

## چکیده


پدیده ای به نام گردشگری درمانی و گردشگری پزشکی امروزه از رو به رشد ترین بخش های صنعت گردشگری در جهان است و به صورت یکی از صنایع جذاب در زمینه های اقتصادی، اشتغال زایی، معرفی فرهنگها و حتی ایجاد منافع سیاسی برای کشورها مطرح می باشد. کشورها در رقابت سخت می کوشند تا از حجم پولی که به واسطه جهانگردان دنیا جابجا می شود سهمی بدست آورند بنا براین طرح این مسئله که ایران با دارا بودن ظرفیت های بالقوه و بالفعل در زمینه گردشگری و نیز پزشکی و درمانی، می تواند با استفاده مطلوب از این ظرفیت ها، به یکی از قطب های گردشگری درمانی آسیا تبدیل شود، بیان می گردد. اما تاکنون این حوزه کسب و کار در ایران به صورت منسجم و نظام یافته شکل نگرفته است.

این ضرورت ما را بر آن داشت تا به منظور بررسی دقیق تر موضوع، پژوهشی با عنوان استراتژی رقابتی (بر اساس مدل استراتژی های رقابتی عمومی پورتر) در توریست درمانی به انجام برسانیم. قلمرو پژوهش بیمارستان ها و مراکز درمانی و جامعه آماری شامل توریستهایی است که جهت درمان به کشور ایران مهاجرت نموده، در نظر گرفته شد. این تحقیق جزء تحقیقات توصیفی با جنبه کاربردی است و اطلاعات مورد نیاز آن از طریق مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه و پرسشنامه بدست آمده است و پس از تأیید کیفی آن، نسبت به جمع آوری اطلاعات مربوط به نمونه های مورد نظر اقدام شد. با توجه به تجزیه و تحلیل اطلاعات و نتایج آزمودنی آن با استفاده از آماره های فراوانی و آزمون آماری تی تست تک متغیره به بررسی پرداخته و می توان نتیجه گرفت می توان از استراتژی های عمومی رقابتی پورتر (استراتژی هزینه کمتر و استراتژی تمایز) دز جذب توریست درمانی استفاده نمود و با راهی چون ارتقاء استانداردها، بهبود روابط با مشتری، آموزش فرهنگ و مهارت هایی موکد بر کیفیت، خدمات مشتری و توسعه محصول بر پایه استراتژی تمایز و کنترل هزینه قابلیت های خاص ایجاد و تقویت نمود در حال حاضر سهم ایران از صنعت گردشگری درمانی چشمگیر نبوده و در این راستا، عامل سیاسی بزرگترین نقطه ضعف ایران و وجود نیروی انسانی متبحر و قابل رقابت در سطح جهانی در زمینه پزشکی و درمانی مهمترین نقطه قوت کشور است و نیز بزرگترین تهدید ایران رقابتی آسیایی آن هستند

که بسیار فعال در حال پیشروی بوده و مهمترین فرصت کشور وجود کشورهای اسلامی و ثروتمند منطقه و امکان جذب گردشگران درمانی آنها به ایران می باشد.

کلید واژه ها :

استراتژی های رقابتی \_ توریست درمانی



فصل اول:  
طرح تحقیق

## فصل اول - کلیات تحقیق

### ۱-۱ مقدمه :

جهانگردی بزرگترین تحرک اجتماعی انسان در طول تاریخ است، از نظر کسب درآمد تا سال ۲۰۲۰ در رأس تمام فعالیتها قرار خواهد گرفت. فعالیتی است که منشاء عمیقترین اثرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد اثرات تخریبی زیست محیطی نداشته و فاقد خصلت استهلاکی است منبع لایزال و تمام نشدنی، که به عنوان صادرات نامرئی کشورها مطرح گردیده است.

استفاده از منابع طبیعی جهت تقویت روح و روان جایگاه ویژه‌ای در سلامتی انسانها دارد. بطوری که در برنامه‌ریزی شهرهای توسعه یافته، جهات‌گذراندن اوقات فراغت ساکنین، مناطقی تأسیس و راه اندازانی می‌گردد. از لحاظ جاذبه‌های طبیعی ( همانند یادمانه‌های تاریخی) ایران جزء پنج کشور اول جهان است و با بهره‌گیری از آب و هوای سالم شهر، چشم‌اندازهای بی‌نظیر طبیعی، کوه‌ها، چشمه‌ها، شیب‌ها و... و در صورت سرمایه‌گذاری‌های مناسب، رعایت اصول بهداشتی و امنیتی می‌توان توریسم طبیعی و درمانی را در آنها رونق بخشید. ( یگانه، ۱۱، ۱۳۸۵)

از طرف دیگر با توجه به امکانات تخصصی و بالقوه کشور ایران، توریسم درمانی را می‌توان توسعه داد و از آن طریق منابعی را به کشور هدایت نمود با توجه به ارتباط توریست درمانی به سازمانهای مختلف توریست درمانی را می‌توان به عنوان امری بین دستگاہی دانست که به علت داشتن متولیان متعدد نیاز به هماهنگی بیشتر دارد. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت امور خارجه و وزارت رفاه از جمله دستگاہهایی هستند که با توجه به حوزه اختیارات خود هر کدام به نوعی در این موضوع تصمیم گیرنده محسوب می شوند. جهت هماهنگی بیشتر شورای سیاستگذاری گردشگری سلامت در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با ریاست معاون گردشگری سازمان مشغول به فعالیت است. این کمیته با حضور نمایندگان تام‌الاختیار سازمان رفاه تامین اجتماعی، وزارت بهداشت، معاونت گردشگری، مدیرکل دفتر طرح های توسعه و سرمایه گذاری، دبیر ستاد گردشگری سلامت (توریسم درمانی)،

سرپرست دفتر بازاریابی و تبلیغات، عضو و نماینده رئیس و مدیرکل تجهیز منابع و بودجه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تشکیل شده است. و جهت کسب درآمدهای ارزی برای کشور از طریق ارائه خدمات پزشکی به گردشگران، مشغول برنامه ریزی و هماهنگی با وزارتخانه مختلف هستند.

وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای توسعه توریسم درمانی نیز برنامه هایی در نظر دارد که هنوز در مرحله تصویب در ساختار داخلی وزارتخانه و رایزنی با دستگاه های دیگر است. تهیه طرح جامع توریسم درمانی کشور یکی از این برنامه هاست که هنوز به نتیجه نهایی نرسیده است. فلذا تلاش برای جذب بیماران، فراهم شدن مقدمات ورود بیمار به ایران، نظارت بر مراکز درمانی و جمع آوری آمار بیماران از جمله جزئیات این طرح وزارت بهداشت است. در صورت نهایی شدن طرح، بیمارستان ها و مراکز درمانی که بیماران خارجی را درمان می کنند موظف می شوند که مشخصات بیمار را به وزارت بهداشت اعلام کنند. براساس این طرح بیمارستان ها و موسسات درمانی فعال در این امر، باید در زمره بیمارستان های درجه یک باشند و مجموعه ای از سرویس های مناسب درمانی را نیز ارائه دهند. پس از اجرای این طرح، مجموعه ای از بیمارستان ها و مراکز درمانی که دارای شرایط پذیرش بیمار خارجی باشند به بیماران خارجی معرفی می شوند. یکی دیگر از برنامه های در دست اقدام در وزارت بهداشت، صدور ویزای درمانی بوده است که در صورت موافقت وزارت امور خارجه با صدور آن، امتیازاتی برای افراد دریافت کننده این ویزا در نظر گرفته می شود. صدور سریعتر ویزا، و طی تشریفات قانونی فرودگاه در زمان کمتر از جمله امتیازات این ویزاست به نقل از:

[WWW.ebtekarnews.com](http://WWW.ebtekarnews.com)

با توجه به مطالب یاد شده محقق در این بررسی قصد دارد استراتژی های رقابتی در جذب توریست درمانی را زیر زره بین پژوهشی برده تا از آن طریق مشکلات و نارسایی های مربوط به جذب توریستهایی که جهت درمان به ایران مراجعه می کنند، مورد شناسایی قرار گرفته و مشکلات آنها هر چه بیشتر شفاف تر شوند. باشد که نتایج حاصل شده مورد استفاده محققان و دستگاههای مربوطه قرار گیرد

## ۱-۲ تعریف موضوع :

در این پژوهش پس از شرح مدل های مرسوم پیرامون استراتژی رقابتی با توجه به معیارهای ارائه شده در مدل های منتخب، نسبت به شناسایی استراتژی بیمارستانها و مراکز درمانی مورد مطالعه، اقدام می گردد. مباحث نظری با استفاده از منابع کتابخانه ای و پایگاه اطلاعاتی ، و پیاده سازی پروژه با استفاده از جمع آوری داده ها از طریق پرسش نامه و تجزیه و تحلیل آن به دست می آید .

## ۱-۳ بیان مسئله:

گردشگری پدیده‌ای است دیر پا که از زمانهای دور در جوامع انسانی وجود داشته است. لیکن به تدریج مراحل مختلف را گذرانده و به وضعیت اقتصادی ، اجتماعی و فنی امروزی رسیده است. رونق و تکامل آن ناشی از انقلاب تکنولوژیک است که تغییرات چشمگیری را در سطح کشورهای توسعه یافته و سپس در حال توسعه به وجود آورده است. به نحوی که موجب دگرگونی در ساختار اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، و فرهنگی کشورها شده است. جهانگردی نسبت به میزان سرمایه‌گذاری و صرف هزینه‌ها در مقایسه با صنایع دیگر بیشترین در آمد را ایجاد می‌کند در حالی که از اثرات تخریبی زیست محیطی فارغ بوده و منبع تمام نشدنی است. (رافعی ۱۳۸۷)

کشورها در رقابت سخت می‌کوشند تا از ۱۰۰۰ میلیارد دلار حجم پولی که به واسطه جهانگردان دنیا در یک سال جابجا می‌شود سهمی به دست آورند. ایران نیز با توجه به امکانات بالقوه خود می‌تواند به قطب بزرگی از فعالیت گردشگری تبدیل گردد. به نحوی که در آمد حاصل به عنوان وزنه‌ای موثر در اقتصاد بدون نفت مطرح گردد. به این منظور شناسایی، معرفی ، رشد و توسعه نقاط مستعد طبیعی، فرهنگی، نفریحی، و تخصصی می‌تواند راه گشای آن در سطح کشور باشد . با بررسی ظرفیتهای بالای تخصصی پزشکی ، کادر درمان و خدمات پرستاری ، تجهیزات پزشکی، هزینه خدمات و همچنین جاذبه‌های سیاحتی موجود در کشور می‌توان نتیجه گرفت که توریست درمانی و جهانگردی در کشور دارای زمینه‌های مناسب و وسیعی جهت رشد و توسعه است که باید از طریق برنامه‌ریزی مطلوب، توسعه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی آن مورد توجه قرار گیرد و به بهره‌وری بهینه از این

استعداد بالقوه توجه کافی شود. ( گزارش کمیسیون تحقیق مجلس، ۱۳۸۵، ۳) چنانچه اطلاعات موجود نشان می‌دهد سالانه ۴ هزار گردشگر به قصد درمان به ایران سفر می‌کنند. البته این آمار به علت عدم وجود فرآیند آمارگیری مرتب تا ۲۰ هزار نفر مطرح شده است (معاونت امور اجتماعی دفتر بهداشت و درمان کشوری، ۱۳۷۶) [WWW.ebtekarnews.com](http://WWW.ebtekarnews.com)

گروه گردشگری درمانی و بهداشتی امروزه از رو به رشدترین بخش های صنعت گردشگری جهان است که باعث شده سازمان های دست اندرکار و کشورهای علاقمند به توسعه گردشگری توجه خود را به این بخش از صنعت توریسم جلب و برای آن برنامه ریزی کنند. زندگی صنعتی در بیشتر کشورهای دنیا الزاماتی را با خود همراه دارد و نیازهایی را نیز برای مردم جوامع مختلف ایجاد کرده است. امروزه تمایل مردم برای تناسب اندام، استفاده از منابع طبیعی و ویتامین ها، کاهش درد، تسلط بر استرس و افزایش سلامت روح و روان و درمان بیماریهای جسم بسیار چشمگیر است. و دوست دارند برای درمان بیماریهای خود به بهترین و مناسبترین و مجهزترین بیمارستانهای دنیا مراجعه نمایند به همین دلیل است که در نقاط مختلف جهان روش های درمانی با استفاده از تجهیزات پیشرفته و روشهای درمان طبیعی مانند استفاده از چشمه های آب گرم بسیار مورد توجه قرار می گیرد و تمامی اقشار مردم اعم از کم درآمدها و پردرآمدها به سمت این نوع از گردشگری تمایل دارند. علاوه بر جاذبه های طبیعی و روش های درمانی توریسم درمانی موجود در کشور به دلایل اقتصادی نیز جذب توریست در مانی مورد توجه قرار می گیرد، زیرا که صادرات خدمات پزشکی یک اصل شناخته شده برای تقویت ساختار بهداشت و درمان کشورها است. دولت جمهوری اسلامی ایران براساس برنامه ریزی های خود باید تا پایان برنامه چهارم بتواند توسعه ۳۰ درصد از نیازهای درمانی و بهداشتی کشور را از طریق صدور کالا، خدمات پزشکی و توریسم درمانی فراهم کند. علاوه بر نیاز به صدور کالا و خدمات پزشکی درآمد توریسم درمانی نیز می تواند برای کشورها خصوصا کشورهای آسیایی که به حرکت در روند توسعه می اندیشند و سوسه انگیز باشد. این درآمد باعث شده است که برخی کشورهای آسیایی چون سنگاپور، تایلند و هند به طور چشمگیری در حال تبلیغ سرویس های درمانی خود در میان بیماران جهان باشند. درباره گردش مالی حاصل از توریسم درمانی آمار دقیقی وجود ندارد،

اما براساس آمار بهداشت جهانی، سالانه حدود ۵۰ میلیارد دلار، صرف درمان بیماران منطقه در کشورهای اروپایی و آمریکایی می شود که جذب درصدی از این مبلغ می تواند تاثیر چشمگیری در اقتصاد گردشگری کشورهای آسیایی داشته باشد.

مشکلات یاد شده و عوامل موثر دیگر در جذب توریست درمانی، این سوال را در ذهن تداعی می نماید که چه عواملی بیشتر در جذب توریست درمانی به کشور موثر است، پرداختن به این موضوع می تواند پاسخ بسیاری از سوالات مسئولان سازمانهای مختلف را روشن نماید. و هر گونه بی توجهی به این موضوع فرصتهای جذب توریستهای ایران را به خطر می اندازد

#### ۱-۴ اهمیت و ضرورت مسئله :

دولت جمهوری اسلامی ایران براساس برنامه ریزی های خود باید تا پایان برنامه ی چهارم توسعه، میبایستی ۳۰ درصد از نیازهای درمانی و بهداشتی کشور را از طریق صدور کالای خدمات پزشکی و توریسم درمانی فراهم کند. در این قالب، درآمد ناشی از توریسم درمانی می تواند برای کشور ما، ایران که به حرکت در روند توسعه می اندیشد سود آور باشد. برخی کشورهای آسیایی چون سنگاپور، تایلند و هند و ترکیه و حتی کشورهای تازه استقلال یافته حواشی دریای مازندران به طور چشمگیری در حال تبلیغ سرویس های درمانی خود در میان بیماران منطقه و حتی جهان می باشند. براساس آمار بهداشت جهانی، سالانه حدود ۵۰ میلیارد دلار، صرف درمان بیماران منطقه آسیا، در کشورهای اروپایی و آمریکایی می شود که جذب درصدی از این مبلغ در کشور می تواند تاثیر چشمگیری در اقتصاد گردشگری کشور داشته باشد. اما در کشور ایران، به دلیل نبود نظام جامع و هماهنگ توریسم درمانی کشور، و باتوجه به اینکه بیمارستان ها در حال حاضر برنامه خاصی برای جذب بیماران سایر کشورها ندارند، لذا اطلاعات دقیقی از بیماران خارجی که در ایران درمان می شوند، وجود ندارد.

از جمله رقبای ایران در امر توریسم درمانی در منطقه می توان به کشورهای هند، سنگاپور، دبی و اردن اشاره کرد که برای جذب بیماران کشورهای آسیایی مشغول برنامه ریزی هستند. سنگاپور یکی از مقاصد است که بسیاری از بیماران برای انجام جراحی های مهم به آن می اندیشند و هر سال حدود



یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر با اهداف درمانی به این کشور سفر می کنند. جراحی های مهمی مانند قلب باز، روباتیک و سلول های بنیادی در این کشور به طور روزمره در حال انجام است، اما جالب اینجاست که سنگاپور در حال حاضر باید با تایلند، هند و مالزی به رقابت بپردازد زیرا این کشورها با ارائه خدمات مشابه با قیمت های کمتر تهدیدی برای سنگاپور محسوب می شوند. به طور مثال جراحی قلب در سنگاپور هزینه ای بیش از ۱۶ هزار دلار دارد که همین عمل را در هند می توان با نصف این قیمت انجام داد و پیش بینی می شود در آینده ای نزدیک دبی نیز تبدیل به تهدید بزرگی برای این کشور باشد. هند در حال حاضر یکی از کشورهای پیشتاز گردشگری درمانی است و احتمال می رود که تولیدکنندگان بخش خدمات درمانی این کشور و مقامات دولتی در دومین نمایشگاه گردشگری درمانی که در لندن برگزار می شود هندوستان را به عنوان مقصد گردشگری و خدمات درمانی جهان معرفی کنند. بر اساس اعلام مسوولان خدمات درمانی هند، تعداد بیماران خارجی این کشور نسبت به سال گذشته حدود ۷ تا ۹ درصد رشد داشته است. براساس این گزارش ها با رشد ۳۰ درصد سالانه در گردشگری درمانی حدود ۲/۲ بیلیون دلار درآمد حاصل می شود. قیمت ارزان خدمات پزشکی به نسبت دیگر کشورهای منطقه و طبیعت و آثار باستانی و دیدنی و وجود بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی از جمله مزایای ایران برای فعالیت در حوزه توریسم درمانی محسوب شده است. اما به دلیل نبود نظام جامع و هماهنگ توریسم درمانی کشور و باتوجه به اینکه این بیمارستان ها در حال حاضر موظف نیستند تعداد بیماران خود را به وزارت بهداشت گزارش کنند، آمار دقیقی از بیماران خارجی که در ایران درمان می شوند، وجود ندارد. آمار دقیقی از کسانی که به قصد معالجه یا استفاده از مراکز درمانی مانند مراکز آب درمانی به ایران سفر می کنند نیز وجود ندارد، اما به گفته مسوولان معمولاً سالانه ۴ هزار گردشگر از اتباع حاشیه خلیج فارس و عراق، به قصد درمان به شهرهای مختلف ایران سفر می کنند.

به نقل از: [www.ebtekarnews.com](http://www.ebtekarnews.com)

درمان بیماری هایی نظیر ناباروری، جراحی پلاستیک و زیبایی و همچنین کاشت دندان و جراحی لثه، مهمترین جاذبه های درمانی ایران برای خارجی ها است و اکثر مراجعه کنندگان به مراکز درمانی ایران از کشورهای منطقه هستند. و در حال حاضر بیمارستان های میلاد تهران، بنت الهدی مشهد، رضوی

مشهد و نمازی شیراز در امر توریسم درمانی فعال هستند . لازم به ذکر است اکثر بیمارستانهای تهران (دولتی، دانشگاهی، خصوصی) به صورت موردی بیماران اتباع خارجی پذیرش و مدوا می نمایند.

برای توسعه توریسم درمانی در کشور نیاز به توسعه زیرساخت ها و امکانات لازم در این زمینه می- باشد وجود چند سازمان تصمیم گیر درباره ی توریسم درمانی، ضرورت ایجاد یک ساختار و نظام جامع برای توریسم درمانی را ضروری می کند . چرا که هر یک از دستگاه های دست اندرکار در این موضوع دیدگاه ها و مطالباتی دارند، که نبود یک نظام جامع برخی از این دیدگاه ها را دچار تعارض می کند. ([www.aftab.ir.com](http://www.aftab.ir.com))

#### ۱-۵ هدف اصلی تحقیق :

نشان دادن مزیت‌های رقابتی ایران در زمینه جراحی های قلب و عروق و زیبایی، برای برنامه ریزی های درازمدت در دولت

#### ۱-۶ سوالهای فرعی تحقیق :

- ۱- به چه میزان ظرفیتهای بالای تخصصی پزشکی در جذب توریست درمانی موثر است ؟
- ۲- کادر درمان - خدمات پرستاری در بالابردن مزیت رقابتی به چه اندازه در جذب توریست موثر است؟
- ۳- مزیت رقابتی ایران در زمینه تجهیزات پزشکی در جذب توریست درمانی به چه میزان موثر است؟
- ۴- مزیت رقابتی ایران در زمینه هزینه خدمات به چه اندازه در جذب توریست درمانی موثر است؟
- ۵- سیاستهای خارجی - داخلی منظم و مشخص در دولت به چه میزان در ایجاد مزیت رقابتی در صنعت توریست درمانی تاثیر دارد ؟
- ۶- برای یک برنامه ریزی راهبردی الویتهای عوامل موثر در جذب توریسم کدامند؟

## ۷-۱ سابقه تحقیق

موضوع گردشگری سلامت و درمانی، موضوع جدیدی است؛ بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که تاکنون تحقیقات زیادی، در این زمینه، در کشور صورت نگرفته است و سه پایان‌نامه ای که توسط محقق مشاهده و بررسی گردید

عبارتند از:

نوع تحقیق	پایان‌نامه، سال ۱۳۸۶
عنوان تحقیق	راه‌کارهای توسعه گردشگری سلامت با رویکرد گردشگری پزشکی
حیطه موضوعی	گردشگری پزشکی
اهداف تحقیق	شناخت گردشگری سلامت و معرفی الزامات توسعه آن در ایران
روش تحقیق	توصیفی - تحلیلی (مطالعات کتابخانه‌ای جهت جمع‌آوری داده‌ها)
نتایج تحقیق	مطالعه تطبیقی در کشورهای پیشگام در این زمینه و در نهایت ارائه راه‌کارهای توسعه این صنعت در ایران
مشخصات محقق	علی اصغر شالبافیان، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی تیرماه

نوع تحقیق	پایان نامه، بهمن ۱۳۸۷
عنوان تحقیق	شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری درمانی ایران
حیطه موضوعی	گردشگری درمانی
اهداف تحقیق	دسته بندی و اولویت بندی نوع عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری درمانی کشور
روش تحقیق	از نظر هدف کاربردی، از نظر طرح تحقیق توصیفی - پیمایشی
نتایج تحقیق	رسیدن به عوامل مؤثر در توسعه گردشگری درمانی ایران و اولویت بندی آنها در ده رده طبق نظر خبرگان این صنعت
مشخصات محقق	قاسم جعفری، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی
نوع تحقیق	پایان نامه، اسفند ۱۳۸۷
عنوان تحقیق	شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری درمانی ایران
حیطه موضوعی	گردشگری پزشکی
اهداف تحقیق	بررسی و استخراج مدل های کسب و کار گردشگری پزشکی در جهان و تطبیق این مدل ها با شرایط کشور و رسیدن به مدل پیشنهادی کسب و کار گردشگری پزشکی مناسب ایران
روش تحقیق	از نظر هدف کاربردی، از نظر طرح تحقیق توصیفی - پیمایشی
نتایج تحقیق	توصیف دو مدل کسب و کار مورد استفاده در گردشگری پزشکی جهان و معرفی مدل مناسب گردشگری پزشکی ایران که مدل بیمارستانی معرفی شده است و عنوان کردن اولویت های اصلی عوامل موفقیت بیمارستان ها از منظر مدل کسب و کار
مشخصات محقق	محمد رضا رافعی، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی

تعدادی از پایان نامه هایی هم که در خارج از کشور مرتبط با این موضوع کار شده اند مورد بررسی قرار گرفت با عناوین:

#### ۱. گردشگری پزشکی و فرصتهای کارآفرینی آن<sup>۱</sup>

هدف این تحقیق شناسایی مقاصد مورد هدف گردشگران پزشکی در بخش جراحی های غیر زیبایی می باشد. محقق در این راستا به آزمون موضوعات اجتماعی برخاسته از انجام جراحی های غیرزیبایی، با تهیه یک توصیف بازار از گردشگری پزشکی و رابطه آن با فرصتهای کارآفرینی می پردازد.

در این تحقیق کاراکترهای بازار مانند: اندازه بازار، بازیگران اصلی و بازار هدف بررسی می شوند.

در نهایت محقق به تهیه یک نگاه و دید بازاری به صنعت گردشگری پزشکی برای کارآفرینان جدیدی که فرصتهای سرمایه گذاری را در این بخش جستجو می کنند پرداخته است و نیز چگونگی توازن قدرت در بازار میان زیرمجموعه های بخش گردشگری پزشکی مانند: تامین کنندگان، خریداران و رقبا بررسی شده است.

#### ۲. سیاستگذاری و برنامه ریزی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران<sup>۲</sup>

در این تحقیق موارد بررسی شده شامل:

الف: شناسایی دلایل اینکه چرا صنعت توریسم در ایران به طور مناسبی توسعه نیافته است.

---

<sup>۱</sup> Medical tourism and its entrepreneurial opportunities ; sara caballero ; school of business, economics and law, ۲۰۰۶.

<sup>۲</sup> Tourism planning and policy making of Islamic republic of iran; analysis of the four five-year development plans; Roxana faghri – lulea university of technology, ۲۰۰۷.

ب: یافتن راه حل های موثر برای توسعه مستمر صنعت توریسم در ایران در بخش های مدیریت و برنامه ریزی سازمانهای: میراث فرهنگی و گردشگری، وزارت کار و امور اجتماعی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛

ج: بررسی ضعف های ایران در برنامه های توسعه صنعت توریسم پس از جنگ ایران و عراق و چگونگی رفع این ضعف ها؛

د: معرفی راه حل های مناسب برای توسعه توریسم در ایران؛

۳. مطالعه عوامل موثر بر جذب گردشگر درمانی در ایران<sup>۳</sup>

اهداف اصلی این تحقیق بررسی فاکتورهای اثرگذار در جذب گردشگر درمانی در ایران است و به بیان سه معیار اصلی مهم شامل:

الف: بررسی وظایف درست و عملکرد متناسب و همتراز سازمانهای دولتی و مراکز خصوصی درگیر در صنعت توریسم برای جذب توریسم درمانی در ایران؛

ب: بررسی فاکتورهای موثر در آمیخته بازاریابی مناسب برای جذب گردشگر درمانی در ایران؛

ج: شناسایی موقعیت و وضعیت ایران برای جذب توریسم درمانی؛

۴. گردشگری درمانی در اردن و پتانسیل های توسعه ی آن<sup>۴</sup>

در این تحقیق، شناسایی پتانسیل های اردن برای توسعه توریسم درمانی و بررسی مکان های طبیعی - درمانی در اردن مورد بحث قرار گرفته است.

---

<sup>۳</sup> Study of effective factors for attracting medical tourism in Iran, Lulea University of Technology, Kazemi Zahra, ۲۰۰۷

<sup>۴</sup> Curative Tourism in Jordan and its Potential Development, Bournemouth University, Harahsheh, Salem Salameh, United Kingdom ۲۰۰۲,.

همچنین محقق تحلیل گردشگران درمانی از این سایت ها را برای شناسایی مشکلات و شکافهای موجود در این بازار، مورد ارزیابی قرار می دهد و در نتیجه به معرفی مشکلات موجود در راه توسعه این صنعت در اردن می پردازد.

#### ۱-۸ روش شناسی :

##### ۱-۸-۱ روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت و روش از نوع توصیفی - پیمایشی و همبستگی می باشد .

##### ۱-۸-۲ گردآوری داده ها

گردآوری اطلاعات پژوهش با توجه به دو رویکرد صورت گرفته است .

۱. روش کتابخانه ای: استفاده از منابع کتابخانه ای و اینترنتی شامل کتب ، مقالات ، گزارش ها، مستندات ، پایان نامه ها و مطالعات موردی (فارسی و انگلیسی)

۲. روش غیر کتابخانه ای: استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته، جهت درج نظرات مدیران خبره و کارشناسان ، در بررسی میدانی .

##### ۱-۸-۳ جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه توریستهایی است که جهت درمان به کشور ایران مهاجرت نموده و در یکی از بیمارستانهای تهران بستری شده اند .

##### ۱-۸-۴ روش تجزیه و تحلیل

پس از جمع آوری داده های نمونه حاصل از اجرای پرسش نامه و با استفاده از ویرایش هفدهم نرم افزار SPSS عملیات آماری مناسب بر روی آن ها انجام شد . به نحوی که در تجزیه و تحلیل داده ها

در بخش آمار توصیفی ، ابزارها و شیوه هایی چون ترسیم و تنظیم جداول و نمودارهای دایره ای ، هیستوگرام ، جعبه ای ، میله ای و پراکنی ، شاخص های مرکزی ، پراکندگی و تغییرات (میانگین ، انحراف معیار، ضریب چولگی ، ضریب کشیدگی و ...) مورد استفاده قرار گرفت . سپس در خصوص آمار استنباطی ، با استفاده از مفاهیم و تکنیکها یی همانند آزمون های ورگرسیون خطی ساده و چندگانه ، t- student تک نمونه ای ، فریدمن و ویلکاکسون به بررسی و سنجش تفاوت ها در حوزه های مختلف متغیر مستقل پرداخته شد و سوالات پژوهشی به این طریق پاسخ داده شدند.

#### ۹-۱ قلمرو تحقیق

##### ۱-۹-۱ قلمرو محتوایی

این پژوهش به بررسی استراتژیهای رقابتی بر اساس مدل عمومی پورتر می پردازد .

##### ۲-۹-۱ قلمرو مکانی :

قلمرو مکانی پژوهش در این تحقیق بیمارستان های شهر تهران هستند .

##### ۳-۹-۱ قلمرو زمانی

این پژوهش در فاصله بهمن ماه ۱۳۸۸ تا آبان ماه ۱۳۸۹ انجام شده است .

#### ۱۰-۱ محدودیت های تحقیق

۱. محدودیت زمانی شامل محدودیت های ناشی از وجود بازه زمانی تحصیلی و همچنین محدودیت های ناشی از تحولات علمی و اجتماعی . چرا که به موازات سرعت تحولات در دانش بشری ، مطالعات و پژوهش های انجام گرفته نیز مشمول زمان می گردد . بنابراین جمع آوری اطلاعات و مدارک لازم (که بر مبنای اصول ، قواعد ، فرضیات و مدل هاشکل گرفته اند) جهت مطالعه روابط علی و فی مابین پدیده های اجتماعی و طبیعتا نتایج بدست آمده از آنها ، در درجه اول به زمان خاصی بستگی داشته و می تواند با گذشت زمان تغییر نماید



۲. عدم امکان دسترسی آسان به منابع معتبر و شبکه های جهانی به ویژه اینترنت

۳. محدودیت های ناشی از نداشتن بودجه

۴. محدودیت کار در حوزه علوم انسانی (به لحاظ وجود عوامل متعدد و پیچیده که کنترل تمامی آنها با یکدیگر میسر نبوده و بنابراین این تحقیق بدون در نظر گرفتن تاثیر برخی از این عوامل انجام گرفته است)

از جمله عمده ترین محدودیت های این پژوهش به شمار می روند.

## ۱۱-۱ تعریف مفاهیم و واژگان کلیدی

اهم واژگان کلیدی به کار برده شده در پژوهش عبارتند از:

۱. استراتژی های رقابتی، این استراتژی های موقعیتی قابل دفاع در یک صنعت ایجاد می کنند، به نحوی که یک شرکت می تواند از این طریق بر رقبا خود غلبه کند. (اعرابی ۱۳۸۵)

۲. استراتژی های رقابتی پورتر، مایکل پورتر برای غلبه به شرکت های رقیب موجود در یک صنعت، دو نوع استراتژی که آن ها را استراتژی های ژنریک یا عمومی پورتر پیشنهاد می نماید که عبارتند از: هزینه کمتر و متمایز ساختن محصول از این جهت این استراتژی ها را عمومی می نامند که هر شرکت تجاری، از هر نوع و اندازه ای که باشد، حتی سازمان های غیر انتفاعی ممکن است از این استراتژی ها استفاده کنند. شزکت یا واحد تجاری می تواند یک بازار گسترده (متوسط یا انبوه) یا یک بازار محدود (یک بخش خاص از بازار) را انتخاب نماید. زمانی که دو استراتژی مذکور (هزینه کمتر و متمایز) روی یک بخش از بازار متمرکز می شوند آن را استراتژی تمرکز می نامند. منظور از استراتژی تمرکز آن است که شرکت در اجرای استراتژی رقابتی مورد نظر خود تنها بر روی یک یا چند محصول یا بازار هدف تمرکز دارد. منطق این روش بر این اساس بنا شده است که توجه به تعداد محدودی محصول یا بازار هدف، به ارائه سرویس بهتر و دقیق تر خواهد انجامید. (علی احمدی ۱۳۸۴)

### ۳ - گردشگری سلامت<sup>۵</sup>

به مسافرت جهت درمان بیماری های جسمی، استراحت، تمدد اعصاب و... گویند.


### ۴ - گردشگری درمانی<sup>۶</sup>

به مسافرت جهت درمان بیماری ها با استفاده از منابع طبیعی و نیز انجام اعمال پزشکی و جراحی گویند.

---

<sup>۵</sup> Health Tourism

<sup>۶</sup> Curative Tourism



فصل دوم:

مروری بر

ادبیات موضوع

## فصل دوم - مروری بر ادبیات تحقیق

### ۱-۲ بخش اول: گردشگری

#### ۱-۱-۲ مقدمه:

در دنیای امروز، مسافرت‌های بین‌المللی نسبت به سه دهه گذشته بسیار رشد داشته، و از سوی دیگر اهداف این سفرها، تنوع فراوانی یافته است. قرن ۲۱، صده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری است. (نوبخت، ۱۳۸۷، ۷)

افزایش میزان سفرهای بین‌المللی از یک طرف و گسترش انگیزه سفر به مقاصد سنتی و جدید گردشگری از طرف دیگر، دست به دست هم داده و موجب شده‌اند تا روز به روز مفهوم‌های جدیدی ذیل مفهوم وسیع «گردشگری»<sup>۷</sup> آفریده شود؛ مفاهیمی که به ظاهر تنها با اضافه شدن یک واژه به دنبال واژه گردشگری به وجود آمده‌اند: گردشگری جنگ، گردشگری مذهبی، گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری ورزشی، گردشگری سلامت، گردشگری درمانی، گردشگری تفریحی، گردشگری وقایع و....

کشورهایی که برای افزایش درآمد ناخالص ملی به فکر گسترش بازار خدمات افتاده‌اند، بازار گردشگری را به عنوان مهم‌ترین بازار با گردش مالی چشم‌گیر، اشتغال‌زایی مولد و حاشیه سود بالا یافته‌اند.

در حقیقت شهرها و کشورهای مختلف با درک اهمیت صنعت گردشگری در جهت توسعه و شکوفایی کسب و کارهای مولد مرتبط، در پی بهره‌برداری از فرصت‌های بالقوه و بالفعلی هستند که برای جذب مسافران بین‌المللی سودمند باشد.

---

Tourism.<sup>۷</sup>