

تعیین موقعیت استراتژیک گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان

رزیتا حاجی احمدی^۱، مهدی نادری نسب^{۲*}، نیما ماجدی^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
^۲ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده‌دار مکاتبات)
^۳ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
تاریخ دریافت: اردیبهشت ۱۴۰۱، اصلاحیه: تیر ۱۴۰۱، پذیرش: مرداد ۱۴۰۱

چکیده:

هدف این پژوهش تجزیه و تحلیل محیط درونی و بیرونی گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان، تعیین موقعیت استراتژیک و تدوین استراتژی‌های آن است. در این پژوهش پس از مطالعه اسناد و مدارک، جمع‌آوری اطلاعات از خبرگان گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان و مدیریت ورزشی انجام شد. نمونه‌گیری به روش تمام شمار انجام شد که تعداد نمونه‌ها برابر با ۱۱۲ نفر بودند. نتایج نشان داد که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور از ۱۰ قوت، ۱۴ ضعف، ۱۰ فرصت و ۱۲ تهدید در حوزه‌های مختلف برخوردار می‌باشد که برای رتبه‌بندی هر کدام از آن‌ها از آزمون فریدمن در سطح $p < 0.05$ استفاده شد. ماتریس عوامل درونی صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان نشان داد که مجموع نمرات ماتریس ۲/۹۲۷ می‌باشد که نشان دهنده غلبه قوت‌ها بر ضعف‌های صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. ماتریس عوامل بیرونی صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان نشان داد که مجموع نمرات ماتریس بیرونی ۱/۵۷۳ می‌باشد که نشان دهنده غلبه تهدیدها بر فرصت‌های محیطی در این صنعت می‌باشد. نتیجه کلی اینکه تحلیل ماتریس داخلی و خارجی نشان دهنده آن است که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جمهوری اسلامی ایران از لحاظ موقعیت استراتژیک در موقعیت ST قرار دارد و به عبارت دیگر می‌توان گفت که به دلیل چیرگی قوت‌ها بر ضعف‌ها و توانایی صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور و همچنین تلاش برای غلبه بر تهدیدهای پیش‌بینی‌شده، اتخاذ استراتژی‌های رقابتی، بهترین گزینه برای رشد و توسعه این صنعت است

واژه‌های اصلی: برنامه استراتژیک، SWOT، گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان.

۱- مقدمه:

است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است [۷]. منابع مربوط به صنعت گردشگری را می‌توان به دودسته منابع طبیعی^۴ و منابع و جاذبه‌های ساخت بشر^۵ تقسیم کرد. متقاضی استفاده از منابع معمولاً گردشگران درمانی و گردشگران ورزشی^۶ هستند. امروزه گردشگری پزشکی به‌منظور بهره‌گیری از فواید پزشکی و تأثیرات جسمی و روانی مناطق خاص مورد توجه گردشگران قرار گرفته است [۲۳]. کشور ایران در این زمینه دارای توانمندی‌های همچون داروهای نو ترکیبی، سلول‌های بنیادین، نمایشگرهای چشم‌پزشکی و سرطان‌ها، همچنین هزینه کم پزشکی نسبت به کشورهای اروپایی و آمریکایی، هزینه کم

امروزه، گردشگری^۱ از مسائل مهم و مؤثر اقتصادی است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی^۲ نام نهاده‌اند و از آن به‌عنوان صنعت خاموش^۳ یاد می‌کنند. در ایران نیز صنعت گردشگری به‌عنوان یک بخش اقتصادی، دارای اثر نسبتاً بالایی در تولید انبوه بوده و قدرت اشتغال‌زایی آن به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم از برخی بخش‌های دیگر اقتصادی بیشتر است. همچنین، توسعه گردشگری مبتنی بر شرایط فرهنگی و تاریخی و به‌ویژه جاذبه‌های طبیعی ایران می‌تواند باعث درآمدزایی و اشتغال شود [۱۷]. چون منابع طبیعی ایران، پتانسیل بالایی برای جذب توریست دارد [۱۰]. ورزش از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری

^۴ Natural sources

^۵ Attractions of human buildings

^۶ Sports tourists

*mehdynaderinasab@yahoo.com

^۱ Tourism

^۲ Invisible exports

^۳ The off industry

مطالعات بین‌المللی اشاره شد که استانداردهای مختلف مراقبت‌های پزشکی، تفاوت در سیستم‌های حقوقی و مقررات و روش‌های انجام شده می‌تواند منجر به شرایط غیراخلاقی به دلیل عدم وجود قوانین بین‌المللی و اعتبارات مربوط به گردشگری پزشکی شود که این مسأله از جمله خطرات احتمالی توسعه این صنعت در سطح جهان می‌باشد [۹]. کارکردهای گردشگری ورزشی با رویکرد دوچرخه‌سواری در کوهستان منجر به ایجاد تأثیرات جسمانی و روانی می‌گردد که این مسأله می‌تواند در صورت افزایش فرهنگ‌سازی منجر به توسعه صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان در این منطقه گردد [۲۰]. وضعیت استراتژیک توسعه گردشگری پزشکی شهر یزد در شرایط تهاجمی می‌باشد [۲۶] استفاده از نمایش‌های بیولوژیک در حوزه پزشکی ورزشی منجر به رشد افراد مشتاق در جهت درمان از مناطق مختلف می‌گردد که این مسأله سبب رشد گردشگری پزشکی می‌گردد [۲۴]. در میان کشورهای آسیایی، ایران به دلیل هزینه پایین دارو نسبت به کشورهای اروپایی و آمریکایی، پتانسیل پایین‌تری در زمینه گردشگری سلامت و به ویژه گردشگری پزشکی دارد. اقامت در مقایسه با منطقه خلیج فارس، اشتراکات مذهبی، همجواری با بازار عربی، شباهت فرهنگ و گویش با برخی کشورهای همسایه و پتانسیل‌های طبیعی از جمله تنوع آب و هوایی به عنوان کشوری چهارفصل، لجن درمانی، شن درمانی، آتشفشان‌های گلی و ... در زمینه آب درمانی، وجود بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی و سایر جاذبه‌های طبیعی از دلایلی است که می‌توان ذکر کرد. کشورهای عربی حوزه خلیج فارس و همچنین افغانستان، ترکمنستان و ترکیه به دلیل نزدیکی و تجهیزات پزشکی و پزشکان سرشناس، ایران را به عنوان یکی از مقاصد اصلی خود انتخاب می‌کنند. با وجود پتانسیل بالای گردشگری سلامت در ایران، چالش‌های زیادی مانع استفاده از این ظرفیت‌ها می‌شود. سیستان و بلوچستان به دلیل موقعیت جغرافیایی قابل توجهی که بیشترین مرزهای زمینی و دریایی ایران را دارد با جاذبه‌های طبیعی پتانسیل بالایی در جذب گردشگری دارد. این استان می‌تواند به عنوان یک منطقه توریستی خاص با ویژگی‌های طبیعی عالی مانند آب و هوای مطبوع سواحل دریای عمان، سواحل شنی، سرد و گرم و گل‌فشان‌های فعال طبیعی، اما تبلیغات موثری برای معرفی این مناطق گردشگری به خوبی انجام نشده است. به طور کلی آداب و رسوم اشتراکات و فرهنگ زبانی و دینی برای گردشگران کشورهای همسایه در اولویت است و قدرت بیشتری در جذب گردشگر خواهد داشت. با توجه به نتایج، مشخص شد که خدمات آزمایشگاهی، رادیولوژی، نوار قلب و سونوگرافی، ام‌آر‌آی و ویزیت پزشک، مشاور، دریافت دارو، داروهای اتاق عمل بیشترین استفاده بیماران را داشته است. علت بیشترین مراجعه گردشگران خارجی درمان بیماری، بهبود سلامت، جراحی زیبایی و

اقامتی نسبت به منطقه، وجود اشتراکات دینی و پتانسیل‌های طبیعی همچون تنوع اقلیمی به‌عنوان کشوری چهار فصل و در حوزه آب‌درمانی وجود بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب‌معدنی و دیگر جاذبه‌های طبیعی که پتانسیل لازم را در زمینه گردشگری درمانی دارا می‌باشد؛ اما توسعه این حوزه از گردشگری آن‌طور که باید و شاید مورد توجه نهادهای متولی امر قرار نگرفته است و به تبع آن در سطح کسب و کار نیز مجموعه‌های خصوصی و موفق پای نگرفته است [۱۱]. در اکثر دسته‌بندی‌های گردشگری، گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان دارای جایگاه ویژه‌ای است [۱۸]. از طرفی رقابت جهانی در صنعت مراقبت‌های بهداشتی در حال ظهور و به‌سرعت در حال رشد است. در گذشته افراد ثروتمند برای دریافت خدمات پزشکی با کیفیت و استفاده از تکنولوژی‌های نوین در زمینه پزشکی و درمان به کشورهای توسعه‌یافته مسافرت می‌کردند و امروزه افراد با تمکن مالی کمتر، جهت دریافت خدمات پزشکی باکیفیت و ارزان‌تر از کشورهای توسعه‌یافته به کشورهای در حال توسعه مسافرت می‌نمایند [۱۲]. گردشگری پزشکی و همچنین گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان که از زیرمجموعه‌های این صنعت است را می‌توان به‌عنوان امری بین‌دستگاهی دانست که به علت داشتن متولیان متعدد نیاز به هماهنگی بیشتری دارد. وزارت ورزش و جوانان، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت امور خارجه از جمله دستگاه‌های هستند که با توجه به حوزه اختیارات خود هر کدام به‌نوعی در این موضوع تصمیم‌گیرنده محسوب می‌شوند [۱۹]. به‌طور کلی گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان بیشتر معطوف به ورزشکاران نخبه دارد. آنان در جهت بازگشت قوی‌تر به میادین حاضر به سفر در جهت کسب مراقبت‌های پزشکی قوی‌تر و مناسب‌تر دارند [۱۴]. پزشکی ورزشی اشاره به علمی دارد که در آن مراقبت‌ها، جراحی‌ها و نمایش‌های پزشکی با رویکرد ورزشی و متناسب با ورزشکاران و رشته‌های ورزشی آنان شکل می‌گیرد. در این حوزه ورزشکاران با کسب اطلاعات از وضعیت پزشکی ورزشی در سراسر جهان، معمولاً مناطقی را برای درمان خود انتخاب و این مسأله سبب ایجاد گردشگری در جهت رفع مشکلات آنان می‌گردد [۱۶]. مطالعات مختلفی به صورت کلی در زمینه گردشگری ورزشی انجام گرفته است. به طوری که در این زمینه توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان نیز شناسایی شده است [۲۷]. اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری ورزشی در توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی ایران نشان داد که جاذبه‌های مربوط به برگزاری مسابقات، ورزش‌های آبی، تپه‌نوردی و طبیعت‌گردی، کوهنوردی و غارنوردی، گردش در جنگل، آب‌گرم و طبیعت‌درمانی، شکار و صید و ورزش‌های زمستانی به ترتیب از بالاترین اهمیت برخوردارند [۶]. در

جمله عوامل ساختاری، رفتاری، زیست محیطی، حفاظتی و توسعه ای برای جذب گردشگران خارجی و ترویج گردشگری سلامت در استان فارس استفاده کنند.[۱۱]. تاکنون به دلیل جدید بودن موضوع گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان در این رابطه مطالعات دقیقی که بیان کننده مفهوم دقیق این موضوع باشد، در مطالعات داخلی کمتر به چشم می خورد؛ و پژوهش هایی که تاکنون در زمینه گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان صورت گرفته است کمتر بر پایه مدل های شناخته شده می باشد. به عبارت بهتر، تحقیق و پژوهش در گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان، حوزه نسبتاً جوانی است بر این اساس، مجموعه مفاهیم مطرح شده در رابطه با گردشگری ورزشی و گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان، شکل دهنده های پایه های مفهومی این مطالعه، یعنی گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان با رویکرد استراتژی و توسعه قرار گرفته است. با توجه به این موارد، می توان سؤال کلیدی پژوهش را بدین شکل مطرح کرد که وضعیت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران چگونه است؟ و تا با ارزیابی وضعیت موجود استراتژی های مناسبی را ارائه دهد.

۲- روش شناسی

این تحقیق بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و همچنین بر حسب روش گردآوری اطلاعات، از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی است. جهت گردآوری اطلاعات از مطالعه کتابخانه ای، مطالعه وزارت ورزش و جوانان، وزارت بهداشت و سازمان گردشگری کشور، مطالعه اسناد الزام آور ملی و بین المللی از جمله سند چشم انداز بیست ساله کشور، سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، سیاست های کلی برنامه های توسعه ای کشور، بررسی مطالعات و برنامه های تدوین شده فدراسیون های ورزشی در حوزه پزشکی ورزشی و مصاحبه و نظرسنجی از خبرگان صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان و نخبگان مدیریت ورزشی با استفاده فرم های شناسایی SWOT با محتوای سؤالات باز، پرسشنامه های عوامل درونی، پرسشنامه های PEST SCAN، فرم های تعیین اهداف بلندمدت، استراتژی ها، موقعیت استراتژیک صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان که این فرم ها بر اساس الگوی تعیین موقعیت استراتژیک صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان (از لحاظ وضعیت درونی و وضعیت بیرونی) طراحی گردید. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان و نخبگان مدیریت ورزشی بودند که از آن ها نظرسنجی به عمل آمد. نمونه آماری ما شامل ۱۱۲ نفر بودند که نمونه آماری به روش تمام شمار انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار استنباطی به منظور رتبه بندی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها، تهدیدها و اهداف بلندمدت

معاینات می باشد و بخش های داخلی و عفونی بیشترین مراجعه را داشته اند. همچنین اکثر بیماران عمان برای خدمات چشم پزشکی به شیراز مراجعه می کنند. بازدید گردشگران خارجی از بیمارستان چشم پزشکی زاهدان به عنوان بزرگترین مرکز چشم پزشکی در جنوب شرق ایران نیازمند بررسی، برنامه ریزی و تبلیغات بیشتری است. عوامل اصلی موثر بر گردشگری پزشکی نیروی انسانی، خدمات تخصصی، زیرساخت ها و امکانات رفاهی و شرایط سیاسی و امنیتی هستند.[۲]. چندین مزیت برای توسعه گردشگری پزشکی بررسی شده است. این مزایا باعث افزایش درآمدزایی، ارتقای رقابت پذیری گردشگری، کشف فرصت های شغلی، بهبود زیرساخت های بهداشتی و بهبود رفاه و کیفیت زندگی ساکنان می شود. از سوی دیگر، به برخی محدودیت ها پرداخته شده است. این محدودیت ها عبارتند از هزینه های بالای زمین، کمبود نیروی انسانی پزشکی، و صلاحیت، تقاضای بالای خدمات بهداشتی محلی، و موانع زبانی[۱۳]. سهم خاورمیانه از گردشگری پزشکی در جهان و درآمد آن در مقایسه با اروپا، آمریکا، آسیا و اقیانوسیه به ترتیب حدود ۵ و ۴ درصد است که پایین تلقی می شود. یکی از مشکلات، وضعیت ناامن در منطقه است. به نظر می رسد مسافران کشورهای دورتر از ساکنان یک کشور و منطقه همسایه تحت تأثیر چنین حوادثی قرار می گیرند و تصویر خوبی از منطقه ندارند. عوامل موثر بر گردشگری سلامت و پزشکی عبارتند از آژانس های مسافرتی پزشکی، اینترنت و رسانه های اجتماعی، شرایط سیاسی و اقتصادی، تضمین تعهد به خدمات پس از ترخیص، استانداردهای نظارتی، شفافیت قیمت، محرمانه بودن سوابق پزشکی بیمار و هزینه ها مراقبت های پزشکی، مسائل حقوقی مربوط به سفر، ویزای اقامت و پرواز[۸]. در توسعه و ترویج این شکل از گردشگری، واکسیناسیون دوران کودکی، بهداشت دهان و دندان، چارچوب های قانونی، سیستم های ارزیابی، سیستم های ورودی و سیاست های کلان همچنان مورد توجه بوده و تحقیقات بیشتری در آنها مورد نیاز است. مهم تر از همه، برآورده کردن یا فراتر از انتظارات و الزامات گردشگران، مهم ترین نکته برای ترویج گردشگری سلامت و سلامت پزشکی است. به طور مشابه، دستورالعمل ها و چارچوب های سیاستی مناسب برای حمایت از این شکل از گردشگری ضروری است. نکته مهم این است که گردشگری پزشکی-سلامتی-سلامتی ممکن است منجر به اثرات منفی بر ارائه خدمات بهداشتی برای ساکنان محلی در کشورهای فقیرتر شود و گردشگران از کشورهای ثروتمندتر به ضرر جوامع محلی منتفع شوند[۲۹]. در مطالعه ای که با هدف طراحی مدل مدیریتی برای توسعه گردشگری سلامت در استان فارس انجام شد، انتظار می رود مدیران و مسئولان استان فارس از الگوی مدیریتی ارائه شده در این پژوهش برای توسعه گردشگری سلامت و تمرکز بر ارکان توسعه پایدار این الگو از

ضعفها را بر اساس نتایج آزمون فریدمن در سطح $p < 0/05$ نشان می‌دهد.

جدول (۲): نقاط ضعف گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد
عدم توجه دولت به صنعت گردشگری، به‌ویژه گردشگری پزشکی ورزشی	۴/۹۲	۰/۶۱
وضعیت نامناسب ناوگان حمل و نقل هوایی، زمینی و دریایی	۴/۸۵	۰/۵۹
رفتار سلیقه‌ای و عدم هماهنگی سازمان‌ها و ارگان‌های متولی گردشگری پزشکی ورزشی	۴/۷۱	۰/۵۵
کمبود امکانات و تجهیزات سخت‌افزاری مدرن در توسعه گردشگری پزشکی ورزشی	۴/۴۲	۰/۴۳
کمبود بودجه در وزارتخانه‌های بهداشت، ورزش و جوانان و نهادهای متولی صنعت گردشگری	۴/۳۱	۰/۴۶
عدم وجود برنامه مدون و ساختارهای مناسب مدیریتی در بخش گردشگری پزشکی ورزشی	۴/۱۶	۰/۵۲
عدم ارتباط بین سازمان‌های متولی صنعت گردشگری پزشکی ورزشی و موازی کاری در بیشتر بخش‌ها	۳/۸۵	۰/۵۱
عدم توجه به پیاده‌سازی تکنولوژی و فناوری اطلاعات مناسب در صنعت گردشگری پزشکی ورزشی	۳/۷۷	۰/۴۵
عدم وجود نگرش مثبت در نزد مدیران مبنی بر ارتقای صنعت گردشگری پزشکی ورزشی	۳/۵۷	۰/۳۸
بی‌توجهی به مقوله‌های بازاریابی گردشگری ورزشی در کشور	۳/۵۶	۰/۴۴
کم‌توجهی به پژوهش‌های کاربردی در صنعت گردشگری پزشکی ورزشی	۳/۴۹	۰/۴۲
عدم وجود برنامه‌های تبلیغاتی جامع جذب گردشگر ورزشی	۳/۳۵	۰/۵۸
عدم حمایت مادی و معنوی دولت از بخش‌های خصوصی در زمینه توسعه صنعت گردشگری پزشکی ورزشی	۳/۱۶	۰/۴۴
شعارگرایی و عدم توجه دولت به توسعه واقعی زیرساخت‌های صنعت گردشگری	۳/۰۸	۰/۳۱

نتایج تحقیق نشان داد که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران با فرصت‌های متعدد در حیطه‌های مختلف روبرو می‌باشد.

صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان از آزمون رتبه‌ای «فریدمن» استفاده شد. برای سایر موارد مندرج در برنامه استراتژیک، بر حسب موضوع از تحلیل‌های استراتژیک به‌ویژه تحلیل SWOT بهره گرفته شد.

۳- یافته‌ها

در این بخش چشم‌انداز، بیانیه رسالت، اهداف، حوزه‌های کلیدی عملکرد، نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها و موقعیت استراتژیک و استراتژی‌های صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران بیان خواهد شد. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران از قوت‌های متعدد در حیطه‌های مختلف برخوردار می‌باشد. جدول ۱، رتبه‌بندی قوت‌ها را بر اساس نتایج آزمون فریدمن در سطح $p < 0/05$ نشان می‌دهد.

جدول (۱): نقاط قوت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد
مدیریت توانمند حوزه‌های مختلف گردشگری کشور	۴/۴۳	۰/۵۶
مدیریت توانمند وزارت بهداشت و فدراسیون پزشکی ورزشی	۴/۳۴	۰/۵۶
وجود اساتید و متخصصین ورزش در کشور	۴/۱۳	۰/۵۳
توانمندی منابع انسانی در وزارت بهداشت از جمله پزشکان متخصص و ماهر	۳/۹۴	۰/۵۱
وجود اماکن مناسب برای جراحی، درمان و بازتوانی ورزشکاران	۳/۷۸	۰/۵۵
هزینه‌های جراحی، درمانی و توان‌بخشی بسیار مناسب در کشور	۳/۶۶	۰/۴۹
توجه و تأکید بر ارزش‌های انسانی در بخش‌های مختلف کادر درمانی	۳/۶۳	۰/۴۳
وجود منابع طبیعی از جمله چشمه‌های معدنی، گل درمانی و محیط‌های آب و هوایی مناسب در کشور	۳/۴۶	۰/۴۶
هزینه‌های مناسب در حوزه اقامت گردشگران و خانواده‌های همراه آنان	۳/۲۲	۰/۳۸
کیفیت مناسب و تنوع مواد غذایی در کشور با هزینه‌های مناسب	۲/۱۳	۰/۳۶

نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری پزشکی ورزشی ایران از ضعف‌های متعدد در حیطه‌های مختلف برخوردار می‌باشد. جدول ۲، رتبه‌بندی

جدول ۳ رتبه‌بندی این فرصت‌ها را بر اساس آزمون فریدمن در سطح $P < 0/05$ نشان می‌دهد.

جدول (۳): فرصت‌های صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد
افزایش توجه جهانی به ورزش و فعالیت بدنی	۴/۹۱	۰/۴۵
افزایش درآمد ورزشکاران در سطح جهان	۴/۸۱	۰/۶۹
خوشنامی پزشکی کشور ایران در سطح منطقه	۴/۷۳	۰/۶۳
تمایل و علاقه‌مندی مردم کشورهای همسایه برای بهره‌مندی از خدمات پزشکی ایران	۴/۶۴	۰/۵۲
رشد تکنولوژی و فناوری در جهان و امکان استفاده از آن برای کشور ایران	۴/۵۶	۰/۵۱
وجود لیگ‌های ورزشی ثروتمند و بازیکنان پردرآمد در کشورهای همسایه	۴/۴۱	۰/۵۴
توسعه فضای مجازی و اینترنت در جهان	۳/۹۱	۰/۳۳
امکان تعاملات حداکثری در حوزه ورزش، خدمات پزشکی با کشورهای همسایه	۳/۸۰	۰/۴۵
برگزاری رویدادهای مهم ورزشی در خاورمیانه از جمله جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲	۳/۷۶	۰/۴۹
هزینه‌های درمانی بسیار سنگین در اکثر کشورهای جهان و رشد بی‌سابقه قیمت دلار و یورو	۳/۴۷	۰/۵۸
عوامل	میانگین	انحراف استاندارد
تلاش کشورهای پیشرفته جهان برای جذب منافع مالی صنعت گردشگری پزشکی ورزشی	۴/۷۶	۰/۶۸
وجود برنامه جامع توسعه گردشگری پزشکی ورزشی در کشور ترکیه	۴/۶۱	۰/۸۶
نوسانات بی‌حد و مرز قیمت نفت خام و ارزهای خارجی	۴/۵۱	۰/۵۴
تحریم پزشکی و پزشکی ورزشی کشور	۴/۴۲	۰/۵۷
تحریم‌های همه‌جانبه از طرف کشورهای استعمارگر	۴/۱۸	۰/۵۲
شیوع بیماری کرونا و کاهش ارتباطات ملی و بین‌المللی	۴/۱۰	۱/۰۵
عدم ثبات سیاسی و امنیتی در کشورهای همسایه	۳/۹۹	۰/۷۲
عدم توانمندی دولت در جهت تأمین تجهیزات پزشکی ورزشی و داروهای مورد نیاز	۳/۷۸	۰/۵۲
بحران مالی حاکم بر اقتصاد جهان	۳/۴۹	۰/۶۳
عدم اختصاص منابع مالی و وام‌های کم‌بهره در حمایت از بخش‌های خصوصی پزشکی ورزشی کشور	۳/۴۲	۰/۵۴
فقدان رویکرد مناسب رسانه‌های داخلی در حمایت از تخصص‌های ورزشی و پزشکی کشور	۳/۳۲	۰/۶۸
تبلیغات نادرست بر ضد کشور ایران از طریق رسانه‌های معاند و تحت سلطه استعمار	۳/۱۲	۰/۴۵

برای تعیین موقعیت صنعت گردشگری ورزشی کشور از تجزیه تحلیل درونی و بیرونی استفاده شد و نتایج نشان داد که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جمهوری اسلامی ایران در تحلیل درونی در وضعیت قوت و در تحلیل بیرونی در وضعیت تهدید قرار دارد. با توجه به شکل ۱، صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور از لحاظ موقعیت استراتژیک در وضعیت ST قرار دارد و می‌توان گفت که به دلیل چیرگی قوت‌ها بر ضعف‌ها و وجود تهدیدها در محیط خارجی این سازمان تدوین استراتژی‌های رقابتی برای رشد و توسعه این صنعت ضروری است. با توجه به استراتژی رقابتی ۶ استراتژی اصلی در جدول ۵ بیان شده است.

نتایج تحقیق نشان داد که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران با تهدیدهای متعدد در حیطه‌های مختلف روبرو می‌باشد. جدول ۴، رتبه‌بندی تهدیدها را بر اساس آزمون فریدمن در سطح $P < 0/05$ نشان می‌دهد.

جدول (۴): تهدیدهای صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران

نمره ارزیابی عوامل داخلی

نمره ارزیابی عوامل

WO (استراتژی حفظ وضعیت)	SO (استراتژی تهاجمی)
WT (استراتژی تدافعی)	ST (استراتژی رقابتی)

شکل (۱): ماتریس عوامل داخلی و خارج

جدول (۵): استراتژی های ST

نقاط قوت (S)	عوامل داخلی
S1. مدیریت حوزه‌های مختلف گردشگری کشور	عوامل خارجی
S2. مدیریت وزارت بهداشت و فدراسیون پزشکی ورزشی	
S3. وجود اساتید و متخصصین ورزش در کشور	
S4. توانمندی منابع انسانی در وزارت بهداشت از جمله پزشکان متخصص و ماهر	
S5. وجود اماکن مناسب برای جراحی، درمان و بازتوانی ورزشکاران	
S6. هزینه‌های جراحی، درمانی و توان‌بخشی بسیار مناسب در کشور	
S7. توجه و تأکید بر ارزش‌های انسانی در بخش‌های مختلف کادر درمانی	
S8. وجود منابع طبیعی از جمله چشمه‌های معدنی، لجن درمانی و محیط‌های آب و هوایی مناسب در کشور	
S9. هزینه‌های مناسب در حوزه اقامت گردشگران و خانواده‌های همراه آنان	
S10. کیفیت و تنوع مواد غذایی در کشور با هزینه‌های مناسب	
استراتژی‌های (ST)	تهدیدها (T)
۱ - توسعه فعالیت‌های صنعت پزشکی ورزشی برای غلبه بر رقبای جهانی با تمرکز بر پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل	T1. تلاش کشورهای پیشرفته جهان برای جذب منافع مالی صنعت گردشگری از جمله گردشگری پزشکی ورزشی
۲ - ایجاد امکانات و تجهیزات سخت‌افزاری در حوزه گردشگری پزشکی ورزشی با بهره‌گیری از اقتصاد غیرنفتی	T2. وجود برنامه توسعه گردشگری پزشکی ورزشی در ترکیه
۳ - به‌کارگیری منابع انسانی و منابع طبیعی کشور به‌منظور غلبه بر تحریم‌ها	T3. نوسانات غیرقابل پیش‌بینی قیمت نفت خام
۴ - افزایش تولیدات مرتبط با تجهیزات پزشکی ورزشی با استفاده از نیروهای متخصص بومی	T4. تحریم پزشکی و پزشکی ورزشی کشور
۵ - افزایش جذب گردشگران پزشکی ورزشی کشورهای خاورمیانه با بهره‌گیری از نیروهای متخصص و علمی کشور و ارائه خدمات درمانی و غذایی با شهرت جهانی	T5. تحریم‌های همه‌جانبه در تمامی حوزه‌ها از طرف کشورهای استعمارگر
۶ - ایجاد و توسعه رسانه‌های تبلیغی توانمند با استفاده از نیروهای توانمند بومی	T6. شیوع بیماری کرونا و کاهش ارتباطات ملی و بین‌المللی
	T7. عدم ثبات سیاسی و امنیتی در کشورهای همسایه
	T8. چالش‌های دولت در جهت تأمین تجهیزات پزشکی ورزشی و داروهای مورد نیاز
	T9. بحران مالی حاکم بر اقتصاد جهان
	T10. عدم اختصاص منابع مالی مناسب و همچنین وام‌های کم‌بهره در حمایت از بخش‌های خصوصی پزشکی و ورزشی کشور
	T11. فقدان رویکرد مناسب رسانه‌های داخلی در حمایت از تخصص‌های ورزشی و پزشکی کشور
	T12. تبلیغات نادرست بر ضد کشور ایران از طریق رسانه‌های خارجی و تحت سلطه استعمار

۴- نتیجه گیری

با گذشت زمان گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان رشد پرسرعتی خواهد داشت و بالطبع خدمات پزشکی ورزشی به ورزشکاران نیز رشد چشمگیری پیدا خواهد کرد. در تحلیل نتایج پژوهش خود به بحث و بررسی پیرامون موضوعات مندرج در برنامه استراتژیک صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان می‌پردازیم و هرچه نتایج موفقیت‌آمیز مشهودتر شود، تقاضای گردشگری برای کشورمان نیز بیشتر خواهد شد.

برای تعیین موقعیت استراتژیک صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور از ماتریس عوامل درونی و ماتریس عوامل بیرونی استفاده شد. نتایج نشان داد که مجموع نمرات عوامل درونی برابر با ۳/۲۲۵ می‌باشد و حاکی از آن است که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران از لحاظ عوامل درونی دارای قوت است، همچنین نتایج مربوط به ماتریس عوامل بیرونی صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان ایران نیز نشان داد که مجموع نمرات ماتریس ۱/۵۷۳ می‌باشد و نشان دهنده آن است که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جمهوری اسلامی ایران در شرایط تهدید قرار دارد. همچنین در مجموع نتایج ماتریس چهارخانه‌ای داخلی و خارجی بیانگر این مطلب بود که صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جمهوری اسلامی ایران از لحاظ موقعیت استراتژیک در شرایط و وضعیت ST قرار دارد و به عبارت دیگر می‌توان گفت که به دلیل چیرگی قوت‌ها بر ضعف‌ها و امکان استفاده از قوت‌ها و توانمندی‌های داخلی برای غلبه بر تهدیدهای محیط خارجی بهتر است استراتژی رقابتی اتخاذ نماید تا بتواند وضعیت خویش را بهبود ببخشد. با توجه به اینکه موقعیت استراتژیک ST با وضعیت رقابتی برای صنعت گردشگری پزشکی ورزشی کشور تعیین گردید، استراتژی‌های این موقعیت در قالب ۶ استراتژی اولویت‌دار تعیین گردید که عبارت بودند از:

- توسعه فعالیت‌های صنعت ورزش در حوزه سلامت شهروندان برای غلبه بر رقبای جهانی با تمرکز بر پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل

- ایجاد امکانات و تجهیزات سخت‌افزاری در حوزه گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان با بهره‌گیری از اقتصاد غیرنفی

- به‌کارگیری منابع انسانی و منابع طبیعی کشور به‌منظور غلبه بر تحریم‌های ورزشی در حوزه سلامت شهروندان.

- افزایش تولیدات مرتبط با تجهیزات ورزشی در حوزه سلامت شهروندان با استفاده از نیروهای متخصص بومی

- افزایش جذب گردشگران ورزشی در حوزه سلامت کشورهای خاورمیانه با بهره‌گیری از نیروهای متخصص و علمی کشور و ارائه خدمات درمانی و غذایی با شهرت جهانی

- ایجاد و توسعه رسانه‌های تبلیغی توانمند با استفاده از نیروهای توانمند بومی

نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های بولیدی و همکاران (۲۰۲۱) کان و تاویتیامان (۲۰۲۱)، حسینی و میرزایی (۲۰۲۱)، زانگ و همکاران (۲۰۲۱)، کریمی و همکاران (۲۰۲۱) همسو بود [۲،۱۳،۸،۲۹،۱۱].

بررسی موقعیت استراتژیک کشورهای رقیب که برنامه‌های استراتژیک در زمینه گردشگری پزشکی و ورزشی در حوزه سلامت شهروندان دارند، کشور ما را ملزم می‌کند که با اولویت‌بندی و اجرای استراتژی‌های چهارگانه در صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان جذب مناسبی از درآمدهای ارزی در این حوزه را داشته باشد و نکته قابل تأمل این است که شرایط این صنعت در کشور ما به‌گونه‌ای است که از استراتژی‌های تدافعی و حفظ وضعیت موجود خارج شده و در استراتژی رقابتی قرار گرفته و چه‌بسا با گذشت زمان می‌تواند به سمت استراتژی‌های تهاجمی سوق پیدا کند و با رسوخ در بازار و جذب مشتریان کشورهای رقیب، بتواند خوشنامی صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور را، ابتدا در آسیا و سپس در سطح جهان مطرح نماید تا امکان افزایش سهمی اساسی از بازاریابی این صنعت را در سطح جهانی فراهم سازد. امروزه کشورهای برتر در این صنعت عبارت‌اند از ترکیه، کره جنوبی، سنگاپور، مکزیک، مالزی، هند، مجارستان، برزیل و کاستاریکا که آن‌ها در موقعیت استراتژیک رقابتی و توسعه‌ای قرار گرفته‌اند و آشنایی با قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌های پیش روی این کشورها می‌تواند ما را در رسیدن به اهداف تعیین شده یاری نماید در تحلیل برنامه گردشگری پزشکی و پزشکی ورزشی برزیل به این نتیجه رسیدیم که برزیل در زمینه جراحی‌های زیبایی مقام اول پر گردشگرترین

گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشورمان، توسعه فعالیت‌های صنعت پزشکی ورزشی برای غلبه بر رقابت جهانی با تمرکز بر پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل می‌باشد که با نگاه به تدوین چشم‌انداز کشورمان (ایران با صنعت پزشکی ورزشی خوشنام در جهان و پیشرو در آسیا و اثرگذار بر ورزش ایران و جهان) تدوین شده است. اجرای این استراتژی به دلیل وجود رقابتی بسیار توانمند به نام سنگاپور بی‌نهایت دشوار است. این کشور از سوی سازمان بهداشت جهانی به‌عنوان دارنده بهترین سیستم پزشکی در آسیا و ششمین سیستم پزشکی برتر در دنیا معرفی شده است. تحقیقات پیشرفته و اعتبار بین‌المللی در زمینه پزشکی، ایمنی، مورد اعتماد بودن از جمله نقاط قوت صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت در سنگاپور می‌باشد که این کشور را تبدیل به یکی از مراکز اصلی جذب گردشگران پزشکی کرده است. در حال حاضر تعداد زیادی از متقاضیان خدمات پزشکی و ورزشی در حوزه سلامت از کشورهای همسایه نظیر مالزی، هند، چین و اندونزی به این کشور سفر کرده‌اند [۱۵]. در اجرای استراتژی‌های توسعه گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشور به‌ویژه در حوزه‌های کلیدی روان‌درمانی، علم تمرین و بازتوانی پس از اعمال جراحی‌ها با سه کشور توانمند مالزی، کره جنوبی و ترکیه روبرو هستیم. این کشورها رقیبان جدی در پیاده‌سازی استراتژی ششم یعنی: ایجاد و توسعه رسانه‌های تبلیغی توانمند با استفاده از نیروهای توانمند بومی هستند. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که کشور مالزی با جذب سالانه حدود ۲۵۰ هزار گردشگر پزشکی رقیب جدی برای کشورهای همسایه چون هند و تایلند بوده و ارائه‌دهنده امکانات پزشکی مناسب با هزینه‌های بسیار خوب است. در این کشور خدمات پزشکی همچون یک سری آزمایشات شامل آزمایش خون، تست، سنجش تراکم استخوان، اشعه ایکس از قفسه سینه و تست ورزش با هزینه ۳۵۰ دلار انجام می‌پذیرد، در مقایسه با ۲۵۰۰ دلاری که برای همین آزمایشات در آمریکا پرداخت باید گردد [۱۱]. همچنین کشور کره جنوبی از دیگر کشورهای توانمند در این زمینه است که با طراحی استراتژی توسعه تبلیغات رسانه‌ای اقدام به تهیه سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی در حوزه پزشکی نموده است. این کشور برای ارائه خدمات در زمینه جراحی ستون فقرات، جراحی‌های زانو، سرطان و جراحی‌های زیبایی هر ساله تعداد زیادی گردشگر از سایر کشورها جذب می‌کند. بیشتر بیمارستان‌های کره جنوبی به

کشور دنیا است و شهرهای بزرگ برزیل از قبیل سائوپائولو و ریودوژانیرو و همچنین شهرهای کوچک‌تر برزیل، سالانه میزبان تعداد زیادی توریست پزشکی است که انواع جراحی‌های زیبایی را با قیمت ۳۰۰۰ تا ۶۵۰۰ دلار به مراجعان ارائه می‌دهند [۲۸]. بررسی کشور کاستاریکا در حوزه جراحی و همچنین تفریحات و سلامت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان که یکی از حوزه‌های اصلی برنامه تدوین شده گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشورمان نیز هست، دارای جاذبه‌های مناسبی است این کشور سرزمین آتشفشان‌ها و جاذبه‌های بکر گردشگری جهان است که هر ساله ۱۵ درصد از گردشگران پزشکی جهان را به‌منظور ارائه خدمات پزشکی، به‌ویژه جراحی‌های زیبایی و دندانپزشکی جذب می‌کند. شهر سن خوزه و مناطق اطراف آن محل سکونت تعداد زیادی از پزشکان و دندان‌پزشکان مجرب است. همچنین این کشور جزء پنج مقصد برتر گردشگری منطقه آمریکای جنوبی نیز به شمار می‌آید [۲۵]. همچنین کشور مجارستان نیز در این حوزه بسیار توانمند است، در این کشور بهشت زیست‌محیطی و سرزمین چشمه‌ها و دریاچه‌ها قرار دارد که جذب‌کننده بیشترین تعداد گردشگر پزشکی در زمینه دندانپزشکی در جهان است [۲۲]. از استراتژی‌های مهم تدوین شده در صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان کشورمان استراتژی افزایش جذب گردشگران ورزشی در حوزه سلامت کشورهای خاورمیانه با بهره‌گیری از نیروهای متخصص و علمی کشور و ارائه خدمات درمانی و غذایی با شهرت جهانی است که در این زمینه کشور هند با توجه به استراتژی‌های توسعه‌ای یک رقیب بسیار توانمند محسوب می‌شود. این کشور سرزمین رنگ‌ها و مزه‌های گوناگون یکی از مقاصد پرطرفدار گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان است. این کشور در خصوص جراحی قلب و پیوند استخوان، ران و دیگر زمینه‌های پزشکی پیشرو می‌باشد. در طول سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ هیچ کشوری در گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان قابل مقایسه با هند نبوده است. هزینه پزشکی در هندوستان بسیار پایین‌تر از هزینه خدمات پزشکی در کشورهای توسعه‌یافته‌ای چون آمریکا و انگلستان می‌باشد. این کشور دارای یکی از مراکز بزرگ جراحی‌های زیبایی، دندانپزشکی، پیوند مغز استخوان و درمان سرطان‌ها می‌باشد که مجهز به آخرین تجهیزات الکترونیکی و تشخیص بیماری است [۲۱]. یکی از استراتژی‌های صنعت

دارند [۱۵]. حضور کشور ترکیه در صنعت گردشگری پزشکی و ورزشی در حوزه سلامت برای کشور ما یک تهدید جدی است این کشور یکی از رقیبان اصلی ما برای به دست آوردن بازار کشورهای خاورمیانه و کشورهای عربی ثروتمند است. متأسفانه در حوزه علم تمرین و تمرینات بازتوانی و آماده‌سازی ورزشی نیز توانسته است بازار داخلی ما را نیز جذب نماید. این کشور با دارا بودن امکانات پزشکی در سطح عالی و پزشکان آموزش‌دیده در غرب رقیبی بسیار جدی در این صنعت برای ما به شمار می‌رود و توانسته است هر ساله میزبان تعداد فراوانی از بیماران خارجی باشد. دولت ترکیه نیز تدابیر فراوانی برای ارائه خدمات پزشکی با کیفیت، امکانات عالی و پرسنل مجرب را به اجرا می‌گذارد [۲۵]. با تحلیل نگاه دولت ترکیه لزوم توجه بیشتر دولتمردان کشورمان را در پیاده‌سازی استراتژی: حمایت از بخش‌های خصوصی و ارائه مجوز و وام‌های کم‌بهره برای توسعه این صنعت در کشور با هدف رقابت بین‌المللی آشکار می‌سازد تا استراتژی‌های گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان از مفاهیم شعارگرایی به مفاهیم عملی و اجرایی تغییر ماهیت دهند و این امر میسر نخواهد شد مگر با اجرای برنامه جامع و تکیه بر یکی از مهم‌ترین منابع جهان یعنی توجه و به‌کارگیری پزشکان، پرستاران و عوامل پزشکی بی‌نظیر کشورمان (منابع انسانی با شهرت جهانی و بی‌همتای ایرانی)، متخصصین علوم ورزشی ماهر و توانمند در کشورمان و ایجاد و تجهیز مراکز پزشکی کشور، نیروهای انسانی متخصص، تصمیم‌گیری، انگیزه‌ها، عوامل خطرات و عوامل مالی از جمله عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در حوزه سلامت می‌باشند [۴]. همچنین نبود امکانات گسترده پزشکی در تمامی مناطق جهان را عاملی تحریک‌کننده در مسیر رشد و توسعه گردشگری پزشکی در سطح جهان معرفی شد [۴]. با توجه به نظریات کاو و لیدر و همچنین با تحلیل نگاه دولت ترکیه لزوم توجه بیشتر دولتمردان کشورمان را در پیاده‌سازی استراتژی: حمایت از بخش‌های خصوصی و ارائه مجوز و وام‌های کم‌بهره برای توسعه این صنعت در کشور با هدف رقابت بین‌المللی آشکار می‌سازد تا استراتژی‌های گردشگری ورزشی در حوزه سلامت شهروندان از مفاهیم شعارگرا به مفاهیم عملی و اجرایی تغییر ماهیت دهند و این امر میسر نخواهد شد مگر اجرای برنامه جامع و تکیه بر یکی از مهم‌ترین منابع جهان یعنی توجه و به‌کارگیری پزشکان [۳]، پرستاران و عوامل پزشکی بی‌نظیر کشورمان (منابع

شکل کامل مجهز به امکانات دیجیتال هستند و مرکز پزشکی دانشکده علوم پزشکی دانشگاه بوسان بیشترین تعداد بیماران خارجی را جذب می‌کند [۵]. گردشگری ورزشی در حوزه سلامت یک بخش در حال رشد از صنعت گردشگری کشور تایلند به حساب می‌آید. این کشور یکی از پیشگامان صنعت گردشگری ورزشی در حوزه سلامت به‌خصوص در حوزه ماساژ درمانی، ماساژ ورزشی و طب سوزنی است و این بخش یکی از قسمت‌های اصلی گردشگری پزشکی این کشور است که گردشگران بسیاری را حتی از کشور ایران جذب نموده است. هزینه درمان در بیمارستان‌های تایلند در مقایسه با آمریکا بسیار پایین است و درعین حال خدمات پرستاری و مراقبت‌های پزشکی در سطح بالایی ارائه می‌شود. برخی بیمارستان‌های تایلند آمادگی ارائه خدمات گردشگری پزشکی به ۲۲ زبان دنیا علاوه بر زبان انگلیسی را نیز دارند [۱۵]. نکته قابل تأمل این است که یکی از نقاط قوت کشور ما در حوزه گردشگری ورزشی در حوزه سلامت پایین بودن هزینه‌های درمانی است که این قوت در بسیاری از کشورهای پیشروی این صنعت وجود دارد و باید برای رقابت با آن‌ها به این مقوله توجه شود و حتی لزوم همکاری با شرکت‌های بیمه‌ای جهان را می‌طلبد و چه‌بسا شرکت‌های بیمه غربی ممکن است درمان خارج از کشور را برای کاهش هزینه‌های خود ترغیب کنند. کشورهای توسعه یافته ای مانند ایالات متحده آمریکا، ژاپن و کره جنوبی از فناوری پیشرفته و تجهیزات پزشکی برای در پیش گرفتن مسیر توسعه گردشگری با ارزش افزوده بالا استفاده خواهند کرد [۲۹]. رقابت اردن با سایر کشورها (مانند ترکیه، مصر و امارات) نیز در حال افزایش است. بلکه در تمام بخش‌ها در این راستا مهم‌ترین عامل ظهور و نوسازی دبی در زمینه‌های متعدد می‌باشد. مصر دارای سیستم بهداشتی سنتی با پزشکان ماهر و متخصص می‌باشد. یکی از نقاط قوت نظام سلامت در مصر، مراکز خدمات خصوصی متعددی است که به دنبال سرمایه‌گذاری در مصر هستند. فقدان برنامه ریزی به موقع و چشم انداز روشن یکی از مهم‌ترین نقاط ضعف صنعت گردشگری پزشکی در مصر است [۸]. مطالعات قبلی نشان داده است که بسیاری از گردشگران چینی برای درمان پزشکی از هنگ کنگ دیدن کردند. بیشتر خدمات پزشکی بر معاینات، خدمات اولیه مراقبت‌های بهداشتی و زایمان متمرکز بودند [۱۳]. برخی بیمارستان‌های تایلند آمادگی ارائه خدمات گردشگری پزشکی به ۲۲ زبان دنیا علاوه بر زبان انگلیسی را نیز

- [13] Kwan, S.C., Tavitiyaman, P. (2021). **Benefits And Limitations of Medical Tourism Development In Hong Kong: Local residents' perspective 1**
- [14] Asia Pacific Journal of Health Management; 16(4):i1319. doi: 10.24083/apjhm.v16i4.1319
- [15] Lee, S., Jeon, S., Kim, D. (2018). **The Impact of Tour Quality and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: The Case of Chinese Tourists in Korea.** Tourism Management, 32: 1115-1124.
- [16] Mansfeld, Y., Pizam, A. (2017). **Tourism, Security, and Safety: from Theory to Practice.** London: Kindle Edition, Kindle Book: 28- 48.
- [17] Medojevic, J., Milosavljevic, S., Punisic, M. (2011). **Paradigms of Rural Tourism in Serbia in the Function of Village Revitalization.** Journal of Studies and Research in Human Geography, 5.2, 93-102.
- [18] Mohammadi, T., Karimi, M., Najjarzadeh, N., Shah Karam Oghli, M. (1389). **Factors Affecting Tourism Demand in Iran.** Quarterly Journal of Economic Sciences, 3(10), 28-50. (Persian)
- [19] Moin Fard, M.R., Shushi Nasab, P., Kazem Nejad, A. (1393). **Strategies for the Development of Recreational Sports Tourism in Iran.** Bi-Quarterly Journal of Sports Management and Development, 2 (5), 1-17. (Persian)
- [20] Mousavi Gilani, S. R., Asadi, H., Goodarzi, M., Sajjadi, N. (1391). **Segmenting the Iranian Sports Tourism Market for Foreign Tourists Based on Nationality and Natural-Sports Attractions and Presenting the Target Market Model.** Sports Management Studies, 14, 107-124. (Persian).
- [21] Pomfret, G. (2017). **Mountaineering Adventure Tourists: A Conceptual Framework for Research.** Tourism Management, 27:113-123.
- [22] Rain, P. (2013). **SWOT Analysis and Strategic Study on Gansu Sports Tourism Resources.** Economics research paper: 137.
- [23] Sambrook, R., Thomas, R., Pigozzi, B. (2014). **Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribbean.** The Professional Geographer, 57(1).
- [24] Singh, S., Ranjan, T. (2016). **Tourism, Ecotourism and Sport Tourism: the Framework for Certification.** Marketing Intelligence & Planning, 34(2): 236 – 255.
- [25] Weber, K. (2017). **Outdoor Adventure Tourism. A Review of Research Approaches,** Annals of Tourism Research, 28(2):360-377.
- [26] Weed, M. (2013). **The Influence of Policy Makers Perception on Sport Tourism Policy Development.** Tourism Review International, 10: 227-240.
- [27] Yamaguchi, Y. (2018). **Sport Tourism, Sport Volunteer and Sport for All.** Journal of Asian Sport for all, 1: 29-36.
- [28] Zeitonly, A. B., Rezaei Sufi, M., Ghorbani, A. (1394). **Strategic Planning for the Development of Sports Tourism Using the SWOT Method (Case Study: Golestan Province).** New Approaches in Sports Management, 3(9), 9-22. (Persian)
- [29] Zekulin, M. (2009). **Olympic Security: Assessing the Risk of Terrorism at the 2010 Vancouver Winter Games.** Journal of Military and Strategic Studies. 12: 1-25.
- [30] Zhong, L., Deng, B., Alastair, M., Morrison, J., Coca-Stefaniak, A., Yang, L. (2021). **Medical, Health and Wellness Tourism Research—A Review of the Literature (1970–2020) and Research Agenda.** J. Environ. Res. Public Health, 18, 10875.
- انسانی با شهرت جهانی و بی‌همتای ایرانی)، متخصصین علوم ورزشی ماهر و توانمند در کشورمان و ایجاد امکانات و تجهیز مراکز پزشکی کشور و بسیار قابل توجه است این نکته که: چه بسا که بسیاری از کشورها بعد از شکست‌های تاریخی فقط و فقط با تلاش نیروهای انسانی متعهد و متخصص دوره جدیدی از رشد و بالندگی را آغاز کرده‌اند.

منابع و ماخذ

- [1] Asadi, H., Poor Naghi, A., Eftekhari, I., Falahi, A. (1394). **Study of the Objective Dimensions of Security in Sports Tourism in Iran and the Performance of Sports Organizations in Its Provision and Development,** sports management. 7(4), 1-15. (Persian)
- [2] Bolidehei, A., Khamarnia, M., Arbabi, S. A., Peyvand, M. (2021). **Factors Affecting Medical Tourism Destination Selection: A Mix Methods Study in a Developing Country.** International Journal of Health Studies. :7(4).
- [3] Cave, P., Leader, C. (2019). **Sport Tourism: The case for a local Approach in Africa, Second Africans on peace Trough Tourism.** Journal of Sport Tourism, 1: 24-30.
- [4] Deery, M., Jago, L. (2010). **The Management of Sport Tourism.** In Heather Gibson (Ed). Sport tourism: concepts and theories, Rutledge Taylor& Francis Group: 48-72.
- [5] Edgell, D., DelMastro, A., Maria, S., Ginger, R., Swanson, J. (2018). **Tourism Policy and Planning Yesterday, Today and Tomorrow.** First Edition, London.
- [6] Hemmatinejad, M.A., Shahriari, S.B., King, E.I. (1394). **Prioritization of Sports Tourism Attractions in the Development of Sports Tourism in the Northern Provinces of Iran.** Bi-Quarterly Journal of Sport Management and Development, (Persian)
- [7] Honvar, A., Khatibzadeh, M. (1393). **The Role of Sports Management in Designing a Sports Tourism Marketing Mix.** Bi-Quarterly Journal of Sports Management and Development, 2 (5), 33-47. (Persian).
- [8] Hosseini, F., Mirzaei, A. (2021). **A Survey of Perspectives and Factors in the Development of Medical Tourism in the Middle East.** J Arch Mil Med. ; 9(3):e116161.
- [9] Icoz, O., Gunlu, E., Oter, Z. (2018). **Sport Tourism Destinations as Brand and Factors Affecting Destination Choices of Soccer Teams.** 5th International Congress on Business, Economic and Management.
- [10] Karimi, F., Zahedi, K. M. (1390). **Determining the Index of Economic Investment in the Optimal Allocation of Facilities to the Tourism Industry in Conditions of Uncertainty.** Quarterly Journal of Economic Research and Policy, 19(59), 151-174. (Persian)
- [11] Karimi, R., Hesam, S., Ostovar, R. (2021) **Designing a Model for the Management of Health Tourism Development in Fars Province, Iran.** Health Man & Info Sci.; 8(2): 107-118. doi: 10.30476/jhmi.2021.89308.1066.
- [12] Kurtzman, J. (2017). **Economics Impacts: Sport Tourism and the City.** Journal of Sport Tourism, 10(1):47-71.