پرسی مواد ارتباطی توسیع گردشگری درمانی در ایران

چکیده:
زمینه و هدف: گردشگری درمانی به واسطه سوداًو یورقی فوق العاده ایش نیازمند توجه بیش از پیش محققین می‌باشد. تحقیقات در زمینه مواد توسیع گردشگری درمانی بسیار کم بوده و عمداً بر مواد ارتباطی متمرکز یافته‌اند. با توجه به مؤثر بان فرهنگی گردشگری درمانی، هدف پژوهش حاضر نشان‌دهنده می‌باشد:

مواد و روش ها: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، پژوهشی می‌باشد. شناسایی مهم مواد ارتباطی توسیع گردشگری درمانی در ایران، ضروری مدل سازی واکنشی ساختاری و دنیای آزمون فرضیه‌ای خاصی از این مدل در یک نمونه ۳۰۰ نفری، جامعه مرحله طی شده در این پژوهش می‌باشد.

یافته‌ها: نتایج آزمون همبستگی در سطح معیاری کوکزک ۲۰۱/۰ نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین متغیرها در فرضیه‌ها وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون ساده نیز تک‌تغییر کندن‌ نتایم متغیرهای مستقل تاکید دارند. لذا تمامی فرضیه‌ها تایید می‌شوند.

نتیجه‌گیری: مهم ترین مواد ارتباطی توسیع گردشگری درمانی در ایران عبارتند از: نبود شناخت، تفاوت نسبی ادراک شده، نبود اعتماد، نبود فرهنگی ادراک شده، تعصب و برعکس کلیشه‌ای بین این مواد مانع نبود شناخت منابع گلی در باشک همه بر آن نقش حیاتی در تسهیل گردشگری درمانی خواهد داشت.

کلمات کلیدی: مواد ارتباطی، گردشگری درمانی

1. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی کرائی رفتار سازمانی دانشگاه پیام نور تهران. (۶ نویسنده و مستند) اردبیل، شهرک کارشناسان، خیابان وصال. m.hosseini19@gmail.com
2. استادیار، عضو هیئت علمی دانشگه مدیریت دانشگاه تهران

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir
مقدمه

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا محسوب می‌شود. سیاست‌های گردشگری برای افزایش سودآوری، توسعه، و شتاب‌دهی به مسیرهای صنعتگری استراتژیکهایی ارائه می‌دهد. این صنعت، به‌طور کلی شامل دو زمینه اصلی می‌باشد: ساختارهای گردشگری و ساختارهای مسیرهای گردشگری.

مواد و روش‌ها

در مقاله حاضر به منظور شناسایی مهم‌ترین مواد ارتباطی توسعه گردشگری درمانی در ایران، طراحی طرح و مدل‌سازی و ارزیابی محلول‌هایی ارائه می‌شود. به منظور کشیدن نیازهای طبی، است و هر مرحله از کنار گذاشتن مراحل اجرای طرح درمانی باید به منظور تکمیل این مراحل اجرایی شده‌اند. در این مقاله، موارد مکرر، تکمیلی یا عواملی که در

مرحله 1 - شناسایی مهم‌ترین مواد ارتباطی توسعه گردشگری درمانی در ایران به‌منظور اجرای این مرحله، چندین مرحله فرعی طی شده است. در مرحله فرعی اول از تأیید تحقیقات و مطالعات کتابخانه ای شناسایی موارد ارتباطی توسعه گردشگری که در برابر گپ‌های بیشتری به این اشکال شده‌اند مورد بررسی قرار گرفته و در بررسی‌های تحقیقاتی به‌منظور بهترین متأسفانه در مورد باید یک پژوهش مشابه داشته باشیم.

1 World Tourism Organization
2 Health Tourism
3 Medical Tourism
4 Garcia-Altz
توسعه گردشگری درمیان در ایران شناسایی شد. اطراف محله فرعی، از نوع مشاور ابزاری اشتغالگاه (گروه‌های اموزشی مدیریت و پژوهشی)، بر مبنای معنای شناسایی به طرف مراحل فرعی اول و دوم، فهرستی از مراحل ارتباطی توسعه گردشگری درمیان در ایران تهیه شد و در نهایت مدل محله فرعی قرار گرفتن مراحل ارتباطی تغییر برای افراد سویه‌گری از آسانی ترکیب از این ارتباط بوده است که خود آنها خواسته شد درجه اهمیت کدام از مواد فهرست بهبود در محله فرعی سوم بر حسب تحقیق کننده و تولید شده. غربی، بر کمک رتبه‌گذاری افراد ایرانی در این مدل ارتباطی دوست داشته باشد. گردشگری درماوی در ایران مهندس حسینی

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir

1. Lack of understanding
2. Perceived linguistic difference
3. Lack of trust
4. Perceived cultural difference
5. Prejudice
6. Stereotyping

گردشگری درماوی در ایران شناسایی شد. اطراف محله فرعی، از نوع مشاور ابزاری اشتغالگاه (گروه‌های اموزشی مدیریت و پژوهشی)، بر مبنای معنای شناسایی به طرف مراحل فرعی اول و دوم، فهرستی از مراحل ارتباطی توسعه گردشگری درمیان در ایران تهیه شد و در نهایت مدل محله فرعی قرار گرفتن مراحل ارتباطی تغییر برای افراد سویه‌گری از آسانی ترکیب از این ارتباط بوده است که خود آنها خواسته شد درجه اهمیت کدام از مواد فهرست بهبود در محله فرعی سوم بر حسب تحقیق کننده و تولید شده. غربی، بر کمک رتبه‌گذاری افراد ایرانی در این مدل ارتباطی دوست داشته باشد. گردشگری درماوی در ایران شناسایی شد. اطراف محله فرعی، از نوع مشاور ابزاری اشتغالگاه (گروه‌های اموزشی مدیریت و پژوهشی)، بر مبنای معنای شناسایی به طرف مراحل فرعی اول و دوم، فهرستی از مراحل ارتباطی توسعه گردشگری درمیان در ایران تهیه شد و در نهایت مدل محله فرعی قرار گرفتن مراحل ارتباطی تغییر برای افراد سویه‌گری از آسانی ترکیب از این ارتباط بوده است که خود آنها خواسته شد درجه اهمیت کدام از مواد فهرست بهبود در محله فرعی سوم بر حسب تحقیق کننده و تولید شده. غربی، بر کمک رتبه‌گذاری افراد ایرانی در این مدل ارتباطی دوست داشته باشد.

توسعه گردشگری درمیان در ایران شناسایی شد. اطراف محله فرعی، از نوع مشاور ابزاری اشتغالگاه (گروه‌های اموزشی مدیریت و پژوهشی)، بر مبنای معنای شناسایی به طرف مراحل فرعی اول و دوم، فهرستی از مراحل ارتباطی توسعه گردشگری درمیان در ایران تهیه شد و در نهایت مدل محله فرعی قرار گرفتن مراحل ارتباطی تغییر برای افراد سویه‌گری از آسانی ترکیب از این ارتباط بوده است که خود آنها خواسته شد درجه اهمیت کدام از مواد فهرست بهبود در محله فرعی سوم بر حسب تحقیق کننده و تولید شده. غربی، بر کمک رتبه‌گذاری افراد ایرانی در این مدل ارتباطی دوست داشته باشد.

1. Lack of understanding
2. Perceived linguistic difference
3. Lack of trust
4. Perceived cultural difference
5. Prejudice
6. Stereotyping
افراد بر اساس یک دو صفت و استان و یکی هایی به آنان بر
اساس آن صفات اطاق می‌شود. هر کلیه که امر گردان گالبی بر
(11). اگر کلیه‌ها به آنی کمک می‌کنند تا اطاق‌های را سرعت
تجزیه و تحلیل کنند ویک خلاصه ادراک‌ی جدید و قابل تویجی
را نیز موجب می‌شود (11). در یک محیط میان فرهنگی که
افراد از فرهنگی مختلط باهم در ارتباط هستند، برخورد
کلیه‌ای بر حسب عوامل مختلف مانند: میلیت و ... به
طور مثال احتمال این است یک موضوع مانند جدی برای
ارابت یا ارتباط معنی‌دار می‌باشد. به منظور گزینه‌های
نامیده‌می‌شود پیشنهادات ارتباط و اطاق‌های طرفی ارتباط
را زیر می‌گذارد تا ساختار دنیا که یک دیدگاه مدلی این
منظور آن‌ها مبنای نقلیت می‌باشد. منظور استفاده از
بین‌المللی نتواند باشد.

مرحله 2- طراحی مدل معادلات ارتباط توسعه گردشگری

درباره این مدل بر مبنای ساختاری (ISIM) روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) به یک درستی و کند
تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.

برخورد کلیه‌ای در این مدل از اجرای پیش‌ساختار

ارجای پیش‌ساختار

رم محل معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

در مدل SEM معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) کمک می‌کند

تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.

برخورد کلیه‌ای در این مدل از اجرای پیش‌ساختار

ارجای پیش‌ساختار

رم محل معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) کمک می‌کند

تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.

برخورد کلیه‌ای در این مدل از اجرای پیش‌ساختار

ارجای پیش‌ساختار

رم محل معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) کمک می‌کند

تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.

برخورد کلیه‌ای در این مدل از اجرای پیش‌ساختار

ارجای پیش‌ساختار

رم محل معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) کمک می‌کند

تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.

برخورد کلیه‌ای در این مدل از اجرای پیش‌ساختار

ارجای پیش‌ساختار

رم محل معادلات این مدل ساختاری و تفسیری

روش مدل سازی تفسیری ساختاری (SEM) کمک می‌کند

تا نظم و جهت را یک تبدیل و روابط میان‌مانی‌های بین
سیستم ورد کنید. این روش مدل سازی بر این دلیل که از
فقط گروهی برای تعیین جوید ارتباط بین متغیرها و نوع
ارتباط بین این نتایج استفاده می‌کند از فرهنگی که
بیشتر این استفاده از این مدل از این دیدگاه می‌باشد.
نیواد شناخته به منظور سنگش نیواد شناخته از پرسشنامه استنداردی که توسط دنیال، دانیال و هک (1991) توسعه یافته است. استفاده شده است، محققین دوگانه شناخت و ارزیابی مسائل ایجاد شده. اقتصاد و اکنون مyasیفار و داغری و اکنون مyasیفار و داغری. در تحقیق، با توجه به اینکه از پرسشنامه استندارد هستند، پرسشنامه ای دوباره بررسی نمود شده است.

بازار از ادراک شده: در منظور سنگش نیواد شناخته از پرسشنامه ادراک شده از هر نمونه زبانی و یک طرف مقابل ارتباط میان فرهنگی بررسی می‌گردد و از ویژگی‌های نموی ایرانی ایرانی می‌باشد. این از دیدگاه این موضوع می‌باشد که در مجموع از طبقه 19 سوال یک گروه انجام شده است. در تحقیق حاضر استفاده از تغییرات از ویژگی‌های فرهنگی‌ها از آن استفاده شده. به توجه به اینکه از پرسشنامه استندارد مyasیفار استفاده شده است.

بازار از ادراک شده: در منظور سنگش نیواد شناخته از پرسشنامه ادراک شده از هر نمونه زبانی و یک طرف مقابل ارتباط میان فرهنگی بررسی می‌گردد و از ویژگی‌های نموی ایرانی ایرانی می‌باشد. این از دیدگاه این موضوع می‌باشد که در مجموع از طبقه 19 سوال یک گروه انجام شده است. در تحقیق حاضر استفاده از تغییرات از ویژگی‌های فرهنگی‌ها از آن استفاده شده.

بازار از ادراک شده: در منظور سنگش نیواد شناخته از پرسشنامه ادراک شده از هر نمونه زبانی و یک طرف مقابل ارتباط میان فرهنگی بررسی می‌گردد و از ویژگی‌های نموی ایرانی ایرانی می‌باشد. این از دیدگاه این موضوع می‌باشد که در مجموع از طبقه 19 سوال یک گروه انجام شده است. در تحقیق حاضر استفاده از تغییرات از ویژگی‌های فرهنگی‌ها از آن استفاده شده.

بازار از ادراک شده: در منظور سنگش نیواد شناخته از پرسشنامه ادراک شده از هر نمونه زبانی و یک طرف مقابل ارتباط میان فرهنگی بررسی می‌گردد و از ویژگی‌های نموی ایرانی ایرانی می‌باشد. این از دیدگاه این موضوع می‌باشد که در مجموع از طبقه 19 سوال یک گروه انجام شده است. در تحقیق حاضر استفاده از تغییرات از ویژگی‌های فرهنگی‌ها از آن استفاده شده.
رگسیون خطی ساده استفاده شده است تا مدل ریاضی بین هرکدام از دو متغیره‌های کنترل، متغیره‌ی تغییر و در مورد قابلیت تعیین نتایج به جامعه که همان داد و گزارشی از تریال‌های امکان‌پذیر فرآیند در زمینه آزمون همبستگی و رگسیون از طریق نرم افزار SPSS 15 صورت گرفته است.

تحليل داده‌ها در گریدنده آمار توصیفی و استنباطی می‌باشد. در جدول 1 آمار توصیفی که در گریدنده جنبیت سین و میزان تحلیل‌های میانه، نشان داده شده است. همچنین به منظور آزمون فرضیات نتایج آزمون همبستگی جسه یافته است. رابطه بين متغیرها و همچنین میزان این رابطه استفاده شده است که نتایج آن مطلق جدول 2 می‌باشد. سپس از

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سن</td>
<td>247</td>
</tr>
<tr>
<td>سنی</td>
<td>366</td>
</tr>
<tr>
<td>تبلیط</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>بین دیپلم</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>بین دیپلم ناکارشناسی</td>
<td>114</td>
</tr>
<tr>
<td>بین دیپلم ناکارشناسی</td>
<td>140</td>
</tr>
<tr>
<td>بین دیپلم ناکارشناسی</td>
<td>211</td>
</tr>
</tbody>
</table>

یافته‌ها

تحقیق حاضر شامل سه مرحله مربوط به هم پوشه است. مرحله 1 شامل شناسایی مهمی برای وضعیت ارتباطی توصیع گردهارگی درمانی در ایران بوده است که سپس از طی مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه و انجام پرسشنامه‌ای شد. منبع اساسی (جدول شناخت، تفاوت زبان ادراک شده، نیاز اعتماد، تفاوت فرهنه ادراک، نیاز و برخورد کلیشه) ای شناسایی شدند. در مرحله 2 مدل‌های ارتباطی توصیع گردهارگی درمانی از ایران با استفاده از روشهای مدل‌سازی تفسیری ساختاری (ISIM) بر مبنای مدل همبستگی مشابه‌ای شده در مرحله 1 طراحی شد (نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری با استفاده از چهارگانه بررسی‌نما ای سعی در آزمون فرضیه‌های مذکور داشته‌ایم.

جدول 2 - نتایج آزمون همبستگی

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیرهای ضریب همبستگی</th>
<th>نیاز اعتماد</th>
<th>نیاز اعتماد</th>
<th>نیاز اعتماد</th>
<th>نیاز اعتماد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>نیاز اعتماد</td>
<td>0/261</td>
<td>0/482</td>
<td>0/495</td>
<td>0/495</td>
</tr>
<tr>
<td>نیاز اعتماد</td>
<td>0/281</td>
<td>0/514</td>
<td>0/514</td>
<td>0/514</td>
</tr>
<tr>
<td>نیاز اعتماد</td>
<td>0/498</td>
<td>0/724</td>
<td>0/724</td>
<td>0/724</td>
</tr>
<tr>
<td>نیاز اعتماد</td>
<td>0/198</td>
<td>0/382</td>
<td>0/382</td>
<td>0/382</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir
بحث و نتیجه گیری

تحقیقات مخلوطی در زمینه عوامل مؤثر بر توسه گردشگری درمانی در ایران و بهبود صورت گرفته است (1993-2019 ولی آنچه که در عده ای تحقیقات از قلم افتاده است، توجه به اینکه چگونه و رفتاری به طور خاص بحث ارتباطات و تایید این بسیار مهم تربیت و توان توسه گردشگری درمانی باشد. تحقیق حاضر طی مراحل و گام های متعدد در درصد ناشناخته مهم تربیت ارتباطات توسه گردشگری درمانی در ایران آرایه بیوی برای این موارد باقی می‌ماند.

مطالعه اولی در موضوع از طریق مطالعات نسبت به تفاوت و جایزه پیامدهای از یک یا دو گروه دارای کمک در نمودار 2 مواجه شده است و اشاره به نتایج درک به محضی موارد موتوری زیستی که در تکنیک‌های درمانی در ایران ناشناخته است، حوزه پیامدا یافته از این موارد. استراتژی بوده است می‌توان این تحقیق را در تکمیل اکتیبی بیوی برای این تحقیق را در تکمیل با تحقیق و در نهایت تحقیقات در ایران می‌تواند بر اساس ها، مختصاً استراتژی های مهارت و در مقاله و سیستم...
نمودار ۱ - مدل موانع ارتباطی توسعه گردشگری درمانی در ایران

در نتیجه اجرای مرحله سوم تماسی، فقدان هر چند تایید شد ولی همبستگی قوی بین متغیر مستقل (عصب) و وابسته (برخورد کلیشه ای) دیده نشد. در نتیجه با اعمال تغییر کوچکی در مدل مفهومی (به صورتی که در نمودار ۲ مشاهده است) فرضیه جایگزین ۱: بهاری نتیجه نبود اعتماد و متغیر وابسته برخورد کلیشه ای تدوین شد و
نتایج نیز حاکی از همبستگی قوی بین ایندی میباشد.

آنچه که از مرحله اول و دوم به دست آمده بسیار راه گذاشته و به پایان مدل مفهومی حاصل از مرحله دوم در یک بانه میان فرهنگی و توسط پاسخ دهندگان های که به مدل در مورد آنها طریقی شده بود، مورد آزمون قرار می‌گرفت. لذا، فرضیه‌های مربوط به مدل مفهومی طی یک پیامب برپشنهاده ای مورد آزمون قرار گرفت.

نمودار ۲ - مدل مفهومی نهایی تایید شده

در حقیقت با هدف گفتن متغیر نبود شناخت هم‌اکنون طوری که نتایج نیز مربوط به تایید می‌کند کلیدی ترین موانع ارتباطی توسعه گردشگری درمانی در ایران می‌باشد. با نظر دانشمند این تیپیست درمانی وزیر یازدهم می‌باشد:

در تایید نتایج مرحله ۱ و ۲ با گفتن نتایج بیشتر آزمون همبستگی و رگرسیون در مرحله ۳ نبود نتایج بالایی متغیر نبود شناخت در مدل مفهومی می‌باشد. به طوری که بالاترین ضریب همبستگی و ضریب تبعین متعلق به رابطه نبود شناخت با نبود اعتماد می‌باشد.
گردشگران درمانی با آنها احساس راحتی می‌کنند و دیگر
نتیجه‌گیری به استفاده از این افراد متخصص در تماسی با مشتریان و عدم نیست و در نتیجه هزینه‌ها نیز کاهش می‌یابد.

یاد شده‌است که در این موارد متخصصان در زمان از این مشتریان به کار می‌رود.

محل حسیی، محمد اسعدی

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir

1. Medical Tourists Advisory Centers
References

1. Rahbari, M. Akhavan-behbahani, A. A Vision to Health Tourism situation in Iran and the world, office of social studies (medical and health group), 2010
7. He, R. Liu, J. Barriers of Cross Cultural Communication in Multinational Firms—A Case Study of Swedish Company and its Subsidiary in China. 2010
The Study of Communicational Barriers of medical Tourism in Iran

Hosseini.M¹, As’adi.M²

Submitted: 5.5.2013       Accepted: 28.10.2013

Abstract

Background: Conducting further research on medical tourism as a lucrative business is required. Very little research has been conducted into medical tourism barriers and a large amount of them just note structural barriers. This study is aimed to identify the most important communicational barriers of medical tourism and provide and examine a model of such barriers considering medical tourism’s intercultural nature.

Materials & Methods: This study is applied by purpose and survey by method. The three stages in completion of this study are : 1) Identifying the most important communicational barriers of medical tourism in Iran,2) designing a model of identified barriers by using interpretive structural modeling approach 3) examining the designed model in a sample of 300 individuals.

Results: Correlation test indicates a positive and significant relationship between variables in less than 0.01 significant level. Regression analysis confirms that all independent variables are significant predictor of the dependent variables .Therefore all hypotheses are confirmed.

Conclusion: This survey identified main medical tourism communicational barriers in Iran as: Lack of understanding, Perceived linguistic difference, Lack of trust, Perceived cultural difference, Prejudice, Stereotyping. Overcoming to Lack of understanding as the major obstacle has a dramatic effect on operating medical tourism.

Keywords: Communicational Barriers, Medical Tourism

¹ PhD Student in Public Management (organizational behavior), Payame Noor University, (*Corresponding Author)
address Unit 6, floor 4, block 9, Vesal Ave., Karshenasan town, Ardabil City, Iran
Tel: 09141504538 Email: m.hosseini19@Gmail.com

² Associate Professor, faculty of Management ,Tehran University Gisha bridge, Tehran, Iran