

نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال ۲۲، شماره ۶۳، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۵۱-۲۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۰۷/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۱۲

ارزیابی رقابت پذیری مقاصد گردشگری سلامت با تاکید بر منابع و جاذبه های محوری (مطالعه موردی: چشمه های آبگرم رامسر)

فرامرز بریمانی^۱

مهدی رمضانزاده لسبونی^۲

نازنین تبریزی^۳

سهند نوذراصل^۴

چکیده

امروزه افزایش تمایل مصرف‌کنندگان به شیوه‌ی زندگی سالم‌تر، منجر به تغییری در راستای درمان بیماری‌ها و بهبود اختلال‌ها از طریق روش‌های طبیعی شده است. بنابراین، صنعت گردشگری سلامت و تندرستی در سراسر جهان به سرعت رشد روز افزونی داشته و این موجب پویا شدن مقاصد چشمه‌های آبگرم و معدنی طبیعی با مناظر بکر و متنوع شده است. هدف این مطالعه ارزیابی مقاصد چشمه‌های آبگرم بر اساس منابع و جاذبه‌های محوری شهرستان رامسر می‌باشد. در زمینه رقابت‌پذیری مقصد کراچ و ریچی ۵ عامل، عوامل و منابع پشتیبان، منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، خط مشی برنامه‌ریزی و توسعه مقصد و مشخصه‌های کیفی (عوامل تعدیل کننده و تقویت کننده) را عنوان کرده است. در این مقاله عامل دوم بومی‌گرایی شده و در مقصد

Email: f.barimani@umz.ac.ir

Email: m.ramezanzadeh@umz.ac.ir

Email: n.tabrizi@umz.ac.ir

Email: sahand.nozarasl@gmail.com

۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول)

۲- استادیار، گروه جهانگردی دانشگاه مازندران

۳- استادیار، گروه جهانگردی دانشگاه مازندران

۴- کارشناسی ارشد اکوتوریسم دانشگاه مازندران

مورد بررسی قرار گرفته است. در ۵ چشمه آبگرم در شهرستان رامسر ۳۹۴ پرسشنامه به صورت تصادفی در دسترس توزیع و مورد بررسی قرار گرفت. در بخش تحلیل داده ها، از آزمونهای کای اسکوئر و کرامر، کروسکال والیس، پیرسون، رگرسیون و... استفاده شد. نتایج نشان داد منابع و جاذبه‌های محوری با رشد و توسعه گردشگری سلامت رابطه معکوس دارد و همچنین در مقاصد گردشگری سلامت رامسردو عنصر فرهنگ و تاریخ و جاذبه‌های محیطی در توسعه و رقابت پذیری مقاصد گردشگری سلامت نسبت به دیگر عناصر اثر گذاری بیشتری دارند.

واژگان کلیدی: گردشگری سلامت، گردشگری چشمه آبگرم، رقابت پذیری مقصد، رامسر

مقدمه

گردشگری بخشی پویا است و می‌تواند از طرق زیادی بر زندگی مردم تأثیر بگذارد. این فعالیت برای گردشگران به منزله خاطراتی مادام‌العمر، برای شاغلان کار و برای مقاصد گردشگری منبع درآمد و اشتغال است (نصیری هندخاله و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۵۵). پس از مطرح شدن گردشگری سلامت در دهه ۱۹۸۰ و آغاز مطالعات علمی در این زمینه از اواسط دهه ۱۹۹۰، در سال ۲۰۱۳ گزارش جهانی اقتصاد گردشگری تندرستی^۱ از میان ده نوع سفر گردشگری، گردشگری تندرستی را در رتبه چهارم با ۴۳۹ میلیارد دلار قرار داده است و این نمایانگر توجه ویژه همگان در جوامع مختلف به بحث تندرستی است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲ دلیل توجه به تندرستی را، دو برابر شدن میزان چاقی در دنیا از سال ۱۹۸۰ تاکنون، مبتلا بودن ۱۰ درصد از افراد بالغ به بیماری دیابت، سهم ۶۰ درصدی دردهای مزمن در مرگ و میرها، دو برابر شدن استرس وارد بر افراد شاغل در سالهای اخیر، افزایش سه برابری هزینه تندرستی در کشورهای عضو سازمان و افزایش دو برابری جمعیت بالای ۶۰ سال اعلام کرده است (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۳: ۱۵). افزایش گردشگری سلامت^۳ در جوامع معاصر غربی رشد چشمگیری داشته است و براساس تحقیقات

1. Wellness Tourism Economy

2. The Global Wellness Tourism Economy

3. Wellness Tourism

زیست پزشکی چند محرک اصلی اقتصادی و اجتماعی، هزینه‌های سلامت، رشد استرس و افزایش تمایل برای درمان‌های جایگزین و جامع‌تر به این مسئله دامن زده است. جهانی شدن و مهاجرت در مقیاس بزرگ معرف و هموار کننده راه آشنایی با سیستم‌های بهداشتی غیر غربی و شیوه‌های درمان جایگزین طب رایج غربی بوده است (گردشگری سلامت در استرالیا، ۲۰۱۰).

گردشگری تندرستی سفری جامع است که بر توسعه، حفظ و بهبود بدن، ذهن و روح متمرکز است (اسمیتو کلی^۱، ۲۰۰۶). این نوع سفر معمولاً برای افراد بالای ۵۰ سال که از لحاظ اقتصادی در امان هستند و استرس کار را تجربه کرده‌اند و همچنین به گردشگری تندرستی به عنوان یک سبک زندگی می‌نگرند، جذاب می‌باشد (اسمیت و پاکوزکو^۲، ۲۰۰۹). بنابراین، برای آسودگی، افراد بالای ۵۰ سال "افراد با سن بالا" و "گردشگران سالمند" در نظر گرفته شده‌اند زیرا در سایر مطالعات نیز ۵۰ سال سنی معمول برای تعریف افراد با سن بالا می‌باشد (چن و همکاران، ۲۰۱۳).

مطالعات متعدد جهانی نشان می‌دهد، سلامتی محرکی حیاتی است که افراد با سن بالا را برای مشارکت در گردشگری تشویق می‌کند (هورمن^۳ و همکاران، ۲۰۰۲) و نوع گردشگری که توسط سلامتی تقویت و تحریک می‌شود، گردشگری تندرستی است. بنابراین، خدمات مورد نیاز گردشگری تندرستی دارای اهمیت هستند. امروزه گردشگری تندرستی در مقاصد متنوعی از جمله چشمه‌های آب گرم، چشمه‌های آب معدنی، دریا و مناطق دارای آب و هوای مناسب گسترش یافته (پولاک^۴ و همکاران، ۲۰۰۰) و کشورهای متعددی در این زمینه در حال رقابت می‌باشند.

با توجه به رشد چشمگیر جهانی گردشگری چشمه‌های آبگرم و با عنایت بر امکانات طبیعی مرزهای درونی کشور، لازم است برای رسیدن به جایگاه مناسب منطقه‌ای و جهانی در شاخه‌های مختلف گردشگری تندرستی همچون آب درمانی تلاش‌های بیشتری صورت

1. Smith&Kelly

2. Smith and Puczko

3. Horneman

4. Pollock

پذیرد. کشور ایران دارای بیش از ۱۰۰۰ چشمه معدنی است و استان مازندران بعد از آذربایجان غربی رتبه دوم را با ۴۰ چشمه آبگرم و معدنی دارا می‌باشد، که یکی از قطب‌های اصلی فعال استان در این زمینه، شهرستان رامسر است. این پژوهش در راستای پاسخ گویی به سوال زیر بطور موردی در شهرستان انجام گرفته است.

- آیا منابع و جاذبه‌های محوری در رشد و توسعه گردشگری سلامت مقاصد چشمه‌های آبگرم شهرستان رامسر تاثیر معناداری دارد؟

مبانی نظری

گردشگری سلامت و شاخه‌های تخصصی آن

گردشگری سلامت یکی از شاخه‌های صنعت گردشگری است که با توجه به افزایش سطح آگاهی و رفاه در جهان به مثابه یک کسب و کار بزرگ و پر رونق درآمدی است. (اسمیت و پاکوزو، ۲۰۰۹) اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های رسمی مسافرتی^۱ IUTO، گردشگری سلامت را اینطور تعریف کرده است: "ارابه‌ی تسهیلات مرتبط با سلامتی با به کارگیری منابع طبیعی کشور، به ویژه آب معدنی و آب و هوا" (واجیراکاچورن^۲، ۲۰۰۴). همچنینین نقل از اسمیت و پاکوزکو (۲۰۰۹) گردشگری سلامت شامل طیفی از موارد زیر است: بهبود فیزیکی، درمان‌های زیبایی، آرامش، استراحت، اوقات فراغت و سرگرمی، تعادل کار و زندگی، فعالیت‌های روانی و معنوی. این شاخه از گردشگری را از دو منظر متفاوت مورد توجه قرار داده‌اند که شامل گردشگر طبی^۳ و گردشگر تندرستی^۴ است. گردشگر طبی برخاسته از بیماری فرد است چرا که چنین گردشگرانی اصولاً سفر یا گردشگری را به منظور مراقبت، مبارزه با بیماری خود و یا وضعیت بهداشتی انجام می‌دهند. در مقابل گردشگر تندرستی به منظور حفظ و یا بهبود سلامتی و آسایش خود اقدام به سفر میکند و بنابراین در جستجوی سطوح بالایی از رفاه و تندرستی است. (مولر و کافمن، ۲۰۰۱).

^۱International Union of Official Travel Organizations

^۲Vajirakachorn

^۳Medical tourism

^۴Wellness tourism

گردشگری چشمه‌های آبگرم

گردشگری چشمه نوعی از گردشگری تندرستی است که بر استراحت و التیام جسم عمدتاً با استفاده درمان‌های مبتنی بر آب تمرکز دارد، مانند: استخرهای معدنی و گرمایی، اتاق‌های بخار و سونا. این تاکید منجر می‌شود که تمرکز روی درمان، توانبخشی یا استراحت جسم باشد (اسمیت و پاکوزکو^۱، ۲۰۰۹). گردشگری چشمه به عنوان بهترین شکل از گردشگری تندرستی شناخته می‌شود. مطابق با متون انجمن چشمه‌های بین‌المللی^۲ (۲۰۰۷) گردشگری چشمه، با عناصر کلیدی زیر تعریف می‌شود: "استراحت، انعکاس، احیا و شادی". چشمه‌ها معمولاً خدمات مختلفی ارائه می‌دهند اما در یک چیز مشترک هستند و آن تمایل به بهبود سلامت و تندرستی است.

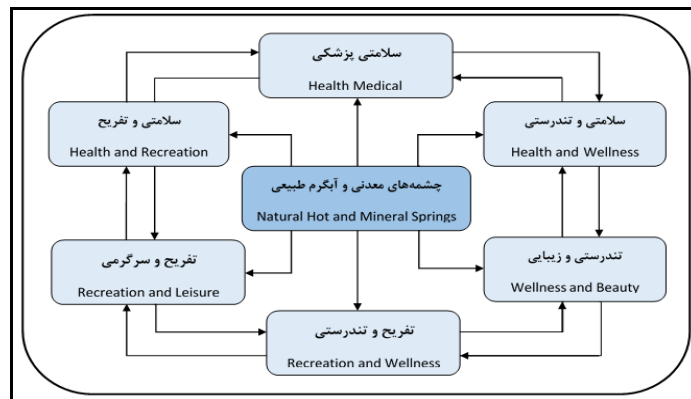
آب‌های گرم و معدنی نوع خاصی از آب‌های زمینی هستند که با ویژگی‌های به خصوص شیمیایی و فیزیکی همچون، تجمع مواد معدنی بیشتر، تمرکز محتویات مشخص، گازهای محلول، رادیواکتیویته یا دما، مشخص می‌شوند (تیشاییلو، ۲۰۱۱: ۱۸). مورکن^۳ (۲۰۰۶) بیان می‌کند که درمان با آب‌های گرم طبیعی، برای دردهای خارجی سیستم اسکلتی - عضلانی و پوست همچنین بیماری‌های قلبی، شکم، روده، مثانه و کلیه نیز مؤثر است.

در ارزیابی نقش چشمه‌های معدنی و آبگرم طبیعی در گردشگری سلامت "ارفورت" دیاگرام زیر را ارائه کرده است. این دیاگرام شامل کاربرهایی از قبیل درمان در اقامتگاه‌های سلامت و چشمه‌های آبگرم و استحمام و شنا در استخرهای ژئوترمال می‌شود. چشمه‌های آبگرم طبیعی می‌توانند حتی تنها با آیت‌های ثانویه خود پا برجا بمانند. این جاذبه‌های ثانویه گسترده‌ی وسیعی از مناظر ژئوترمال بی‌نظیر همراه با فعالیت‌های ژئوفیزیکی مربوط همچون چشمه‌های آب شور و آب ترش و حوضچه‌های آب جوشان و استخرهای لجن حباب دار را در بر می‌گیرد (ارفورت، ۲۰۱۱: ۴۱).

1 .smith and puczko

2 .ISPA

3 .Murken



شکل شماره (۱): مدل ارتباط بین سلامتی، تندرستی، تفریحی با استفاده از چشمه‌های آب گرم

رقابت

تعریف رقابت کار دشواری است، زیرا رقابت مفهومی نسبی و چند بعدی است (فرزین و نادعلی پور، ۱۳۹۲: ۴۳). انرایت و نیوتن^۱ (۲۰۰۵)، معتقدند که یک مقصد در صورتی رقابتی است که بتواند گردشگران بالقوه را جذب نموده و راضی کند. این رقابت به وسیله عوامل خاص گردشگری و هم به وسیله طیف گسترده‌ای از عواملی که بر آرایه دهندگان خدمات گردشگری مؤثر است، تعیین می‌شود. بنابراین بسیاری از این تلاش‌های رقابتی بر تبلیغات مقصد و توسعه مقصد تمرکز دارد. رقابت گردشگری توانایی یک مقصد بر توزیع تجربیات گردشگری است. این تجربیات موجب تداوم منابع یک مقصد می‌شود و در جهت حفظ جایگاه نسبی بازار در مقایسه با سایر مقاصد کمک شایان توجهی می‌کند (فرزین و نادعلی پور، ۱۳۹۰: ۴۳). در اواخر ۱۹۹۰ کراچ و ریچی مدل خود را در مورد تحلیل رقابت گردشگری ارائه دادند که مدلی مفهومی از رقابت مقصد است. این مدل مفهومی بر چارچوب مشهور پورتر^۲ (۱۹۹۰) یعنی "الماس رقابت پذیری ملی"^۳ استوار است. این مدل شامل پنج عامل است: عوامل و منابع پشتیبان، منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، خط مشی

1. Enright & Nnewton

2. Porter

3. Diamond of National Competiveness

برنامه‌ریزی و توسعه مقصد و مشخصه‌های کیفی (مشخصه‌های تعدیل کننده و تقویت کننده) (انزایت، ۲۰۰۴). پژوهش حاضر با محوریت عامل منابع و جاذبه‌های محوری انجام شده است.

منابع و جاذبه‌های محوری

با توجه به اهمیت گردشگری و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی کشورها، لزوم توجه به این فعالیت و تلاش برای شناساندن جاذبه‌های گردشگری با تأکید بر توسعه منطقه‌ای امری ضروری است (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۶). اجزاء مدل رقابت پذیری کراچ و ریچی عناصر اولیه و اصلی جذابیت مقصد را تشریح می‌کند. این عوامل است که محرک‌های کلیدی برای سفر و بازدید به یک مقصد هستند. در حالیکه سایر عناصر برای موفقیت و سوددهی لازم می‌باشند، اما منابع اصلی و جاذبه‌ها دلایل اساسی هستند که گردشگران و بازدیدکنندگان مقصدی را بر دیگری ترجیح می‌دهند. این عوامل به هفت دسته تقسیم می‌شوند: ۱- جاذبه‌های محیطی (مناظر طبیعی و انسان ساخت)، ۲- فرهنگ و تاریخ، ۳- روابط بازار، ۴- ترکیبی از فعالیتها، ۵- برنامه‌ها و رویدادها، ۶- سرگرمی و ۷- روستاخانه‌های گردشگری (کراچ و ریچی، ۲۰۱۰: ۶).

شایان ذکر است، عوامل چهارگانه‌ی: جغرافیا و مناظر طبیعی، فرهنگ و تاریخ، ترکیبی از فعالیتها و برنامه‌ها و روستاخانه‌های گردشگری، به عنوان عوامل اصلی ترغیب کننده‌ی گردشگران و بازدیدکنندگان در مقصد مورد مطالعه (رامسر) شناسایی شدند.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع پژوهش‌های نظری و از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی - توسعه‌ای و از نظر تحلیل، توصیفی - تحلیلی است. با توجه به عدم دسترسی به آمار دقیق از تعداد گردشگران حوزه سلامت شهرستان رامسر، از فرمول کوکران برای محاسبه حجم نمونه به صورت زیر استفاده شده است:

$$n = \frac{z^2 * pq}{d^2}$$

در این پژوهش، ۱/۹۶ جایگزین Z، عدد ۰/۵ جایگزین P و Q و در مخرج، سطح خطای ۰/۰۵ جایگزین شده است. در نتیجه حجم نمونه برابر ۳۹۴ نفر تعیین گردید. جامعه آماری پژوهش شامل گردشگران مراجعه کننده به ۵ چشمه آبگرم محدوده مورد مطالعه بوده و نمونه به صورت تصادفی انتخاب شده است. روایی پرسشنامه‌ها از سوی کارشناسان خبره و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۱۸) محاسبه شد. در نهایت جهت تحلیل داده ها، فراخور نیاز پژوهشی از آزمون‌های کای اسکوئر و کرامر، کروسکال والیس، تحلیل واریانس دوطرفه فریدمن، پیرسون و رگرسیون استفاده گردیده است.

منطقه مورد مطالعه

شهرستان رامسر در منتهی الیه غرب استان مازندران قرار دارد و از شمال با دریای مازندران، از جنوب با ارتفاعات البرز میانی (استان قزوین)، از غرب با شهرستان رودسر (گیلان) و از شرق با شهرستان تنکابن همسایه است. شهرستان رامسر دارای ۸/۷۲۹ کیلومتر مربع وسعت می‌باشد که ۷/۳ درصد کل مساحت استان مازندران را به خود اختصاص داده است (شهر و بنیاد، ۱۳۸۵). رامسر به داشتن چشمه‌های معدنی معروف است. این چشمه‌ها علاوه بر خواص درمانی دارای طبیعت پیرامونی زیبا و دیدنی برای گردشگران می‌باشد. میزان دمای بزرگ‌ترین آب‌گرم معدنی رامسر ۴۲ درجه سانتیگراد است که بهترین حد تحمل بدن است. آب گرم‌های رامسر به چشمه‌های گوگردی گازدار معروف هستند (جدول شماره ۱).

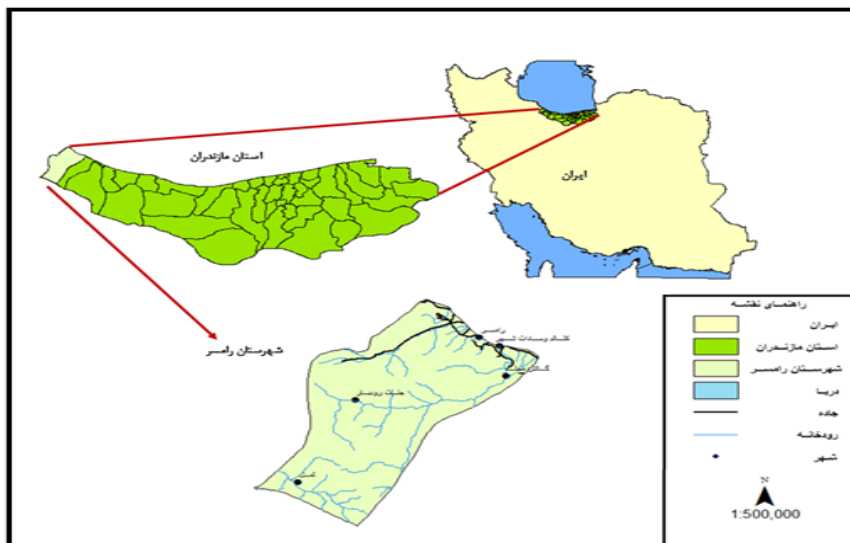
جدول شماره (۱) - چشمه‌های آبگرم معدنی شهرستان رامسر

نام چشمه	محل چشمه
چشمه آب گوگردی مادر شاه	رامسر
چشمه آب گوگردی هتل	رامسر
چشمه آب سیاه	رامسر
چشمه زیر پل	رامسر
چشمه عزیز کرما	سادات شهر، جاده کنار، نزدیک رامسر
چشمه محمود گرماب	سادات شهر، جاده کنار، نزدیک رامسر
چشمه اشکر گرماب	سادات شهر، جاده کنار، نزدیک رامسر
چشمه کش گرماب	سادات شهر، جاده کنار، نزدیک رامسر

منبع: (شهر و بنیاد، ۱۳۸۵، ۴۷)

بزرگترین آب گرم معدنی رامسر، آب گرم هتل است که به شماره یک معروف است. در اطراف محوطه هتل‌های جدید و قدیم رامسر قرار گرفته است که دارای ۳ سرچشمه اصلی می‌باشد. این مجموعه دارای ۲ استخر معمولی و ۱۵ وان اختصاصی، ۱ استخر ویژه (VIP) و استخر بنیاد (مادرشاه) است. درجه حرارت این چشمه‌ها در سر چشمه اصلی حدود ۳۵ درجه است. املاح موجود در آنها باعث درمان درد مفاصل و روماتیسم، بیماری‌های پوستی و تسکین اعصاب می‌گردد.

اما چشمه نمک گرما دارای حرارت ۱۷ درجه سانتیگراد است که برای درمان جوش بدن و بیماری‌های پوستی مورد استفاده قرار می‌گیرد (میرتقیان، ۱۳۹۱).



شکل شماره (۲): موقعیت جغرافیایی شهرستان رامسر



شکل شماره (۳): عکس از نمای آبگرم هتل، (منبع: میرتقیان، ۱۳۹۱: ۱۵)

یافته‌ها و بحث

در این بخش از پژوهش یافته‌های توصیفی بیان شده است. به این منظور، ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه آماری در جدول شماره (۲) بیان شده است. به لحاظ جنسیت ۵۰.۵ درصد از پاسخگویان زن و ۴۹.۵ درصد از آنها مرد بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۴۰ تا ۶۰ سال بوده و به لحاظ وضعیت شغلی ۵۱.۳ درصد شاغل، ۲۹.۳ درصد بازنشسته و یا از کار افتاده، ۱۶ درصد خانه دار و ۳.۶ درصد بیکار بوده‌اند. به لحاظ محل سکونت ۴۹.۴ درصد ساکن استان مازندران، ۲۴.۶ درصد استان گیلان، ۱۰.۹ درصد استان تهران، ۷.۶ درصد استان البرز و ۷.۳ درصد ساکن سایر استانهای کشور بودند.

جدول شماره (۲) - ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری

متغیرها	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۹۹	۵۰.۵
	مرد	۱۹۵	۴۹.۵
سن	۲۰ تا ۲۹ سال	۱۳	۳.۳
	۳۰ تا ۳۹ سال	۵۷	۱۴.۵
	۴۰ تا ۴۹ سال	۱۱۶	۲۹.۴
	۵۰ تا ۵۹ سال	۱۱۶	۲۹.۴
	۶۰ و بالاتر	۹۲	۲۳.۴
وضعیت اشتغال	بیکار	۱۴	۳.۶
	شاغل	۲۱۲	۵۱.۳
	بازنشسته یا از کار افتاده	۱۱۵	۲۹.۲
	خانه دار	۶۳	۱۶
محل سکونت	مازندران	۱۹۵	۴۹.۴
	گیلان	۹۷	۲۴.۶
	تهران	۴۳	۱۰.۹
	البرز	۳۰	۷.۶
	سایر	۲۹	۷.۳

منبع: مطالعات میدانی پژوهشگران، ۱۳۹۴

برای ارزیابی اثر منابع و جاذبه‌های محوری بر رشد و توسعه گردشگری مقاصد گردشگری سلامت در چهار بعد مناظر طبیعی، فرهنگ و تاریخ، روستاها و گردشگری و آمیخته فعالیت‌ها ۱۹ گویه طراحی و مورد سنجش قرار گرفتند. به طوریکه در بعد مناظر طبیعی ۵ گویه، فرهنگ و تاریخ نیز ۵ گویه، روستاها و گردشگری ۶ گویه و آمیخته فعالیت‌ها با ۳ گویه مورد، به شرح زیر مورد مطالعه قرار گرفتند.

مولفه‌های جاذبه محیطی (مناظر طبیعی و انسان ساخت)

به منظور سنجش نقش مولفه‌های جاذبه محیطی در جذابیت مقصدهای چشمه‌های آبگرم، تعداد ۵ گویه طراحی و بومی سازی شد و در قالب پرسشنامه تنظیم و مورد سوال قرار گرفت. شاخص مرکزی میانگین رتبه‌ای نشان می‌دهد نقش مناظر طبیعی در منابع و جاذبه‌های محوری شهرستان رامسر، در حد بیش از متوسط (۳/۷۱ از ۵) است. مقایسه میانگین‌های محاسبه شده نشان می‌دهد که به طور متوسط، پاسخگویان، بیشترین نقش مناظر طبیعی را در "موزه" با میانگین ۴ از ۵، سپس "جنگل" با میانگین ۳/۸۵، "سواحل دریا" با میانگین ۳/۶۸، "معابد، کلیسا، مساجد" با میانگین ۳/۶۳ و در نهایت کمترین نقش را در "مزارع کشاورزی" با میانگین ۳/۴۳ از ۵ دانسته‌اند. بررسی سایر مولفه‌ها حاکی از آن است که "موزه"، "معابد، کلیسا، مساجد" و "جنگل" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های خوب و خیلی خوب به ترتیب با درصدهای ۴۶/۲، ۴۰/۴ و ۴۰/۱ در رده‌های نخست تا سوم قرار گرفتند. "مزارع کشاورزی" "سواحل دریا" و "معابد، کلیسا، مساجد" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های بد و خیلی بد به ترتیب با درصدهای ۱۱/۴، ۶/۹ و ۵/۶ در رده‌های آخر قرار گرفتند (جدول شماره ۳).



جدولشماره (۳) - درصد فراوانی و میانگین رتبه جاذبه‌های محیطی

میانگین رتبه	درصد فراوانی						گونه‌ها	ابعاد
	خیلی خوب	خوب	متوسط	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۳.۶۸	۲۱.۸	۳۶.۸	۳۱.۵	۶.۹	۳	۰	سواحل دریا	جاذبه محیطی
۳.۸۵	۲۶.۴	۴۰.۱	۲۶.۹	۵.۳	۱.۳	۰	جنگل	
۳.۴۳	۹.۹	۳۶	۴۲.۱	۱۱.۴	۰.۵	۰	مزارع کشاورزی	
۳.۶۳	۱۵.۵	۴۰.۴	۳۷.۳	۵.۶	۱.۳	۰	معابد، کلیسا، مساجد	
۴.۰۰	۲۸.۴	۴۶.۲	۲۲.۳	۳	۰	۰	موزه ^۱	
میانگین ۳/۷۱								

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

مؤلفه‌های فرهنگ و تاریخ

به منظور سنجش نقش مؤلفه‌های فرهنگ و تاریخ در منابع و جاذبه‌های محوری شهرستان رامسر، تعداد ۵ گونه طراحی و بومی سازی شد و در قالب پرسشنامه تنظیم و مورد سوال قرار گرفت. شاخص مرکزی میانگین رتبه‌ای نشان می‌دهد نقش فرهنگ و تاریخ، در حد بیش از خوب (۴/۰۵ از ۵) است. مقایسه میانگین‌های محاسبه شده نشان می‌دهد که به طور متوسط، پاسخگویان، بیشترین نقش مؤلفه‌های فرهنگی را در "غذاهای محلی" با میانگین ۴/۲۲ از ۵، سپس "آثار تاریخی" با میانگین ۴/۱۲، "آداب و رسوم محلی" با میانگین ۴/۰۶، "محصولات کشاورزی و بومی" با میانگین ۴/۰۱ و در نهایت کمترین نقش را در "هنرهای دستی و سنتی" با میانگین ۳/۸۶ از ۵ دانسته‌اند. بررسی سایر مؤلفه‌ها حاکی از آن است که "محصولات بومی کشاورزی"، "آداب و رسوم محلی" و "غذاهای محلی" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های خوب و خیلی خوب به ترتیب با درصدهای ۴۴/۹، ۴۲/۹ و ۴۲/۱ در رده‌های نخست تا سوم قرار گرفتند. "هنرهای دستی و سنتی"، "محصولات کشاورزی و بومی" و "آثار تاریخی" با بیشترین میزان درصد

^۱- در مدل کراچ و ریچی این دسته از جاذبه‌ها در شاخص جاذبه‌های محیطی دسته بندی شده‌اند.

فراوانی در گزینه‌های بد و خیلی بد به ترتیب با درصدهای ۳/۳، ۲/۵ و ۱/۵ در رده‌های آخر قرار گرفتند (جدول شماره ۴).

جدول شماره (۴) - درصد فراوانی و میانگین رتبه فرهنگ و تاریخ

میانگین رتبه	درصد فراوانی						گویه‌ها	ابعاد
	خیلی خوب	خوب	متوسط	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۴.۱۲	۳۶.۵	۴۱.۴	۲۰.۳	۱.۵	۳	۰	آثار تاریخی	فرهنگ و تاریخ
۴.۰۶	۳۲	۴۲.۹	۲۴.۴	۰.۳	۰.۵	۰	آداب و رسوم محلی	
۳.۸۶	۲۴.۹	۳۹.۶	۳۲.۲	۳.۳	۰	۰	هنرهای دستی و سنتی	
۴.۲۲	۴۲.۱	۳۸.۶	۱۸.۳	۰.۸	۰.۳	۰	غذاهای محلی	
۴.۰۱	۲۹.۴	۴۴.۹	۲۲.۸	۲.۵	۰.۳	۰	محصولات کشاورزی بومی	
میانگین ۴/۰۵								

مؤلفه‌های روساخت‌های گردشگری

به منظور سنجش نقش مؤلفه‌های روساخت‌های گردشگری در منابع و جاذبه‌های محوری شهرستان رامسر، تعداد ۶ گویه طراحی و بومی سازی شد و در قالب پرسشنامه تنظیم و مورد سوال قرار گرفت. شاخص مرکزی میانگین رتبه‌ای نشان می‌دهد نقش روساخت‌های گردشگری، در حد متوسط (۳/۶۳ از ۵) است. مقایسه میانگین‌های محاسبه شده نشان می‌دهد که به طور متوسط، پاسخگویان، بیشترین نقش روساخت‌های گردشگری را در "تنوع اقامتگاه" با میانگین ۳/۹۲ از ۵، سپس "کیفیت رستوران‌ها و غذاخوری‌ها" با میانگین ۳/۷۰، "وجود دفاتر خدمات مسافرتی" با میانگین ۳/۶۶، "پاسخگویی دفاتر خدمات مسافرتی" با میانگین ۳/۶۰، "کیفیت اقامتگاه" با میانگین ۳/۴۶ و در نهایت کمترین نقش را در "تنظیم و رزرو اقامتگاه" با میانگین ۳/۴۵ از ۵ دانسته‌اند. بررسی سایر مؤلفه‌ها حاکی از آن است که "تنوع اقامتگاه‌ها"، "کیفیت رستورانها و غذا خوری‌ها" و "وجود دفاتر خدمات مسافرتی" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های خوب و خیلی خوب به ترتیب با درصدهای ۴۸/۷، ۴۷/۲ و ۴۴/۲ در رده‌های نخست تا سوم قرار گرفتند. "تنظیم و رزرو اقامتگاه"، "کیفیت اقامتگاه‌ها" و "پاسخگویی دفاتر خدمات مسافرتی" با

بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های بد و خیلی بد به ترتیب با درصد‌های ۸/۴، ۷/۴ و ۵/۱ در رده‌های آخر قرار گرفتند (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵- درصد فراوانی و میانگین رتبه روستاها و خدمات گردشگری

میانگین رتبه	درصد فراوانی						گویه‌ها	ابعاد
	خیلی خوب	خوب	متوسط	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۳.۴۵	۷.۶	۴۲.۴	۳۹.۶	۸.۴	۲	۰	تنظیم و رزرو اقامتگاه	روستاها و خدمات گردشگری
۳.۹۲	۲۲.۳	۴۸.۷	۲۷.۴	۱.۳	۰.۳	۰	تنوع اقامتگاه (هتل، متل، ویلا، سوئیت، ...)	
۳.۴۶	۶.۶	۴۲.۴	۴۲.۴	۷.۴	۱.۳	۰	کیفیت اقامتگاه	
۳.۷۰	۱۳.۲	۴۷.۲	۳۶.۵	۲.۵	۰.۵	۰	کیفیت رستوران‌ها و غذاخوری‌ها	
۳.۶۶	۱۳.۵	۴۴.۲	۳۸.۱	۴.۱	۰.۳	۰	وجود دفاتر خدمات مسافرتی	
۳.۶۰	۱۲.۷	۳۹.۸	۴۲.۱	۵.۱	۰.۳	۰	پاسخگویی دفاتر خدمات مسافرتی	
میانگین ۳/۶۳								

مؤلفه آمیخته فعالیت‌ها

به منظور سنجش نقش مولفه‌های آمیخته فعالیت‌ها در منابع و جاذبه‌های محوری شهرستان رامسر، تعداد ۳ گویه طراحی و بومی سازی شد و در قالب پرسشنامه تنظیم و مورد سوال قرار گرفت. شاخص مرکزی میانگین رتبه‌ای نشان می‌دهد نقش آمیخته فعالیت‌ها، در حد متوسط (۳/۱۶ از ۵) است. مقایسه میانگین‌های محاسبه شده نشان می‌دهد که به طور متوسط، پاسخگویان، بیشترین نقش آمیخته فعالیت‌ها را در "وجود مراکز خرید" با میانگین ۳/۷۳ از ۵، سپس "کیفیت کالاهای موجود در مراکز خرید" با میانگین ۳/۰۴ و در نهایت کمترین نقش را در "خواروبار فروشی" با میانگین ۲/۷۳ از ۵ دانسته‌اند. بررسی سایر مولفه‌ها حاکی از آن است که "وجود مراکز خرید" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های خوب و خیلی خوب به ترتیب با درصد ۴۲.۹ در رده‌های نخست قرار گرفت.

"خوار و بار فروشی" با بیشترین میزان درصد فراوانی در گزینه‌های بد و خیلی بد به ترتیب با درصد ۳۳/۵ در رده آخر قرار گرفت (جدول شماره ۶).

جدول شماره (۶) - درصد فراوانی و میانگین رتبه آمیخته فعالیت‌ها

میانگین رتبه	درصد فراوانی						گویه‌ها	ابعاد
	خیلی خوب	خوب	متوسط	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۳.۷۳	۱۹.۳	۴۲.۹	۳۱.۲	۵.۱	۱.۵	۰	وجود مراکز خرید	آمیخته فعالیت‌ها
۳.۰۴	۴.۱	۲۲.۳	۴۹	۲۲/۶	۲.۰	۰	کیفیت کالاهای موجود در مراکز خرید	
۲.۷۳	۲.۳	۱۸.۸	۳۶.۸	۳۳.۵	۸.۶	۰	خوار و بار فروشی	
میانگین ۳/۱۶								

رتبه‌بندی منابع و جاذبه‌های محوری

نتایج مستخرج از آزمون فریدمن بیانگر آن است که روساخت‌های گردشگری در بین منابع و جاذبه‌های محوری ناحیه مورد مطالعه، متفاوت بوده به گونه‌ای که بر اساس آزمون فریدمن روساخت‌های گردشگری بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است و به ترتیب فرهنگ و تاریخ، مناظر طبیعی و آمیخته فعالیت‌ها در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند (جدول شماره ۷).

جدول شماره (۷) - رتبه‌بندی منابع جاذبه‌های محوری براساس آزمون فریدمن

رتبه جاذبه	میانگین رتبه	منابع جاذبه‌های محوری	
۳	۲.۵۱	جاذبه‌های محیطی	۱
۲	۳	فرهنگ و تاریخ	۲
۱	۳.۴۹	روساخت‌های گردشگری	۳
۴	۱.۰۱	آمیخته فعالیت‌ها	۴

رابطه میان منابع و جاذبه‌های محوری و متغیرهای جمعیت

برای سنجش رابطه بین منابع و جاذبه‌های محوری و متغیرهای جمعیت شناختی آنها از آزمون کای اسکوئر و برای سنجش میزان و جهت رابطه از آزمون کرامر و برای درک بهتر وجود تفاوت معنادار بین چند گروه مستقل از آزمون کروسکال-والیس استفاده شد. نتایج‌شناسمی دهد، باتوجه به سطوح معناداری در آزمون همبستگی کای اسکوئر و کرامرز، بین منابع و جاذبه‌های محوری و متغیرهای جمعیت شناختی آنها در بعد آمیخته فعالیت‌ها و وضعیت اشتغال رابطه وجود دارد. بطوریکه میزان همبستگی آنها (۰/۲۲۱) است (جدول شماره ۸ در پیوست).

در این راستا نتایج آزمون کروسکال والیس برای درک تفاوت بین گروه‌ها نشان می‌دهد تفاوت چندانی در میان متغیر آمیخته فعالیت‌ها و گروه‌های سنی، شغلی، سطح تحصیلات و محل سکونت وجود ندارد. در ادامه تفاوت میان گروهی میان روساخت‌های گردشگری و متغیرهای جمعیت شناختی تفاوت چندانی میان گروه‌های سنی، شغلی، و سطح تحصیلی وجود ندارد و در مقابل بین گروه‌های محل سکونت تفاوت معناداری (Sig=۰/۰۲۵) وجود دارد (Sig<۰/۰۵). گردشگران با فاصله مکانی دورتر همچون تهران و کرج رضایت کمتری از رو ساخت‌های گردشگری داشته اند. همچنین نتایج مستخرج از آزمون من‌ویتنی برای درک تفاوت بین دو گروه جنسی با روساخت‌های گردشگری وجود تفاوت معنادار را تایید می‌کند و گویای آن است که آقایان نمره بهتری به این فاکتورها داده‌اند (جدول شماره ۱۰ پیوست).

رشد و توسعه گردشگری تندرستی و منابع و جاذبه‌های محوری

براساس نتایج آزمون رگرسیون می‌توان اذعان داشت که متغیر منابع و جاذبه‌های محوری بر اساس مقدار (۰/۱۵۵-) و نیز سطح معناداری محاسبه شده (۰/۰۰۲) دارای رابطه‌ای در سطح ۰/۰۱ با متغیر وابسته رشد و توسعه گردشگری سلامت است. اما نتایج بیانگر میزان تاثیر گذاری معکوس جاذبه‌ها و منابع محوری در رشد و توسعه گردشگری سلامت است.

علاوه بر آن فرهنگ و تاریخ با ۲۲ درصد تاثیر گذاریمعکوس بر رشد و گردشگری سلامت در منطقه داشته است. اما در مورد دو مولفه روساخت‌های گردشگری و آمیخته فعالیت‌های تاثیر گذاری اندک است اما این میزان کم معنادار نیست (جدول ۸).

جدول شماره (۸) - نتایج رگرسیون میان توسعه گردشگری سلامت و ابعاد منابع و جاذبه‌های محوری

رشد و توسعه گردشگری سلامت						منابع و جاذبه‌های محوری
ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	Beta	مقدار t	سطح معناداری	
۰/۱۵۵	۰/۰۲۴	۰/۰۲۲	-۰/۱۵۵	-۳/۱۱۵	۰/۰۰۲	جاذبه‌های محیطی
۰/۲۲۱	۰/۰۴۹	۰/۰۴۷	-۰/۲۲۱	-۴/۴۹۲	۰/۰۰۰	فرهنگ و تاریخ
۰/۰۸۹	۰/۰۰۸	۰/۰۰۵	-۰/۰۸۹	-۱/۷۶۴	۰/۰۷۹	روساخت‌های گردشگری
۰/۰۶۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	-۰/۰۶۴	-۱/۲۶۴	۰/۲۰۷	آمیخته فعالیت‌ها

نتیجه گیری

رقابت گردشگری بر توانایی مقصد و توزیع تجربیات گردشگری استوار است. این توانایی در حفظ جایگاه نسبی بازار در مقایسه با سایر مقاصد بسیار موثر است. گرچه در اولویت انتخاب گردشگران در حوزه گردشگری سلامت بویژه مقاصد چشمه‌های آبگرم، با خواص درمانی چشمه‌های آب گرم و خدمات ارائه شده در این مقاصد است لیکن مولفه‌هایی دیگری نیز تعیین کننده هستند. در این خصوص مدل‌های متعددی ارائه شده است که یکی از آنان مدل رقابت پذیری کروچ و ریتچی است. این مدل شامل پنج عامل است: عوامل و منابع پشتیبان، منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، خط مشی برنامه‌ریزی و توسعه مقصد و مشخصه‌های کیفی (مشخصه‌های تعدیل کننده و تقویت کننده) (انزایت، ۲۰۰۴). پژوهش حاضر با محوریت عامل منابع و جاذبه‌های محوری انجام شده است که مبتنی بر چهار مولفه کلیدی شامل جاذبه‌های، فرهنگ و تاریخ، روساخت و آمیخته‌های فعالیت است.

بر اساس نتایج بدست آمده مولفه روساخت با متغیرهای کیفیت، تنظیم و رزرو و تنوع اقامتگاه(هتل، متل، ویلا، سوئیت)، کیفیت رستوران‌ها و غذاخوری‌ها، وجود دفاتر خدمات مسافرتی و پاسخگویی دفاتر خدمات مسافرتی در رتبه اول قرار گرفته است. با توجه به گردشگری بودن شهر رامسر، نزدیکی آن به بازار بزرگ تهران، قرار گرفتن در مسیرهای اصلی گردشگری ناحیه شمالی ... به نوبه خود زمینه‌ساز برتری این مولفه از سایر مولفه‌ها است. مولفه فرهنگ و تاریخ، با عواملی مانند غذاهای محلی، آثار تاریخی و آداب و رسوم محلی مورد توجه گردشگران قرار گرفته است که بیانگر میراث غنی تاریخ و فرهنگ این ناحیه از کشور ایران است. در مرتبه سوم مولفه جاذبه‌های محیطی در قالب موزه، جنگل و ساحل دریا ارزیابی شد. و در نهایت مولفه آمیخته فعالیت‌ها مولفه‌هایی همچون مراکز خرید و کیفیت کالای عرضه شده در آنها مورد توجه گردشگران بوده و به ترتیب از آنها رضایت در سطح خوب و مطلوب درک شده است. اما در ارتباط با میزان تاثیر گذاری مولفه‌های مورد مطالعه در فرآیند رشد و توسعه گردشگری دو مولفه جاذبه‌های محیطی و فرهنگ تاریخ تاثیر معناداری و معکوس بر رشد و توسعه گردشگری سلامت داشته است و در مقابل دو مولفه روساخت‌ها و آمیخته بازاریابی هر چند تاثیر اندکی بر رشد و توسعه گردشگری سلامت داشته است اما این تاثیر گذاری معنادار نمی باشد. و این امر نشان می‌دهد که بین وضع موجود از میزان برخورداری جاذبه‌های محیطی، فرهنگ و تاریخ، روساخت‌ها و آمیخته بازار یابی و برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری سلامت با تاکید بر چشمه‌های آب گرم همسویی وجود ندارد. این که در پژوهش‌های چین و همکاران (۲۰۱۴)، ارمنسکی و گومزلج (۲۰۱۱)، کراکولیسکی و نیچکمپ(۲۰۰۸)، ضرغام بروجنی و بهمنش (۱۳۹۲) و فرزین و نادعلی پور(۱۳۹۰) نیز بر این مطلب صحه گذاشته شده است. در ادامه نتایج حاکی از آن است که عامل منابع و جاذبه‌های محوری بر رشد و توسعه گردشگری سلامت اثری معکوس داشته یعنی با افزایش رشد و توسعه گردشگری سلامت کاهش کیفیت درک شده از منابع و جاذبه‌های محوری مشاهده شده است به عبارت دیگر هر چه تعداد بازدید کنندگان بیشتر شده فشار و تخریب محیط زیست و کاهش کیفیت امکانات و سرویس دهی نیز افزایش یافته است و این نشان از عدم هماهنگی و کنترل در برنامه‌ریزی و مدیریت و

همچنین عدم تعیین ظرفیت تحمل منابع می‌باشد. بر اساس نتایج کلی بدست آمده در فرآیند پژوهش می‌توان این پیشنهاد کلی را مطرح کرد که ابتدا باید برای این ظرفیت با تاکید بر بازارهای داخلی و خارجی برنامه‌ریزی در قالب پروژه‌های تحقیقاتی انجام و در مرحله بعدی اقدام به جذب سرمایه گذار کرد و نیز برای مطالعات آتی پیشنهاد می‌شود که:

- ۱- انجام مطالعه بروی بازارهای خارجی
- ۲- برنامه‌ریزی راهبردی برای رشد و توسعه گردشگری با تاکید بر چشمه‌های آب

گرم

منابع

- پایلی یزدی، سقایی. مهدی. (۱۳۸۵)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)». انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۵۵.
- رهنمایی، محمدتقی، علی اکبری، اسماعیل و صفر علی‌زاده، اسماعیل. (۱۳۹۶)، «بررسی وضعیت - عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری (مطالعه موری: استان آذربایجان غربی)»، *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، دوره ۲۱، شماره ۵۹، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۷۴-۱۵۳.
- سالنامه آماری استان مازندران، سرشماری نفوس و مسکن، (۱۳۹۰)، شهرستان رامسر.
- ضرغام بروجنی، حمید. بهمنش، پریسا. (۱۳۹۲) «شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد تجربه گردشگری به یادماندنی از دیدگاه گردشگران فرهنگی بازدید کننده از ایران»: *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۲، شماره ۴، بهار ۱۳۹۲، صفحه ۶۷-۸۸.
- فرزین، محمد. نادعلی پور، زهرا. (۱۳۹۰). «عوامل مؤثر بر مزیت رقابت پذیری گردشگری در ایران (مطالعه موردی منطقه چابهار)». *فصلنامه مطالعات گردشگری*. شماره ۱۴.
- مهندسین مشاور شهر و بنیاد، (۱۳۸۵)، استنتاج از بررسی‌ها و توسعه گردشگری، جلد سوم.
- میسون، پیتر. (۱۳۸۷). «گردشگری: اثرات، برنامه‌ریزی و مدیریت» ترجمه میرزایی، روزبه. ترابیان، پونه. تهران. انتشارات ترمه.
- نصیری هندخاله، اسماعیل، حسین زاده، رباب و صفرعلی زاده، اسماعیل. (۱۳۹۵)، «سطح بندی زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری در شهرستان‌های استان آذربایجان غربی»، *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، دوره ۲۰، شماره ۵۵، بهار ۱۳۹۵، صص ۲۷۱-۲۵۵.
- Armenski, T. Gomezelj, D. O. Djurdjev, B. Deri, L& Aleksandra, D. (2011). Destination Competitiveness: A challenging Process for Serbia. *Journal of Studies in Human Geography*, 5, 19-23
- Chen, Kaung-Hwa., Liu. Hsiou-Hsiang.& Chang, Feng-Hsiang. (2013). "Essential Customer Service Factors and the Segmentation of Older Visitors within Wellness Tourism based on Hot Springs Hotels. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 35. pp122- 132.
- Chin, C.H Lo, M.C. Songan, P. & Nair, V. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness : A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, *Saravak, Social and Behavioral Sciences*, 144, 35-44

- Cracolici, M.F. Nikjkamp, P. (2008), The attractiveness and Competitiveness of Tourism Destinations : A Study on Southern Italian Regions. *Journal of Tourism Management*. 334-336.
- Crouch, Geoffrey I.; Ritchie, J.R. Brent. (1995), Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise. In: CONFERENCE OF IMDA, July 13-16, Istanbul, Turkey, 1995.
- Crouch, Geoffrey I.; RITCHIE, J.R. Brent. (2003) The competitive destination: a sustainable tourism perspective. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Enright, Michael and Newton, James (2004), Tourism Destination Competitiveness: a quantity approach, [http:// www.elsevier .com/ Tourism Management](http://www.elsevier.com/Tourism Management), 25(2004) 777-788.
- Erfurt, Patricia J. (2011) An assessment of the role of natural hot and mineral springs in health, wellness and recreational tourism. PhD thesis, James Cook University.
- Erfurt-Cooper, P. and Cooper, M. (2009) Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Horneman, L., Carter, R.W., Wei, S., Ruys, H., 2002. Profiling the senior traveler: an Australian perspective. *Journal of Travel Research* 41 (1), 23-37.
- Mueller, Hansruedi. & Kaufmann, Eveline Lanz. (2001). "Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry". *Journal of Vacation Marketing*, Volume 7, Number 1, pp. 5-17
- Pollock, A., Williams, P., Gartner, W.C., Lime, D.W., 2000. Health tourism trends: closing the gap between health care and tourism. In: Gartner, W.C., Lime, D.W.(Eds.), *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*. CABI, New York.
- Ritchie, J. R. B., & G. I. Crouch (2000). "Are Destination Star Gense? In Confer-ence Proceeding of the Thirty First". Annual Travel and Tourism Research As-sociation. Boise, ID: *Travel and Tourim Research. Assocation*, pp.306-15.
- Ritchie, j.r. Brent . and Crouch, Geoffrey. (2010) *A model of destination competitiveness sustainability: Brazilian perspectives*. . pp. 1049 - 1066



- Smith M & Puczko L 2009: *Health and wellness tourism*, Elsevier: Tokyo.
- Smith, M. and Kelly, C. (2006) Wellness Tourism. *In Tourism Recreation Research*. Vol. 31(1) pp 1–4.
- The Global Wellness Tourism Economy. (2013) prepared by SRI International, October
- Tshibalo, Azwindini E. (2011). Strategy for the Sustainable Development of Thermal Springs: A Case Study for Sagolein LIMPOPO Province. Doctor of Philosophy, University of South Africa.
- Vajirakachorn T 2004: Implementation of an effective health tourism development plan for Thailand, Unpublished MSc thesis. University of Wisconsin-Stout: Hospitality and Tourism.

جدول پیوست

جدول شماره (۸) - رابطه میان منابع و جاذبه‌های محوری و متغیرهای جمعیت شناختی

محل سکونت		تحصیلات		وضعیت اشتغال		سن		جنسیت		شاخص‌ها / متغیرهای جمعیتی	
ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری		
۰/۵۶۱۳ ^a	۰/۱۶۰۴	۰/۴۸۶۵۷ ^a	۰/۱۸۵۲	۰/۴۸۱۸۰۸ ^a	۰/۳۲۳	۰/۷۵۹۰۸ ^a	۰/۴۴۹	۰/۱۶۲۶۱ ^a	۰/۳۶۵	کای اسکونز	جاذبه‌های محیطی
۰/۶۳۱۳۱ ^a	۰/۲۳۹	۰/۵۰۹۴۴ ^a	۰/۱۶۶۶	۰/۳۳۱۴۵ ^a	۰/۸۳۴	۰/۷۵۷۶۹ ^a	۰/۲۹۸	۰/۲۰۵۷۶ ^a	۰/۱۱۳	کای اسکونز	فرهنگ و تاریخ
۰/۷۸۵۶۸ ^a	۰/۲۹۷	۰/۷۳۸۲۴ ^a	۰/۴۱۸	۰/۴۷۳۱۷ ^a	۰/۷۲۸	۰/۷۷۰۱۷ ^a	۰/۸۳۴	۰/۲۶۶۱۲ ^a	۰/۰۸۷	کای اسکونز	روساخت‌های گردشگری
۰/۵۲۲۰۳ ^a	۰/۳۱۴	۰/۵۱۳۵۴ ^a	۰/۳۴۴	۰/۵۷۵۸۰ ^a	۰/۰۱۳	۰/۴۱۷ ^a	۰/۲۱۳	۰/۱۷۰۳۵ ^a	۰/۱۴۸	کای اسکونز	آمیخته فعالیت‌ها

جدول شماره (۹) - میزان و جهت رابطه میان منابع و جاذبه‌های محوری و متغیرهای جمعیتی

محل سکونت		تحصیلات		وضعیت اشتغال		سن		جنسیت		شاخص‌ها / متغیرهای جمعیتی	
ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری		
۰/۱۸۹	۰/۱۶۰۴	۰/۱۱۷۶	۰/۱۸۵۲	۰/۲۰۳	۰/۳۲۳	۰/۱۹۶	۰/۴۴۹	۰/۲۰۳	۰/۳۶۵	کرامرز	جاذبه‌های محیطی
۰/۲۰۰	۰/۲۳۹	۰/۱۸۰	۰/۱۶۶۶	۰/۱۶۷	۰/۸۳۴	۰/۱۹۶	۰/۲۹۸	۰/۲۲۹	۰/۱۱۳	کرامرز	فرهنگ و تاریخ
۰/۲۲۳	۰/۲۹۷	۰/۲۱۶	۰/۴۱۸	۰/۲۰۰	۰/۷۲۸	۰/۱۹۸	۰/۸۳۴	۰/۲۶۰	۰/۰۸۷	کرامرز	روساخت‌های گردشگری
۰/۱۸۲	۰/۳۱۴	۰/۱۸۱	۰/۳۴۴	۰/۲۲۱	۰/۰۱۳	۰/۱۸۶	۰/۲۱۳	۰/۲۰۸	۰/۱۴۸	کرامرز	آمیخته فعالیت‌ها



جدول شماره (۱۰) میزان تفاوت میان منابع وجاذبه‌های محوری و گروه‌های متغیرهای جمعیت شناختی

منابع جاذبه‌های محوری														متغیرهای جمعیت شناختی			
آمیخته فعالیت‌ها				روساخت‌های گردشگری				فرهنگ تاریخ				جاذبه‌های محیطی					
Sig	من‌وبتنی	میان	میانگین	Sig	من‌وبتنی	میان	میانگین	Sig	من‌وبتنی	میان	میانگین	Sig	من‌وبتنی	میان	میانگین		
۰.۱۹۱	۲۰.۸۶۶.۰۰۰	9	۱۹۰.۱۵	۰.۰۰۹	۲۲۳۵۵۵۰	22	۱۸۲.۶۶	۰.۱۰۲	۱۷۵۶۷.۰۰	21	۲۰۶.۷۲	۰.۱۴۹	۱۷۷۸۱.۰۰	19	۲۰۵.۶۵	زن	جنسیت
		10	۲۰۵.۰۱			22	۲۱۲.۶۴			20	۱۸۸.۰۹			19	۱۸۹.۱۸	مرد	
Sig	کروسکال	میان	میانگین	Sig	کروسکال	میان	میانگین	Sig	کروسکال	میان	میانگین	Sig	کروسکال	میان	میانگین		
۰.۴۰۹	۵.۰۵۹	9	۱۶۸.۱۵	۰.۲۹۳	۶.۱۳۹	22	۲۲۰.۰۴	۰.۱۴۳	۸.۲۴۹	19	۱۵۱.۶۵	۰.۳۸۰	۵.۳۰۴	20	۲۳۵.۹۲	۲۹-۲۰	سن
		10	۲۱۴.۵۷			22	۲۰۲.۰۴			21	۲۰۳.۷۲			19	۱۹۸.۷۹	۳۹-۳۰	
		9	۱۸۴.۵۳			21	۱۷۶.۴۱			21	۱۹۲.۵۲			18	۱۷۹.۶۴	۴۹-۴۰	
		9	۲۰۲.۰۰			22	۲۰۴.۰۳			21	۲۱۶.۰۲			19	۲۰۶.۱۲	۵۹-۵۰	
		10	۲۰۵.۶۶			22	۲۰۹.۱۷			20	۱۸۶.۶۰			19	۲۰۳.۵۲	۶۹-۶۰	
		9	۱۶۵.۶۱			23	۲۱۶.۱۱			20	۱۴۶.۰۶			19	۱۹۷.۴۴	۷۰-بالاتر	
۰.۰۸۰	۶.۷۹۴	9	۱۵۶.۴۳	۰.۱۱۱	۶.۰۱۰	22	۱۹۰.۲۵	۰.۸۲۸	۰.۸۸۸	20	۱۷۱.۰۷	۰.۰۶۶	۷.۱۸۷	20.5	۲۶۳.۵۰	بیکار	وضعیت شغلی
		10	۱۹۶.۸۳			22	۱۹۲.۰۵			20.5	۱۹۷.۳۰			18	۱۸۷.۰۱	شاغل	
		10	۲۱۵.۰۰			23	۲۱۸.۰۹			21	۱۹۸.۴۱			19	۲۰۲.۶۲	بازنشسته	
		9	۱۷۶.۸۳			22	۱۷۸.۹۸			21	۲۰۲.۳۵			19	۲۰۷.۱۱	خانه دار	
۰.۱۷۲	۶.۳۸۵	10	۲۰۸.۶۴	۰.۱۲۳	۷.۲۵۹	22	۲۰۵.۹۱	۰.۵۰۸	۳.۳۰۳	20	۱۹۹.۷۷	۰.۶۰۵	۲.۷۲۲	19	۲۰۲.۴۶	دبیرم و کمتر	تحصیلات
		10	۱۹۷.۲۴			22	۱۸۴.۸۰			20	۱۷۶.۴۲			19	۲۱۰.۹۲	فوق دبیرم	
		9	۱۸۵.۲۵			22	۱۸۳.۸۰			21	۱۹۰.۰۵			18	۱۸۸.۳۰	لیسانس	
		9	۱۸۷.۴۲			22.5	۲۱۳.۸۶			21	۲۱۸.۸۰			18	۱۴۹.۱۱	فوق لیسانس	
		9	۱۳۰.۷۵			19.5	۱۲۵.۱۹			21	۲۰۷.۲۵			17.5	۱۵۴.۹۴	دکتری	
۰.۱۲۵	۷.۲۲۴	10	۲۰۳.۹۳	۰.۰۲۵	۱۱.۱۰۰	22	۱۹۸.۴۳	۰.۷۱۵	۲.۱۱۵	20	۲۰۰.۳۴	۰.۳۹۵	۴.۰۸۶	19	۲۰۴.۵۱	مازندران	محل سکونت
		10	۱۹۵.۰۲			23	۲۱۹.۹۸			20	۱۹۲.۶۶			18	۱۸۰.۰۵	گیلان	
		9	۱۵۸.۸۰			20	۱۵۳.۷۹			21	۱۷۹.۹۳			19	۱۹۶.۳۵	تهران	
		9	۱۹۴.۷۲			21	۱۷۸.۵۵			20	۲۰۲.۷۷			18	۱۹۰.۵۷	البرز	
		10	۲۲۳.۸۱			22	۲۰۰.۴۷			21	۲۱۵.۲۲			19	۲۱۷.۵۹	سایر	