

## عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت با استفاده از روش سلسله مراتبی (AHP) مطالعه موردی استان کرمانشاه

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

فهیمة روشن - دانشجوی دکتری مدیریت حرفه ای، سازمان مدیریت صنعتی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت در استان کرمانشاه به انجام رسیده است. به همین منظور و برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق در مرحله اول ضمن ایجاد پانل دلفی 15 نفره از پزشکان مرتبط با حوزه گردشگری سلامت در استان کرمانشاه و جمع بندی ادبیات نظری پژوهش و همچنین با تکیه بر مطالعات پیشین 7 معیار و 45 زیر معیار شناسایی شده و طی پرسشنامه ای بر اساس طیف لیکرت طی دو مرحله اقدام به سنجش این زیر معیار ها شد با توجه به اختلاف اندک نتایج نظر سنجی های انجام شده اثرگذاری هر هفت معیار مورد قبول قرار گرفت، با رسم درخت سلسله مراتب و مقایسات زوجی نیز برای شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت اقدام شده و به ترتیب عوامل اقتصادی با ارزش 0.19374 در رتبه اول، عوامل فرهنگی با ارزش 0.17869 در رتبه دوم، عوامل زیربنایی با ارزش 0.16841 در رتبه سوم، عوامل مدیریتی با ارزش 0.14118 در رتبه چهارم، عوامل بازاریابی با ارزش 0.11298 در رتبه پنجم، عوامل انسانی با ارزش 0.10698 در رتبه ششم و در نهایت عوامل دولتی با ارزش 0.09802 در رتبه آخر قرار دارند. نرخ ناسازگاری 0.006 نشانگر پایایی مناسب متغیرهای پرسشنامه می باشد.

## کلمات کلیدی:

عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل زیربنایی، عوامل مدیریتی، عوامل بازاریابی، عوامل انسانی، عوامل دولتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950637>

