

برنامه‌ریزی و آمایش راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد با تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه (ANP-SWOT)

محمد رحیم رهنما^۱، محمد اجزاء شکوهی^۲ و رضا صمدی^{۳*}

^۱دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد، ^۲دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی

مشهد، ^۳دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۱۳؛ تاریخ پذیرش: ۹۳/۶/۱۵

چکیده

امنیت پیش‌زمینه‌ی یک اجتماع سالم و احساس امنیت، بسترساز توسعه‌ی جوامع انسانی است. سعادت یک اجتماع در گرو حفظ و بقای امنیت و احساسات ناشی از آن است. امنیت زائران و گردشگران از مهم‌ترین مقوله‌هایی است که در بحث امنیت مطرح می‌شود. هدف این پژوهش، آمایش و برنامه‌ریزی راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران در کلان‌شهر مشهد با تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه‌ی ANP-SWOT است. روش تحقیق این پژوهش، توصیفی-تبیینی با اهداف کاربردی-توسعه‌ای است. در ابتدا برای رسیدن به عوامل چهارگانه‌ی SWOT از روش دلفی استفاده شده، بدین‌گونه که سی نفر از کارشناسانی که در این زمینه خبره بودند، انتخاب شدند تا مهم‌ترین عوامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در امنیت زائران و گردشگران را جمع‌آوری کنند. سپس برای اولویت‌بندی استراتژی‌های حاصل از فن سوات، با استفاده از مدل تحلیل شبکه (ANP) به ارزیابی و اولویت‌بندی استراتژی‌های حاصله پرداخته شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل‌ها با مدل ANP نشان می‌دهد که راهبردهای SO₁، SO₂ و ST₁، سه راهبرد اولیه در ارتقای امنیت زائران و گردشگران شناخته شده است. راهبرد SO₂، برنامه‌ریزی برای مدیریت یکپارچه‌ی امنیت زوار در مناطق اطراف حرم و راهبرد SO₁ تهیه‌ی بسته‌های سرمایه‌گذاری (مشارکتی و غیر مشارکتی) برای توسعه‌ی کمی و کیفی مراکز اقامتی زائران است که هر دو مربوط به استراتژی‌های تهاجمی است. همچنین راهبرد ST₁، حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و نهادهای مدنی در جهت پیشبرد سریع طرح‌های کالبدی مربوط به طرح بافت نوسازی پیرامون حرم بوده که این راهبرد مربوط به استراتژی‌های رقابتی است. در نهایت، استراتژی تهاجمی با کسب امتیاز ۰,۴۱۳۹۲ به‌عنوان استراتژی

دارای اولویت اول و استراتژی محافظه کارانه با کسب ۰,۲۳۰۲۶ امتیاز به عنوان استراتژی دوم در جهت ارتقای امنیت زائران و گردشگران انتخاب شده‌اند.

واژگان کلیدی: استراتژی، امنیت زائران و گردشگران، مدل SWOT و ANP، کلان‌شهر مشهد.

مقدمه و بیان مسأله

امنیت یکی از مهم‌ترین نیازهای بشری است. بدون عنصر امنیت، اعمال فردی و اجتماعی با بحران مواجه می‌شود (افتخاری و همکاران، ۱۳۷۹: ۸). افزایش امنیت محیطی برای بهبود کاربری فضاهای شهری از مهم‌ترین رویکردهایی است که جوامع پیشرفته در زمینه علوم اجتماعی، مدیریتی و طراحی محیط، بدان توجه دارند (الماسی‌فر و انصاری، ۱۳۸۹: ۲۱). در واقع شرط لازم برای حیات و زندگی شهری، امنیت است و هرچه شهرها ضریب ایمنی بالاتری داشته باشند، میزان تعاملات و مناسبات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بیش‌تر خواهد بود و بالعکس هرچه ضریب ایمنی شهرها کم‌تر باشد، افراد در فضای رعب و وحشت قرار گرفته، سطح مراودات و مبادلات کاهش یافته، از نظر کیفی آسیب می‌بینند (نویدنیا، ۱۳۸۹: ۱۵).

یکی از موضوعاتی که در بحث امنیت مهم است، امنیت زائران و گردشگران است. در قرن بیست و یکم گسترش و پیشرفت فناوری موجب می‌شود که وقت انسان بیش از پیش آزاد گردد و ثروتش افزون شود و در نتیجه زمان بیش‌تری صرف اوقات فراغت خود کند. در واقع نیمه‌ی دوم قرن بیستم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد. پس باید این واقعیت را پذیرفت که گردشگری سرعتی شگرف و تأثیری دور از انتظار در زندگی جوامع دارد. به همین جهت و با توجه به جمیع جهات باید با نظری بلندمدت و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و برنامه‌ریزی درست برای گسترش آن تلاش شود (محللاتی، ۱۳۸۰: ۶۷). امروزه فعالیت‌های گردشگری، بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌شود و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی سودآورترین صنعت جهان شود، به طوری که آن را صادرات نامریی می‌نامند. شاید به همین دلیل است که لوییس ترنر^۱، گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌روست و معتقد است گردشگری بیش‌ترین توانایی را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (لی^۲، ۱۳۸۷: ۱). اهمیت سیر و سفر و جهانگردی در تعالی فرهنگی و تفاهم بین‌المللی سبب شده است که مجمع عمومی سازمان ملل متحد، روز ۲۹ سپتامبر (۵ مهر) هر سال را روز جهانگردی اعلام کند (دخیلی کهنمویی،

1- Terner

2- Lea

۱۳۸۳: ۴). گذشته از ضرورت‌های پیش‌آمده، جایگاه گردشگری به حدی است که قرآن مجید در چندین آیه، انسان را به این موضوع مهم سیر و سیاحت و طبیعت‌گردی دعوت کرده است (محمدی ده چشمه و زنگی‌آبادی، ۱۳۸۷: ۱).

یکی از شاخه‌های مهم گردشگری، گردشگری مذهبی است. گردشگران مذهبی، دیدارکنندگانی هستند که در مراسم و زیارت قبور پیامبران، امامان و رهبران دینی - مذهبی، فعالیت‌های مذهبی و... شرکت می‌جویند و نیز از دیگر مکان‌های گردشگری هم دیدن می‌کنند (Santos, 2004: 5-8). این نوع گردشگری برگرفته از اعتقادات مذهبی هر ملت است و سبب می‌شود هزاران نفر از پیروان یک مذهب به سمت زیارتگاه‌های خود حرکت کنند و چون اعتقادات مذهبی باعث چنین حرکتی شده است، کم-ترین خسارات فرهنگی را در بردارد. در این نوع از گردشگری، مکان‌های زیارتی و مراسم و شعایر مذهبی مد نظر گردشگران قرار می‌گیرد (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱۹).

مطالعات آمایش، یکی از برنامه‌ریزی فضایی است که برای کاهش عدم تعادل در ابعاد مختلف در سطوح ملی و منطقه‌ای، وضع موجود را به سمت مطلوب هدایت می‌کند (سلطانی، ۱۳۹۲: ۶۴). برنامه‌ریزی آمایش شهر، برنامه‌ای است برای تحقق توسعه پایدار فضایی که مجموعه اهداف، سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های اجرایی شهر را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و کالبدی در بر می‌گیرد (رهنما و آقاجانی، ۱۳۹۰: ۱۹). به دلیل اهمیت موضوع امنیت زائران و گردشگران در استان خراسان رضوی و به‌خصوص شهر مشهد، یکی از اهداف مهم در طرح آمایش خراسان رضوی بحث ملاحظات امنیتی است؛ همچنین به دلیل حضور گردشگران و زائران فراوانی که به این شهر می‌آیند، فصل جداگانه‌ای را به بحث گردشگری این استان اختصاص داده‌اند و راهبردهایی را برای ارتقای توسعه گردشگری در استان و به‌خصوص شهر مشهد ارائه داده‌اند. شهر مقدس مشهد به دلیل وجود بارگاه ملکوتی امام رضا^(ع) مورد احترام شیعیان جهان است. از این رو هم شهر مذهبی است و هم به خاطر مهم‌ترین جاذبه‌ی آن که زیارت مرقد مطهر رضوی است، شهری زیارتی می‌باشد. این شهر به‌عنوان دومین کلان‌شهر ایران، چه از نظر موقعیت جغرافیایی و همجواری با کشورهای خارجی و چه از نظر حضور حرم مطهر امام رضا^(ع) در میان شهرهای ایران، جایگاه خاصی دارد، به گونه‌ای که این شهر را دومین شهر زیارتی جهان ساخته است (رهنما، ۱۳۸۷: ۱۱۴). این شهر به دلیل نقش و عملکرد فرهنگی، مذهبی، ارتباطی، تجاری و داشتن زائر و توریست فراوان، در سطح ملی و فراملی شناخته می‌شود (مافی و سقایی، ۱۳۸۷: ۲۸).

تمرکز زوار و گردشگران در اطراف حرم مطهر رضوی، محلاتی با ویژگی‌های خاص خود به وجود آورده است که بدون شک نیازهای متفاوت و متعاقب آن می‌طلبد که سازمان‌های مختلف برای رفاه حال زائران، برنامه‌ریزی‌های متفاوتی داشته باشند. یکی از این نیازها، تأمین و حفظ امنیت زائران و

گردشگران است. با توجه به این که نسبت جمعیت زائر و گردشگر به جمعیت شهری، حدود شش برابر است، باید به امنیت زائران و گردشگران در این شهر توجه بیشتری شود. هدف این مقاله تدوین و اولویت بندی راهبردهای ارتقای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد است که با تلفیق مدل های برنامه ریزی استراتژیک و تحلیل شبکه (ANP-SWOT) حاصل شده است. بنابراین پژوهش مورد نظر می تواند متضمن دستیابی به این سؤال باشد که مهم ترین راهبردها برای ارتقای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد چیست؟

بنابراین سؤالات اصلی تحقیق به شرح زیر است:

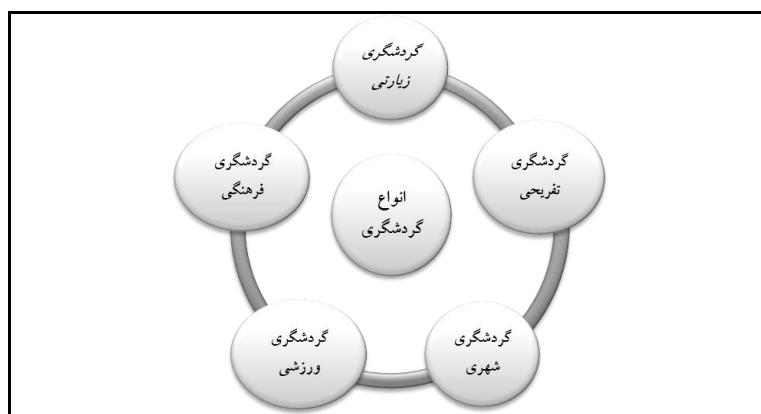
- مهم ترین عواملی که نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد است، کدامند؟
- مهم ترین استراتژی ها در زمینه ای امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد بر اساس نقاط چهارگانه SWOT کدامند؟
- وضعیت امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد با استفاده از مدل های برنامه ریزی استراتژیک چگونه است؟

مفاهیم، دیدگاه ها و مبانی نظری

برقراری امنیت منوط به رهایی نسبی از تهدید و بهره گیری بهینه از فرصت ها است (خلیلی، ۱۳۸۱: ۴۴۸). امنیت به معنای فراغت از هر گونه تهدید و تعرض به حقوق و آزادی های مشروع و قانونی شهروندان است (کارگر، ۱۳۸۳: ۲). به این ترتیب می توان گفت امنیت، نیاز اساسی افراد جامعه در ارتباط متقابل با عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. امروزه نقش و اهمیت این مسأله در پیشرفت هر جامعه ای تا بدان پایه است که آن را بستر و پیش نیاز هرگونه توسعه ای می دانند. همچنین آمار گردشگری در جهان نشان داده است که گردشگران، کشورهایی را برای تفریح و گذراندن اوقات فراغت انتخاب می کنند که امنیت داشته باشد. در نیم قرن اخیر گردشگری از یک فعالیت محلی و درون مرزی به پدیده ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است. در نگاه اول، گردشگری یک فعالیت فرهنگی است که سر و کار آن با تمدن ها، آثار باستانی و مناظر طبیعی است. از طرفی شهرها با ارائه ی کالا و خدمات متنوع، دامنه ی وسیعی از فعالیت های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را فراهم می آورند. همچنین شهرها با ارائه ی فعالیت های خدماتی مانند امکانات پذیرایی و فراغتی، زمینه ی توسعه ی گردشگری را گسترش می دهند (Timothy, 2005: 5). اهمیت گردشگری در شهرهای

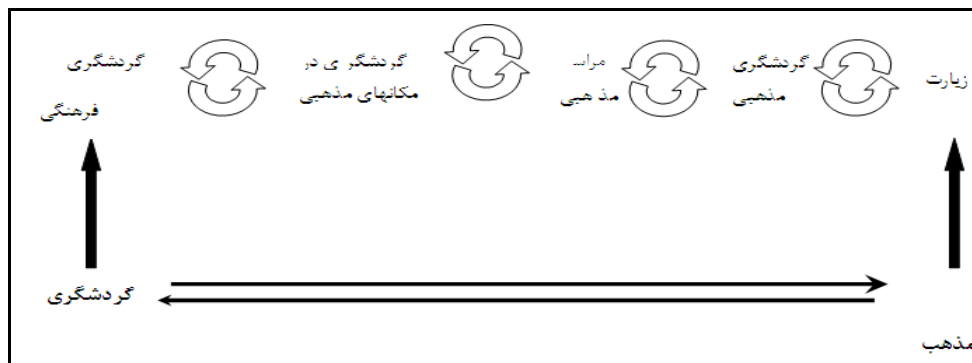
کشورهای پیشرفته به حدی است که شهرداران در ایجاد زیرساخت‌ها و جاذبه‌های جدید توریستی و معرفی شهر خود با یکدیگر رقابت می‌کنند (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۶۱).

برای برنامه‌ریزی در عرصه‌ی گردشگری، علاوه بر تعریف، شناخت انواع گردشگری و دسته‌بندی آن‌ها بسیار مهم است؛ زیرا تقاضا و خدمات مورد نیاز انواع گردشگری یکسان نیست. برای مثال گردشگرانی که به قصد دیدار اقوام و دوستان مسافرت می‌کنند، معمولاً به هتل و حتی رستوران بیرون از منزل نیاز ندارند. در مقابل برای گردشگرانی که به قصد تجارت سفر می‌کنند، ممکن است امکاناتی همچون هتل و تسهیلات اقامتی اهمیت زیادی داشته باشد. بر این اساس تاکنون صاحب‌نظران با توجه به معیارهای مختلف، دسته‌بندی‌های متعددی از گردشگری ارائه کرده‌اند. شکل زیر انواع گردشگری را نشان می‌دهد.



شکل ۱- انواع گردشگری، مأخذ: (دولت‌آبادی و یعقوب‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۱۹)

گردشگری مذهبی برگرفته از اعتقادات مذهبی گردشگران است و در برخی مراجع، یکی از زیرشاخه‌های گردشگری فرهنگی است. عموماً گردشگری مذهبی در پی ارتقای کالاهای فرهنگی متعدد به‌عنوان شیئی اهدایی صورت می‌گیرد؛ در نتیجه منجر به غنی‌سازی فکری می‌شود. اگر مذهب را زیربنای فرهنگ و میراث فرهنگی (بناها و محوطه‌های باستانی، معماری، هنر و...) بدانیم که انسان‌ها در قرون گذشته آن را به وجود آورده‌اند، بنابراین عجیب نیست که بخش بزرگی از گردشگری فرهنگی را باید به‌عنوان گردشگری در فضای مذهب دسته‌بندی کنیم. با این حال هر یک از مفاهیم یادشده، حاصل درجات مختلف اهداف مذهبی- زیارتی و غیر مذهبی است که نقطه‌ی آغاز آن با تقدس صفر همانند گردشگری فرهنگی شروع می‌شود و به تقدس حداکثر (خالص) در یک سفر زیارتی ختم می‌شود (زاهدی، ۱۳۸۵: ۲۶).



شکل ۲- ارتباط و همبستگی میان مذهب و گردشگری، مأخذ: (Santos, 2004: 7)

روش تحقیق

در این پژوهش برای تعیین اولویت استراتژی‌های پیشنهادی، از تجزیه و تحلیل SWOT همراه با مدل ANP استفاده شده است. روش تحقیق حاضر، توصیفی- تبیینی با اهداف کاربردی- توسعه‌ای است. داده‌های مورد نیاز به دو شیوهی اسنادی و میدانی جمع‌آوری شده است. در ابتدا برای آشنایی با مبحث امنیت زائران و گردشگران از منابع و مراجع فراوان بهره گرفته و برای رسیدن به عوامل چهارگانه SWOT، از روش دلفی استفاده شد. روش دلفی، روشی است نظام‌یافته و تعاملی برای پیش‌بینی که بر آرای هیأتی از کارشناسان مستقل متکی است، با این پیش‌فرض که داوری گروهی نسبت به داوری فردی معتبرتر است (حافظ نیا، ۱۳۸۹: ۱۶۳). جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل مسئولان و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با امر زیارتی و گردشگری بوده است که حجم نمونه‌ای بالغ بر سی نفر از کارشناسانی که در این زمینه خبره بودند، انتخاب شده است. در این روش، کارشناسان عواملی را که مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در امنیت زائران و گردشگران بوده، در چند مرحله جمع‌آوری کرده‌اند. پس از چند بار تکرار اجماع نظر بین کارشناسان، مهم‌ترین عوامل چهارگانه‌ی SWOT تنظیم شد. سپس برای اولویت‌بندی استراتژی‌های حاصل از فن SWOT، با استفاده از مدل ANP در نرم‌افزار Super Decision، استراتژی‌های حاصله ارزیابی و اولویت‌بندی شده‌اند.

مدل SWOT

تحلیل SWOT یکی از ابزار مهم پشتیبان تصمیم‌گیری است و معمولاً به عنوان وسیله‌ای برای تحلیل محیط‌های بیرونی و درونی سیستم استفاده می‌شود (Kangas & et al., 2003: 350) این تحلیل

پایه‌ی خوبی برای تشکیل استراتژی فراهم می‌آورد. با وجود این، تحلیل SWOT نیز بدون محدودیت در سنجش و ارزیابی مراحل نیست (رهنمایی و دیگران، ۱۳۹۰: ۸۵).

جدول ۱- راهبردهای چهارگانه ماتریس SWOT و نحوه تعیین آن

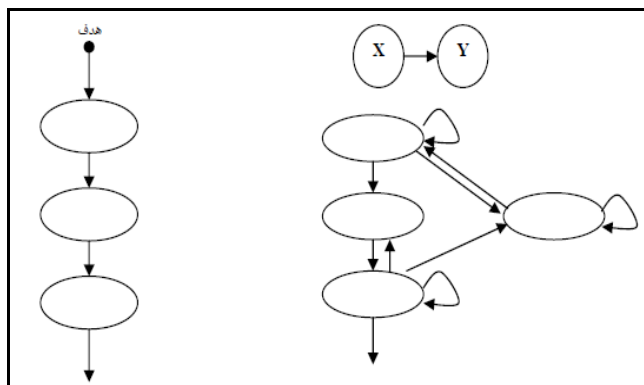
نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
استراتژی‌های SO (حداکثر- حداکثر): بهره‌برداری از فرصت‌ها با استفاده از نقاط قوت (استراتژی تهاجمی)	استراتژی‌های WO (حداقل - حداکثر): از بین بردن نقاط ضعف با استفاده از فرصت‌ها (استراتژی محافظه‌کارانه)	فرصت‌ها (O)
استراتژی‌های ST (حداکثر - حداقل): جلوگیری از بروز تهدیدات با استفاده از نقاط قوت (استراتژی رقابتی)	استراتژی‌های WT (حداقل - حداقل): کاهش نقاط ضعف با پرهیز از تهدیدات (استراتژی تدافعی)	تهدیدها (T)

مأخذ: (گل‌کار، ۱۳۸۴: ۳۶۵) و (فرد آر، ۱۳۸۳: ۳۴)

روش تحلیل شبکه‌ای (ANP) و تلفیق آن با فن SWOT

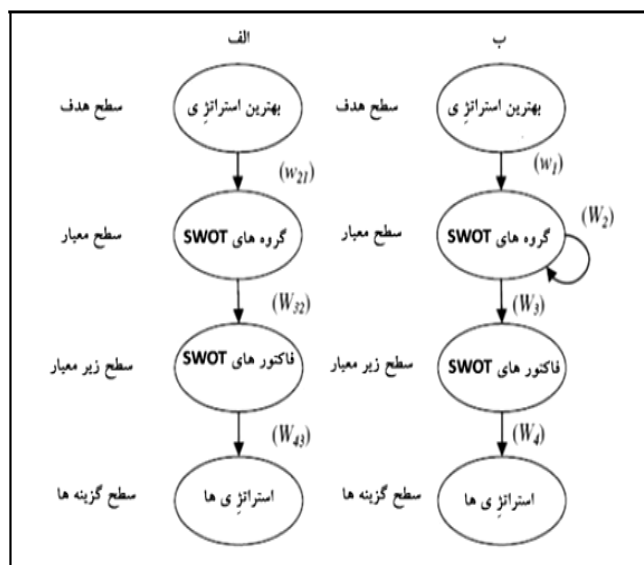
فرایند تجزیه و تحلیل شبکه از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است که آقای ساعتی^۱ در سال ۱۹۹۶ آن را به‌عنوان جایگزینی مناسب برای فرایند تحلیل سلسله مراتبی پیشنهاد کرده است (Lee, 2005: 3). بنابراین اصطلاح شبکه در ANP، جایگزین اصطلاح سطح در AHP می‌شود. این مدل از سلسله مراتب کنترل، خوشه‌ها، عناصر، روابط بین بخش‌ها، عناصر و خوشه‌ها تشکیل شده است. سلسله مراتب کنترل مدل تجزیه و تحلیل شبکه، معیاری پیش‌برنده برای مقایسه هر نوع فعل و انفعال در شبکه است. فرایند تحلیل شبکه‌ای یکی از فن‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است که در آن ساختار شبکه‌ای، جانشین ساختار سلسله مراتبی شده است (فرجی سبک‌بار و دیگران، ۱۳۹۰: ۲۵). رویکرد بازخوردی ANP، سلسله‌مراتب را با شبکه‌هایی جایگزین کرده که در آن، ارتباط میان سطوح بالایی یا پایینی، مسلط یا تبعی، مستقیم یا غیرمستقیم نمی‌تواند به آسانی نشان داده شود (Yuksel and et al, 2007: 3375). برای نمونه علاوه بر این که اهمیت معیارها، اهمیت جایگزین‌ها را مشخص می‌کند، بلکه اهمیت جایگزین‌ها نیز ممکن است تأثیری در اهمیت معیارها داشته باشد (رهنمایی و دیگران، ۱۳۹۰: ۷۸).

در این فن نشان دادن وابستگی‌های میان سطوح تصمیم‌گیری، تعیین اهمیت نسبی معیارها و اولویت‌بندی گزینه‌های مسأله تصمیم‌گیری از ابر ماتریس استفاده می‌شود. در واقع یک ماتریس قسمت‌بندی شده است که در آن هر عنصر از ماتریس، رابطه‌ی میان عناصر دو سطح تصمیم‌گیری را در کل مسأله‌ی تصمیم‌گیری نشان می‌دهد (مهرگان و دیگران، ۱۳۹۰: ۲۳).



شکل ۳- تفاوت تحلیل شبکه‌ای با تحلیل سلسله‌مراتبی
 مأخذ: (Yuksel & Metin, 2007: 336)

با توجه با تفاوت ساختار سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای، در صورت ادغام آن‌ها با فن SWOT، ساختارهای زیر شکل می‌گیرد:



شکل ۴- تفاوت ساختار سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای SWOT
 الف) ساختار سلسله‌مراتبی SWOT، ب) ساختار شبکه‌ای SWOT
 مأخذ: (Foroughi and et al., 2012: 85)

محدوده و قلمرو پژوهش

شهر مشهد از نظر موقعیت ریاضی در عرض ۳۵ درجه و ۴۳ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۷ دقیقه شمالی و طول ۵۹ درجه و ۳ دقیقه تا ۶۰ درجه و ۳۸ دقیقه شرقی واقع شده است (جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۸۹: ۱۴۱).

جمعیت این شهر بر اساس آمار سال ۱۳۹۰ بالغ بر ۲۷۷۲۲۸۷ نفر است (آمارنامه مشهد، ۱۳۹۱: ۲۰) و سالانه حدود ۲۵ میلیون زائر از سطح کشور و سایر کشورهای مسلمان به مشهد سفر می‌کنند (همان: ۴۰) که برآورد می‌شود در افق سال ۱۴۰۵ به حدود ۳۵ تا ۴۰ میلیون نفر برسد. با توجه به میانگین مدت اقامت (معادل چهار شبانه‌روز) حضور زائران در مشهد بالغ بر ۶۰ میلیون نفر در شب می‌شود (مهندسی مشاور فرهاد، ۱۳۸۸: ۱۳۱). جدول زیر رشد جمعیت زائر شهر مشهد را در سال‌های اخیر نشان می‌دهد:

جدول ۲- نگاهی آماری به جمعیت زائران شهر مشهد

سال	جمعیت زائر داخلی	جمعیت زائر خارجی
۱۳۶۵	۹۷۳۵۰۰۰	-
۱۳۷۵	۱۶۸۲۵۸۱۳	۱۶۰۸۹۹
۱۳۸۵	۲۳۶۸۹۲۷۰	۲۱۶۸۹۷
۱۳۸۶	۲۵۹۲۹۴۶۹	۲۳۷۴۸۳
۱۳۸۷	۱۹۸۵۳۳۰۷	۲۷۳۷۰۱
۱۳۸۸	۲۵۱۴۳۲۹۲	۳۱۵۶۶۵
۱۴۰۴ (برآورد)	۴۰۰۰۰۰۰۰	-

مأخذ: (شرکت عمران و مسکن‌سازان شرق و شهرداری ثامن، ۱۳۸۹: ۶)

رشد جمعیت زائر در شهر مشهد بیش از رشد جمعیت این شهر است. در جدول زیر نسبت جمعیت زائر به جمعیت شهر مشهد نشان داده شده است.

جدول ۳- نسبت تعداد زائران شهر مشهد به جمعیت ساکن شهر در دوره‌های مختلف

مؤلفه	۱۳۰۰	۱۳۴۶	۱۳۶۵	۱۳۸۰	۱۳۸۵
جمعیت شهر مشهد	۴۵۰۰۰	۴۰۹۶۱۶	۱۴۶۴۰۰۰	۲۰۵۶۳۴۳	۲۴۲۷۳۱۶
تعداد زائران	۵۵۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰	۹۷۳۵۰۰۰	۱۳۷۷۰۰۰۰	۱۷۸۸۷۹۶۰
نسبت زائران به جمعیت ساکن	۱,۲	۳,۸	۶,۶	۶,۷	۷,۴

مأخذ: (حجازی جوشقانی، ۱۳۹۲: ۱۴۰)

با توجه به اهمیت زیاد دو مقوله‌ی امنیت و زیارتی - سیاحتی بودن شهر مشهد، در چشم‌انداز پیشنهادی آینده‌ی این شهر با محوریت شهرداری مشهد، این دو مقوله در نظر گرفته شده است. مهم‌ترین چشم‌اندازهای آینده‌ی شهر مشهد عبارتند از:

- شهری زیارتی - سیاحتی و مذهبی، آرامش‌دهنده و فرحبخش
- با اقتصاد خدماتی و صنایع برتر، مبتنی بر فناوری
- با امنیت مناسب در کلاس جهانی (فرنهاد، ۱۳۸۸: ۲۲۵).

بحث اصلی

فرایند انجام مدل‌ها و یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در بالا بیان شد عوامل چهارگانه‌ی SWOT با استفاده از روش دلفی تنظیم شد و نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه‌ی امنیت گردشگران و زائران با توجه به راهبردها و راه‌کارهای مناسب برای بهره‌گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت‌ها و یا از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت امنیت هر چه بیش‌تر زائران و گردشگران شهر مشهد ارائه شده است. با استفاده از این مدل و در قالب رویکرد استراتژیک اقدام به شناسایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و همچنین شناسایی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در زمینه‌ی امنیت گردشگران و زائران شد. از تجمیع نظرات کارشناسان در مجموع عوامل درونی شامل نقاط قوت و ضعف، هشت نقطه‌ی قوت و هشت نقطه‌ی ضعف تشخیص داده شد و در بحث عوامل بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها، هفت نقطه‌ی فرصت و یازده نقطه تهدید تشخیص داده شده است که در جدول زیر هر کدام از عوامل آمده است.

جدول ۴- عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد

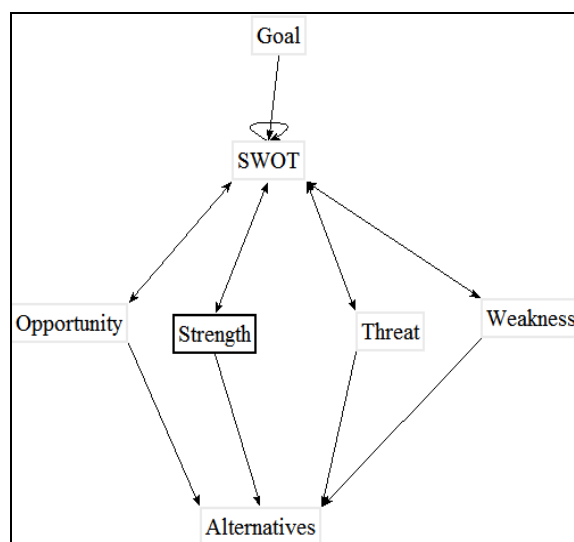
محیط درونی	
ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)
W1- کمبود امکانات استفاده از خدمات اینترنتی در بازارها و مراکز اطراف حرم W2- کمبود وسایل حمل‌ونقل عمومی در دسترس زوار (سوءاستفاده‌ی رانندگان) W3- ضعف در نظارت بر مراکز اقامت و خرید زوار W4- حضور فیزیکی نامطلوب نیروی انتظامی از مراکز اقامت و خرید زوار ناآشنایی زائران با شیوه‌های برقراری ارتباط با پلیس W5- آشنایی زائران با موقعیت و رفتارهای خطرآمیز افراد برای اطلاع به پلیس وجود افراد بزه‌کار در اطراف حرم W6- نظارت نداشتن بر وسایل حمل و نقل خصوصی	S1- در دسترس بودن وسایل ارتباطی برای اکثریت زوار S2- برنامه‌ریزی آستان قدس رضوی برای تأمین امنیت زوار S3- تمرکز مراکز اقامتی زوار S4- اقامت اکثریت زوار در مراکز اقامتی رسمی S5- وجود مراکز تجاری و بازارها در نزدیک اقامت زوار S6- وجود تجهیزات کنترل نامحسوس پلیس در اطراف حرم S7- تدوین طرح نوسازی بافت فرسوده پیرامون حرم مطهر S8- ارائه‌ی تسهیلات کیفی سرمایه‌گذاری از سوی شهرداری
محیط بیرونی	
تهدیدات (T)	فرصت‌ها (O)
T1- مدیریت ناهماهنگ امور زائران T2- قرار گرفتن برخی مناطق اقامتی زوار در نزدیکی مناطق کم‌تر توسعه‌یافته T3- ناآشنایی زائران با محیط اجتماعی اطراف حرم T4- ذهنیت نامطلوب زائران نسبت به فروشندگان و سایر صنوف بازارها T5- تراکم بالای جمعیت در اطراف حرم T6- وجود فضاهای بسته و دور از دسترس (بافت فرسوده) T7- اسکان غیر رسمی زائران T8- مهاجرپذیری بالای مشهد T9- وجود افراد با فرهنگ‌های متفاوت T10- عبور و مرور نابهنجار وسایل نقلیه	O1- نظارت کامل بر امنیت پارک‌ها و فضای سبز O2- شکل غالب سفر در قالب سفر خانوادگی و تورهای مذهبی O3- نگاه مثبت مسئولان امنیتی استان و کشور به تأمین امنیت اطراف حرم O4- بازدهی اقتصادی مناسب و ساخت اماکن اقامتی (هتل و...) O5- وجود فضای معنوی و مذهبی در اطراف حرم O6- تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری مشهد O7- فراهم بودن زیرساخت‌های گسترش خدمات الکترونیکی

بر اساس این نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌ها، استراتژی‌های مختلف مطلوبی برای امنیت هر چه بیش‌تر زائران و گردشگران به دست آمد. جدول زیر هر یک از این استراتژی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵- مهم‌ترین راهبردهای مؤثر بر امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد

راهبردهای (SO)
SO1- تهیه بسته‌های سرمایه‌گذاری (مشارکتی و غیر مشارکتی) برای توسعه کمی و کیفی مراکز اقامتی زائران SO1- برنامه‌ریزی برای مدیریت یکپارچه‌ی امنیت زوار در مناطق اطراف حرم
راهبردهای (WO)
WO1- افزایش حضور فیزیکی پلیس و وسایل کنترل امنیت از قبیل دوربین و ... WO2- حمایت از شرکت‌های امنیتی بخش خصوصی برای کمک به تأمین امنیت WO3- ترغیب و ضابطه‌مند کردن فروشندگان بازارها و مراکز خرید اطراف حرم برای استفاده از خدمات الکترونیکی
راهبردهای (ST)
ST1- حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و نهادهای مدنی برای پیشبرد سریع طرح‌های کالبدی طرح بافت نوسازی پیرامون حرم ST2- ایجاد بانک اطلاعاتی یکپارچه‌ی اسکان زوار برای تسهیل در مکان‌گزینی اقامت زائران
راهبردهای (WT)
WT1- اطلاع‌رسانی از طریق بروشور و... به زائران در مورد موقعیت‌های حساسیت برانگیز و چگونگی ارتباط با پلیس و سایر نهادهای امنیتی WT2- ایجاد سیستم مدیریت واحد حمل و نقل عمومی (اژانس اطراف حرم)

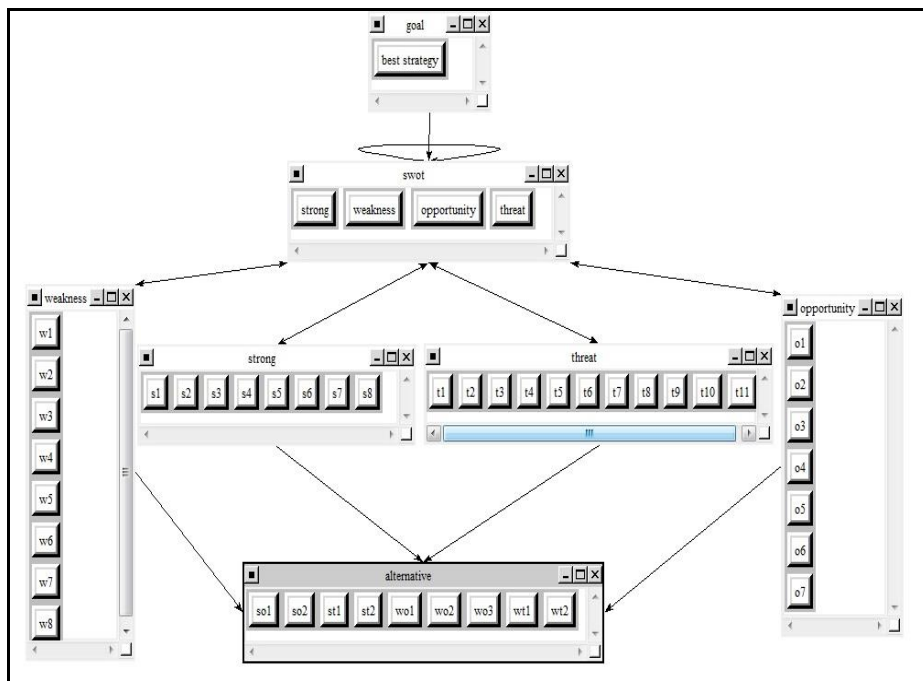
پس از تکمیل ماتریس SWOT به جایابی عناصر SWOT در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی پرداخته شد که مدل آن بدین شکل است.



شکل ۵- جایابی عناصر SWOT در فرایند تحلیل شبکه

این مدل، ارتباط دوسویه‌ی میان خوشه‌ها و ارتباط درونی عوامل اصلی SWOT را نشان می‌دهد. این مدل، الگویی چهار سطحی است که هدف آن، انتخاب بهترین استراتژی است که در سطح اول ساختار سلسله‌مراتبی قرار دارد؛ معیارها (فاکتورها)، همان نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید هستند. زیرمعیارها نیز که نشان داده شده‌اند، عوامل ابعاد چهارگانه‌ی SWOT هستند. سطح چهارم نیز که با عنوان Alternatives نشان داده شده، استراتژی‌ها هستند. ماتریس ترسیم‌شده بر اساس الگوی یادشده در نرم‌افزار Super Decisions در شکل زیر نشان داده شده است.

همان‌طور که در شکل زیر پیداست، مدل این تحقیق، ۴ معیار، ۲۴ زیرمعیار و ۱۳ آلترناتیو دارد. آلترناتیوهای SO1 و SO2 مربوط به استراتژی SO، آلترناتیوهای ST1 و ST2 مربوط به استراتژی ST، آلترناتیوهای WO1 و WO2، WO3 مربوط به استراتژی WO و آلترناتیوهای WT1 و WT2 و WT3 مربوط به استراتژی WT هستند.



شکل ۶- ماتریس ترسیم‌شده‌ی حاصل از ترکیب ANP و SWOT، مأخذ: (یافته‌های پژوهش)

مرحله‌ی بعدی مشخص کردن درجه‌ی اهمیت عوامل سوات: با فرض نبودن وابستگی متقابل میان عوامل اصلی SWOT، ماتریس مقایسات زوجی عوامل اصلی با استفاده از یک مقیاس یک تا نه تشکیل

می‌شود. در این مرحله عوامل سوات شامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بر اساس درجه‌ی اهمیت عوامل و تأثیرشان برای رسیدن به هدف، وزن‌بندی می‌شوند.

جدول ۶- ماتریس مقایسات زوجی معیارها با فرض عدم وابستگی بین آن‌ها

SWOT	St	We	Op	Th	میزان ناسازگاری 0/0565
St	۱	۶	۰,۲۵	۵	
We	۰,۱۶	۱	۰,۱۲	۱	
Op	۴	۸	۱	۷	
Th	۰,۲۰	۱	۰,۱۴	۱	

در انجام مقایسات زوجی باید به سازگاری ماتریس‌ها توجه کرد. ماتریس $A = [a_{ij}]$ را سازگار گویند، اگر $a_{ij} = a_{kj} * a_{ik}$ باشد، میزان ناسازگاری کمتر از ۰/۱ در ماتریس‌های مقایسات زوجی، قابل قبول است (ملکی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۵). در این مرحله وابستگی متقابل میان عوامل اصلی از طریق بررسی تأثیر هر عامل بر عامل دیگر با استفاده از ماتریس‌های مقایسات زوجی تعیین می‌شود. وابستگی‌های متقابل میان عوامل اصلی، پس از تجزیه و تحلیل محیط‌های درونی و بیرونی سازمان به دست می‌آید.

جدول ۷- ماتریس مقایسه زوجی عوامل اصلی SWOT با توجه به هر یک از عوامل چهارگانه

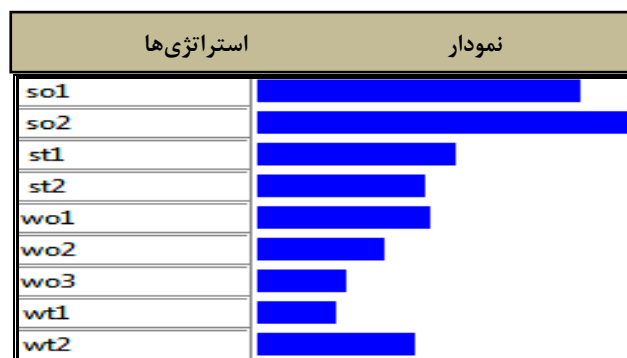
نقاط قوت				
	We	Op	Th	ناسازگاری 0/05
We	1	0.33	2	
Op	3	1	3	
Th	0.50	0.33	1	
نقاط ضعف				
	St	Op	Th	ناسازگاری 0/02
St	1	0.33	2	
Op	3	1	3	
Th	0.50	0.33	1	
نقاط فرصت				
	St	We	Th	ناسازگاری 0/04
St	1	3	3	
We	0.33	1	2	
Th	0.33	0.50	1	
نقاط تهدید				
	St	We	Op	ناسازگاری 0/05
St	1	2	0.50	
We	0.5	1	0.50	
Op	2	2	1	

محاسبه درجه اهمیت استراتژی‌ها با توجه به معیارها و زیر معیارها و روابط بین آن‌ها: در مراحل قبل از محاسبه‌ی اهمیت و اولویت‌بندی استراتژی‌ها، به ترتیب سوپر ماتریس‌های غیر وزنی، سوپر ماتریس وزنی و سپس ماتریس محدود تشکیل و محاسبه می‌شود. کلیه‌ی مراحل فرایند یادشده با نرم‌افزار Super Decisions صورت می‌گیرد. در این پژوهش نیز با توجه به ضرورت نداشتن ذکر نتایج سوپر ماتریس وزنی، غیر وزنی و محدود یادی از آن‌ها نشده و تنها اولویت‌بندی نهایی استراتژی‌ها ارائه شده است.

جدول ۸- اولویت‌بندی نهایی استراتژی‌ها

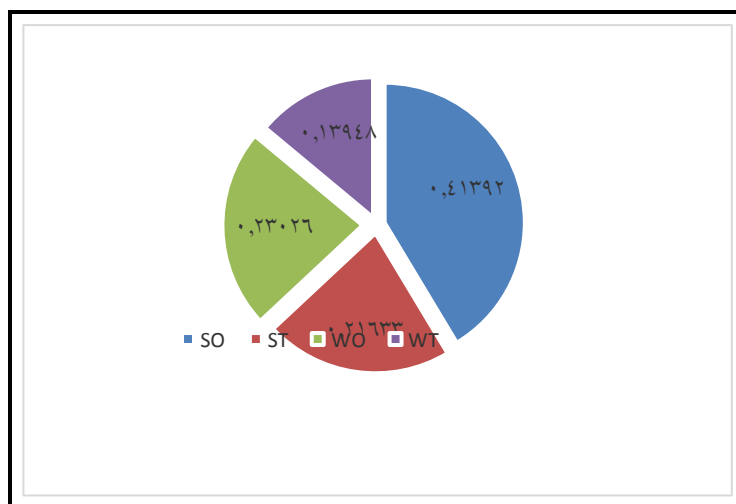
اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده‌ی خوشه‌ها	استراتژی
2	0.074464	0.18946	SO1
1	0.088223	0.22446	SO2
3	0.046109	0.11731	ST1
5	0.038918	0.09902	ST2
4	0.040070	0.10195	WO1
7	0.029672	0.07549	WO2
8	0.020761	0.05282	WO3
9	0.018520	0.04712	WT1
6	0.036302	0.09236	WT2

همان‌گونه که از جدول بالا پیداست، راهبردهای SO₁، SO₂ و ST سه راهبرد دارای اولویت شناخته شده است. راهبرد SO₁ و SO₂، برنامه‌ریزی برای مدیریت یکپارچه امنیت زوار در مناطق اطراف حرم و تهیه‌ی بسته‌های سرمایه‌گذاری (مشارکتی و غیر مشارکتی) برای توسعه‌ی کمی و کیفی مراکز اقامتی زائران که مربوط به استراتژی‌های تهاجمی است. راهبرد ST₁، حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و نهادهای مدنی برای پیشبرد سریع طرح‌های کالبدی مربوط به طرح بافت نوسازی پیرامون حرم بوده که این راهبرد نیز مربوط به استراتژی‌های رقابتی است. اولویت‌بندی نهایی گزیندها با خروجی گرافیکی نرم‌افزار Super Decisions در ذیل نشان داده شده است.



شکل ۷- اولویت‌بندی نهایی گزینه‌ها از طریق خروجی گرافیکی نرم‌افزار SuperDecisions

همان‌طور که قبلاً گفته شد، گزینه‌های SO1 و SO2 مربوط به استراتژی تهاجمی، گزینه‌های ST1 و ST2 مربوط به استراتژی رقابتی، گزینه‌های WO1 و WO2 مربوط به استراتژی محافظه‌کارانه و گزینه‌های WT1 و WT2 و WT3 مربوط به استراتژی تدافعی است. بر اساس امتیازهای نرمال‌شده، گزینه‌های مربوط به استراتژی تدافعی در مجموع ۰,۱۳۹۴۸، گزینه‌های مربوط به استراتژی محافظه‌کارانه در مجموع ۰,۲۳۰۲۶، گزینه‌های مربوط به استراتژی رقابتی در مجموع ۰,۲۱۶۳۳ و گزینه‌های مربوط به استراتژی تهاجمی در مجموع ۰,۴۱۳۹۲ امتیاز کسب کرده‌اند. بر اساس امتیازهای کسب‌شده می‌توان گفت که در وضعیت فعلی، استراتژی تهاجمی با کسب بیش‌ترین امتیاز باید در اولویت و توجه قرار گیرد.



شکل ۸- نمودار امتیاز نهایی کسب‌شده مربوط به استراتژی‌های امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد

استفاده از فن ANP این امکان را فراهم می‌آورد که با مقایسه‌ی کلیه عواملی که در مدل اولیه، میان آن‌ها ارتباط برقرار شده است، بتوان تمامی خوشه‌ها را رتبه‌بندی کرد. در تحقیق یادشده، از آنجا که معیارها و زیرمعیارها همان عوامل SWOT هستند، از این‌رو می‌توان این عوامل را نسبت به همدیگر مقایسه و رتبه‌بندی کرد تا اولویت هر یک از عوامل چهارگانه تحلیل SWOT فراهم آید. همچنین می‌توان زیرمعیارهای هر معیار را نیز رتبه‌بندی کرد تا اولویت زیرمعیارها نیز در ارتباط با معیار اصلی و اهداف حاصل شود. رتبه‌بندی معیارهای پژوهش حاضر، در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۹- اولویت‌بندی معیارهای اصلی در مدل ANP

اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده خوشه‌ها	SWOT
1	0.134549	0.42090	فرصت
2	0.093221	0.29161	قوت
4	0.036065	0.11282	تهدید
3	0.055838	0.17467	ضعف

در تحلیل شبکه‌ای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد، فرصت‌ها با ارزشی حدود دو برابر اولویت دوم که همان قوت‌ها هستند، در رتبه‌ی اول قرار گرفته است. عوامل چهارگانه‌ی تحلیل SWOT نیز هر یک زیرمعیارهایی دارند که رتبه‌بندی این زیرمعیارها می‌تواند به برنامه‌ریزی برای استفاده و بهره‌برداری یا حذف و اجتناب از آن‌ها کمک کند. رتبه‌بندی زیرمعیارها به ترتیب اهمیت معیارهایشان در جداول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۰- رتبه‌بندی نقاط قوت در مدل ANP

اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده خوشه‌ها	قوت
3	0.018625	0.18996	S1
2	0.021953	0.22391	S2
1	0.025720	0.26233	S3
5	0.008952	0.09131	S4
8	0.003873	0.03950	S5
7	0.004108	0.04190	S6
6	0.005464	0.05573	S7
4	0.009350	0.09536	S8

جدول ۱۱- رتبه‌بندی فرصت‌ها در مدل ANP

اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده‌ی خوشه‌ها	فرصت
6	0.063445	0.40894	O1
1	0.036614	0.23600	O2
2	0.020677	0.13328	O3
3	0.012701	0.08187	O4
4	0.009051	0.05834	O5
5	0.006711	0.04326	O6
7	0.005946	0.03833	O7

جدول ۱۲- رتبه‌بندی ضعف‌ها در مدل ANP

اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده‌ی خوشه‌ها	ضعف
2	0.004215	0.20675	W1
1	0.004946	0.24261	W2
4	0.003676	0.18031	W3
3	0.003815	0.18713	W4
5	0.000611	0.02997	W5

جدول ۱۳- رتبه‌بندی تهدیدها در مدل ANP

اولویت	وزن نسبی (ماتریس حدی)	امتیاز نرمال شده‌ی خوشه‌ها	تهدید
1	0.003324	0.24249	T1
3	0.001783	0.13007	T2
11	0.000464	0.03385	T3
4	0.001729	0.12613	T4
2	0.002089	0.15239	T5
5	0.000988	0.07207	T6
6	0.000795	0.05800	T7
7	0.000719	0.05245	T8
8	0.000670	0.04888	T9
9	0.000656	0.04786	T10
10	0.000491	0.03582	T11

مأخذ: (یافته‌های پژوهش)

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امنیت از موارد مهمی است که بر اساس آن می‌توان به قضاوت درباره شرایط شهر و محل زندگی افراد جامعه پرداخت. امروزه بیش از همه، ضرورت طراحی یک جامعه‌ی امن بر پایه‌های روابط و

مناسبات سازگار نظیر ارزش‌ها و ایده‌آل‌ها، واقعیت‌ها، منافع و مصالح و... احساس می‌شود. شهر مشهد به دلیل وجود حرم مطهر رضوی، از شهرهای مهم کشور در زمینه‌ی جذب گردشگران و زائران است که سالانه میلیون‌ها زائر و گردشگر وارد این شهر می‌شوند. تأمین امنیت گردشگران و زائران یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که مسئولان این شهر برای برقراری هر چه بهتر آن می‌کوشند.

بنابراین در این تحقیق در پی تدوین و اولویت‌بندی راهبردهایی هستیم که باعث ارتقای امنیت زائران و گردشگران در کلان‌شهر مشهد می‌شود. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل مسئولان و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با امر زیارتی و گردشگری بوده است که حجم نمونه‌ای بالغ بر سی نفر از کارشناسانی که در این زمینه خبره بودند، انتخاب شده‌اند. این کارشناسان عواملی را که مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در امنیت زائران و گردشگران است، جمع‌آوری کردند و به هر یک از شاخص‌ها و زیر شاخص‌ها امتیاز داده شد. سپس تمام نقاط چهارگانه‌ی SWOT که همان معیارها و زیرمعیارها است، وارد نرم‌افزار Super Decision شده است. به دلیل حل مسأله‌ی وابستگی بین معیارها و زیرمعیارها، به جای روش AHP از روش ANP استفاده شده است. مزیت استفاده از این روش این است که در فرایند تجزیه و تحلیل شبکه‌ای، مقیاس اندازه‌گیری نسبی مبتنی بر مقایسه‌های زوجی را به کار می‌گیرد، اما مانند فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، ساختار کاملاً سلسله‌مراتبی را به مسأله تحمیل نمی‌کند، بلکه موضوع تصمیم‌گیری را با به‌کارگیری دیدگاه سیستمی توأم با بازخورد، مدل‌سازی می‌کند.

در این پژوهش به خاطر وابستگی‌ای که شاخص‌ها و زیر شاخص‌های پژوهش با هم دارند و ضرورت دید سیستمی به این موضوع، به رتبه‌بندی‌ای که مدل تحلیل شبکه‌ای ارائه می‌دهد، توجه شده است. در نهایت با توجه به اولویت‌بندی استراتژی‌های حاصل از فن سوات، با استفاده از مدل ANP در نرم‌افزار Super Decision پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که راهبردهای SO_1 و SO_2 و ST_1 ، راهبردهای دارای اولویت در ارتقای امنیت زائران و گردشگران شناخته شده‌اند. راهبرد SO_2 برنامه‌ریزی برای مدیریت یکپارچه‌ی امنیت زوار در مناطق اطراف حرم و راهبرد SO_1 ، تهیه‌ی بسته‌های سرمایه‌گذاری (مشارکتی و غیر مشارکتی) برای توسعه‌ی کمی و کیفی مراکز اقامتی زائران است که هر دو مربوط به استراتژی‌های تهاجمی هستند. همچنین راهبرد ST_1 ، حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و نهادهای مدنی برای پیشبرد سریع طرح‌های کالبدی مربوط به طرح بافت نوسازی پیرامون حرم و مربوط به استراتژی‌های رقابتی است.

بر اساس امتیازهای نرمال شده، گزینه‌های مربوط به استراتژی تدافعی در مجموع ۰,۱۳۹۴۸، گزینه‌های مربوط به استراتژی محافظه‌کارانه در مجموع ۰,۲۳۰۲۶، گزینه‌های مربوط به استراتژی رقابتی در مجموع ۰,۲۱۶۳۳ و گزینه‌های مربوط به استراتژی تهاجمی در مجموع ۰,۴۱۳۹۲ امتیاز

کسب کرده‌اند. بر اساس امتیازهای کسب شده می‌توان گفت که در وضعیت فعلی، استراتژی تهاجمی با کسب بیش‌ترین امتیاز باید در اولویت و توجه قرار گیرد.

نتایج تحلیل شبکه‌ای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید امنیت زائران و گردشگران شهر مشهد نشان می‌دهد که فرصت‌ها با ارزشی حدود دو برابر اولویت دوم که همان قوت‌ها هستند، در رتبه‌ی اول قرار گرفته است. در واقع نتایج حاصل از این تحقیق بیانگر این است که برای راه‌یابی به هر یک از راهبردهای زیر اقداماتی باید اتخاذ شود. برای مدیریت یکپارچه‌ی امنیت زوار و گردشگران در مناطق اطراف حرم و مراکز گردشگری، سازمان‌های مربوط از جمله آستان قدس رضوی، شهرداری و سایر سازمان‌های مربوط با یکدیگر هماهنگ شوند و با ایجاد هتل‌ها و مهمان‌سراها برای اقامت متمرکز و ایجاد مراکز تجاری در نزدیکی اقامت آنان، سبب جلوگیری از ناامنی در شهر شوند. همچنین نیروی انتظامی نیز با ایجاد تجهیزات کنترل نامحسوس و علایم توصیه‌ی امنیتی در این اماکن، گامی در جهت رسیدن به استراتژی اول شوند که همان تأمین امنیت متمرکز و یکپارچه در اطراف حرم و سایر مراکز گردشگری و تفریحی در شهر مشهد است. برای توسعه‌ی کمی و کیفی امنیت مراکز اقامتی زائران، سازمان‌های دولتی از جمله استان‌داری، شهرداری و بانک‌های دولتی و خصوصی با ارائه تسهیلات بانکی، تشویقات مالی و غیره برای افراد حقیقی و حقوقی، باعث تشویق این افراد به ایجاد مراکز از جمله مراکز تفریحی و فراغتی، تجاری، پارکینگ‌ها، مراکز ویژه برای تأمین امنیت زنان و سایر امکانات در اطراف مناطق متمرکز اقامتی شوند. همچنین این سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی نیز با طرح دستورالعمل‌های فوری برای پیشبرد سریع طرح‌های کالبدی مربوط به نوسازی اطراف حرم اقدام کنند؛ زیرا بافت‌های فرسوده در گذر زمان دچار ناامنی می‌شوند، چه به لحاظ ریختن دیوار و مصالح روی زائران و چه از نظر اماکن خالی از جمعیت که ممکن است ناامنی را در این مناطق افزایش دهد.

منابع

۱. افتخاری، اصغر؛ امیر امیدوار و غلامرضا خواجه سروی. ۱۳۷۹. مقالاتی پیرامون امنیت ملی و نقش نیروی انتظامی. تهران، سازمان عقیدتی سیاسی ناجا.
۲. الماسی‌فر، نینا و مجتبی انصاری. ۱۳۸۹. بررسی امنیت محیطی در پارک‌های منطقه‌ای به‌عنوان بخشی از فضاهای شهری از دیدگاه زنان بر پایه رویکرد CPTED (مطالعه‌ی موردی: پارک ساعی)، مدیریت شهری، صفحات ۲۱-۳۴.
۳. جهاد دانشگاهی مشهد. ۱۳۸۹. طرح امکان‌سنجی ایجاد و مدیریت پایگاه داده‌های مکانی شهرداری منطقه‌ی سه شهرداری مشهد. جهاد دانشگاهی مشهد.
۴. حافظ نیا، محمدرضا. ۱۳۹۰. مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران، انتشارات سمت.

۵. حجازی جوشقانی، محسن. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر بر مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در پروژه‌های توسعه‌ی شهری (مطالعه موردی: پروژه‌های مشارکتی شهرداری مشهد). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر محمدرحیم رهنما، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۶. خلیلی، رضا. ۱۳۸۱. مهاجرت نخبگان، فصل‌نامه‌ی مطالعات راهبردی، شماره‌ی ۲.
۷. دخیلی کهنمویی، جواد. ۱۳۸۳. بررسی راه‌کارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر میرستار صدر موسوی، دانشگاه تبریز، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
۸. دولت‌آبادی فیروز و رحیم یعقوب‌زاده. ۱۳۸۸. گردشگری فرهنگی، تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام و معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی.
۹. دیناری، احمد. ۱۳۸۴. گردشگری شهری در ایران و جهان. چاپ اول، مشهد، انتشارات واژگان خرد.
۱۰. رهنما، محمدرحیم. ۱۳۸۷. پژوهشی پیرامون تحقق طرح‌های تفصیلی شهری با تأکید بر کاربری‌های آموزشی و بهداشتی- درمانی. مشهد، انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۱. رهنما، محمدرحیم و حسین آقاجانی. ۱۳۹۰. مطالعات آمایش استان خراسان رضوی. مشهد، انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۲. رهنمایی، محمدتقی؛ احمد پوراحمد و یوسف اشرفی. ۱۳۹۰. ارزیابی قابلیت‌های توسعه‌ی شهری مراغه با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-ANP، جغرافیا و توسعه، شماره ۸۵.
۱۳. زاهدی، شمس‌السادات. ۱۳۸۵. مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست). تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۱۴. سلطانی، ناصر. ۱۳۹۲. ارزیابی موانع فراروی طرح‌های آمایش سرزمین در ایران با رویکرد تلفیقی، فصل‌نامه‌ی علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی و آمایش فضا، سال هفدهم، شماره‌ی ۳، صفحات ۸۴-۶۳.
۱۵. شهرداری مشهد. ۱۳۹۱. آمارنامه‌ی شهر مشهد.
۱۶. فرجی سبک‌بار، حسنعلی، سیدعلی بدری، سیدحسن مطیعی لنگرودی و حجت‌اله شرفی، ۱۳۸۹. سنجش میزان پایداری نواحی روستایی بر مبنای مدل تحلیل شبکه، با استفاده از تکنیک بردا (مطالعه‌ی موردی: نواحی روستایی شهرستان فسا)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۹.
۱۷. فرد آر، د. ۱۳۸۳. مدیریت استراتژیک. ترجمه‌ی علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. چاپ ششم، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۸. کارگر، بهمن. ۱۳۸۵. امنیت شهری، مجله‌ی سپهر، شماره‌ی ۵۷.
۱۹. کاظمی، مهدی. ۱۳۸۷. مدیریت گردشگری. تهران، انتشارات سمت.
۲۰. گل‌کار، کوروش. ۱۳۸۴. مناسب‌سازی تکنیک تحلیلی سوات (SWOT) برای کاربرد در طراحی شهری، مجله‌ی صفا، شماره ۴۱.
۲۱. لی، جان. ۱۳۸۷. گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه‌ی رکن‌الدین افتخاری و عبدالرضا و امین صالحی، تهران، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.

۲۲. مافی، عزت‌الله و مهدی سقایی. ۱۳۸۷. تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان‌شهرها (مطالعه‌ی موردی: کلان‌شهر مشهد)، فصل‌نامه‌ی جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، صفحات ۴۰-۲۱.
۲۳. محلاتی، صلاح‌الدین. ۱۳۸۰. درآمدی بر جهانگردی. تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۴. محمدی ده‌چشمه، مصطفی و علی زنگی‌آبادی. ۱۳۸۷. امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT، مجله‌ی محیط‌شناسی، شماره‌ی ۴۷، صفحات ۱-۱۰.
۲۵. ملکی، محمدحسن؛ فاطمه محقر و داوود کریمی دستجردی. ۱۳۸۹. تدوین و ارزیابی استراتژی‌های سازمانی با به کارگیری مدل‌های SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۲۱، صفحات ۱۷۶-۱۵۹.
۲۶. مهرگان، محمدرضا، هادی سلامی و مصطفی خواجه. ۱۳۹۰. ارائه‌ی یک مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه جهت برون‌سپاری فرآیندهای کسب و کار با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل شبکه‌ای، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره‌ی ۶، صفحات ۳۰-۱۷.
۲۷. مهندسین مشاور طاش و مهندسین مشاور شهرساز و معمار. ۱۳۸۹. گزارش نظرسنجی بافت اطراف حرم، طرح نوسازی و به‌سازی بافت پیرامون حرم مطهر حضرت رضا (ع)، کارفرما: شرکت عمران و مسکن‌سازان منطقه‌ی ثامن.
۲۸. مهندسین مشاور فرهنگاد. ۱۳۸۸. طرح توسعه و عمران کلان‌شهر مشهد مقدس، مطالعات پایه‌ی محیط انسان‌ساخت (مسکن و نحوه‌ی سکونت). مشهد.
۲۹. نویدنیا، منیژه. ۱۳۸۹. اولویت‌آمنیتی شهروندان در مناطق مختلف شهر تهران. فصل‌نامه‌ی علمی- پژوهشی جغرافیای انسانی، صفحات ۸۷-۹۹.
30. Foroughi, A., Rasoulia, M., and Esfahani, M.J. 2012. Prioritize Strategies of University by using SWOT Analysis and ANP Method. American Journal of Scientific Research, pp 83-91.
31. kangas, J., kurtilla, M., kajanus, M., and Kangas, 2003. Evaluation the management strategies of a forestland estate the S-O-S approach. Journal of environmental management, 350p.
32. Lee, J., and Hie Kim, S. 2001. An integrated approach for interdependent information system project selection. Project Management. 11p.
33. Santos, Maria da Graca Mouga pocas. 2004. Fatima: religious tourism in a sanctuary city.
34. Timothy D. 2005. "Aspect of tourism shopping tourism" Retailing and leisure Channel view Publications, Toronto.
35. Yuksel, I., and Dagdeviren, M. 2007. Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis - A case study for a textile firm. Information Sciences. 336p.