

قابلیت‌های گردشگری دندانپزشکی اصفهان*

علیرضا جباری^۱، فرزانه محمودی میمند^۲، فاطمه نظام‌دوست^۳، زهرا آقارحیمی^۴، لیلا شجاعی^۵

مقاله پژوهشی

چکیده

مقدمه: در سال‌های اخیر، گردشگری دندانپزشکی روند رو به رشدی را طی می‌کند. منظور از گردشگری دندانپزشکی به عنوان شاخه‌ای گسترده‌تری می‌باشد، که افراد به خارج از کشور خود جهت دریافت خدمات دندانپزشکی است که به طور معمول در کشور خود هزینه‌ی بالاتری دارد. این پژوهش، به منظور شناسایی قابلیت‌های شهر اصفهان در حوزه‌ی گردشگری دندانپزشکی انجام شد.

روش بررسی: این پژوهش از نوع مطالعات کیفی بود که در سال ۱۳۸۹ در شهر اصفهان انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، یک پرسش‌نامه‌ی نیمه ساختار یافته با سوالات هادسون شده بود که از طریق مصاحبه تکمیل گردید. در سنجش اعتبار داده‌های برآمده از مطالعه‌ی کیفی، برای اطمینان از میزان مقبولیت (عینیت‌پذیری) داده‌ها مصاحبه پس از استخراج‌ها با برخی از مشارکت‌کنندگان کنترل شد و صحت داده‌ها توسط آنان مورد تأیید قرار گرفت. نمونه‌گیری پژوهش از نوع نمونه‌گیری هدفمند بود و بر این اساس، دندانپزشکانی انتخاب شدند که در طول ۱ سال گذشته، بیمار خارجی برای ارایه‌ی خدمت داشتند. در مجرای ۶، با توجه به اشیاء موجود در آن، ۱۲ نفر از دندانپزشکان عمومی و متخصص مصاحبه شد. جهت تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوا استفاده گردید و پس از جمع‌بندی و دسته‌بندی داده‌های حاصل از مصاحبه، موضوعات اصلی و زیر موضوعات استخراج شد.

یافته‌ها: از بین ۷۹ بیمار خارجی مراجعه کرده به دندانپزشکان مشارکت‌کننده در مطالعه، ۶۳/۲۹ درصد زن و بقیه مرد بودند. خدمات ترمیمی بالاترین درصد (۵۸/۲۲) را بین انواع خدمات دریافتی بیماران خارجی از دندانپزشکان مشارکت‌کننده در مطالعه، به خود اختصاص داد. از بین بیماران خارجی مراجعه کننده به دندانپزشکان در مطالعه ۸۴/۸ درصد دارای ملیت ایرانی و مقیم در خارج از کشور بودند. قابلیت‌های گردشگری دندانپزشکی اصفهان در ۷ موضوع شرایط معاضی، امتیازات شهری اصفهان، شرایط عامل نیروی انسانی، وضعیت رقابتی مراکز ارایه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در حوزه‌ی دندانپزشکی، الزامات گردشگری پزشکی، صنایع وابسته و پشتیبان و راهبردهای اطلاعاتی می‌باشد. مشارکت‌کنندگان اعتقاد داشتند که با توجه به تجارب آن‌ها، بیشتر خدمات از جانب ایرانیان مقیم خارج بوده است.

نتیجه‌گیری: با توجه به قابلیت‌های مطرح شده از گردشگری پزشکی اصفهان در حوزه‌ی دندانپزشکی، می‌توان گفت که شهر اصفهان با وجود قابلیت‌های مناسب اکوتوریستی و نیروی انسانی متخصص و مزیت‌های رقابتی، هنوز نتوانسته است در این صنعت جایگاه مشخصی داشته باشد. تقویت الزامات گردشگری پزشکی، هماهنگی صنایع وابسته و پشتیبان، توسعه‌ی راهبردهای اطلاعاتی و بازاریابی گردشگری دندانپزشکی از پیشنهاد‌های سازنده جهت توسعه‌ی سریع‌تر این صنعت می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری پزشکی؛ دندانپزشکی؛ اصفهان

* این مقاله برتر در طرح تحقیقاتی شماره‌ی ۲۸۹۰۸۶ مرکز

تحقیقات مدیریت و اقتصاد سلامت می‌باشد.

۱- استادیار، مدیریت خدمات بهداشتی-درمانی، مرکز تحقیقات مدیریت و اقتصاد سلامت، دانشکده‌ی مدیریت و اقتصاد، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

۲- کارشناس، مدیریت خدمات بهداشتی-درمانی، دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده‌ی مسؤول)

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد، بهداشت و مدیریت، دانشکده‌ی بهداشت،

عضو کمیته‌ی تحقیقات، دانشگاه علوم پزشکی مشهد، مشهد، ایران

۴- کارشناس ارشد، مدیریت خدمات بهداشتی-درمانی، دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

۵- کارشناس، مدیریت خدمات بهداشتی-درمانی، دانشکده‌ی مدیریت و اطلاع رسانی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران

دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۹/۱ اصلاح نهایی: ۱۳۹۱/۱۱/۱۵

پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۱۱/۱۷

ارجاع: جباری علیرضا، محمودی میمند فرزانه، نظام‌دوست فاطمه، آقارحیمی زهرا، شجاعی لیلا. قابلیت‌های گردشگری دندانپزشکی اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۱؛ ۹(۷): ۱۰۳۸-۱۰۳۲.

مقدمه

در آستانه‌ی قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به یکی از پر درآمدترین صنایع دنیا مبدل شده است و رقابت فشرده‌ای در بین بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگر به چشم می‌خورد (۱). آشنایی با علوم پزشکی و انتقال دانش

اساس گزارش دوبلین در سال ۲۰۰۷، حداقل ۲/۵۴۴/۰۰۰ نفر در سراسر جهان از اینترنت برای اقدامات دندانپزشکی در خارج از کشور خود استفاده نموده‌اند (۱۲، ۱۱).

Heraheshe در پژوهشی با عنوان «گردشگری درمانی طبیعی در اردن و قابلیت توسعه‌ی آن به طبیعت و ابعاد گردشگری طبیعی در اردن» دریافت که اغلب گردشگران دندانپزشکی، در ناحیه‌ی غربی مجارستان از کشورهای همسایه بوده‌اند؛ در حالی که در بوداپست (پایتخت مجارستان) بیشتر گردشگران از مناطق دورتری مراجعه نموده‌اند. همچنین پژوهش نشان داد که قیمت مناسب و کیفیت و تنوع خدمات، از دلایل اصلی جذب گردشگران بوده است (۱۳).

Goodin پژوهشی با عنوان «کوبا مدبکا: راهنمایی برای آینده‌ی گردشگری سلامت کوبا» به انجام رساند (۱۴). Turner در مقاله‌ای، هزینه را به عنوان فاکتوری مؤثر در مسافرت بیماران به کشور، جهت خدمات دندانپزشکی معرفی می‌کند (۱۵). در پژوهشی که با عنوان «راهکارهای توسعه‌ی گردشگری سلامت (با رویکرد گردشگری پزشکی)» توسط جباریان انجام شد، وی پس از مطالعه‌ی تطبیقی بین ایران و کشورهای مورد مطالعه، راهکارهای توسعه‌ی گردشگری پزشکی در ایران را به صورت راهکارهای اداری، اجرایی، اقتصادی، تفریحی و سیاسی تقسیم‌بندی نمود (۱۶).

انسان جباریان جمله مناطق مستعدی است که می‌تواند جزو مهم‌ترین مناطق جذب بیمار خارجی قرار گیرد، لازم است در این مناطق راهکارهای مناسب موجود در تمام ابعاد، به درستی شناسایی شود تا استفاده از امکانات به دست آمده و برنامه‌ریزی‌های مناسب دقیق، اطلاع‌رسانی مناسب صورت گیرد. پژوهش حاضر به منظور شناسایی ظرفیت‌های موجود دندانپزشکی و تعیین زمینه‌های بهبود آن به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی گردشگری پزشکی انجام گرفته است.

روش بررسی

این پژوهش از نوع مطالعات کیفی بود که در سال ۱۳۸۹ در شهر اصفهان انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، یک پرسش‌نامه‌ی نیمه ساختار یافته با سؤالات هدایت شده بود

پزشکی مناطق دنیا باعث به وجود آمدن شاخه‌ای از صنعت گردشگری به عنوان گردشگری سلامت شده است (۲).

در سال‌های اخیر، جنبه‌ی جدیدتری نیز به گردشگری سلامت افزوده شده است که با عنوان گردشگری پزشکی از آن یاد می‌شود (۳). بازار گردشگری پزشکی کلاسیک (نوین) به قسمت‌های مختلف مداخلات غیر جراحی، اعمال جراحی زیبایی و غیره (۴) مداخلات دندانپزشکی (درمان ضروری و زیبایی) و مداخلات مربوط به تولید مثل (درمان نازایی، زایمان و تغییر جنسیت) تقسیم می‌شود (۴). تفاوت هزینه‌ی اعمال جراحی میان مسافران مختلف و است انتظار طولانی سبب شده است که امروز گردشگری پزشکی از رو به رشدترین بخش‌های گردشگری در جهان محسوب می‌گردد (۵). همان طور که هزینه‌ی درمان‌های دندانپزشکی زیبایی‌شناسی و تمایل برای داشتن یک دست دندان کامل افزایش یافته است، گردشگری دندانپزشکی در بین بازار گردشگری پزشکی به عنوان یک بازار مطلوب، در حال شکل‌گیری است (۶).

درآمدهای ارزی ایران به شدت به صدور نفت خام متکی است و برای حل مشکلات ناشی از وابستگی درآمدهای ارزی به صادرات نفت، لازم است جهت تولید و صدور آن دسته از محصولات و خدماتی که می‌تواند موجب ایجاد درآمدهای ارزی شود، سرمایه‌گذاری شود (۷). صنعت گردشگری پزشکی، یکی از این موارد است که با توجه به کم هزینه و پر درآمد بودنش و تقویت ساختار بهداشت و درمان کشور، می‌تواند رشد اقتصادی قابل توجهی را برای کشور به همراه داشته باشد (۸).

گردشگری پزشکی با درآمدهای جهانی حدود ۲۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵، یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان بوده است (۴). این نوع از گردشگری به یک صنعت چند میلیارد دلاری در عرصه‌ی جهانی تبدیل شده است. کارشناسان بر این باورند که نرخ رشد سالیانه‌ی گردشگری پزشکی در جهان حدود ۲۰ درصد می‌باشد (۹). آمارها حاکی از آن است که از سال ۲۰۰۴ به بعد، جنبش مردمی برای دلایل مربوط به سلامتی به شدت افزایش یافته است و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۲ در آسیا درآمد حاصل از گردشگری به ۴/۴ میلیارد دلار رسیده باشد (۱۰). بر

لازم به ذکر است که از بین ۷۹ بیمار خارجی مراجعه کننده به دندانپزشکان مشارکت کننده در مطالعه، ۶۳/۲۹ درصد زن و بقیه مرد بودند. خدمات ترمیمی بالاترین درصد (۵۸/۲۲) را بین انواع خدمات دریافتی بیماران خارجی از دندانپزشکان مشارکت کننده در مطالعه به خود اختصاص داد و از بین بیماران خارجی مراجعه کننده به دندانپزشکان مورد مطالعه، ۸۴/۸۱ درصد دارای ملیت ایرانی و مقیم در خارج از کشور بودند.

بحث

در پژوهش حاضر، مشارکت کنندگان بازاریابی و استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی را به عنوان یکی از زیر موضوعات موضوع وضعیت راهبردی بیان کردند که یکی از راه‌های توسعه‌ی گردشگری پزشکی می‌باشد. در این پژوهش، مزیت هزینه‌ی خدمات دندانپزشکی به عنوان یک مزیت رقابتی شهر اصفهان به دست آمد که می‌تواند باعث توسعه‌ی گردشگری پزشکی در شاخه‌ی دندانپزشکی شود. این یافته با نتیجه‌ی پژوهش Osterle و همکاران مشابه است. به عبارتی، در این پژوهش نیز قیمت مناسب و کیفیت و تنوع خدمات از دلایل اصلی جذب توریست‌ان به منطقه‌ی مجارستان و پایتخت آن یعنی بوداپست بوده است (۱۷). Turner در مقاله‌ای، هزینه را به عنوان فاکتور مؤثر جهت مسافرت بیماران به کشور به منظور خدمات دندانپزشکی می‌داند. از طرف دیگر، پژوهشگر بیان می‌کند که پزشکان می‌توانند با ارائه‌ی خدمات دندانپزشکی، بسته‌های خدماتی شامل اقدامات دندانپزشکی، واکسین‌ها و هتل و بلیط هواپیما را تعریف کرده‌اند و می‌توانند بیماران بی‌بهره‌ی جزی جذب کنند. کلینیک‌های دندانپزشکی نیز از وب‌سایت‌ها جذب توریست‌ان بین‌المللی بهره می‌گیرند. در این پژوهش نیز مشارکت کنندگان به عواملی همچون توسعه‌ی زیرساخت‌های پایه، بارزایی و اطلاع‌رسانی مؤثر اشاره شد (۱۵).

صدیقی و همکاران نیز موفقیت گردشگری پزشکی اردن را مرهون اتخاذ تدابیر تشویقی برای جذب سرمایه‌های خارجی و تقویت زیرساخت‌های بیمارستانی و گردشگری می‌دانند (۱۸). تقویت زیرساخت‌های بیمارستانی و گردشگری

که از طریق مصاحبه تکمیل گردید. در سنجش اعتبار داده‌های بر آمده از مطالعه‌ی کیفی، برای اطمینان از میزان مقبولیت (عینیت پذیری) داده‌ها، مصاحبه پس از استخراج‌ها با برخی از مشارکت کنندگان کنترل شد و صحت داده‌ها توسط آن‌ها مورد تأیید قرار گرفت. نمونه‌گیری پژوهش از نوع هدفمند بود. بر این اساس، دندانپزشکانی انتخاب شدند که در طی ۱ سال گذشته، بیمار خارجی برای دریافت خدمت داشتند. در مجموع، با توجه به اشیاع داده‌ها با ۱۲ نفر از دندانپزشکان عمومی متخصص مصاحبه شد.

مصاحبه بین ۲۵ تا ۳۰ دقیقه به طول می‌انجامید و کل جریان مصاحبه یادداشت‌شده نوار صوتی ضبط گردید. در زمان کوتاهی بعد از اتمام مصاحبه مصاحبه با توجه به سؤالات پژوهش پیاده‌سازی می‌شد.

پرسش‌نامه‌ی این پژوهش شامل ۳ بخش بود. بخش اول به بررسی مشخصات دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان و بخش دوم به بررسی مشخصات گردشگران خارجی (جنس، سن، نوع خدمت، ملیت و هزینه‌ی دریافتی) می‌پرداخت. بخش سوم شامل سؤالات هدایت شده برای شناسایی قابلیت‌های گردشگری دندانپزشکی شهر اصفهان بود که طبق مصاحبه تدوین گردیده بود.

جهت تحلیل داده‌ها در بخش اول مطالعه، از روش تحلیل محتوا استفاده شد. در این تحلیل، ابتدا با مصاحبه با مشارکت کنندگان، اطلاعات پژوهش روی نوار ضبط شد و بعد از چند بار خواندن متن پیاده‌سازی شده، تحلیل صورت گرفت. برای حفظ محرمانه بودن نام افراد از کدهای معرف استفاده شد. بخش‌های مختلف داده‌های مربوط به مصاحبه‌ها بر اساس ارتباط موضوعی از طریق کد ایندکس شد و دیدگاه مصاحبه شونده‌گان در مورد هر موضوع، مورد تحلیل قرار گرفت. همچنین رابطه‌ی میان موضوع‌ها و زیر موضوع‌ها نیز شناسایی و تحلیل شد.

یافته‌ها

در این پژوهش ۷ موضوع و ۱۷ زیر موضوع شناسایی شد (جدول ۱).

جدول ۱: موضوع و زیر موضوع قابلیت‌های گردشگری پزشکی در حوزه‌ی دندانپزشکی

موضوع (Themes)	زیر موضوع‌ها (Sub- themes)	شرایط مطلوب از دیدگاه دندانپزشکان	شرایط نامطلوب از دیدگاه دندانپزشکان
شرایط متقاضی گردشگری پزشکی در حوزه دندانپزشکی	ایرانیان مقیم خارج از کشور (۸۴/۸۱٪)، بیماران کشورهای همسایه، بیماران سایر کشورها به جز کشورهای همسایه (۱۵/۱۹٪)	ویژگی‌های اکوتوریستی شهر اصفهان (جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی، وجود آثار هنری و تاریخی، آب و هوا)، سخت فرهنگی و قومی با کشورهای حاشیه‌ی خلیج فارس	تعداد گردشگران خارجی در حوزه دندانپزشکی
شرایط عالی نیروی انسانی گردشگری پزشکی در حوزه دندانپزشکی	وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان بسیار پایین است، مزیت تعداد مراکز در این شهر (از نظر تعداد و کیفیت خدمات درمانی) وضعیت بسیار مناسبی دارد	نوع مراکز ارائه دهنده‌ی خدمات دندانپزشکی در اصفهان (از نظر مشارکت کنندگان، این مراکز به طور کامل برای گردشگران خارجی مناسب نیست و برای این که صنعت گردشگری پزشکی در زمینه‌ی دندانپزشکی ارتقا یابد، بهتر است که مرکزی مخصوص به آن تأسیس شود)	وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان
الزامات گردشگری پزشکی	برنامه و دستورالعمل بدون (از نظر مشارکت کنندگان تا زمانی که به دلیل وابستگی کشور به درآمدهای نفتی، برنامه‌ی تدوین نشود، نمی‌توان این صنعت را رونق بخشید) زیرساخت‌های پایه‌ی گردشگری (به ویژه هتل‌ها، خطوط هوایی و ... نیاز به تقویت اصلاح دارند)	برنامه و دستورالعمل بدون (از نظر مشارکت کنندگان تا زمانی که به دلیل وابستگی کشور به درآمدهای نفتی، برنامه‌ی تدوین نشود، نمی‌توان این صنعت را رونق بخشید)	وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان
صنایع وابسته و پشتیبان گردشگری پزشکی در حوزه دندانپزشکی	همکاری و مشارکت با صنایع وابسته و پشتیبان (از نظر مشارکت کنندگان این همکاری بسیار ضعیف است) همچنین به پشتیبان به طور کامل نقش خود را ایفا نکرده‌اند. بازاریابی و تبلیغات از عوامل اصلی ارتقای این صنعت است، توسط این مان‌ها باید انجام گیرد	عدم توجه کافی مسئولین کشور به صنعت گردشگری پزشکی (وجود بروکراسی‌های اداری از یک سو و از سوی دیگر، عدم توجه به اهمیت گردشگری پزشکی در درآمدهای اشتغال‌زایی کشور باعث شده است که این جایگاه مناسبی در این حوزه پیدا نکند)	وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان
راهبردهای اطلاعاتی گردشگری پزشکی در حوزه دندانپزشکی	نظام ثبت و آمارگیری (در حال حاضر مکانیسمی برای جمع‌آوری اطلاعات بیماران خارجی وجود ندارد) بازاریابی و اطلاع‌رسانی ضعیف باعث شده است که بیماران خارجی کمتری به اصفهان بیایند	نظام ثبت و آمارگیری (در حال حاضر مکانیسمی برای جمع‌آوری اطلاعات بیماران خارجی وجود ندارد)	وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان
عوامل سیاسی - امنیتی ایران (وجود دیدگاه منفی نسبت به ایران)			وضعیت رقابتی مراکز ارائه دهنده‌ی گردشگری پزشکی در اصفهان

به عنوان یکی از زیر موضوعات شرایط عامل گردشگری پزشکی مورد توجه قرار گرفت و از این جهت، با پژوهش حاضر همخوانی دارد.

نتایج این پژوهش با پژوهش Keith و Jones مشابه است. این پژوهشگران نیز بیان کردند که گردشگر پزشکی به دلایل اصلی سریع خدمت یا هزینه- اثربخشی خدمات درمانی مسافرت به کشور دیگر را انتخاب می‌کند؛ علاوه بر آن، پایین بودن هزینه سفر، بسیار مهم شده است که افراد به کشورهایی که دارای کیفیت بالای و هزینه‌ی کمتر و فقدان لیست انتظار هستند، مسافرت نمایند (۱۹).

Heraheshe نوپ بودنت گردشگری پزشکی و نبود زیرساخت‌های لازم، فقدان راهبردهای مشخص توسعه و بازاریابی، فقدان اطلاعات پایه در این بخش و کمبود توجه لازم بدنه‌ی گردشگری به ارزش اثربخشی گردشگر سلامت را از موانع توسعه‌ی آن دانسته است (۱۳). مولو مطرح شد که پژوهش Heraheshe (۱۳) با بعضی از موانع مرتبط زیر موضوعات استخراج شده در مطالعه‌ی حاضر مشابهت دارد. لازم به ذکر است از جمله محدودیت‌های پژوهش می‌توان به اختصاص دادن مدت زمان زیاد به سازمان دادن یک مصاحبه از زمان انتخاب نمونه، پیگیری‌های مکرر و هماهنگی برگزاری مصاحبه، اداره و مدیریت مصاحبه و نگهداشت مصاحبه‌ها و نبود شماره‌های تماس تعدادی از مطب‌های دندانپزشکی در آمار معاونت درمان اشاره کرد که پژوهشگر را بر آن داشت تا آن‌ها را از جامعه‌ی مورد نظر حذف نماید.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، با ۱۲ نفر از دندانپزشکان عمومی و متخصص که در یک سال گذشته دارای بیمار خارجی بودند، مصاحبه شد. بر اساس نظرات مشارکت کنندگان، تقاضای بیماران آن‌ها از جانب ۳ گروه بوده است که شامل ایرانیان مقیم خارج، بیماران کشورهای همسایه و بیماران کشورهای غربی بوده است. علت این تقاضاها، هزینه‌های پایین خدمات دندانپزشکی، وجود دندانپزشکان متخصص و کیفیت بالای

خدمات دندانپزشکی از یک طرف و از طرف دیگر، معرفی این دندانپزشکان از طرف دوستان و آشنایان به بیماران بوده است. به عبارتی، واسطه‌های آن‌ها بیشترین نقش را در داشتن بیمار خارجی برای دندانپزشکان داشتند.

خدماتی که توسط این بیماران دریافت شده است، علاوه بر خدمات ترمیمی، شامل عصب‌کشی و روکش، درمان ریشه، ایمپلنت و سفید کردن دندان بوده است. این موضوع نشان دهنده‌ی آن است که تقاضا برای این خدمات، نسبت به سایر خدمات بیشتر است؛ چرا که سایر خدمات به دلایلی از جمله پیگیری‌های متعدد و طولانی بودن سیر درمان، نیاز به سفرهای مداوم را برای بیماران ایجاب می‌کند که این موضوع، ممکن است مزیت پایین بودن هزینه‌ی سفر درمانی-عامل سفر بیماران- را از بین ببرد. با این وجود، به نظر مشارکت کنندگان، تعداد دریافت این خدمات در اصفهان بسیار کم می‌باشد. از این رو، می‌توان گفت اصفهان آن طور که می‌بایست در این صنعت پیشرفت نداشته است و بیشتر بیماران مراجعه کننده، ایرانی بوده‌اند و به دلیل ارزانی خدمات درمانی در اصفهان و بازدید دوستان به این شهر سفر نموده‌اند و از خدمات این شهر بهره‌مند شده‌اند.

در زمینه‌ی عامل مؤثر بر انتخاب شهر اصفهان، شرکت کنندگان موضوع امتیازات شهری اصفهان، شرایط عامل نیروی انسانی گردشگری پزشکی در حوزه‌ی دندانپزشکی و وضعیت رقابتی مراکز این دهنده‌ی گردشگری پزشکی در حوزه‌ی دندانپزشکی را بیان کردند. با توجه به قابلیت‌های مطرح شده از گردشگری پزشکی اصفهان، حوزه‌ی دندانپزشکی، می‌توان گفت شهر اصفهان با وجود قابلیت‌های مناسب اکوتوریستی و نیروی انسانی متخصص و متخصصان دندانپزشکی، توانسته است در این صنعت جایگاه مشخصی داشته باشد.

پیشنهادها

تقویت الزامات گردشگری پزشکی، هماهنگی صنایع وابسته و پشتیبان، توسعه‌ی راهبردهای اطلاعاتی و بازاریابی گردشگری دندانپزشکی از پیشنهادهای سازنده جهت توسعه‌ی سریع‌تر این صنعت می‌باشد.

همکاری نمودند، قدردانی به عمل می‌آید.

تشکر و قدردانی

بدینوسیله از کلیه دندانپزشکانی که در اجرای این پژوهش

References

1. Lafzi L. Tourism development solutions to the unemployment crisis. Tehran, Iran: University of Tehran Press; 2003. [In Persian].
2. Sadr Momtaz N, Agharahimi Z. Medical Tourism Industry in Iran: Strategies for Development. *Health Inf Manage* 2011; 7(4): 516-24. [In Persian].
3. Ranjbarian B, Zahedi M. Understanding tourism. Isfahan, Iran: Four Gardens Press; 2005. [In Persian].
4. Jabbari A. Designing medical tourism. Tehran, Iran: Iran University of Medical Sciences Publications; 2005. [In Persian].
5. Agharahimi Z. Review of the medical tourism industry in selected countries offer to Iran [Thesis]. Tehran, Iran: Tehran University of Medical Sciences; 2009. [In Persian].
6. Tourism Research and Marketing. Medical Tourism: A Global Analysis. Kalamazoo, MI: Atlas; 2006.
7. Delgoshai B, Jabbari AR, Farzin MR, Sherbafchizadeh N, Tabibi SJ. Current medical tourism in Iran: a case study. *Payesh* 2012; 11(2): 157-66. [In Persian].
8. Kazemi Z. Study of the effective factors for attracting medical tourism in Isfahan [Thesis]. Lulea, Sweden: Lulea university technology; 2008. [In Persian].
9. Helble M. The movement of patients across borders: challenges and opportunities for public health. *Bulletin of the World Health Organization* 2010; 89: 68-72.
10. Chugan PK, Dhar U, Bhatt S. Medical Tourism Under Model of GATS (WTO): Opportunities, Challenges and Entrepreneurial Strategies in Gujarat. *Nirma University Journal of Business and Management Studies* 2009; 3(3-4): 23-36.
11. Aniza I, Aidalina M, Nirmalini R, Ing MC, Aje TE. Health tourism in Malaysia: the strength and weaknesses. *Journal Kesihatan Masyarakat* 2008; 15(1): 7-15.
12. Milosevic A. Dental tourism-a global issue? *J Esthet Restor Dent* 2009; 21(5): 289-91.
13. Heraheshe S. Curative tourism in Jordan and its potential development [MSc Thesis]. Bournemouth, UK: Bournemouth University; 2002.
14. Goodin N, Krambeck K. Cubamed: Guiding Cuba's Future in Health. tourism. 2006.
15. Turner L. "Dental Tourism": Issues Surrounding Cross-Border Travel for Dental Care [Online]. 2009; Available from: URL: http://www.cda-ccda.ca/vol_75/issue-2/117.html/
16. Shalbfian A. Improving health tourism (health tourism approach) [Thesis]. Tehran, Iran: Allameh Tabatabai University; 2007. [In Persian].
17. Osterle A, Balazs P, Delgado J. Traveling for teeth: characteristics and perspectives of dental care tourism in Hungary. *Br Dent J* 2006; 200(1): 7-8.
18. Siddiqi S, Shentawy A, Mera Z, Drager N, Sabri B. Assessing trade in health services in countries of the Eastern Mediterranean from a public health perspective. *Int J Health Plann Manage* 2010; 25(3): 231-50.
19. Jones CA, Keitner G. Medical tourism and reproductive outsourcing: the dawning of a new paradigm for healthcare. *Int J Fert Women Med* 2006; 51(6): 251-5.

Potentials of Medical Tourism in the Field of Dentistry from View Point of Dentists in Isfahan, Iran*

Alireza Jabbari, MD¹; Farzaneh Mahmoudi Meymand²; Fatemeh Nezamdoust³; Zahra Agharahimi, MSc⁴; Leila Shojaei⁴

Original Article

Abstract

Introduction: In recent years, dental tourism had a growing trend. As a branch of medical tourism, in dental tourism people travel abroad to receive dental services which are with a higher cost in their country. This study aimed to identify potential of dental tourism in Isfahan.

Methods: This was a qualitative study that was conducted in 2011 in Isfahan. Data collection was done using a semi-structured questionnaire with directed questions that was completed through interview. For measurement of the validity, the data of the qualitative study was checked with some participants to ensure the acceptance rate (objectivity). Dentists who provided service for foreign patients during the past year were selected.

Results: Out of 79 patients who were referred to dentists and participated in the study, 63.3% of them were females. Reconstructive services were allocated the highest percentage (58.2) between the types of services received by the foreign patients. 81.8% were with Iranian nationality residing abroad. Potential of dental tourism in seven categories were the demand conditions, urban advantages of Isfahan, manpower operating conditions, competitive conditions in the dental centers offering medical tourism, medical tourism requirements, related and supporting industries and information strategies.

Conclusion: Despite suitable capabilities of ecotourism, professional staff and competitive advantage in Isfahan, its position is not clear yet. To develop the dental tourism in Isfahan, It is necessary to strengthen requirements for medical tourism, increase coordination of related and supporting industries, increase information strategy and marketing.

Keywords: Medical Tourism, Dentistry, Isfahan

Received: 21 Nov, 2012

Accepted: 5 Feb, 2013

Citation: Jabbari A, Mahmoudi Meymand F, Nezamdoust F, Agharahimi Z, Shojaei L. **Potentials of Medical Tourism in the Field of Dentistry from View Point of Dentists in Isfahan, Iran.** Health Information Management 2013; 9(7): 1032-38.

* Research Article of Health Management and Economics Research Center, Isfahan University of Medical Sciences, No: 289086.

1- Assistant Professor, Health Care Management, Health Management and Economics Research Center, School of Management and Information, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran

2- Health Services Management, School of Management and Information, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran (Corresponding Author) Email: Mahmoudi.2010@yahoo.com

3- MSc Student, Health Care Management, Health and Management, School of Public Health, University Research Committee, Mashhad, Iran

4- Health Services Management, School of Management and Information, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran