

اولویت‌بندی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی شهر یزد

میلاذ شفیع^۱، روح‌اله عسکری^۱، محمد کاظم رحیمی^۲، محمد رنجبر^۳، فرزانه مددی‌زاده^۴، فاطمه جعفریان^۵

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: امروزه بازار گردشگری پزشکی به عنوان یکی از صنایع درآمدزا در دنیا مطرح شده است. برخی عوامل در صنعت گردشگری، تأثیر مستقیم و مهمی بر رونق و گسترش آن دارند و این امر موجب می‌شود که برخی کشورها به قطب گردشگری پزشکی تبدیل شوند. پژوهش حاضر با هدف اولویت‌بندی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی شهر یزد انجام گرفت.

روش بررسی: در مرحله اول، به روش مرور نظام‌مند و با استفاده از کلید واژه‌های «گردشگری پزشکی، عوامل مؤثر و عوامل جذب» در پایگاه‌های SID، Web of Science، Scientific Information Database، Google Scholar، Cochrane، ProQuest، ScienceDirect، Magiran و Medlib، Civilica، IranDoc، PubMed، Scopus، ScienceDirect، AHP (Analytic Hierarchy Process) توسط جامعه تحقیق متشکل از گردشگران پزشکی و خبرگان این حوزه، اولویت‌بندی گردید.

یافته‌ها: عوامل در دو حیطه کلی، ۷ زیرحیطه و ۲۷ گویه شناسایی شد که زیرحیطه «کیفیت خدمات درمانی» و گویه «کیفیت خدمات کادر درمان» از دید گردشگران پزشکی و خبرگان این حوزه از اهمیت و اولویت بیشتری نسبت به سایر عوامل برخوردار بود.

نتیجه‌گیری: یکی از راه‌های افزایش جذب گردشگر و تأثیرگذاری بر گردشگران برای انتخاب ایران به عنوان کشور مقصد، افزایش سطح کیفیت خدمات به ویژه خدمات پزشکی همراه با کاهش هزینه‌ها و قابل رقابت بودن آن است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری پزشکی؛ تحلیل سلسله مراتبی؛ بیمارستان‌ها

پیام کلیدی: پدیده‌ای به نام گردشگری پزشکی، امروزه از رو به رشدترین بخش‌های صنعت گردشگری در جهان به شمار می‌رود که می‌توان با شناسایی دقیق عوامل مؤثر، در جذب این گردشگران و افزایش سطح کیفیت خدمات و استفاده مطلوب از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در زمینه گردشگری و نیز پزشکی، ایران را به یکی از قطب‌های گردشگری پزشکی آسیا تبدیل نمود.

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۸/۱۱

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۱۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۱/۱۵

ارجاع: شفیع میلاذ، عسکری روح‌اله، رحیمی محمد کاظم، رنجبر محمد، مددی‌زاده فرزانه، جعفریان فاطمه. اولویت‌بندی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی شهر یزد. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۴۰۰؛ ۱۸ (۶): ۲۴۸-۲۵۷

مقدمه

امروزه یکی از حوزه‌هایی که در کشورهای در حال توسعه مزیت رقابتی فراوانی ایجاد کرده است، گردشگری پزشکی می‌باشد. بدین علت بسیاری از کشورهای در حال توسعه به ویژه در آسیا، در یک فضای رقابتی به دنبال راهکارهای بازاریابی و جذب گردشگران پزشکی هستند. گردشگری پزشکی در واقع شکل جدیدی از صنعت گردشگری است که در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای رشد پیدا کرده است؛ این صنعت یک فعالیت اقتصادی مبتنی بر تجارت خدمات می‌باشد که پیوندی بین دو بخش پزشکی و گردشگری دارد (۱). استان یزد به دلیل وجود پزشکان متبحر، نیروی انسانی کارآمد، وجود مراکز تخصصی و فوق تخصصی مجهز، همواره دارای اهمیت بوده است و اکنون یکی از قطب‌های مهم درمانی در ایران به شمار می‌رود. تلفیق این توانمندی‌ها با جاذبه‌های گردشگری و آب و هوای متنوع، ظرفیت بالایی جهت توسعه گردشگری سلامت ایجاد نموده است (۲). سوابق کشورهای موفق در زمینه گردشگری پزشکی نشان می‌دهد که آن‌ها در حوزه ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم برای جذب گردشگر موفقیت‌های زیادی داشته‌اند (۳).

مقاله حاصل پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد به شماره ۸۱۶۵ می‌باشد که با حمایت دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد انجام شده است.

- ۱- دانشیار، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران
 - ۲- استادیار، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران
 - ۳- دانشیار، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت و مرکز تحقیقات مدیریت و سیاست‌گذاری سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران
 - ۴- استادیار، آمار زیستی، گروه آمار و اپیدمیولوژی، دانشکده بهداشت و مرکز تحقیقات مدل‌سازی داده‌های سلامت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران
 - ۵- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران
- نویسنده طرف مکاتبه:** فاطمه جعفریان؛ دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی، یزد، ایران

Email: fatemehjafarian61@gmail.com

مقالات نهایی جهت بررسی اطلاعات در جدول ۲ ارایه شده است.

پس از شناسایی و انتخاب مقالات نهایی، نسبت به استخراج عوامل اقدام گردید. کلیه عوامل جذب گردشگران پزشکی استخراج شده در دو حیطه عوامل درمانی و غیر درمانی، هفت زیرحیطه، ۲۷ گویه و ۶۶ زیرگویه دسته‌بندی گردید. به منظور افزایش همکاری جامعه پژوهش در تکمیل پرسش‌نامه، زیرگویه‌ها از درخت تصمیم‌گیری حذف شد.

فاز دوم: این فاز با رویکرد کمی و استراتژی پیمایشی انجام گرفت. در این مرحله، وزندهی به این عوامل در قالب فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP (Analytic Hierarchy Process) و ماتریس مقایسه‌های زوجی انجام شد. فرایند AHP هنگامی که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه رقیب و معیار تصمیم‌گیری رویه‌رو است، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش اغلب برای مطالعات با حجم کم نمونه به کار می‌رود و مبنای آن، استخراج نظر خبرگان می‌باشد. جامعه آماری این مرحله شامل دو گروه (دسته اول متشکل از گردشگران پزشکی مراجعه‌کننده به بخش‌های بستری مراکز پزشکی شهر یزد و دسته دوم شامل خبرگان این حوزه) بود. معیارهای انتخاب خبرگان، تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل مشارکت در پژوهش و دسترسی بود. بدین ترتیب، با نمونه‌گیری هدفمند، ۸ نفر از گردشگران پزشکی و ۱۰ نفر از استادان دانشگاه، مدیران مراکز درمانی و بیمارستان‌ها، مدیران و کارشناسان گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و شرکت‌ها و آژانس‌های ارایه دهنده خدمات گردشگری سلامت و درمان در استان یزد انتخاب شدند.

پس از استخراج عوامل، جداول مقایسه دوتایی تشکیل و در آن‌ها از پاسخ‌دهنده درخواست گردید که دو مؤلفه مطرح شده را از نظر میزان اهمیت اولویت‌بندی کند و از کمترین میزان اولویت (عدد ۱) تا بیشترین میزان اولویت (عدد ۹) مقداری را به آن اختصاص دهد. این مقایسه بین تمام مؤلفه‌ها به صورت دوبه‌دو انجام و اعداد مورد نظر توسط پاسخ‌دهندگان در پرسش‌نامه درج و برای مشخص شدن اولویت‌بندی وارد نرم‌افزار Expert Choice نسخه ۱۱ گردید. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از نرخ ناسازگاری در این نرم‌افزار سنجیده شد که در تمام ماتریس‌های مقایسه‌ای کمتر از ۰/۱ بود و نشان دهنده سازگاری بین پاسخ‌های داده شده است. لازم به ذکر است که به جهت رعایت ملاحظات اخلاقی در انجام پژوهش، پرسش‌نامه‌ها بدون ذکر نام و مشخصات توسط پاسخ‌دهندگان تکمیل گردید.

جذب گردشگر سلامت در ایران ممکن است پیامدهای مثبت و منفی برای نظام سلامت به همراه داشته باشد، اما آنچه مسلم است این که توسعه صنعت توریسم درمانی برای ایران دارای توجیه اقتصادی است؛ چرا که به عنوان صادرات غیر نفتی و صادرات نوعی از خدمات، در بهبود تراز اقتصادی کشور مؤثر می‌باشد (۴). قاسمی یالغوزآغاچ و همکاران در پژوهشی به منظور بررسی تأثیر عوامل انگیزشی گردشگری درمانی بر مقصد رفتاری با استفاده از نظر خبرگان، شاخص‌های کیفیت و هزینه را از نوع علت برشمردند که بیشترین تأثیر را بر سایر زیرشاخص‌ها دارند و از عوامل مؤثر بر جذب گردشگر پزشکی است (۵). نتایج مطالعه بیات و همکاران نیز نشان داد که اعتبار بیمارستان، هزینه‌ها، کیفیت درمان، آموزش کادر درمان، فضای سیاسی، سیاست‌های نظارتی، زیرساخت‌ها و موقعیت بیمارستان و موقعیت اقتصادی به ترتیب مهم‌ترین تا کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌ها در جذب گردشگران درمانی در ایران می‌باشد و مهم‌ترین مشکل در جذب گردشگران را فقدان مراحل درمانی شفاف و سیستم حمایتی بیان نمودند (۶). در مجموع، با توجه به افزایش شمار گردشگران بین‌المللی و نقش روزافزون صنعت گردشگری در اقتصاد کشورها، شناسایی عوامل مؤثر در جذب گردشگران بین‌المللی بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. دولت‌ها و بخش خصوصی نیز به منظور توسعه، رقابت و بقا در صنعت گردشگری، نیازمند شناسایی عوامل مؤثر و پیش‌بینی تقاضای گردشگری می‌باشند (۵).

روش بررسی

این مطالعه در دو فاز مروری و توصیفی انجام گرفت.

فاز اول: ابتدا با استفاده از روش مرور نظام‌مند، عوامل جذب گردشگران پزشکی شناسایی شد که با توجه به هدف تحقیق، عوامل مرتبط با جذب گردشگر پزشکی در دو حیطه مختلف درمانی و غیر درمانی بررسی گردید. جامعه آماری فاز اول، پژوهش‌های صورت گرفته در فاصله زمانی ۲۱ مارس سال ۲۰۰۳ (۱ فروردین سال ۱۳۸۲) تا ۲۰ ژانویه سال ۲۰۲۰ (۳۰ دی سال ۱۳۹۸) بود که در نهایت، ۳۰ مقاله بر اساس جدول ۱ انتخاب شد.

پس از جمع‌آوری مقالات، در هر بازبینی تعدادی از مقالات با استفاده از معیارهای متعددی مانند بررسی عنوان، چکیده و محتوا رد شد. به منظور ارزیابی کیفی، از معیار CASP (Critical Appraisal Skills Program) استفاده گردید و هر مقاله‌ای که امتیاز پایین‌تر از ۸ کسب نمود، حذف شد. روند غربالگری و انتخاب

جدول ۱: نحوه جستجوی منابع در پایگاه‌های اطلاعاتی

پایگاه اطلاعاتی	واژگان اصلی جستجو
Web of Science, Scopus, PubMed, ProQuest, Cochrane, ScienceDirect, Google Scholar	("Medical Tourist" OR "Medical Tourists" OR "Medical Tourism" OR "Health Tourist" OR "Health Tourists" OR "Health Tourism" OR "Surgical Tourist" OR "Surgical Tourists" OR "Surgical Tourism" OR "Therapeutic tourist" OR "Therapeutic tourists" OR "Therapeutic tourism" OR "Cure tourist" OR "Cure tourists" OR "Cure tourism") AND (Determin* OR Factor* OR Effect* OR Relation* OR Influence* OR Impact* OR Predict* OR Function* OR Significance* OR Feature* OR Characteristic* OR Distribution* OR Increas* OR Facilitator* OR Obstacle*) AND (Attract*) in Title/Abstract Field, Publication date from 2003/03/21 to 2020/01/20; English
IranDoc, SID, Magiran, Medlib, Civilica	همه ("گردشگری پزشکی" OR "گردشگری سلامت" OR "گردشگری درمانی" OR "گردشگری علاج بخش" OR "گردشگری تندرستی" OR "توریسم درمانی" OR "توریسم پزشکی" OR "گردشگری جراحی") و همه ("عوامل مؤثر" OR "عوامل جذب" OR "موانع جذب" OR "تسهیل‌کننده‌ها")

SID: Scientific Information Database

جدول ۲: مراحل انتخاب مقالات در فرایند مرور نظاممند

مراحل انتخاب منابع مرتبط	منابع حذف شده	منابع منتخب
تعداد نتایج اولیه	-	۱۴۹۱
حذف موارد تکراری	۲۶۶	۱۲۲۵
بررسی عنوان	۱۰۸۵	۱۴۰
بررسی چکیده	۸۰	۶۰
بررسی محتوا	۲۲	۳۸
کنترل کیفی	۸	۳۰

در مرحله بعدی تحقیق، نظرسنجی از افراد شرکت کننده شامل گردشگران پزشکی (۸ نفر) و خبرنگان و کارشناسان این حوزه (۱۰ نفر) انجام گردید. عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی به ترتیب اولویت در جدول ۵ آمده است.

بحث

بر اساس داده‌های جدول ۵، مشخص شد که عوامل درمانی از اولویت بالاتری نسبت به عوامل غیر درمانی برخوردار است. در این دسته از عوامل، عامل کیفیت خدمات و به ویژه کیفیت خدمات کادر درمان از نظر هر دو گروه خبرنگان و گردشگران از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد؛ در صورتی که هزینه‌های درمانی در درجه دوم اهمیت بود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های پیشین (۹-۷) همخوانی داشت؛ در حالی که در مطالعه توکلی و محمدیان ساروی، هزینه‌های درمانی در اولویت اول قرار گرفت (۱۰). این موضوع با توجه به رقابتی شدن این حوزه در سال‌های اخیر که کیفیت نقش اصلی را دارد، به نظر منطقی می‌رسد که هزینه‌ها در اولویت بعدی قرار داشته باشد.

یافته‌ها

از آنجایی که مطالعه حاضر با هدف اولویت‌بندی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی انجام شد، عوامل مختلف از مقالات نهایی (جدول ۳) استخراج گردید و در دو حیطه عوامل درمانی و غیر درمانی، هفت زیرحیطه (هزینه‌ها، زیرساخت‌های فنی و تخصصی، کیفیت خدمات و شرایط محیطی)، ۲۷ گویه و ۶۶ زیرگویه دسته‌بندی گردید که در جدول ۴ آمده است.

جدول ۳: لیست مقالات استخراج شده با مرور نظاممند جهت بررسی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی

منبع	یافته‌های کلیدی	روش پژوهش	نمره CASP
۵	عوامل جذب گردشگران درمانی شامل ۴ شاخص و ۲۴ زیرشاخص	توصیفی-تحلیلی	۱۱
۱۱	بررسی عوامل تعیین کننده در جذب گردشگران	توصیفی-پیمایشی	۱۲
۱۲	بررسی اثرگذاری برخی از عوامل فرهنگی بر جذب گردشگر پزشکی	توصیفی-تحلیلی	۱۲
۱۳	بررسی عوامل تأثیرگذار در جذب گردشگر	کیفی-عملکردی	۱۰
۱۴	استخراج عوامل مناسب آمیخته بازاریابی در جذب توریسم پزشکی به ایران	توصیفی-تحلیلی-پیمایشی	۱۲
۱۵	بررسی عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری گردشگران برای انتخاب ایران به عنوان کشور مقصد	توصیفی-همبستگی	۱۰
۱۰	بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر جذب توریسم سلامت و آرایه پیشنهادی ارتقا	توصیفی-پیمایشی	۱۲
۶	شناسایی وضعیت گردشگری درمانی در ایران از دو جنبه مشخصه‌های مقصد و مشخصه‌های مراکز درمانی	توصیفی-پیمایشی	۹
۷	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در جذب گردشگر سلامت با رویکرد مدل تصمیم‌گیری چند معیاره	توصیفی-مقطعی	۱۱
۱۶	رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران پزشکی از نقطه‌نظر مدیران بیمارستان	توصیفی-تحلیلی	۱۰
۸	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در جذب گردشگران بهداشتی در استان تهران	توصیفی-مقطعی	۱۱
۱۷	بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری پزشکی جراحی قلب	توصیفی	۱۱
۱۸	شناسایی عوامل مؤثر در جذب گردشگران سلامت	توصیفی-تحلیلی	۱۲
۱۹	تأثیر عوامل مرتبط بر جذب گردشگران سلامت	توصیفی-تحلیلی	۱۱
۲۰	تعیین عوامل مؤثر بر جذابیت گردشگران پزشکی خارجی	توصیفی-مقطعی	۱۱
۲۱	تأثیر متغیرهای مکانیزم‌های اطلاع‌رسانی در جذب گردشگران پزشکی	توصیفی-تحلیلی-مقطعی	۹
۲۲	بررسی و شناخت وضعیت موجود صنعت گردشگری سلامت و پزشکی خارجی کلان‌شهر تبریز	توصیفی-تحلیلی	۱۰
۲۳	بررسی رابطه قابلیت‌های گردشگری پزشکی درمانی با میزان جذب توریسم	توصیفی-تحلیلی	۹
۲۴	بررسی عملکرد بیمارستان‌های منتخب خصوصی و دولتی تهران در جذب گردشگر درمانی از دیدگاه مشتریان خارجی	توصیفی-مقطعی	۱۲
۲۵	بررسی اثرات تجربی WOM بر روی قصد انتخاب مشتریان چینی برای توریسم پزشکی	توصیفی-مقطعی	۸
۲۶	ارزیابی و رتبه‌بندی موانع گردشگری سلامت	توصیفی-همبستگی	۱۱
۲۷	مدل جذب گردشگر سلامت در ایران	کیفی	۱۲
۲۸	تعیین عوامل مؤثر بر سفر درمانی به ایران از دیدگاه گردشگران آذربایجانی	کمی-کیفی	۱۱
۲۹	طراحی و مدل‌سازی زیرساخت‌های گردشگری سلامت	توصیفی-پیمایشی	۱۲
۳۰	شناسایی مهم‌ترین عوامل انگیزشی بیماران خارجی برای مسافرت به ایران	توصیفی-همبستگی	۱۲
۳۱	ارزیابی و اولویت‌بندی عوامل داخلی مؤثر بر جذب گردشگران پزشکی در ایران	توصیفی-تحلیلی	۹
۳۲	بررسی رابطه میان متغیرهای مختلف با جذب توریسم درمانی در کشور	توصیفی-پیمایشی	۱۰
۳۳	بررسی راهکارها و موانع جذب گردشگری و توریسم درمانی	توصیفی-پیمایشی	۱۲
۳۴	نقش بازاریابی دیجیتال (DM) برای تقویت گردشگری پزشکی (MT) در بیمارستان‌های دبی	کیفی	۸
۳۵	ارزیابی آمادگی بیمارستان‌های مشهد برای جذب گردشگران بهداشتی	توصیفی-مقطعی	۱۰

CASP: Critical Appraisal Skills Program; WOM: Word-of-Mouth; DM: Digital Marketing; MT: Medical Tourism

جدول ۴: عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی جهت تشکیل درخت تصمیم‌گیری

حیطه	زیر حیطه	گویه	زیر گویه
عوامل درمانی	هزینه‌های درمانی	به‌صرفه بودن هزینه‌های درمان در ایران هزینه اداری مرتبط با درمان شفافیت نرخ تعرفه‌ها	تخصص و مهارت ارائه دهندگان خدمات پاسخگویی و مسؤولیت‌پذیری مراکز درمانی
	زیرساخت‌های فنی و تخصصی	وجود امکانات برای مشاوره پزشکی با بیمار خارجی قبل و بعد از درمان وجود پیوستگی در زنجیره درمان ساختار بیمارستان پیگیری (Follow-up) امور درمان پوشش بیمه‌ای دفا تر خدمات بیمه‌ای	اعتبار و شهرت پزشکان متخصص سوابق درخشان گروه پزشکی و درمانی توصیه‌های اقوام و دوستان در خصوص کیفیت پزشکان رعایت استانداردهای بین‌المللی راه‌اندازی واحد IPD در بیمارستان‌ها
عوامل غیر درمانی	کیفیت خدمات	کیفیت خدمات کادر درمانی کیفیت خدمات بیمارستانی	ارایه بسته‌های درمانی متنوع کیفیت و ارزش‌آفرینی درمان مراقبت‌های بهداشتی باکیفیت بالا تنوع روش‌های درمان (طب اسلامی، درمان گیاهی و...)
	هزینه‌های غیر درمانی	مناسب بودن قیمت سایر خدمات هزینه‌های کم سفر و حمل‌ونقل هزینه کم خدمات تفریحی هزینه کم محل اقامت	بانکداری الکترونیکی پاسخگویی به نیاز گردشگران از طریق وب‌سایت وب‌سایت مصوب وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای گردشگری بهداشت
عوامل غیر درمانی	زیرساخت‌های فنی و تخصصی	زیرساخت‌های الکترونیکی زیرساخت‌های پشتیبانی	امکان برقراری ارتباطات الکترونیکی استفاده از کارت‌های اعتباری رایج دنیا وب‌سایت مصوب وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی امکانات و تسهیلات موجود در هتل‌ها و مهمانسراها و مراکز درمانی دسترسی آسان به امکانات جاده‌ای و هوایی مطلوب هتل‌ها با استاندارد معتبر در نزدیک‌ترین فاصله با بیمارستان ارتباط بین بخشی مناسب بین دستگاه‌های دولتی ستاد هماهنگ‌کننده بین سازمان‌ها تسهیل ورود گردشگران و هماهنگی و ارتباط بین دستگاه‌های ذی‌ربط
	زیرساخت‌های فنی و تخصصی	زیرساخت‌های فنی و تخصصی	وجود امکانات اقامتی و رفاهی مناسب برای همراهان یک سازمان یا نهاد مجزا برای پیگیری امور گردشگران سلامت سهولت سفر تسهیل در صدور روادید پزشکی حضور تسهیل‌گرهای پزشکی

جدول ۴: عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی جهت تشکیل درخت تصمیم‌گیری (ادامه)

حیطه	زیر حیطه	گویه	زیر گویه
عوامل غیر درمانی	زیرساخت‌های فنی و تخصصی	بازاریابی و تبلیغات	برند خدمات بهداشتی و درمانی منطقه داشتن بروشور، اسناد الکترونیکی و غیر الکترونیکی برای معرفی خدمات به بیماران به زبان انگلیسی تجارب سفر گردشگران پزشکی به ایران آشنایی کارکنان به زبان‌های خارجی تبلیغ WOM خدمات پزشکی ایران توسط گردشگران بروشورها، کتابچه‌های راهنما، تبلیغات رسانه‌ای، برنامه‌های تلویزیونی، روش‌های الکترونیکی
	کیفیت خدمات	تسهیلات رفاهی وضعیت خوب فرودگاه‌ها و حمل و نقل هوایی وضعیت مناسب هتل‌ها بالا بودن کیفیت خدمات غیر درمانی	تنوع جاذبه‌های فرهنگی فرهنگ مهمان‌نوازی مردم عوامل جامعه‌شناختی شیوه‌های مناسب برخورد با گردشگران در مرزها تنوع جاذبه‌های فرهنگی فرهنگ مهمان‌نوازی مردم عوامل جامعه‌شناختی شیوه‌های مناسب برخورد با گردشگران در مرزها
عوامل محیطی	شرایط محیطی	کیفیت مطلوب رستوران‌ها و استراحتگاه‌های بین شهرها عوامل فرهنگی	مشابهت‌های زبانی و فرهنگی احترام به عقاید گردشگران سلامت روابط کادر پزشکی انسان‌دوستی کادر درمان حضور بستگان و یا دوستان گردشگران پزشکی در ایران
	عوامل اجتماعی	عوامل اجتماعی	امنیت اجتماعی در منطقه ثبات سیاسی
	عوامل سیاسی	عوامل سیاسی	مکان مناسب برای آرامش پس از درمان آثار باستانی زیاد و پیشینه تاریخی جذابیت غذایی و آشامیدنی محلی جاذبه‌های مذهبی و گردشگری وجود ذخایر گسترده طبیعی چشمه‌های آب‌معدنی گرم، لجن و شن به منظور درمان
عوامل جغرافیایی	عوامل جغرافیایی	عوامل جغرافیایی	موقعیت بین کشورهای اسلامی تنوع جاذبه‌های تفریحی ارزش ویژه برند شهر نزدیکی هتل و مراکز اقامتی منابع طبیعی گردشگری

IPD: International Patient Department; WOM: Word-of-Mouth

جدول ۵: اولویت‌بندی عوامل مرتبط با جذب گردشگران پزشکی با روش (AHP) Analytic Hierarchy Process

اولویت از دیدگاه گردشگران		گویه	اولویت از دیدگاه گردشگران		زیرحیطه	اولویت از دیدگاه گردشگران		حیطه
گردشگران	خبرگان		گردشگران	خبرگان		گردشگران	خبرگان	
۱	۱	به‌صرفه بودن هزینه‌های خدمات درمانی	۲	۲	هزینه‌های درمانی	۱	۱	عوامل درمانی
۳	۳	هزینه‌های اداری مرتبط با درمان						
۲	۲	شفافیت نرخ تعرفه‌ها						
۴	۳	وجود امکانات برای مشاوره پزشکی با بیمار خارجی قبل و بعد از درمان	۳	۳	زیرساخت‌های فنی و تخصصی			
۵	۴	وجود پیوستگی در زنجیره درمان						
۱	۲	ساختار بیمارستان پیگیری (Follow-up) امور درمان						
۲	۱	پوشش بیمه‌ای						
۳	۵	دفاتر خدمات بیمه‌ای						
۱	۱	کیفیت خدمات کادر درمانی	۱	۱	کیفیت خدمات			
۲	۳	کیفیت خدمات بیمارستان						
۳	۲	تنوع خدمات ارائه شده						
۱	۱	مناسب بودن قیمت سایر خدمات	۱	۲	هزینه‌های غیر درمانی	۲	۲	عوامل غیر درمانی
۳	۳	هزینه‌های کم سفر و حمل و نقل						
۴	۴	هزینه کم خدمات تفریحی						
۲	۲	هزینه کم محل اقامت						
۱	۲	زیرساخت‌های الکترونیکی	۴	۳	زیرساخت‌های فنی و تخصصی			
۳	۳	زیرساخت‌های پشتیبانی						
۲	۱	بازاریابی و تبلیغات						
۱	۵	تسهیلات رفاهی	۲	۱	کیفیت خدمات			
۴	۱	وضعیت خوب فرودگاه‌ها و حمل و نقل هوایی						
۳	۲	وضعیت مناسب هتل‌ها						
۲	۳	بالا بودن کیفیت خدمات غیر درمانی						
۵	۴	کیفیت مطلوب رستوران‌ها و استراحتگاه‌های بین شهرها						
۲	۲	عوامل فرهنگی	۳	۴	شرایط محیطی			
۳	۲	عوامل اجتماعی						
۱	۱	عوامل سیاسی						
۴	۳	عوامل جغرافیایی						

مطالعه حاضر با توجه به شرایط همه‌گیری بیماری کرونا، جهت انجام تحقیقات میدانی و دریافت اطلاعات از خبرگان دچار وقفه گردید و در ادامه، به شیوه‌های مختلف از جمله رایانه‌ای انجام گرفت که این مسأله منجر به طولانی شدن زمان انجام پروژه و عدم امکان بهره‌گیری بهتر از نظرات متخصصان گردید.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که در زمینه گردشگری پزشکی، کیفیت به عنوان عامل غیر قابل جبران مطرح است؛ یعنی در صورتی که کیفیت وجود نداشته باشد، هیچ عامل دیگری نمی‌تواند خلأ آن را برای بیمار پر کند و وی در تصمیم‌گیری خود تجدید نظر خواهد کرد. بنابراین، افزایش سطح کیفیت خدمات پزشکی به گردشگران خارجی به طور حرفه‌ای عاملی است که موجب افزایش انتخاب ایران به عنوان یک مقصد گردشگری سلامت می‌شود. از طرف دیگر، با توجه به اهمیت متناسب بودن هزینه‌های درمان در ایران در مقایسه با سایر کشورها در بعد اقتصادی و همچنین، جذابیت‌های بالای گردشگری طبیعی و تاریخی ایران از سوی دیگر، فرصت مناسبی است و می‌توان با بهره‌گیری از آن، باعث رونق این حوزه در کشور شد و ضمن ایجاد اشتغال، درآمد ارزی مناسبی نصیب کشور کرد.

پیشنهادها

بر اساس یافته‌های مطالعه حاضر، پیشنهاد می‌شود با ساخت هتل بیمارستان در شهرهای همچون یزد، ضمن افزایش رضایت گردشگران و ارتقای شاخص‌ها و استانداردهای درمانی و غیر درمانی، موجب جذب سهم قابل توجهی از گردشگران این حوزه شد.

تشکر و قدردانی

بدین وسیله از همکاری صمیمانه کلیه مسؤولان مراکز پزشکی شهر یزد و افرادی که در انجام این پژوهش همکاری نمودند، تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

تضاد منافع

در انجام پژوهش حاضر، نویسندگان هیچ‌گونه تضاد منافی نداشته‌اند.

بر اساس نتایج تحقیق حاضر، در حیطه عوامل غیر درمانی نیز زیرحیطه کیفیت خدمات غیر درمانی در بالاترین اولویت از نظر خبرگان حوزه گردشگری پزشکی قرار داشت؛ در صورتی که از منظر گردشگران پزشکی، هزینه‌های غیر درمانی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد و شرایط محیطی، پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داد. قاسمی یالغوزآغاج و همکاران نیز در پژوهش خود، مناسب بودن قیمت خدمات غیر درمانی را بعد از شاخص هزینه پایین درمان می‌دانند. آن‌ها شاخص‌های کیفیت و هزینه را از نوع علت برشمردند که بیشترین تأثیر را بر سایر زیرشاخص‌ها دارند و از عوامل مؤثر بر جذب گردشگر پزشکی در استان آذربایجان شرقی به شمار می‌روند (۵)؛ چرا که در عصر جهانی شدن، بیماران در حال خرید خدمات مناسب و باکیفیت سلامت در سراسر جهان هستند که این امر منجر به توسعه بسیار زیاد پدیده گردشگری سلامت شده است (۱). بنابراین، یکی از راهکارهای مؤثر در این مورد، پیگیری پس از درمان بیمار می‌باشد؛ به طوری که بیمارستان‌ها برای نزدیک شدن به استانداردهای بین‌المللی و دریافت گواهی اعتباربخشی بین‌المللی، باید به حیطه بهبود کیفیت و ایمنی بیمار توجه بیشتری داشته باشند و با اقدامات اصلاحی، استانداردهای لازم در این حیطه را ارتقا دهند (۳۶). در این زمینه، مطالعاتی نیز انجام شده که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره شده است. زارعی و همکاران در تحقیق خود گزارش نمودند که تداوم درمان بیمار، یکی از موارد اولویت‌دار مد نظر گردشگران پزشکی می‌باشد (۳۷) که با نتایج به دست آمده از بررسی حاضر نیز همخوانی داشت. از سوی دیگر، صدر ممتاز و آقا رحیمی نیز در پژوهشی اظهار نمودند که توسعه محصول برای بیماران و هماهنگی صنعت سلامت با صنعت گردشگری، از جمله الزامات ارتقای صنعت گردشگری پزشکی می‌باشد. همچنین، یکی از موارد مشخص شده در مصاحبه‌ها، جایگاه جغرافیایی بیمارستان می‌باشد (۳۸). Berkowist به این نتیجه دست یافت که موقعیت قرار گرفتن بیمارستان دارای اهمیت ویژه‌ای است؛ چرا که این مصالح به اصل به‌موقع و در دسترس بودن خدمات مربوط می‌شود. علاوه بر نزدیکی و در دسترس بودن، بیمارستان نباید در مکانی واقع شود که برای سلامتی مضر باشد. اگر بیمارستان کنار یا نزدیک به یک مکان صنعتی و شلوغ قرار گیرد، مشکلات عدیده‌ای به وجود خواهد آمد (۳۹). مکان در حقیقت حول محور موضوع دسترسی آسان‌تر مشتریان به خدمات می‌باشد (۴۰). آمیزه مکان می‌تواند به علت عدم دسترسی آسان و فاصله زیاد آن، باعث افزایش هزینه‌ها و همچنین، عدم انگیزه مشتریان جهت انتخاب باشد (۴۱).

References

1. Rahimi Zarchi MK, Shafaghat T, Hatam N. Shiraz medical tourism industry: Development strategies. Management Strategies in Health System 2017; 2(2): 88-95. [In Persian].
2. Boroumandzad Y, Zahmatkesh-Saredorahi M, Siadatan M, Ardian A. Identifying and ranking the factors affecting the development of health tourism. Health Inf Manage 2020; 17(5): 221-6. [In Persian].
3. Jafari SMB, Jandaghi G, Rafiee S. Identifying and prioritizing the factors affecting the choice of medical tourism destination. Health Inf Manage 2018; 15(2): 83-9. [In Persian].
4. Goodarzi M, Taghvaei M, Zangiabadi A. Investigation and evaluation of the impacting factors on the development of medical tourism in Shiraz Megalopolis. Tourism Management Studies 2014; 8(23): 1-25. [In Persian].
5. Ghasemi Yalghouzaghaj A, Assadzadeh A, Imani Khoshkhou MH, Jabbarzadeh Y. The impact of medical tourism motivational factors on behavioral intentions of tourists: The mediating role of perceptual factors and satisfaction. Journal of Tourism Planning and Development 2018; 7(24): 59-81. [In Persian].
6. Bayat S, Hoseini Hasheminejad D, Bod M. Attracting factors identification of medical tourists in hospitals of Tehran City. Hospital 2017; 16(1): 35-53. [In Persian].

7. Esmaeili A, Akbarshahi M, Kalhor R, Emami M, Toranj H, Siadahani S. Prioritization of effective factors in attracting health tourists with multi-criteria decision model approach: A case study of Qazvin. Proceedings of the 4th International Conference on Management, Economic and Social Sciences; 2020 March 1; Hamedan, Iran. [In Persian].
8. Shabaninejad H, Gorgi HA, niri A. Ranking the effective factors in attracting health tourists in Tehran: Application of multi-criteria decision-making model. *J Biol Today's World* 2016; 5(11): 203-8.
9. Delgoshaei B, Ravaghi H, Abolhassani N. Importance performance analysis of medical tourism in Tehran province from medical tourists and medical services providers' perspective. *Hospital* 2012; 11(1): 63-72. [In Persian].
10. Tavakoli N, Mohamadian Saravi M. Investigating and prioritizing the factors affecting the attraction of health tourism (letter to the editor). *J Med Counc I.R. Iran* 2016; 34(1): 69-76. [In Persian].
11. Tajzadeh NA, Salimi M. Determinant Factors Attracting Tourists in Tehran's selected hospitals (Case study: Rhinoplasty). *Iran J Surg* 2019; 27(2): 56-72. [In Persian].
12. Rahmani M. Relationship between cultural factors and attracting Iranian medical tourists [MSc Thesis]. Tehran, Iran: Allameh Tabataba'i University, Faculty of Management and Accounting; 2010. [In Persian].
13. Saeedinejad S, Hosseini L, Rezaei R, Sharifian R. Explain the effect of health information management on health tourist attraction in the south of the country and study the effective factors in tourist attraction. Proceedings of the 3rd International Conference on Management of Challenges and Solutions; 206 Jan 21; Shiraz, Iran. [In Persian].
14. Kazemi Zahrani Z. Investigating the effective factors on attracting medical tourism in Iran [MSc Thesis]. Isfahan, Iran: University of Isfahan; 2007. [In Persian].
15. Nikraftar T, Hosseini E, Moghadam A. Identify factors affecting medical tourism attraction in Iran. *J Health Adm* 2017; 20(67): 64-74. [In Persian].
16. Saadatnia F, Mehregan MR. Determining and prioritizing factors affecting to increase customers attraction of medical tourism from the perspective of Arabic Countries (Case study: Iran-Mashhad Razavi Hospital). *International Journal of Marketing Studies* 2014; 6(3): 155-62.
17. Noori F, Kargari M. Iran's medical tourism development model in cardiac surgery. *Int J Travel Med Glob Health* 2016; 4(2): 57-64.
18. Khani S, Shafapey F. the identification and prioritization of effective factors in attracting health tourists to Kermanshah Province-West of Iran. *Depiction of Health* 2012; 3(3): 18-23. [In Persian].
19. Khakbaz S, Ghavam A, Barzabad PA. Factors relating to health tourists attraction in governmental hospitals of Shiraz City 2017. *Int Arch BioMed Clin Res* 2018; 4(2): 104-6.
20. Azimi R, Mahmoudi G, Esmaeili HA. Ranking factors affecting the attraction of foreign medical tourists in hospitals affiliated to Mashhad University of Medical sciences based on marketing mix model. *Iran J Public Health* 2018; 47(10): 1593-8.
21. Tabibi SJ, Nasiripour AA, Ayubian A, Bagherian Mahmoodabadi H. The relation between information mechanisms and medical tourist attraction in hospitals of Tehran, Iran. *Health Inf Manage* 2012; 9(3): 416-23. [In Persian].
22. Teimuri z. Review and present health tourism strategies; Case Study: Foreign Medical Tourism of Tabriz Metropolis [MSc Thesis]. Zanzan, Iran: University of Zanzan, Faculty of Humanities; 2015. [In Persian].
23. Hoseinpour R, Riyahi L. Relationship between medical therapy tourism and the rate of tourism attraction in Ardabil Province. *J Health* 2018; 9(2): 159-71. [In Persian].
24. Azadi F, Maleki MR, Azmal M. Performance of Tehran's selected public and private hospitals in attracting medical tourists from foreign customers' points of view. *Hospital* 2013; 12(3): 47-53. [In Persian].
25. Zhang J, Lee HY. The Word-of-Mouth Effects on the Chinese Customers' Choice Intention of Medical Tourism Destination. *Journal of Distribution Science* 2016; 14(7): 21-31.
26. Taghizadeh-Yazdi M, Barazandeh H. Identifying and ranking health tourism development barriers in Iran Using Fuzzy VIKOR method. *Asian Social Science* 2016; 12(5): 54-63.
27. Harandi A, Mirzayan Khamseh P. Explaining health tourism attraction model: Using classic grounded theory strategy. *Urban Tourism* 2017; 4(1): 87-98. [In Persian].
28. Fouladi N, Habibzadeh SH, Barari S, Alimohammadi Asl H, Homayounfar N, Nemati A. Factors affecting medical trip from the perspective of Azerbaijani z, Iran 2016. *Journal of Health and Care* 2018; 20(3): 252-60. [In Persian].
29. Asadi MM, Basoli M, Rasekhi Ma. Analytical investigation of Yazd health tourism infrastructure using cognitive mapping approach. *Tourism Management Studies* 2020; 15(50): 227-97. [In Persian].
30. Akram HM, Mohamadhosein ZN, Reza GM, Sina F. The model of effective variables on medical tourism's motivation for choosing Iran. *Journal of Business Management* 2013; 12(3): 59. [In Persian].
31. Maboodi MT, Hakimi H. determinant factors on medical tourism (Case study: Iran). *Journal of Tourism Planning*

- and Development 2016; 4(15): 80-106. [In Persian].
32. Qalami S. Investigating strategies for improving Iran's position in the health services export market and attracting medical tourism [MSc Thesis]. Tehran, Iran: Tarbiat Modares University; 2009. [In Persian].
 33. Hassanpour F, Eram T, Badali J. Investigation of strategies and barriers to attracting tourism and medical tourism: a case study of Mako and Chaldoran counties. Proceedings of the National Conference on New Approaches in Business Management; 2014 Nov 20; Tabriz, Iran. [In Persian].
 34. Subramaniam RK, Singhal A, Hopkinson P. Role of digital marketing to enhance medical tourism in hospitals of Dubai. Proceedings of 2nd International Conference on Tourism Research; 2019 Mar; 14-15; Porto, Portugal.
 35. Jabbari A, Vafaei Najar A, Nezamdoost F, Ebrahimipour H. Are Mashhad hospitals ready for medical tourists? International Journal of Health System and Disaster Management 2014; 2(3): 170-4.
 36. Shafaghat T, Jabbari A, Kavooosi Z, Ayoubian A, Rahimi Zarchi MK. The capabilities of Iranian hospitals in attracting medical tourists; based on joint commission international: A case study of Shiraz hospitals. International Journal of Travel Medicine and Global Health 2014; 2(1): 5-9.
 37. Zarei E, Ahmadi Kashkoli S, Khezeli MJ, Fazli Ouchhesar F, Azizi A, Shamsadini Lori A. Readiness of teaching hospitals to attract medical tourists based on organization-oriented standards of joint commission international (JCI): A case study. Journal of Health Based Research 2017; 3(3): 253-65. [In Persian].
 38. Sadr Montaz N, Agha Rahimi Z. Medical tourism industry in Iran: Strategies for development. Health Inf Manage 2011; 7(Special Issue): 516-24. [In Persian].
 39. Berkowist EN. Essentials of health care marketing. 4th ed. Burlington, MA: Jones and Bartlett Learning; 2016.
 40. Gray HH, Poland SC. Medical tourism: Crossing borders to access health care. Kennedy Inst Ethics J 2008; 18(2): 193-201.
 41. Agha Rahimi Z. Study of medical tourism industry in selected countries and presentation on suggestions for Iran [MSc Thesis]. Tehran, Iran: Tehran University of Medical Sciences, School of Medicine; 2010. [In Persian].

Prioritization of Factors Related to Attracting Medical Tourists in Yazd City, Iran

Milad Shafii¹, Roholah Asqari¹, Mohammad Kazem Rahimi², Mohammad Ranjbar³, Farzan Madadzadeh⁴,
Fatemeh Jafarian⁵

Original Article

Abstract

Introduction: Today, the medical tourism market has been raised as one of the revenue industries in the world. In the tourism industry, factors have a direct and important impact on boom and expansion that causes some countries to become a medical tourism pole. This study aimed at prioritizing factors related to the absorption of medical tourists in Yazd City, Iran.

Methods: In the first step, using the keywords such as "medical tourism, effective factors and absorption factors", Web of Science, PubMed, Scopus, ScienceDirect, Google Scholar, Scientific Information Database (SID), Magiran, Medlib, Civilica, and IranDoc were reviewed, and related factors with the absorption of tourists were extracted; and in the second stage, using the hierarchical analysis model, by the research community consisting medical tourists and experts in this area, these factors were prioritized.

Results: Factors were identified in the two themes, seven subthemes, and 27 items; among them, the subtheme of the quality of health services, and item of the quality of the treatment staff had the most importance and priority from the viewpoint of medical tourists and experts in this area.

Conclusion: One of the ways to increase tourists attracting and influencing tourists to choose Iran as a destination country, is to increase the quality of services, especially medical services, along with reducing costs, and making them competitive.

Keywords: Medical Tourism; Hierarchical Analysis; Hospitals

Received: 02 Nov., 2021

Accepted: 02 Feb., 2022

Published: 04 Feb., 2022

Citation: Shafii M, Asqari R, Rahimi MK, Ranjbar M, Madadzadeh F, Jafarian F. **Prioritization of Factors Related to Attracting Medical Tourists in Yazd City, Iran.** Health Inf Manage 2022; 18(6): 248-57.

Article resulted from MSc thesis No. 8265 funded by Shahid Sadoughi University of Medical Sciences.

1- Associate Professor, Health Services Management, Department of Health Services Management, School of Public Health, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran

2- Assistant Professor, Health Services Management, Department of Health Services Management, School of Public Health, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran

3- Associate Professor, Health Services Management, Department of Health Services Management, School of Public Health AND Health Management and Policy Research Center, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran

4- Assistant Professor, Biostatistics, Department of Biostatistics and Epidemiology, School of Public Health AND Health Data Modeling Research Center, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran

5- MSc Student, Health Services Management, Department of Health Services Management, School of Public Health, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran

Address for correspondence: Fatemeh Jafarian; MSc Student, Health Services Management, Department of Health Services Management, School of Public Health, Shahid Sadoughi University of Medical Sciences, Yazd, Iran; Email: fatemehjafarian61@gmail.com