



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: صدیقه سادات توسلی نیک، ۱۳۹۶

بررسی مدل‌های کسب و کار گردشگری پزشکی فعال در دنیا و میزان اثربخشی مولفه‌های آنها از دیدگاه کاربران شبکه‌های اجتماعی و طراحی مدل مرجع برای ایران براساس رویکرد تطبیقی

چکیده

افزایش روزافزون استقبال از گردشگران پزشکی به عنوان عاملی جهت رشد و توسعه اقتصاد مولد و پربازده موجب اهمیت یافتن این صنعت گردیده است. برای ارتقاء این نوع گردشگری باید انگیزه و معیارهای بیماران برای سفرهای نسبتاً طولانی برای رسیدن به درمان را بررسی کرد. از طرفی وجود شبکه‌های اجتماعی با اطلاعات به روز و حجیم می‌تواند منبع غنی‌ای جهت ارزیابی این انگیزه‌ها و معیارها باشد که لازم است اعتبار این اطلاعات جهت استناد علمی، تجزیه و تحلیل و مورد ارزیابی قرار گیرد. در این پژوهش که از نظر هدف کاربردی و از نظر روش مقطعی-توصیفی است؛ پس از مرور پیشینه و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پزشکی، معیارهای انتخاب کشورهای خارجی و فاکتورهای تاثیرگذار بر بیماران برای انتخاب مراکز درمانی بین‌المللی تعیین گردید و در ادامه با بررسی فاکتورها براساس اشتراک اطلاعات کاربران شبکه اجتماعی نتایج حاصله با استفاده از روش مدل سازی ساختاری-تفسیری سطح بندی شدند. از 109163 توثیت و 73815 کاربر منحصر بفرد در توییتر در بازه زمانی 2016/11/26 تا 2017/2/28، توثیت‌هایی که حاوی کلیدواژه و هشتگ‌های اصلی «کیفیت، قیمت، مراقبت‌های بهداشتی، رضایت، ویزای پزشکی، بیمه پزشکی، جاذبه‌های گردشگری و امنیت» بودند را از طریق تجزیه و تحلیل محتوایی با توجه به موقعیت جغرافیایی و تحلیل احساسی توییت‌ها مورد بررسی قراردادیم که در نهایت این تحقیق، بینشی جدید در خصوص ماهیت فاکتورهای مؤثر در توسعه گردشگری پزشکی از دیدگاه کاربران شبکه‌های اجتماعی ارائه نمود. یافته‌های این پژوهش حاکی از اینست که نتایج حاصل از تحلیل اطلاعات شبکه‌های اجتماعی بعنوان یک منبع غنی و ارزان و در دسترس جهت پژوهش‌های علمی و سیاست‌گذاری‌های کلان معتبر و درخور توجه است و علاوه بر آن از بین فاکتورهای متعددی که در مقالات متنوع علمی ارزیابی و ارائه شده فاکتورهای انتخاب شده، نقش کلیدی داشته و در ساختار مدل‌های پیشنهادی به عنوان مبنا در نظر گرفته می‌شود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری پزشکی، معیارهای انتخاب مقصد، توییتر، مدلسازی، ارزیابی، شبکه‌های اجتماعی

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۴۱۰۰۶۹۵۱۰۰۶

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۰۳/۰۳

رشته‌ی تحصیلی: مهندسی کامپیوتر- نرم افزار

دانشکده: فنی و مهندسی



استاد راهنما: دکتر مهدی حسین زاده
استاد مشاور: مهندس علی اکبر نقابی

M.A. Thesis:

Review of Business & Revenue Models for active medical tourism companies in the world and the effectiveness of their features from the perspective of social network users and design reference model for Iran based on the comparative approach

The increase of interest in medical tourism as a factor for the development of productive and efficient economy is the main reason for its importance. To promote this type of tourism, we have to measure motivation in patients in order to travel relatively long distances to get treatment.

On the other hand, having social networks with huge user information can be a rich resource for examining factors and results obtained by using interpretive structural modeling category. Out Of 109,163 tweets and 73,815 unique users on Twitter in the period of 11.26.2016 to 28.02.2017, tweets that contain keywords and hashtags like Home, quality, price, health care, consent, medical visa, medical insurance, attractions tourism and security "were analyzed according to location and sentiment analysis. Tweets were evaluated at the end of this research, insight about the nature of risk factors in the development of medical tourism from the perspective of users of social networks. The findings indicate that the results obtained from the analysis of social networks as a source of inexpensive and available scientific research and prestigious source of knowledge is in addition to the various factors a different papers provided scientific evaluation and selection factors, played a key role in the structure of the proposed model and was intended to be a basic foundation.