

عنوان مقاله:

بخش بندی بازار گردشگری پزشکی ورودی ایران بر مبنای متغیرهای روان شناختی (مورد مطالعه: بیمارستان های منتخب شهر تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 14، شماره 47 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

مهدی ابراهیمی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

سید امیرحسین طیبی ابوالحسنی - دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، مدیریت استراتژیک، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه، گردشگری پزشکی به یکی از انواع مهم گردشگری تبدیل شده که برای تحقق فعالیت موثر در آن، بررسی و تحقیق در این حوزه ضروری است. این تحقیق، در راستای شناساندن هرچه بیشتر بازار گردشگران پزشکی ورودی شهر تهران صورت پذیرفته است. با توجه به اینکه، یکی از ابزارهای مناسب برای شناسایی و مطالعه بازار، بخش بندی آن است؛ بنابراین، این پژوهش بر اساس بخش بندی با استفاده از خوشه بندی گردشگران بوده است. برای این منظور، تعداد 151 پرسشنامه توسط بیماران خارجی بیمارستان های منتخب شهر تهران (بیمارستان های محب، مهر، پارس، آسیا، لاله و پژوهشگاه رویان) تکمیل شد. نتایج پرسشنامه ها، با استفاده از تحلیل عامل تاییدی بررسی شد. در نهایت، چهار خوشه متفاوت گردشگران پزشکی با نام های: افراد تمامیت خواه، افراد کیفیت خواه، افراد با درمان ممنوع و افراد درمان طلب به دست آمد.

کلمات کلیدی:

گردشگری پزشکی، بخش بندی بازار، خوشه بندی بازار، انگیزه، تصویر مقصد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1026543>

