

شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت
با استفاده از روش سلسله مراتبی (AHP)
مطالعه موردی استان کرمانشاه

فهمیه روشن

دانشجوی دکتری مدیریت حرفه ای، سازمان مدیریت صنعتی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران
Email:fa.1396@chmail.ir

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت در استان کرمانشاه به انجام رسیده است. به همین منظور و برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق در مرحله اول ضمن ایجاد پانل دلفی ۱۵ نفره از پزشکان مرتبط با حوزه گردشگری سلامت در استان کرمانشاه و جمع بندی ادبیات نظری پژوهش و همچنین با تکیه بر مطالعات پیشین ۷ معیار و ۴۵ زیر معیار شناسایی شده و طی پرسشنامه ای بر اساس طیف لیکرت طی دو مرحله اقدام به سنجش این زیر معیار ها شد با توجه به اختلاف اندک نتایج نظر سنجی های انجام شده اثرگذاری هر هفت معیار مورد قبول قرار گرفت، با رسم درخت سلسله مراتب و مقایسات زوجی نیز برای شناسایی و اولویت بندی موانع ایجاد بازار هدف گردشگری سلامت اقدام شده و به ترتیب عوامل اقتصادی با ارزش ۰,۱۹۳۷۴ در رتبه اول، عوامل فرهنگی با ارزش ۰,۱۷۸۶۹ در رتبه دوم، عوامل زیربنایی با ارزش ۰,۱۶۸۴۱ در رتبه سوم، عوامل مدیریتی با ارزش ۰,۱۴۱۱۸ در رتبه چهارم، عوامل بازاریابی با ارزش ۰,۱۱۲۹۸ در رتبه پنجم، عوامل انسانی با ارزش ۰,۱۰۶۹۸ در رتبه ششم و در نهایت عوامل دولتی با ارزش ۰,۰۹۸۰۲ در رتبه آخر قرار دارند. نرخ ناسازگاری ۰,۰۰۶ نشانگر پایایی مناسب متغیرهای پرسشنامه می‌باشد.

کلیدواژه ها:

عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل زیربنایی، عوامل مدیریتی، عوامل بازاریابی، عوامل انسانی، عوامل دولتی