

تحلیلی بر نقش چشمه‌های آبگرم در جذب گردشگران (مطالعه موردی: چشمه آبگرم نورآباد ممسنی)

مسعود تقوایی^۱ یونس غلامی^{۲*} رسول باباناسب^۳ سید علی موسوی^۴

۱- استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

۲- استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان

۳- مدرس دانشگاه اسدآباد همدان

۴- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد واحد اصفهان (خوراسگان)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش چشمه‌های آبگرم نورآباد ممسنی در جذب گردشگران تدوین یافته است. نوع تحقیق با توجه به هدف کاربردی- توسعه‌ای و از نظر ماهیت و روش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز تحقیق با استفاده از روش‌های اسنادی و میدانی جمع‌آوری شده است. جامعه آماری شامل گردشگران چشمه آبگرم نورآباد ممسنی می‌باشند که با استفاده از فرمول برآورد نمونه کوکران تعداد و حجم نمونه افراد مورد مطالعه برابر با ۳۸۵ نفر تعیین گردیده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS، Excel و آزمون‌های آماری خی دو یا کای اسکوار، تک متغیره، اسپیرمن و همچنین جهت تعیین استراتژی‌ها و راهکارهای توسعه گردشگری چشمه آبگرم از مدل SWOT استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ویژگی‌های اقلیمی، توپوگرافی، شرایط کم نظیر اکوسیستمی، پوشش مرتعی و بخصوص آب‌های گرم، از جاذبه‌های گردشگری منطقه به شمار می‌روند به طوری که خاصیت درمانی چشمه آبگرم نورآباد ممسنی بر جذب گردشگران منطقه تأثیر بسیار زیادی دارد. اما دافعه‌ها و نبود امکانات در این چشمه آبگرم نیز موجب کاهش و عدم افزایش ورود گردشگران می‌شود که در کل ضعف امکانات زیربنایی توسعه نیافتگی چشمه آبگرم نورآباد ممسنی را در پی دارد. با بهره‌گیری از مدل (SWOT) نتایج نشان داد که نورآباد ممسنی با مجموع ۲۰ نقطه قوت و فرصت به ترتیب با امتیاز وزنی ۳/۳۳ و ۳/۴۱، به عنوان مزیت‌ها، پتانسیل‌های فراوانی برای توسعه گردشگری چشمه آبگرم دارد، ولی در عین حال ۱۸ نقطه ضعف و تهدید فراروی این منطقه به ترتیب با امتیاز وزنی ۳/۸۶ و ۳/۲۱ به عنوان محدودیت‌ها نشان می‌دهد که با چالش‌ها و مشکلاتی هم مواجه است.

کلید واژه‌ها: گردشگری، گردشگری درمانی، چشمه آبگرم، مدل SWOT، نورآباد ممسنی.

* نویسنده رابط: Yonesgholami@ymail.com

۱- مقدمه

گردشگری، معادل فارسی واژه توریسم در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمان است. ریشه این واژه «توریسم» است که از دو بخش تشکیل شده است: «تور» به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و «ایسم»، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است. در متون فارسی، معادل‌های گوناگونی برای واژه توریسم آمده است؛ مانند گردشگری، جهانگردی، سیاحت، تفریح و حتی ایرانگردی. با در نظر گرفتن ابعاد مختلف به نظر می‌رسد که بهترین گزینه ممکن واژه «گردشگری» است (شهبان، ۱۳۹۰: ۱۲۲). صنعت جهانگردی و گردشگری با اهداف متنوعی مانند بازدید از منابع طبیعی، جاذبه‌های تاریخی و آثار باستانی، به دست آوردن سلامت جسمی و روحی و... انجام می‌گردد (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۸۵). امروزه گردشگری پس از صنایع نفت و خودروسازی به عنوان پویاترین صنعت از نظر تحرک و ایجاد زمینه‌های اشتغال توانسته، تغییرات شگرفی را در فضای زندگی و چشم‌اندازهای مختلف جغرافیایی ایجاد نماید تا جایی که صنعت توریسم خود تبدیل به نوعی از دهکده جهانی شده است (قهرمانی، ۱۳۹۱: ۶۶). این صنعت به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. به گونه‌ای که براساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش وجوه حاصل از جهانگردی و مسافرت در دهه‌های آتی با سرعتی افزون‌تر از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از اقلام صادراتی در دیگر بخش‌های اقتصادی خواهد رسید (مهرابی بشرآبادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۰). براساس پیش‌بینی کارشناسان اقتصادی دنیا، صنعت گردشگری از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ می‌تواند از سودآورترین صنایع جهان باشد و حتی از صنعت نفت و اتومبیل هم پیشی گیرد و در شمار سه صنعت عمده جهان به حساب آید. از این رو گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی سودآور مورد توجه کشورها قرار گرفته است. این پدیده در مدتی کوتاه توانسته ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد (هادیانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۲). ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط و مانند آن از جمله مزایای این صنعت بوده است (گودرزوند چگینی و مولایی هاشجین، ۱۳۸۸: ۱۸۰). در سالیان اخیر رشد هنگفتی در توجه به گردشگری سلامت و بهداشت، از جمله گردشگری چشمه‌های آبگرم معدنی و درمانی بنا به دلایل گوناگونی مانند تخلیه اضطراب، وجود مزایایی برای زیبایی و دسترسی فوری‌تر به مداخلات درمانی باکیفیت وجود داشته است که به عنوان بخش‌هایی از پدیده وسیع‌تر گردشگری سلامت در نظر گرفته می‌شوند (Laing and Weiler, 2008). گردشگری با هدف درمان و سلامت از دیرباز از زمان یونان و رم باستان در اروپا وجود داشته و بعد به نقاط دیگر اروپا گسترش پیدا کرده است. در دوران باستان افراد دچار بیماری‌های تنفسی و رماتیسمی، متوجه شده بودند که برخی از مناطق آب و هوایی خاص در بهبودشان تأثیر دارد و به آن نقاط می‌رفتند. کلمه اسپا (SPA) که به احتمال زیاد از ریشه لاتین

ESPA به معنای چشمه گرفته شده، به مناطق دارای آب‌های معدنی و گرم که پذیرای گردشگران برای درمان و استراحت بوده است به کار می‌رود. این گردشگران برای آب تنی در آب‌های گرم، نوشیدن آب چشمه‌های معدنی و یا ماندن در لجن‌های طبی به اسپاها مراجعه می‌کنند. برخی دیگر آن را از دوران نوسنگی و عصر برنز می‌دانند. در قرن ۱۶ پونس دی لئون مفهوم جدیدی را برای دنیا به ارمغان آورد هنگامی که او در جستجوی چشمه جوانی به ایالت فلوریدا سفر کرد. در سده ۱۷۰۰ و ۱۸۰۰ استفاده از آب گرم در شهرهای آب گرم از جمله بادن بادن در هر دو طرف اقیانوس اطلس شناخته شده بود (بابانسیب و همکاران، ۱۳۹۴: ۹-۸). به تصدیق سازمان یونسکو، ایران از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای دارد و به لحاظ جاذبه‌های اکوتوریسمی و تنوع اقلیمی جزء پنج کشور برتر دنیاست. طبیعت چهار فصل ایران، وجود دریا، کویر، چشمه‌های آب گرم معدنی و درمانی، حیات وحش متنوع و انحصاری، جاذبه‌های گردشگری مذهبی و تمدن هفت هزار ساله این قابلیت را به ایران بخشیده است که در ردیف‌های نخست گردشگری جهان قرار گیرد (شریفی رنانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰).

با توجه به قرار گرفتن چشمه آبگرم در محدوده شهر نورآباد به عنوان اولین و بزرگترین نقطه شهری شهرستان ممسنی با مساحتی بالغ بر ۱۷۹۸ هکتار در ۱۶۰ کیلومتری شمال غرب شیراز، با موقعیت ۵۱ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی و ۳۱ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی، و ارتفاع آن ۹۰۰ متر از سطح دریا است (هرمزی، ۱۳۸۳). در حال حاضر، نورآباد ممسنی در استان فارس نیز با جاذبه‌های طبیعی فراوان، پذیرای مسافرانی است که از سراسر کشور و برخی کشورهای همسایه برای گذران اوقات فراغت در طول سال به این منطقه سفر می‌کنند. این در حالی است که با وجود جاذبه‌های متنوع گردشگری در سطح شهرستان، هنوز به طور بهینه از طبیعت بکر و استعدادهای بی‌نظیر آن بهره گرفته نشده است. با عنایت به منافع کلانی که این صنعت در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی برای جامعه محلی به دنبال دارد، لزوم توجه بیشتر به آن مشخص و انجام چنین پژوهشی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است و با نگاه مثبت به این منطقه و برنامه‌ریزی و زمینه‌سازی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی می‌توان شاهد استفاده مطلوب و رفع کمبودها و تنگناهای مورد نیاز این چشمه آبگرم خواهیم بود. هدف اصلی تحقیق بررسی نقش چشمه آبگرم نورآباد ممسنی در جذب گردشگران است.

در خصوص پیشینه تحقیق با توجه به مطالعات انجام یافته می‌توان به عنوان نمونه به موارد زیر اشاره نمود:

سالم هاراشه^۱ (۲۰۰۲) در پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان «گردشگری درمانی در اردن» با هدف یافتن عناصر و ماهیت گردشگری درمانی به شناسایی ویژگی‌های اقتصادی و جمعیت شناختی گردشگران درمانی در تفرجگاه‌ها و چشمه‌های آبگرم و معدنی، بررسی مسائل و مشکلات گردشگران در طول اقامت و

^۱ - Salem Harahsheh

همچنین سنجش رضایت آنها از امکانات ارائه شده پرداخته است. کونل^۱ (۲۰۰۶) در مقاله «گردشگری درمانی؛ خورشید، دریا، ماسه‌های ساحلی و ...» معتقد است که همراه با گسترش روزافزون صنعت توریسم در سرتاسر دنیا، توریسم درمانی در کشورهای در حال توسعه توانسته با رشدی غیرمنتظره، به یکی از بخش‌های مهم بازار گردشگری تبدیل شود. ضرغام (۱۳۷۹) در مقاله «چشمه‌های آب معدنی و آب‌های گرم، توسعه جهانگردی و نقش مردم بومی» سه موضوع مستقل اما به هم پیوسته در زمینه توسعه مناطق دارای چشمه‌های آب معدنی و آب‌های گرم از دیدگاه برنامه‌ریزی را مورد بررسی قرار داده است. سبحانی (۱۳۸۹) در راستای شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT به این نتیجه رسیده است که مهمترین عامل جذب گردشگری در منطقه سردابه، در درجه اول عوامل محیطی، از قبیل چشم‌انداز مناسب طبیعی و آب و هوای خنک از ماه اردیبهشت تا آخر آبان و در درجه دوم آب‌های گرم است. نادعلی و موحدی (۱۳۹۱) در «بررسی اثرات ایجاد کمپینگ‌های گردشگری در شهر اصفهان» به این نتیجه رسیده‌اند که ایجاد کمپینگ‌های گردشگری می‌تواند باعث جذب و ساماندهی گردشگران و نیز ساماندهی فضایی و کالبدی شهر گردد. همچنین موجب کاهش ترافیک درون شهری، آلودگی هوا و افزایش ماندگاری گردشگران خواهد شد. نوری و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله «نقش ایران در گردشگری درمانی جهان اسلام با تأکید بر طبیعت درمانی» معتقدند که کشور ایران در زمینه‌ی گردشگری درمانی دارای توانمندی‌های بسیاری نظیر داروهای نو ترکیب، سلول‌های بنیادین، چشم پزشکی، هزینه‌های کم پزشکی و اقامتی، اشتراکات دینی و پتانسیل‌های طبیعی همچون لجن درمانی، ماسه درمانی، گل فشان‌ها و وجود هزاران چشمه آبگرم و معدنی است؛ اما توسعه این حوزه از گردشگری آن طور که باید و شاید مورد توجه نهادهای متولی امر قرار نگرفته؛ و به تبع آن در سطح کسب و کار نیز مجموعه‌های خصوصی و موفق‌تری در این زمینه بوجود نیامده است. پژوهش حاضر سعی در شناساندن قابلیت‌ها و پتانسیل‌های چشمه‌های آبگرم بخصوص چشمه آبگرم ممسنی در جذب گردشگر و ارائه راهکارهایی جهت بهتر شدن این مکان توریستی برای شهرستان دارد و در پی بررسی فرضیه‌های زیر تدوین یافته است:

- بین خاصیت درمانی چشمه آبگرم و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؛
- بین دافعه‌های چشمه‌های آبگرم و کاهش گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؛
- بین ضعف امکانات زیربنایی و توسعه نیافتگی چشمه آبگرم ممسنی رابطه معناداری وجود دارد.

۲- مواد و روشها

تحقیق حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی- توسعه‌ای و از نظر ماهیت و روش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. جامعه آماری شامل گردشگران چشمه آبگرم نورآباد ممسنی که براساس سال ۱۳۹۳، ۴۰۰۰۰

نفر بوده است. با استفاده از فرمول برآورد نمونه کوکران (حافظ نیا، ۱۳۸۱:۱۴۰) تعداد و حجم نمونه افراد مورد مطالعه برابر با ۳۸۵ نفر تعیین گردیده است. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز تحقیق با استفاده از روش‌های اسنادی و میدانی (پرسشنامه) جمع‌آوری شده و روش نمونه‌برداری از جامعه آماری به صورت تصادفی بوده است. سازه‌های تحقیق شامل متغیرهای رابطه خاصیت درمانی و جذب گردشگر، دافعه و کاهش گردشگر و ضعف امکانات و توسعه نیافتگی هستند که با استفاده از طیف لیکرت سنجیده شده‌اند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از نرم افزارهای Excel، SPSS و آزمون‌های آماری خی دو یا کای اسکوار، تک متغیره و اسپیرمن استفاده شده است. در سنجش اعتبار وسیله اندازه‌گیری، پرسشنامه مقدماتی ابتدا بوسیله تعدادی از متخصصین مورد بررسی قرار گرفته و نهایتاً اعتبار صوری پرسشنامه با حذف و اصلاح تعدادی از گویه‌ها بدست آمده است. به منظور سنجش پایایی گویه‌های مرتبط با هر متغیر و کل گویه‌های تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای محاسبه شده برای همه گویه‌ها ۰/۷۸۲ بدست آمده، که نشان از معتبر بودن توصیف و روابط مابین آنها از نظر علمی است. همچنان که جدول (۱) نشان می‌دهد برای همه متغیرها مقدار آلفا بالاتر از ۰/۷ است.

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ ارتباط مابین متغیرها

رابطه خاصیت درمانی و جذب	رابطه دافعه و کاهش	رابطه ضعف امکانات و توسعه نیافتگی
۰/۷۰۳	۰/۷۵۲	۰/۷۲۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همچنین برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری چشمه آبگرم، از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است.

۳- مفاهیم و مبانی نظری

مفهوم شناسی چشمه‌های آبگرم و معدنی

اصطلاح «چشمه آبگرم و معدنی»، مشتق از کلمه «Espa» به معنی چشمه، فواره، مخزن، سرچشمه و عین می‌باشد و برگرفته از نام شهرک «ایسپا» در بلژیک، مکانی که در قرن چهاردهم برای اولین بار چشمه‌های معدنی و درمانی در آن کشف شد. همچنین «Espa» ممکن است برگرفته از یک کلمه لاتین تحت عنوان «spagere» به معنی (پراکندگی، نم نم، مرطوب شدن) یا ممکن است مخفف عبارت لاتین «sanitas per aquas» به معنی (کسب سلامتی از طریق آب) باشد. در بریتانیا استفاده از واژه «Espa» هنوز هم رایج است در حالی که در بقیه قسمت‌های اروپا اصطلاح آب‌های حرارتی ترجیح داده می‌شود. حمام کردن در آب‌های گرم با هدف درمان به اشکال مختلفی توصیف شده است، برای مثال (مصرف آب، درمان با آبگرم، استفاده علمی از آب در درمان بیماری‌ها کاربرد دارد (Linden and Tubergen, 2010:273). به عبارتی

به گفته لاند^۱ (۲۰۰۰)، اصطلاح SPA اختصار لاتین برای S معادل Salud (سلامت)، p معادل per از طریق A معادل Ama آب است پس معنای آن سر هم می‌شود: سلامت از طریق آب و ریشه کلمه spa به فردی بلژیکی به نام کالین لی لوپ^۲ نسبت داده می‌شود، وی آهنگر بود و در سال ۱۳۲۶ میلادی به چشمه‌ای به نام espa در نزدیکی لیژ^۳ در جنوب بلژیک که نزدیک مرز آلمان است رفت تا بیماری‌اش را درمان کند. در زبان والونی، Espu به معنی فواره است (Harahshe, 2002:33). دی ویویل اصطلاح SPA را به سه شیوه مختلف تعریف کرده است:

- چشمه، جنبه اجتماعی استفاده از آب درمانی است.

- چشمه، فضای طبیعی و مکانی دارای چشم اندازی در طی زمان است.

- چشمه، مکانی هدفمند، با برنامه و با هدفی خاص برای یک دوره زمانی مشخص است. تعریفی که هاراشه از چشمه‌های آبگرم و معدنی ارائه داده؛ عبارت است از: هر مکانی که در آن خدمات درمانی با استفاده از آب درمانی (داغ - معدنی - شور یا شریین)، لفافه‌های گل، حمام‌های گیاهی و مداوای زیبایی، غذاهای مقوی و غیره به متقاضیان ارائه می‌شود (Harahshe, 2002).

بر اساس مطالعات سازمان گردشگری تندرستی و چشمه‌های آبگرم معدنی ویکتوریا؛ اصطلاح چشمه آبگرم و معدنی از سر واژه لاتین [Salus Per Aquum (SPA)] به معنای درمان‌های آب محور گرفته شده است. برخی سازمان‌ها تلاش کرده‌اند چشمه‌های آبگرم و معدنی را در بافت معاصر تعریف کنند؛ مثلاً چشمه‌های هوشمند را «درمان‌های حرفه‌ای با چشمه‌ها» براساس ارائه درمان‌های معتبر توسط افراد با صلاحیت و با سواد تعریف کرده اند.

انجمن بین‌المللی چشمه‌های آب معدنی^۴، چشمه‌های آبگرم و معدنی را نهادهایی می‌داند که در خدمت ارتقای سلامت کلی از طریق استفاده از گستره‌ای خدمات حرفه‌ای که مشوق بازسازی ذهن، روح و بدن می‌باشد. این تعریف آشکارا سلامت و تندرستی را در بر می‌گیرد که کوفمن و مولر آن را حالتی از سلامت با مشخصه هماهنگی بین بدن، ذهن و روح، مسئولیت‌پذیری شخصی، مراقبت‌های تناسب، زیبایی جسمی، آرمیدگی، مکاشفه، آموزش، فعالیت ذهنی، برخوردهای اجتماعی مناسب و حساسیت محیطی در قالب عناصری اساسی ذکر می‌کنند. آب معدنی به معنای آبی که از زمین در حالت طبیعی دارای مقادیر کافی دی اکسید کربن و دیگر مواد محلولی است که می‌توانند باعث گازدار شدن یا طعم خاص آب شوند خارج می‌شود (Tourism Victoria in Consultation with the Spa and Wellness Industry, 2005:5).

در آب برخی از چشمه‌ها مواد شیمیایی به مقدار زیادی یافت می‌شوند و با آنها خواص فیزیکی و شیمیایی

۱ - Lund

۲ - Collin le Loup

۳ - Liege

۴ - International Spa Association

ویژه‌ای می‌بخشند. عده‌ای از مولفان این نوع آب‌ها را آب‌های معدنی نامیده‌اند. ولی وجود ترکیبات شیمیایی به مقادیر زیاد به تنهایی مشخصه آب‌های معدنی نمی‌باشد؛ زیرا چشمه‌هایی یافت می‌شوند که ترکیبات شیمیایی آنها از آب آشامیدنی کمتر هستند ولی خواص فیزیکی گرمای آنها به صورتی است که در ردیف آب‌های معدنی قرار می‌گیرند. کنگره ژنو آب‌های طبیعی را که به مناسبت داشتن خواص درمانی و بهداشتی مخصوص، به مصرف می‌رسند آب‌های معدنی نامیده است. چون آب برخی از چشمه‌ها معدنی گرم است از اینرو عده‌ای آنها را آب‌های گرم نامیده‌اند؛ ولی بعضی از محققان این دو نامگذاری را که یکی از نظر شیمیایی و دیگری از لحاظ فیزیکی است برای این آب‌ها را کافی نمی‌دانند و عقیده دارند که چون خواص اصلی آنها خواص درمانی هستند نام آب‌های درمانی برای آنها مناسب‌تر است (جنیدی، ۱۳۴۸:۲۱). به گفته انجمن بین‌المللی چشمه‌ها^۱ spa در هفت دسته قرار می‌گیرند:

- ۱- چشمه باشگاهی^۲: مکانی که خدمات روزانه خصوصاً در زمینه تناسب و آمادگی جسمانی ارائه می‌دهد؛
- ۲- چشمه کشتی تفریحی^۳: کشتی تفریحی که در آن خدمات، آمادگی جسمانی، تندرستی و منوی آشپزی ویژه ارائه می‌شود؛
- ۳- چشمه روز^۴: چشمه‌ای که روزانه خدمات متنوع به مشتریان ارائه می‌دهد؛
- ۴- چشمه مقصد^۵: مرکزی که تنها هدف آن بهبود سلامتی و سبک زندگی از طریق ارائه خدمات چشمه-ای به صورت حرفه‌ای، تناسب جسمانی، برنامه‌های آموزشی و امکانات اقامتی در مکان چشمه‌ها که در آن آشپزی نیز به صورت ویژه انجام می‌پذیرد.
- ۵- چشمه پزشکی^۶: هدف اصلی این مراکز ارائه خدمات تناسب و پزشکی در محیطی که خدمات چشمه‌ای و مداواها و درمان‌های سنتی و مکمل به صورت تلفیقی اتخاذ می‌شود.
- ۶- چشمه‌های آبگرم معدنی^۷: این چشمه‌ها دارای مراکز از ارائه مداوای آب درمانی که با استفاده از آب دریا، آب گرم و آب‌های معدنی طبیعی تأمین می‌شود.
- ۷- چشمه‌های اقامتی هتل^۱: چشمه‌های واقع در یک مرکز اقامتی، تملک و یا هتل که به ارائه خدمات حرفه‌ای چشمه‌ها، برنامه‌های آمادگی جسمانی و تناسب و همچنین آشپزی خاص می‌پردازد (Harahshe, 2002:34).

1 -International Spa Association
 2 -Club Spa
 3 -Cruise Ship Spa
 4 -Day Spa
 5 -Destination Spa
 6 -Medical Spa
 7 -Miner Springs Spa

نقش چشمه‌های آبگرم و معدنی در گردشگری سلامت

از قرن پانزده تا هفدهم میلادی شرایط بهداشتی ضعیف در اروپا باعث روی آوردن مردم به چشمه‌های آبگرم معدنی و ساحلی برای تقویت سلامتی گردید و افراد ثروتمند نیز به مدارس پزشکی مشهور برای مداوا و کمک‌های پزشکی مراجعه می‌کردند (Swarbrooke and Horner, 2007). این امر تا قرن هیجده و نوزدهم ادامه داشت و شهرهایی که دارای چشمه‌های آبگرم معدنی بودند، مکانی مؤثر برای سلامتی، استفاده از آفتاب و فرار از شرایط اقلیمی آب و هوای سرد در شمال اروپا، برای مردم محبوب شناخته شدند. با رشد صنعتی و شهرنشینی سریع در قرن نوزدهم به همراه تغییرات اجتماعی محیط‌های شهری فقیر و غیربهداشتی را در بریتانیا و بخش‌هایی از اروپا تشدید کرد که این امر منجر به شکل‌گیری نگرانی‌هایی درباره سلامتی گردید (Holden, 2006) و با شکل‌گیری راه آهن جریان‌های گسترده و متنوعی از مردم را به سمت استراحت‌گاه‌های ساحلی و کناره‌های دریا امکان‌پذیر ساخت و محیط‌های آرام و تفریح‌گاه‌هایی مناسب را برای شهرنشینان فراهم کرد (Cook, 2007). گردشگری آفتابی و چشمه‌های آبگرم تا قرن بیستم ادامه داشت و این چشمه‌های آبگرم معدنی، استراحت‌گاه‌ها، کناره‌های دریا و سواحل برای درمان بیماری‌های روحی و جسمی استفاده می‌شد که شخص به مدت طولانی در معرض آفتاب، هوای تازه و گرم و یا داخل آب قرار می‌گرفت و تا به امروز در سطح جهان اینگونه مداوا وجود دارد (Ibid, 7)

چشمه‌های معدنی مکان‌هایی صرفاً برای لذت بردن نیستند، بلکه هر روز بیش از گذشته نقش «مراکز سلامت» را به خود می‌گیرند که در آنها اهمیت به سلامت جسمانی با در نظر گرفتن بهزیست روانی توأم می‌شود و به بازیابی سلامت در تمامی جوانب می‌انجامد. ریشه این مفهوم فواید شفابخش یک چشمه معدنی را می‌توان در دوره یونانیان و رومیان باستان، و بعدها در اروپا در قرون ۱۷، ۱۸ و ۱۹ جستجو کرد (Laing and Weiler, 2008). اختلالات عمده بدن که آب‌های درمانی و چشمه‌های سلامت می‌توانند آنها را درمان کنند عبارتند از: اختلالات عصبی، اختلالات روانی، بیماری‌های روماتیسمی، مشکلات مفاصل (آرتروز و غیره)، بیماری‌های ناشی از پیری، مشکلات تنفسی، مشکلات گردش خون، بیماری‌ها و حساسیت‌های پوستی و خستگی و تنش و نفاخت (Harahshe, 2002).

امروزه زندگی صنعتی در بیشتر کشورهای دنیا نیازهایی را برای مردم جوامع مختلف ایجاد کرده است که سلامت مهم‌ترین آنهاست. در حال حاضر عدم تحرک، چاقی، ابتلاء به انواع حساسیت‌های پوستی و تنفسی، بیماری‌های عصبی و دردهای استخوانی، استرس، مشکلات روحی و روانی و غیره از جمله مشکلاتی هستند که توسعه و توجه به چشمه‌ها و تفریحگاه‌هایی که علاوه بر ویژگی‌های درمان طبیعی از چشم‌اندازهای دلپذیر و آب و هوای معتدل برخوردار باشند به عنوان یک اقدام ضروری و اجتناب‌ناپذیر خود را بیشتر نمایان می‌سازد. کشورها با مدنظر قرار دادن این نیاز سلامتی بشر در قرن ۲۱ درصدد بهره‌مندی از فرصت-

¹ - Resort- Hotel Spa

های موجود کشورشان از مبحثی به نام توریسم سلامت هستند (نوری و همکاران، ۱۳۹۱:۲). گردشگری سلامت، سفری سازمان یافته از محیط زندگی فرد به مکان دیگر است که به منظور حفظ بهبود و دستیابی مجدد به سلامت جسمی و روحی فرد صورت می‌پذیرد (صدرممتاز و رحیمی، ۱۳۸۹:۵۱۷) و اغلب اوقات، حول دریافت خدمات درمانی، فعالیت‌های اوقات فراغت نیز به بسته بیمار اضافه می‌شود.

اخیراً مفهوم سلامت، دچار تحولی عظیم شده و دیگر تنها به معنی نبود بیماری و ناتوانی نمی‌باشد. بلکه سلامتی به عنوان یک مفهوم پویا و چند بعدی مورد توجه قرار می‌گیرد که دارای ابعاد جسمی، روحی، معنوی، عاطفی، ذهنی، ارتباطی و اجتماعی می‌باشد که به تعبیر سازمان جهانی بهداشت «سلامت؛ وسعت توانمندی یک فرد یا گروه برای درک خواسته‌ها و آرزوها و برآوردن نیازهایش از یک سو و برای تغییر شرایط محیطی یا کنار آمدن با آن» از سوی دیگر می‌باشد (رفیعی فر و همکاران، ۱۳۸۴:۱۳). مسافرت به همه جنبه‌های سلامتی می‌تواند کمک کند. سفر به منظور سلامتی به چشمه‌ها و حمام‌های گرم، مکان‌های مقدس یا لذت بردن از شرایط آب و هوای مطلوب و ... ریشه در زمان‌های بسیار طولانی دارد (Laing as cited in Puczko 2010:165). این نوع سفر سلامتی، نشان دهنده‌ی طیف گسترده‌ی فعالیت‌ها، از تندرستی و درمان‌های اسپا گرفته، تا همه انواع خدمات زیبایی و پیچیده‌ترین عملیات پزشکی را شامل می‌شود. بنابراین زمان حاضر زمانی است که بیمارستان‌ها به سمت ایجاد اسپاها و اسپاها به سمت ایجاد بیمارستان‌ها سوق پیدا کرده‌اند.

۴- نتایج

به منظور شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی از مدل SWOT استفاده شده است. همان گونه که در جدول ۲ تا ۵ مشاهده می‌شود، تعداد ۱۰ قوت داخلی در برابر ۱۰ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۰ فرصت خارجی در برابر ۸ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. بنابراین، در مجموع تعداد ۲۰ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و تعداد ۱۸ نقطه ضعف و تهدید به عنوان تنگناهای پیش روی توسعه گردشگری چشمه آبگرم در این شهرستان شناسایی و تعیین گردیده است. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از شاخص‌ها بدین صورت بوده که برای هر شاخص در دامنه‌ای از (۱) تا (۵) امتیازدهی شده که (۱) به معنای داشتن اهمیت خیلی کم، (۲) به معنای اهمیت کم، (۳) به معنای اهمیت متوسط، (۴) به معنای اهمیت زیاد و (۵) به معنای اهمیت خیلی زیاد در توسعه گردشگری چشمه است. سپس داده‌های گردآوری شده بر حسب مجموع وزن، وزن نسبی و امتیاز وزنی آنها محاسبه شده و مجموع امتیاز نهایی هر یک از شاخص‌های عوامل داخلی و خارجی به منظور شناسایی وضعیت هر یک از آنها ارائه شده است. در نهایت با مجموع امتیاز شاخص‌ها به وضعیت موجود از نظر عوامل داخلی و خارجی پی برده شده است.

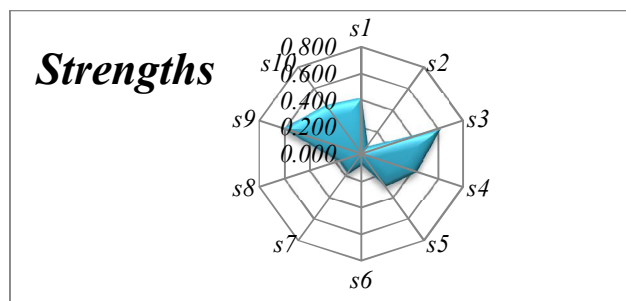
عوامل داخلی مؤثر بر توسعه گردشگری چشمه آبگرم (IFAS^۱)

برای ساماندهی و طبقه‌بندی عوامل داخلی در نقاط قوت و ضعف، به منظور ارزیابی روش مدیریت و واکنش سیستم به این عوامل، با توجه به میزان اهمیت، امتیازهای وزنی محاسبه و ضرایب اثرگذاری آنها در جدول (۲) و (۳) ارائه شده است. با توجه به جدول (۲) مهمترین نقاط قوت نورآباد ممسنی در جذب گردشگری چشمه آبگرم به وجود پتانسیل‌های بالای اکوتوریستی در منطقه با امتیاز وزنی (۰/۶۲)، قابلیت بالای منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۶۱)، مستعد بودن منطقه در زمینه توسعه و جذب گردشگری سلامت و درمانی با امتیاز وزنی (۰/۴۵)، وجود تنوع آب و هوایی و چشم‌انداز زیبا و متنوع در منطقه با امتیاز وزنی (۰/۴۲) و وجود خاصیت درمانی چشمه آبگرم با امتیاز وزنی (۰/۴۲) مربوط می‌شود جدول (۲) و شکل (۱).

جدول ۲- ارزیابی عوامل محیط داخلی (قوت‌ها) گردشگری چشمه آبگرم ممسنی (S)

ردیف	نقاط قوت	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی
S1	وجود تنوع آب و هوایی و چشم‌انداز زیبا و متنوع در	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۲
S2	روحیه مهمان نوازی بالای مردم منطقه	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵
S3	قابلیت بالای منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش	۰/۱۲۳	۵	۰/۶۱۴
S4	وجود خاصیت درمانی چشمه آبگرم	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۲
S5	بالا بودن امنیت منطقه	۰/۰۹۸	۳	۰/۲۹۴
S6	وجود جاده مناسب برای رسیدن آسان به چشمه	۰/۰۷۸	۱	۰/۰۷۸
S7	قرار گرفتن در مسیر جاده سراسری شیراز - اهواز و	۰/۰۹۱	۲	۰/۱۸۱
S8	اعتقاد مسؤلان به اشتغال‌زایی به وسیله توریسم به عنوان یکی از سازوکارهای توسعه اقتصادی و درآمدزایی	۰/۰۸۷	۲	۰/۱۷۵
S9	وجود پتانسیل‌های بالای اکوتوریستی در منطقه	۰/۱۲۴	۵	۰/۶۲۰
S10	مستعد بودن منطقه در زمینه توسعه و جذب گردشگری	۰/۱۱۳	۴	۰/۴۵۳
جمع		۱		۳/۳۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۱- نمودار نتایج امتیاز بندی شاخص‌های نقاط قوت

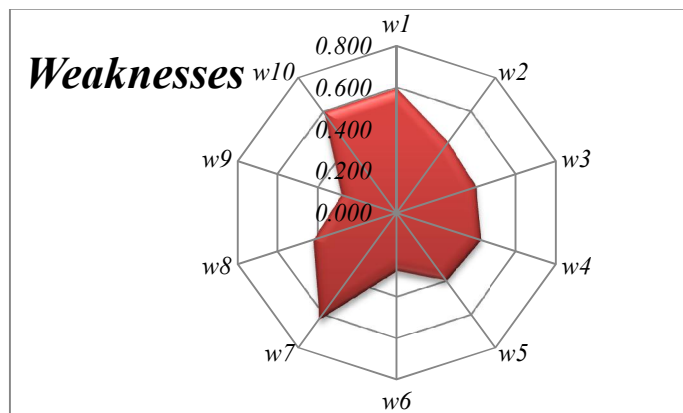
¹ - Internal factors analysis summary

همچنین مهمترین نقاط ضعف در زمینه توسعه گردشگری چشمه آبگرم به ضعف مدیریتی در زمینه گردشگری منطقه با امتیاز وزنی (۰/۵۹۴)، ضعف در اجرای برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۵۹۴)، عدم استفاده از نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه‌ی گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۴۲۲)، عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۴۲۲)، عدم وجود تبلیغات و ضعف اطلاع رسانی در خصوص چشمه آبگرم با امتیاز زنی (۰/۴۱۷)، عدم توجه به تخریب محیط پیرامون چشمه با امتیاز وزنی (۰/۴۰۰) و کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت در گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۳۹۸) مربوط می‌شود (جدول ۳ و شکل ۲).

جدول ۳- ارزیابی عوامل محیط داخلی (ضعف‌ها) گردشگری چشمه آبگرم ممسنی (W)

رتبف	نقاط ضعف	وزن	درجه بندی	امتیاز
W1	ضعف مدیریتی در زمینه گردشگری منطقه	۰/۱۱۹	۵	۰/۵۹۴
W2	عدم وجود تبلیغات و ضعف اطلاع رسانی در خصوص چشمه	۰/۱۰۴	۴	۰/۴۱۷
W3	کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت در گردشگری	۰/۰۹۹	۴	۰/۳۹۸
W4	عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۲
W5	عدم توجه به تخریب محیط پیرامون چشمه	۰/۱۰۰	۴	۰/۴۰۰
W6	کمبود اماکن اقامتی برای همهٔ اقشار گردشگران	۰/۰۹۲	۳	۰/۲۷۷
W7	نبود مکان مناسب جهت استراحت گردشگران	۰/۰۶۳	۱	۰/۰۶۳
W8	عدم استفاده از نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه‌ی	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۲
W9	عدم سرویس بهداشتی کافی و جا گذاشتن زباله‌ها در پیرامون	۰/۰۹۲	۳	۰/۲۷۷
W10	ضعف در اجرای برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری	۰/۱۱۹	۵	۰/۵۹۴
	جمع	۱	—	۳/۸۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۲- نمودار نتایج امتیاز بندی شاخص‌های نقاط ضعف

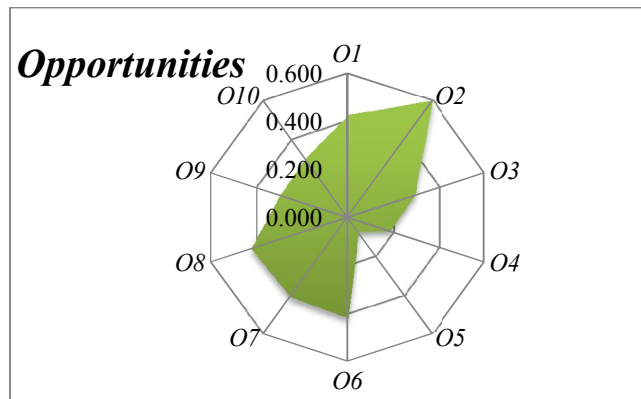
عوامل خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری چشمه آبگرم (EFAS¹)

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم، با توجه به اهمیت هر یک از عوامل و میزان اثرگذاری آنها، با استفاده از وزن‌دهی و درجه‌بندی، امتیاز وزنی عوامل محاسبه و در جدول (۴) و (۵) ارائه شده است. نتایج و تحلیل اطلاعات نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقاط و فرصت‌های توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی به اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه با امتیاز وزنی (۰/۵۹۸)، پتانسیل بالای طبیعت‌گردی شهرستان ممسنی در جذب گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۴۲۴)، قابلیت جذب گردشگران درمانی در استان و کشور با امتیاز وزنی (۰/۴۲۴)، توان بالای نیروی جوان در منطقه جهت استفاده از آنها با امتیاز وزنی (۰/۴۱۹) و سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی با امتیاز وزنی (۰/۴۱۰) مربوط می‌شود (جدول ۴ و شکل ۳).

جدول ۴- ارزیابی عوامل محیط خارجی (فرصت‌ها) گردشگری چشمه آبگرم ممسنی (O)

ردیف	فرصت‌ها	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی
01	پتانسیل بالای طبیعت‌گردی شهرستان ممسنی در جذب گردشگری	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۴
02	اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه	۰/۱۲۰	۵	۰/۵۹۸
03	تبادل و ترویج متقابل فرهنگ‌ها	۰/۰۹۷	۳	۰/۲۹۰
04	نزدیکی شهرستان ممسنی به شهرهای شیراز و یاسوج	۰/۰۹۱	۲	۰/۱۸۲
05	تقویت ارائه امکانات در کنار جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۷۴	۱	۰/۰۷۴
06	توان بالای نیروی جوان در منطقه جهت استفاده از آنها	۰/۱۰۵	۴	۰/۴۱۹
07	سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی	۰/۱۰۳	۴	۰/۴۱۰
08	قابلیت جذب گردشگران درمانی در استان و کشور	۰/۱۰۶	۴	۰/۴۲۴
09	اهمیت فراوان چشمه‌ها به دلیل کمیاب بودن	۰/۰۹۹	۳	۰/۲۹۷
010	توسعه تأسیسات گردشگری به عنوان یکی از راهبردهای توسعه	۰/۱۰۰	۳	۰/۳۰۱
جمع		۱	—	۳/۴۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق



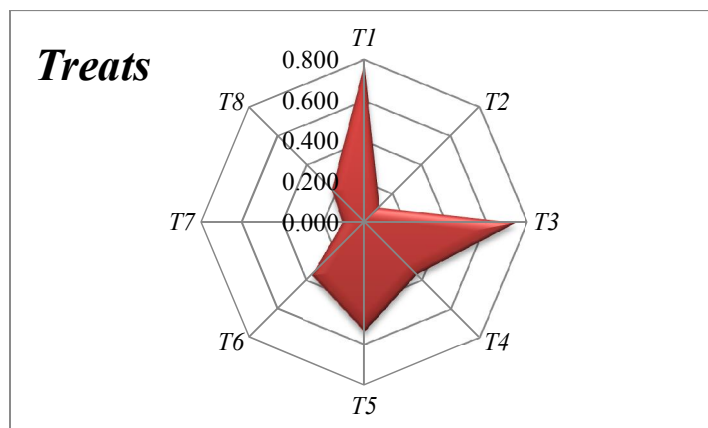
شکل ۳- نمودار نتایج امتیاز بندی شاخص‌های نقاط فرصت

همچنین ناهماهنگی بین سازمان‌های متولی گردشگری با امتیاز وزنی (۰/۷۷۶)، عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای حفظ چشمه‌های آبگرم و معدنی با امتیاز وزنی (۰/۷۴۰)، عدم تبلیغات جهت معرفی توان‌های طبیعت‌گردی شهرستان ممسنی به خصوص چشمه آبگرم با امتیاز وزنی (۰/۵۳۶)، عدم حفاظت از محیط زیست منطقه با امتیاز وزنی (۰/۳۶۴) و عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران جهت حفظ این میراث ملی با امتیاز وزنی (۰/۳۶۰) از جمله مهم‌ترین تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری چشمه آبگرم این منطقه است (جدول ۵ و شکل ۴).

جدول ۵- ارزیابی عوامل محیط خارجی (تهدیدها) گردشگری گردشگری چشمه آبگرم ممسنی (T)

ردیف	تهدیدها	وزن	درجه	امتیاز
T1	ناهماهنگی بین سازمان‌های متولی گردشگری	۰/۱۵۵	۵	۰/۷۷۶
T2	عدم ثبات ریزش‌های جوی مناسب طی سالیان مختلف	۰/۱۰۳	۱	۰/۱۰۳
T3	عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای حفظ چشمه‌های آبگرم و معدنی	۰/۱۴۸	۵	۰/۷۴۰
T4	عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران جهت حفظ این میراث	۰/۱۲۰	۳	۰/۳۶۰
T5	عدم تبلیغات جهت معرفی توان‌های طبیعت گردی شهرستان ممسنی	۰/۱۳۴	۴	۰/۵۳۶
T6	عدم حفاظت از محیط زیست منطقه	۰/۱۲۱	۳	۰/۳۶۴
T7	ورود گردشگران به منطقه بدون توجه به ظرفیت تحمل منطقه در جذب	۰/۱۰۶	۱	۰/۱۰۶
T8	دگرگونی در ساختار اجتماعی منطقه با ورود گردشگران	۰/۱۱۳	۲	۰/۲۲۶
جمع		۱	—	۳/۲۱

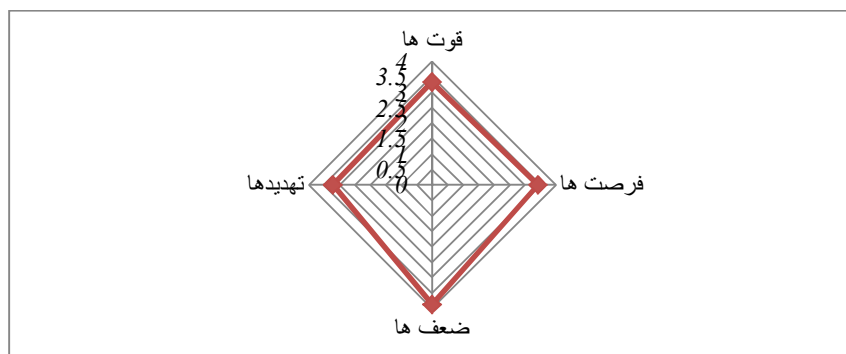
مأخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۴- نمودار نتایج امتیاز بندی شاخص های نقاط تهدید

تحلیل تطبیقی SWOT از توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی

در نهایت پس از محاسبه مجموعه وزن های هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها به منظور بررسی تطبیقی SWOT از وضع موجود (نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها) و نیز ارائه استراتژی های مناسب، امتیاز نهایی آنها مشخص گردید که نتیجه آن در شکل (۵) ارائه شده است.



شکل ۵- نمودار نتایج تطبیقی SWOT از عوامل داخلی و خارجی

چنان که ملاحظه می گردد کشیدگی نمودار با مجموع امتیاز وزنی ۳/۸۶، ۳/۴۱، ۳/۳۳ و ۳/۲۱ به ترتیب به سمت ضعف ها، فرصت ها، قوت ها و تهدیدها گرایش دارد و نشانگر آن است که برای توسعه و افزایش جذب گردشگری در این منطقه باید جهت بهره گیری از فرصت ها، ضعف ها را برطرف نمود.

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک^۱ (SFAS)

در این مدل، با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی ارائه شده است. با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزانی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود نمایند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی انجام یافته است. در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در دو جدول عوامل داخلی و خارجی از حیث وزن، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند (هانگر و ویلن، ۱۳۸۶: ۱۳۰-۱۲۷). در این تحلیل، از نتایج مراحل قبل (بررسی و شناسایی نکات کلیدی عوامل داخلی و عوامل خارجی) در جهت تعیین عوامل حیاتی موفقیت برنامه و تعیین مزیت‌های استراتژیک آن استفاده شده است. لذا این تحلیل برای برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری چشمه آبگرم مشخص می‌کند که چه موضوعات و مسائلی برای آینده گردشگری چشمه آبگرم اولویت و اهمیت بیشتری دارد تا بر اساس آن بتوان اهداف نهایی و راهبردهای مناسب گردشگری را استنتاج نمود. در این راستا عوامل استراتژیک گردشگری چشمه آبگرم در قالب جدول SFAS جدول شماره (۶) ارائه گردیده است. این جدول مهم‌ترین عوامل را شامل می‌شود و به عنوان مبنا و پایه‌ای در تدوین استراتژی برای توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جدول ۶- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن نسبی	عوامل استراتژیک
۰/۴۲۲	۴	۰/۱۰۶	S1- وجود تنوع آب و هوایی و چشم‌انداز زیبا و متنوع در منطقه
۰/۶۱۴	۵	۰/۱۲۳	S3- قابلیت بالای منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
۰/۴۲۲	۴	۰/۱۰۶	S4- وجود خاصیت درمانی چشمه آبگرم
۰/۶۲۰	۵	۰/۱۲۴	S9- وجود پتانسیل‌های بالای اکوتوریستی در منطقه
۰/۴۵۳	۴	۰/۱۱۳	S10- مستعد بودن منطقه در زمینه توسعه و جذب گردشگری سلامت و
۰/۵۹۴	۵	۰/۱۱۹	W1- ضعف مدیریتی در زمینه گردشگری منطقه
۰/۴۱۷	۴	۰/۱۰۴	W2- عدم وجود تبلیغات و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص چشمه آبگرم
۰/۳۹۸	۴	۰/۰۹۹	W3- کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت در گردشگری
۰/۴۲۲	۴	۰/۱۰۶	W4- عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری
۰/۴۰۰	۴	۰/۱۰۰	W5- عدم توجه به تخریب محیط پیرامون چشمه
۰/۴۲۲	۴	۰/۱۰۶	W8- عدم استفاده از نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه‌ی
۰/۵۹۴	۵	۰/۱۱۹	W10- ضعف در اجرای برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری
۰/۴۲۴	۴	۰/۱۰۶	O1- پتانسیل بالای طبیعت‌گردی شهرستان ممسنی در جذب گردشگری

^۱ - Strategic Factor Analysis Summary (SFAS)

۰/۵۹۸	۵	۰/۱۲۰	02- اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه
۰/۴۱۹	۴	۰/۱۰۵	06- توان بالای نیروی جوان در منطقه جهت استفاده از آنها
۰/۴۱۰	۴	۰/۱۰۳	07- سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی
۰/۴۲۴	۴	۰/۱۰۶	08- قابلیت جذب گردشگران درمانی در استان و کشور
۰/۷۷۶	۵	۰/۱۵۵	T1- ناهماهنگی بین سازمان‌های متولی گردشگری
۰/۷۴۰	۵	۰/۱۴۸	T3- عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای حفظ چشمه‌های آبگرم و معدنی
۰/۳۶۰	۳	۰/۱۲۰	T4- عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران جهت حفظ این میراث
۰/۵۳۶	۴	۰/۱۳۴	T5- عدم تبلیغات جهت معرفی توانها طبیعت گردی شهرستان ممسنی به
۰/۳۶۴	۳	۰/۱۲۱	T6- عدم حفاظت از محیط زیست منطقه

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در نهایت پس از تهیه جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، مبادرت به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی/تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازننگری (WO) و راهبردهای تدافعی (WT) گردیده، که در جدول (۷) ذکر شده است.

جدول ۷- ماتریس راهبردهای توسعه و جذب گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی

تهدیدها (T)	فرصت‌ها (O)	تحلیل SWOT
T1- ناهماهنگی بین سازمان‌های متولی گردشگری	O1- پتانسیل بالای طبیعت‌گردی شهرستان ممسنی در جذب گردشگری	
T2- عدم ثبات ریزش‌های جوی مناسب طی سالیان مختلف	O2- اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه	
T3- عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای حفظ چشمه‌های آبگرم و معدنی	O3- تبادل و ترویج متقابل فرهنگ‌ها	
T4- عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران جهت حفظ این میراث ملی	O4- نزدیکی شهرستان ممسنی به شهر شیراز و یاسوج، جهت استفاده از پتانسیل گردشگری	
T5- عدم تبلیغات جهت معرفی توانها طبیعت گردی شهرستان ممسنی به خصوص چشمه آبگرم	O5- تقویت ارائه امکانات در کنار جاذبه‌ها	
T6- عدم حفاظت از محیط زیست منطقه	O6- توان بالای نیروی جوان در منطقه جهت استفاده از	
T7- ورود گردشگران به منطقه بدون توجه به ظرفیت تحمل منطقه در جذب گردشگر	O7- سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی	
T8- دگرگونی در ساختار اجتماعی منطقه		

<p>با ورود گردشگران</p>	<p>08- قابلیت جذب گردشگران درمانی در استان و</p> <p>09- اهمیت فراوان چشمه‌ها به دلیل کمیاب بودن</p> <p>010- توسعه تأسیسات گردشگری به عنوان یکی از راهبردهای توسعه</p>	
<p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <p>- تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه سازی در رسانه‌ها درباره قابلیت گردشگری منطقه ممسنی</p> <p>- ارائه راهکارهای مناسب جهت عدم تخریب محیط چشمه آبگرم</p> <p>- ایجاد فضای سبز پیرامون این محیط چشمه آبگرم</p> <p>- ایجاد پارکینگ جدید در منطقه</p> <p>- ایجاد اقامتگاه جهت استفاده گردشگران</p> <p>- ایجاد سرویس بهداشتی در مکانهای مناسب با توجه به منطقه مورد مطالعه</p> <p>- ایجاد فرهنگ سازی توسط سازمانهای مربوطه جهت حفظ محیط طبیعی</p> <p>- توجه نهاده های مربوطه به انتقال علاقمندان به شنا در چشمه آبگرم از شهر نورآباد به چشمه آبگرم</p> <p>- تنوع بخشی به امکانات و خدمات گردشگری جهت جلب رضایت گردشگران</p> <p>- توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های انسانی و طبیعی و خصوصیات فرهنگی و آداب و رسوم منطقه</p>	<p>راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO)</p> <p>- ایجاد و حفظ طبیعت اطراف چشمه آبگرم و پیرامون آن با برنامه ریزی و دقت بالا</p> <p>- بالا بردن امنیت منطقه با تشکیل پلیس گردشگری به عنوان پایه و اساس توسعه</p> <p>- استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه</p> <p>- ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در منطقه، اول با توجه به طبیعت منطقه دوم با نظارت کامل دولت</p> <p>- حفظ و نگهداری جاده سراسری شیراز - اهواز و یاسوج - بوشهر</p> <p>- استفاده از پتانسیل‌های منطقه در جهت گسترش ورزش‌های تابستانی و زمستانی و جذب گردشگران ورزشی؛</p> <p>- استفاده از پتانسیل های گردشگری منطقه ممسنی.</p> <p>- توسعه تأسیسات گردشگری مانند ایجاد هتل و رستوران و استفاده از طبیعت زیبا و بکر منطقه در راستای جذب گردشگری و ایجاد مشاغل</p>	<p>قوت‌ها (S)</p> <p>S1- وجود تنوع آب و هوایی و چشم‌انداز زیبا و متنوع در منطقه</p> <p>S2- روحیه مهمان نوازی بالای مردم منطقه</p> <p>S3- قابلیت بالای منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</p> <p>S4- وجود خاصیت درمانی چشمه آبگرم</p> <p>S5- بالا بودن امنیت منطقه</p> <p>S6- وجود جاده مناسب برای رسیدن آسان به چشمه</p> <p>S7- قرار گرفتن در مسیر جاده سراسری شیراز - اهواز و یاسوج - بوشهر</p> <p>S8- اعتقاد مسؤلان به اشتغال- زایی به وسیله توریسم به عنوان یکی از سازوکارهای توسعه اقتصادی و درآمدزایی</p> <p>S9- وجود پتانسیل‌های بالای اکوتوریستی در منطقه</p> <p>S10- مستعد بودن منطقه در زمینه توسعه و جذب گردشگری سلامت و درمانی</p>

	جدید برای مردم بومی منطقه؛	
راهبردهای تدافعی (WT)	راهبردهای بازنگری (WO)	ضعف‌ها (W)
<p>- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و اجرای طرح‌های کوتاه مدت و بلند مدت؛</p> <p>- نگاه دولت به منطقه و پیرامون آن به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد و اشتغال زایی</p> <p>- جلب مشارکت های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی و فرهنگی گردشگری و جلوگیری از تخریب های زیست محیطی؛</p> <p>- آموزش دادن به مردم منطقه و رفع کمبوده های آنها جهت استفاده کمتر از محیط جنگلی منطقه</p> <p>- توجه مردم و دولت به چشمه آبگرم و منطقه جهت حفاظت از این منطقه</p> <p>- توجه به ظرفیت تحمل منطقه در جذب گردشگران جهت تخریب کمتر</p> <p>- متنوع کردن جاذبه های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر</p>	<p>- تعامل و هم فکری بین مسئولان منطقه و سازمان ها و ادارات مرتبط با گردشگری در پیشبرد طرح‌های گردشگری منطقه؛</p> <p>- استفاده از نیروی جوان منطقه با سرمایه گذاری توسط دولت یا بخش خصوصی با توجه به توان های منطقه</p> <p>- حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری و طبیعت گردی شهرستان ممسنی</p> <p>- استفاده و کمک گرفتن از مردم روستاهای منطقه</p> <p>- تبلیغات و رساندن خصوصیات بی بدیل شهرستان ممسنی به مردم علاقه به گردشگری</p> <p>- مهار آب منطقه و استفاده مطلوب از آن با توجه به توان های منطقه</p> <p>- فراهم کردن زمینه مناسب جهت استفاده از امکانات شهر نورآباد با توجه به نزدیکی آن.</p> <p>- ایجاد و تجهیز مراکز اقامتگاهی (هتل‌ها، رستوران‌ها، مسافرخانه‌ها و ...) متناسب با اقبال مختلف گردشگران</p> <p>- استفاده از نیروهای متخصص در سازمان‌های متولی امر گردشگری.</p>	<p>W1- ضعف مدیریتی در زمینه گردشگری</p> <p>W2- عدم وجود تبلیغات و ضعف اطلاع رسانی در خصوص چشمه آبگرم</p> <p>W3- کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت در گردشگری</p> <p>W4- عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری</p> <p>W5- عدم توجه به تخریب محیط پیرامون چشمه</p> <p>W6- کمبود اماکن اقامتی برای همه اقشار گردشگران</p> <p>W7- نبود مکان مناسب جهت استراحت گردشگران</p> <p>W8- عدم استفاده از نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه گردشگری</p> <p>W9- عدم سرویس بهداشتی کافی و همچنین جا گذاشتن زیاله‌ها در پیرامون مناطق طبیعی</p> <p>W10- ضعف در اجرای برنامه‌های توسعه‌ی</p>

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تأثیر خاصیت درمانی چشمه آبگرم در جذب گردشگران

متغیر مستقل تأثیر خاصیت درمانی چشمه آبگرم و متغیر وابسته جذب گردشگران می‌باشد که برای سنجش متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن برای تعیین میزان ارتباط بین متغیرهایی با مقیاس رتبه‌ای استفاده می‌شود. فرضیه‌های آماری به ترتیب زیر نوشته می‌شود:

$$H_1: r \neq 0 \quad H_0: r = 0$$

در H_0 ، فرض این است که هیچ گونه رابطه‌ای بین دو متغیر وجود ندارد و H_1 بیانگر وجود رابطه بین این دو متغیر می‌باشد. همانگونه که در جدول (۸) مشاهده می‌شود سطح معناداری محاسبه شده $= 0/000$ (sig) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha=0/05$) کمتر است. نتایج جدول، گویای آن است که بین خاصیت درمانی چشمه آبگرم و جذب گردشگران، رابطه معناداری با سطح اطمینان ۹۹ درصد برقرار است. جهت رابطه نیز حاکی از آن است که بین دو متغیر رابطه مستقیم وجود دارد. بنابراین خاصیت درمانی چشمه آبگرم باعث مراجعه گردشگران جهت استفاده از خواص این چشمه‌ها می‌شود. همچنین شدت همبستگی $r = 0/64$ حاکی از رابطه مثبت و رو به بالای بین دو متغیر است.

جدول ۸- همبستگی بین خاصیت درمانی چشمه آبگرم و جذب گردشگران

Correlations			
		خاصیت درمانی چشمه آبگرم	جذب گردشگران
خاصیت درمانی چشمه آبگرم	Spearman's rho	1	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
جذب گردشگران	Spearman's rho	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق

رابطه بین دافع‌های چشمه‌های آبگرم و کاهش گردشگران

بین دافع‌های چشمه آبگرم و کاهش گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. در این رابطه، متغیر مستقل دافع‌های چشمه آبگرم می‌باشد که شاخص‌های آن عبارتند از پارکینگ چشمه، سرویس بهداشتی، مکانی

جهت نشستن گردشگران، حفاظت از چشمه، توجه دولت به چشمه، برخورد گردشگران، استخر چشمه، استفاده مطلوب از آب چشمه، فضای سبز در کنار چشمه، سرمایه گذاری بخش خصوصی و متغیر وابسته کاهش گردشگران می باشد. این رابطه در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته که نتایج آن در جدول (۹) نشان داده شده است. براساس جدول فوق، تمامی شاخص های مربوط به دافعه های چشمه آبگرم، معنی دار بوده و لذا بر کاهش گردشگران تأثیر داشته است.

جدول ۹- آزمون شاخص های دافعه های چشمه آبگرم در کاهش گردشگران

درجه معناداری	Chi-square	درجه آزادی	واریانس	میانگین	فرآوانی داده های مشاهده شده					فرآوانی شاخص
					observed N	خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	
۰/۰۰۰	۴۸۷/۵۴	۶	۸/۳۶	۴/۲۳	۱۷۰	۱۳۹	۵۰	۱۳	۵	وجود پارکینگ
۰/۰۰۰	۴۶۶/۴۱	۴	۴/۳۲	۴/۶۶	۲۷۰	۹۸	۲	-	-	وجود سرویس بهداشتی
۰/۰۰۰	۱۸۳/۲۲	۴	۱/۱۹	۳/۷۷	۱۷۲	۱۳۳	۴۰	۲۵	۱۳	مکان جهت نشستن
۰/۰۰۰	۳۰۸/۹۵	۴	/۹۱	۴/۲۸	۱۶۹	۱۱۸	۷۲	۱۱	۷	حفاظت از چشمه
۰/۰۰۰	۳۴۵/۹۰	۴	/۹۹	۴/۳۳	۲۱۰	۹۱	۶۴	۱۵	۵	توجه دولت به چشمه
۰/۰۰۰	۳۷۵/۶۱	۴	/۷۵	۴/۱۹	۱۹۵	۱۴۲	۲۵	۸	۱۱	برخورد گردشگران
۰/۰۰۰	۳۵۵/۲۱	۵	۶/۷۵	۴/۸۵	۱۴۱	۱۳۴	۸۱	۱۲	۱۷	استخر چشمه
۰/۰۰۰	۳۴۱/۰۲	۴	/۸۲	۴/۴۴	۲۵۵	۷۶	۳۳	۵	۲	استفاده مطلوب از چشمه
۰/۰۰۰	۲۱۰/۸۱	۴	۱/۰۳	۳/۵۸	۱۸۰	۱۴۴	۴۵	۱۲	-	فضای سبز در کنار چشمه
۰/۰۰۰	۱۱۵/۳۷	۳	/۷۰	۳/۸۵	۲۰۴	۱۶۱	۷	۴	-	سرمایه گذاری

منبع: یافته های تحقیق

بنابراین می توان نتیجه گرفت که وجود پارکینگ (با متوسط ۴/۲۳)، سرویس بهداشتی (با متوسط ۴/۶۶)، مکان جهت نشستن گردشگران (با متوسط ۳/۷۷)، حفاظت از چشمه (با متوسط ۴/۲۸)، توجه دولت به چشمه (با متوسط ۴/۳۳)، برخورد گردشگران با محیط پیرامون (با متوسط ۴/۱۹) استخر چشمه (با متوسط ۴/۸۵)، استفاده مطلوب از آب چشمه (با متوسط ۴/۴۴)، فضای سبز در کنار چشمه (با متوسط ۳/۵۸) و سرمایه گذاری بخش خصوصی (با متوسط ۳/۸۵) بر کاهش گردشگران تأثیر می گذارد.

علاوه بر ارائه‌ی شاخص‌های دافعه چشمه آبگرم ممسنی و معنی دار بودن آنها، در سطح دیگری نیز شاخص‌های فوق سنجدیده شد. بدین معنی که از مجموع شاخص‌ها، بُعد دافعه‌های گردشگری چشمه آبگرم ایجاد شد و سپس جهت تأیید یا رد رابطه از آزمون (X^2) تک متغیر استفاده شد که نتایج آن در جدول (۱۰) ذکر شده است.

جدول ۱۰- آزمون رابطه دافعه‌های چشمه آبگرم و کاهش گردشگران

متغیر	کای اسکوار (X^2)	درجه آزادی df	سطح معنی داری
دافعه‌های چشمه آبگرم	۱۰۷۱/۴۳۶	۴/۲	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس این جدول مقدار (X^2) برابر با ۱۰۷۱/۴۳۶ درجه آزادی آن برابر با ۴/۲ و سطح معناداری آن برابر با ۰/۰۰۰ می باشد. بنابراین با توجه به مقدار (X^2) و سطح معناداری آن، می توان نتیجه گرفت که رابطه زیر «بین دافعه‌های چشمه آبگرم و کاهش گردشگران رابطه‌ی معناداری وجود دارد» تأیید می گردد.

تأثیر ضعف امکانات زیربنایی و توسعه نیافتگی چشمه آبگرم ممسنی

متغیر مستقل ضعف امکانات زیربنایی و متغیر وابسته توسعه نیافتگی چشمه آبگرم ممسنی می باشد که برای سنجش متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن برای تعیین میزان ارتباط بین متغیرهایی با مقیاس رتبه‌ای استفاده می شود. فرضیه‌های آماری به ترتیب زیر نوشته می شود:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

در H_0 ، فرض این است که هیچ گونه رابطه‌ای بین دو متغیر وجود ندارد و H_1 بیانگر وجود رابطه بین این دو متغیر می باشد. همانگونه که در جدول (۱۱) مشاهده می شود سطح معناداری محاسبه شده ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha = ۰/۰۵$) کمتر است. نتایج جدول، گویای آن است که بین ضعف امکانات زیربنایی و توسعه نیافتگی چشمه آبگرم ممسنی، رابطه معناداری با سطح اطمینان ۹۹ درصد برقرار است. جهت رابطه نیز حاکی از آن است که بین دو متغیر رابطه مستقیم وجود دارد. بنابراین ضعف امکانات

زیربنایی باعث توسعه نیافتگی این چشمه‌ها می‌شود. همچنین شدت همبستگی $r = 0/52$ حاکی از رابطه مثبت و رو به بالای بین دو متغیر است.

جدول ۱۱- همبستگی بین خاصیت درمانی چشمه آبگرم و جذب گردشگران

Correlations			
		ضعف امکانات	توسعه نیافتگی چشمه آبگرم
ضعف امکانات	Spearman's rho	1	.521**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
توسعه نیافتگی چشمه آبگرم	Spearman's rho	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق

۵- نتیجه‌گیری

امروزه بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه، از گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند و در تلاش هستند با شناسایی قابلیت‌های توسعه گردشگری مناطق و رفع موانع آن سهم بیشتری از عایدات این بخش را نصیب خود سازند. با توجه به مبانی نظری و مطالعات به عمل آمده به منظور بررسی و ارزیابی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری چشمه آبگرم نورآباد ممسنی به وسیله تکنیک SWOT و با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری شده ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری حوزه مذکور مشخص و راهبردهایی جهت توسعه این بخش ارائه گردیده است. نتایج و تحلیل‌های بدست آمده با استفاده از آزمون‌های آماری نشان می‌دهد که خاصیت درمانی چشمه آبگرم نورآباد ممسنی بر جذب گردشگران منطقه تأثیر بسیار زیادی دارد. اما دافع‌ها و نبود امکانات در این چشمه آبگرم نیز موجب کاهش و عدم افزایش ورود گردشگران می‌شود که در کل ضعف امکانات زیربنایی توسعه نیافتگی چشمه آبگرم نورآباد ممسنی را در پی دارد. نتایج حاصل از بررسی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) نشان می‌دهد که نورآباد ممسنی با مجموع ۲۰ نقطه قوت و فرصت به ترتیب با امتیاز وزنی $3/33$ و $3/41$ ، به عنوان مزیت‌ها، پتانسیل‌های فراوانی برای توسعه گردشگری چشمه آبگرم دارد، ولی در عین حال ۱۸ نقطه ضعف و تهدید فراروی این منطقه به ترتیب با امتیاز وزنی $3/86$ و $3/21$ به عنوان

محدودیت‌ها نشان می‌دهد که با چالش‌ها و مشکلاتی هم مواجه است. همچنین با توجه به خاصیت کم نظیر این چشمه‌ها در درمان بیماری‌های مختلف، و از طرفی توجه به نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای ذکر شده در مدل SWOT می‌توان نتیجه گرفت که در این زمینه دولت یا بخش خصوصی با مطالعه کامل و جامع منطقه با توجه به توانایی‌های منطقه و با لحاظ کردن اصول زیر بنایی توسعه پایدار در جهت رفع کمبودهای این چشمه اقدام کند تا در مرحله اول شاهد رفع مسایل این چشمه و در مرحله دوم شاهد حفظ این میراث ملی برای نسل‌های بعدی باشیم. از جمله پیشنهاد مهم مطالعه حاضر توجه به استراتژی‌های تهاجمی، تنوع، بازنگری و تدافعی است و علاوه بر آن توجه به موارد زیر بر توسعه و حفظ چشمه در جذب گردشگر کمک می‌نماید:

- ایجاد نمازخانه و اقامتگاه مناسب در کنار چشمه یا در شهر نورآباد برای گردشگران؛
- ایجاد استخر سرپوشیده مخصوص برای برادران و خواهران؛
- ایجاد کلینیک آب درمانی؛
- ایجاد هتل ویژه آب درمانی و احداث سالن و زمین ورزشی، مسیرهای پیاه روی، دوچرخه سواری و ...؛
- ایجاد پارکینگ برای پارک کردن وسایل گردشگران و ایجاد سرویس بهداشتی در کنار چشمه؛
- آموزش دادن مردم توسط رسانه‌های جمعی، برای حفظ مناطق طبیعی، جهت عدم تخریب محیط زیست؛
- توجه به ظرفیت تحمل چشمه و برنامه‌ریزی جهت ایجاد محدودیت در تعداد شنا کنندگان در مقطع زمانی؛
- تربیت نیروهای متخصص، جهت حفظ این همه سرمایه ملی در ایران، برای استفاده نسل امروز و فردا؛
- لزوم دریافت مجوز ورود و پرداخت ورودی برای بازدید مناطق با اهمیت ویژه مناطق مورد نظر.

منابع و مآخذ

۱. بابانسیب، ر.، حسینی، س. م و س. ع. موسوی. (۱۳۹۴)، مفهوم شناسی گردشگری سلامت، اولین کنگره بین‌المللی زمین، فضا و انرژی پاک، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل.
۲. جنیدی، م. ج.، (۱۳۴۸)، چشمه‌های معدنی ایران، جلد اول، تبریز، انتشارات دانشگاه تبریز.
۳. حافظ‌نیا، م. ر.، (۱۳۸۱)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت.
۴. رفیعی‌فر و همکاران (۱۳۸۴)، نظام جامع توانمندسازی مردم برای مراقبت از سلامت خود، چاپ اول، مؤسسه پژوهشگران بدون مرز.
۵. سبحانی، ب.، (۱۳۸۹)، شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره ۴.
۶. شریفی‌رنانی، ح.، صفایی‌شکیب، م. و م. عمادزاده (۱۳۸۸)، بررسی اثرات گردشگری بر رشد اقتصادی ایران (۱۳۶۸-۱۳۸۷)، فصلنامه علوم اقتصادی، سال دوم، شماره ۶.
۷. شهبان، پ. (۱۳۹۰)، بررسی نقش و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر؛ با تاکید بر ادراک ساکنان شهر، فصلنامه آرمان شهر، شماره ۷.
۸. صدرممتاز، ن. و ز. آقارحیمی، (۱۳۸۹)، صنعت گردشگری پزشکی در ایران: راهکارهایی برای توسعه، ویژه نامه مدیریت اطلاعات سلامت، شماره ۷.
۹. ضرغام، ح. (۱۳۷۹)، چشمه‌های آب معدنی و آب‌های گرم، توسعه جهانگردی و نقش مردم بومی، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۴.
۱۰. قهرمانی، م. (۱۳۹۱)، توسعه گردشگری پایدار روستایی و جایگاه بافت‌های با ارزش روستا (مطالعه موردی: روستای سیمین شهر همدان)، فصلنامه فضای گردشگری، سال اول، شماره ۲.
۱۱. کشاورز، ح.، جباری‌فر، س. ا. و ک. حسین پور (۱۳۹۱)، بررسی عوامل اجتماعی، فرهنگی و زیرساخت‌های مؤثر بر توسعه گردشگری دندانپزشکی در شهر اصفهان، مجله دانشکده دندانپزشکی اصفهان، ویژه‌نامه پژوهش‌های نوین در علوم دندانپزشکی، دوره ۸، شماره ۷.
۱۲. گودرزوند چگینی، م. و ن. مولایی هاشجین (۱۳۸۸)، تحلیلی پیرامون راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان، فصل‌نامه چشم انداز جغرافیایی، سال چهارم، شماره ۸.
۱۳. مهرابی بشرآبادی، ح.، جلالی اسفندآبادی، س. ع.، شکیبایی، ع. و ابراهیم جاودان (۱۳۸۹)، بررسی نقش گردشگری در اقتصاد استان کرمان و توسعه کالبدی شهرستان‌های آن، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۶.
۱۴. نادعلی، ن. و س. موحدی (۱۳۹۱)، بررسی اثرات ایجاد کمپینگ‌های گردشگری در شهر اصفهان، فصلنامه فضای گردشگری، سال اول، شماره ۲.

۱۵. نوری، غ.، تقی زاده، ز و ز. شیرانی (۱۳۹۱)، نقش ایران در گردشگری درمانی جهان اسلام با تاکید بر طبیعت درمانی (کارکردها، چالش‌ها و راهکارها)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال اول، شماره ۳.

۱۶. نوری، غ.، تقی زاده، ز. و شیرانی، ز. (۱۳۹۱)، نقش ایران در گردشگری درمانی جهان اسلام با تاکید بر طبیعت درمانی (کارکردها، چالش‌ها و راهکارها)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال اول، شماره ۳.

۱۷. هادیانی، ز.، احد نژاد، م.، کاظمی زاد، ش. و ح. قنبری (۱۳۹۱)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری براساس تحلیل SWOT (مطالعه موردی: شهر شیراز)، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۳، شماره ۳.

۱۸. هانگر، ج. د. و ت. ا. ویلن (۱۳۸۱)، مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۱۹. هرمزی، ح. (۱۳۸۳)، اقلیم کشاورزی شهرستان ممسنی در رابطه با کشت برنج، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا (گرایش اقلیم‌شناسی)، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

20. Connell, J. 2006, "Medical tourism: sea, sun, sand and ...surgery", *Tourism Management*, vol. 27, Issue 6, pp.1093-1100, December.

21. Cook, P. 2007, "What is health and medical tourism?", The annual conference of the Australian Sociological Association, 2 to 5 December 2008, The University of Melbourne, Victoria.

22. Harahsheh, S. 2002, "Curative Tourism in Jordan and Its Potential Development", Thesis for the fulfillment of MA in European Tourism Management (ETM) Bournemouth University, United Kingdom.

23. Holden, M. 2006, "Wellness Tourism: Market Analysis of A Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 7, No. 1, 15-35.

24. Laing, J. 2010, "Sand, Surf, Spa and Spirituality? Examination of a Scoping Study of Medical and Wellness Tourism in Australia", as cited in Puczko, L. (Ed). *Health, Wellness and Tourism: healthy tourists, healthy business? Proceedings of the Travel and Tourism Research Association Europe 2010 Annual Conference*.

25. Laing, J. and Weiler, B. 2008, "Mind, body and spirit: Health and wellness tourism in Asia". In J. Cochrane (Ed.), *Asian Tourism: Growth and Change* (pp. 379-389). Oxford: Elsevier.

26. Swarbrooke, D. and Horner, R. 2007, "Health Tourism: An Exploratory Study on Motivation, Satisfaction and Consumption Behavior of Health Tourists in Malaysian Private Hospitals", Bachelor of Biomedical Engineering (Honors), University Of Malaya, Kuala Lumpur.

27. Tourism Victoria in Consultation with the Spa and Wellness Industry, 2005, *Victoria Spa and Wellness Tourism Action Plan 2005-2010*.

28. Tubergen, A van and S van der Linden, 2010, a brief history of spa therapy, downloaded from ard.bmj.com on June 15, 2010 - Published by group.bmj.com.