

بررسی فرصت‌های توسعه گردشگری معدن در ایران با استفاده از روش تحلیلی کیفی تم

سید شهاب‌الدین هدایتی

دانشجوی دکترا مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی فرصت‌های راه‌های گسترش گردشگری معدنی در ایران از طریق تحلیل کیفی تماتیک در جهت فراهم آوردن بستر شناختی و علمی مناسب برای برنامه ریزان و سیاست‌گذاران با اتکا بر نظرات نخبگان است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از حیث روش توصیفی-پیمایشی در سطح اکتشافی که به روش میدانی انجام شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته تعدیل شده‌ای بود که شامل ۵ سؤال با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت که پس از تأیید روایی صوری، روایی سازه ($KMO = 0/908$) و پایایی ($\alpha = 0/98$) مورد استفاده قرار گرفت. تعداد شرکت‌کنندگانی که از طریق گلوله برفی شناسایی شده ۱۶ نفر بوده و با پیگیری‌های محقق ۱۲ پرسشنامه جمع‌آوری شد. تحلیل عاملی در بسته نرم‌افزاری SPSS و لیزرل (Lisrel ۸/۵) استفاده شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون K-S جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد. همچنین از آزمون معناداری میانگین‌ها برای بررسی میزان اهمیت گویه‌ها و از تحلیل عاملی مرتبه دوم برای اولویت‌بندی راهکارهای توسعه گردشگری معدنی در استفاده از فرصت‌ها استفاده شد. نتایج نشان با بررسی دقیق نظرات کارشناسان معدن و حوزه گردشگری نشان‌دهنده این است که فرصت‌های متنوعی در کشور برای جلب گردشگر معدن وجود دارد ولیکن تا به حال از این فرصت‌ها به نحو شایسته‌ای استفاده نگردیده است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری معدن، صنعت گردشگری، برنامه توسعه، ایران.

۱- مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خردمندانه را در تمامی دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست گذاران و برنامه ریزان نظام های سیاسی و مدیریت اجرایی در تمامی کشورهای دنیا قرار گرفته است [1]. گردشگری معدن، نوعی از گردشگری است که در آن گردشگر حداقل ۲۴ ساعت را در محل برگزاری یک رویداد معدنی اقامت می کند و هدف اصلی آنها حضور در یک رویداد معدنی بوده که در عین حال جذابیت های ثانویه ای نیز برای آنها وجود داشته باشد [2]. این نوع گردشگری یکی از قدیمی ترین اشکال گردشگری است [3]. در بسیاری از کشورهای دنیا سرمایه گذاری و تبدیل معادن متروکه به مناطق گردشگری به امری معمول برای استمرار اشتغال مستقیم و غیرمستقیم پایدار فعالیت های معدنی و توقف نداشتن توسعه محلی تبدیل شده است. علاوه بر این تمام فعالیت های گردشگری محل درآمد مناسبی در اقتصادهای محلی و ملی به شمار می روند [4]. در حقیقت گردشگری معدنی می تواند سهم مهمی در کاستن از میزان فقر نواحی روستایی داشته باشد و با گشودن قلمروهای جدید، پتانسیل های موجود را برای جذب گردشگر فعال سازد [4].

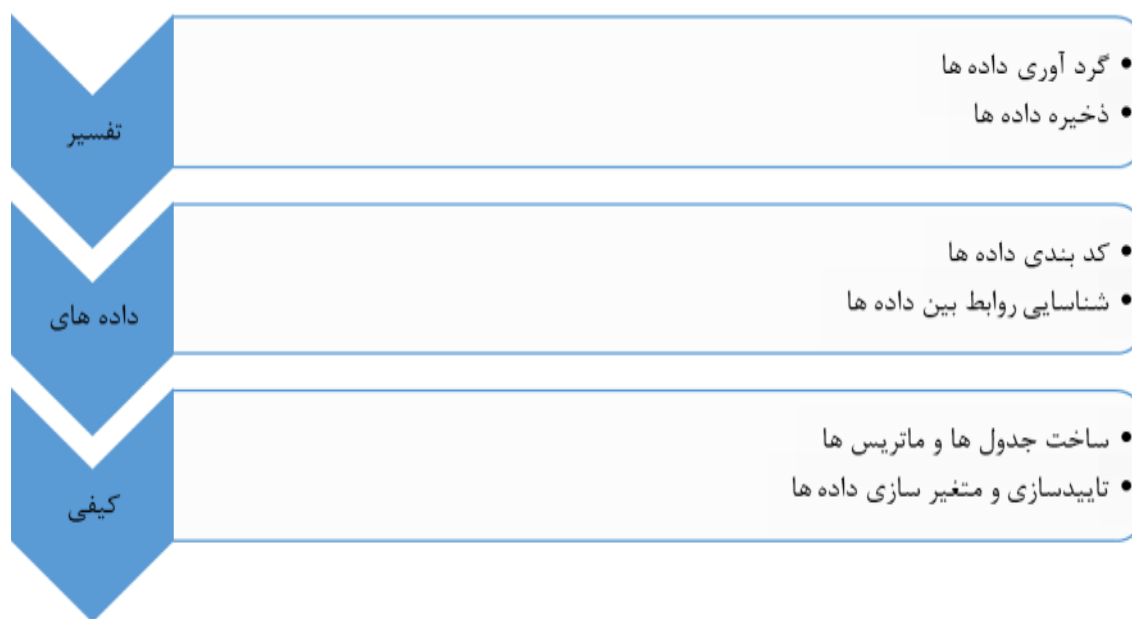
وجود معادن متعدد در ایران اعم از معادن متروکه و معادن فعال می تواند زمینه ای برای ایجاد شغل و درآمد پایدار باشد؛ معادن روباز مس، طلا، آهن، سنگ های ساختمانی، گهرسنگ ها و سرب و روی در صورت بهره برداری اصولی در راستای ترویج صنعت گردشگری، می توانند به سایت های ارزشمندی برای بازدید گردشگران تبدیل شوند [2]. اگرچه وزارت صنعت از سال ۸۹ در صدد است تا طرح گردشگری معدنی را نهایی و اجرا کند، اما باید منتظر بود تا به لحاظ کارشناسی کدام استان ها برای تحقق این هدف مستعدتر معرفی خواهند شد. با وجود این، آیا زمان آن نرسیده که هر چه زودتر معادن ارزشمند کشور را از مرگ نجات و به عمر متروکه ها پایان داد؟ [5]. خوشبختانه و به دلیل وجود معادن متروکه و فعال متعدد در کشورمان امکان توسعه گردشگری معدن با فرصت های بی شماری همراه است. توسعه این بخش از گردشگری با توجه به قابلیت های موجود در کشورمان می تواند منجر به کسب درآمد پایدار، تغییر سلیقه گردشگران و رونق روستاها و شهرهای نزدیک به معادن شود. این سایت ها امکان بازدید از فرایند کاوش، فعالیت های آموزشی و تحقیقاتی، تجربه کاوش و استخراج، آشنایی با ماشین آلات و ابزار کار و نحوه استفاده از آن، ایجاد موزه معادن و مراکز تفسیر میراث و به خدمت گرفتن افراد متخصص و جویای کار را به دنبال خواهد داشت [6]. معدن «نخلک» در فهرست قدیمی ترین معادن ایران قرار گرفته است و سابقه معدنکاری در این معدن به ۲ هزار سال قبل می رسد. همچنین نوعی از موزه سنگ های معدنی در شهرستان ابرکوه استان یزد و همینطور باغ ارم شهر شیراز وجود دارد که بدلیل قرار گیری در مثلث طلایی گردشگری توره های خارجی در ایران، روزانه میزبان بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی هستند که از آنها بازدید می کنند [7].

از انواع روش تحقیق می توان به روش کمی و کیفی اشاره نمود. داده های کمی همواره داده های کیفی ای هستند که متناسب با موضوع به صورت کمی و عددی تبدیل می شوند. در روش کیفی داده ها نه به صورت اعداد بلکه به شکل جملات، نشانه ها و علائم، رنگ ها، حرکات چهره و رفتار افراد گردآوری می شوند [8]. تحقیق کمی تحقیقی است که قبل از جمع آوری داده های تحقیق، محقق از ماهیت متغیرها و داده ها آگاهی دارد و هدف از انجام تحقیق اندازه گیری متغیری خاص و یا تعیین رابطه همبستگی و یا رابطه علی دو یا چند متغیر است؛ بنابراین در تحقیق کمی، مسئله اندازه گیری، مهم ترین موضوع است که محقق با استفاده از علم آمار می تواند اندازه گیری های خود را تجزیه و تحلیل نموده و نتیجه گیری کند [۸]. داده های کیفی در طیف وسیعی دسته بندی می شوند که هر دسته از آنها مستلزم به کارگیری روش یا روش های تحلیلی خاصی است. جدول زیر انواع داده های کیفی را نشان می دهد که در چهار دسته قرار گرفته اند.

جدول ۱. انواع داده‌های کیفی [9]

داده‌های اصلی	موارد
مشاهده‌ای	این نوع داده‌ها معمولاً در فرایند کار میدانی از طریق مشاهده‌های مستقیم، آزاد یا مشارکتی و یادداشت برداری تولید می‌شوند.
مصاحبه‌ای	متون مصاحبه‌ای ضبط شده یا یادداشت برداری شده از طریق مکالمه با مطلعین
اسناد و مدارک	تاریخچه‌های زندگی، خاطره‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، نامه‌ها، داستان‌ها و روایات منقول، اسناد و مدارک اداری، گزارش‌های علمی - پژوهشی
موارد ضبطی و تصویری	تصاویر، فیلم‌ها، پیام‌ها، داده‌های دیجیتالی و الکترونیک، کروکی‌ها و ...

با توجه به این که در همه‌ی شیوه‌های تحلیل داده‌های کیفی، تحلیل موضوعی یا تماتیک (در قالب طبقه بندی، شاخص بندی و سنخ بندی داده‌ها) از اهمیت زیادی برخوردار است، در این پژوهش از این روش برای تحلیل داده‌های کیفی استفاده می‌گردد. تحلیل تماتیک ضمن اینکه خود یک روش مستقل تحلیلی است، می‌تواند در روش‌های تحلیلی دیگر نیز به کار رود. این نوع تحلیل مخصوصاً در نظریه‌ی زمینه‌ای از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد. داده‌های مورد تحلیل در روش تماتیک شامل داده‌های متنی یا مصاحبه‌ها و داده‌های مشاهده‌ای متنی شده می‌باشند [۹].

**شکل ۱: مراحل تفسیر داده‌های کیفی [9]**

در این راستا توجه به آینده گردشگری معدنی و فرصت‌های موجود توسعه گردشگری معدنی مورد توجه است لیکن این پژوهش با اتکا به رویکرد تحلیل کیفی تماتیک و با هدف فراهم آوردن بستر شناختی و علمی مناسب برای برنامه ریزان و سیاست‌گذاران و با اتکا بر نظرات نخبگان به بررسی راه‌های توسعه گردشگری معدنی در ایران بر مبنای روش تحلیل کیفی تم می‌پردازد.

۲- ادبیات تحقیق

سایت‌های صنعتی متروکه به طور سنتی منبع مهمی از مشکلات زیست محیطی را تشکیل داده‌اند. با این حال، چنین مکان‌هایی در بسیاری موارد میراث تاریخی به حساب می‌آیند و از این طریق با ممنوعیت‌های قانونی مختلفی محافظت می‌شود. فعالیت‌های معدن را می‌توان نوع خاصی از سایت‌های صنعتی دانست زیرا نه تنها عناصر معماری بلکه عناصر منظر مربوط به زمین‌شناسی یا توپوگرافی را در بر می‌گیرد. ضرورت توسعه فرصت‌های جدید اقتصادی در این مکان‌ها، که اقتصاد آن به طور سنتی مبتنی بر "تک فرهنگ معدن" بوده است، منجر به ایجاد احیای فرهنگی در برخی از مناطق معدن شده است. با این وجود، این پتانسیل‌های اقتصادی جدید باید با تعهد به حفظ ریسک محیطی کم در مکان‌هایی که غلظت فلزات سنگین بسیار زیاد است سازگار باشد. منطقه معدن کارتاژنای لایونیون در جنوب اسپانیا نمونه‌ای از چنین موردی است [10]. در پژوهش جرمی بولتجنز، دیوید بررتون، پل مموت، جوزف رز، لیندا تامپسون و تیم ارورک، ۲۰۱۰ با عنوان بخش معدن و توسعه گردشگری بومی در وپا، کوئینزلند آمده است که: تعداد نسبتاً بالایی از بومیان استرالیایی در مناطق دورافتاده‌ای که تعدادی از معادن در آن قرار دارند، زندگی می‌کنند. استرالیایی‌های بومی بیشتر از هم‌تایان غیر بومی خود بیکار هستند و در زیر خط فقر زندگی می‌کنند و برای غلبه بر این نقطه ضعف برای افراد بومی مهم است که اشتغال معناداری کسب کنند. در این مناطق دور افتاده علاوه بر معدن، گردشگری به صورت بالقوه فرصت‌های قابل توجهی برای اشتغال بومی فراهم می‌کند [10]. با این وجود بسیاری از این شرکت‌های گردشگری بومی برای پایدار بودن به حمایت مداوم نیاز دارند. شرکت‌های معدن دارای منابع و زیرساخت‌های قابل توجهی هستند که می‌تواند برای کمک به توسعه گردشگری بومی مورد استفاده قرار گیرد و تعدادی از شرکت‌ها به عنوان بخشی از دستور کار مسئولیت اجتماعی شرکت‌های خود، به طور مستقیم توسعه سرمایه‌گذاری‌های گردشگری بومی را تسهیل کرده‌اند. این مطالعه که به مورد درگیری بومی‌ها در جهانگردی و در منطقه وپا در شمال غربی کوئینزلند پرداخته است، نقش عملیات معدن بوکسیت آن زمان را که اکنون به نام ریو تینتو آلومینیوم نامیده می‌شود، در کمک به این پیشرفت مورد بررسی قرار داده است. این مطالعه اشتیاق قابل توجهی در مورد فرصت‌های بازار برای گردشگری بومی و پشتیبانی بالقوه از معدن کومالکو نشان داد. با این حال این معدن خود را مستقیماً درگیر نمی‌دید، اما خود را تسهیل‌کننده با برخی سازمان‌های بومی منطقه‌ای می‌داند. با این حال با توجه به محدودیت‌هایی که این سازمان‌های دیگر با آن روبرو هستند، این رویکرد کومالکو احتمالاً کارایی تلاش‌های این معدن را محدود کرده است.

پژوهش هکتور ام کانسا، رینر شولین و برنند نواک ۲۰۰۸ با نام: چشم انداز معدن: یک فرصت گردشگری فرهنگی یا یک مشکل زیست محیطی؟ نیز همسو با پژوهش جرمی بولتجنز و همکاران (۲۰۱۰) است [11].

در پژوهش جی آرول ادواردز و جان کارلس ۱۹۹۶ با عنوان معادن: گردشگری میراث صنعتی؛ به بررسی پتانسیل‌های گردشگری اماکن صنعتی به طور کلی و به طور خاص در مناطق معدن پرداخته شده است. چنین جاذبه‌های گردشگری می‌تواند در چارچوب وسیع توریسم میراث گنجانده شود. با این حال، بر خلاف دیگر اشکال شناخته شده‌تر و توسعه یافته گردشگری میراث، توجه محدود به آنها معطوف شده است. در این مقاله به اهمیت و درک معادن به عنوان قانونی برای گردشگری میراث صنعتی و گسترش آن در دهه‌های گذشته پرداخته شده است [12].

۲-۱- توسعه گردشگری معدن در ایران

این نوع از گردشگری در کشورهای دیگر سالهاست که شناخته شده و از آن استفاده میشود ولی در کشور ما با اینکه تقریباً ۱۰ سالی هست که مطرح شده ولی هنوز برای بسیاری ناشناخته میباشد و سرمایه گذاری خاصی برای گسترش و معرفی آن انجام نشده، بنابراین اقدامی هم برای بررسی فرصتها و برطرف نمودن موانع و چالشها و رونق بخشیدن به این نوع گردشگری انجام نگرفته است [13] و این تحقیق میتواند با شناسایی فرصتها، قدمی مناسب برای شناساندن و احیای این نوع از گردشگری بردارد.

به طور کلی می‌توان به عوامل مهمی که در این پژوهش‌ها برای بررسی فرصت‌های صنعت گردشگری معدنی در کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته پی برد که در آنها بر اثرات توسعه صنعت گردشگری معدنی، سازمان‌های درگیر در توسعه صنعت گردشگری و همچنین معدنی، موانع و محدودیت‌ها در توسعه این صنعت، جاذبه‌های طبیعی معدنی به‌عنوان جذب گردشگر معدنی و اهمیت معادن متروکه به‌عنوان پتانسیل قوی در جذب گردشگر معدنی تاکید شده است.

۳- مدل و فرضیه‌های تحقیق

با توجه به شیوه کیفی گفته شده در فوق، تحقیق حاضر قصد دارد در فرضیه‌های زیر به بررسی فرصت‌ها توسعه گردشگری معدنی در ایران با استفاده از روش تحلیل کیفی تم پردازد.

فرضیه شماره ۱: معادن بخاطر داشتن زیرساخت‌های اولیه، مستعد تبدیل شدن به یک جاذبه توریستی می‌باشند.

فرضیه شماره ۲: معادن به دلیل ناشناخته بودن و منحصر بفرد بودن می‌توانند جاذبه گردشگری مناسبی باشند.

فرضیه شماره ۳: معادن پتانسیل خوبی برای رونق بخشیدن به منطقه با جذب گردشگران دارند.

فرضیه شماره ۴: معرفی گردشگری معدنی و گسترش آن در جامعه کمک شایانی به اقتصاد کشور خواهد کرد.

فرضیه شماره ۵: گردشگری معدنی می‌تواند با جذب توریست‌های بین‌المللی باعث ارزآوری و رونق اقتصادی و بالا بردن درآمد ناخالص داخلی شود.

۴- روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی _ پیمایشی است که به روش میدانی انجام شده است. داده‌های صوتی جمع‌آوری شده، اطلاعات خامی بوده که پس از تحلیل و بررسی نقطه نظر خبرگان، به صورت واحدهای کمی و عددی آماری درآمده است که در بخش‌های بعدی به آن پرداخته می‌شود. ماهیت روش پژوهش حاضر، تحلیلی و اکتشافی بوده و از نظر هدف کاربردی که به صورت آمیخته با بکارگیری ترکیبی از مدل‌های کیفی و کمی انجام گرفته است. روش بکار گرفته شده در این پژوهش، روش کیفی است، تا برای شرکت‌کنندگان پیش زمینه ذهنی ایجاد نکرده و چارچوبی از پیش تعیین شده بر نظر آنها تحمیل نکند (گیفورد، ۲۰۱۶). روش‌های کیفی برای شناخت اکتشافی موضوعاتی که به‌طور گسترده مطالعه نشده، مناسب هستند، چرا که «به متغیرهای از پیش تعریف شده نیازی نداشته، اجازه می‌دهند جایگاه پدیده از دل داده‌ها ظهور کنند» (کامیک و یاردلی^۱، ۲۰۰۳). جامعه آماری پژوهش، شامل صاحب نظران و خبرگان در زمینه گردشگری و معدن در سراسر ایران بودند که حداقل از ۵ تا ۲۰ سال در این دو حوزه فعالیت مستمر داشتند. در این روش از میان خبرگان، ۱۶ نفر با روش گلوله برفی انتخاب گردیده و با پیگیری‌های محقق ۱۲ نفر از آنان نمونه آماری تحقیق قرار گرفتند. نمونه‌گیری گلوله برفی یک روش نمونه‌گیری غیر احتمالی برای مواقعی است که واحدهای مورد مطالعه براحتی قابل شناسایی نباشند.

ابزار تحقیق در این پژوهش، از آنجا که پرسشنامه یا مقیاس‌های استاندارد در خصوص اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق وجود نداشت، محقق با بررسی منابع و پایان نامه‌ها و مقالات مرتبط با موضوع تحقیق، پرسشنامه تعدیل شده استفاده نمود که شامل ۵ سؤال و مقیاس پنج ارزشی لیکرت بود.

این پرسشنامه پس از تأیید روایی صوری (ماکسول، ۲۰۱۷: ۲۸۲) (از طریق توزیع پرسشنامه و نظر خواهی از ۱۴ نفر از متخصصان گردشگری) و روایی سازه (از طریق تحلیل عاملی اکتشافی جهت تعیین همبستگی) ($KMO=0/908$) و نیز تعیین پایایی ($\alpha=0/98$) مورد استفاده قرار گرفت که به صورت دو وجهی و بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت تنظیم گردیده است. پس از توزیع، با پیگیری‌های محقق ۱۲ پرسشنامه جمع‌آوری شد. تحلیل عاملی در بسته‌های نرم‌افزاری آماری SPSS و لیزرل (Lisrel 8.5) استفاده شد (جانسون و کریستنسن، ۲۰۱۳: ۲۸۵).

¹.Comic & Yardly

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون K-S جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد که بر اساس آن توزیع داده‌ها نرمال نبود، ولی بنا بر قضیه حد مرکزی وقتی اندازه حجم نمونه‌ها به اندازه کافی بزرگ باشد این شرایط و پیش فرض لازم نیست. همچنین، از آزمون معناداری میانگین‌ها برای بررسی میزان اهمیت گویه‌ها و از تحلیل عاملی مرتبه دوم برای اولویت‌بندی راهکارهای توسعه گردشگری معدنی در استفاده از فرصت‌ها استفاده گردید.

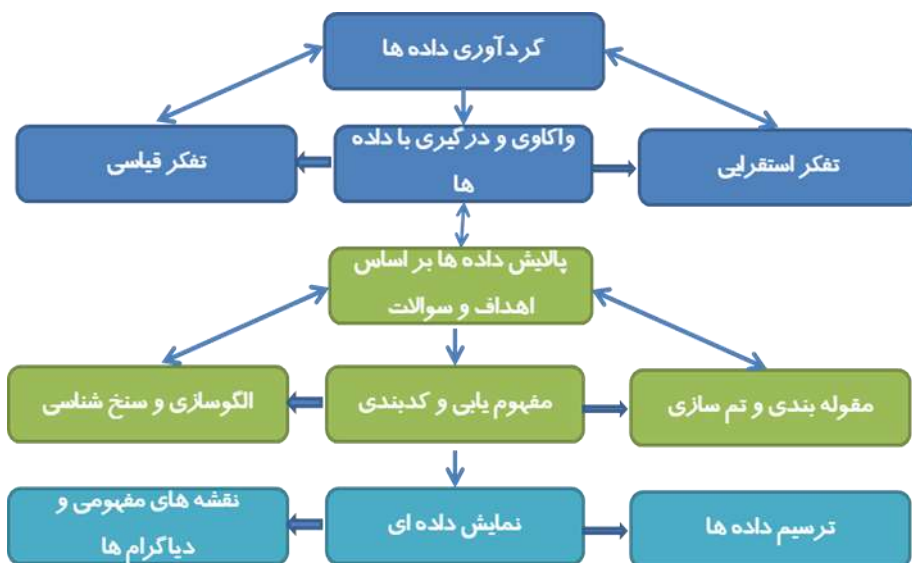
شیوه گردآوری اطلاعات، کیفی با استفاده از روش تحلیل مضمون و انجام مصاحبه با خبرگان بوده است. در مرحله اول، جهت جمع‌آوری مضامین ۱۶ مصاحبه عمیق با استفاده از سوالات باز و نیمه ساختار یافته با ۱۶ نفر از خبرگان که از بین کارشناسان ارشد وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، و اعضای هیات علمی دانشگاه‌های وزارت علوم و در مواردی کارشناسان خبره در زمینه زمین‌شناسی و معدن انتخاب شده بودند انجام گرفت.

روش انتخاب نمونه آماری هدفمند بود بدین‌صورت که از فرد مصاحبه شونده خواسته می‌شد که نفر بعدی که می‌تواند در خصوص موضوع مورد پژوهش اطلاعات لازم را به ما ارائه کند معرفی نمایند و پس از معرفی و ایجاد هماهنگی‌های اولیه برای انجام مصاحبه، ابتدا اطلاعات لازم در خصوص راه‌های توسعه گردشگری و همچنین گردشگری معدنی در اختیار آنها قرار می‌گرفت و در نهایت مصاحبه صورت می‌گرفت انجام مصاحبه با خبرگان تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه پیدا نمود محقق در این تحقیق در مصاحبه پانزدهم به اشباع نظری رسید لیکن جهت حصول اطمینان مصاحبه‌ها را تا نفر شانزدهم ادامه داد پس از اتمام هر مصاحبه کد گذاری داده‌ها و ساخت مضامین توصیفی صورت می‌پذیرفت در فرایند کد گذاری ابتدا فرایند مصاحبه از ابتدا تا انتها گوش داده می‌شد و نکات مد نظر مصاحبه شونده به صورت جملات کلیدی نوشته شده و پس از اتمام آن هر جمله توصیفی را به صورت یک مضمون توصیفی درآورده و به آن برچسبی داده می‌شد پس از اتمام این مرحله فرایند تدوین مضامین پایه آغاز گردید به طوریکه مضامین توصیفی با قرابت معنایی و تشابه موضوعی در یک دسته قرار گرفته و با انتخاب مضمون و عنوان جدید مناسب برای آنها دسته بندی جدیدی از آنها صورت گرفته و مضامین پایه شکل می‌گرفتند.

از آنجایی که روش تحقیق این پایان نامه کیفی بوده و داده‌های جمع‌آوری شده نیز داده‌هایی کیفی می‌باشند، در این بخش به رویه‌ها و مدل‌های تحلیل داده‌های کیفی می‌پردازیم. توجه و گسترش روزافزون استفاده از روش‌های کیفی در اجتماع دانشگاهی کشور نه تنها مستلزم شناخت این روش‌ها و چگونگی طراحی و اجرای آن است، بلکه نیازمند آشنایی با رویه‌های تحلیلی این روش‌ها و استفاده از آنها نیز می‌باشد. از جمله رویه‌های تحلیل کیفی می‌توان به نظریه‌ی زمینه‌ای، تحلیل روایتی، تحلیل تماتیک، تحلیل محتوای کیفی، تحلیل مکالمه، تحلیل پدیدار شناسی، تحلیل نشانه شناسی، توصیف ضخیم، تحلیل گفتمان انتقادی، تحلیل موقعیتی و تحلیل داده‌های مشاهده‌ای اشاره نمود. در این میان برای تحلیل داده‌های کیفی این پژوهش که از طریق مصاحبه به دست آمده‌اند، از تحلیل تماتیک یا تحلیل موضوعی استفاده گردید.

تحلیل تماتیک عبارت است از تحلیل مبتنی بر استقرای تحلیلی که در آن محقق از طریق طبقه بندی داده‌ها و الگو یابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ شناسی تحلیلی دست می‌یابد. در تعریفی دیگر تحلیل تماتیک عبارت است از کدگذاری و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند (چک و شوت^۲، ۲۰۱۲).

² Check & Schutt



شکل ۲: طرح عمومی تحلیل تماتیک (سیلورمن^۳، ۲۰۰۵) [14]

داده های کیفی این پژوهش از طریق تحلیل تماتیک تجزیه و تحلیل گردیدند. بدین روش که پس از مصاحبه و مرور اطلاعات کتبی و شنیداری حاصل از مصاحبات صورت گرفته از سخنان مصاحبه شوندگان، تم های استخراج شده تدوین گردیده و در نهایت به صورت جدولی جامع ارائه گردیدند که در بخش یافته های پژوهش به آن می پردازیم. تعیین پایایی یافته ها مرحله ای حیاتی در فرآیند مصاحبه است. توجه به دو نفر کدگذار به درصد های گزارش شده، در طول طبقه بندی مصاحبه ها، روشی برای تعیین پایایی تحلیل است. میزان (درصد) توافق درونی موضوعی دو کدگذار (شصت درصد یا بیشتر) در مورد یک مصاحبه نیز، روشی برای پایایی تحلیل است (کویل، ۱۹۹۶).

۴-۱- جامعه آماری و روش نمونه گیری

اطلاعات جمعیت شناختی و سطح پندل خبرگان در تحقیقات کیفی از اهمیت قابل توجهی برخوردار است در پژوهش حاضر تعداد ۱۲ نفر از اعضای پانل خبرگان به پرسشنامه های ارسالی پاسخ دادند (کل پانل خبرگان برابر با ۱۶ نفر بود)، که از میان آنها ۴ نفر زن (دانشگاه ۳ نفر و میراث فرهنگی ۲ نفر) و ۸ نفر مرد بودند. همچنین از مجموع ۱۲ نفر، ۸ نفر خبرگان دانشگاهی دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر (۲ نفر استاد تمام، ۳ نفر دانشیار و ۳ نفر استادیار) بودند و ۴ نفر از کارشناسان معدن و گردشگری (۲ نفر مدرک رشد و ۱ نفر کارشناس و ۱ نفر دیپلم باتجربه بالا) بودند. جدول شماره ۴ در زیر اطلاعات جمعیت شناختی پانل خبرگان را نشان می دهد.

جدول ۲: ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متغیر	جنس		سن			میزان تحصیلات		شاخص آماری
	مرد	زن	زیر ۳۰	۳۰ تا ۴۰	بالای ۴۰	کارشناسی ارشد	شاغل در گردشگری	
فراوانی	۸	۴	۷	۴	۱	۸	۴	۱۲
درصد	۶/۶۶	۳/۳۳	۵/۸۳	۳/۳۳	۰/۸۳	۶/۶۶	۳/۳۳	۱۰۰

³ Silverman

۴-۲- ابزار

ابزار تحقیق در این پژوهش، از آنجا که پرسشنامه یا مقیاس های استاندارد در خصوص اندازه گیری متغیرهای تحقیق وجود نداشت، محقق با بررسی منابع و پایان نامه ها و مقالات مرتبط با موضوع تحقیق، پرسشنامه تعدیل شده استفاده نمود که شامل ۵ سؤال و مقیاس پنج ارزشی لیکرت بود.

این پرسشنامه پس از تأیید روایی صوری (ماکسول ، ۲۰۱۷: ۲۸۲) (از طریق توزیع پرسشنامه و نظر خواهی از ۱۴ نفر از متخصصان گردشگری) و روایی سازه (از طریق تحلیل عاملی اکتشافی جهت تعیین همبستگی) ($KMO=0/908$) و نیز تعیین پایایی ($\alpha=0/98$) مورد استفاده قرار گرفت که به صورت دو وجهی و بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت تنظیم گردیده است. پس از توزیع، با پیگیری های محقق ۱۲ پرسشنامه جمع آوری شد. تحلیل عاملی در بسته های نرم افزاری آماری SPSS و لیزرل (Lisrel 8.5) استفاده شد (جانسون و کریستنسن ، ۲۰۱۳: ۲۸۵).

به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون K-S جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها استفاده شد که بر اساس آن توزیع داده ها نرمال نبود، ولی بنا بر قضیه حد مرکزی وقتی اندازه حجم نمونه ها به اندازه کافی بزرگ باشد این شرایط و پیش فرض لازم نیست. همچنین، از آزمون معناداری میانگین ها برای بررسی میزان اهمیت گویه ها و از تحلیل عاملی مرتبه دوم برای اولویت بندی راهکارهای توسعه گردشگری معدنی در استفاده از فرصت ها استفاده گردید.

شیوه گردآوری اطلاعات، کیفی با استفاده از روش تحلیل مضمون و انجام مصاحبه با خبرگان بوده است. در مرحله اول، جهت جمع آوری مضامین ۱۶ مصاحبه عمیق با استفاده از سوالات باز و نیمه ساختار یافته با ۱۶ نفر از خبرگان که از بین کارشناسان ارشد وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، و اعضای هیات علمی دانشگاه های وزارت علوم و در مواردی کارشناسان خبره در زمینه زمین شناسی و معدن انتخاب شده بودند انجام گرفت.

۵- یافته های تحقیق

تحقیق حاضر قصد دارد تا به بررسی فرصت های توسعه گردشگری معدن در ایران با استفاده از روش تحلیلی کیفی تم پردازد. در پژوهش حاضر، انجام مصاحبه و پیاده سازی آن توسط پژوهشگر به شناخت کلی داده ها کمک شایانی نمود. تبدیل داده های شفاهی مصاحبه به متن مکتوب روندی وقت گیر، اما مفید برای آشنایی کامل با داده هاست. خواندن و بازخوانی داده ها نیز به آشنایی بیشتر با آن کمک کرده، به نوشتن ایده های اولیه منجر می شود. در این مرحله، فایل های صوتی مصاحبه شوندگان در زمینه موضوعی پیاده سازی گردید.

جدول ۳: دسته های مفهومی تشکیل دهنده تم

تم	دسته های مفهومی تشکیل دهنده تم	کد مصاحبه شوندگان
	وجود انواع گوناگون معادن در کشور	(I1) ، (I3) ، (I7)
	داشتن کلاس جهانی برخی معادن	(I3)
	وجود معادن باستانی زیر زمینی	(I3) ، (I5)
	جاذبه طبیعی و زمین شناسی معادن	(I7) ، (I9)
	ژئوتوریسم	(I2) ، (I4)

فرصت‌ها	گردشگری صنعتی	(15)
	امکان بررسی تاریخ زمین	(16) ، (19)
	میراث بشریت	(14)
	امکان شهرسازی	(15) ، (18) ، (110)
	با معادن بسیار زیاد	(18)
	پدیده زمین شناسی	(19)
	نمک درمانی	(17)
	انرژی درمانی	(17)

کدهای دو حرفی موجود در جدول، مربوط به مصاحبه شوندگان می‌باشند. به عنوان مثال کد (111) نشان‌دهنده‌ی مصاحبه شونده‌ی شماره‌ی یازده می‌باشد، حرف I مخفف کلمه‌ی Interviewee به معنای مصاحبه شونده می‌باشد و منظور از شماره‌ی ۱۱ نیز یازدهمین مصاحبه شونده می‌باشد.

- ✓ خوشبختانه کشور ایران دارای همه‌گونه معادن زیر زمینی، روباز، متروکه، فعال و غیرفعال و شدادی است و این فرصتی است برای علاقه‌مندان به معدن (11).
- ✓ با توجه به گستردگی معادن در سراسر کشور و تنوع در تولیدات معدنی می‌توان با برنامه ریزی در جهت گردشگری معدن استفاده کرد (13).
- ✓ تمرکز معادن در برخی شهرها می‌تواند آن شهرها را در اولویت صنعت گردشگری معدن قرار دهد (17).
- ✓ معادن بزرگ مقیاس ایران مانند مس سونگون، سرب و روی انگوران، چادر ملو، چغارت بافق، سرچشمه و گل گهر کرمان در سطح کلاس جهانی قرار دارند و می‌توانند به عنوان جاذبه گردشگری معرفی گردند (13).
- ✓ معادن باستانی فعال زیر زمینی مانند معدن سرب نخلک انارک از لحاظ قدمت می‌توانند فرصت مناسبی برای توسعه گردشگری باشند (۳۱).
- ✓ وجود معادن قدیمی و متروکه در کشور می‌تواند از جنبه تاریخی و مطالعاتی برای گروه‌هایی از جامعه جالب باشد (15).
- ✓ معادن ایجاد شده در جنگ جهانی دوم توسط آلمان‌ها و روس‌ها مانند معدن مس زنجان (۳۱)
- ✓ بسیاری از معادن در طبیعت بکر و دست نخورده ای قرار دارند که می‌توان از ادغام طبیعت گردی و معدن گردی استفاده کرد (17).
- ✓ تاریخ زمین شناسی و رگه‌های مربوط به دوران مختلف زمین شناسی می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در گردشگران باشد (19).
- ✓ می‌توان همراه با تورهای ژئوتوریسم دیدار از معادن را گنجاند و به عنوان یک ژئوسایت در کنار دیگر جاذبه‌های گردشگری معرفی کرد (12).
- ✓ طبیعت بکر اطراف معادن می‌تواند به عنوان مکمل گردشگری معدن در نظر گرفت و در غالب گردشگری طبیعت، گردشگری معدن را در آن جای داد (14).
- ✓ دو حوزه ژئو توریست و گردشگری صنعتی داریم. بازدید از خط تولید و پروژه‌های گردشگری صنعتی. در کشور مخاطبان زیادی داریم و می‌توانیم مخاطبان خاص و عام را جلب نمایم (15).

- ✓ بهره برداری معادن جذابیت دارد و در همان حال که تاریخ زمین را نشان می دهد، میراث زمان را گواهی میدهد و این نقطه قوتی برای گردشگری معدن است (۱۶).
 - ✓ رگه های معدن هر کدام حکایتی از یک دوران زمین شناسی است و این فرصتی جالب برای بازدیدکنندگان است (۹۱).
 - ✓ معادن متروکه به عنوان یک میراث بشری و چگونگی روند استخراج در گذشته می تواند برای مردم جالب باشد تا با تاریخ استخراج و چگونگی به کارگیری ابزارهای قدیمی آشنا گردند (۱۴).
 - ✓ می توان از فضای معدن غیرفعال برای ایجاد شهربازی با استفاده از مواد و مصالح و ماشین آلات همان معدن اقدام کرد تا بازدید کنندگان علاوه بر آشنایی با کار معدن از امکانات سرگرمی آن نیز استفاده نمایند (۱۵).
 - ✓ استفاده از تونل ها در راستای ایجاد هیجان و سرگرمی و استفاده از ابزار و وسایل قدیمی که جنبه تاریخی دارند می تواند در ایجاد انگیزه گردشگری معدن کارساز باشد (۱۸).
 - ✓ در بسیاری از کشورها از امکانات موجود در معادن قدیمی استفاده کرده و آن را به صورت محیطی دلپذیر با سرگرمی های گوناگون درآورده اند و در معادن غیر فعال کشور نیز این فرصت وجود دارد (۱۰).
 - ✓ ایران یک کشور با منابع متعدد معدنی است و اطراف برخی شهرها پر از معادن است و این یک فرصت است برای گردشگری معدنی و برنامه ریزی برای توسعه امر گردشگری (۱۸).
 - ✓ ترکیبات لایه ها، چشمه ها، جنس زمین و خاک فرصت مطالعاتی خوبی برای توره های علمی فراهم می کند (۱۹).
 - ✓ در کنار معادن نمک می توان به راحتی مراکز نمک درمانی ایجاد کرد و از این راه هم به توسعه معدن کمک کرد و هم به جذب گردشگر (۱۷).
 - ✓ بسیاری از سنگ ها و فلزات معدنی کشور خواص درمانی دارند و می توان در کنار این معادن مراکز درمانی ایجاد کرد و براحتی عده بسیاری را جلب نمود (۱۷).
- با توجه به مصاحبه های صورت گرفته، می توان دریافت که فرصت های متنوعی در کشور برای جلب گردشگر معدن وجود دارد ولیکن تا به حال از این فرصت ها به نحو شایسته ای استفاده نگردیده است و بایستی به انتظار بنشینیم و در ادامه مصاحبه از زبان خود خبرگان دلایل این کوتاهی و قصور در امر گردشگری معدن را جویا شویم.

جدول ۴: یافته های پژوهشی مربوط به سوالات اصلی تحقیق

ارکان مدل	تم اصلی	دسته های مفهومی تم ها
گردشگری معدن	فرصتها	۱. وجود انواع گوناگون معادن در کشور
		۲. داشتن کلاس جهانی برخی معادن
		۳. وجود معادن باستانی زیر زمینی
		۴. جاذبه طبیعی و زمین شناسی معادن
		۵. امکانات ژئوتوریسم
		۶. امکان گردشگری صنعتی
		۷. امکان بررسی تاریخ زمین
		۸. میراث بشریت
		۹. امکان شهربازی
		۱۰. شهرها با معادن بسیار زیاد
		۱۱. پدیده زمین شناسی
		۱۲. امکانات نمک درمانی



شکل ۳: فرصت های گردشگری معدن

۶- بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با عنوان بررسی فرصت های توسعه گردشگری معدن در ایران با استفاده از روش تحلیلی کیفی تم را از دیدگاه تعدادی از اعضای هیات علمی دانشگاه های وزارت علوم، خبرگان شاغل در صنعت گردشگری و همچنین کارشناسان باتجربه در زمینه معدن در کشور با استفاده از رویکرد ترکیبی مورد بررسی قرار گرفته شده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که پاسخ دهندگان اعتقاد دارند که به نظر مصاحبه شوندگان، کشور ما دارای فرصت های نهفته ای برای سرمایه گذاری و رونق صنعت گردشگری معدنی می باشد. فرصت هایی چون وجود انواع گوناگون معادن در کشور، داشتن کلاس جهانی برخی معادن، وجود معادن باستانی زیرزمینی، جاذبه طبیعی و زمین شناسی معادن، شهرها با معادن بسیار زیاد، نمک درمانی و انرژی درمانی از اهم فرصت های بی بدیلی است که می تواند مورد توجه برنامه ریزان این حوزه قرارگیرد. بررسی دقیق نظرات کارشناسان معدن و کارشناسان حوزه گردشگری نشان دهنده این واقعیت است که کارشناسان معدن فهم اندکی در حوزه تشریح فرصت های گردشگری داشتند و بیشتر نظریات تعلق به خبرگان گردشگری داشت. همچنین همگی معتقدند در صورت استفاده از فرصت های نهفته در گردشگری معدنی می توان به توسعه پایدار و رونق اقتصادی کشور امیدوار بود.

امروزه صنعت گردشگری پس از صنایع نفت و اتومبیل سازی به سومین صنعت درآمدزا تبدیل شده است و نقش بسیار مهمی در اشتغالزایی و درآمدزایی کشورها ایفا می کند. از آنجاکه این صنعت به سرمایه گذاری سنگین اولیه نیاز ندارد، بنابراین با توجه بیشتر به آن می توان چرخ اقتصادی کشورها را به خوبی به گردش درآورد. از این جهت به گردشگری صنعت

پاکیزه و بدون آلودگی می گویند که از لحاظ اقتصادی سبب ایجاد اشتغال، کاهش بیکاری و افزایش درآمد می شود و به لحاظ زیست محیطی دوستدار طبیعت است. ایران به عنوان کشوری که از یکسو دارای پتانسیل ها و توانمندی های فراوان در عرصه شاخه های گوناگون گردشگری است؛ و از سوی دیگر کشوری است دارای جمعیت جوان که نرخ بیکاری نسبتاً بالایی دارد، می تواند با برنامه ریزی درست در حوزه گردشگری، بر معضل بیکاری خود فائق آید. متأسفانه تاکنون شاهد بهره مندی کشورمان از این موقعیت نبوده ایم. با توجه به این نکته که اقتصاد کشورمان تلاش دارد خود را از یوغ تک محصولی بودن درآورد، به نظر می آید سرمایه گذاری و توجه بیشتر به این صنعت می تواند کمک شایانی در این راه بنماید. به دلیل تعدد شاخه های این رشته افراد زیادی از اقشار جامعه علی الخصوص جوانان تحصیل کرده و علاقه مند در سطح کشور جذب شده در حقیقتا گام بزرگی در جهت تحقق تفکر کارآفرینی و اشتغال زایی تابحال برداشته اند. عمده مشکل ایران در حوزه گردشگری، مربوط به مسائل اجرایی و مدیریتی است که اگر دیدگاه جهان بینی خود را گسترش دهیم مبحث اقتصادی این صنعت نیز حل خواهد شد [15].

صنعت گردشگری که بزرگ ترین صنعت در جهان امروز است، فرصت های شغلی بسیار مهیج و رقابتی را فراهم می سازد، به گونه ای که در دهه گذشته، در ایالات متحده، نرخ رشد اشتغال این صنعت در مقایسه با سایر صنایع دو برابر بوده است و انتظار می رود که همین روند در این کشور و نیز در سراسر جهان ادامه یابد [16]. لی گردشگری را منبعی اشتغالزا می نامد و بر این باور است که هرچند، مطالعاتی گسترده در زمینه اثر مخارج گردشگری بر اشتغال زایی صورت گرفته، اما تنها به پاسخ برخی پرسش های اساسی مرتبط با آن محدود شده است. به عقیده او، در صنعت گردشگری، به طور کلی، سه نوع اشتغال شناسایی شده است که عبارت اند از:

- اشتغال مستقیم ناشی از هزینه کردن برای تسهیلات گردشگری، مانند هتل؛

- اشتغال غیرمستقیم در بخش بازرگانی متأثر از گردشگری در مرحله ثانوی، مانند حمل و نقل محلی، صنایع دستی و بانک؛

- اشتغال القایی ناشی از هزینه کردن درآمد ساکنان محلی از گردشگری [17].

باتلر نیز بر این باور است که در مورد زنان، توسعه گردشگری به افزایش فرصت های شغلی، ارتقای پایگاه اجتماعی، ایجاد اشتغال و خودکفایی، ایجاد فرصت های دستیابی به موقعیت و جایگاه مدیریت و رهبری و افزایش فرصت های آن ها برای فعالیت و موقعیت های جانبی می انجامد [18].

فصلی بودن گردشگری بدین معنی است که در بسیاری از مقصدها دست کم دو بازار کار وجود دارد که یکی، برای شاغلان دائمی این صنعت و دیگری، برای شاغلان گردشگری در فصل تراکم کاری است. اشتغال فصلی همچون اشتغال موقت، شاغلان حاشیه ای را جذب می کند و اگر فشار تقاضا نسبتاً کافی باشد، ممکن است دستمزدها افزایش یابد. پدیده فصلی بودن اشتغال در صنعت گردشگری، علاوه بر تأثیر بر مشاغل مستقیم گردشگری، در مشاغل غیرمستقیم مرتبط با آن نیز تأثیرگذار است و در بازارهای نیروی کار آزاد، اغلب همین جریان به مهاجرت موقت و گسترده نیروی کار می انجامد که انتقال درآمد و مخارج مرتبط با آن بین مناطق را در پی دارد [19].

با توجه به جایگاه و اهمیت صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی می توان از نظر نخبگان و اهل فن در این زمینه استفاده کرد.

کلی و همکاران^۴ (۲۰۱۸)، در تحقیق خود نشان داده اند که بیشتر لوکیشن های گردشگری در کشورهای پیشرو در این صنعت با جذب سرمایه گذاری های (مستقیم و غیرمستقیم) داخلی و خارجی، تحت مالکیت خصوصی و اشخاص حقیقی و

^۴. Kelly et al

حقوقی بومی و غیر بومی قاره های مختلف در آمده اند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات امیرحسینی و همکاران (۱۳۹۲) و آذربون و کمبز (۲۰۱۵) همسو می باشد

خصوصی سازی گردشگری و جذب سرمایه گذاری های مستقیم و غیر مستقیم خارجی، که در برنامه هفتم توسعه به عنوان یک ماده مجزا در راستای توسعه گردشگری آمده است و در مفاد ۸۲ و ۸۳ لایحه برنامه هفتم توسعه جرئیات آن به تفصیل آمده است از مهم ترین ویژگی های این صنعت پر سود امروز در کشورهای توسعه یافته است که بار عظیمی از دوش دولت ها در حمایت از گردشگری برداشته اند. لذا ضرورت دارد که دولت و سیاست گذاران این حوزه در بکارگیری این منابع مالی و حمایتی در برنامه هفتم با تصویب جزئیات و بخشنامه های کارآمد در توسعه و نهادینه کردن این بخش اقدامات لازم را انجام دهد.

در این راستا و بر مبنای نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر برای تصمیم گیران و مجریان حوزه گردشگری معدن قابل ذکر است.

پیشنهادهای برای سیاستمداران و تصمیم گیران

همانطور که در برنامه هفتم توسعه آمده است مسئولان کشور برای توسعه هرچه بیشتر گردشگری معدنی کشور، زمینه های لازم برای فعال نمودن قانونی بخش خصوصی آن مهیا کنند. در این راستا نیاز است که مقررات و بخشنامه های لازم و ضروری کارآمد در مجلس شورای اسلامی تصویب گردد. توسعه آژانس ها و مراکز جذب گردشگر معدنی و ایجاد زیرساخت های آن می تواند بسیار مفید واقع شود.

تجربه نشان داده است بسیاری از برنامه ها و مصوبات قانونی کشور در عمل قابلیت اجرایی نداشته و یا در اجرا با محدودیت هایی مواجه شده اند. فعالیت بخش خصوصی در حوزه گردشگری معدنی نیازمند مطالعات کارشناسی و تصویب قوانینی متناسب با شرایط و نیاز های این حوزه است در این خصوص باید به دور از شتاب زدگی و با انجام مطالعات کارشناسی شده، قوانینی تصویب گردد که اولاً قابلیت اجرایی داشته باشد ثانیاً قوانین مصوب بتواند یک محیط پویای رقابتی را برای توسعه این حوزه ایجاد نماید و ثالثاً اجازه فعالیت بخش خصوصی باعث شکل گیری گروه های سوداگرانه و فعالیتهای دلالی و یا ایجاد دامپینگ یا تراست در حوزه گردشگری معدنی نشود.

قوانین مصوب باید عوامل تشویقی و حمایتی در جذب سرمایه گذاری های خارجی در کشور و به ویژه بخش های مربوط به زیرساخت های گردشگری معدنی را فراهم و تقویت نماید.

نظر به وجود مراکز معدنی بسیار زیاد و با پیشینه تاریخی بسیار کهن در استان های مختلف کشور، تعدد خدمات ارائه شده در این استانها و تبلیغ و ترویج موفقیت های آنها در گردشگری به زبان محلی کشورهای باسابقه درخشان گردشگری اقدامی ناگزیر در توسعه گردشگری معدنی می باشد. در خصوص ایجاد مراکز تبلیغاتی در داخل سایت های اصلی استانهای قطب و مراکز مهم معدنی در کشور و تبلیغ فعالیت های آنها به زبان کشور های همجوار نیز اقدامی اثرگذار خواهد بود.

پیشنهادهای برای مجریان

ایجاد مراکز جذب گردشگری معدنی توسط بخش خصوصی و حمایت از آنها و فرهنگ سازی توسعه گردشگری معدنی در داخل سازمانهای ذی ربط با بکارگیری نیروهای خلاق و کارآمد اهمیت قابل توجهی بر توسعه گردشگری معدنی خواهد داشت.

فعال نمودن دیپلماسی اقتصادی مبتنی بر گردشگری معدن در راستای جذب گردشگر و ایجاد پیمان نامه های تشویقی با کشورهای همسایه در حوزه های درمانی با سنگ های نمکی و مواد معدنی کمیاب و جذب دانشجوی خارجی از آنها تاثیر قابل توجهی بر توسعه این حوزه خواهد داشت.

⁵ . Osborne & Coombs

مسئولین کشور در سیاست های گردشگری در سطح بین المللی توجه خود را معطوف به حوزه های خاصی محدود ننمایند. علاوه بر گردشگری مبتنی بر درمان معدنی، استفاده از نمک زارها، دریاچه های شور، آبهای گرم و سایر امکانات محیطی را در توسعه گردشگری معدنی و حتی بازدید از این اماکن تاریخی و کمیاب مد نظر قرار داده و با تصویب قوانین خاص در ایجاد و گسترش مراکز تفریحی-درمانی به مانند مراکز معدنی نقش تسهیل گر را ایفا نمایند. تشویق معدنچیان و افراد باتجربه و ماهر در زمینه گردشگری در ایجاد سایت های گردشگری معدن در مناطق مختلف کشور با حمایت فراگیر دولتی می تواند در حوزه توسعه گردشگری معدن نقش بسزایی داشته باشد. پیشنهاد می شود در پژوهشهای بعدی انجام پژوهش زیر در سطح ملی و مقایسه یافته های آن با نتایج این پژوهش و بهره گیری از دیگر روش های گردآوری اطلاعات و مقایسه آن با نتایج این پژوهش در دستور کار قرار گیرد.

منابع

1. Martin, D, Rosenbaum, M, Ham, S, (2015), Marketing tourism and hospitality products worldwide: Introduction to the special issue, Journal of Business Research, 1-3.
2. Salehi, Firouzeh (2011). Investigating opportunities and challenges and providing solutions for developing mining tourism in Iran using qualitative thematic analysis. Master's thesis. Payam Noor Alborz University. Karaj. Iran. [In Persian].
3. Wang, R., Dai, M., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' happiness of life in rural tourism development. Journal of Destination Marketing & Management, 20, 100612.
4. Nogowa, H., Y Yamaguchi, and Y. Hagi. (2006). An empirical research study on Japanese Mine tourism in Mine –for-All Event: Case studies of a single- night event and a multiple-night event.”journal of travel Reserch, 22(Fall):46-54..
5. General policies of the 7th development plan, notification 6/20/1401. [In Persian].
6. Nekoui, Zahra; Zargham Borojni, Hamid; Khoshkho, Mohammad Hossein (2019). Investigating the relationship between globalization and tourism development (case study: Tehran). National Studies Quarterly, 41, Year 11, Number 1. [In Persian].
7. Shafiei Naderi, Fouzieh (2017). Presenting a health tourism supply chain model (Case study: Yazd province). Master's thesis. University of Science and Arts. Yazd. Yazd. Iran. [In Persian].
8. Hedayati, Seyed Shahabodin. (2023). Future research on ways to expand tourism in Iran based on the Seventh Development Plan. Master's thesis. Payam Noor University of Alborz. Karaj. Iran. [In Persian].
9. Mohamadpour, Ahmad. (2010). Anti-method: Logic and design in qualitative methodology, Tehran, Sociologists Publications. [In Persian].
10. Najafi, Nazila (2013) Feasibility study of changing the status of abandoned open-pit mines into tourism areas to create sustainable development in rural areas (Case study: Dareh Zereskh village - Taft region), Master's thesis in Tourism Planning, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. [In Persian].
11. Jahan al-Dini, Abbas; Ghaffari, Seyed Ramin; Soleimani, Hossein (1400) Investigating the relationship between strategic management and the development of rural tourism (case study: the central part of Sirik city), Tourism Space, No. 40, pp. 1-18. [In Persian].
12. Zarandian, Neda. (2021) Pathology of handing over tourism management affairs and presenting a policy solution, serial number: 18074, (Research Center of the Islamic Council.) [In Persian].
13. General policies of the cultural heritage and tourism department, approved on 6/20/1401. [In Persian].

14. Silverman, D. (2005). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*.
15. Dastneshan, Ahmad; Abedi, Hosein; Mohamadi Nasab, Alireza (2015) The impact of developing tourism opportunities on reducing unemployment, *Strategic Management Studies*, No. 22, from 239 to 260. . [In Persian].
16. Goeldner, Charles R., Ritchie, J. R. Brent. (2009). *Tourism*. New Jersey: Wiley.
17. Yaghoubzadeh, Rahim. (2009). *Tourism Planning*. Tehran: Kian Farda Publications.
18. Choi, Soojin & Y. Lehto, Xinran & T. O'Leary, Joseph. (2007). What Does the Consumer Want from a DMO Website? A Study of US and Canadian Tourists' Perspectives. *International journal of tourism research*,
19. Stamboulis, Yeoryos. (2006). Innovation strategies and technology for Experience Based Tourism. *journal of Tourism Management*, 24.
20. Grossian Vahid, Mirabi Vahidreza, Hamidreza Kordloi, Hasanpour Ismail (2013) identification and ranking of factors affecting the marketing of services in the field of health tourism in Mashhad city using fuzzy TOPSIS technique, *tourism management studies (tourism studies)* spring 2018, course 14, No. 45. [In Persian].
21. Haghigi Kafash, Mehdi, Ziyai, Mahmoud, Jafari, Qasim (2009), prioritizing the factors related to the development of medical tourism in Iran, *Scientific Journal of Tourism Studies*,. 11 and 12, pp: 23-40. [In Persian].
22. Islamic Council Research Center (1402). Examining the seventh development plan bill (2). Field of cultural heritage, tourism and handicrafts, course 11 years 3, serial number: 27019042. [In Persian].
23. Mehr Ali Tabar Firoz; Rajaei, Morteza; Grainejad, Gholamreza (1401) meta-analysis of the studies of seventy years of development planning, in order to be applied in the preparation of the system for the compilation of the seventh development plan, chapter of the researches of planning and development, number 9 (92-43). [In Persian].
24. Bahraini, Badriah (2019) Cultural tourism and sustainable development, *tourism researches and sustainable development*, number 9, (53-62). [In Persian].
25. Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability*, 12(22), 9722.
26. Ivona, A., Rinella, A., Rinella, F., Epifani, F., & Nocco, S. (2021). Resilient rural areas and tourism development paths: A comparison of case studies. *Sustainability*, 13(6), 3022.
27. Jabari, Amir; Tayibi, Seyed Kamil; Babaki, Ruhollah (2008) Investigating the causal relationship between tourism and economic growth (case study of Iran, OECD countries plus selected countries of knowledge and development, number 24. [In Persian].
28. General policies of the 7th development plan, notification 6/20/1401. [In Persian].
29. Academy of Medical Sciences (1401). The statement of the priorities of the health sector in the 7th economic, social and cultural development program of the Islamic Republic of Iran in the framework of general health policies, *Culture and Health Promotion Magazine*, 6th period, spring 1401, number 1, pages 3-6. [In Persian].
30. Zarandian, Neda. (1400) Evaluation of the laws of economic, social and cultural development program in the fields of cultural heritage, tourism and handicrafts, serial number 18297: Islamic Council Research Center). [In Persian].