



ارائه الگوی آموزش در کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران

محمود صوفی: دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
ID احمد مهربان: استادیار، گروه صنایع، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (* نویسنده مسئول) mehrabian.project@gmail.com
حسین دیده خانی: استادیار، گروه صنایع، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
روح الله سمیعی: استادیار، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

چکیده

کلیدواژه‌ها

گردشگری سلامت،
کسب و کار،
الکترونیک

زمینه و هدف: گردشگری از صنایع مهم جهت پایدارسازی درآمدهای مالی در سطح جهان می‌باشد. هدف از انجام تحقیق حاضر ارائه الگوی آموزش در کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران بود.

روش کار: تحقیق حاضر از نوع آمیخته بود که به صورت کیفی-کمی اجرا شد. جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی شامل ۱۴ نفر از خبرگان حوزه گردشگری سلامت و کسب و کارهای الکترونیکی و در بخش کمی شامل خبرگان دانشگاهی، متخصصان حوزه کسب و کار، صاحبان شرکت های موفق در حوزه گردشگری سلامت و متخصصان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بود. که به صورت هدفمند ۱۳۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات در بخش کمی از مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسشنامه محقق ساخته (شامل ۴ بعد مسائل آموزشی، مسائل مهارتی، ایده‌پروری و انتقال دانش) و در بخش کیفی از کدگذاری باز و محوری استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که الگوی آموزشی شناسایی شده در قالب ۴ دسته شامل مسائل آموزشی، ایده پروری، انتقال دانش و مسائل مهارتی دسته بندی شدند و تمامی ابعاد شناسایی شده نقش معناداری در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران دارد. همچنین مشخص شد که مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.
نتیجه گیری: نتایج تحقیق حاضر تایید کننده نقش ابعاد آموزشی در کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت می‌باشد. بنابراین توجه به این ابعاد اهمیت ویژه‌ای دارد.

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت کننده: حامی مالی ندارد.

شیوه استناد به این مقاله:

Soufi M, Mehrabian A, Didekhani H, Samiee R. Providing a Training Model in E-Business in the Field of Health Tourism in Iran. Razi J Med Sci. 2023;29(10):233-242.

*انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با **CC BY-NC-SA 3.0** صورت گرفته است.



Original Article

Providing a Training Model in E-Business in the Field of Health Tourism in Iran

Mahmood Soufi: PhD Student, Department of Entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Ahmad Mehrabian: Assistant Professor, Department of Industrial, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran (* Corresponding author) mehrabian.project@gmail.com

Hosein Didekhani: Assistant Professor, Department of Industrial, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Rohallah Samiee: Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Abstract

Background & Aims: Tourism is one of the most important industries to stabilize financial revenues worldwide (1). The use of tourism capacities to develop the financial issues of countries has led to extensive efforts by countries to develop tourism, which has paved the way for the development of tourism infrastructure (2). The tourism industry as an invisible export, if well planned and managed, is the most lucrative and most lucrative industry and contributes significantly to job creation due to the widespread dimensions of unemployment, wealth distribution, regional imbalances, poverty reduction. Improves the living standards and livelihoods of community members and plays positive cultural interactions (3). Tourism capacities have led to it being mentioned as a solution for the development of communities (4).

The importance of tourism is so great that various researches have been done in this field and different results have been obtained, including: Nathan et al. (2019) examined the role of mass media in the ecotourism industry and concluded that the expansion of mass media has led to the creation of a global village today, which has made it possible to market through these media. In order to expand the tourism industry, we will witness nature tourism (11). Barari et al. (2016) analyzed the economic effects of urban tourism from the perspective of citizens (Case study: Babolsar city) and found that there is a significant relationship between tourism and economic development variables (12).

So Considering the importance of tourism and especially health tourism on economic and regional development on the one hand and the importance of the role of information technology and especially e-business in the new era on the other hand and since the truth about the correct education model in the field E-business is not done The researcher is trying to answer the question whether education in e-business in the field of health tourism in Iran follows a suitable pattern or not?

Methods: The present study is one of the mixed researches that was conducted qualitatively and quantitatively. Considering that the qualitative part of the present research was carried out in the first stage and then the quantitative part, so the present research is one of the exploratory researches in the mixed part. In the qualitative part of the research, the qualitative method of directional content analysis was used. Also, the present research is field in terms of implementation. Given that the results of the present study will be used by e-businesses, so it was an applied research.

The statistical population of the present study in the qualitative part included experts in the field of health tourism and e-business and in the quantitative part of the statistical population included academic experts, business experts, owners of successful companies in the field of health tourism and specialists in the field of information and communication technology.

Keywords

Health tourism,
Business,
Electronics

Received: 05/11/2022

Published: 02/01/2023

In the qualitative part by snowball method, 14 people and in the quantitative part by targeted sampling method, 130 people, including 40 academic experts, 30 business specialists, 30 owners of successful companies in the field of tourism. Health and 30 ICT specialists were selected as a statistical sample

In the qualitative part of the research, reliability (validity), transferability and verifiability were used to check the validity. Descriptive and inferential statistics were also used in the quantitative part of the research. In the descriptive statistics section, the mean and standard deviation were used and to validate the model and present the final model, the statistical method of structural equations was used. The whole process of data analysis was performed in SPSS and PLS software.

Results: Open coding of education dimensions in the e-business model in the field of health tourism in Iran led to the identification of 16 primary indicators. After this stage, axial coding was performed and the categories of educational issues, idea generation, knowledge transfer and skill issues with unique features were extracted and educational dimensions were categorized in the form of these 4 categories. It was also found that all the relationships in the research model were confirmed (table 2). The results of the present study showed that all the identified dimensions have a significant role in the e-business model in the field of health tourism in Iran. Finally, the research model has a good fit.

Conclusion: The results of the present study showed that the identified model was categorized into 4 categories of educational issues, idea generation, knowledge transfer and skill issues. It was also found that the research model has a good fit. In this regard Taghizadeh et al. (2011) pointed out that the development of medical tourism requires attention to educational aspects and knowledge promotion in this field (8). In another study in this regard, Radovich and Nola (2018) also found that paying attention to educational aspects in order to promote businesses related to health tourism can lead to the promotion of these businesses and improve the position of health tourism in communities (14). These results are consistent with the findings of the present study. Also, in another study in this field, Abadi et al. (2018) in a study that was conducted with the aim of strategically examining the development of medical tourism using the SWOT method, found that the strategic situation of medical tourism development in Yazd is in an aggressive state. They pointed out that the growth of awareness about this type of tourism puts the strategic position of this type of tourism in an aggressive position (15). Wang (2016) in a study aimed at developing Internet marketing strategies in the use of medical tourism, showed that the use of Internet marketing methods to develop medical tourism, while improving awareness and familiarity with medical purposes, causes To the path of growth and development of this type of tourism with a higher intensity (16). In general, the results of the present study showed that the four dimensions of educational issues, skills issues, idea generation and knowledge transfer in the field of education in e-business are effective in the Iranian tourism industry. On the other hand, it was found that the research model has a good fit, which all confirms the role of educational aspects in e-business in the field of health tourism. Therefore, paying attention to these dimensions is of special importance.

Conflicts of interest: None

Funding: None

Cite this article as:

Soufi M, Mehrabian A, Didekhani H, Samiee R. Providing a Training Model in E-Business in the Field of Health Tourism in Iran. Razi J Med Sci. 2023;29(10):233-242.

*This work is published under CC BY-NC-SA 3.0 licence.

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع مهم جهت پایداری درآمدهای مالی در سطح جهان می‌باشد (۱). استفاده از ظرفیت‌های گردشگری جهت توسعه مسائل مالی کشورها باعث شده تا تلاش‌های گسترده‌ای از سوی کشورها جهت توسعه گردشگری انجام شود که این مساله زمینه بروز زیرساخت‌های گردشگری را فراهم نموده است (۲). صنعت گردشگری به عنوان صادرات نامرئی، چنانچه خوب برنامه‌ریزی و هدایت شود درآمدزاترین و ارزآورترین صنعت است و سهم بسزایی در ایجاد فرصت‌های شغلی با توجه به ابعاد گسترده بیکاری، توزیع ثروت، رفع بی‌تعادلی‌های منطقه‌ای، کاهش فقر، ارتقاء سطح زندگی و معیشت افراد جامعه و تعاملات مثبت فرهنگی ایفا می‌کند (۳). ظرفیت‌های گردشگری باعث شده تا از آن به عنوان یک راهکار در جهت توسعه جوامع یاد شود (۴). گردشگری، با ایجاد تبادلات فرهنگی و اجتماعی میان ملل مختلف مورد توجه می‌باشد و فرصت‌های مناسبی برای ورود به عرصه تجارت بین‌المللی، فارغ از سطح توسعه یافتگی کشورها فراهم می‌آورد. امروزه گردشگری سلامت به منظور بهره‌گیری از فواید پزشکی و تاثیرات جسمی و روانی مناطق خاص مورد توجه گردشگران قرار گرفته است (۵). در کشورهای توسعه یافته به علت هزینه‌های بالا و زمان انتظار طولانی برای درمان، مسافرت به کشورهای کمتر توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است (۶).

اهمیت موضوع به اندازه‌ای است که کشورهای مختلف به صنعت توریسم سلامت روی آورده‌اند. بطوریکه از جمله کشورهای موفق در زمینه توریسم سلامت در آسیا می‌توان به هند، تایلند، ترکیه و سنگاپور اشاره کرد، این کشورها به دلیل دارا بودن مزیت‌های رقابتی و با برنامه ریزی‌های لازم برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز برای گسترش این صنعت در این زمینه پیشرو بوده‌اند. ایران نیز با توجه به مزیت‌های بالقوه از جمله نیروی انسانی متخصص، تجهیزات پیشرفته پزشکی و عوامل طبیعی مناسب و... می‌تواند در راستای رفع مشکلات این صنعت اقدام کند. با این حال در ایران با برخی مشکلات از جمله تحریم‌های شورای امنیت علیه ایران، وجود ذهنیت منفی نسبت به ایران در سطح بین‌الملل، نبودن زیرساخت‌های لازم، عدم هماهنگی

سازمان‌های مسئول، عدم وجود سیستم ثبت اطلاعات ورود گردشگران و اطلاعات مربوط به آن‌ها روبرو هستیم (۶). علی‌رغم موارد فوق ایران به دلیل دارا بودن چشمه‌های آب معدنی در اکثر استان‌های کشور، مناطق کویری در قم، بخش‌های پزشکی ناباروری در یزد، دندانپزشکی، مراکز دیالیز و انواع جراحی‌ها در مشهد و تهران و مرکز تخصصی توریسم سلامت در رشت و توانمندی‌هایی همچون داروهای نو ترکیبی، سلول‌های بنیادین، هزینه کم پزشکی نسبت به کشورهای اروپایی و آمریکایی، هزینه کم اقامتی نسبت به منطقه، وجود اشتراکات دینی و پتانسیل‌های طبیعی همچون تنوع اقلیمی بعنوان کشوری چهار فصل، لجن درمانی، ماسه درمانی، گل فشانها و دیگر جاذبه‌های طبیعی که پتانسیل لازم را در زمینه گردشگری درمانی دارای ظرفیت‌های متعددی جهت پذیرش توریسم پزشکی می‌باشد (۷). اما توسعه این حوزه از گردشگری آنطور که باید و شاید مورد توجه نهادهای متولی امر قرار نگرفته است و به تبع آن در سطح کسب و کار نیز مجموعه‌های خصوصی و موفق پای‌نگرفته است (۸). زیرا صنعت گردشگری در ایران تابع اصول و قواعد کسب و کار سنتی بوده و از کارایی لازم برای خلق ارزش افزوده (مالی و غیرمالی) برای نقش‌آفرینان این صنعت اعم از گردشگران و صاحبان کسب و کارهای گردشگری برخوردار نیست (۹). دلیل عمده این نقصان عدم وجود سیستم مدیریت مقاصد برای بهینه‌سازی زنجیره ارزش مصرف‌کننده در صنعت گردشگری می‌باشد که به تبع آن عموم کسب و کارهای گردشگری ایجاد شده فاقد کارایی لازم برای خلق ارزش افزوده می‌باشند. در همین رابطه بر اساس آخرین گزارش سازمان جهانی گردشگری ملل متحد، تعداد گردشگران بین‌المللی ایران از ۲۳۷/۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ به ۹۴۲/۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶، کاهشی ۶/۵ درصدی داشته که این آمار بیان‌گر عدم کارایی سازمان‌های درگیر در مدیریت و بازاریابی مقاصد گردشگری در ایران می‌باشد (۱۰).

اهمیت گردشگری به اندازه‌ای است که تحقیقات مختلفی هم در این زمینه انجام شده است. از جمله ناتان و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی نقش رسانه‌های جمعی بر صنعت توریسم طبیعت گردی پرداخته و نتیجه گرفتند که گسترش رسانه‌های جمعی سبب

روش کار

تحقیق حاضر از جمله تحقیقات آمیخته می‌باشد که به صورت کیفی و کمی اجرا شد. با توجه به اینکه بخش کیفی تحقیق حاضر در مرحله اول اجرا و سپس بخش کمی اجرا شد، لذا تحقیق حاضر از جمله تحقیقات اکتشافی در بخش آمیخته می‌باشد. در بخش کیفی تحقیق از روش کیفی تحلیل محتوا جهت دار استفاده شد. همچنین تحقیق حاضر از نظر نحوه اجرا، میدانی می‌باشد. با توجه به اینکه نتایج تحقیق حاضر مورد استفاده کسب و کارهای الکترونیکی قرار خواهد گرفت، لذا از نوع تحقیقات کاربردی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی شامل خبرگان حوزه گردشگری سلامت و کسب و کارهای الکترونیکی بود که با روش گلوله برفی تعداد ۱۴ نفر به عنوان نمونه در بخش کیفی انتخاب شدند. در بخش کمی جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی، متخصصان حوزه کسب و کار، صاحبان شرکت‌های موفق در حوزه گردشگری سلامت و متخصصان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بود. که به روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۳۰ نفر شامل ۴۰ نفر از خبرگان دانشگاهی، ۳۰ نفر از متخصصان حوزه کسب و کار، ۳۰ نفر از صاحبان شرکت‌های موفق در حوزه گردشگری سلامت و ۳۰ نفر متخصصان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در پایان پس از پخش ۱۳۰ پرسشنامه در میان افراد نمونه، ۱۱۷ پرسشنامه تکمیل شده و صحیح مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت (جدول ۱). همچنین ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر، مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسشنامه محقق ساخته بود. این پرسشنامه شامل ۱۶ سوال بود که به بررسی ابعاد (مسائل آموزشی، مسائل مهارتی، ایده‌پروری و انتقال دانش (هر بعد ۴ سوال) در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران پرداخت. همچنین روایی محتوا نشان داد که عناصر مورد سنجش توانایی اندازه‌گیری مفهوم مورد نظر را دارند. در نتیجه اشکالات ساختاری آن شناسایی و اصلاحات لازم جهت برآورده ساختن روایی ظاهری صورت گرفت. همچنین میزان پایایی این پرسشنامه

گردیده است تا امروزه شاهد ایجاد دهکده جهانی باشیم که این مساله باعث شده تا بتوان از طریق این رسانه‌ها بازاریابی در جهت گسترش صنعت توریسم طبیعت گردی را شاهد باشیم (۱۱). براری و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری شهری از دیدگاه شهروندان (مطالعه موردی: شهر بابلسر)، پرداخته و پی بردند که بین متغیر گردشگری و متغیرهای توسعه اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اهمیت گردشگری روش‌های مختلفی برای بهره بردن به بهترین نحو از این صنعت مورد استفاده قرار گرفته است. بطوریکه استفاده از ظرفیت‌های گردشگری در مسیر توسعه کسب و کار می‌تواند به ارتقا وضعیت اقتصادی جوامع نیز منجر گردد. یکی از انواع کسب و کار در شرایط فعلی، کسب و کارهای الکترونیک می‌باشد (۱۲)

در همین رابطه رشد روزافزون فناوری بخصوص فن‌آوری اطلاعات IT در جهان، موانع و مشکلات زمانی و مکانی مربوط به امور تجاری را کاهش داده است. از تجارت الکترونیک در فرآیندهای صادراتی استقبال گسترده‌ای شده است کم دلار از حجم تجارت خارج شده و این فرآیند به جای آن نقش کلیدی ایفا کرده است. استفاده از ظرفیت‌های تجارت الکترونیک به واسطه فواید بیشمار خود موجب شده تا امروزه تغییرات شگرفی بر اقتصاد جهانی به خصوص توسعه کسب و کارهای الکترونیک داشته باشد (۱۱). کسب و کارهای الکترونیک به واسطه کاهش افزایش سرعت فرایندها توانسته است تا فعالیت‌های تجاری بین‌المللی را به صورت مناسب تری تسهیل نماید (۱۳).

با توجه به اهمیت گردشگری و مخصوصاً گردشگری سلامت بر توسعه اقتصادی و منطقه‌ای از یک طرف و اهمیت نقش فن‌آوری اطلاعات و مخصوصاً کسب و کارهای الکترونیک در عصر جدید از طرف دیگر و از آنجا که تحقیقی در زمینه الگوی آموزش صحیح در زمینه کسب و کار الکترونیک انجام نشده است محقق در صدد پاسخگویی به این سوال است که آیا آموزش در کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران الگوی مناسب پیروی می‌کند یا خیر؟

قرار گرفت. در بخش کیفی تحقیق از کدگذاری باز و محوری مطابق با اصول روش کیفی استفاده گردید. همچنین در بخش کمی تحقیق از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از میانگین و انحراف استاندارد و جهت اعتباریابی الگو ارائه الگوی نهایی از روش آماری معادلات ساختاری استفاده شد. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در نرم افزارهای SPSS و PLS انجام گردید.

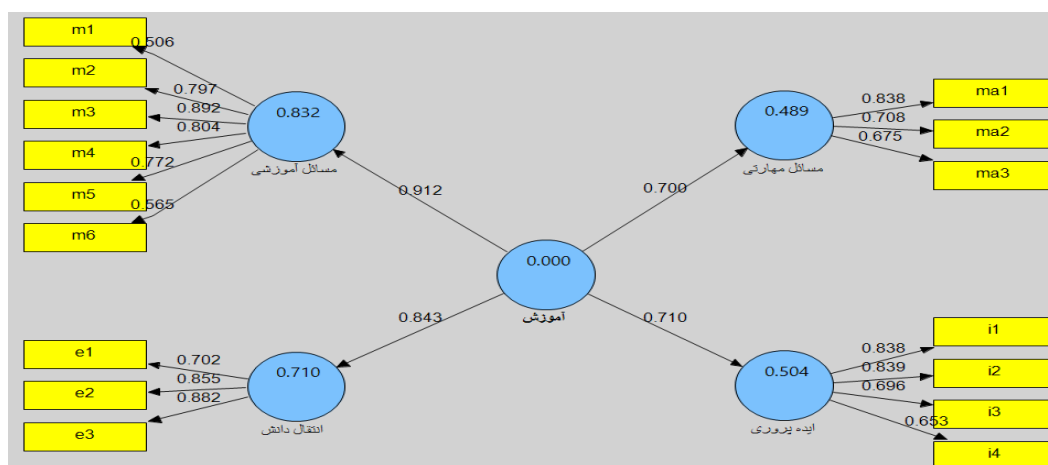
یافته‌ها

همچنین مشخص شد که میزان چولگی در تحقیق حاضر ۲/۱۴۸ و میزان کوشیدگی ۵/۶۵۹ بود که نشان داد داده‌های تحقیق دارای توزیع طبیعی نمی‌باشند بنابراین نمی‌توان از نرم‌افزارهای کوواریانس محور وجود ندارد و باید از نرم‌افزار واریانس محور SmartPLS استفاده نمود. در ادامه کدگذاری باز ابعاد آموزش در الگوی کسب و

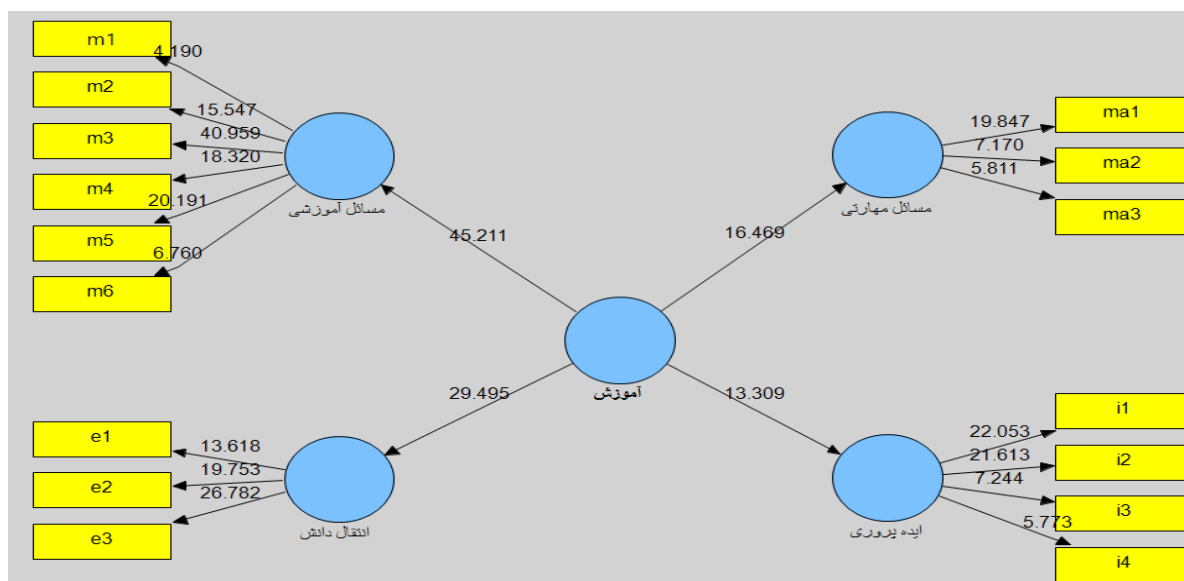
پس از محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تاییدپذیری استفاده شد. بدین منظور محقق جهت بررسی قابلیت باورپذیری از تایید فرایند پژوهش توسط هشت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده کرد. همچنین جهت بررسی انتقال‌پذیری از نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند استفاده کرد. همچنین جهت بررسی قابلیت تایید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های مورد نیاز استفاده گردید. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی پایایی، از کمیته‌های تخصصی استفاده شد. بدین صورت که نظرات کمیته‌های تخصصی در خصوص اهداف بررسی و با نظرات به دست آمده مورد بررسی قرار گرفت و با مقایسه؛ یکسان بودن نتایج اولیه با نظرات کمیته تخصصی مورد تایید

جدول ۱- مشخصات فردی آزمودنی‌ها

۶۶/۴	مرد	جنسیت
۳۳/۳	زن	
۱۵/۴	کارشناسی و پایین‌تر	تحصیلات
۲۷/۴	کارشناسی ارشد	
۵۷/۲	دکتری	



شکل ۱- مدل ابعاد آموزش در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران در حالت بار عاملی



شکل ۲- مدل ابعاد آموزش در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران در حالت تی

جدول ۲- خلاصه مدل ابعاد آموزش در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران

مقدار T-VALUE	ضرب مسیر	ابعاد
۴۵/۲۱۱	۰/۹۱۲	مسائل آموزشی
۱۳/۳۰۹	۰/۷۱۰	ایده پروری
۲۹/۴۹۵	۰/۸۴۳	انتقال دانش
۱۶/۴۶۹	۰/۷۰۰	مسائل مهارتی

جدول ۳- آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE مربوط به ابعاد آموزش

سطح مطلوب	مسائل مهارتی	انتقال دانش	ایده پروری	مسائل آموزشی	
بالاتر از ۰/۷	۰/۸۹۳	۰/۸۰۷	۰/۸۶۲	۰/۸۴۷	آلفای کرونباخ
بالاتر از ۰/۷	۰/۹۲	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۸۷	پایایی ترکیبی
بالاتر از ۰/۴	۰/۴۴	۰/۴۹	۰/۴۱	۰/۵۰	AVE
بالاتر از ۰/۳۲	۵۱۸,۰	۰/۵۰۷	۰/۴۳۹	۰/۴۸۹	GOF

۱ و ۲ مدل تحقیق در حالت بار عاملی و ضرایب تی را نمایش می‌دهد.

سپس نقش ابعاد چهارگانه در حوزه گردشگری سلامت مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۲).

با توجه به جدول ۲، مقدار T-Value با توجه به اینکه همگی بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشند بنابراین در سطح ۰/۹۹، همه‌ی روابط حاضر در مدل پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که تمامی ابعاد شنا سایی شده نقش معناداری در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران دارد.

کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران بررسی شد که منجر به شناسایی شدن ۱۶ شاخص اولیه شد. بعد از این مرحله کدگذاری محوری انجام شده و مقوله‌های مسائل آموزشی، ایده‌پروری، انتقال دانش و مسائل مهارتی با ویژگی‌های منحصر به فرد استخراج و ابعاد آموزشی در قالب این ۴ مقوله دسته‌بندی شدند.

به منظور ارائه مدل ابعاد آموزش در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران از روش معادلات ساختاری استفاده گردید. شکل شماره

مسیر اجرای کسب و کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت نیاز است تا زیر ساخت های موجود در این حوزه به صورت کامل تقویت گردد. به عبارتی یکی از اصول مهم در حیطة کسب و کارهای الکترونیک بهره گیری از مسائل فنی و زیرساختی در این حوزه می باشد. از طرفی شایستگی های الکترونیکی به واسطه ارتقاء توان الکترونیکی، کسب و کارهای الکترونیک سبب میگردد تا فعالیت آن در حوزه گردشگری سلامت به صورت کاملاً شفاف افزایش یابد. این مسئله نیازمند تحول فرهنگی و انسانی در این حوزه جهت بهبود توان انسانی و فرهنگی کسب و کارها جهت فعالیت در حوزه گردشگری سلامت می باشد. قابلیت های اصلی کسب و کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت سبب می گردد زیرساخت های فنی فرهنگی و مدیریتی در این حیطة به صورت کامل ایجاد گردد. این مسئله ضمن ارتقای قابلیت های کسب و کارها در گام برداشتن در حوزه الکترونیک سبب می گردد فعالیت آنها در حوزه گردشگری سلامت بهبود یابد (۹)

بدون شک الکترونیکی نمودن کسب و کارهای فعال در حوزه گردشگری سلامت نیازمند ارتقا توان فنی این کسب و کارها در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. قابلیت های اصلی به واسطه همخوانی سیاست های کسب و کارهای الکترونیک و ابعاد فناوری اطلاعات سبب می گردد تا دامنه فعالیت این کسب و کارها در حوزه گردشگری سلامت افزایش شود و این فعالیت ها از محیط داخلی به محیط بین المللی تعمیم یابد. به صورتی که این قابلیت ها سبب می گردد کسب و کارها با الکترونیکی نمودن فعالیت های خود دامنه خدماتی خود را به کل جهان ارتقا دهند. این مسئله سبب گردیده است قابلیت های اصلی به واسطه ظرفیت ها و پتانسیل های خود نقش موثر و غیر قابل انکاری در مسیر توسعه عملکرد کسب و کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت در کشور ایران داشته باشد (۶)

همچنین یکی از مسائل مهم در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی در بخش گردشگری سلامت در کشور ایران مسائل آموزشی می باشد. مسائل آموزشی به واسطه ارتقا سطح توانمندسازی افراد باعث می شود تا کسب و

نهایتاً اینکه مطابق با جدول ۳ و بر اساس آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE مربوط به ابعاد آموزش در الگوی کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت در ایران، مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار می باشد.

بحث

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که الگوی شناسایی شده در قالب ۴ مقوله مسائل آموزشی، ایده پروری، انتقال دانش و مسائل مهارتی دسته بندی شدند همچنین مشخص شد الگوی تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است. در همین رابطه تقی زاده و همکاران (۱۳۹۰) اشاره داشتند که توسعه گردشگری پزشکی نیازمند توجه به جنبه های آموزشی و ارتقا دانش در این حوزه می باشد (۸). در تحقیق دیگری در همین رابطه رادویچ و نولا (۲۰۱۸) نیز مشخص نمودند که توجه به جنبه های آموزشی در جهت ارتقا کسب و کارهای مربوط به حوزه گردشگری سلامت می تواند در جهت ارتقا این کسب و کارها و بهبود جایگاه گردشگری سلامت در جوامع منجر گردد (۱۴) این نتایج با یافته های تحقیق حاضر هم سو می باشد. همچنین در تحقیق دیگری در همین زمینه عبادی و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی که با هدف بررسی استراتژیک توسعه توریسم پزشکی و با استفاده از روش SWOT انجام گرفت، پی بردند که وضعیت استراتژیک توسعه توریسم پزشکی شهر یزد در شرایط تهاجمی می باشد. آنان اشاره داشتند که رشد آگاهی در خصوص این نوع توریسم سبب قرارگیری وضعیت استراتژیک این نوع توریسم در وضعیت تهاجمی می باشد (۱۵). وانگ (Wong) (۲۰۱۶) نیز در تحقیقی با هدف توسعه استراتژی های بازاریابی اینترنتی در استفاده از توریسم پزشکی، نشان داد که استفاده از روش های بازاریابی اینترنتی در جهت توسعه توریسم پزشکی، ضمن بهبود آگاهی ها و آشنایی افراد با مقاصد پزشکی، باعث می شود تا مسیر رشد و ترقی این نوع توریسم با شدت بالاتری طی شود (۱۶). در رابطه با نتایج تحقیق حاضر باید عنوان کرد که در

نتیجه‌گیری

بطور کلی نتایج تحقیق حاضر نشان داد که ۴ بعد مسائل آموزشی، مسائل مهارتی، ایده‌پروری و انتقال دانش در حوزه آموزش در کسب و کار الکترونیک در صنعت گردشگری ایران موثرند. از طرف دیگر مشخص شد که مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است که همه این موارد تایید کننده نقش ابعاد آموزشی در کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت می‌باشد. بنابراین توجه به این ابعاد اهمیت ویژه‌ای دارد.

References

1. Inversini A, Rega I. Digital Communication and Tourism for Development. Handbook of Communication for Development and Social Change, 2020: p. 667-677.
2. Sharpley R. Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. J Sustain Tourism. 2020; 28(11):1932-1946.
3. Anh P. Identifying and improving the images of Vietnam as a tourism destination among Finnish tourists. Unpublished Bacheloris Dissertation). HAMK University of Applied Sciences, Valkeakoski, 2012.
4. Gani AA, Mahdzar M, Razak IRA. Predicting Local Community Participation in Sustainable Tourism Planning for Tourism in Protected Area. Int J Psychos Rehabil. 2020;24(2).
5. Hall CM. Medical tourism: The ethics, regulation, and marketing of health mobility. Vol. 33. 2013: Routledge.
6. Izadi M, Ayoobian A, Nasiri T, Joneidi N, Fazel M, Hosseinpourfard MJ. Situation of health tourism in Iran opportunity or threat. JI Mil Med. 2012;14(2):69-75.
7. Haghghi Kafash M, Ziaee M, Jafari Gh. Prioritization of factors related to the development of medical tourism in Iran. J Tourism Manag Stud. 2006;4((11 and 12):23-40
8. Taghizadeh Z, Nouri Gh, Shirani Z. 2011 Iran's role in medical tourism in the Islamic world with emphasis on nature therapy: functions, challenges and solutions, the first international conference on tourism management and sustainable development, Marvdasht, Islamic Azad University of Marvdasht.
9. Taqvaie M, Goodarzi H. Codification and prioritization of medical tourism development strategies (Case study: Shiraz metropolis). Urban Res

کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت در کشور ایران به صورت هدفمند ارتقا یابد. از طرفی مباحث آموزشی به واسطه ارتقا سطح مهارتی و فنی منابع انسانی فعال در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی باعث می شود تا وضعیت عملکردی این کسب و کارها در حوزه گردشگری سلامت بهبود یابد. از طرفی به نظر می‌رسد انتقال دانش در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی موجب می‌شود تا مفاهیم علمی به صورت گسترده در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی در گردشگری سلامت به صورت مناسبی بهبود و به سطح استاندارد دست یابد (۱۰).

با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می شود تا با افزایش تعاملات بین المللی گردشگری سلامت در ایران و سایر کشورهای جهان به ارتقا آگاهی از ظرفیت های گردشگری سلامت در کشور ایران اقدام نمود. همچنین پیشنهاد می‌شود تا با ارتقا سرعت فرایندهای الکترونیکی مربوط به حوزه گردشگری سلامت به گسترش عملکرد کسب و کارهای الکترونیکی اقدام نمود تا با جذب متخصصان داخلی و خارجی جهت پیشبرد اهداف کسب و کار الکترونیک در حوزه گردشگری سلامت ایران به ارتقا منابع انسانی در این حوزه اقدام نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می گردد تا با درج نماد الکترونیکی بر فعالیت های کسب و کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت به گسترش اعتبار کسب و کارهای الکترونیکی در این حوزه اقدام نمود. و با ارائه خدمات متنوع کسب و کارهای الکترونیکی متناسب با نیازهای مختلف افراد در حوزه گردشگری سلامت به ایجاد خدمات مطابق با تمامی گروه ها و افراد اقدام نمود. نهایتا اینکه پیشنهاد می‌شود تا با بررسی مشکلات گردشگران به صورت ارتباطات دوسویه به ارتقا تکریم مشتریان در این حوزه اقدام نمود. تا با پشتیبانی ۲۴ ساعته کسب و کارهای الکترونیکی در حوزه گردشگری سلامت به ارتقا کیفیت خدمات کسب و کارهای الکترونیکی در این حوزه اقدام نمایند. این مقاله برگرفته از رساله دکتری با کد ۱۶۲۲۶۱۹۶۴ می‌باشد.

Plan. 2016;7(24):1-22.

10. Hajinejad A, Anabestani A, Safarian M. Strategic planning of medical tourism with an emphasis on religious tourism in Mashhad city. *Geographical Researches Quarterly Journal*. 2016 Sep 10;31(2):101-14.

11. Nathan RJ, Victor V, Gan CL, Kot S. Electronic commerce for home-based businesses in emerging and developed economy. *Eurasian Bus Rev*. 2019;9(4):463-483.

12. Barari M, Firoozmand M, Hashempour F. Investigating the Analysis of Economic Impacts of Urban Tourism from the Perspective of Citizens (Case Study: Babolsar City). *J Geograph Sci*. 2016;24:56-40.

13. Shareef MA, Dwivedi YK, Kumar V, Davies G, Rana N, Baabdullah A. Purchase intention in an electronic commerce environment. *Inf Technol People*. 2019.

14. Radovic Z, Nola IA. Medical tourism globe-trotting: Features, impacts, and risks. *Int J Healthc Manag*. 2018.

15. Abouhashem Abadi F, Ghasemian Sahebi I, Arab A, Alvi A, Karachi H. Application of best-worst method in evaluation of medical tourism development strategy. *Decis Sci Lett*. 2018;7(1):77-86.

16. Wong LY. Development of a holistic internet marketing strategy framework (IMSF) in promoting medical tourism industry (MTI) in Malaysia. 2016, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.