

Providing a Model to Maximize the Benefits of Health Tourists with the Grounded Theory Approach

Naser Seifollahi^{1*}, Adeleh Dehghani Ghahnavieh²

1. Professor Department Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. (Corresponding Author).
E-mail: n.seifollahi@uma.ac.ir
2. Ph.D Candidate Management - Marketing Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mail: a.dehghani@uma.ac.ir

Extended Abstract

Abstract

Health tourism is one of the emerging topics that has a special place and role in generating income and gaining a competitive advantage. The purpose of this study is to provide a model to maximize the benefits of health tourists. This research is a qualitative, interpretive, and inductive development that was implemented with a grounded theory approach. The statistical population of the study included fifteen people from hospital managers, hotels, and agencies, as well as patients who had experience of several trips, participated in the study through non-probability snowball sampling and semi-structured interviews. The data analysis was done with MAXQDA software and the Grounded Theory approach based on three stages of open, central, and selective coding. First, data was collected with a semi-structured interview, and then in the process of coding extraction and categories in the form of causal conditions, contextual conditions, intervening and phenomenon-oriented conditions and strategies and consequences of a certain conceptual model and in the selection stage of each of the elements of the model were presented to create a research theory. Therefore, according to the results of this research, to maximize the benefit of health tourists, strategies such as targeted and focused development strategy, comprehensive analysis of the target market, global branding and marketing, use of a distinctive brand strategy, targeted marketing communications, development of collaborations, and comprehensive experience design and personalization should be used. The use of new technologies the development of health tourism and the development of goods and services should be considered in the decisions and the planning of this industry. Circumstances also paid special attention to achieving favorable consequences for this industry and society.

Introduction

Health tourism is recognized as a growing industry. Therefore, sustainable development in health tourism is not only for the well-being of patients; It is also necessary for purposes and communities. From this point of view, sustainable development in health tourism to develop solutions related to environmental, social, and economic challenges is the advancement of the country and the tourism sector (Figueiredo et al., 2024). The importance of the health tourism industry has been increasing rapidly in recent years (Kim & Hyun, 2022). Health tourism appears as an important aspect at the intersection of achieving well-being and global mobility. This complex phenomenon in which travelers seek medical treatment beyond their borders redefines the traditional dynamics of health and tourism (Ghosh & Mandal, 2019).

Materials and Methods

The general goal of the research is to design a model to maximize the benefits of health tourists. The current research is based on the fundamental and practical purpose, and in terms of the exploratory method, and philosophically, it has an interpretive orientation, and in terms of an inductive approach. In collecting data in the field through semi-structured interviews, and in the component strategy grounded theory has been used. The research subjects are 15 experts who were selected using the snowball sampling method. The duration of each interview was between 45 minutes and one hour. In this research, validity and reliability were investigated and confirmed.

Discussion and Results

According to the model and results of the research, causal conditions include access to high-quality medical services and reasonable costs, the existence of suitable facilities and equipment for tourism, encouraging and supportive policies of the government, natural attractions and favorable weather, and the suitability of culture and traditions for tourists. security and political stability, reputation and reputation of medical centers, quality and variety of services provided to health tourists, advertising and targeted marketing, efficient medical service delivery system, technological and digital facilities, insurance system and coverage of medical expenses, network management and supply chain, attracting and training and developing specialized human resources, paying attention to the needs and preferences of health tourists, creating a lasting and satisfying experience for health tourists, providing a safe and calm and favorable environment for treatment, travel management and providing support services, attention to health and safety issues, creating competitive and transparent conditions in the health tourism market and the central phenomenon including medical and tourism infrastructures, multi-purpose and creative professionals, visual and artistic appeal, attention and importance to charitable and environmental issues, categories A strategy including targeted and focused

development strategy, branding and global marketing, comprehensive analysis of target market, definition of distinctive brand strategy, development of integrated health tourism, development of focused goods and services, targeted marketing communications, focus on customer experience, use of technologies new, development of relationships and collaborations, continuous monitoring and evaluation, comprehensive and personalized experience design and relevant categories including innovative research and development, participation and local governance, patient empowerment and participation, innovative and dynamic ecosystem. The economy of circular health tourism, intervening categories including effective governance and policy-making, capacity building of human resources, risk management and safety of tourists, attention to social responsibility and sustainability, and consequential categories including improving the health and well-being of tourists, increasing capacity The competitiveness of the health tourism destination is to create job opportunities and generate income, improve the level of knowledge and innovation in the health industry, improve the international image and position, strengthen cultural and social ties, increase tax revenues and foreign exchange, and achieve the goals of sustainable development.

Conclusion

To improve the benefit of health tourists, it is necessary to integrate smart infrastructures such as coherent information systems, new technologies such as the Internet of Things and artificial intelligence, high-speed and stable communication networks, the implementation of international safety standards, and the acquisition of globally valid certificates in the fields of health, treatment, and tourism to increase The safety and security of tourists, planning for training and empowering employees to provide global quality services and create a comprehensive and personalized experience through the design of unique tourism-therapeutic services and experiences and online-offline integration were given special attention.

Keywords: Benefit of Tourists, Health Tourism, Grounded Theory.

Article Type: Research Article

Cite this article: Seifollahi, N., & Dehghani Ghahnavieh, A. (2025) Providing a Model to Maximize the Benefits of Health Tourists with the Grounded Theory Approach. *Public Management Researches*, 18 (68), 61-84. (In Persian)

DOI: 10.22111/JMR.2024.49248.6216

Received: 06 July. 2024

Accepted: 09 Dec. 2024

© The Author(s).

Revised in revised form: 17 Sep. 2024

Published online: 22 June 2025

Publisher: University of Sistan and Baluchestan





پروہشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی
ہرمال جامع علوم انسانی

ارائه الگویی جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت با رویکرد داده‌بنیاد

ناصر سیف الهی^{۱*} – عادل دهقانی قهنویه^۲

۱. نویسنده مسئول، استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

n.seifollahi@uma.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

a.dehghani@uma.ac.ir

چکیده

گردشگری سلامت یکی از موضوعات نوپایی است که در درآمدزایی و کسب مزیت رقابتی جایگاه و نقش ویژه‌ای دارد. هدف این مطالعه، ارائه الگویی در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت است. این پژوهش از نوع کیفی، توسعه‌ای تفسیری و استقرایی است که با رویکرد داده‌بنیاد اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش متشکل از پانزده نفر از مدیران بخش بیمارستان‌ها، هتل‌ها، آژانس‌ها و همچنین بیمارانی بودند که تجربه چندین مسافرت داشتند، که به روش گلوله برفی و از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار MAXQDA و با رویکرد نظریه داده‌بنیاد بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفته است. ابتدا با مصاحبه نیمه ساختاریافته داده‌ها گردآوری و سپس در فرایند کدگذاری استخراج و مقوله‌ها در قالب شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدهای مدل مفهومی معین و در مرحله انتخابی هر یک از عناصر الگو به منظور خلق نظریه پژوهش ارائه گردید. برای بررسی استحکام پژوهش نیز چهار معیار قابلیت اعتبار، انتقال پذیری، قابلیت اطمینان و تایید پذیری به کار گرفته شد. بنابر نتایج این پژوهش در راستای حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت بایستی از راهبردهای همچون استراتژی توسعه هدفمند و متمرکز، تحلیل جامع بازار هدف، برندسازی و بازاریابی جهانی، استفاده از استراتژی برند متمایز، ارتباطات بازاریابی هدفمند، توسعه همکاری‌ها و طراحی تجربه فراگیر و فردی سازی شده، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و توسعه گردشگری سلامت و توسعه کالا و خدمات در تصمیم‌گیری‌ها و در برنامه‌ریزی‌های این صنعت مدنظر قرار گیرد، همچنین بایستی به شرایط زمینه‌ای، پدیده محوری، مداخله‌گر و علی نیز توجه ویژه‌ای داشت تا پیامدهای مطلوبی برای این صنعت و جامعه رقم بخورد.

واژه‌های کلیدی: منفعت گردشگران، گردشگری سلامت، نظریه داده‌بنیاد

استناد: سیف الهی، ناصر؛ دهقانی قهنویه، عادل. (۱۴۰۴). ارائه الگویی جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت با رویکرد

داده‌بنیاد، پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۸(۶۸)، ۸۴-۶۱. DOI: 10.22111/JMR.2024. 49248.6216



تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۶ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۹ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

نوع مقاله: علمی پژوهشی ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان حق مؤلف © نویسندگان

مقدمه

گردشگری سلامت به عنوان یک صنعت روبه رشد شناخته شده است. بنابراین، توسعه پایدار در گردشگری سلامت نه تنها برای رفاه بیماران؛ بلکه برای مقاصد و جوامع نیز ضروری است. بنابراین، توسعه پایدار در گردشگری سلامت با هدف توسعه راه‌حل‌های مرتبط با چالش‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی پیشروی کشور و بخش گردشگری است (Figueiredo et al., 2024). اهمیت صنعت گردشگری سلامت در سال‌های اخیر به سرعت در حال افزایش بوده است (Kim & Hyun, 2022) گردشگری سلامت به عنوان یک جنبه مهم در تقاطع دستیابی به رفاه و تحرک جهانی ظاهر می‌شود. این پدیده پیچیده که در آن مسافران به دنبال درمان‌های پزشکی فراتر از مرزهای خود هستند، پویایی سنتی سلامت و گردشگری را دوباره تعریف می‌کند (Ghosh & Mandal, 2019). گردشگری سلامت نشان‌دهنده یک بازار رو به رشد در بخش گردشگری است که به عنوان یک پدیده نسبتاً جدید ظهور می‌کند که دولت‌ها به طور فزاینده‌ای در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند (Kim & Hyun, 2022). بنابراین گردشگری سلامت دارای پتانسیل فوق‌العاده‌ای است که بایستی جدی گرفته شود (Ratnasari et al., 2022). در این راستا اهمیت بخش - گردشگری در بسیاری از مقاصد به میزان بالایی افزایش یافته است (Park & Jamieson, 2009) و به توسعه اقتصادی آن‌ها کمک می‌کند (9999 ii iiiii). براساس نظر سازمان گردشگری جهانی گردشگری یک پدیده اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است (UNWTO, 2023). گردشگری تاثیر اقتصادی زیادی به همراه دارد و در برنامه‌ریزی و توسعه به عنوان ملاحظات اساسی محسوب می‌شود، زیرا مزایای قابل توجهی هم برای کشورهای میزبان گردشگران، کشورهای مبدأ و همچنین برای گردشگران به همراه دارد. گردشگری همچنین به پیشرفت و توسعه اقتصاد جهانی کمک می‌کند و بر اشتغال، تولید ناخالص داخلی، ترازپرداخت‌ها و رشد اقتصادی عمومی تاثیر می‌گذارد (9999 ii iiiii). با وجود این، گردشگری سلامت یک پدیده پویا است، یعنی استاندارد یکسانی برای این مفهوم وجود ندارد. قبل از کاوش عمیق‌تر در گردشگری سلامت، توجه به این نکته مهم است که مطالعات اولیه در گردشگری به نقش سلامت توجهی نداشتند. بازار گردشگری سلامت مبتنی بر استراحتگاه درمانی، آبگرم و تندرستی، پزشکی زیبایی و خدمات پزشکی است

(5555, ,,yyymkkkk). در نتیجه افزایش مداوم دسترسی به خدمات ذکر شده در بالا و همچنین وسایل حمل و نقل ارزان و سریع، به طور پویا توسعه می‌یابد. از یک سو، این به تغییر نیازهای اجتماعی و سبک زندگی مربوط می‌شود. تغییر سبک زندگی از استراحت غیرفعال به فعال مبتنی بر افزایش آگاهی از اهمیت سلامت در زندگی انسان و در عین حال آغاز اقداماتی برای بهبود سلامت و بازسازی قوای جسمی، ذهنی و معنوی تحت فشار است. توسعه تمدنی فنی استراحت فعال اغلب مستلزم توانبخشی پیشگیرانه است که با بازدید از استراحتگاه‌های بهداشتی یا فعالیت‌های آرامش‌بخش در طول بازدید از کلینیک‌های آبگرم و سلامتی و همچنین در سال‌های اخیر حتی خدمات پزشکی انجام می‌شود. در نتیجه بهبود سلامت هدف سفرهای گردشگری و در عین حال زمینه‌ساز توسعه بازار گردشگری سلامت است. تقاضا برای خدمات بهداشتی به یک پدیده جهانی تبدیل شده است که با رشد اقتصادی، آموزش خوب و افزایش درآمد مرتبط است (Rudawska, 2009). امروزه بازار گردشگری پزشکی به عنوان یکی از صنایع درآمدزا و رقابتی در دنیا مطرح شده و از حوزه‌های نوین گردشگری پیشرفته است. یکی از روش‌های افزایش جذب گردشگر و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری گردشگران برای انتخاب مقصد، تبلیغات است (Seifollahi & Naghavi, 2023). با توسعه سریع اقتصاد، گردشگری عامه‌پسند به گردشگری شخصی و سالم تغییر می‌کند. در این چارچوب، گردشگری سلامت به عنوان نوعی فعالیت گردشگری با هدف حفظ سلامت و پاسخگویی به تقاضای بالای مردم مدرن در پی داشتن جسم و روان سالم، در برهه تاریخی ظهور کرد. با توجه به دانش حرفه‌ای گردشگری و سلامت پزشکی، انتخاب مردم برای گردشگری سلامت اغلب با دیدگاه‌های سنتی ناسازگار است. دیدگاه سنتی این است تا زمانی که مقصد از شهرت خوب، مناظر خوب و تعداد زیادی گردشگر برخوردار باشد، گردشگران می‌آیند، اما وضعیت واقعی گردشگری سلامت صدق نمی‌کند (Zhang et al., 2023: 699). با توجه به مزایای که گردشگران سلامت برای صنعت گردشگری و سازمان‌های مرتبط به آن دارد هدف این پژوهش «ارائه الگویی در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت» و سوال اصلی پژوهش عبارت است از: الگوی حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت چگونه است؟

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

جهانی شدن فرایندی است که در دنیای مدرن اتفاق می‌افتد، رقابت شدید در بازار گردشگری تقاضای فزاینده‌ای برای گردشگران، تغییر ترجیحات گردشگران، توسعه فناوری اطلاعات را مطرح کرده است که این امر مهم در صنعت گردشگری از جمله گردشگری سلامت نیاز دارد تا به سمت توسعه نوآورانه حرکت کنند. به رسمیت شناختن گردشگری حوزه سلامت یکی از حوزه‌های اولویت‌دار در اقتصاد ملی و فرصتی بزرگ در راستای توسعه فعالیت‌های نوآورانه است (Lukjanova & Odinkova, 2020: 39). بنابر نظر هال و همکاران اصطلاحاتی از جمله گردشگری سلامت، گردشگری پزشکی و گردشگری رفاه به طور مکرر در نشریات به کار رفته است و هر یک از آن‌ها مفاهیم مختلفی را در گردشگری سلامت نشان می‌دهند (Zhong et al., 2023). گردشگری سلامت نوعی گردشگری روبه رشد است از جمله گردشگری سلامت و گردشگری پزشکی درآمدها و سودهای قابل توجهی را ایجاد می‌کند و همچنین فرصت‌های تجاری را به همراه دارد. شهرها، سازمان‌های بین-المللی و دولت‌های ملی و منطقه‌ای باید تدابیر و معیارهایی را برای کاهش اثرات منفی ناشی از گردشگری سلامت و تضمین کیفیت مراقبت‌های دریافتی در مراکز مختلف مراقبت‌های بهداشتی و کلینیک‌ها و بیمارستان‌ها در سراسر جهان ایجاد کنند (Braçe et al., 2023: 432). پژوهشگران دانشگاهی درک وسیعی از گردشگری سلامت دارند، آن‌ها معتقدند که گردشگری سلامت به نوعی از گردشگری اطلاق می‌شود که افراد برای تجربه فعالیت‌های مرتبط با سلامت، از جمله پیگیری از بیماری و درمان بیماری به مکان‌های دیگر می‌روند (Zhong et al., 2023: 206). گردشگری سلامت پایدار را می‌توان به طور کلی به عنوان گردشگری تعریف کرد که شامل فعالیت‌های پزشکی و سلامتی است که سلامت جسمی و روانی را افزایش می‌دهد (Hei & Xiang, 2020). فیگیوردو و همکاران^۱ (۲۰۲۴) به دینفعان گردشگری پایدار، تاثیرات و کرونا و گردشگری سلامت، چالش‌ها و فرصت‌ها و ارزش‌های پایداری پرداخته است. در این مطالعه در مورد محرک‌های توسعه پایدار در گردشگری سلامت ارائه شده است و درک خواننده از موضوع غنی کرده است. تورکزاده و همکاران (۲۰۲۴) بیان کردند که رشد سریع صنعت گردشگری پزشکی در

¹. Figueiredo et al

سراسر جهان، رقابت بین کشورهای مختلف برای افزایش سهم بازار به شدت افزایش داده است. موفقیت این صنعت تا حد زیادی به تقسیم‌بندی صحیح بازار و انتخاب صحیح بخش-های هدف بستگی دارد. رویکردهای متعددی برای تقسیم‌بندی بازار وجود دارد که هر کدام مزایا و معایب خود را دارند. بنابراین این مطالعه با هدف مقایسه نقاط قوت و محدودیت‌ها و ملاحظات عملی رویکردها، متغیرها و تکنیک‌های آماری مختلف مورد استفاده برای تقسیم‌بندی بازار سلامت انجام شد و چارچوبی برای تقسیم‌بندی بازار گردشگری سلامت را در نهایت توصیه می‌شود. نتیجه نشان می‌دهد رویکرد ترکیبی و متغیر مبتنی بر ارزش ممکن است به بخش‌بندی بازار گردشگری سلامت کمک کند. شبانکار و همکاران (۲۰۲۳) به حمایت‌های دولت بر توسعه گردشگری سلامت با در نظر گرفتن نقش میانجی زیرساخت-های داخلی و خارجی پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد حمایت‌های دولت بر توسعه گردشگری سلامت تأثیری مثبت دارد. جیانگ و همکاران^۱ (۲۰۲۲) مهمترین عوامل موثر بر تجارت گردشگری سلامت، را کل هزینه‌های سلامت سرانه و تعداد مصرف‌کنندگان سلامت داخلی معرفی کردند. به طور قابل توجهی، گردشگری سلامت با تمایل به هزینه برای سلامت تعیین می‌شود. این مطالعه در چین انجام شده است و بنابراین یکی از نتایج مهم این است که چین باید پیشنهادات گردشگری سلامت را برای گروه‌های مختلف مصرف‌کننده متنوع کند. هنگامی که محصولات متنوع برای گردشگری سلامت ارائه شود، تعداد مصرف‌کنندگان سلامت به همین ترتیب افزایش می‌یابد، در نتیجه به شکل‌گیری صرفه‌جویی در مقیاس، کاهش متوسط هزینه‌های درمان، افزایش سود گردشگری سلامت و تحریک توسعه اقتصادی کمک می‌کند. پسسوت و همکاران^۲ (۲۰۲۱) منابع طبیعی را در میان عوامل کلیدی برای بهبود سلامتی و در نتیجه توسعه و پایداری مقاصد گردشگری سلامت شناخته‌اند. در این مطالعه به تجزیه و تحلیل و بهره‌برداری از منابع طبیعی در گردشگری سلامت، عوامل طبیعت‌محور در نظر گرفته شده در خوشه‌بندی گردشگران و انگیزه‌های آن‌ها، توسعه ارزش پیشنهادی و بازاریابی و همچنین فرهنگی است. بیویوکوزکان

^۱. Jiang et al

^۲. Pessot et al

و همکاران^۱ (۲۰۲۱) گردشگری سلامت عامل مهمی در راستای رشد اقتصادی در چند دهه اخیر معرفی نموده است. در این پژوهش باتوجه به اشاره به منابع طبیعی سعی شده است با تحلیل سوات بهترین استراتژی را برای اجزای موثر گردشگری سلامت معرفی نماید. باقری و همکاران (۱۴۰۲) مدل بازاریابی گردشگری سلامت را در شهر تهران ارائه کردند. در این پژوهش ۲۲ مولفه و ۷ بعد شناسایی شده است که در این مطالعه به ضرورت عناصر آمیخته بازاریابی از جمله محصول (خدمات پزشکی)، قیمت (هزینه درمان)، عوامل طبیعی و فرایندهای پیشگیرانه اشاره دارد.

روش‌شناسی پژوهش

هدف کلی پژوهش، طراحی مدل در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت است. پژوهش حاضر براساس هدف بنیادی و کاربردی و از لحاظ روش انجام اکتشافی و از نظر فلسفی دارای جهت‌گیری تفسیرگرایانه و از لحاظ رویکرد استقرایی بوده است. در جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی و از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته و در استراتژی اجزا از داده‌بنیاد استفاده شده است. افراد مورد مطالعه پژوهش ۱۵ نفر از خبرگان است که با استفاده روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب گردید. مدت زمان هر مصاحبه بین ۴۵ دقیقه تا یک ساعت بوده است. در این پژوهش برای بررسی روایی و پایایی براساس نظرات گوبا و لینکلن (۱۹۸۹) از مفهوم قابلیت اعتماد استفاده شده است که شامل شاخص‌های قابلیت اعتبار، قابلیت تایید، قابلیت انتقال و اتکا است. جهت بررسی قابلیت اعتبارپذیری و قابلیت انتقال با انجام کامل پژوهش تا اشباع داده‌ها و ارائه داده به افراد خبره و مشارکت کنندگان، ضمن اعمال تعدیل‌های مقتضی، در طول پژوهش به طور مداوم ارزیابی و تایید گردید. معیار تاییدپذیری نیز از طریق دقت در انتخاب نمونه‌ها، تلفیق روش‌های گردآوری داده‌ها شامل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و یادداشت‌برداری انجام شد و با بهره‌گیری از نظرات، ارائه شواهد و یافته‌ها به خبرگان و استفاده از یادداشت‌های فنی و میدانی و اجتناب از سوگیری طی پژوهش تامین گردید. بدین صورت در مطالعه حاضر جهت دستیابی به اعتماد بخشی پژوهش، هر چهار معیار ارائه شده مورد توجه قرار گرفت. تحلیل داده‌ها با

^۱. Büyüközkan et al

نرم افزار MAXQDA و با رویکرد نظریه داده بنیاد مبتنی بر سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شده است.

تحلیل داده‌ها

فرایند تحلیل داده‌ها در نظریه داده بنیاد مبتنی بر سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. در این پژوهش از رویکرد استراوس و کوربین برای تحلیل داده‌ها و کدگذاری استفاده شده است. در مرحله کدگذاری باز به خلق مفاهیم و مقوله‌ها پرداخته می‌شود و در مرحله کدگذاری محوری به شناسایی مقوله محوری، شرایط علی، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها پرداخته شده است و در کدگذاری انتخابی مدل ارائه شده است.

یافته‌های پژوهش

شرایط علی

منظور از شرایط علی مقوله‌هایی هستند که مقوله اصلی را تحت تاثیر قرار می‌دهند. شرایط علی باعث گسترش پدیده مورد نظر می‌شود (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۱ نشان داده‌است.

جدول شماره ۱: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط علی

مقوله‌های علی	کدهای اولیه
دسترسی به خدمات درمانی با کیفیت بالا و هزینه‌های معقولانه	دسترسی به متخصصان، دسترسی به تسهیلات، دسترسی به تجهیزات با کیفیت، هزینه‌های درمانی معقولانه، هزینه‌های مقرون به صرفه در مقایسه با سایر کشورها.
وجود امکانات و تجهیزات مناسب برای گردشگری	اقامتگاه‌های با موقعیت‌های مناسب، اقامتگاه‌های با استانداردهای بالا، امکانات حمل و نقل مناسب، امکانات رفاهی و تفریحی جذاب، دسترسی مطلوب به حمل و نقل عمومی و خصوصی، امکان اقامت طولانی مدت برای مدیریت تجربه گردشگران.
سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت	قوانین و مقررات مساعد، ارائه تسهیلات مالی، ارائه بیمه به مراکز درمانی.
جاذبه‌های طبیعی و آب‌وهوای مطلوب	آب‌وهوای معتدل و آرام‌بخش، وجود جاذبه‌های طبیعی و باستانی.
تناسب فرهنگ و سنن میزبان برای گردشگران	پذیرش فرهنگی مثبت، پذیرش فرهنگی گرم، ارائه خدمات فرهنگی و سنتی به گردشگران.
امنیت و ثبات سیاسی	احساس اطمینان خاطر گردشگران؛ احساس امنیت گردشگران، ثبات سیاسی؛ حفظ حریم خصوصی.
اعتبار و شهرت مراکز درمانی	حضور متخصصان و پزشکان معتبر و مجرب و با سابقه، برخورداری از تجهیزات و امکانات پزشکی مدرن، دریافت استانداردهای بین‌المللی مراقبت‌های سلامتی، ارائه

مقوله‌های علی	کدهای اولیه
	خدمات درمانی با استانداردهای بین‌المللی.
کیفیت و تنوع خدمات ارائه شده به گردشگران سلامت	ارائه طیف وسیعی از خدمات پزشکی و درمانی، ارائه خدمات پیشرفته، ارائه خدمات نوآورانه، امکان ارائه خدمات خاص پزشکی، ارائه جراحی‌های پیچیده و تخصصی، همراه کردن خدمات درمانی با جاذبه‌های گردشگری و تفریحی، پوشش دادن به طیف گسترده‌ای از نیازهای گردشگران سلامت.
تبلیغات و بازاریابی هدفمند	برندسازی، ایجاد تصویر مثبت از مقصد، آگاهی‌رسانی مثبت از مقصد، استفاده از کانال‌های ارتباطی موثر در راستای جذب گردشگران.
سیستم ارائه خدمات پزشکی کارآمد	دسترسی راحت به مراکز درمانی، دسترسی سریع به مراکز درمانی، وجود نظام ارجاع منسجم بین سطوح مختلف خدمات، برنامه‌ریزی برای ارائه خدمات، مدیریت موثر جریان ارائه خدمات.
امکانات فناورانه و دیجیتال	دسترسی به پرونده‌های الکترونیک سلامت، استفاده از فناوری‌های نوین برای ارائه خدمات درمانی از راه دور، هوشمندسازی فرایندهای درمانی و مدیریتی، ایجاد پلتفرم‌های هوشمند برای مدیریت تجربه گردشگران.
سیستم بیمه و پوشش هزینه‌های درمانی	پوشش بیمه‌ای مناسب، امکان پرداخت مستقیم هزینه‌ها توسط گردشگران، دسترسی به بیمه‌های سفر با پوشش درمانی مطلوب.
مدیریت شبکه و زنجیره تامین	ارتباط و همکاری بین مراکز درمانی و سایر ارائه‌دهندگان خدمات، یکپارچگی و هماهنگی در ارائه بسته‌های گردشگری سلامت، ایجاد زنجیره‌های تامین کارآمد برای خدمات درمانی و جانبی، تشکیل کنسرسیوم‌ها و شبکه‌های همکاری.
جذب و آموزش و توسعه نیروی انسانی متخصص	وجود پزشکان و پرستاران و کادر درمانی ماهر، برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های پرسنل، ایجاد انگیزه و جذب متخصص به این صنعت، ارتقای سطح مهارت‌های زبانی و فرهنگی پرسنل در راستای تعاملات مناسب با گردشگران، برگزاری دوره‌های تخصصی برای مدیران و مسئولین و متصدیان این صنعت، آموزش و توانمندسازی کادر درمان.
توجه به نیازها و ترجیحات گردشگران سلامت	شناسایی و درک تمایلات و ترجیحات گردشگران، طراحی خدمات و تسهیلات متناسب با انتظار گردشگران.
خلق تجربه ماندگار و رضایتمند گردشگران سلامت	ارائه تجربه سفر راحت و مطلوب برای گردشگران، ارائه خدمات شخصی‌سازی برای نیازهای منحصربه‌فرد هر گردشگر، توجه به بهبود مستمر تجربه سفر و دریافت خدمات درمانی، نظرسنجی، بررسی میزان رضایتمندی گردشگران از خدمات.
فراهم‌سازی محیطی امن و آرام و مطلوب برای درمان	طراحی فضاهای اقامتی و درمانی با معماری و طراحی دلنشین، ارائه خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی مناسب در کنار خدمات درمانی، توجه به مسائل فرهنگی، مذهبی و اجتماعی گردشگران.
مدیریت سفر و ارائه خدمات پشتیبانی	راهنمایی، ترجمه و کمک‌های لازم در طول سفر و درمان، در نظر داشتن مترجمین خبره، هماهنگی‌های سفر از جمله رزرو و حمل‌ونقل، ارائه اطلاعات جامع و راهنمایی کامل برای گردشگران.
توجه به مسائل بهداشتی و ایمنی	اجرای پروتکل‌های بهداشتی و ایمنی در مراکز درمانی، ارتقای استانداردهای کنترل عفونت و ایمنی برای جلب اطمینان گردشگران، مدیریت ریسک و آمادگی در مواجهه با شرایط اضطراری.

مقوله‌های علی	کدهای اولیه
ایجاد شرایط رقابتی و شفاف در بازار گردشگری سلامت	رقابت سالم بین مراکز درمانی برای ارائه خدمات با کیفیت بالاتر، نظارت بر عملکرد موسسات و شرکت‌های گردشگری، شفافیت در قیمت‌گذاری خدمات پزشکی و درمانی.

پدیده محوری

بنابراین نظر استراوس و کوربین (۱۹۹۸) پدیده محوری به پرسش جریان چیست پاسخ می‌دهد (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۲ نشان داده‌است.

جدول شماره ۲: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پدیده محوری

مقوله پدیده محوری	کدهای اولیه
زیرساخت‌های درمانی و گردشگری	استانداردسازی و ایمنی خدمات، اجرای استانداردهای جهانی، ایجاد محیط امن و ضد عفونی شده، زیرساخت‌های گردشگری یکپارچه، زیرساخت‌های تفریحی و سرگرمی، زیرساخت‌های اقتصادی و کسب و کار و زیرساخت‌های مدرن، استفاده از امکانات طبیعی مانند استفاده از طبیعت، گیاهان دارویی، آب درمانی.
متخصصان چند مهارت و خلاق	ایجاد فرصت‌های خلاقیت و ارائه ایده‌های نوآورانه، پشتیبانی و تشویق ابتکارات و پیشنهادات کارکنان.
جذابیت بصری و هنری	طراحی خلاقانه فضاهای اقامتی، معماری و طراحی و رهبری الهام‌بخش، برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای هنری.
توجه و اهمیت به مسائل خیرخواهانه و زیست محیطی	اجرای اقدامات دوستدار محیط زیست در مراکز درمانی، مشارکت در پروژه‌های خیرخواهانه، توسعه اجتماعی، رعایت اصول اخلاقی، رفتار مسئولانه در ارائه خدمات.

مقوله راهبردی

اقدامات یا تعاملات ویژه‌ای که از پدیده‌ای اصلی کسب می‌شود. راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر هستند. راهبردها مقصود داشته، هدفمند می‌باشد و به دلایلی صورت پذیرفته‌اند (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۳ نشان داده شده‌است.

جدول شماره ۳: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

مقوله‌های راهبردی	کدهای اولیه
استراتژی توسعه هدفمند و متمرکز	تمرکز بر خدمات درمانی تخصصی و رقابتی، شناسایی و توسعه نقاط قوت و مزیت‌های رقابتی، برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه پایدار گردشگری.
برندسازی و بازاریابی جهانی	توسعه نام تجاری، اهمیت دادن به نام تجاری، ایجاد تصویر جذاب از مقصد، ایجاد تصویری تاثیرگذار از مقصد، استفاده از کانال‌های بازاریابی هدفمند، همکاری‌های بین‌المللی در

مقوله‌های راهبردی	کدهای اولیه
	توسعه بازارها.
تحلیل جامع بازار هدف	در نظر داشتن نیازها و ترجیحات متمایز گردشگران، بررسی رقابت و تمایزات موجود در بازار، مطالعه روندها و تحولات آتی در صنعت گردشگری سلامت.
تعریف استراتژی برند متمایز	ایجاد هویت قوی، ارزش‌های برند شفاف، طراحی تجربه مطلوب برای گردشگران در تمامی مراحل گردشگری، ارتباطی یکپارچه.
توسعه گردشگری سلامت تلفیقی	طراحی بسته‌های ترکیبی گردشگری و درمانی؛ ارائه تجربه‌های منحصربه‌فرد از سفر و مراقبت‌های سلامتی در طول سفر، بازاریابی و معرفی مقاصد گردشگری با جاذبه‌های سلامت.
توسعه کالا و خدمات متمرکز	پرداختن به نیازهای منحصربه‌فرد گردشگران، در نظر داشتن طیف متفاوت و متناسب با گردشگران.
ارتباطات بازاریابی هدفمند	طراحی محتوای جذاب و اطلاع‌رسانی هوشمند، بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و کمپین‌های تبلیغاتی، ارزیابی مستمر اثربخشی ابزارهای ارتباط.
تمرکز بر تجربه مشتری	طراحی سفر مشتری براساس ترجیحات آن، ارائه خدمات فردی‌سازی، شخصی‌سازی، ارتقای تجربه گردشگران، مثبت‌سازی دیدگاه آن‌ها.
بهره‌گیری از فناوری‌های نوین	توسعه سامانه‌ها رزرو، توسعه سامانه‌های اطلاع‌رسانی آنلاین، استفاده از تحلیل‌های داده-محور و هوش مصنوعی، ارائه خدمات هوشمند و تعاملی دیجیتال با مشتریان.
توسعه روابط و همکاری‌ها	ایجاد شبکه گسترده نمایندگی‌ها و شرکای بازاریابی، همکاری با سازمان‌های پوشش دهنده بیمه درمانی، استفاده از ظرفیت‌های بازاریابی تاثیرگذاران و کانال‌های توزیع.
نظارت و ارزیابی مستمر	اندازه‌گیری و تحلیل شاخص‌های عملکرد کلیدی، به‌روزرسانی استراتژی‌ها و تاکتیک‌های بازاریابی، استفاده از بازخورد مشتریان برای بهبود مداوم.
طراحی تجربه فراگیر و فردی سازی شده	استفاده از رویکرد تجربه‌محور در ارائه خدمات، ایجاد تعاملات هوشمند و شخصی‌سازی شده، توسعه و ارتقای خدمات تلفیقی آنلاین و آفلاین.

مقوله‌های زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای، شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

مقوله‌های زمینه‌ای	کدهای اولیه
تحقیق و توسعه نوآورانه	انجام مطالعات و پژوهش‌های کاربردی در حوزه سلامت، ایجاد مراکز نوآوری، استفاده از استارت‌آپ‌های حوزه سلامت و شتاب دادن به فعالیت‌های این نوع از مراکز.
مشارکت و حاکمیت محلی	مشارکت جوامع محلی در برنامه‌ریزی و اجرا، تقویت نقش شهرداری‌ها، ایجاد شبکه همکاری میان بخش خصوصی و دولتی، مدیریت‌های محلی.
توانمندسازی و مشارکت بیماران	ارتقای سواد سلامت، آگاهی دادن و آموزش به گردشگران و بیماران، ایجاد زمینه‌های برای فرصت‌های مشارکت فعال برای بیماران، طراحی برنامه‌های توانمندسازی روانی-

اجتماعی.	
نوآوری در حوزه سلامت، ایجاد محیطی پویا برای فعالان این حوزه، ایجاد محیطی کارآفرینانه.	اکوسیستم نوآورانه و پویا
توسعه مدل‌های کسب و کار نوآورانه، تمرکز بر استفاده پایدار از منابع، ایجاد زنجیره-ارزش محلی و فرامرزی.	اقتصاد گردشگری سلامت چرخشی

مقوله‌های مداخله‌گر

شرایط ساختاری است که به پدیده مورد مطالعه تعلق دارد و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر دارد (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول شماره ۵: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط مداخلگری

مقوله‌های مداخلگری	کدهای اولیه
حکمرانی و سیاست‌گذاری کارآمد	وجود قوانین و مقررات مناسب و شفاف، سیاست‌گذاری هماهنگ و هدفمند در سطح ملی، نظارت و پاسخگویی در تحقق اهداف.
ظرفیت‌سازی منابع انسانی	توانمندسازی کارکنان بخش سلامت، توسعه همکاری‌های علمی و پژوهشی، جذب و نگهداشت نیروی متخصص و کارآمد.
مدیریت ریسک و ایمنی گردشگران	ایجاد سامانه‌های هشدار و پاسخ در شرایط اضطراری، اطمینان از امنیت و پوشش بیمه‌ای مناسب، تدوین پروتکل‌های واکنش در بحران‌های احتمالی.
توجه مسئولیت اجتماعی و پایداری	حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی، مشارکت جوامع محلی و توسعه اقتصادی پایدار، رعایت اصول اخلاقی و فرهنگ در ارائه خدمات.

مقوله‌های پیامدی

نتایجی که بر اثر راهبردها پدیدار می‌گردند. پیامدها حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. آن‌ها همیشه نمی‌توان پیش‌بینی نمود و الزاماً همان‌هایی که افراد قصد آن را داشته‌اند نمی‌باشد (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه موجود در جدول ۶ نشان داده شده است.

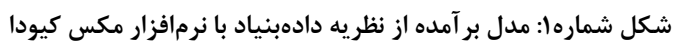
جدول شماره ۶: کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پیامدها

مقوله‌های پیامد	کدهای اولیه
بهبود سلامت و بهزیستی گردشگران	شرایط مناسب برای بازیابی سلامت، ارتقای کیفیت زندگی، بهبود نتایج درمانی، بهره‌مندی از خدمات درمانی تخصصی و پیشرفته.
افزایش توان رقابتی مقصد گردشگری سلامت	ارائه خدمات منحصربه‌فرد، ارائه خدمات با ارزش افزوده بالا، تقویت جایگاه بین‌المللی و جذب گردشگران بیشتر، توسعه پایدار صنعت گردشگری سلامت در منطقه.
ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی	ایجاد مشاغل تخصصی در حوزه گردشگری و درمان؛ افزایش سطح درآمد و

مقوله‌های پیامد	کدهای اولیه
	رفاه جامعه میزبان، توسعه زیرساخت‌ها و خدمات پشتیبانی؛
ارتقای سطح دانش و نوآوری در صنعت سلامت	ایجاد فرصت‌های آموزشی و پژوهشی تخصصی، گسترش همکاری‌های علمی و فناورانه بین‌المللی، توسعه نوآوری‌های پزشکی و خدمات هوشمند.
بهبود تصویر و جایگاه بین‌المللی	ایجاد برند و هویت قوی برای مقصد، افزایش شناخت و اعتبار جهانی منطقه، جذب سرمایه، توسعه شراکت‌های بین‌المللی.
تقویت پیوندهای فرهنگی و اجتماعی	تبادل دانش، تجربه و فرهنگ با گردشگران، درک و تعامل بیشتر بین جوامع میزبان و میهمان، ایجاد زمینه برای رشد مبادلات فرهنگی.
افزایش درآمدهای مالیاتی و ارزآوری	افزایش درآمد دولت از طریق مالیات و عوارض، ایجاد منابع مالی برای توسعه زیرساخت‌ها، کاهش خروج ارز و جذب درآمدهای ارزی.
تحقق اهداف توسعه پایدار	تامین بهداشت و رفاه جمعیت میزبان، کاهش نابرابر و گسترش فرصت‌های برابر، ایجاد فرصت‌های شغلی با درآمدی پایدار.

کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه پردازی)

کدگذاری انتخابی یا با هر عنوان دیگر آخرین مرحله مفهوم‌سازی و انتزاع است در حقیقت باید همه‌ی داده‌ها را در یک سامانه نظری تالیف کرد. بنابر دیدگاه استراوس و کوربین باید همه بلوک‌های مقوله‌ای بتوانند در الگوی پارادایمی قرار بگیرد (Farasatkah, 188: 2022). در شکل ۱ مدل برآمده از نظریه داده‌بنیاد با نرم‌افزار مکس کیودا و شکل ۲ مدل الگویی در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت را نشان داده است.





شکل شماره ۲: مدل الگویی در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری سلامت به عنوان یکی از سه سیستم اصلی فعالیت گردشگری محسوب می‌شود. این نوع گردشگری شامل فرایندهایی با هدف بازاریابی پتانسیل فیزیکی، فکری، عاطفی و روانی فرد است که ماهیت فعالیت گردشگری را تعیین می‌کند. به طور کلی هدف اصلی گردشگری سلامت، ایجاد آرامش کامل و بهبود سلامت انسان از طریق گردشگری است. وظایف بهبود سلامت شرکت‌کنندگان در تفریحات گردشگری ارتباط نزدیکی با نیازهای آن‌ها برای استراحت کامل دارد و همچنین اگر از یک تکنیک مراقبت‌بهداشتی خاص در فعالیت‌های گردشگری استفاده شود این فرایندها به عنوان مراقبت‌های‌بهداشتی یا گردشگری تفریحی در نظر گرفته می‌شوند. منابع تفریحی شامل اشیاء مختلفی است که

گروه‌های مختلفی از گردشگران را به شیوه خود جذب می‌کند که هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارند. سه جهت اصلی گردشگری سلامت در کشور رایج است که این مسیرها شامل گردشگری طبیعی، آموزشی و سلامت است یکی از ویژگی‌های اصلی گردشگری سلامتی، توانایی ادغان روش‌های تفریحی است که امکان برآورده کردن نیازهای مختلف را فراهم می‌کند. هدف اصلی گردشگری سلامت در جهت آموزشی، مطالعه عمیق میراث-فرهنگی و رویدادهای تاریخی یک منطقه یا کشور خاص است هنگام برنامه‌ریزی برای چنین تعطیلاتی، به گردشگران توصیه می‌شود که مقصد خود را از قبل تعیین کرده و تا حد امکان از خدمات راهنما استفاده کنند (Meyliyev, 2024: 579- 581). بیمارستان‌های تخصصی باید خدمات غیرپزشکی خود را از جمله مهمان‌نوازی، ورزش و اوقات فراغت، سرگرمی و فعالیت‌های اجتماعی تقویت کنند تا بتوانند مزیت رقابتی در صنعت گردشگری سلامت کسب کنند. آن‌ها همچنین باید انتظارات مشتری را بر اساس روند بازار مطابقت دهند. به همین دلیل است که بیمارستان‌های تخصصی باید ارزش خدمات اضافی را که برای افزایش کیفیت ارائه می‌دهند بهتر درک کنند (Li, Ragavan, Patwary & Baijun, 2022). بهبود ارزش درک شده گردشگری سلامت، کلید افزایش قصد گردشگری سلامت آن‌ها است. ادارات دولتی بایستی نظارت بر کیفیت محصولات گردشگری سلامت را تقویت کنند و باید مجاری دفاع از حقوق کیفیت محصول گردشگری سلامت را باز کند و مکانیزم پاسخگویی سریع و موثر به شکایات را ایجاد کند. به نوبه خود، محیط بازار را پاکسازی کرده و تصویر مثبت از محصولات گردشگری سلامت حاصل نمایند (Liao, Lin, Li, Zhan, 2023). در این پژوهش با ۱۵ نفر از خبرگان مطرح در حیطه پژوهش مدل حداکثرسازی منفعت گردشگران ارائه شده است. بنابر مدل و نتایج پژوهش شرایط علی شامل دسترسی به خدمات درمانی با کیفیت بالا و هزینه‌های معقولانه، وجود امکانات و تجهیزات مناسب برای گردشگری، سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت، جاذبه‌های طبیعی و آب‌وهوای مطلوب، تناسب فرهنگ و سنن میزبان برای گردشگران، امنیت و ثبات سیاسی، اعتبار و شهرت مراکز درمانی، کیفیت و تنوع خدمات ارائه شده به گردشگران سلامت، تبلیغات و بازاریابی هدفمند، سیستم ارائه خدمات پزشکی کارآمد، امکانات فناورانه و دیجیتالی، سیستم بیمه و پوشش هزینه‌های درمانی، مدیریت شبکه و زنجیره تامین، جذب و آموزش و

توسعه نیروی انسانی متخصص، توجه به نیازها و ترجیحات گردشگران سلامت، خلق تجربه ماندگار و رضایتمند گردشگران سلامت، فراهم‌سازی محیطی امن و آرام و مطلوب برای درمان، مدیریت سفر و ارائه خدمات پشتیبانی، توجه به مسائل بهداشتی و ایمنی، ایجاد شرایط رقابتی و شفاف در بازار گردشگری سلامت و پدیده محوری شامل زیرساخت‌های درمانی و گردشگری، متخصصان چندمنظوره و خلاق، جذابیت بصری و هنری، توجه و اهمیت به مسائل خیرخواهانه و زیست‌محیطی، مقوله‌های راهبردی شامل استراتژی توسعه هدفمند و متمرکز، برندسازی و بازاریابی جهانی، تحلیل جامع بازار هدف، تعریف استراتژی برند متمایز، توسعه گردشگری سلامت تلفیقی، توسعه کالا و خدمات متمرکز، ارتباطات بازاریابی هدفمند، تمرکز بر تجربه مشتری، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، توسعه روابط و همکاری‌ها، نظارت و ارزیابی مستمر، طراحی تجربه فراگیر و فردی سازی شده و مقوله‌های زمینه‌ای شامل تحقیق و توسعه نوآورانه، مشارکت و حاکمیت محلی، توانمندسازی و مشارکت بیماران، اکوسیستم نوآورانه و پویا، اقتصاد گردشگری سلامت چرخشی، مقوله‌های مداخله-گر شامل حکمرانی و سیاست‌گذاری کارآمد، ظرفیت‌سازی منابع انسانی، مدیریت ریسک و ایمنی گردشگران، توجه مسئولیت اجتماعی و پایداری و مقوله‌های پیامدی شامل بهبود سلامت و بهزیستی گردشگران، افزایش توان رقابتی مقصد گردشگری سلامت، ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی، ارتقای سطح دانش و نوآوری در صنعت سلامت، بهبود تصویر و جایگاه بین‌المللی، تقویت پیوندهای فرهنگی و اجتماعی، افزایش درآمدهای مالیاتی و ارزآوری، تحقق اهداف توسعه پایدار است. با توجه به این که موضوع گردشگری سلامت به عنوان یکی از حوزه‌های پویا و در حال رشد در صنعت گردشگری، نیازمند توجه ویژه به ارتقای زیرساخت‌ها و ارائه خدمات با کیفیت بالا است در راستای شناسایی و به کارگیری از مقوله‌های شناسایی شده در این پژوهش می‌تواند به حداکثرسازی منفعت آنان منجر گردد. مسئولین صنعت گردشگری بایستی به زیرساخت‌های هوشمند یکپارچه‌سازی از جمله ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی منسجم برای مدیریت یکپارچه خدمات درمانی و گردشگری، به کارگیری فناوری‌های نوین از جمله اینترنت‌اشیاء، هوش مصنوعی و تحلیل داده، گسترش شبکه‌های ارتباطی پرسرعت و پایدار جهت دسترسی آسان به خدمات توجه ویژه‌ای داشته باشند. جهت افزایش منفعت گردشگران سلامت متصدیان این صنعت می‌تواند در راستای

ارتقای ایمنی استانداردهای بین‌المللی را اجرا نمایند. آن‌ها می‌توانند با کسب گواهینامه‌های معتبر جهانی در حوزه‌های بهداشت، درمان و گردشگری و همچنین از طریق ارتقای سطح ایمنی و بهداشت در تاسیسات و خدمات درمانی و گردشگری بدین هدف والا دست یابند. مسئولین این صنعت بایستی برنامه‌ریزی برای آموزش و توانمندسازی کارکنان داشته باشند تا خدماتی با کیفیت جهانی بتوانند ارائه دهند. یکی از موارد بسیار با اهمیتی که بایستی در این صنعت مورد توجه قرار بگیرد ایجاد تجربه فراگیر و شخصی‌سازی شده است که این امر مهم از طریق طراحی خدمات و تجربیات گردشگری- درمانی منحصربه‌فرد و متمایز، بکارگیری رویکردهای تجربه‌محور و یکپارچه‌سازی آنلاین- آفلاین و ارائه خدمات سفری سازی شده مبتنی بر نیازها و ترجیحات گردشگران قابل اجرا می‌باشد. مدیران این صنعت بایستی به توسعه اقتصاد چرخشی و نوآورانه توجه ویژه داشته باشند و با ارائه مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه، ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و حمایت از شرکت‌های نوپا و خلاق، ایجاد زنجیره‌های ارزش محلی و بین‌المللی در صنعت خدمات سلامت به حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت دست یابند. مسئولین این صنعت بایستی به فکر ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی باشند و این از طریق اجرای برنامه‌های دوستدار محیط‌زیست در مراکز درمانی و گردشگری، مشارکت در پروژه‌های خیرخواهانه و توسعه اجتماعات محلی و ترویج رفتار اخلاقی و مسئولانه در ارائه خدمات به گردشگران قابل تحقق است. مسئولین این صنعت بایستی در برنامه‌ریزی‌های این صنعت به بهبود وضعیت حمل‌ونقل (مثل ایجاد حمل‌ونقل عمومی کارآمد و در دسترس، تسهیل حرکت گردشگران، کاهش آلودگی و ترافیک)، ارتقای اقامتگاه‌ها (بهبود کیفیت هتل‌ها، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سایر امکان اقامتی) بهبود خدمات رفاهی، توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (گسترش پوشش شبکه‌های ارتباطی، اینترنت پرسرعت و خدمات دیجیتال) پایداری محیطی توجه شایانی داشته باشند همچنین برنامه‌ریزی دقیق و مسنجمی برای توسعه گردشگری در نظر بگیرند. برای داشتن این نوع برنامه نیاز به تدوین برنامه‌های راهبردی، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری، اولویت‌بندی توسعه، تامین بودجه کافی است. مسئولین این صنعت بایستی برنامه‌های تقویت همکاری بین‌المللی و بازاریابی گردشگری از جمله ایجاد ارتباطات بین‌المللی، بهبود تبلیغات و بازاریابی، استفاده از ظرفیت‌های فناوری و ارتقای برندسازی گردشگری در نظر

داشته باشند. در مجموع اجرای این پیشنهادات می‌تواند به طور چشم‌گیری به بهبود سلامت و بهزیستی گردشگران، افزایش توان رقابتی مقصد گردشگری سلامت، ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی، ارتقای سطح دانش و نوآوری در صنعت سلامت، بهبود تصویر و جایگاه بین‌المللی، تقویت پیوندهای فرهنگی و اجتماعی، افزایش درآمدهای مالیاتی و ارزی و تحقق اهداف توسعه پایدار و ارتقای صنعت گردشگری کشور کمک نماید مدیران مسئولان باید با رویکرد جامع و همه‌جانبه این راهکارها را در برنامه‌های خود لحاظ نمایند.

حمایت و قدردانی

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی است که با حمایت مالی حوزه معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه محقق اردبیلی اجرا گردیده است.

منابع فارسی

- باقری، علی؛ روستا، علیرضا؛ فروزنده، لطف‌الله؛ آسایش، فرزاد. (۱۴۰۲). مدل بازاریابی گردشگری سلامت (مورد مطالعه: شهر تهران)، مجله گردشگری فرهنگ، ۴(۱۳)، ۴۶-۶۱.
- فراستخواه، مقصود. (۱۴۰۰). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه‌ی پایه (گراند‌تئوری GTM)، انتشارات آگاه.
- سیف الهی ناصر، نقوی سیدعلی (۱۴۰۱). شبیه‌سازی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران پزشکی با رویکرد مدل‌سازی مبنا عامل (مطالعه موردی: بیمارستان‌های شهر یزد). بیمارستان. ۱۴۰۱؛ ۲۱ (۴): ۵۷-۶۶.

References

- Bagheri, A., Rousta, A., Forozandeh, L., & Asayesh, F. (2023). Marketing Model of Health Tourism (Case Study: The City of Tehran). *Tourism of Culture*, 4(13), 46-61. (In Persian)
- Brace, O., Garrido-Cumbrera, M., & García-Marín, R. (2023). Approaches to health tourism from the geography. Definition and study field. *Cuadernos de Turismo*, (51), 429-432.
- Büyüközkan, G., Mukul, E., & Kongar, E. (2021). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100929.
- Creswell J. (2007) Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches, sage, 3ed.
- Farasatkah, Maqsood. (2022). Qualitative research method in social sciences with an emphasis on the basic theory (GTM grand theory), Agah Publications. (In Persian)

- Figueiredo, N., Abrantes, J. L., & Costa, S. (2024). Mapping the Sustainable Development in Health Tourism: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 16(5), 1901.
- Ghosh, T., & Mandal, S. (2019). Medical tourism experience: Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of travel research*, 58(8), 1288-1301.
- Guba, E.G, Lincolne, Y.S. (1989). *Forth generation evaluation*. Newbury park, CA: sage.
- Hei, Q.M., Xiang, Y.Y., (2020). *Hlll th Trrr immSciccc.. ee ll 's Miii ll Publishing House*, Beijing, China.
- Jiang, L., Wu, H., & Song, Y. (2022). Diversified demand for health tourism matters: From a perspective of the intra-industry trade. *social science & Medicine*, 293, 114630.
- Kim, H. L., & Hyun, S. S. (2022). The future of medical tourism for individuals' health and well-being: a case study of the relationship improvement between the UAE (United Arab Emirates) and South Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5735.
- Li, L., Ragavan, N. A., Patwary, A. K., & Baijun, W. (2022). Measuring patients' satisfaction toward health tourism in Malaysia through hospital environment, nutritional advice, and perceived value: A study on Chinese exchange students. *Frontiers in public health*, 10, 893439.
- Liao, C., Lin, Y., Li, Z., & Zhan, X. (2023). Exploring the relationship between different types of reference group influence and young consumers' health tourism intention. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100649.
- Lukjanova, J., & Odinokova, T. (2020). Innovations as the main challenge in the field of health tourism in Latvia. *Access to science, business, innovation in digital economy*, ACCESS Press, 1(1), 39-52.
- Meyliyev, A. (2024). Organization of health tourism. *Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science*, 2(6), 579-582.
- Park, S. Y., & Jamieson, W. (2009). Developing a tourism destination monitoring system: A case of the Hawaii tourism dashboard. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(1), 39-57.
- Pessot, E., Spoladore, D., Zangiacomì, A., & Sacco, M. (2021). Natural resources in health tourism: a systematic literature review. *Sustainability*, 13(5), 2661.
- Pjanić, M. (2019). Economic effects of tourism on the World economy. 4th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era (pp.291-305) DOI:10.31410/tmt.2019.291

- Ratnasari, R. T., Gunawan, S., Pitchay, A. A., & Mohd Salleh, M. C. (2022). Sustainable medical tourism: Investigating health-care travel in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Healthcare Management*, 15(3), 220-229.
- Rudawska, I. (Ed.). (2009). *Ułhiii w oooooooooœ yynjjjjj*, Warszawa: PWE.
- Shabankareh, M., Nazarian, A., Golestaneh, M. H., & Dalouchi, F. (2023). Health tourism and government supports. *International Journal of Emerging Markets*.
- Seifollahi N, Naghavi S A. (2023). Simulating the Effect of Advertising on the Attraction of Medical Tourists with a Factor-Based Modeling Approach (Case Study: Yazd Hospitals). *jhosp* 2023; 21(4):57-66. Doi:20.1001.1.20081928.1401. 21.4.6.4. (In Persian)
- Szymańska, E. (2015). Construction of the model of health tourism innovativeness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 1008-1014.
- Torkzadeh, L., Jalilian, H., Zolfagharian, M., Torkzadeh, H., Bakhshi, M., & Khodayari-Zarnaq, R. (2024). Market segmentation in the health tourism industry: A systematic review of approach and criteria. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(1), 69-88.
- UNWTO. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Available online: <https://www.unwto.org/> (accessed on 14 August 2023).
- Zhang, B., Xu, C., & Liu, J. (2023). Research on Influencing Factors of Chinese Medicine Health Tourism Choice Intention of Tourists Based on ETPB Theory. *he International Conference on Economic Management and Model Engineering*, 699- 706.
- Zhong, L., Sun, S., Law, R., Li, X., & Deng, B. (2023). Health tourism in China: a 40-year bibliometric analysis. *Tourism Review*, 78(1), 203-217.