

## عنوان مقاله:

شبکه مضامین محیطی موثر بر شکل گیری اتحادهای استراتژیک (مورد مطالعه: کسب و کارهای گردشگری پزشکی ایران)

## محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره 8، شماره 29 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسنده:

علی اصغر شالبافیان - عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

## خلاصه مقاله:

ویژگی های متعدد صنعت گردشگری از جمله شکنندگی، حضور پر رنگ بنگاه های کوچک و متوسط و گستردگی کسب و کارهای وابسته به این صنعت موجب شده است تا تشکیل اتحادهای استراتژیک به یکی از مهمترین راهبردهای صنعت گردشگری تبدیل شود. در این میان، در برخی از شاخه های گردشگری نظیر گردشگری پزشکی - که خود از دو صنعت مجزای گردشگری و پزشکی تشکیل شده و همکاری میان این دو الزامی می باشد - ضرورت شکل گیری چنین اتحادهایی دو چندان است. این در حالی است که، به نظر می رسد تاکنون تحقیقی در کشور مبنی بر ابعاد و مولفه های موثر بر شکل گیری اتحادهای استراتژیک میان کسب و کارهای گردشگری پزشکی صورت نپذیرفته است. تحقیق حاضر در پی شناسایی ابعاد و مولفه های محیطی موثر بر شکل گیری اتحادهای استراتژیک میان کسب و کارهای گردشگری پزشکی است. ۱۷ نفر از خبرگان صنعت با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی شناسایی، داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته گردآوری و با استفاده از نرم افزار Maxqda10 براساس منطق روش تحلیل مضمون، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که ۶ مضمون فراگیر محیطی شامل عوامل قانونی، فرهنگی، کانال جذب بیمار، اقتصادی، تکنولوژیکی، اطلاعاتی و ارتباطی و همچنین سیاسی بر شکل گیری اتحاد ها در کسب و کارهای گردشگری پزشکی، موثر می باشند.

## کلمات کلیدی:

گردشگری پزشکی، اتحادهای استراتژیک، محیط، تحلیل مضمون

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1615702>

