

عنوان مقاله:

طراحی مدل «مفهوم گردشگری سلامت» با تأکید بر تبلیغات شفاهی مراکز درمانی با استفاده از رویکرد «داده بنیاد»

محل انتشار:

پژوهشنامه حلال، دوره 2، شماره 2 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

عبدالله نعامی - گروه مدیریت و بازرگانی واحد تهران جنوب دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

گردشگری سلامت، شکل جدیدی از بازاریابی در صنعت گردشگری است که در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای رشد پیدا کرده است. گردشگری سلامت، به منظور بهبود سلامتی افراد و در مک‌انی خارج از محل سکونت آنها انجام می‌شود. هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی گردشگری سلامت با تأکید بر تبلیغات شفاهی مراکز درمانی می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، غیر آزمایشی و توصیفی می‌باشد. محقق تلاش داشته تا عوامل اثرگذار بر مفهوم گردشگری سلامت با تأکید بر نقش تبلیغات شفاهی را با استفاده از روش کیفی و از طریق مصاحبه با بیست مدیر مرکز گردشگری سلامت و خبرگان دانشگاهی شناسایی و با استفاده از رویکرد «داده بنیاد» تحلیل و ارائه نماید. پژوهشگر در نتیجه تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری-انتخابی نتایج نهایی پژوهش خود را در قالب یک الگو که دارای شش بعد اصلی جذابیت بازار، راهبرد، تنوع ارائه خدمات، شرایط داخلی کشور، تبلیغات شفاهی، گردشگری سلامت و 33 بُعد فرعی است، ارائه کرده است. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که به شرط جمع‌آوری و دسته‌بندی عوامل اثرگذار بر مفهوم گردشگری سلامت توسط مدیران تصمیمگیر، این موضوع می‌تواند راهگشای متولیان و مسئولین حوزه سلامت کشور در ایجاد و افزایش درآمد ارزی برای کشور باشد.

کلمات کلیدی:

داده بنیاد، گردشگری سلامت، تبلیغات شفاهی، مراکز درمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1161056>

