندگی و فرهنگ غربی می‌شود (از جمله سست شدن بنیان‌های اخلاقی و خانوادگی، تغییر پوشش مردم، عدم رعایت شئونات اسلامی توسط شهروندان و گردشگران و ترویج فساد).
9. موقعیت مرکزی یزد در کشور باعث امنیت بیشتر آن شده است.	
10. افزایش تقاضا و اقبال عمومی در زمینه گردشگری.	

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی(IFE)

پس از شناسایی نقاط قوت و ضعف، آنها را در ماتریس مخصوص قرار داده و به ترتیب مراحل زیر طی گردید:

- قوت و ضعف‌ها شناسایی‌شده به ترتیب فهرست شد؛
- به هرکدام از آن‌ها از صفر تا یک ضریب داده شد؛ بطوری‌که حاصل مجموع ضرایب عدد 1 شود؛
- به هرکدام از عوامل از 1 تا 4 نمره داده شد: (1 برای ضعف اساسی، 2 برای ضعف عادی، 3 برای قوت عادی و 4 برای قوت بسیار بالا)؛
- جهت تعیین نمره نهایی، ضریب هر عامل در نمره آن ضرب گردید؛
- مجموع نمره‌های نهایی محاسبه شد تا نمره نهایی عوامل داخلی مشخص شود (جمع نمره نهایی باید بین 1تا 4 به دست آید).

جدول 3- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

ردیف	عوامل اصلی داخلی نقاط قوت	ضریب	رتبه	نمره نهایی
1	نیروهای امنیتی مجرب و متخصص در ارگان‌های مختلف یزد فعالیت دارند.	0/07	3	0/21
2	تعداد افراد تحصیل‌کرده و متخصص گردشگری در یزد قابل توجه است.	0/07	3	0/21
3	نهادهای امنیتی یزد، در تأمین امنیت این شهر از نظر گردشگری، از سابقه‌ای طولانی برخوردارند.	0/07	4	0/28
4	نیروهای امنیتی، فرماندهان و مدیران ارشد نهادهای امنیتی یزد، از	0/06	3	0/18

ردیف	عوامل اصلی داخلی نقاط قوت	ضریب	رتبه	نمره نهایی
	گردشگری و حضور گردشگران خارجی در این شهر حمایت می‌کنند.			
5	نهادهای امنیتی، گزارشات مرتبط با گردشگری را در اختیار سازمان متولی گردشگری استان قرار می‌دهند.	0/05	4	0/2
6	نیروی‌های امنیتی به حریم خصوصی و اعتقادات گردشگران احترام می‌گذارند.	0/05	3	0/15
7	احساس امنیت در مکان‌های گردشگری یزد وجود دارد.	0/07	3	0/21
8	آمار جرم و جنایت مربوط به مسائل گردشگری در یزد پایین است.	0/06	3	0/15
9	آمار حوادث جانی و مالی برای گردشگران در شهر یزد پایین است.	0/06	3	0/18
	نقاط ضعف			
10	یزد با تعدد نهادهای امنیتی و عدم‌هماهنگی یا تضاد بین آنها مواجه است.	0/06	1	0/06
11	سازمان متولی گردشگری یزد، در حوزه‌های امنیتی، منفعل است.	0/06	1	0/06
12	در تصمیم‌گیری‌های امنیتی گردشگری یزد، از مشاوره متخصصان دو حوزه گردشگری و امنیت بهره گرفته نمی‌شود.	0/06	1	0/06
13	ارگان‌های امنیتی یزد با کمبود منابع انسانی متخصص در گردشگری و امنیت مواجه هستند.	0/06	2	0/12
14	اهمیت گردشگری در توسعه شهر، در ارگان‌های امنیتی یزد نهادینه نشده است.	0/05	1	0/05
15	نیروهای امنیتی شهر یزد تسلط کافی به زبان‌های خارجی ندارند .	0/05	1	0/05
16	پلیس گردشگری با وظایف و نقش معین در یزد وجود ندارد.	0/05	1	0/05
17	نیروهای امنیتی در زمینه اطلاع رسانی و هشدار دادن به گردشگران ضعیف عمل می‌کنند.	0/05	2	0/1
	جمع	1		2/35

همان‌طور که مشاهده می‌شود جمع نمره نهایی ماتریس (IFE) برابر با 2/35 است که این عدد در ماتریس داخلی خارجی (IE) برای تعیین وضعیت امنیتی گردشگری یزد به کار می‌رود.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی(EFE)

برای فرصت‌ها و تهدیدها نیز شبیه مرحله قبل طی شد، تنها فرق آن با مرحله قبل در روش نمره دادن به هر یک از عوامل است. نمره داده‌شده نشان‌دهنده واکنش سازمان‌های مربوطه به هرکدام از تهدیدها و فرصت‌هاست. در پایان نیز هرکدام از ضرایب در نمره مربوطه ضرب گردید تا نمره نهایی به دست آید. بدیهی است که جمع نمره نهایی حاصل این ماتریس نیز در ماتریس داخلی خارجی (IE) برای تعیین وضعیت امنیتی گردشگری یزد مورداستفاده قرار گیرد.

جدول 4- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

ردیف	عوامل اصلی خارجی فرصت‌ها	ضریب	رتبه	نمره نهایی
1	گردشگری بین‌المللی ایران در حال رشد است.	0/05	2	0/1
2	یزد مورد توجه بسیاری از گردشگران خارجی بازدیدکننده از ایران است.	0/06	3	0/18
3	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، ایران‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره ایران در عرصه بین‌الملل می‌شود (از نظر ثبات امنیت، پیشرفته بودن و فرهنگ).	0/06	3	0/18
4	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، اسلام‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره اسلام و شیعیان در عرصه بین‌الملل می‌شود.	0/06	3	0/18
5	با برقراری ارتباط با گردشگران خارجی، می‌توان آنان را به دین اسلام جذب کرد.	0/05	1	0/05
6	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی باعث احیای مراسم و مناسک مذهبی می‌شود.	0/05	2	0/1
7	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد باعث کاهش تنش‌های سیاسی (صلح)، استحکام روابط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران با سایر کشورهای جهان می‌شود.	0/06	2	0/12
8	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد برای شهروندان منافع اقتصادی (مانند درآمدزایی برای مردم شهر، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری) به همراه دارد.	0/06	3	0/18
9	موقعیت مرکزی یزد در کشور که باعث امنیت بیشتر آن شده است.	0/05	3	0/15
10	افزایش تقاضا و اقبال عمومی در زمینه گردشگری.	0/05	3	0/15
	تهدیدها			
11	برخی از گردشگران خارجی یزد با اهداف جاسوسی وارد این شهر می‌شوند.	0/06	3	0/18

ردیف	عوامل اصلی خارجی فرصت‌ها	ضریب	رتبه	نمره نهایی
12	برخی از گردشگران خارجی یزد وابسته به گروه‌های تروریستی هستند.	0/06	3	0/18
13	برخی از گردشگران خارجی یزد با هدف قاچاق عتیقه‌جات وارد این شهر می‌شوند.	0/05	3	0/15
14	حضور گردشگران خارجی در شهر یزد باعث افزایش جرم، دزدی، بزهکاری در سطح شهر و سوءقصد علیه گردشگران شود.	0/05	3	0/15
15	رشد گردشگری در ایران و شهر یزد، باعث افزایش هزینه‌های تأمین امنیت می‌شود.	0/05	3	0/15
16	حضور گردشگران خارجی در یزد باعث تضعیف روحیه مذهبی مردم شود و به اعتقادات دینی آنان آسیب بزند.	0/06	4	0/24
17	رشد گردشگری باعث از بین رفتن اصالت فرهنگ، نمایشی شدن فرهنگ و فروش صنایع دستی تقلبی می‌شود.	0/06	3	0/18
18	حضور گردشگران خارجی در یزد، باعث تهاجم فرهنگی، ترویج الگوی زندگی و فرهنگ غربی می‌شود (از جمله سست شدن بنیان‌های اخلاقی و خانوادگی، تغییر پوشش مردم، عدم رعایت شئونات اسلامی توسط شهروندان و گردشگران و ترویج فساد).	0/06	3	0/18
	جمع	1		2/8

ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت(SWOT)

در این ماتریس در هر مرحله دو عامل باهم مقایسه گردیده و در نهایت چهار نوع استراتژی ارایه می‌گردد:

SO: سازمان با اجرای این راهکار می‌کوشد با استفاده از نقاط قوت از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری کند؛

WO: هدف این است که با استفاده از فرصت‌های موجود در محیط خارج نقاط ضعف داخلی بهبود یابد؛

ST: با استفاده از نقاط قوت سازمان، اثر تهدیدات خارجی کاهش یابد؛

WT: حالت تدافعی بوده و هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات خارجی است.

جدول5- ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت (TOWS) وضعیت امنیتی گردشگری یزد

استراتژی‌های (WO)	استراتژی‌های (SO)
WO_1: توجه ویژه به منافع حاصل از گردشگری خارجی (درآمدزایی برای مردم یزد، اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری و ...) و برنامه‌ریزی در جهت جذب بیشتر گردشگر خارجی؛ WO_2: برنامه‌ریزی جامع در زمینه امنیت گردشگری و استفاده از متخصصان و کارشناسان امنیتی و گردشگری در برنامه‌ریزی و اجرا. WO_3: آموزش اصول امنیتی گردشگری به کلیه دست افراد دخیل در امر گردشگری خارجی یزد به منظور به حداقل رساندن تبعات منفی گردشگری خارجی (مانند جاسوسی، قاچاق عتیقه، عوامل تروریستی و ...). WO_4: استفاده از ظرفیت بالای فرهنگی – مذهبی شهر یزد در راستای تبلیغات فرهنگی و مذهبی و خنثی کردن تبلیغات سوء دشمن در زمینه ایران هراسی و اسلام هراسی؛	SO_1: بالا بردن سطح آگاهی ومعلومات پلیس و نیروهای امنیتی شهر یزد نسبت به مسایل امنیتی گردشگری به منظور ارتقای سطح احساس امنیت گردشگران خارجی؛ SO_2: استفاده از کارشناسان متخصص و مجرب در زمینه های مربوط به مسایل امنیتی گردشگری؛ SO_3: فراهم آوردن زمینه و امنیت برای فعالیت بخش خصوصی به منظور ارتقاء سطح زیرساخت‌های گردشگری؛ SO_4 : تسریع روند رسیدگی پلیس در پرونده‌های مربوط به گردشگران خارجی و تسهیل فعالیت‌های اداری آنها؛ SO_5: توجه ویژه به فضاهای تاریخی-فرهنگی جهت زیبا سازی و حفاظت آنها در راستای افزایش تعداد گردشگران.
استراتژی‌های (ST)	**استراتژی‌های (WT)**
ST_1: ایجاد پلیس گردشگری با وظایف و نقش معین؛ **ST_2**: برگزاری کلاس‌ها و دوره های آموزشی در جهت آشنایی و ارتقاء میزان تسلط نیروهای امنیتی به زبان‌های خارجی؛ **ST_3**: تأکید بر اهمیت ویژه گردشگری و تبیین نقش گردشگری در توسعه شهری در ارگان‌های امنیتی یزد؛ **ST_4**: ایجاد تنوع در خدمات رسانی پلیس به گردشگران خارجی به منظور رونق گردشگری خارجی یزد.	**WT_1**: اصلاح قوانین دست و پا گیر در زمینه گردشگری خارجی به منظور تسهیل در امر صدور ویزا و مقررات گمرکی؛ **WT_2**: جلوگیری از موازی کاری در ارگان‌های مرتبط با امر گردشگری به منظور کاهش هزینه‌ها و پرهیز از دوباره‌کاری؛ **WT_3**: ترویج و تمرکز بیشتر بر فرهنگ و الگوی زندگی ایرانی اسلامی به منظور مقابله با تهاجم فرهنگی و کاهش تاثیرپذیری فرهنگی از گردشگران؛ **WT_4**: با توجه به افزایش اقبال عمومی نسبت به گردشگری، بیشترین بهره برداری از پتانسیل بالای یزد در زمینه جذب گردشگر خارجی صورت گیرد؛

ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM)

با توجه به ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، راهبردهایی که باید موردتوجه قرار گیرند، راهبردهای WO است. حال با تشکیل ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی، راهبردهای موجود در خانه WOماتریس SWOT اولویت‌بندی می‌شود. گام‌های تشکیل ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی عبارت‌اند از:

1 .فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی در ستون راست QSPM فهرست می‌شود. سپس در ستون دوم وزن هر عامل وارد می‌شود.

2. با در نظر گرفتن مرحله دوم فرموله کردن (مرحله تلفیق و ترکیب)، راهبردهای شدنی و قابل‌اجرا یا همان راهبردهای ترکیبیWO که هدف اولویت‌بندی آن‌هاست در ردیف بالای ماتریس QSPM نوشته می‌شود. هر راهبرد شامل دو ستون، نمره جذابیت AS و جذابیت راهبرد TAS است.

3. خبرگان بر اساس میزان تأثیر و جذابیت هر عامل داخلی و خارجی، نمره‌ای بین 1 تا 4 را به راهبرد مربوطه اختصاص می‌دهند که به آن نمره جذابیت AS گفته می‌شود.

4. با ضرب وزن هر عامل در نمره جذابیت AS، جذابیت راهبرد TAS محاسبه می‌شود. و برای به دست آمدن جذابیت کل هر راهبرد، اعداد ستون جذابیت هر راهبرد جمع می‌شود.

5- راهبردها بر اساس نمره به‌دست‌آمده از جذابیت کل هر راهبرد، از بیشترین نمره تا کمترین نمره اولویت‌بندی می‌شوند.

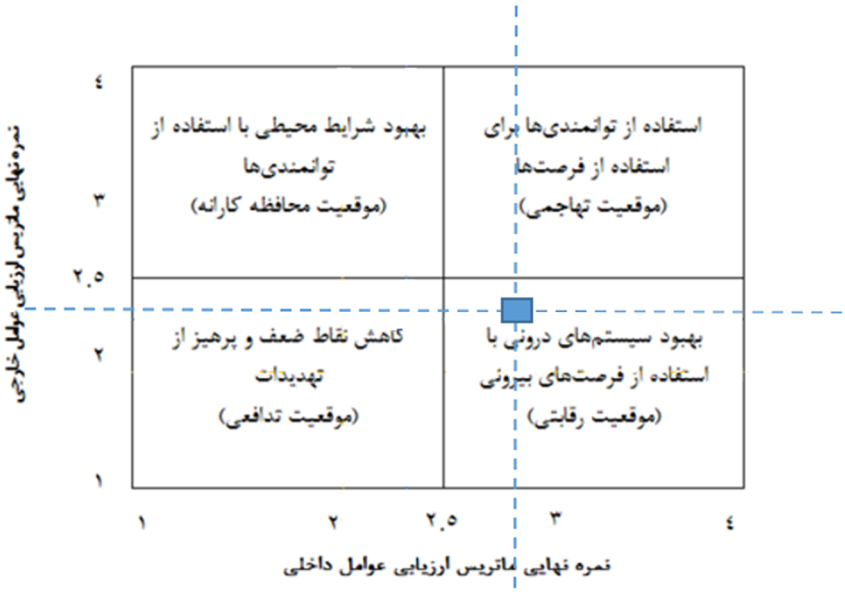
با توجه به نتایج حاصله از ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM) اولویت راهبردهایWO به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول6- اولویت راهبردهاWO

	راهبرد کلی	نمره نهایی راهبرد	اولویت
1	توجه ویژه به منافع حاصل از گردشگری خارجی (درآمدزایی برای مردم یزد، اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری و ...) و برنامه‌ریزی در جهت جذب بیشتر گردشگر خارجی؛	4/2	3
2	برنامه‌ریزی جامع در زمینه امنیت گردشگری و استفاده از متخصصان و کارشناسان امنیتی و گردشگری در برنامه‌ریزی و اجرا.	5/59	1
3	آموزش اصول امنیتی گردشگری به کلیه افراد دخیل در امر گردشگری خارجی یزد به منظور به حداقل رساندن تبعات منفی گردشگری خارجی (مانند جاسوسی، قاچاق عتیقه، عوامل تروریستی و ...).	4/76	2
4	استفاده از ظرفیت بالای فرهنگی – مذهبی شهر یزد در راستای تبلیغات فرهنگی و مذهبی و خنثی کردن تبلیغات سوء دشمن در زمینه ایران هراسی و اسلام هراسی؛	3/81	4

آزمون فرضیات

فرضیه اول: به نظر می‌رسد شهر یزد در زمینه‌های امنیتی گردشگری خارجی از نظر عوامل داخلی دچار ضعف می‌باشد و در مقابل تهدیدات خارجی واکنش مناسبی نشان نداده است. با توجه به ماتریس داخلی خارجی (IE) که حاصل نمرات نهایی ماتریس‌های عوامل داخلی و عوامل خارجی برای تعیین وضعیت امنیتی گردشگری یزد می‌باشد به این نتیجه می‌رسیم که موقعیت این عامل در شهر یزد بر اساس مدل سوات در حالت رقابتی قرار دارد.



شکل1- ماتریس داخلی خارجی (IE) وضعیت امنیتی گردشگری یزد و محدوده راهبردی دارای اولویت

به‌عبارت‌دیگر شهر یزد در زمینه امنیت گردشگری ازیک‌طرف با ضعف‌ها و از طرف دیگر با تهدیدات عمده‌ای روبه‌رو است. بنابراین با در نظر گرفتن توضیحات فوق، می‌توان نتیجه گرفت شهر یزد در زمینه امنیت گردشگری، ازنظر عوامل داخلی دچار ضعف بوده است. بر این اساس فرضیه اول پژوهش اثبات می‌شود.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد شهر یزد در زمینه‌های امنیتی گردشگری خارجی در مقابل عوامل خارجی واکنش مناسبی نشان نداده است.

جدول7- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

ردیف	عوامل اصلی خارجی	ضریب	رتبه	نمره نهایی
	فرصت‌ها			
1	گردشگری بین‌المللی ایران در حال رشد است.	0/05	2	0/1
2	یزد مورد توجه بسیاری از گردشگران خارجی بازدیدکننده از ایران است.	0/06	3	0/18
3	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، ایران‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره ایران در عرصه بین‌الملل می‌شود (از نظر ثبات امنیت، پیشرفته بودن و فرهنگ).	0/06	3	0/18
4	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد، اسلام‌هراسی را در جهان ناکارآمد می‌کند و باعث بهبود چهره اسلام و شیعیان در عرصه بین‌الملل می‌شود.	0,06	3	0/18
5	با برقراری ارتباط با گردشگران خارجی، می‌توان آنان را به دین اسلام جذب کرد.	0/05	1	0/05
6	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد باعث احیای مراسم و مناسک مذهبی می‌شود.	0/05	2	0/1
7	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد باعث کاهش تنش‌های سیاسی (صلح)، استحکام روابط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران با سایر کشورهای جهان می‌شود.	0/06	2	0/12
8	توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در یزد برای شهروندان منافع اقتصادی (مانند درآمدزایی برای مردم شهر، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری) به همراه دارد.	0/06	3	0/18
9	موقعیت مرکزی یزد در کشور که باعث امنیت بیشتر آن شده است.	0/05	3	0/15
10	افزایش تقاضا و اقبال عمومی در زمینه گردشگری.	0/05	3	0/15
	تهدیدها			
11	برخی از گردشگران خارجی یزد با اهداف جاسوسی وارد این شهر می‌شوند.	0/06	3	0/18
12	برخی از گردشگران خارجی یزد وابسته به گروه‌های تروریستی هستند.	0/06	3	0/18
13	برخی از گردشگران خارجی یزد با هدف قاچاق عتیقه‌جات وارد این شهر می‌شوند.	0/05	3	0/15
14	حضور گردشگران خارجی در شهر یزد باعث افزایش جرم، دزدی، بزهکاری در سطح شهر و سوءقصد علیه گردشگران شود.	0/05	3	0/15
15	رشد گردشگری در ایران و شهر یزد، باعث افزایش هزینه‌های تأمین امنیت می‌شود.	0/05	3	0/15
16	حضور گردشگران خارجی در یزد باعث تضعیف روحیه مذهبی مردم شود و به اعتقادات دینی آنان آسیب بزند.	0/06	4	0/24
17	رشد گردشگری باعث از بین رفتن اصالت فرهنگ، نمایشی شدن فرهنگ و فروش صنایع دستی تقلبی می‌شود.	0/06	3	0/18
18	حضور گردشگران خارجی در یزد، باعث تهاجم فرهنگی، ترویج الگوی زندگی و فرهنگ غربی می‌شود (سست شدن بنیان‌های اخلاقی و خانوادگی، تغییر پوشش مردم، عدم رعایت شئونات اسلامی توسط گردشگران و ترویج فساد).	0/06	3	0/18
	جمع	**1**		**2/8**

با توجه به اینکه جمع نمره نهایی ماتریس (EFE) برابر با 2/80 است به این نتیجه می‌رسیم که شهر یزد در زمینه امنیت گردشگری در مقابل عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) واکنش نسبتاً مناسبی نشان داده است. بنابراین فرضیه دوم پژوهش مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

بحث و نتیجه گیری

مسئله امنیت در گردشگری و چالش‌ها و فرصت‌های همراه آن، یکی از مهم‌ترین مقولاتی بوده است که مدیران مقاصد دغدغه آن را داشته‌اند. پژوهش حاضر به‌منظور تعیین وضعیت امنیتی گردشگری یزد صورت گرفته است لذا تمرکز اصلی این پژوهش روی امنیت گردشگری می‌باشد که با مدل SWOT تحلیل‌شده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس ارزشیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزشیابی عوامل خارجی، ازآنجا که نمره نهایی عوامل داخلی برابر با 2/35 است و کمتر از 2/5 هست، بنابراین یزد در ارتباط با امنیت گردشگری، ازنظر عوامل داخلی دچار ضعف است. نمره نهایی عوامل خارجی نیز برابر با 2/80 بوده و ازآنجاکه بیشتر از 2/5 می‌باشد، نشان از واکنش مناسب یزد در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدها دارد. ماتریس داخلی خارجی (IE) نیز نشان می‌دهد که شهر یزد در موقعیت رقابتی قرار دارد؛ به‌عبارت‌دیگر ازیک‌طرف با ضعف‌های عمده‌ای روبه‌رو است و از طرف دیگر در مقابل عوامل خارجی واکنش نسبتا مناسبی داشته است. در مجموع عوامل فوق نشان می‌دهد که گردشگری موضوعی است که بر امنیت اجتماعی شهر یزد اثرگذار بوده و با رونق گرفتن آن حواشی امنیتی آن نیز افزایش پیدا می‌کند. در صورتی که آمادگی لازم برای نظارت و کنترل چالش‌های امنیتی و شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های آن وجود نداشته باشد، این موضوع می‌تواند اثرگذاری‌های مخربی بر امنیت اجتماعی شهر داشته باشد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصله از ماتریس کمی برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM) پیشنهادهای برگرفته از نتایج این پژوهش و اولویت راهبردهای موقعیت رقابتی(WO) به شرح زیر ارایه می‌گردد:

- برنامه‌ریزی جامع در زمینه امنیت گردشگری و استفاده از متخصصان و کارشناسان امنیتی و گردشگری در برنامه‌ریزی و اجرا و نیز ارتقای جایگاه شورای شهر به‌منظور افزایش مشارکت شهروندان؛
- آموزش اصول امنیتی گردشگری به کلیه افراد دخیل در امر گردشگری خارجی یزد به منظور به حداقل رساندن تبعات منفی گردشگری خارجی (مانند جاسوسی، قاچاق عتیقه، عوامل تروریستی و ...).
- توجه ویژه به منافع حاصل از گردشگری خارجی (درآمدزایی برای مردم یزد، اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری و ...) و برنامه‌ریزی در جهت جذب بیشتر گردشگر خارجی؛
- استفاده از ظرفیت بالای فرهنگی – مذهبی شهر یزد در راستای تبلیغات فرهنگی و مذهبی و خنثی کردن تبلیغات سوء دشمن در زمینه ایران هراسی و اسلام هراسی.

منابع

- ابراهیم پور، حبیب؛ یعقوبی، نورمحمد و نعمتی، ولی (1394). نوع‌شناسی مشتری و نقش آن در نوآوری در هتل‌ها (مورد مطالعه: هتل های اردبیل). نشریه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، سال چهارم، شماره 15، زمستان.
- ابوالقاسمی‌فرسنگی، آرزو (1394). بررسی وضعیت گردشگری بازار حاجی قنبر مجموعه امیرچخماق یزد. مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ گردشگری و هویت شهری، تهران: موسسه علمی پژوهشی مهراندیشان ارفع.
- اسعدی، میرمحمد و سعیدا اردکانی، سعید(1394). ارایه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی، مورد مطالعه استان یزد. فصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره 14، بهار.
- پورفرج، اکبر (1393). نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری در ایران با تأکید بر مفاهیم کانون هماهنگی دانش و صنعت گردشگری، تهران: آوای ظهور.
- حسنی‌فر، عبدالرحمن (1383). دولت و امنیت اجتماعی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. نشریه دین و ارتباطات، شماره 23، پاییز.
- خواجه شاهکوهی، علیرضا و مدانلو جویباری، مسعود (1391). بررسی نقش احساس امنیت در توسعه گردشگری نواحی مرزی (مطالعه موردی شهرستان مرزی آستارا). همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت؛ چالش‌ها و رهیافت‌ها، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زمستان.
- زاهدی، شمس السادت (1385). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- سلیمی سبحان، محمدرضا (1393). امنیت و توسعه پایدار گردشگری مطالعه موردی شهر تهران. پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، شماره 8، تابستان.
- سیدعلی‌پور، سیدخلیل؛ رستم گورانی، ابراهیم و حسینی، سیدمهدی (1393). بررسی سیاست‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری در مناطق آزاد تجاری با تأکید بر نظم و امنیت اجتماعی: مطالعه موردی منطقه آزاد قشم. پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، شماره 6، دوره 2.
- صیدایی، سیداسکندر و هدایتی‌مقدم، زهرا (1389). نقش امنیت در توسعه گردشگری. فصلنامه علوم اجتماعی، شماره 8، بهار.
- ضرغام بروجنی، حمید؛ بذرافشان، مرتضی و ایوبی یزدی، حمید (1393). شناخت صنعت گردشگری اصول، رویه‌ها و رویکردها. چاپ سوم، تهران: انتشارات مهکامه.
- فرجی‌راد، عبدالرضا و آقاجانی، سمیه (1388). تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن. فصلنامه جغرافیایی سرزمین. سال ششم. شماره 23، پاییز.

- فرحبخش، حامد (1384). گردشگران خارجی تابلوی ایران را نمی‌بینند. مجله مهر، شماره 18، بهار.
- کتامی، معصومه (1386). توریست و تأثیر آن بر امنیت ملی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، رشته مدیریت گردشگری. زمستان.
- مجیدی، محمدرضا (1389). سیاست گردشگری خارجی در ایران: جستجوی الگوی مطلوب. فصلنامه سیاست-مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دوره 40، شماره 4، زمستان.
- محبوبی‌منش، حسین (1385). تأملی کوتاه درباره آسیب‌های اجتماعی به عنوان مسئله امنیت عمومی. فصلنامه دانش انتظامی، دوره 8، شماره 3، بهار.
- محلاتی، صلاح الدین (1380). درآمدی بر جهانگردی. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (1395). با نمایندگان مردم در مجلس دهم؛ آشنایی با حوزه گردشگری.
- مشبکی، اصغر و ملک‌اخلاق، اسماعیل (1382). طراحی الگوی سیاست‌گذاری در بازاریابی صنعت جهانگردی ایران. دو ماهنامه علمی و پژوهشی دانشور رفتار، دوره 10، شماره 2، پاییز.
- معین فرد، محمد رضا (1389). گردشگری ورزشی. چاپ اول، سبزوار: دانشگاه تربیت معلم سبزوار.
- مهدوی، داوود (1383). نقش توریسم در توسعه مناطق روستایی و ارایه مدل استراتژیک (مورد: دهستان لواسان). پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، رشته برنامه‌ریزی روستایی. بهار.
- مؤیدفر، سعیده و تقوایی، مسعود (1394). بررسی رابطه مدیریت بحران و سازماندهی فضایی و امنیت در گردشگری (مطالعه موردی: شهر یزد). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره 13، بهار .
- هزارجریبی، جعفر (1390). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی. سال 22، شماره پیاپی 42، تابستان.
- یعقوب‌زاده، رضا و زندی، احمد (1391). شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدات اجتماعی-فرهنگی و امنیتی مؤثر بر برداشت گردشگران خارجی ورودی به ایران. فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، شماره 29، بهار.
- یگانگی، کامران و باش‌افشار، سحر (1391). نقش گردشگری مدرن در امنیت ملی. مجموعه مقالات همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت. زاهدان: دانشگاه سیستان و بلوچستان.