

برنامه ریزی راهبردی توسعه پایدار زمین گردشگری در شهرستان جیرفت با استفاده از

## مدل SWOT

علیرضا شیخ الاسلامی

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی - واحد بروجرد

guplan@gmail.com

رضا علی توکلی

کارشناس ارشد جغرافیا طبیعی

مر ضیه آقاعلیخانی

دانشجوی دکتری ژئو مورفولوژی دانشگاه خوارزمی تهران

ابراهیم مقیمی

استاد و عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۲/۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۲

### چکیده

دستاورد های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی گردشگری موجب شده تا از رشد قابل توجهی برخوردار گردد. بطوریکه به عنوان سومین صنعت برتر دنیا بعد از صنعت نفت و ماشین سازی شناخته شده است و در در دنیای امروز رویکرد گسترده ای به موضوع طبیعت گردی پیدا کرده است. ژئوتوریسم یا زمین گردشگری یکی از رشته های تخصصی طبیعت گردی می باشد که جاذبه های زیادی دارد. میراث های زمین شناختی و ژئومورفیک محور این موضوع است. شهرستان جیرفت با تنوع اقلیمی، ارتفاعات جبالبارز، اسفندقه و ساردوئیه، آثار و بناهای تاریخی، معادن، چشمه های، چاه های آرتزین، غارها، آبشارها و ... از جمله مناطق مستعد بر پایه ژئوتوریسم است. هدف از این پژوهش شناسایی و ارائه استراتژی ها و راهکارهای مناسب جهت دست یافتن به ژئوتوریسم پایدار می باشد. این پژوهش به دنبال تعیین راهکار ها و راهبرد هایی برای نیل به توسعه پایدار ژئوتوریسم است و از مجموعه ای از تکنیک های برنامه ریزی راهبردی شامل ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، مدل تحلیلی SWOT و ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM) همراه با جمع آوری پرسشنامه استفاده شده است و نتیجه نشان می دهد که مهمترین استراتژی برای توسعه پایدار ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت "ایجاد بستر مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه ژئوتوریسم". همچنین استراتژی های تهاجمی، تنوع، تغییر جهت و تدافعی به توسعه ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت کمک می نماید.

واژگان کلیدی: ژئوتوریسم، توسعه پایدار، اشکال ژئومورفیک، SWOT، جیرفت

## مقدمه

گردشگری به عنوان سومین صنعت برتر دنیا بعد از صنعت نفت و ماشین سازی شناخته شده است و یکی از بزرگترین فعالیت های خدماتی دنیا در عصر حاضر می باشد (مدهوشی و همکاران، ۱۳۸۲). سازمان جهانی گردشگری (WTO) تعداد گردشگران در سال ۲۰۰۰ را نزدیک به ۷۰۰ میلیون نفر تخمین زده و پیش بینی می کند که در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱/۶ میلیارد نفر در سال برسد که درآمد حاصل از آن به حدود دو هزار میلیارد دلار خواهد رسید (WTO، ۲۰۰۶). در دنیای امروز با توجه به اینکه بسیاری از مردم در بافت مدرن جوامع به دنبال فعالیت هایی می گردند که آنها را با طبیعت مرتبط کند، گردشگری نیز رویکرد گسترده ای به موضوع طبیعت گردی پیدا کرده است. ژئوتوریسم یا زمین گردشگری یکی از رشته های تخصصی طبیعت گردی می باشد که به وسیله علاقمندان علوم زمین و طبیعت مورد توجه قرار گرفته است. ژئوتوریسم شامل جاذبه های طبیعی از جمله پدیده های زمین شناسی و ژئومورفولوژی و جاذبه تاریخی و فرهنگی می باشد و می توان اذعان داشت که در طرح های جامع کشور جای این شاخه خالی است (نکوئی صدری، ۱۳۸۴: ۷۶).

توریسم پایدار نیز به معنی نوعی از برنامه ریزی برای گردشگری است که ضمن پاسخ دادن به نیازها بتواند وحدت و یکپارچگی هویت فرهنگی و سلامتی محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم کشور و میهمانان آنان را بطور پیوسته در حد بهینه تامین نماید. در تعریف توریسم پایدار سه اصل مهم مورد تاکید قرار می گیرد که عبارتند از: کیفیت، حفظ و دوام و تعادل (چاک، ۱۳۸۲: ۳۱۴). صنعت ژئوتوریسم نیز از این امر مستثنی نمی باشد و جهت استفاده از قابلیت های این صنعت به گونه ای که کمترین آسیب به طبیعت وارد گردد نیاز به شناخت دقیق و تحلیل علمی شرایط محیط می باشد. سابقه ژئوتوریسم در ایران به سال ۱۳۷۸ بر می گردد، زمانیکه آقای محمد حسن نبوی در هجدهمین گردهمایی علوم زمین به معرفی این شاخه از گردشگری پرداخت (زاهدی، ۱۳۸: ۱۰۵-۱۰۹).

در این تحقیق سعی شده است تا راهکار های لازم برای رسیدن به ژئوتوریسم پایدار در شهرستان جیرفت را تعیین نماییم و جهت دستیابی به این منظور روش تحلیل راهبردی SWOT بکار رفته است تا بتوان به شکل نظام یافته ای شرایط محیط داخلی و بیرونی را بررسی کرده و نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات را شناسایی نماییم و در نهایت استراتژی های راهبردی را در جهت نیل به توسعه پایدار ژئوتوریسم در سطح شهرستان جیرفت تعیین نماییم. برنامه ریزی راهبردی از جمله مباحثی می باشد که از

بکارگیری آن در عرصه علم جغرافیا بطور اعم و برنامه ریزی ناحیه بطور اخص مدت زیادی نمی گذرد. برنامه ریزان راهبردی سعی می کنند با سنجش تمام جوانب و پروژه ها به اتخاذ بهترین و راهبردی ترین تصمیم بپردازند (حکمت نیا و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۸۱).

شاید بتوان مهد ژئوتوریسم را کشور انگلستان دانست که در حدود ۲۰۰ سال پیش آقای سدویک<sup>۱</sup> تورهای بازدید از جاذبه های زمین شناسی را برای مردم آن زمان ترتیب داده بود (نکوئی صدری، ۱۳۸۷). مبحث ژئوتوریسم نیز به تدریج در کتاب هایی مثل *Geology on your doorstep* (Matthew, 1996) و *Geodiversity* (Gray, 2003) مطرح گردید. در سال ۲۰۰۲ میلادی جاناتان تورتولت<sup>۲</sup> از مجله نشنال جئوگرافی واژه ژئوتوریسم را برای اولین بار مطرح ساخت (مکاریان، ۱۳۸۹). نخستین کتاب جهانی ژئوتوریسم نیز در سال ۲۰۰۶ با مشارکت پژوهشگران زیادی تالیف شد و در ۱۳ فصل در یک جلد توسط راس داوولینگ<sup>۳</sup> و دیوید نیوسام<sup>۴</sup> جمع بندی و توسط السویر<sup>۵</sup> منتشر شد، که ۱۵ صفحه از این کتاب (فصل پنجم) توسط علیرضا امری کاظمی تالیف گردیده است. اولین کنفرانس جهانی ژئوتوریسم نیز در سال ۲۰۰۸ در استرالیا برگزار گردید و از آن پس کارهای بسیاری در زمینه ی ژئوتوریسم صورت گرفته است. ارزش های ژئوتوریسمی در ژئوپارک های مناطق جنوبی و مرکزی لهستان و همچنین معرفی فرصت های شغلی جدید برای ساکنان منطقه بوسیله واجتاویز<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۰) مورد بررسی قرار گرفت است و نتایج نشان داده است که امکانات زیادی در توسعه صنعت زمین گردشگری مناطق جنوبی و مرکزی لهستان وجود دارد. دیدگاه جامعه محلی لنکاوی<sup>۷</sup> در مورد ژئوپارک ها به عنوان ابزاری برای حفاظت از میراث فرهنگی بوسیله ازمن<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۱) مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج نشان دهنده نیاز به آموزش عمومی و ایجاد اعمال نظارت از سوی جامعه هدف است.

ژئوتوریسم و مطالعات مربوط به آن در ایران هنوز در مراحل آغازین خود است، نخستین فعالیت در زمینه ژئوتوریسم به سال ۱۳۷۷ بر می گردد که مهندس نبوی در هجدهمین گرد همایی علوم زمین با ارائه مقاله

<sup>1</sup> - Sedwick

<sup>2</sup> - Johnatan Tortolet

<sup>3</sup> - Ross Dowling

<sup>4</sup> - David Newsome

<sup>5</sup> - Elsevier

<sup>6</sup> - Wojtowicz

<sup>7</sup> - Langkowi

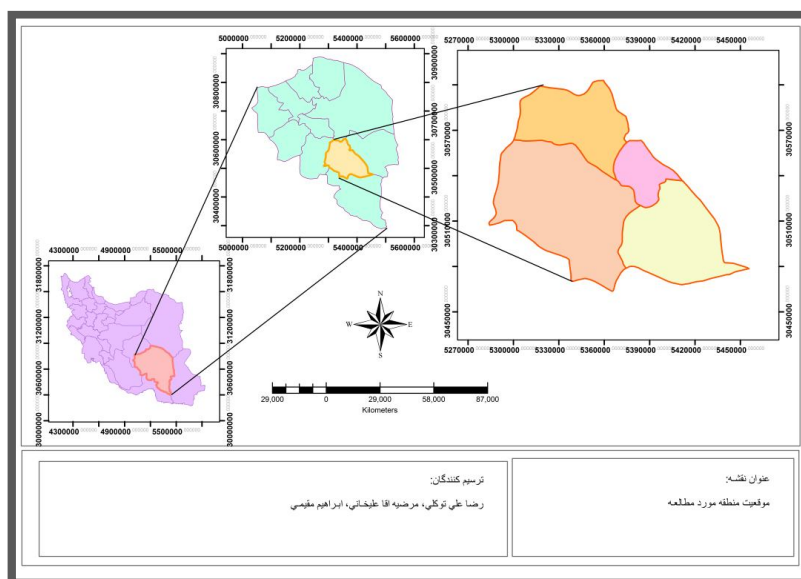
<sup>8</sup> - Azaman

"گردشگری زمین شناسی" به معرفی ژئوتوریسم پرداخت. سپس کارهای مربوط به ژئوتوریسم بصورت عکاسی از پدیده های زمین شناسی از طرف سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور تحت عنوان شناسایی زیبایی های زمین شناسی ایران شروع شد (نکوئی صدری، ۱۳۸۸). سال ۱۳۷۹ طرح اجرایی پتانسیل های ژئوتوریسم ایران توسط امری کاظمی در جزیره قشم آغاز گردید. "اطلس ژئوتوریسم قشم" با نگارش امری کاظمی در سال ۱۳۸۳ منتشر گردید. در سال های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ کتاب "ژئوتوریسم" از زبان انگلیسی به فارسی برگردانده شد و ۱۰۰ عکس از تصاویر ژئوتوریسمی جهان و ایران همراه با پاورقی هایی به کتاب افزوده شد. پس از آن نخستین کتاب ژئوتوریسم ایران با عنوان "زمین گردشگری با تاکید بر ایران" در سال ۱۳۸۸ توسط نکوئی صدری تالیف گردید. اولین کنفرانس مربوط به ژئوتوریسم در داخل کشور سال ۱۳۸۷ در سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور برگزار گردید. علاوه بر این نکوئی صدری (۱۳۸۷) مناطق مناسب برای توسعه ژئوپارک و ژئوتوریسم را در منطقه جلفا و ورزقان تعیین نموده است. پهنه های مستعد و قابلیت ها و پتانسیل های ژئوتوریسم کویر مرنجاب در شهرستان آران و بیدگل با استفاده از مدل اکولوژیکی توریسم و تکنیک تحلیل SWOT نیز بوسیله مکاریان (۱۳۸۹) مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به اینکه کمتر از یک دهه از آغاز صنعت ژئوتوریسم می گذرد و همچنین عدم انجام مطالعه ای جامع در زمینه پتانسیل ها و قابلیت های توسعه صنعت ژئوتوریسم در جیرفت و عدم وجود برنامه ریزی های لازم جهت توسعه پایدار این صنعت در منطقه، مطالعه در این زمینه را ضروری و لازم می نماید.

#### موقعیت منطقه مورد مطالعه

شهرستان جیرفت از شمال به شهرستان کرمان، از شمال غرب و غرب به شهرستان بافت، از جنوب به شهرستان کهنوج و از شرق و شمال شرق به شهرستان بم محدود می شود و به لحاظ جغرافیایی در طول  $56^{\circ} 45'$  تا  $58^{\circ} 31'$  و عرض  $28^{\circ} 10'$  تا  $29^{\circ} 20'$  واقع گردیده است.

این شهرستان با وسعتی معادل  $13173/66$  کیلومتر مربع در جنوب استان کرمان واقع شده است و مشتمل بر چهار بخش مرکزی، جبالبارز، ساردوئیه و عنبرآباد می باشد. شهرهای این شهرستان نیز شامل جیرفت، جبالبارز، درب بهشت و عنبرآباد است.



شکل شماره ۱- موقعیت منطقه مورد مطالعه

## روش شناسی تحقیق

برنامه ریزی راهبردی تلاشی سازمان یافته و منظم برای اتخاذ سیاست های بنیادی و انجام اقدامات اساسی است، که ماهیت و سمت گیری فعالیت های یک سامانه را در چارچوبی هدفمند شکل می دهد (برایسون، ۱۳۸۱: ۱۰). برنامه ریزی راهبردی از جمله روش های برنامه ریزی می باشد که قابلیت باز خورد تطبیقی با شرایط جدید در آن وجود دارد. برنامه ریزی راهبردی فرایندی هشت مرحله ای و بسیار منظم تر، مدبرانه و مشارکتی تر از سایر فرایندها می باشد. مراحل فرایند برنامه ریزی راهبردی عبارتند از:

آغاز فرایند برنامه ریزی راهبردی و حصول توافق در باره محتوای آن، تعیین و شناسایی دستور ها، روشن ساختن رسالت ها و ارزش ها، ارزیابی محیط خارجی (فرصت ها و تهدیدات)، ارزیابی محیط داخلی (نقاط ضعف و نقاط قوت)، شناسایی مسائل راهبردی (استراتژیک)، تنظیم راهبرد های مدیریت مسائل راهبردی و تدوین دیدگاه کار ساز برای آینده. این هشت مرحله باید به اجرا، نتیجه گیری و ارزیابی منتهی گردد (بهزاد فر و همکاران، ۱۳۸۷). در این پژوهش نیز سعی بر این است تا با کمک بکارگیری روش های برنامه ریزی راهبردی، استراتژی ها و راهبرد های لازم برای توسعه ژئوتوریسم پایدار در شهرستان جیرفت تعیین گردد. چارچوب تحلیلی بکار رفته در تدوین راهبرد ها شامل ارزیابی محیطی، تنظیم ماتریس تهدید ها، فرصت ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT) و ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM) می باشد که در ادامه شرح داده شده است.

SWOT<sup>۹</sup> اصطلاحی رایج برای شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و شناسایی فرصت ها و تهدید های خارجی می باشد که هر سازمان، مجموعه و یا قلمرو جغرافیایی با آن روبرو می باشد (گلشیری اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۹). مدل تحلیلی SWOT یک روش ترکیبی و توصیفی - تحلیلی می باشد و یکی از ابزار های استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت ها و تهدید های برون سیستمی است (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۸۸). ماتریس فرصت ها، تهدید ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT) یکی از ابزار های بسیار مهم در فرایند تدوین راهبرد های لازم در یک سیستم می باشد که بوسیله آن اطلاعات مقایسه می شوند. همچنین تکنیک ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی یا ماتریس QSPM<sup>۱۰</sup> مشخص می نماید که کدام یک از گزینه های استراتژیک تعیین شده واقع بینانه تر و امکان پذیرتر می باشند و در واقع این استراتژی ها را در رابطه با عوامل و مولفه های موثر بر سیستم که در ابتدا مورد شناسایی قرار گرفته اند مورد الویت بندی قرار می دهد. این تکنیک مانند دیگر تکنیک های راهبردی نیازمند قدرت قضاوت خوب خبرگی و آگاهی می باشد.

#### بحث و یافته ها

جهت تعیین استراتژی های لازم برای توسعه ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت شرایط، امکانات و وضعیت شهرستان مورد بررسی و شناسایی قرار گرفت و با توجه به شرایط شهرستان، مطالعات انجام شده قبلی در زمینه توریسم و گردشگری (سراقی و همکاران، ۱۳۸۷ و رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹) و همچنین بررسی نظرات کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان جیرفت عوامل موثر بر توسعه ژئوتوریسم در شهرستان در قالب دو گروه عوامل خارجی و عوامل داخلی مورد شناسایی قرار گرفت. بر این اساس عوامل خارجی و داخلی موثر بر صنعت ژئوتوریسم شناسایی شده ماتریس های ارزیابی عوامل خارجی (EFE<sup>۱۱</sup>) و ارزیابی عوامل داخلی (IFE<sup>۱۲</sup>) تنظیم گردید (جدول ۱-۱ و ۲-۱).

مجموع امتیاز موزون می تواند نشان دهنده تاثیر مثبت و منفی عوامل فوق در توسعه پایدار ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت باشد. مقدار کمتر از ۳ نشان دهنده تاثیر منفی عوامل خارجی و می باشد و مقدار عددی بالاتر از ۳ نشان دهنده نقش تقویت کننده عوامل خارجی در توسعه پایدار این صنعت است. بر اساس

<sup>۹</sup> -Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats(SWOT)

<sup>۱۰</sup> - Quantitative Strategic Planning Matrix

<sup>۱۱</sup> -External Factor Evaluation

<sup>۱۲</sup> -Internal Factor Evaluation

نتایج جدول ۱ مقدار مجموع امتیاز موزون عوامل خارجی موثر بر این صنعت برابر با ۲/۷۱ می باشد که این مقدار عددی نشان دهنده تاثیر منفی محیط خارجی بر توسعه این صنعت در شهرستان جیرفت می باشد و در واقع تهدیداتی که از طرف محیط خارجی برای توسعه پایدار ژئوتوریسم جود دارند بیشتر از فرصت هایی می باشد که ایجاد می نماید.

جدول شماره ۱- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

امتیاز موزون	امتیاز	مجموع امتیاز	وزن	عوامل استراتژیک خارجی
				<b>فرصت ها:</b>
۰/۲	۳/۲۵	۶۵	۰/۰۶	- تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در بخش توریسم
۰/۱۶	۲/۵	۵۰	۰/۰۶	- تصویب قوانین و مقررات حمایتی از این صنعت و وجود ردیف های اعتباری خاص جهت گسترش ژئوتوریسم
۰/۱۱	۲/۲۵	۴۵	۰/۰۵	- حمایت مسئولان دولتی از توسعه ژئوتوریسم با رویکرد اشتغالزایی بعنوان ساز و کار مناسب جهت توسعه منطقه ای
۰/۲۸	۴/۵	۹۰	۰/۰۶	- قرار گرفتن در مجاورت کویر لوت و سواحل جنوبی کشور
۰/۰۷	۱/۵	۳۰	۰/۰۵	- تهیه و اجرای برنامه به منظور توسعه توانمندی های مدیران گردشگری
۰/۰۸	۲/۵	۵۰	۰/۰۳	- افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در منطقه
۰/۱۷	۲/۲۵	۵۵	۰/۰۶	- دسترسی به سیستم حمل و نقل هوایی
۰/۰۸	۲/۵	۵۰	۰/۰۳	- امکان برنامه ریزی، طراحی، توسعه و تجهیز پتانسیل های طبیعی شهرستان جهت ایجاد جاذبه های مصنوعی و انسان ساخت
۰/۱۹	۴	۸۰	۰/۰۵	- قرار گرفتن در مسیر ارتباطی شمال به جنوب (تهران - بندر عباس)
۰/۱۵	۳/۲۵	۶۵	۰/۰۵	- تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در بخش اقتصادی منطقه
				<b>تهدیدات:</b>
				- ضعف برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولت در بخش ژئوتوریسم
۰/۱۲	۱/۵	۳۰	۰/۰۸	- از بین رفتن آداب و رسوم محلی
۰/۰۶	۴	۸۰	۰/۰۲	- کمبود نیروی انسانی متخصص و مجرب در دستگاه های ستادی برای تشویق و ترغیب و ارائه رهنمود های لازم به سرمایه گذاری در بخش ژئوتوریسم
۰/۰۷	۱/۵	۳۰	۰/۰۵	- افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگران به منطقه
				- زوال جاذبه های طبیعی در اثر بی توجهی به منابع و بهره برداری نا معقول و نا پایدار
۰/۱۶	۵	۱۰۰	۰/۰۳	- عدم صدور مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش ژئوتوریسم
۰/۰۹	۲/۲۵	۵۵	۰/۰۳	- تغییر کاربری اراضی طبیعی و زیست محیطی به سایر کاربری های نا سازگار
۰/۰۹	۲	۴۰	۰/۰۵	- عدم شفافیت ضوابط و مقررات لازم در خصوص حمایت و جلب سرمایه
۰/۰۴	۲/۲۵	۵۵	۰/۰۲	- گذاری بخش خصوصی در زمینه گردشگری
۰/۱۱	۱/۲۵	۳۵	۰/۰۶	- وجود قطب های بزرگ گردشگری در نزدیک منطقه نظیر منطقه آزاد تجاری سیرجان، کیش و قشم
۰/۲۸	۴/۵	۹۰	۰/۰۶	- بی اطلاعی گردشگران در رابطه با برخی جاذبه ها
				- عدم وجود جاده مناسب برای گردشگران و دوری راه
۰/۱۸	۲/۲۵	۴۵	۰/۰۸	
۰/۰۳	۱	۲۰	۰/۰۳	
۲/۷۱			۱	مجموع

موثر ترین فرصت خارجی موجود در توسعه پایدار ژئوتوریسم مربوط به عامل "قرار گرفتن منطقه در مجاورت کویر لوت و سواحل جنوبی کشور" می باشد که امتیاز موزون آن برابر با ۰/۲۸ می باشد. مهمترین عاملی که توسعه پایدار ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت را تهدید می نماید عامل "عدم وجود جاده های مناسب برای گردشگران و دوری راه" با امتیاز موزون ۰/۰۳ می باشد که نشان دهنده ضعف زیر ساختی منطقه و همچنین تاثیر پذیری گردشگری این شهرستان از دوری فاصله از مرکز کشور می باشد.

جدول شماره ۲- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

عوامل استراتژیک داخلی	وزن	مجموع امتیاز	امتیاز	امتیاز موزون
<b>نقاط قوت:</b>				
- علاقه مندی فراوان مدیران محلی به اشتغالزایی از طریق ژئوتوریسم	۰/۰۶	۶۵	۳/۲۵	۰/۲۱
- وجود شبکه ارتباطی مناسب در منطقه	۰/۰۵	۶۵	۳/۲۵	۰/۱۶
- داشتن محیط آرام و بی سرو صدا	۰/۰۵	۶۵	۳/۲۵	۰/۱۶
- وجود زیر ساخت های مناسب جهت راهپیمایی، کوهنوردی و تپه نوردی	۰/۰۴	۷۵	۱/۷۵	۰/۱۴
- وجود شرایط اقلیمی مناسب در دوره سرد سال	۰/۰۵	۹۵	۳	۰/۲۴
- همجواری با جاذبه های تاریخی و فرهنگی مثل کنار صندل	۰/۰۵	۹۰	۱/۷۵	۰/۲۳
- وجود استعداد و پتانسیل بالای ژئوتوریسمی شهرستان (نظیر یادگانه های آبرفتی، مخروط افکنه ها، غار ها، آبشار ها و ...)	۰/۰۶	۸۰	۴	۰/۲۵
- افزایش استفاده از نیرو های متخصص و مجرب در بخش ژئوتوریسم در کنار نواحی گردشگری	۰/۰۳	۶۰	۴/۵	۰/۰۸
- مهمان نواز بودن مردم منطقه	۰/۰۴	۹۰	۳	۰/۱۷
- وجود قابلیت ها و پتانسیل های بالقوه در زمینه ورزش هایی همچون قایقرانی و کوهنوردی	۰/۰۳	۶۰	۴/۵	۰/۰۸
- قابلیت بالا در گردشگری روستایی	۰/۰۳	۸۰	۳	۰/۱
- وجود پدیده های ژئو مورفیک مناسب برای گردشگری	۰/۰۵	۸۰	۴	۰/۲
<b>نقاط ضعف:</b>				
- نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات اقامتی و رفاهی	۰/۰۶	۳۰	۴	۰/۰۹
- نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات بهداشتی و خدماتی	۰/۰۵	۲۵		۰/۰۶
- عدم وجود نیرو های آموزش دیده و تحصیلکرده در منطقه	۰/۰۱	۴۵	۱/۵	۰/۰۳
- تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	۰/۰۱	۵۰	۱/۲۵	۰/۰۳
- نا مناسب بودن زیر ساخت ها برای توسعه گردشگری	۰/۰۴	۲۲	۲/۲۵	۰/۰۴
- نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات ورزشی در منطقه	۰/۰۳	۲۳	۲/۵	۰/۰۳
- عدم دسترسی آسان و مناسب به برخی جاذبه ها	۰/۰۴	۲۵	۱/۱	۰/۰۵
- ضعف حاکم بر عناصر نهادی و گردشگری شهرستان (بخش مدیریت و بازاریابی)	۰/۰۶	۲۲	۱/۱۵	۰/۰۶
- کمبود مراکز خرید گردشگران	۰/۰۵	۳۰	۱/۲۵	۰/۰۸
- عدم اطلاع رسانی کافی جهت معرفی جاذبه های طبیعی	۰/۰۶	۲۰	۱/۱	۰/۰۶
- وجود شرایط اقلیمی نا مناسب در دوره گرم سال	۰/۰۵	۳۰	۱/۵	۰/۰۸
		۱	۱	۲/۶۳
<b>مجموع</b>				



بر اساس نتایج جدول شماره ۲ مقدار مجموع امتیاز موزون عوامل داخلی موثر بر صنعت ژئوتوریسم برابر با ۲/۶۳ می باشد که نشان دهنده ضعف عوامل داخلی و زیر ساخت ها در منطقه است. در واقع نقاط قوت موجود در شهرستان برای توسعه پایدار ژئوتوریسم کمتر از نقاط ضعف شهرستان می باشد. مهمترین نقاط قوت شهرستان جیرفت برای نیل به توسعه پایدار عامل "وجود استعداد و پتانسیل بالای ژئوتوریسمی شهرستان" با امتیاز موزون ۰/۲۵ می باشد. عوامل "تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه"، "عدم وجود نیرو های آموزش دیده و تحصیلکرده در منطقه" و "نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات ورزشی در منطقه" با امتیاز موزون ۰/۰۳ نقاط ضعف عمده شهرستان جیرفت برای داشتن توسعه پایدار در صنعت ژئوتوریسم می باشند. پس از تنظیم ماتریس های EFE و IFE عوامل موثر بر ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت بر اساس اهمیت شان رتبه بندی گردیدند. این عوامل به صورت رتبه بندی شده وارد ماتریس تحلیلی SWOT گردیدند

جدول شماره ۳- تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات (SWOT)

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	
W1: نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات اقامتی و رفاهی	S1: وجود استعداد و پتانسیل بالای ژئوتوریسمی شهرستان	عوامل داخلی
W2: کمبود مراکز خرید گردشگران	S2: وجود شرایط اقلیمی مناسب در دوره سرد سال	
W3: وجود شرایط اقلیمی نا مناسب در دوره گرم سال	S3: همجواری با جاذبه های تاریخی و فرهنگی مثل کنار صندل	
W4: نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات بهداشتی و خدماتی	S4: علاقه مندی فراوان مدیران محلی به اشتغالزایی از طریق ژئوتوریسم	
W5: ضعف حاکم بر عناصر نهادی و گردشگری شهرستان (بخش مدیریت و بازاریابی)	S5: وجود پدیده های ژئو مورفیک مناسب برای گردشگری	
W6: عدم اطلاع رسانی کافی جهت معرفی جاذبه های طبیعی	S6: مهمان نواز بودن مردم منطقه	
W7: عدم دسترسی آسان و مناسب به برخی جاذبه ها	S7: وجود شبکه ارتباطی مناسب در منطقه	
W8: نا مناسب بودن زیر ساخت ها برای توسعه گردشگری	S8: داشتن محیط آرام و بی سروصدا	
W9: عدم وجود نیرو های آموزش دیده و تحصیل کرده در منطقه	S9: وجود زیر ساخت های مناسب جهت راهپیمایی، کوهنوردی و تپه نوردی	
W10: تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	S10: قابلیت بالا در گردشگری روستایی	
W11: نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات ورزشی در منطقه	S11: افزایش استفاده از نیرو های متخصص و مجرب در بخش ژئوتوریسم	
	S12: در کنار نواحی گردشگری وجود قابلیت ها و پتانسیل ها ی	

	<p>بالتوه در زمینه ورزش هایی همچون قایقرانی و کوهنوردی</p>	
<p>WO<sub>1</sub>: بهرگیری از بخش خصوصی جهت توسعه و تجهیز زیر ساخت های منطقه نظیر مراکز بهداشتی و درمانی، مراکز اقامتگاهی و تفریحی، مراکز ورزشی، مراکز خرید و ...</p> <p>WO<sub>2</sub>: ایجاد تعامل و هم فکری بین مسئولان محلی و سازمان ها نهاد های مرتبط با گردشگری و زمین گردشگری در پیشبرد طرح های مرتبط با زمین گردشگری</p> <p>WO<sub>3</sub>: توسعه و تجهیز راه ها در سطح شهرستان و ایجاد شرایط دسترسی آسان به عوارض و پدیده های ژئومورفیک</p>	<p>SO<sub>1</sub>: ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه صنعت گردشگری بویژه ژئوتوریسم</p> <p>SO<sub>2</sub>: استفاده از پتانسیل های منطقه جهت تبدیل شهرستان به قطب گردشگری در دوره سرد سال</p> <p>SO<sub>3</sub>: برنامه ریزی برای سوق دادن فعالیت های توریستی و ژئوتوریستی در جهت بهره برداری از جاذبه های بدون استفاده توریستی در شهرستان به منظور ایجاد اشتغال برای افراد بومی</p>	<p>O<sub>1</sub>- تصویب قوانین و مقررات حمایتی از این صنعت و وجود ردیفهای اعتباری خاص برای گسترش ژئوتوریسم</p> <p>O<sub>2</sub>- حمایت مسولان دولتی از توسعه ژئوتوریسم با رویکرد اشتغالزایی بعنوان سازوکار مناسب جهت توسعه ناحیه مورد مطالعه</p> <p>O<sub>3</sub>- افزایش استفاده از نیروهای متخصص و مجرب در بخش ژئوتوریسم در کنار نواحی گردشگری</p> <p>O<sub>4</sub>- وجود قطب های بزرگ جمعیتی کشور در نزدیکی ناحیه</p> <p>O<sub>5</sub>- دسترسی به سیستم حمل و نقل ریلی سراسری</p> <p>O<sub>6</sub>- تهیه و اجرای برنامه ای به منظور توسعه توانمندیهای مدیران گردشگری</p> <p>O<sub>7</sub>- تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری جهت جلب گردشگران در تمام طول سال</p> <p>O<sub>8</sub>- امکان برنامه ریزی - طراحی و توسعه و تجهیز پتانسیلهای طبیعی شهرستان جهت ایجاد جاذبه های مصنوعی و انسان ساخت همگام با جاذبه های طبیعی</p> <p>O<sub>9</sub>- مهمان نواز بودن مردم منطقه</p> <p>O<sub>10</sub>- افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این ناحیه</p> <p>O<sub>11</sub>- وجود قابلیتها و پتانسیلهای بالتوه در زمینه ورزشهای کویری</p> <p>O<sub>12</sub>- به کارگیری روش مدیریت پایدار در احداث و بهره برداری از زیر ساختها - تسهیلات و خدمات گردشگری</p>

(۱۰) جدول

<p>WT<sub>1</sub>: آموزش و اطلاع رسانی به ساکنین محلی و افراد بومی در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگران به منظور جلوگیری از تعارض میان تعارض فرهنگی میان گردشگران و مردم منطقه و همچنین آشنا نمودن گردشگران با فرهنگ بومی</p> <p>WT<sub>2</sub>: فعالیت های فرهنگی و تقویت نهاد های امنیتی به منظور جلوگیری از تخلفات اجتماعی و فرهنگی و افزایش بزه کاری ناشی از ورود گردشگران به منطقه</p>	<p>ST<sub>1</sub>: بهره گیری از نیرو های متخصص و مجرب بومی جهت شناسایی عوارض، اشکال و پدیده های ژئومورفیک و همچنین اکتولوژیک و تاریخی جهت معرفی این عوارض و پدیده ها و افزایش قابلیت رقابت شهرستان با سایر مناطق مشابه</p> <p>ST<sub>2</sub>: برنامه ریزی به منظور استفاده و بهره گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و بی سرو صدا و جلوگیری از تغییر، تخریب و زوال جاذبه های طبیعی</p> <p>ST<sub>3</sub>: تدوین بروشور ها و دفترچه های راهنما و نصب علائم و تابلو های راهنما جهت معرفی پدیده های ژئوتوریستی شهرستان</p>	<p>T<sub>1</sub>: وجود قطب های بزرگ گردشگری در نزدیک منطقه نظیر منطقه آزاد تجاری سیرجان، کیش و قشم</p> <p>T<sub>2</sub>: بی اطلاعی گردشگران در رابطه با برخی جاذبه ها</p> <p>T<sub>3</sub>: افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگران به منطقه</p> <p>T<sub>4</sub>: ضعف برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولت در بخش ژئوتوریسم</p> <p>T<sub>5</sub>: عدم شفافیت ضوابط و مقررات لازم در خصوص حمایت و جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه گردشگری</p> <p>T<sub>6</sub>: زوال جاذبه های طبیعی در اثر بی توجهی به منابع و بهره برداری نامعقول و ناپایدار</p> <p>T<sub>7</sub>: عدم صدور مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش ژئوتوریسم</p> <p>T<sub>8</sub>: کمبود نیروی انسانی متخصص و مجرب در دستگاه های ستادی برای تشویق و ترغیب و ارائه رهنمود های لازم به سرمایه گذاری در بخش ژئوتوریسم</p> <p>T<sub>9</sub>: از بین رفتن آداب و رسوم محلی</p> <p>T<sub>10</sub>: تغییر کاربری اراضی طبیعی و زیست محیطی به سایر کاربری های ناسازگار</p> <p>T<sub>11</sub>: عدم وجود جاده مناسب برای گردشگران و دوری راه</p>	<p>(11)</p>
---	---	---	-------------

در جدول شماره ۳ هر یک از عوامل نقاط قوت و ضعف محیط داخلی را در مقابل فرصت ها و تهدیدات محیط خارجی قرار دادیم تا هر یک از استراتژی ها و راهبرد های تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، تغییر جهت (WO) و تدافعی (WT) را در جهت نیل شهرستان به ژئوتوریسم پایدار تعیین نماییم. هر یک از استراتژی های فوق در ادامه شرح گردیده اند.

تکنیک ماتریس ارزیابی برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM) به ما کمک می کند تا راهبرد های ارائه شده در مدل تحلیلی SWOT را مورد ارزیابی و بررسی قرار دهیم و مشخص می نماید که در بین استراتژی های تعیین شده کدام یک با توجه به عوامل و مولفه های موثر بر صنعت ژئوتوریسم شهرستان جیرفت

واقع بینانه تر می باشند. در واقع با کمک این عوامل و مولفه ها استراتژی های تعیین شده را الویت بندی می نماید.

جدول شماره ۴- ماتریس ارزیابی برنامه ریزی راهبردی کمی (راهبرد های SO و ST)

عوامل	SO <sub>1</sub>		SO <sub>2</sub>		SO <sub>3</sub>		ST <sub>1</sub>		ST <sub>2</sub>		ST <sub>3</sub>		امتیاز موزون	
	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS		
S <sub>1</sub>	۰/۲۵	۴	۱	۳	۰/۷۵	۴	۱	۴	۳	۰/۷۵	۴	۱	۰/۲۵	S <sub>1</sub>
S <sub>2</sub>	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	۴	۰/۹۶	۲	۰/۴۸	۲	۰/۴۸	۴	۰/۹۶	۲	۰/۴۸	S <sub>2</sub>
S <sub>3</sub>	۰/۲۳	۳	۰/۶۹	۴	۰/۹۲	۱	۰/۲۳	۴	۰/۹۲	۲	۰/۴۶	۱	۰/۲۳	S <sub>3</sub>
S <sub>4</sub>	۰/۲۱	۴	۰/۸۴	۳	۰/۶۳	۴	۰/۸۴	۲	۰/۴۲	۱	۰/۲۱	۲	۰/۴۲	S <sub>4</sub>
S <sub>5</sub>	۰/۲	۴	۰/۸	۴	۰/۸	۴	۰/۸	۴	۰/۸	۳	۰/۶	۴	۰/۸	S <sub>5</sub>
S <sub>6</sub>	۰/۱۷	۱	۰/۱۷	۳	۰/۵۱	۲	۰/۳۴	۱	۰/۱۷	۴	۰/۶۸	۱	۰/۱۷	S <sub>6</sub>
S <sub>7</sub>	۰/۱۶	۳	۰/۴۸	۳	۰/۴۸	۱	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۱	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	S <sub>7</sub>
S <sub>8</sub>	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۳	۰/۴۸	۲	۰/۳۲	۱	۰/۱۶	۴	۰/۶۴	۱	۰/۱۶	S <sub>8</sub>
S <sub>9</sub>	۰/۱۴	۳	۰/۴۲	۳	۰/۴۲	۳	۰/۴۲	۳	۰/۴۲	۳	۰/۴۲	۳	۰/۴۲	S <sub>9</sub>
S <sub>10</sub>	۰/۱	۴	۰/۴	۳	۰/۳	۴	۰/۴	۴	۰/۴	۴	۰/۴	۳	۰/۳	S <sub>10</sub>
S <sub>11</sub>	۰/۰۸	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۴	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	S <sub>11</sub>
S <sub>12</sub>	۰/۰۸	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۴	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	S <sub>12</sub>
W <sub>1</sub>	۰/۰۹	۳	۰/۲۷	۱	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۳	۰/۲۷	۱	۰/۰۹	W <sub>1</sub>
W <sub>2</sub>	۰/۰۸	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۱	۰/۰۸	W <sub>2</sub>
W <sub>3</sub>	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	W <sub>3</sub>
W <sub>4</sub>	۰/۰۶	۳	۰/۱۸	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۳	۰/۱۸	۱	۰/۰۶	W <sub>4</sub>
W <sub>5</sub>	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۱	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	W <sub>5</sub>
W <sub>6</sub>	۰/۰۶	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۴	۰/۲۴	۱	۰/۰۶	۴	۰/۰۶	W <sub>6</sub>
W <sub>7</sub>	۰/۰۵	۳	۰/۱۵	۲	۰/۱	۳	۰/۱۵	۳	۰/۱۵	۲	۰/۱	۲	۰/۲	W <sub>7</sub>
W <sub>8</sub>	۰/۰۴	۴	۰/۱۶	۱	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۰۸	W <sub>8</sub>
W <sub>9</sub>	۰/۰۳	۴	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W <sub>9</sub>
W <sub>10</sub>	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W <sub>10</sub>
W <sub>11</sub>	۰/۰۳	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	W <sub>11</sub>
O <sub>1</sub>	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۳	۰/۸۴	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	O <sub>1</sub>
O <sub>2</sub>	۰/۲	۴	۰/۸	۳	۰/۶	۳	۰/۶	۲	۰/۴	۲	۰/۴	۲	۰/۴	O <sub>2</sub>
O <sub>3</sub>	۰/۱۹	۲	۰/۳۸	۳	۰/۵۷	۲	۰/۳۸	۱	۰/۱۹	۱	۰/۳۸	۲	۰/۱۹	O <sub>3</sub>
O <sub>4</sub>	۰/۱۷	۳	۰/۵۱	۴	۰/۶۸	۴	۰/۶۸	۲	۰/۱۷	۱	۰/۳۴	۲	۰/۱۷	O <sub>4</sub>
O <sub>5</sub>	۰/۱۶	۴	۰/۶۴	۲	۰/۳۲	۴	۰/۶۴	۴	۰/۶۴	۱	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	O <sub>5</sub>
O <sub>6</sub>	۰/۱۵	۴	۰/۶	۳	۰/۴۵	۲	۰/۳	۲	۰/۳	۲	۰/۳	۲	۰/۳	O <sub>6</sub>
O <sub>7</sub>	۰/۱۱	۳	۰/۳۳	۳	۰/۳۳	۳	۰/۳۳	۳	۰/۳۳	۲	۰/۲۲	۲	۰/۲۲	O <sub>7</sub>
O <sub>8</sub>	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	O <sub>8</sub>
O <sub>9</sub>	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۴	۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	O <sub>9</sub>
O <sub>10</sub>	۰/۰۷	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	O <sub>10</sub>
T <sub>1</sub>	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۴	۱/۱۲	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	T <sub>1</sub>
T <sub>2</sub>	۰/۱۸	۱	۰/۱۸	۲	۰/۳۶	۴	۰/۷۲	۳	۰/۵۴	۳	۰/۵۴	۳	۰/۷۲	T <sub>2</sub>
T <sub>3</sub>	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	۱	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	T <sub>3</sub>

برنامه ریزی راهبردی توسعه پایدار زمین گردشگری در شهرستان جیرفت با استفاده از مدل SWOT

۰/۳۶	۳	۰/۲۴	۲	۰/۲۴	۲	۰/۴۸	۴	۰/۲۴	۲	۰/۳۶	۳	۰/۱۲	T <sub>4</sub>
۰/۲۲	۲	۰/۱۱	۱	۰/۲۲	۲	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	۱	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	T <sub>5</sub>
۰/۱۸	۲	۰/۳۶	۴	۰/۲۷	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۸	۲	۰/۱۸	۲	۰/۰۹	T <sub>6</sub>
۰/۰۹	۱	۰/۱۸	۲	۰/۱۸	۲	۰/۲۷	۳	۰/۱۸	۲	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	T <sub>7</sub>
۰/۰۷	۱	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T <sub>8</sub>
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	T <sub>9</sub>
۰/۰۴	۱	۰/۱۶	۴	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۱۲	۳	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	T <sub>10</sub>
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۹	۳	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	T <sub>11</sub>
۱۰/۱۱		۱۱/۸۴		۱۳/۲۸		۱۳/۵۵		۱۳/۶۸		۱۴/۱۷			مجموع

جدول شماره ۵- ماتریس ارزیابی برنامه ریزی راهبردی کمی (راهبرد های WO و WT)

عوامل	امتیاز موزون	WT <sub>2</sub>		WT <sub>1</sub>		WO <sub>3</sub>		WO <sub>2</sub>		WO <sub>1</sub>	
		TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS
S <sub>1</sub>	۰/۲۵	۰/۲۵	۱	۰/۲۵	۱	۰/۲۵	۱	۰/۷۵	۳	۰/۲۵	۱
S <sub>2</sub>	۰/۲۴	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	۱
S <sub>3</sub>	۰/۲۳	۰/۲۳	۱	۰/۲۳	۱	۰/۲۳	۱	۰/۲۳	۱	۰/۲۳	۱
S <sub>4</sub>	۰/۲۱	۰/۴۲	۲	۰/۲۱	۱	۰/۲۱	۱	۰/۴۲	۲	۰/۲۱	۱
S <sub>5</sub>	۰/۲	۰/۲	۱	۰/۲	۱	۰/۶	۳	۰/۶	۳	۰/۲	۱
S <sub>6</sub>	۰/۱۷	۰/۳۴	۲	۰/۵۱	۳	۰/۳۴	۲	۰/۱۷	۱	۰/۱۷	۱
S <sub>7</sub>	۰/۱۶	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۶۴	۴	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱
S <sub>8</sub>	۰/۱۶	۰/۴۸	۳	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱
S <sub>9</sub>	۰/۱۴	۰/۱۴	۱	۰/۱۴	۱	۰/۲۸	۲	۰/۲۸	۲	۰/۱۴	۱
S <sub>10</sub>	۰/۱	۰/۱	۱	۰/۱	۱	۰/۲	۲	۰/۳	۳	۰/۱	۱
S <sub>11</sub>	۰/۰۸	۰/۰۸	۱	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	۱	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	۱
S <sub>12</sub>	۰/۰۸	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	۱
W <sub>1</sub>	۰/۰۹	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۳۶	۴
W <sub>2</sub>	۰/۰۸	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۳۲	۴
W <sub>3</sub>	۰/۰۸	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱
W <sub>4</sub>	۰/۰۶	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۲۴	۴
W <sub>5</sub>	۰/۰۶	۰/۱۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲
W <sub>6</sub>	۰/۰۶	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱
W <sub>7</sub>	۰/۰۵	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۲	۴	۰/۰۵	۱	۰/۱	۲
W <sub>8</sub>	۰/۰۴	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱	۰/۱۶	۴	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۴
W <sub>9</sub>	۰/۰۳	۰/۰۶	۲	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۱	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲
W <sub>10</sub>	۰/۰۳	۰/۰۳	۱	۰/۱۲	۴	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱
W <sub>11</sub>	۰/۰۳	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۱۲	۴
O <sub>1</sub>	۰/۲۸	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱
O <sub>2</sub>	۰/۲	۰/۲	۱	۰/۲	۱	۰/۲	۱	۰/۴	۲	۰/۶	۳
O <sub>3</sub>	۰/۱۹	۰/۱۹	۱	۰/۱۹	۱	۰/۵۷	۳	۰/۱۹	۱	۰/۳۸	۲
O <sub>4</sub>	۰/۱۷	۰/۱۷	۱	۰/۱۷	۱	۰/۵۱	۳	۰/۱۷	۱	۰/۱۷	۱
O <sub>5</sub>	۰/۱۶	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۳۲	۲	۰/۴۸	۳	۰/۳۲	۲

۰/۱۵	۱	۰/۳	۲	۰/۱۵	۱	۰/۳	۲	۰/۶	۴	۰/۱۵	O <sub>6</sub>
۰/۲۲	۲	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	۱	۰/۴۴	۴	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	O <sub>7</sub>
۰/۳۲	۳	۰/۰۸	۱	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	O <sub>8</sub>
۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	O <sub>9</sub>
۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	۱	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	O <sub>10</sub>
۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	۱	۰/۲۸	T <sub>1</sub>
۰/۱۸	۱	۰/۱۸	۱	۰/۳۶	۲	۰/۱۸	۱	۰/۱۸	۱	۰/۱۸	T <sub>2</sub>
۰/۶۴	۴	۰/۴۸	۳	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	T <sub>3</sub>
۰/۲۴	۲	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۱	۰/۴۸	۴	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	T <sub>4</sub>
۰/۱۱	۱	۰/۱۱	۱	۰/۱۱	۱	۰/۴۴	۴	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	T <sub>5</sub>
۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	۱	۰/۱۸	۲	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	T <sub>6</sub>
۰/۰۹	۱	۰/۱۸	۲	۰/۰۹	۱	۰/۳۶	۴	۰/۱۸	۲	۰/۰۹	T <sub>7</sub>
۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	۱	۰/۲۱	۳	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	T <sub>8</sub>
۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	T <sub>9</sub>
۰/۰۴	۱	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	T <sub>10</sub>
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱	۰/۱۲	۴	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	T <sub>11</sub>
۸/۰۲		۷/۵۸		۸/۳۴		۹/۶۷		۸/۵۲			مجموع

در جدول شماره ۴ و شماره ۵ با کمک تکنیک ماتریس ارزیابی برنامه ریزی راهبردی کمی، راهبرد های تعیین شده در مدل SWOT را مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس نتایج جداول فوق الویت بندی استراتژی ها به ترتیب به صورت زیر می باشد:

SO<sub>1</sub>: ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه صنعت گردشگری بویژه ژئوتوریسم

SO<sub>2</sub>: استفاده از پتانسیل های منطقه جهت تبدیل شهرستان به قطب گردشگری در دوره سرد سال

SO<sub>3</sub>: برنامه ریزی برای سوق دادن فعالیت های توریستی و ژئوتوریستی در جهت بهره برداری از جاذبه های بدون استفاده توریستی در شهرستان به منظور ایجاد اشتغال برای افراد بومی

ST<sub>1</sub>: بهره گیری از نیرو های متخصص و مجرب بومی جهت شناسایی عوارض، اشکال و پدیده های ژئومورفیک و همچنین اکولوژیک و تاریخی جهت معرفی این عوارض و پدیده ها و افزایش قابلیت رقابت شهرستان با سایر مناطق مشابه

ST<sub>2</sub>: برنامه ریزی به منظور استفاده و بهره گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و بی سرو صدا و جلوگیری از تغییر، تخریب و زوال جاذبه های طبیعی

ST<sub>3</sub>: تدوین بروشور ها و دفترچه های راهنما و نصب علائم و تابلو های راهنما جهت معرفی پدیده های ژئوتوریستی شهرستان

WO<sub>2</sub>: ایجاد تعامل و هم فکری بین مسئولان محلی و سازمان ها نهاد های مرتبط با گردشگری و زمین گردشگری در پیشبرد طرح های مرتبط با زمین گردشگری

WO<sub>1</sub>: بهرگیری از بخش خصوصی جهت توسعه و تجهیز زیر ساخت های منطقه نظیر مراکز بهداشتی و درمانی، مراکز اقامتگاهی و تفریحی، مراکز ورزشی، مراکز خرید و...

WO<sub>3</sub>: توسعه و تجهیز راه ها در سطح شهرستان و ایجاد شرایط دسترسی آسان به عوارض و پدیده های ژئومورفیک

WT<sub>2</sub>: فعالیت های فرهنگی و تقویت نهاد های امنیتی به منظور جلوگیری از تخلفات اجتماعی و فرهنگی و افزایش بزه کاری ناشی از ورود گردشگران به منطقه

WT<sub>1</sub>: آموزش و اطلاع رسانی به ساکنین محلی و افراد بومی در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگران به منظور جلوگیری از تعارض میان تعارض فرهنگی میان گردشگران و مردم منطقه و همچنین آشنا نمودن گردشگران با فرهنگ بومی .

### نتیجه گیری

بر اساس نتایج بدست آمده، شهرستان جیرفت جهت توسعه پایدار ژئوتوریسم بوسیله عوامل خارجی در تنگنا قرار دارد و در واقع می توان بیان داشت که این عوامل قادر نمی باشند تا بستری مناسب در زمینه توسعه و ترقی ژئوتوریسم فراهم نمایند. بنابراین تصویب قوانین لازم، ایجاد زمینه های مناسب و بستر سازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح کشور جهت نیل به این هدف ضروری می نماید. برنامه ریزی مناسب و ارائه تسهیلات لازم از سوی دولت همراه با سرمایه گذاری بخش خصوصی در شهرستان جیرفت بویژه در زمینه صنعت توریسم و ژئوتوریسم می تواند موجبات تقویت عوامل خارجی در زمینه توسعه پایدار این صنعت را فراهم آورد. شهرستان جیرفت نیز خود به لحاظ امکانات و شرایط محیطی دارای ضعف های بسیاری می باشد و جهت توسعه توریسم و ژئوتوریسم نیاز به توسعه زیر ساخت ها و امکانات رفاهی در سطح شهرستان دارد. آموزش ساکنان منطقه و گردشگران، آموزش نیرو های بومی و

محلی در زمینه توریسم و گردشگری و توسعه زیر ساخت های منطقه همراه با توانمندی ها، استعداد ها و قابلیت های ژئوتوریسمی منطقه می تواند زمینه های لازم برای توسعه ژئوتوریسم و بطور کلی گردشگری در منطقه را فراهم آورد.

مهمترین استراتژی برای توسعه پایدار ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت "ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه صنعت گردشگری بویژه ژئوتوریسم" است که یک استراتژی تهاجمی می باشد. اما نتایج نشان می دهد که بکار گیری مجموعه ای از استراتژیهای تهاجمی، تنوع، تغییر جهت و تدافعی بهتر می تواند به توسعه ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت کمک نمایند. جهت توسعه هر چه بیشتر ژئوتوریسم در شهرستان جیرفت موارد زیر پیشنهاد می گردد:

- مطالعه جامع هر یک از اشکال ژئوتوریسمی موجود در شهرستان و تهیه بروشور ها و دفترچه های راهنما در جهت معرفی این اشکال به گردشگری و جلوگیری از تخریب این آثار.
- توسعه و گسترش زیر ساخت های منطقه بویژه در زمینه مراکز اقامتی و رفاهی.
- بستر سازی در جهت تمایل هر چه بیشتر بخش خصوصی در سرمایه گذاری در شهرستان.
- برگزاری برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و ژئوتوریستی شهرستان نظیر برگزاری جشنواره ها، سمینار ها و نمایشگاه ها.



## منابع

- ابراهیم زاده، (عیسی) و آقاسی زاده، (عبدالله)، (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، شماره اول: ۱۰۷-۱۲۸.
- امری کاظمی، (علیرضا)، (۱۳۸۳)، اطلس ژئوتوریسم قشم، سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور.
- برایسون، (جان)، (۱۳۸۱)، برنامه ریزی استراتژیک برای سازمان های دولتی و غیر انتفاعی، ترجمه عباس منوریان، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- چاک، (وای. گی)، (۱۳۸۲)، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه پارسائیان و اعرابی، مرکز مطالعات فرهنگی.
- حکمت نیا، (حسن) و موسوی، (میر نجف)، (۱۳۸۵)، کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه، علم نوین.
- رحمانی، بیژن، شمس، مجید و حاتمی فر، ساناز، (۱۳۸۹)، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، شماره ۳ (۱۳-۲۵).
- زاهدی، (شمس السادات)، (۱۳۸۵)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار: با تاکید بر محیط زیست، چاپ اول، دانشگاه علامه طباطبائی.
- سراقی، عیسی، ملکی، حسن و ابوالفتحی، داریوش، (۱۳۸۷)، نقش جاذبه های اکوتوریستی در توسعه شهر نهاوند با تاکید بر مدل SWOT، نشریه علوم جغرافیایی، جلد ۸، شماره ۱۱، (۱۳۳-۱۶۹).
- گلشیری اصفهانی، زهرا و سرایی، محمد حسین، (۱۳۸۹)، برنامه ریزی راهبردی نظام زیست محیطی روستا با تجزیه و تحلیل SWOT، مطالعه موردی: بخش گندمان، شهرستان بروجن، پژوهش های روستایی، شماره ۴، (۷۳-۹۸).
- مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر، (۱۳۸۲)، ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، (۵۸-۲۵).
- مکاریان، مجید، (۱۳۸۹)، ژئوتوریسم بیابان، مطالعه موردی کویر مرنجاب، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم.
- نکویی صدری، بهرام، (۱۳۸۴)، ژئوتوریسم صنعت بدون دودکش، مجله ژئومابین نظام مهندسی معدن استان آذربایجان شرقی، شماره ۲، (۷۴-۹۳).
- نکویی صدری، بهرام، (۱۳۸۷)، تعیین مناطق مناسب توسعه ژئوپارک و ژئوتوریسم منطقه جلگه و ورزقان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- نکویی صدری، (بهرام)، (۱۳۸۸)، مبانی زمین گردشگری با تاکید بر ایران، سمت.
- Azaman N., Abdul Halim S., Liu O. P., Saidin S., Komoo I. (2010). Public education in heritage conservation for geopark community. *Social and Behavioral Science*, Volume 7, 504-511.
- Dowling R., Newsome D. (2006). *Geotourism*. Elsevier, Ltd.
- Gray M. (2003). *Geodiversity: Valuing and conserving a biotic nature*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Matthew R. B., Peter D., Jonathan G. L., Coline D. P. (1996). *Geology on your Doorstep: The role of urban geology in earth heritage conservation*. Published by the Geological Society.
- Wojtowicz B., Strachowka R., Strzyz M. (2011). The perspectives of the development of tourism in the areas of geopark in Poland. *Social and Behavioral Sciences*, volume 19: 150- 157.