



4th International Conference on
**RESEARCH IN ACCOUNTING,
ECONOMICS, MANAGEMENT
& HUMANITIES**

Dear Mohammadali Gholitabar, Dr Mohammad Reza Sadeghianifar

It is hereby certified that your paper entitled:

Health tourism and its relation to sustainable tourism

with the code " C-00030-AB ", has been accepted by the referee committee of The 4th International Conference on Researches in Accounting, Economics, Management and Humanities (www.cmeah.ir) which will be held in Bahcesehir university Istanbul, Turkey on the 9th of February 2020.

This certification is temporary and only issued upon the request of the above mentioned participant for information purposes.

This certification is valid until receiving the conference main certification.

Prof. Dr. Messoud Efendiev

گردشگری سلامت و ارتباط آن با گردشگری پایدار

محمد علی قلی تبار^{1*}، دکتر محمدرضا صدقیانی²

1 دانش‌آموخته DBA، مدرسه عالی کسب و کار ماهان، تهران، ایران، آدرس رایانامه (magholitabar@gmail.com)

2 صاحب امتیاز پژوهشکده ابن سینا، استاد مدرسه عالی کسب و کار ماهان، تهران، ایران، آدرس رایانامه (esina.researchcenter@gmail.com)

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی به منظور بررسی و مطالعه گردشگری سلامت و ارتباط آن با گردشگری پایدار است؛ و از آن جایی که در پژوهش‌های کاربردی هدف اصلی صرفاً کشف علمی نیست، بلکه آزمودن و بررسی کاربرد دانش میباشد، بنابراین روش این تحقیق از نظر هدف کاربردی است، چون نتایج حاصل از آن می‌تواند مورد استفاده ذینفعان تصمیم‌گیرنده قرار گیرد. لذا به روش اکتشافی و فراتحلیلی انجام شده است. و نحوه گردآوری داده‌ها به روش کیفی صورت گرفته و ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه با خبرگان با انجام مصاحبه‌های تخصصی به روش دلفی، و در نهایت SWOT می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری سلامت، گردشگری پایدار، اقتصاد مقاومتی، توریسم درمانی.

1- مقدمه

به طور کلی سلامت با مجموعه‌ای از علم پزشکی و امکانات مکمل آن و طبیعت و جاذبه‌هایش محقق می‌شود. بر اساس تعاریف سازمان جهانی گردشگری یکی از راه‌هایی که منجر به این هدف می‌گردد مسافرت افراد به منظور سلامتی می‌باشد. گردشگری سلامت به منظور حفظ، بهبود و بازیابی سلامت جسمی و ذهنی فرد از حداقل 24 ساعت تا کمتر از یک سال صورت می‌پذیرد. عوامل اصلی که موجب ظهور گردشگری سلامت گردیده عبارت است از:

1. نیاز به رهایی از تنش‌های زندگی روزمره و تجدید قوا، با توجه به عوارض زندگی بدون تحرک و بویژه شیوع بیماری‌های مزمن در سالمندان در نتیجه فقر حرکتی و آلودگی‌های موجود و احتمال ابتلا به اختلالات جسمی، فیزیکی، ذهنی و روانی اقشار جامعه از جمله سالمندان به شدت احساس گردیده.
2. توسعه سلامت اجتماعی که به طور اجتناب‌ناپذیری موجب افزایش بازدهی عملی در حوزه‌های مختلف علمی، فرهنگی، ورزشی و هنری می‌شود.
3. اشتغال‌زایی
4. نجات و حفظ طبیعت و بهره‌مندی از آن.



CMEAH2020
ISTANBUL

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

20 بهمن ماه 1398 Bahçeşehir University | استانبول - ترکیه

بیان مسئله

گردشگری از پویاترین بخش های اقتصاد جهانی است. بر اساس پیش بینی سازمان جهانی گردشگری در چند سال آینده صنعت گردشگری در رأس همه ی صنایع قرار خواهد گرفت و بزرگترین بخش تجارت جهانی را به خود اختصاص خواهد داد. به همین دلیل امروزه کشورهایی که به مقاصد گردشگری شناخته می شوند با تبلیغات گسترده مبنی بر ارائه خدمات فوق پیشرفته ی پزشکی در کنار گردشگری، جذابیت این مقاصد را افزایش داده اند، چرا که هر گردشگر پزشکی معادل سه گردشگر عادی ارز وارد کشور میزبان خود می کند. کشور پهنای ایران با داشتن فرهنگی کهن، آثار باستانی فراوان، طبیعتی بکر و جذاب و چشمه های آب گرم و آب معدنی، سرآمد همسایگان خویش در منطقه است. از سویی دیگر قدمت دانش طب در این سرزمین به بلندای تاریخ آن است. سرآمد پزشکان جهان شیخ الرئیس ابوعلی سینا ثمره ی ارزنده ی درخت تناور تمدن ایرانی است، او مشهورترین دانشمند تمام سرزمین های اسلامی و یکی از معروفترین چهره ها در تمام زمان ها است. امروزه دانشمندان علم طب و کادر پزشکی در ایران به پیشرفت های شگرفی دست یافته اند. انجام پژوهش های کاربردی و بنیادی در زمینه ی علوم سلولی و فناوریهای باروری، درمان بیماریهای صعب العلاج، روش های درمانی غیرتهاجمی، ساخت واکسن پیشگیری و ریشه کنی بسیاری از بیماری ها و تربیت نیروهای متخصص فقط بخشی از دستاوردهای دانشمندان علم پزشکی در ایران است، علی رغم داشتن چنین امکانات و پیشینه ای تاکنون نتوانسته ایم با برنامه ریزی و سیاستگذاری مناسب نسبت به توسعه ی زیرساخت های گردشگری اقدام و سهم قابل قبولی در توسعه ی گردشگری سلامت داشته باشیم. یکی از مسائل اصلی این تحقیق بررسی توانمندی های کشور ایران در زمینه ی گردشگری سلامت و عوامل موثر بر توسعه ی همه جانبه ی آن است.

2- اهمیت و ضرورت تحقیق

وجود پزشکان متخصص و ماهر و جاذبه های طبیعی و فراوان ایران هر کدام به تنهایی می تواند گردشگران زیادی را به خود جذب کند. این در حالی است که تاکنون به دلایل مختلفی از این امکانات استفاده مناسب برده نشده، لذا ضروری است با بررسی وضعیت موجود این صنعت در کشور، نقاط ضعف و قوت آن شناسایی و با در اختیار گذاشتن آن به مسئولین ذیربط و اعمال مدیریت بهتر بتوان با ایجاد مزیت رقابتی نسبت به دیگر رقبا سهم بازاری که لیاقت و شایسته ی ایران است را به دست آورد.

3- ادبیات تحقیق و مبانی نظری

گردشگری به مجموعه فعالیتهایی اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد. این فرایند شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می گردد، همچنین فعالیت هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و مهمان را نیز در بر می گیرد. به طور کلی می توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می افتد را گردشگری تلقی کرد. این تعریف چهار مرحله از فعالیت مصرف کننده را دربر می گیرد:

- اقدامات اولیه نظیر کسب اطلاعات، پرس و جو از اقوام و دوستان، نگه داری جا یا برنامه ریزی برای یک بازدید روزانه و آماده شدن برای سفر.
- مسافرت به مقصد و بالعکس که احتمالاً شامل توقف شبانه در مسیر نیز می شود.
- فعالیت هایی که در مقصد انجام میشود و ممکن است به صورت یکنواخت و معین یا بسیار متنوع باشد.
- فعالیت های بعد از سفر نظیر چاپ عکس و گفت و گو و بحث درباره تجارب سفر.

این مراحل متوالی نقطه آغاز خوبی برای تحلیل فعالیت گردشگری هستند و دیدگاه روشنی را درباره چگونگی و دلایل انجام سفر و نقطه نظرهای افراد درباره عوامل با ارزش هر سفر و همچنین نکات مهمی را درباره توانایی یک مقصد در جلب دوباره مشتری پیش روی ما قرار می دهند. همچنین برخی از صاحب نظران، گردشگری را در قالب یک شبکه مبدا - مقصد مورد بررسی قرار داده اند. برای مثال تعریفی از پیرس در رابطه با گردشگری را در زیر آورده ایم: گردشگری فعالیتی چند جانبه بوده و از آنجا که در مراحل مختلف آن از مبدا تا مقصد، خدمات گوناگونی درخواست و عرضه می شود از لحاظ جغرافیایی نیز پیچیده است. علاوه بر این احتمالاً در کشور یا منطقه ای تعداد زیادی مبدا یا مقصد وجود دارد که اغلب آنها دارای هر دو خصوصیت حرکت (مبدا) و پذیرش (مقصد) هستند.



4- انواع گردشگری

تا قبل از جنگ جهانی اول، امکانات تفکیک اشکال جهانگردی با توجه به طبقات اجتماعی وجود نداشت، در حالیکه امروزه باید عواملی را مورد استفاده قرار داد که این عوامل شامل زمان، مکان، انگیزه و هدف است. با توجه به مدت زمان اقامت و یا به عبارتی دیگر طول مدت مسافرت می توان از جهانگردی کوتاه مدت و جهانگردی دراز مدت صحبت نمود و آنها را از یکدیگر تفکیک کرد. بر اساس فصل سال نیز می توان دو نوع از جهانگردی را که شامل توریسم زمستانی (از آبان تا فروردین) و توریسم تابستانی (از اردیبهشت تا مهر ماه) است، مشخص نمود. مکان مسافرت و یا محل اقامتی که توریست انتخاب می کند نیز، شکل معینی را عرضه می دارد. اقامت ممکن است در هتل، کمپینگ، ویلاهای شخصی و یا خانه های اجاره ای باشد. انجام چنین مسافرت‌هایی معمولاً توسط وسایط حمل و نقل زمینی، هوایی و یا دریایی صورت می گیرد که این عامل نیز خود می تواند شکل خاصی از جهانگردی را بنام جهانگردی زمینی، هوایی و دریایی را بوجود آورد (رضوانی، علی اصغر؛ 1379: 18).

4-1- گردشگری سلامت¹: در این شکل از گردشگری، افراد عمدتاً با اهداف پزشکی به محل دیگری سفر می کنند. در این سفرها معمولاً افراد دیگری شخص بیمار را همراهی می کنند که آنها هم جزو گردشگران درمانی محسوب می شوند. در این سفرها شخص بیمار برای معالجه، گذران دوران نقاهت، تغییر آب و هوا به توصیه دکتر و یا ... و همچنین استفاده از آبهای معدنی شفا بخش به سفر می رود. شهرهایی که دارای بیمارستانهای مجهز، دکترهای متخصص و یا آبهای معدنی هستند از جمله مقاصد اصلی این گردشگران هستند (خاکساری، علی؛ 1378: 15). توریسم سلامت یکی از پایه های توسعه جهانگردی در اروپا به شمار می آید. ابتدا توسط رومیها شکل گرفت ولی رکود بر آن حاکم شد و مجدداً در قرون شانزدهم و هفدهم در پاسخ به شرایط بد بهداشتی در بسیاری از شهرها رواج یافت. امروزه در فرانسه مراکز سلامتی بسیار مدرن شده و تسهیلات زیادی را به خود افزوده اند. همچنین رواج مزرعه های سلامتی در اروپا و آمریکا امروزه بسیار زیاد شده و مردان و زنان برای کاهش وزن خود به آنجا سفر می کنند. شکل بسیار مدرن از توریسم سلامت، سفر افراد به خارج از کشور برای بهره گیری از خدمات سلامتی مؤسساتی است که در حرفه خودشان در سطح جهان مشهور هستند (اسواربروک و هورنر: 2005، 33).

4-2- اکوتوریسم²: اکوتوریسم اختصار واژه Ecological-Tourism است که در ادبیات فارسی به جهانگردی زیست محیطی یا طبیعت گردی مشهور شده است. به طور کلی طبیعت گردی عبارت است از «انواع گردشگری که در بستر طبیعت صورت می پذیرد که هدف آن داد و ستادهایی بین جهانگرد و محیط زیست است که در آن به محیط زیست آسیب وارد نشود». (صارمی نائین، محمد حسین، 1382: 1). تاریخچه اکوتوریسم به سال 1965 میلادی باز می گردد، آن هنگام که واژه اکوتوریسم از تلخیص دو واژه Ecological و Tourism ابداع گردید و در مفهوم عام اینگونه تعریف شده است: اکوتوریسم سفر به مناطق تخریب نشده یا غیر آلوده طبیعی با هدف مطالعه، مشاهده و لذت از زیباییها و گیاهان و جانوران بومی، یا نشانه های فرهنگی این مکانها می باشد (نشریه الکترونیکی دهکده، 2006، 2). «اکوتوریسم یک مسافرت مسئولانه به مناطق طبیعی است که محیط زیست را حفظ و زندگی راحت مردم محلی را تثبیت می نماید». اکوتوریسم یکی از زیربخش های جهانگردی پایدار است (نشست مجمع اکوتوریسم، سازمان جهانی جهانگردی؛ 2002: 4). در یک دسته بندی، طبیعت گردان را به طور کلی به دو دسته تقسیم کرده است: الف) آنها که می خواهند از لذت دیدار طبیعت و حضور در آن بهره مند شوند؛ ب) علاقمندان به تجربه مکانها و حال و هواهای تازه.

4-3- گردشگری فرهنگی³: مقصود از گردشهای فرهنگی بحث درباره آن بخش از این صنعت است که بر جذابیت های فرهنگی توجه خاصی می کند. این جنبه های جذاب متفاوت اند و شامل کارهای انجام شده، موزه ها، نمایشگاه ها و از این قبیل می شود (وای گی، چاک؛ 1377: 177). گردشگری فرهنگی ارتباط نزدیکی با گردشگری با علائق ویژه دارد ولی حوزه آن وسیعتر می باشد. مسافرت به منظور آشنایی با سایر فرهنگها و دیدن جنبه های هنری فرهنگهای قدیمی به زمانهای رم و یونان قدیم باز می گردد. امروزه این نوع از گردشگری شهرت بسیاری پیدا کرده و از سوی سیاستگذاران جهانگردی با اقبال بالایی روبرو شده و بعنوان یک شکل بسیار خوب از گردشگری «گردشگری هوشمندانه» شناخته می شود. گردشگری فرهنگی بسیاری از عناصر بازار گردشگری را مشتمل می شود:

1. بازدید از جاذبه ها و مقاصد قدیمی و حضور در جشنهای سنتی

¹ Health Tourism

² Eco Tourism

³ Cultural Tourism



CMEAH2020
ISTANBUL

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

20 بهمن ماه 1398 Bahçeşehir University | استانبول - ترکیه

2. سفر به قصد استفاده از غذاهای محلی، منطقه ای
3. تماشای رخدادهای ورزشی سنتی و شرکت در فعالیتهای تفریحی محلی
4. بازدید از کارگاه ها شامل مزارع، مراکز صنعتی یا کارخانجات (اسواربروک و هورنر: 36، 2005-37)

4-4- گردشگری تجاری: مهمترین مسافرت هایی که تحت این عنوان صورت می گیرد، عبارتند از سفرهایی که افراد برای شرکت در بازارهای مکاره، نمایشگاه های کالا و صنایع و یا سرکشی و بازدید از تأسیسات کارخانه ها و نظایر آنها می نمایند. معمولاً در مسافرتها بازگانی محل اقامت اختیاری نیست و هزینه این قبیل مسافرتها به عهده شرکتهای تجاری است (رضوانی، علی اصغر؛ 1379: 20). که موارد زیر را نیز شامل می شود:

- بازدید از مشتریان بالقوه توسط فروشندگان که مسافران تجاری نیز به آنها می گویند.
- ارسال کالا برای مشتریان

این نوع از گردشگری بعد از جنگ جهانی دوم بطور خارق العاده ای رشد یافت و گسترش سریع آن مدیون چندین عامل زیر بود:

1. بهبود فن آوری های حمل و نقل
2. رشد اقتصاد جهانی
3. رشد مؤسسات تجاری بین المللی همانند اتحادیه اروپا و توافقنامه تجاری نفتا بین سه کشور آمریکا، مکزیک و کانادا
4. تلاش صورت گرفته بوسیله دولتها در زمینه توسعه توریستهای تجاری پر خرج
5. توسعه شکل های جدیدی از گردشگری تجاری همانند مسافرتها تشویقی (اسواربروک و هورنر: 3، 2005)

4-5- سفر به روستاها⁴: اصولاً بازار گردش ها و مسافرتها در مناطق شهری و پیشرفته توسعه می یابد. بسیاری از ساکنان این مناطق پیشرفته می خواهند از این محیط بسیار تصنعی و متجدد فرار کنند و به مناطق کمتر توسعه یافته و بی آلودگی پناه ببرند. اینها به گردش یا سفر به مناطق روستایی می روند. به زحمت می توان به صورتی دقیق مشخص کرد که چه تعدادی به این گونه گردش ها یا مسافرتها می روند (وای گی، چاک؛ 1377: 181). یکی از ویژگیهای عمده این گونه سفرها یا گردش ها تجربه ای است که افراد در محیط کاملاً متفاوت به دست می آورند و می بینند که شیوه زندگی افرادی که در آن مکان ها زندگی می کنند تا چه اندازه با زندگی در شهرهای امروزی متفاوت است. به سبب همین ویژگی های است که مشخصات محیطی مقصد برای مسافر اهمیت زیادی دارد. گردش یا سفر به قصد دیدن از مناطق روستایی یا با هدف فرهنگی یا حادثه جویی به عنوان بخشهایی از این صنعت به حساب می آیند که دوام و بقا و ثبات این صنعت را در آینده تضمین می کند (وای گی، چاک؛ 1377: 182).

4-6- گردشگری مذهبی و زیارتی⁵: این نوع از جهانگردی یکی از رایج ترین اشکال جهانگردی در سراسر جهان است. جاذبه های مذهبی، زیارتگاه ها و اماکن مقدسه هر ساله تعداد زیادی از جهانگردان را به سوی خود جلب می کنند. تأسیسات اقامتی و پذیرایی این نوع از جهانگردی مانند مسافرخانه ها و زایرسراها با توجه به بافت اجتماعی و فرهنگی و عقیدتی جهانگردان دارای ویژگیهای خاص خود است که در هر کشوری از تنوع بسیار زیادی برخوردار است (رضوانی، علی اصغر؛ 137 : 19). مردم با توجه به مذهبی که دارند به مکانهای مختلف جهت مقاصد زیارتی سفر می کنند. مسیحیان به واتیکان می روند، مسلمانان به مکه و یهودیان به اورشلیم سفر می کنند. سفرهای زیارتی در بین مسلمانان از اهمیت بیشتری نسبت به سایر مذاهب برخوردار است. در این مورد سفر به مکه معظمه از دلایل قوی این ادعا است. ایکلمان Eickelman و پیسکاتوری Piscatori در سال 1990 در این مورد می گویند: سفرهای زیارتی به مکه بدون تردید یکی از بزرگترین رخدادهای تاریخ مسلمانان است (خاکساری، علی؛ 1378 : 15).

⁴ Rural Tourism

⁵ Religious Tourism

4-7- سفرهای ماجراجویانه⁶: بسیاری از افراد در سفر دست به کارهایی می زنند که مخاطره آمیز است و می خواهند در این زمینه تجربه هایی به دست آورند. برخی از افراد که به سفر میروند می خواهند از راه های جدید و یا غیرعادی مهارت ها و توانایی های جسمی خود را بیازمایند و به همین منظور به کوهنوردی، قایقرانی یا صخره نوردی می روند. برخی هم می خواهند بدون استفاده از وسایل و ابزار جدید با طبیعت روبه رو شوند و از این کار لذت می برند. انگیزه هر چه باشد، این جهانگردان درصدد رفتن به مکان هایی هستند که بتوانند تجربه ای مخاطره آمیز کسب کنند. بطور کلی سفرهای مخاطره آمیز یا ماجراجویانه بالای کوه ها، روی رودخانه ها، جنگل ها و این گونه پدیده های طبیعی انجام می شوند (وای گی، چاک؛ 1378: 183).

4-8- گردشگری ورزشی⁷: ورزش و گردشگری دو نیروی قوی برای جذب مردم هستند و ابزار بسیار مناسبی در فرآیند جهانی شدن هستند. ورزش و خصوصاً بازیهای المپیک مولدی از وقایع هستند که در حال حاضر از درخشش بالایی در رسانه های گروهی برخوردار هستند و پیوستگی اشتیاق مردم را در مکانها و بخش های مختلف نشان می دهند. همکاری بین IOC و WTO (کمیته ملی المپیک) شروع شده نتایجی را منعکس می کند که در آن ورزش یکی از مفیدترین و ارزشمندترین راهها برای پرکردن اوقات فراغت و همچنین از حافظان فیزیکی بدن و ایجاد آرامش است، به همین خاطر ورزش در حال حاضر از انگیزه های اصلی سفرهای توریستی چه در داخل و چه در خارج است. در حال حاضر کمپانی های مسافرتی زیادی در سازمان هایشان در زمینه توریسم ورزشی تخصصی شده اند و در حال رشد و ترویج فرهنگ ورزشی برای پرکردن اوقات فراغت هستند. مهم ترین رویدادهای ورزشی مثل بازیهای المپیک یا جام جهانی باعث شده که در بسیاری از مردم انگیزه سفر ایجاد شود. این رویدادها قدرت تغییر شکل دادن تسهیلات توریستی و به تصویر کشیدن کشور میزبان را دارند و غالباً تماشاچیان را برای تجربه این فعالیتها ترغیب می کند. این دو فاکتور اساسی (توریست و ورزش) از جهات زیادی حائز اهمیت هستند. اثر اقتصادی این دو فاکتور، محرکی برای سرمایه گذاریهای زیربنایی جدید، و راهی برای افزایش آگاهی های مذهبی و حفاظت از محیط زیست بوده و در نهایت این دو فاکتور کمک شایانی به ایجاد صلح و تقاهم بین المللی می کنند. (سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان).

4-9- گردشگری الکترونیک: همان e-Tourism که در بر گیرنده اطلاعات و انجام بخش اعظم سفر به صورت مجازی می باشد (ویکی پدیا).

4-10- گردشگری مبتنی بر رویدادها (همایشی): این نوع از گردشگری با هدف شرکت در جشنواره های هنری، المپیک، نمایشگاه تجاری بین المللی و ... انجام می شود (ویکی پدیا).

5- گردشگری سلامت

امروز دیگر گردشگری و تفریح در طبیعت، به دیدن مناظر طبیعی و آثار تاریخی محدود نمی شود، بلکه بیشتر گردشگران با هدف خاصی به سفر می روند و مقصد خود را انتخاب می کنند تا حدی که گردشگری با هدف بازگرداندن سلامتی به بدن یا حتی حفظ آن، این روزها به یکی از شاخه های مهم گردشگری هدفمند تبدیل شده است، شاخه ای از گردشگری که در دنیا طرفداران بسیاری یافته و دولت های زیادی را هم به سرمایه گذاری و برنامه ریزی برای آن واداشته است. (ابراهیم اسدی بشنی، سایت مجلات ایران). کشور ایران علی رغم داشتن چشمه های آب گرم و معدنی فراوان، انجام پژوهش های بنیادی و کاربردی در زمینه علوم سلولی و فن آوری های باروری، درمان بیماری های صعب العلاج، روشهای درمانی غیر تهاجمی، ساخت واکسن پیشگیری و ریشه کنی بسیاری از بیماری ها و تربیت نیروی متخصص، تاکنون نتوانسته است با برنامه ریزی و سیاستگذاری مناسب نسبت به توسعه زیرساخت های گردشگری اقدام و سهم قابل قبولی در توسعه گردشگری سلامت داشته باشد. درآمد ناشی از گردشگری سلامت می تواند برای کشور ما که به حرکت در روند توسعه می اندیشد بسیار سودآور باشد (پایان نامه کارشناسی ارشد، مرتضی حسینی، 1388، دانشگاه تهران). البته بد نیست بدانید که توریسم سلامت در ایران تاریخچه بسیار کوتاهی دارد. در حقیقت در سال 82 برای اولین بار توریسم درمانی در گردشگری ایران از سوی وزارت بهداشت مورد توجه قرار گرفت؛ البته وزارت بهداشت بیشتر با هدف اشتغالزایی برای دانش آموزان پزشکی به این مبحث پرداخت و نه رونق توریسم درمانی. اما کم کم از سال 83 و درست پس از ادغام

⁶ Adventure Tourism

⁷ Sport Tourism



سازمان میراث فرهنگی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی، توریسم درمانی به صورت مستقل در ایران مورد توجه بیشتری قرار گرفت. (سید جعفر میر جلیلی، 1389).

6- تعریف گردشگری سلامت

گردشگری سلامت از نظر بسیاری از محققین و صاحب نظران حوزه‌های مختلف پزشکی و جهانگردی و مدیریت تعاریف مختلف داشته و دارد. چنانچه حتی برخی از الفاظ "سلامت" یا "درمانی" و "پزشکی" را به جای هم در تعریف اصطلاح و یا در ادبیات مربوطه استفاده می‌کنند. سازمان جهانی گردشگری (WTO) به طور خاص گردشگری سلامت را چنین تعریف می‌کند: استفاده از خدماتی که به بهبود یا افزایش سلامتی و افزایش روحیه فرد (با استفاده از آبهای معدنی، آب و هوا یا مداخلات پزشکی) منجر می‌شود و در مکانی خارج از محل سکونت فرد و بیش از 24 ساعت به طول می‌انجامد. البته باید گفت که مقوله گردشگری سلامت فراتر از گردشگری درمانی است و شامل مقولات دیگری مانند استفاده از امکانات طبیعی و آب‌های گرم و آب‌های معدنی، لجن درمانی و... نیز می‌شود. (جغرافیای توریسم مازندران، تهمینه اسدی 1387). از دیدگاه سازمان تجارت جهانی گردشگری سلامت، مسافرت افراد از محل دائم زندگی خود برای حفظ بهبود یا حصول سلامت روانی و جسمی به مدت بیش از 24 ساعت و کمتر از یک سال، گردشگری سلامت نامیده می‌شود. البته می‌توان به این تعریف عبارت "دکتر ماری تیاچی" را نیز اضافه کرد که معتقد است هر نوع سفری که منجر به بهبود سلامت خودتان یا افراد خانواده تان شود، توریسم یا گردشگری سلامت نامیده می‌شود. (مجله ی سفر دی ماه 1390). توریسم سلامت (Health Tourism) فراهم نمودن تسهیلات و خدمات پزشکی مقرون به صرفه است که در تعامل با صنعت توریسم برای بیماران که برای اعمال جراحی و یا درمان‌های دیگر به سایر کشورها سفر می‌کنند، انجام می‌شود. این خدمات می‌تواند به صورت عمومی و یا خصوصی عرضه شوند. در واقع توریسم سلامت نوعی از مسافرت است که علاوه بر تفریح، فراغت و آسایش، سلامت و مراقبت‌های پزشکی را نیز به همراه دارد. در حال حاضر این صنعت به سرعت در حال تبدیل شدن به صنعتی جهانی است. (شبکه ی تحلیلگران تکنولوژی ایران 1388). مسافرت افراد از کشوری به کشور دیگر به منظور دریافت خدمات پزشکی در بخش بستری یا سرپایی را گردشگری سلامت گویند. (وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی، معاونت سلامت، دفتر ارتباطات و آموزش سلامت)

7- انواع گردشگری سلامت

7-1- توریسم سلامت⁸: شامل زیر مجموعه‌های متنوعی مانند توریسم صحت، توریسم درمانی (از جمله: مراقبت و نقاهت، درمان‌های غیر متعارف، درمان‌های پزشکی، جراحی - کلینیکی، تشخیصی، جراحی - بیمارستانی، طب سنتی، طب سوزنی، انرژی درمانی - یوگا، مدیتیشن) و توریسم پیشگیرانه است.

7-2- توریسم صحت⁹: در این نوع از گردشگری نیز، از امکانات طبیعت استفاده می‌شود اما تفاوت اساسی در اینجاست که متقاضیان دارای بیماری یا مشکلات خاصی هستند و برای برگشت به حالت طبیعی و خروج از وضعیت بیماری جسمی یا روحی به این اماکن مراجعه می‌کنند. طبیعتاً این افراد باید تحت نظر متخصصان و از برنامه‌های درمانی و بهبود مدار استفاده کنند. بیماران پوستی، تنفسی، روماتولوژی و عضله‌ای معمولاً مراجعه کنندگان اصلی اینگونه خدمات هستند. همچنین بیماران که اعمال جراحی خود را پشت سر گذاشته و دوره نقاهت خود را می‌گذرانند نیز با استفاده از آب‌های گرم، دریاچه نمک، لجن درمانی، آفتاب و ماسه و شن... و زیر نظر پزشک و در یک برنامه درمانی و مراقبت بهداشتی فرآیند بهبود خود را تسریع می‌بخشند. (جغرافیای توریسم مازندران، تهمینه اسدی 1387) این نوع از گردشگری هم این روزها مورد توجه مسئولان گردشگری کشور قرار گرفته است. به خصوص لجن درمانی که طبیعت ایران را در میان کشورهای همسایه به شدت محبوب کرده است (سید جعفر میر جلیلی، 138).

⁸ Health Tourism

⁹ Curative Tourism



CMEAH2020
ISTANBUL

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

20 بهمن ماه 1398 Bahçeşehir University | استانبول - ترکیه

3-7- توریسم پزشکی¹⁰: در این گونه از توریسم احتیاج به مداخلات پزشکی احساس می شود. مشتری که از بیماری مزمن یا حاد رنج می برد برای حل مشکلات درمانی خود یا از روش های پزشکی معمول و متعارف بهره می برد و یا از درمان ها و روش هایی که از نظر دانشمندان تجربی روش های غیر علمی خوانده می شوند. در شاخه پزشکی نیز می توان با توجه به وسعت مداخله و نیاز به مراقبت های بهداشتی و درمانی و یا جراحی دو نوع تقسیم بندی سبک (فرآیندهای تشخیص و درمان بدون مداخله جراحی و فرآیندهای جراحی بدون بستری و بدون تاثیر حیاتی بر زندگی بیمار) و سنگین (درمان هایی با نیاز به بستری در بیمارستان یا نیاز به بخش مراقبت های ویژه و مراقبت های بعد از مرخصی از بیمارستان) قائل شد. (جغرافیای توریسم مازندران ، تهمنه اسدی 1387). در این نوع از گردشگری سلامت، بیمار ممکن است پس از درمان و معالجه نیازمند استفاده از فضاها و خدمات گردشگری درمانی (مانند آبگرم ها) باشد که در این صورت ممکن است گردشگری او با سفر به نقاطی که این امکانات را دارند تکمیل شود (سید جعفر میر جلیلی، 1389).

4-7- توریسم پیشگیرانه¹¹: در این نوع گردشگری، افراد برای استفاده از امکانات طبیعی موجود در مقصد، اقدام به مسافرت می کنند. این امکانات که شامل آب و هوای مطلوب، چشمه های آبگرم و مجموعه های لجن درمانی و محیط های ریلکسیشن و ... است، در اختیار افراد قرار می گیرد تا آنها تمدد اعصاب یابند. در واقع استفاده از این امکانات هم از لحاظ روحی- روانی و هم از نظر فیزیکی سبب بازیابی توان فرد شده و انرژی لازم را برای ادامه فعالیت عادی وی فراهم می کند. افرادی که در این طیف دسته بندی می شوند، ناراحتی یا بیماری خاصی ندارند بلکه با استفاده از امکانات طبیعی در واقع از بروز بیماری و ناراحتی جسمی و روحی جلوگیری می کنند. (سایت جغرافیای توریسم مازندران ، تهمنه اسدی 1387). زمینه های فعالیت در حوزه گردشگری سلامت در دنیا شامل موارد زیر می باشد¹²: آب گرم های درمانی، برنامه های مدیریت وزن ، اعمال جراحی آرایشی و پلاستیک ، اعمال جراحی جایگزینی مفاصل (زانو و غیره)، اعمال جراحی بای-پس شریان قلب ، پیوند اعضا ، چشم پزشکی (عمل لیزیک)، دندانپزشکی و کاشت دندان ، توانبخشی.

8- شناخت و تحلیل محیط داخلی / خارجی

مجموعه فعالیتهای یک سیستم در بستر دو محیط داخلی و خارجی آن انجام می شود. شناخت صحیح عوامل تاثیرگذار محیط ، تیم برنامه ریزی را در یافتن راهبردهایی که سیستم را متحول سازد کمک خواهد کرد. معمولاً شرایطی که بر سیستم احاطه داشته و بر آن تاثیر می گذارد از نظر نحوه تاثیر گذاری به دو دسته تقسیم می شوند: الف - آنهایی که بطور مستقیم و از درون سیستم تاثیر دارند. ب- آنهایی که در سطح کلان و از بیرون سیستم اثر می گذارند. بر همین اساس عوامل داخلی یا درونی ، عواملی هستند که در درون سیستم وجود داشته و از نظر اداری و رسمی تحت کنترل سیستم می باشند. همچنین عوامل خارجی یا بیرونی نیز عواملی هستند که خارج از کنترل سیستم بوده ، ولیکن بطور مستقیم و یا غیر مستقیم بر عملکرد آن تاثیر می گذارند. شناسایی و تجزیه و تحلیل هر یک از عوامل داخلی و خارجی منجر به تهیه فهرست نقاط قوت و ضعف (ناشی از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی) و فرصتها و تهدیدها (ناشی از تجزیه و تحلیل عوامل خارجی) خواهد شد. (غلامرضا خوشزاد ، جزوه آموزشی مدل برنامه ریزی سوات)

9- تحلیل SWOT

آنالیز SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سازمانی با فرصت ها و تهدیدات بیرون سازمانی است. SWOT از ابتدای کلمات Strength به معنای قوت، Weakness به معنای ضعف، Opportunity به معنای فرصت و Threat به معنای تهدید گرفته شده است. آنالیز SWOT تحلیلی سیستماتیک برای شناسایی این عوامل و تدوین استراتژی که بهترین تطابق بین آن ها را ایجاد می نماید ، ارائه می دهد. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب قوت ها و فرصت ها را به حداکثر و ضعف ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WT ، SO ، WO ، ST پیوند داده می شوند و گزینه های استراتژی از بین آن ها انتخاب می شوند. ماتریس آنالیز SWOT در شکل به تصویر کشیده شده است. (مدیریت استراتژیک ، تألیف دردانه داوری و محمد حسن شانه ساز زاده :103،1380)

¹⁰ Medical Tourism

¹¹ Preventive Tourism

¹² پایگاه اطلاع رسانی شهر سلامت شیراز



CMEAH2020
ISTANBUL

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

20 بهمن ماه 1398 Bahçeşehir University | استانبول - ترکیه

10- بررسی عوامل داخلی در گردشگری سلامت ؛ نقاط قوت و ضعف

10-1- قوت ها : قوت های سازمان همان منابع و توانایی هایی است که در اختیار دارد و می تواند از آنها به منظور ایجاد یک مزیت رقابتی استفاده کند. موارد زیر می توانند از قوت های سازمان به حساب آیند : اختراعات ثبت شده سازمان ، نام تجاری و برند شناخته شده ، شهرت در بین مشتریان، مزیت در قیمت تمام شده ، دسترسی اختصاصی به منابع طبیعی ، دسترسی به شبکه های توزیع مناسب ، نیروی انسانی کارآمد و آموزش دیده . (سید حمیدرضا عظیمی ، پایگاه اطلاع رسانی صنعت)

10-2- ضعف ها : نبودن بعضی از توانایی های کلیدی در سازمان می تواند به عنوان یک ضعف در سازمان تلقی شود . موارد زیر می توانند از ضعف های سازمان باشند : عدم پشتیبانی و حفاظت از اختراعات ، نام تجاری و برند ضعیف ، ناشناخته بودن در بین مشتریان ، ساختار پر هزینه در سازمان ، عدم دسترسی به منابع، عدم دسترسی به شبکه های توزیع ، نیروی انسانی ناکارآمد . (سید حمیدرضا عظیمی ، پایگاه اطلاع رسانی صنعت)

ماتریس عوامل داخلی گردشگری سلامت

نقاط ضعف weakness	نقاط قوت strength
<ul style="list-style-type: none"> عدم حمایت شرکت های بیمه از کل دوره ی درمان . قوانین ضعیف موجود در حوزه جراثم پزشکی . عدم وجود برنامه ریزی بازاریابی مناسب و جذاب برای جذب توریسم سلامت . عدم تأییدیه ی قوانین بیمه ای ایران توسط کمپانی های معتبر بیمه . عدم وجود پزشک و پرستار متخصص در حوزه توریسم سلامت . ناتوانی در هماهنگی سریع با تغییرات روز دنیا در حوزه پزشکی و گردشگری . عدم هماهنگی سازمان های مرتبط در زمینه گردشگری سلامت با یکدیگر در کشور . نبود کانال ها و مراکز قانونی معتبر برای ورود گردشگران درمانی به کشور . نظارت ضعیف دستگاه ای مسئول که راه های دسترسی قانونی به خدمات درمانی برای گردشگران سلامت و مراکز معتبر را معرفی نکرده اند . تقسیم نشدن وظایف بین سازمان های مرتبط شامل وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی ، میراث فرهنگی و وزارت امور خارجه . فقدان تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب از امکانات صنعت گردشگری پزشکی ایران و عدم جذابیت تبلیغات موجود . تعدد سازمانهای متولی صنعت گردشگری پزشکی و موازی کاری های آن ها . عدم تنوع بازارهای هدف صنعت گردشگری سلامت ایران . عدم وجود امکانات کافی در مراکز آب گرم و چشمه های آب معدنی و ناشناخته بودن آن ها . 	<ul style="list-style-type: none"> ارتقاء و بهبود سریع تجهیزات پزشکی ایران در دهه های اخیر . کیفیت بالای خدمات درمانی در ایران . ارزانی خدمات درمانی در ایران . برخورداری از قابلیت های اقلیمی در زمینه جذب گردشگر سلامت . وجود چشمه های آب معدنی فراوان در سطح کشور . وجود امکانات درمان بیماری های خاص در ایران . وجود زیر ساخت های مناسب از جمله بیمارستان های مجهز در ایران . وجود نیروی انسانی با کیفیت در ایران (کادر درمانی پرستاری و...) . موقعیت خوب فرهنگی و اجتماعی ایران در منطقه آسیا . قیمت ارزانتر خدمات درمانی ایران نسبت به سایر کشورهای آسیایی . شهرت جهانی ایران در زمینه جراحی های زیبایی بخصوص جراحی بینی . وجود شهرهایی در ایران مانند شیراز که از دیرباز محل تردد بیماران خارجی بوده اند . ارائه امکانات پزشکی در حد استانداردهای جهانی و با قیمت بسیار کمتر از دیگر کشورها . پیشرفت سریع ایران در حوزه پزشکی در زمینه های مختلف منجمله ناباورری و زیبایی . سابقه دیرینه ایران در زمینه طب سنتی و گیاهی . امکان تاسیس دهکده های سلامت در کلیه ی استان های کشور به علت وجود امکاناتی نظیر چشمه های آب گرم . سهولت و سرعت ایران در ارائه امکانات و خدمات پزشکی به بیماران . وجود فرودگاه های بین المللی در ایران و سهولت مسافرت های بین المللی برای بیماران خارجی .

11- بررسی عوامل خارجی در گردشگری سلامت ؛ فرصتها و تهدیدات

11-1- فرصت ها : شناسایی و بررسی دقیق محیط خارجی می تواند فرصتهای جدیدی را برای مدیران سازمان ها نمایان سازد و همین فرصتها می توانند آغازگر مسیر جدیدی برای توسعه و رشد باشند ، فرصتها می توانند شامل موارد زیر باشند : نیاز برطرف نشده مشتری ، ظهور تکنولوژی های جدید ، کم شدن محدودیت های قانونی، حذف موانع تجارت جهانی . (سید حمیدرضا عظیمی ، پایگاه اطلاع رسانی صنعت)

11-2- تهدیدات : تغییر در متغیرهای خارجی و محیطی می تواند تهدید هایی را برای سازمان در پی داشته باشد . تهدیدها می توانند شامل موارد زیر باشند : تغییر در سلیقه ی مشتری که باعث فاصله گرفتن او از محصولات ما می شود ، ظهور محصولات جایگزین پر قدرت ، افزایش محدودیت های تجاری . (سید حمیدرضا عظیمی ، پایگاه اطلاع رسانی صنعت)

ماتریس عوامل خارجی گردشگری سلامت

تهدیدها threats	فرصت ها Opportunities
<ul style="list-style-type: none"> وجود دلالات سودجو که به عنوان واسطه بین بیمار و مراکز درمانی در صنعت گردشگری پزشکی عمل می کنند . تغییر مداوم فناوری های روز دنیا در حوزه پزشکی و نیاز به هماهنگی سریع با تغییرات . عدم تأییدیه قوانین بیمه ای ایران توسط کمپانی های معتبر بیمه . فقدان و کمبود پزشک و پرستار متخصص در حوزه توریسم سلامت نسبت به کشورهای شرق آسیا عدم برنامه ریزی بازاریابی مناسب برای جذب توریسم سلامت نسبت به سایر کشورهای آسیا . پیشرفت کشورهای حوزه خلیج فارس در زمینه گردشگری پزشکی و تلاش آنها برای بهره برداری از کل امکاناتشان . درمان ناقص و بدون اعمال کنترل روی بیماران خارجی که به عنوان ضد تبلیغ علیه ایران عمل می کند . وجود کشورهای شرق آسیا چون مالزی و تایلند و سنگاپور و همچنین هند که بسیار موفق تر از کشورهای آمریکا، اروپا و انگلستان عمل می کنند و در نزدیکی ایران قرار دارند . امکان ظهور تله مدیسین که از تعداد گردشگران سلامت می کاهد. انفجار دانش پزشکی که باعث کاهش اختلاف سطح علمی بین کشورها شده است . امکان اعتراض بیماران داخلی به علت اولویت دادن بیمارستانها به بیماران خارجی . 	<ul style="list-style-type: none"> بحران مالی آسیایی . تغییرات مطلوب نرخ ارز اقتصاد جهانی کشورهای آسیایی که باعث رشد سریع گردشگری شد . جهانی شدن و آزاد سازی تجارت در حوزه خدمات سلامت . پیشرفت فناوری اطلاعات . هزینه بالای خدمات درمانی در آمریکا و اروپا . قیمت بالای خدمات درمانی در کشورهای همسایه ایران . شیوع بیماری هایی مانند سارس و ایدز در کشورهای منطقه جنوب آسیا و کاهش ضریب امنیت درمان در این کشورها . عدم وجود پوشش بیمه ای یا کمبود پوشش بیمه ای همراه با هزینه بالای درمان در خارج از ایران . عدم وجود خدمات درمانی مورد نیاز در کشورهای همسایه . پایین بودن کیفیت خدمات درمانی در کشورهای همسایه . هزینه بالای خدمات درمانی در کشورهای همسایه . زمان انتظار طولانی نوبت درمان برای بیماران در کشورهای دیگر . راحتی و سهولت مسافرت بین کشورها در دهه های اخیر . عضویت داشتن ایران در کمیسیون های گردشگری سلامت کشورهای اسلامی که باعث جذب بیماران آن ها می شود . موقعیت ژئواستراتژیک ایران و نزدیکی با کشورهای اسلامی .

12- استراتژی های تهاجمی یا توسعه ای (SO)

راهبردهای حداکثر استفاده از فرصتهای محیطی با بکارگیری نقاط قوت سازمان یا سیستم . در اجرای استراتژیهای SO سیستم با استفاده از نقاط قوت داخلی می کوشد از فرصتهای خارجی حداکثر بهره برداری را نماید. همه مدیران ترجیح می دهند سازمانشان در موقعیتی قرار گیرد که بتواند با بهره گیری از نقاط قوت داخلی از رویدادها و روندهای خارجی بهره برداری نمایند. معمولاً برای رسیدن به چنین موقعیتی سعی می شود در زنجیره ارزش دارائیها ، داراییهای پایه خود را تبدیل به شایستگی کلیدی و نتیجتاً مزیت رقابتی نمایند . (مدیریت استراتژیک، فرد آر. دیوید ، ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر محمدعربی: 360 ، 1379)



CMEAH2020
ISTANBUL

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

20 بهمن ماه 1398 Bahçeşehir University | استانبول - ترکیه

13- استراتژی های تنوع (ST)

راهبردهای استفاده از نقاط قوت برای جلوگیری از مواجهه با تهدیدها. سیستم در اجرای استراتژیهای ST می کوشد تا با استفاده از نقاط قوت خود اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش دهند یا آن ها را از بین ببرند (مدیریت استراتژیک، فرد آر. دیوید، ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر محمد اعرابی: 362، 1379). این استراتژی های نقاط قوت را به عنوان روشی برای پرهیز از تهدیدها، مورد توجه قرار می دهند (جی. دیوید هانگر، توماس ال. ویلن، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی: 132، 1389).

14- استراتژی های بازنگری (WO)

راهبردهای استفاده از مزیت‌های بالقوه ای که در فرصت‌های محیطی نهفته است برای جبران نقاط ضعف موجود در سازمان یا سیستم هدف از استراتژیهای WO این است که سازمان با بهره برداری از فرصت‌های موجود در محیط خارج بکوشد نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشد، گاهی در خارج از سازمان فرصت‌های بسیار مناسبی وجود دارد، ولی سازمان به سبب داشتن ضعف داخلی نمی تواند از این فرصت‌ها بهره برداری نماید. (مدیریت استراتژیک، فرد آر. دیوید، ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر محمد اعرابی: 362، 1379). این استراتژی‌ها به بهره‌گیری از فرصت‌ها از طریق غلبه بر نقاط ضعف سازمان تاکید می کنند. (جی. دیوید هانگر، توماس ال. ویلن، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی: 132، 1389).

15- استراتژی های تدافعی (WT)

سازمان‌هایی که استراتژی WT را به اجرا در می آورند حالت تدافعی به خود می گیرند و هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. سازمانی که دارای نقاط ضعف داخلی می باشد و با تهدیدات بسیار زیادی در محیط خارج رو به رو می شود در موضعی مخاطره آمیز قرار خواهد گرفت. در واقع چنین سازمانی برای بقای خود مبارزه خواهد کرد، و می کوشد برای حفظ بقای خود از فعالیت‌های خود بکاهد (استراتژی کاهش یا واگذاری) در سازمان‌های دیگر ادغام شود، اعلان ورشکستگی کند یا سرانجام منحل شود. (مدیریت استراتژیک، فرد آر. دیوید، ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر محمد اعرابی: 364، 1379)

16- نتیجه گیری

بر اساس بررسی‌های این تحقیق یافته‌ها نشان می دهد که کشور ایران دارای نقاط قوت زیادی از جمله پزشکان حاذق، تکنولوژی بروز و مناطق درمانی طبیعی برای جذب گردشگران سلامت است، اما با نقاط ضعف و چالش‌هایی نظیر زیرساخت‌های پایه و درمانی، حمایت‌های کارآمد دولت، داشتن برنامه مدون توسعه گردشگری پزشکی، مشارکت و هماهنگی بین بخشی در سطح کلان و عملیاتی، داشتن مراکز ارائه دهنده خدمات سلامت با اعتبار بین المللی، ترفیع و بازاریابی مناسب، هماهنگی نامناسب سازمان‌های مسئول گردشگری پزشکی و برنامه ریزی نامناسب نیز همراه است. ایران می تواند با سرمایه گذاری هرچه بیشتر روی نقاط قوت خود و معرفی آنها به عنوان توانمندی‌های منحصر به فرد در ارائه خدمات، نقش خویش را در این بازار پررنگتر نماید. در زمینه نقاط قابل اصلاح نیز می توان بر حسب مورد از طریق تدوین برنامه‌های جامع، بازاریابی و اصلاح برخی از فرآیندها، نتیجه مورد نظر را حاصل نمود. نتیجه این که، اگر ایران قصد دارد در بازار گردشگری پزشکی سهم مناسبی داشته باشد، باید در جهت رفع این چالش‌ها اقدام نماید.

ماتریس SWOT (نمونه بررسی عوامل درونی و بیرونی موثر بر توسعه گردشگری سلامت)

نقاط قوت S	نقاط ضعف W	
<p>استراتژی‌های SO</p> <ul style="list-style-type: none"> جذب بازار کشورهای آسیایی با توجه به بحران مالی آسیایی و هزینه پایین درمان در ایران جذب بازار کشورهای همسایه با توجه به نزدیکی فرهنگی مذهبی بخصوص با کشورهای عربی 	<p>استراتژی های WO</p> <ul style="list-style-type: none"> جذب بیماران به کشور با توجه به مزیت رقابتی آب درمانی و لجن درمانی نسبت به کشورهای فاقد چنین امکاناتی تلاش برای کاهش نقش تله مدیسین با توجه به سایر زمینه‌های جذاب گردشگری کشور و از طریق تخفیفات ویژه 	<p>فرصت‌ها O</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● جذب بیماران کشورهای اسلامی از طریق کمیسیون گردشگری اسلامی 	
<p>استراتژی های WT</p> <ul style="list-style-type: none"> ● کاهش نقش دلالتان از طریق ایجاد کانال های واسطه برای ورود گردشگران پزشکی ● رفع کمبود کادر درمانی متخصص توریسم از طریق آموزش زبانهای خارجه و آموزش مهارت های ویژه گردشگری ● افزایش بازار گردشگری سلامت با استفاده از تنوع بازارهای هدف ● برنامه ریزی و بازاریابی مناسب برای رقابت برتر با کشورهای همسایه ● افزایش امنیت گردشگران سلامت با ایجاد پلیس ویژه توریسم 	<p>استراتژی های ST</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استفاده از فناوری اطلاعات برای تبلیغ بازار گردشگری سلامت ایران با توجه به جهان شمول بودن آن ● جذب بیماران کشورهایی که هزینه درمان به علت نبود پوشش بیمه ای بالاست از طریق ایجاد بیمه درمانی توریسم ● افزایش حمل و نقل هوایی از طریق گسترش زیرساختهای ضروری 	<p>تهدید ها T</p>

مراجع

- [1] سیاری، رضا (1391)، "گردشگری، توسعه اقتصادی و محیط زیست"، ماهنامه آسمان ایران، وزارت راه و شهرسازی.
- [2] شهابیان، پویان (1390)، "بررسی نقش و اثرات گردشگری بر توسعه پایدار"، نشریه آرمان شهر، شماره 7.
- [3] ناصرآبادی، زهرا (1379)، "آینده پژوهی"، مرکز مطالعات و برنامه ریزی استراتژیک، تهران، موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاع.
- [4] هومن، حیدر علی (1390)، "مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل"، چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت.
- [5] هاشمی، سیدرضا؛ حسین علیزاده، فردوس مصطفی پور و حمیدرضا پورزمانی (1382)، "اثرات زیست محیطی گردشگری، معضلات و راهکارها"، ششمین همایش ملی بهداشت محیط، ساری، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران، 115-122.
- [6] گردشگری سلامت نیاز مبرم اقتصاد ملی؛ ماهنامه سفر؛ دی ماه 1390
- [7] لجن درمانی در بحرالمیت آسیایی؛ ماهنامه دنیای تجارت
- [8] خدایاری، زرنق رحیم؛ تورانی، سوگند؛ قادری، اعظم؛ صالحی، مسعود؛ جعفری، حسن؛ ارزیابی توانمندیهای بیمارستان های منتخب آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی تهران در جذب گردشگران پزشکی بر اساس استاندارد های بیمار محور کمیسیون مشترک بین الملل؛ فصلنامه بیمارستان؛ 1398
- [9] دلگشایی، بهرام؛ جباری، علیرضا؛ فرزین، محمدرضا؛ شع بافچی زاده، نسرین؛ طبیبی، سید جمال الدین؛ وضعیت موجود گردشگری پزشکی؛ مطالعه موردی ایران؛ فصلنامه پایش؛ شماره دوم؛ بهار 1391
- [10] صدر ممتاز، ناصر؛ آقا رحیمی، زهرا؛ صنعت گردشگری پزشکی در ایران؛ راهکارهایی برای توسعه؛ مدیریت اطلاعات سلامت؛ ویژه نامه شماره چهار؛ زمستان 1389

Reference

- [11] contemporary tourism and international approach/chris cooper , C michael hall /2009
- [12] medical tourism in developing countries / melica Z.bookman , karla R.bookman / 2007
- [13] tourism and hospitality in the 21st century/A.lock wood and S.medlik./2007
- [14] <http://www.bms-iran.com/train.htm>
- [15] contemporary tourism systems.com
- [16] www.e-ms.ir www.knxcenwww.com www.knxcenter.ir www.ebms.blogfa.com

- [17] www.famoor.com
- [18] <http://www.iranbms.com/htmls/fa/bms.aspx>
- [19] <http://www.iranbms.com/htmls/fa/bms.aspx>
- [20] www.medicaltourismindia.com
- [21] medicaltourism.com
- [22] www.tourismtasmania.com.au
- [23] <http://tajhizshabakeh.com/component/content/article/42-articles/228----bms->
- [24] www.e-bms.ir www.knxcenter.ir www.ebms.blogfa.com
- [25] <http://www.tobaenergy.com/fa/index.php/building-energy-audit.html> www.bms-iran.com/softwa
- [26] www.wikipedia.org/wiki/Medical_Tourism yanko design
- [27] Byrne, B. M. (1994). Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows: Basic concepts, applications, and programming, Sage Publications.
- [28] Chin, W. W. & Newstead. P.R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using PLS, in rick holy (ed), Statistical strategies for small samples research, Sage Publications: pp. 307-341.
- [29] Kaltenborn, B.P., Nyahongo, J.W. and Kideghesho, J.R. (2011). "The attitudes of tourists towards the environmental, social and managerial attributes of Serengeti National Park, Tanzania", Trop Conserve Sci.
- [30] Landon, M. (2006), "Environment, Health and Sustainable Development", Open University Press, London, p. 4.
- [31] Solarin, S.A. (2014). "Tourist arrivals and macroeconomic determinants of CO2 emissions in Malaysia", Anatolia, 25(2): 228-241.
- [32] Sompholkrang, M. (2014). Tourism Expenditures and Environment in Thailand, Eurasian Journal of Economics and Finance, 2(2): 63-69.

Health tourism and its relation to sustainable tourism

Mohammadali Gholitabar ¹, Dr Mohammad Reza Sadeghianifar ²

1 DBA Graduate, Mahan Business School, Tehran, Iran.

(Email: magholitabar@gmail.com)

2 Owner of Ibn Sina Research Institute, Professor of Mahan Business School, Tehran, Iran.

(Email: esina.researchcenter@gmail.com)

Abstract

The purpose of the present study is to provide a model for studying and studying health tourism and its relation to sustainable tourism; and since in applied research the main purpose is not merely scientific discovery but to test and evaluate the application of knowledge. It is practical because its results can be used by decision makers. Therefore, it has been carried out through exploration and meta-analysis. Qualitative method was used for data collection. Data gathering tool was expert interviews with Delphi experts and finally SWOT.

Keywords: *Health Tourism, Sustainable Tourism, Resistance Economics, Therapeutic Tourism.*