

بررسی تأثیر توانمندی بالینی دندان‌پزشکان متخصص بر توسعه‌ی صنعت گردشگری دندان‌پزشکی در شهر اصفهان

۱: نویسنده مسؤول: کارشناس ارشد، مرکز تحقیقات مواد دندان‌پزشکی، دانشکده‌ی دندان‌پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران. Email: hosseinpour@dnt.mui.ac.ir
۲: استاد، مرکز تحقیقات دندان‌پزشکی، گروه دندان‌پزشکی کودکان، دانشکده‌ی دندان‌پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.
۳: استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران.
۴: کارشناس ارشد، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.

کبری حسین پور^۱
سید ابراهیم جباری فر^۲
حمید کشاورز^۳
زهرا کرمی^۴

چکیده

مقدمه: ایران با توجه به قابلیت‌های فراوان در بخش درمانی، مانند هزینه‌ی پایین و نیروی انسانی متخصص در پی برنامه‌ریزی‌های اساسی در صنعت گردشگری می‌باشد. با توجه به ضرورت شناسایی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های موجود در کشور، این پژوهش با هدف تعیین تأثیر توانمندی دندان‌پزشکان بر توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی اصفهان از دیدگاه دندان‌پزشکان متخصص تهیه و تدوین شده است.

مواد و روش‌ها: این مطالعه به صورت توصیفی-تحلیلی و با پرسش‌نامه‌ای شامل مشخصات دموگرافیک دندان‌پزشکان متخصص و گردشگران خارجی مراجعه کننده جهت دریافت خدمات دندان‌پزشکی، وضعیت کمیت و کیفیت خدمات قابل ارایه، توانمندی نیروی انسانی جهت ارایه‌ی خدمات، انجام شد. مقیاس اندازه‌گیری، پرسش‌نامه طیف لیکرت با نمره‌های ۵-۱ بود. پس از مطالعه‌ی پیش‌آزمون و تأیید روایی و پایایی پرسش‌نامه، بین ۳۰ نفر از متخصصین دندان‌پزشک که به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند (۶۲ نفر) ارایه گردید. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۱۹ و آنالیزهای آمار توصیفی، آزمون t-test، Kruskal-Wallis، ضریب همبستگی Pearson و Spearman و تحلیل عاملی با سطح معنی‌داری ۰/۰۵ تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها: میانگین متغیرها برای توانمندی نیروی انسانی (۴/۰۹ ± ۰/۳۳۸) و کیفیت خدمات دندان‌پزشکی (۵/۰۱ ± ۳/۳۴) بدست آمد. آزمون تحلیل عاملی نیز نشان داد که توانمندی نیروی انسانی با واریانس ۳۹/۷۷۸ مهم‌ترین و اثربخش‌ترین عامل است.

نتیجه‌گیری: توانمندی نیروی انسانی، ارزان بودن هزینه‌های خدمات دندان‌پزشکی، کیفیت بالای خدمات و استفاده از تجهیزات مناسب، از عوامل مهم و مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی می‌باشد. ثبت آمار گردشگران، استفاده از بسته‌ی تبلیغاتی در فرودگاه‌ها و هتل‌ها، راه‌اندازی سایت‌های اینترنتی برای دندان‌پزشکان و تعیین بازارهای هدف گردشگری دندان‌پزشکی، می‌تواند راهکار مناسبی جهت توسعه‌ی این صنعت باشد.

کلید واژه‌ها: گردشگری، گردشگری پزشکی، دندان‌پزشکی.

تاریخ پذیرش: ۹۵/۷/۱۳

تاریخ اصلاح: ۹۵/۷/۸

تاریخ ارسال: ۹۵/۲/۲۸

استناد به مقاله: حسین پور ک، جباری فر س، کشاورز ح، کرمی ز: بررسی تأثیر توانمندی بالینی دندان‌پزشکان متخصص بر توسعه‌ی صنعت گردشگری دندان‌پزشکی در شهر اصفهان. مجله دانشکده دندانپزشکی اصفهان، ۱۳۹۵، ۱۲ (۴)، ۴۲۷-۴۱۸.

مقدمه

امروزه گردشگری درمانی و بهداشتی از رو به رشدترین بخش‌های صنعت گردشگری جهان محسوب می‌شود و به همین دلیل سازمان‌های دست‌اندرکار و کشورهای علاقمند به توسعه‌ی گردشگری، توجه خود را به این بخش از صنعت توریسم جلب و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند. نکته‌ی مهم این است که بیماران ضمن درمان، از جاذبه‌های سیاحتی آن کشور نیز بهره می‌گیرند (۱).

گردشگران پزشکی در مدل سنتی سفر برای دریافت خدمات درمانی از کشورهای در حال توسعه، به کشورهای توسعه یافته که از مراکز اصلی پزشکی بودند می‌رفتند، اما در حال حاضر این مدل تغییر کرده و از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه تغییر مسیر داده است (۲). کشور ایران نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه و با توجه به بازار تک محصولی آن می‌بایست، متناسب با توانایی‌های بالقوه‌ی خود به دنبال راه‌هایی برای پیشرفت روزافزون در منطقه و جهان باشد. ایران کشوری است با هزینه‌های اندک آموزش، مهارت‌های فنی و سلامت پیشرفته، که نیاز به کسب درآمدهای خارجی دارد. علاوه بر این، گردشگری پزشکی می‌تواند برای پیشبرد اهداف کشور جهت رسیدن به استانداردهای بالاتر بهداشتی-درمانی مفید باشد.

جباری در مطالعه‌ی خود تحت عنوان «طراحی الگوی گردشگری پزشکی برای ایران» ابتدا به تعریف گردشگری پزشکی و سپس به معرفی بازار آن می‌پردازد. همچنین به چالش‌های این صنعت در ایران اشاره می‌نماید و بعد از آن به گزینه‌های مناسب برای رویارویی با چالش گردشگری پزشکی ایران و ارائه‌ی الگوی گردشگری پزشکی پرداخته است. طبق این الگو برای ارتقای این صنعت در ایران، ۳ جزء اصلی صنعت گردشگری پزشکی (دولت، بخش غیر دولتی و نهاد هماهنگ کننده بین بخش دولتی و غیر دولتی) نقش کلیدی در صنعت گردشگری پزشکی ایفا می‌نماید (۳).

نصیری پور و سلمانی به بررسی نقش توانمندی بیمارستان‌های تهران در توسعه‌ی توریسم درمانی پرداختند. از بین بیمارستان‌های تهران، ۴ بیمارستان فعال در جذب بیمار خارجی انتخاب شدند. در بین مؤلفه‌های مورد مطالعه، تجهیزات پزشکی با میانگین ۳/۹ در بهترین وضعیت و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات با میانگین ۱/۷ در پایین‌ترین موقعیت قرار داشتند (۴).

دلگشایی و همکاران به ارزیابی اهمیت عملکرد گردشگری پزشکی در استان تهران از دیدگاه گردشگران پزشکی و ارائه کنندگان خدمات پزشکی در سال ۱۳۸۹ پرداختند و بیان کردند که از دیدگاه گردشگران پزشکی و ارائه کنندگان خدمات پزشکی، عملکرد عوامل مرتبط با گردشگری پزشکی در استان تهران متناسب با اهمیت آنها نمی‌باشد (۵).

صدر ممتاز و آقارحیمی در مطالعه‌ی خود به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری پزشکی با توجه به نظرات مدیران بیمارستان‌های منتخب شهر تهران و اولویت‌بندی آنها پرداختند. و چهار شاخص استراتژیک مانند توسعه‌ی زیرساخت عمومی، توسعه‌ی منابع انسانی، سیستم اطلاعاتی و بازاریابی، توسعه‌ی برونداها و شاخص‌های ارتقای کیفیت صنعت گردشگری پزشکی را به عنوان عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری پزشکی اولویت‌بندی کردند (۶).

Harahsheh (۷) در مطالعه‌ی خود ویژگی‌های دموگرافیک و مسایلی که گردشگران و انتظارات آنها در طول اقامت در کشور مقصد با آنها مواجهند را مورد بررسی قرار داده است. وی اعلام کرد گردشگران برخلاف برخی کم و کاستی‌های مربوط به تسهیلات حمل و نقل، قیمت، قابلیت دسترسی خدمات و عدم توسعه‌ی سریع صنعت گردشگری سلامت در اردن، از دریافت این خدمات راضی بوده‌اند.

Turner (۸) در مطالعه‌ی تحت عنوان «گردشگری پزشکی» اعلام کرد، گردشگری با قصد درمان، مزایایی

بررسی شود. لذا هدف این مطالعه، تعیین تأثیر توانمندی دندان‌پزشکان بر توسعه‌ی صنعت گردشگری دندان‌پزشکی در شهر اصفهان از دیدگاه دندان‌پزشکان متخصص بود.

مواد و روش‌ها

این مطالعه توصیفی-تحلیلی از نوع مقطعی بود که در سال ۱۳۹۰-۱۳۹۱ اجرا شد. روش و ابزار گردآوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر مشخصات دموگرافیک و پرسش‌های مربوط به توانمندی دندان‌پزشکان متخصص، کمیت و کیفیت خدمات قابل‌ارایه‌ی خدمت به گردشگران خارجی بود. پرسش‌نامه به صورت سؤالات بسته و باز تنظیم گردید.

به دلیل عدم وجود پرسش‌نامه‌ی استاندارد، پرسش‌نامه‌ی تهیه شده با توجه به مطالعه‌ی پژوهش‌های مرتبط (۲، ۳، ۵، ۸، ۹) و نکات مورد توجه آنان جهت توسعه‌ی صنعت گردشگری، توسط محققین تنظیم گردید. حیطه‌های آن شامل مشخصات دموگرافیک دندان‌پزشکان متخصص، مشخصات گردشگران خارجی مراجعه‌کننده جهت دریافت خدمات درمانی دندان‌پزشکی بود.

مقیاس اندازه‌گیری پرسش‌نامه برای برخی سؤالات مانند مشخصات گردشگران خارجی به صورت بلی و خیر، برخی به صورت طیف لیکرت پنج درجه‌ای به صورت کاملاً موافقم: ۵، موافقم: ۴، بی‌نظر: ۳، مخالفم: ۲ و کاملاً مخالفم: ۱، نمره‌گذاری گردید. کسب نمره‌ی ۵.۳ به معنی نظر موافق و ۲.۱ به معنی مخالف در نظر گرفته شد. و تنها نمره‌گذاری دو پرسش مربوط به حیطه‌ی کمیت و کیفیت خدمات ارایه به دلیل بیان نیاز به بالا بردن کیفیت خدمات و تجهیزات مدرن‌تر به صورت برعکس در نظر گرفته شد (کاملاً موافقم برابر ۱ تا کاملاً مخالفم برابر ۵).

در پیش‌آزمون ۳۰ نفر از دندان‌پزشکان متخصص به صورت نمونه‌گیری در دسترس انتخاب گردیدند. پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های بدست آمده وارد نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۹ (SPSS Inc., version 19) وارد شدند.

دارد از جمله: امکان انتخاب مقصد سفر برای بیماران، امکان دسترسی به درمان‌های جایگزینی که در محل زندگی آنها وجود ندارد، تسریع دسترسی به درمان، پرورش و ارتقای رقابت جهانی و نیز تحت فشار قرار دادن مراکز بهداشتی-درمانی پر هزینه برای کاهش دادن قیمت‌ها. او همچنین اعلام کرد این نوع سفرها با ایجاد اقتصاد بهداشتی-درمانی باعث ارتقای توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی در کشورهای مختلف می‌شود. به نظر آنان کیفیت درمان مسأله‌ای جدی و در خور بررسی است.

Horowitz (۲) در مطالعه‌ای تحت عنوان «گردشگری پزشکی: جهانی شدن بازار بهداشت و درمان» بر این عقیده است که نکات مهم در گردشگری پزشکی، تأثیر بالقوه‌ی گردشگری بر ساکنان و بومیان کشورهای مقصد می‌گذارد. وی بیان می‌کند که Mattoo and Rathindran معتقدند که درآمد حاصل از کشورهای در حال توسعه‌ای که خدمات پزشکی را به بیماران خارجی ارایه می‌دهند، فرصت‌هایی را برای بهبودی دسترسی و کیفیت درمان برای ساکنین آن کشورها ایجاد می‌کند.

کشور ایران با توجه به قابلیت‌های تاریخی، فرهنگی و دارا بودن نیروی انسانی توانمند در رشته‌های مختلف از جمله گردشگری پزشکی و دندان‌پزشکی، می‌تواند جایگاه ویژه‌ای در منطقه در زمینه جذب انواع گردشگران داشته باشد، اما متأسفانه تاکنون برنامه‌ریزی دقیقی انجام نشده و حتی اطلاعات مربوطه بسیار ناقص می‌باشد. توریسم درمانی دندان‌پزشکی، راهکار مناسبی است برای درآمدزایی ارزی، بالا بردن کیفیت خدمات دندان‌پزشکی و تعادل هزینه‌های خدمات برای عموم مردم کشور. در راستای تحقق مزایای فوق و نیز یافتن فرصت‌های جدید شغلی به عنوان راهی برای جلوگیری از مهاجرت متخصصین، ایجاد اشتغال در سایر زمینه‌های مرتبط با صنعت گردشگری، تحقق اهداف تعیین شده در برنامه‌ی پنجم توسعه و افزایش سرمایه‌گذاری، لازم است میزان توانمندی متخصصین در حرفه‌های مختلف که می‌توانند در امر توسعه‌ی صنعت گردشگری مؤثر باشند

(Chicago, IL) شده، پایایی پرسش‌نامه با استفاده از محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.720$) و روایی آن توسط متخصصین دندان‌پزشکی بررسی و تأیید گردید.

پس از انجام اصلاحات لازم، پرسش‌نامه‌ی نهایی به صورت نمونه‌گیری در دسترس در اختیار ۸۵ نفر از متخصصین دندان‌پزشک سطح شهر اصفهان و اعضای هیأت علمی دانشکده‌ی دندان‌پزشکی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان قرار گرفت. دندان‌پزشکانی که بیماران گردشگر خارجی و ایرانیان مقیم خارج نداشتند، از مطالعه حذف گردیدند. در مجموع ۶۲ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای حیطه‌بندی پرسش‌ها، آزمون تحلیل عاملی سه مؤلفه را تشخیص داد ($KMO = 0.602$ و $p < 0.001$ value)، طبق این نتایج حیطه‌ی توانمندی‌های نیروی انسانی با واریانس ۳۹/۷۷۸ مهم‌ترین و اثربخش‌ترین حیطه شناسایی شد. کلیه‌ی اطلاعات پرسش‌نامه‌ها به صورت محرمانه بررسی شد. داده‌های بدست آمده با استفاده از آزمون‌های آمار توصیفی، t -test، Kruskal-Wallis، ضریب همبستگی Spearman و Pearson تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها

۴۰/۳ درصد (۲۵ نفر) از نمونه‌ی مورد پژوهش، عضو هیأت علمی دانشگاه‌های علوم پزشکی اصفهان بودند که ۳۷/۱ درصد (۲۳ نفر) از آنها دارای مطب خصوصی و ۲ نفر در کلینیک‌ها شاغل بودند، سایر پاسخگویان عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان اصفهان و تعدادی فقط دارای مطب خصوصی و یا در کلینیک‌های دولتی و خصوصی شاغل بودند. ۳۰/۶ درصد (۱۹ نفر) پاسخگویان زن و ۶۹/۴ درصد (۴۳ نفر) مرد بودند.

آمار توصیفی نشان داد میانگین سن نمونه‌ی مورد پژوهش $6/90 \pm 42/58$ سال، میانگین سابقه‌ی کار $7/60 \pm 14/94$ سال، میانگین مدت آشنایی با موضوع گردشگری $3/70 \pm 3/63$ سال، میانگین تعداد مراجعین خارجی در یک‌سال گذشته $5/80 \pm 5/76$ و میانگین تعداد مراجعین

ایرانیان مقیم خارجی جهت درمان دندان‌پزشکی $13/22 \pm 10/85$ بود.

یافته‌ها نشان داد که از نظر میزان تسلط به زبان انگلیسی پاسخگویان، ۴۸/۴ درصد (۳۰ نفر) در سطح خوب، ۴۶/۸ درصد (۳۰ نفر) در سطح متوسط و ۴/۸ درصد (۳ نفر) در سطح بسیار خوب بودند. از نظر میزان تسلط به زبان عربی ۸۲/۳ درصد (۵۱ نفر) پاسخگویان در سطح ضعیف و ۱۷/۷ درصد (۱۱ نفر) در سطح متوسط بودند. سایر یافته‌ها نشان داد که ۹/۷ درصد (۶ نفر) از منشی‌های مطب یا دستیاران دندان‌پزشک با یک زبان غیر فارسی (انگلیسی یا عربی) آشنایی دارند. ۹۰/۳ درصد (۵۶ نفر) آشنایی با این زبان‌ها ندارند.

در مورد آرایه‌ی راهکارهای توسعه‌ی بازار کار، ۱۱/۳ درصد خلاقیت در آرایه‌ی خدمات به بیماران، ۳۰/۶ درصد اختصاص پوشش بیمه‌ای برای کلیه‌ی اقشار جامعه، ۲۱ درصد جذب بیماران و توریست‌های خارجی و آرایه‌ی خدمات دندان‌پزشکی به آنان و ۱/۶ درصد نیز راهکارهای دیگری از قبیل کاهش ظرفیت پذیرش دانشجوی دندان‌پزشکی، حذف دانشکده‌های دندان‌پزشکی مازاد و سوق دادن اقشار مردم از کلینیک‌ها به مطب‌های خصوصی را پیشنهاد دادند.

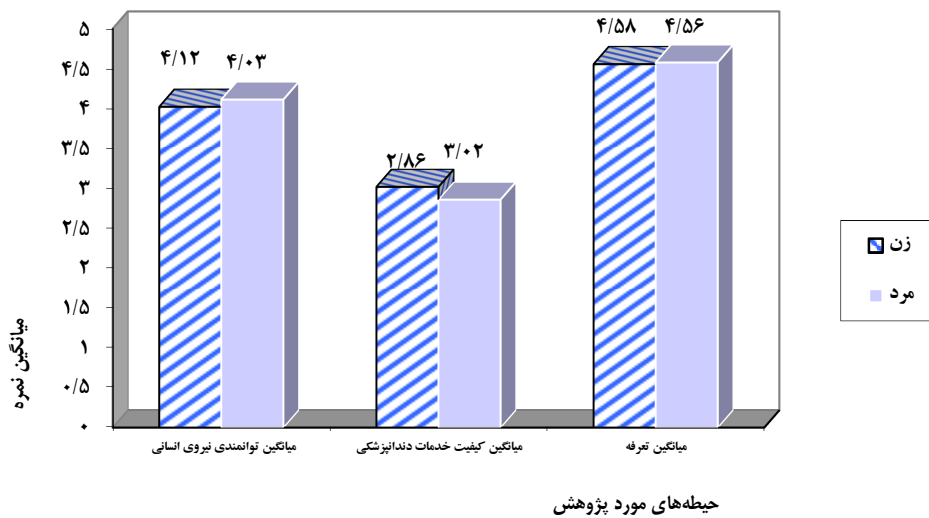
جداول ۱-۳ و نمودار ۱ توزیع فراوانی پاسخ‌های نمونه‌ی مورد پژوهش و میانگین وزنی در حیطه‌های مورد پژوهش را نشان می‌دهد.

نتایج در حیطه‌ی کمیت و کیفیت خدمات نشان می‌دهد که بیشترین نمره مربوط به رعایت شرایط بهداشتی (بهداشت، کنترل عفونت، حفاظت اشعه) در مراکز درمانی دندان‌پزشکی شهر اصفهان ($13/623 \pm 4/0$) و کمترین نمره مربوط به فضای فیزیکی (مکانی، ظاهری) کلینیک‌ها و مطب‌های دندان‌پزشکی جهت آرایه‌ی خدمات به توریست‌های خارجی می‌باشد ($74/159 \pm 3/1$). حیطه‌ی توانمندی نیروی انسانی، بیشترین نمره مربوط به انجام خدمات دندان‌پزشکی توسط متخصصین و لزوم آموزش

زبان انگلیسی به پرسنل درمانی می‌باشد. بیشترین نمره مربوط به مقایسه‌ی تعرفه‌ی دندان‌پزشکی در شهر اصفهان نسبت به کشورهای اروپایی ($۶۶/۵۴۲ \pm ۴/۰$) و کمترین امتیاز مربوط به مقایسه‌ی تعرفه‌ی دندان‌پزشکی در شهر اصفهان نسبت به سایر کشورهای آسیایی می‌باشد ($۳۹/۵۲۵ \pm ۴/۰$) (جدول ۱).

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخ‌های نمونه‌ی مورد پژوهش و میانگین وزنی در حیطه‌های مورد پژوهش

حیطه‌ی کمیت و کیفیت ارایه‌ی خدمات دندان پزشکی						
پرسش‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	بی‌نظرم	مخالفم	کاملاً مخالفم	انحراف معیار ±
	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)	تعداد (درصد)	میانگین
کمیت، کیفیت و به روز بودن مواد، تجهیزات و تکنولوژی دندان‌پزشکی موجود، قابل رقابت با کشورهای اروپایی و آمریکایی است.	۱۸ (۲۹)	۳۲ (۵۱/۶)	۷ (۱۱/۳)	۵ (۸/۱)	-	۴/۰۲±۰/۸۵۹
کمیت و کیفیت امکانات سایر رشته‌های پزشکی دارای مزیت رقابت می‌باشد.	۲۵ (۴۰/۳)	۳۷ (۵۹/۷)	-	-	-	۴/۴۰±۰/۴۹۵
فضای فیزیکی (مکانی، ظاهری) کلینیک‌ها و مطب‌های دندان‌پزشکی جهت ارایه‌ی خدمات به توریست‌های خارجی مناسب می‌باشد.	۱۸ (۲۹)	۲۵ (۴۰/۳)	۶ (۹/۷)	۱۱ (۰/۷)	۲ (۳/۲)	۳/۷۴±۱/۱۵۹
شرایط بهداشتی (بهداشت، کنترل عفونت، حفاظت اشعه) در مراکز دندان‌پزشکی شهر اصفهان جهت ارایه‌ی خدمات به توریست‌های خارجی مناسب می‌باشد.	۱۴ (۲۲/۶)	۴۲ (۶۷/۷)	۲ (۳/۲)	۲ (۳/۲)	-	۴/۱۳±۰/۶۲۳
* برای جذب توریسم نیاز به بالا بردن سطح کیفیت خدمات دندان‌پزشکی است.	-	۴ (۶/۵)	۳ (۴/۸)	۳۱ (۵۰)	۲۳ (۳۷/۱)	۱/۸۰±۰/۸۱۳
* برای جذب توریسم نیاز به تجهیزات مدرن‌تر دندان‌پزشکی است.	-	۴ (۶/۵)	۸ (۱۲/۹)	۲۵ (۴۰/۳)	۲۰ (۰/۳)	۱/۹۳±۰/۸۸۴
زمان انتظار در مطب‌ها و کلینیک‌ها برای گردشگران وجود ندارد.	۶۲ (۱۰۰)	-	-	-	-	۵±۰/۰۰۰
کل	۳/۳۴±۰/۵۰					
حیطه‌ی توانمندی نیروی انسانی خدمات دندان‌پزشکی						
دندان‌پزشکان و دانشجویان در حال حاضر نسبت به زبان‌های مورد نیاز آگاهی لازم را دارند.	۶ (۹/۷)	۶ (۹/۷)	۱۳ (۲۱)	۳۷ (۵۹/۷)	-	۲/۶۹±۱/۰۰
بهرتر است انجام خدمات دندان‌پزشکی به گردشگران صرفاً توسط متخصصین انجام شود.	۶۲ (۱۰۰)	-	-	-	-	۵±۰/۰۰
آموزش پرسنل درمانی (دستیاران و منشی) در مطب‌ها و کلینیک‌ها از نظر تسلط به زبان خارجی (انگلیسی) ضروری می‌باشد.	۶۲ (۱۰۰)	-	-	-	-	۵±۰/۰۰
کل	۴/۰۹±۰/۳۳					
حیطه‌ی ارزیابی هزینه‌های خدمات دندان‌پزشکی						
تعرفه‌ی دندان‌پزشکی در اصفهان نسبت به شهرهای دیگر ایران (تهران، مشهد، شیراز، اهواز) کمتر است.	۳۸ (۶۱/۳)	۲۴ (۳۸/۷)	-	-	-	۴/۶۱±۰/۴۹
تعرفه‌ی دندان‌پزشکی در اصفهان نسبت به کشورهای اروپایی کمتر است.	۴۳ (۶۹/۴)	۱۷ (۲۷/۴)	۲ (۳/۲)	-	-	۴/۶۶±۰/۵۴
تعرفه‌ی دندان‌پزشکی در اصفهان نسبت به سایر کشورهای آسیایی کمتر است.	۲۵ (۴۰/۳)	۳۵ (۵۶/۵)	۱ (۱/۶)	-	-	۴/۳۹±۰/۵۲
هزینه‌ی سایر خدمات لازم در طول سفر در مقایسه با کشورهای مبدأ گردشگران پایین‌تر می‌باشد.	۳۷ (۵۹/۷)	۲۵ (۴۰/۳)	-	-	-	۴/۶۰±۰/۴۹
کل	۴/۵۶±۰/۳۱					



نمودار ۱: میانگین نمره‌ی حیطه‌های مورد پژوهش

جدول ۲: توزیع فراوانی ثبت آمار و وجود مکانیسم سنجش رضایت گردشگران

پرسش‌ها	پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
وجود مکانیسم سنجش رضایت گردشگران مراجعه کننده	بلی	۵	۸/۱
ثبت آمار گردشگران	خیر	۵۷	۹۱/۹
گزارش آمار گردشگران به سازمان خاصی	بلی	۲	۳/۲
تمایل دندان‌پزشکان به انعقاد قرارداد بیمه‌های	خیر	۶۰	۹۶/۸
مسئولیت هزینه‌های دندان‌پزشکی گردشگران	بلی	۰	۰
امکان دادن نوبت‌های ویژه به گردشگران	خیر	۶۲	۱۰۰
دادن اولویت درمان در صورت اورژانس گردشگر خارجی نسبت به هموطنان ایرانی	بلی	۵۸	۹۳/۵
	خیر	۴	۶/۵
	بلی	۶۲	۱۰۰
	خیر	۰	۰
	بلی	۵۷	۹۱/۹
	خیر	۵	۸/۱

ویژه به گردشگران وجود دارد، ۹۱/۹ درصد (۵۷ نفر) نیز حاضر به دادن اولویت درمان در صورت اورژانس گردشگر خارجی نسبت به هموطنان ایرانی هستند (جدول ۲).

ضریب همبستگی Spearman نشان می‌دهد که بین میانگین ارزیابی تعرفه‌ها و میانگین کیفیت خدمات ارتباط معنی‌داری وجود دارد ($r = ۰/۴۲۶$, $p \text{ value} = ۰/۰۰۱$) (جدول ۳).

نتایج نشان داد که ۹۱/۹ درصد (۵۷ نفر) از پاسخگویان، مکانیسمی برای سنجش رضایت گردشگران مراجعه کننده نداشتند، ۹۶/۸ درصد (۶۰ نفر) آمار مربوطه را ثبت نمی‌کنند، ۱۰۰ درصد (۶۲ نفر) بیان کردند که هیچ گزارشی از آمار گردشگران به سازمان‌های مربوطه داده نمی‌شود، ۹۳/۵ درصد (۵۸ نفر) تمایل به انعقاد قرارداد بیمه‌های مسئولیت هزینه‌های دندان‌پزشکی گردشگران را داشتند، ۱۰۰ درصد (۶۲ نفر) بیان کردند که امکان دادن نوبت‌های

جدول ۳. ضریب همبستگی حیطه‌های مختلف مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی

میانگین توانمندی انسانی	میانگین کیفیت خدمات دندان‌پزشکی و پزشکی	میانگین ارزیابی تعرفه‌ها
میانگین توانمندی نیروی انسانی	۱/۰۰۰	۶۰
Spearman p value	۰/۱۷۵	۰/۲۰۶
تعداد	۵۴	۵۶
میانگین کیفیت خدمات دندان‌پزشکی و پزشکی	۱/۰۰۰	۰/۴۲۶
Spearman p value	۰/۱۳۵	۰/۰۰۱
تعداد	۵۹	۵۵
میانگین ارزیابی تعرفه‌ها	۱/۰۰۰	۶۱
Spearman p value	۰/۳۰۹	۵۹
تعداد	۵۹	۵۵

بحث

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع درآمد و اشتغال‌زایی، مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان می‌باشد. با توجه به منابع و توانمندی‌های موجود در هر کشور، این صنعت در زمینه‌های مختلفی رشد یافته است. یکی از جدیدترین و روبه رشدترین بخش‌های این صنعت، گردشگری درمانی است. دندان‌پزشکی نیز به دلیل شرایط خاص و درمان سریع و سرپایی، مورد توجه فعالان این صنعت می‌باشد. این مطالعه در قالب طرح پیمایشی با هدف تعیین تأثیر توانمندی بالینی دندان‌پزشکان بر توسعه‌ی صنعت گردشگری دندان‌پزشکی از دیدگاه متخصصان دندان‌پزشکی در شهر اصفهان انجام شد.

با توجه به این که اکثر پاسخگویان اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی بودند، امکان برنامه‌ریزی دقیق و یافتن راهکارهای مناسب جهت معرفی این صنعت و توانمند کردن دانشجویان دندان‌پزشکی که پس از فارغ‌التحصیلی وارد بازار کار خواهند شد، فراهم می‌گردد.

مطالعات انجام شده بر اهمیت صنعت گردشگری درمانی به عنوان عامل تأثیرگذار بر رشد اقتصادی و نقش برنامه‌های سلامت در افزایش سفرهای سلامت اشاره نموده‌اند (۱۰-۱۲).

در مطالعات نصیری‌پور و سلمانی (۴)، Baliga (۱۳)، Martin و Jagyasi و همکاران (۱۴) عوامل تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری سلامت، به کارگیری تجهیزات پزشکی دارای تکنولوژی بالا و استانداردهای جهانی، ارزان‌تر بودن (رقابتی بودن) هزینه‌ی خدمات پزشکی نسبت به سایر کشورها، شفاف نمودن هزینه‌ی درخواستی از بیماران خارجی بیان شده است، که با نتایج مطالعه‌ی حاضر از نظر کیفیت خدمات دندان‌پزشکی و توانمندی نیروی انسانی هم‌نظر می‌باشد.

در مطالعه‌ی حاضر در زمینه‌ی آشنایی دندان‌پزشکان با زبان خارجی، مشخص شد آنها با زبان انگلیسی در سطح خوب و متوسط آشنایی داشتند. از طرفی بر اساس آمار مشخص شد که ۳۰/۶ (۱۹ نفر) بیماران خارجی از کشورهای عربی حاشیه‌ی خلیج فارس، لبنان و سوریه به اصفهان سفر نمودند، دندان‌پزشکان از نظر آشنایی به زبان عربی ۱۷/۷ درصد (۱۱ نفر) در سطح متوسط و ۸۲/۳ درصد (۵۱ نفر) در سطح ضعیف می‌باشند، لذا زبان عربی نیز به عنوان یکی از عواملی می‌باشد که می‌تواند در توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی و مشتری‌مداری بیماران مؤثر باشد. با توجه به این موارد لازم است که مهارت و دانش دندان‌پزشکان و همچنین دانشجویان در حین تحصیل در زمینه‌ی زبان‌های خارجی یا مترجمین با توجه به گروه

هدف، تقویت شود تا بتوان از آن به عنوان ابزار بازاریابی در توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی استفاده نمود.

کازمی و همکاران (۱۵) عواملی نظیر همکاری و مشارکت بین‌بخشی در سطح کلان و عملیاتی، تسهیل صدور روادید و توسعه‌ی منابع انسانی، توسعه‌ی زیر ساخت پایه و درمانی و نیز بازاریابی مؤثر در جذب گردشگر پزشکی نقش مهمی دارند که در پژوهش حاضر نیز پاسخگویان به توسعه‌ی زیرساخت‌ها و بازاریابی اشاره کرده و آنها را از جمله شرایط لازم برای توسعه‌ی گردشگری دانسته‌اند.

Harahsheh (۷) با اشاره به نوپا بودن صنعت گردشگری پزشکی و عدم وجود زیرساخت‌های لازم، فقدان راهبردهای مشخص توسعه و بازاریابی، فقدان اطلاعات پایه در این بخش و کم توجهی به گردشگری و ارزش اثرات گردشگری سلامت را از موانع توسعه‌ی گردشگری پزشکی دانسته است. نتایج مطالعه‌ی حاضر نیز نشان داد که در حیطه‌ی کیفیت خدمات، بیشترین نمره مربوط به رعایت شرایط بهداشتی (بهداشت، کنترل عفونت، حفاظت اشعه) در مراکز درمانی دندان‌پزشکی شهر اصفهان بود و کمترین نمره مربوط به فضای فیزیکی (مکانی، ظاهری) کلینیک‌ها و مطب‌های دندان‌پزشکی جهت ارائه‌ی خدمات به توریست‌های خارجی بود و نیز طبق موارد مطرح شده در مطالعه‌ی حاضر، بازاریابی و ارتقای سیستم اطلاعات (رسانه‌ها، سایت‌های خبری الکترونیک، تلویزیون، شرکت‌های تبلیغاتی و ...) دارای اهمیت می‌باشد.

کشاوری و همکاران (۱۶) مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری دندان‌پزشکی را به ترتیب وجود مرکزی جهت ارائه‌ی خدمات دندان‌پزشکی و مناسب بودن هزینه‌ی خدمات دندان‌پزشکی و تبلیغات مناسب بیان نمودند، در مطالعه‌ی حاضر نیز تأکید بر کیفیت خدمات، توانمندی نیروی انسانی و تعرفه‌ی خدمات دندان‌پزشکی می‌باشد.

با توجه به اینکه هزینه‌های سفر به طور طبیعی یکی از عوامل تعیین کننده‌ی رونق گردشگری است، هزینه‌ی ارایه‌ی خدمات دندان‌پزشکی نیز از عوامل مؤثر بر جذب گردشگران است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که بیشترین هزینه مربوط به هزینه‌ی خدمات دندان‌پزشکی در کشورهای اروپایی و کمترین مربوط به هزینه‌ی خدمات دندان‌پزشکی شهر اصفهان نسبت به سایر کشورهای آسیایی و ایران می‌باشد.

در بخش خدمات دندان‌پزشکی، آموزش نیروی انسانی شاغل در مطب‌ها و کلینیک‌ها ضروری است. به دلیل تفاوت‌های فرهنگی موجود، ایجاد زمینه‌های مناسب فرهنگ‌سازی برای سازگاری با فرهنگ گردشگران ضروری می‌باشد. همانگونه که کشاوری و همکاران (۱۶) در مطالعه‌ی خود بیان نمودند، وجود مرکزی با توانایی ارایه‌ی انواع خدمات تخصصی دندان‌پزشکی، استفاده از رسانه‌های اطلاعاتی و تبلیغاتی به عنوان یکی از راهکارهای توسعه‌ی گردشگری و بازاریابی در دندان‌پزشکی مطرح می‌باشد. در مطالعه‌ی حاضر نیز مطابق راهکارهای ارایه شده توسط پاسخگویان، طراحی الگوی مناسب بازاریابی جهت معرفی توانمندی‌های دندان‌پزشکان متخصص می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه‌ی این صنعت داشته باشد.

با توجه به اینکه مشکل اصلی در مراحل انجام این مطالعه، فراموشی تعداد دقیق گردشگران بود، برای رفع این مشکل نیاز به ثبت آمار و اطلاعات مربوط به گردشگران می‌باشد تا بتوان در مواقع لازم از آنها جهت برنامه‌ریزی دقیق استفاده نمود.

نتیجه‌گیری

طبق نتایج بدست آمده، به ترتیب وجود مرکزی متمرکز جهت ارائه‌ی خدمات دندان‌پزشکی و توانمندی نیروی انسانی نقش مهمی در توسعه‌ی گردشگری دارند. نقاط ضعف شهر اصفهان از نظر توانمندی نیروی انسانی عبارت بود از: عدم آشنایی دندان‌پزشکان و افراد شاغل در

کلینیک‌ها و مطب‌ها (منشی‌ها و دستیاران دندان‌پزشک) با زبان‌های شایع گردشگران (انگلیسی، عربی)، عدم وجود مرکزی جهت ارائه‌ی انواع خدمات تخصصی دندان‌پزشکی، عدم ثبت اطلاعات بیماران خارجی مراجعه‌کننده و عدم وجود برنامه‌ی مدون و مداوم در آژانس‌های مسافرتی و جهانگردی. توانمندی نیروی انسانی متخصص دندان‌پزشکی برای توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری درمانی ضروری بوده و نشان دهنده‌ی کفایت سیستم آموزش دهنده‌ی دندان‌پزشکان متخصص جهت برآوردن

نیازهای درمانی گردشگران خارجی می‌باشد. خلاقیت در ارائه‌ی خدمات به بیماران، اختصاص پوشش بیمه‌ای برای کلیه‌ی اقشار جامعه و جذب بیماران و گردشگران خارجی برای دریافت خدمات دندان‌پزشکی، راهکارهای پیشنهادی برای توسعه‌ی بازار کار دندان‌پزشکی می‌باشد.

* این مقاله حاصل طرح تحقیقاتی شماره ۲۹۱۱۸۵ بوده و کلیه حقوق این طرح برای دانشکده دندان‌پزشکی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان محفوظ است.

References

- Jabbari A, Mahmoudi Meymand F, Nezamdoust F, Agharahimi Z, Shojaei L. Potentials of medical tourism in the field of dentistry from view point of dentists in Isfahan, Iran. *Health Inf Manage* 2013; 9(7): 1032-8. [In Persian].
- Horowitz MD. Medical tourism: globalization of the healthcare marketplace. *MedGenMed* 2007; 9(4): 33.
- Jabbari A. Designing a model for Iran medical tourism [PhD Thesis]. Tehran, Iran: School of Management and Medical Information, Iran University of Medical Sciences; 2009. [In Persian].
- Nasiripour AA, Salmani L. A strong role in the development of medical tourism hospitals in Tehran. *Hospital* 2010; 9(3-4). [In Persian].
- Delgoshaei B, Ravaghi H, Abolhasani N. Assessment of performance medical tourism medical tourists in Tehran from the perspective of medical providers in 2010. *Hospital* 2012; 11(1): 63-72. [In Persian].
- Sadr Momtaz N, Agharahimi Z. Medical tourism industry in Iran: strategies for development. *Health Inf Manage* 2011; 7(Suppl): 516-24. [In Persian].
- Harahsheh S. Curative tourism in Jordan and its potential development. [Thesis]. Fern Barrow, UK: Bournemouth University; 2002.
- Turner L. "Dental tourism": issues surrounding cross-border travel for dental care. *J Can Dent Assoc* 2009; 75(2): 117-9.
- Mok S. Health services trade in contemporary china: analysis of medical tourism prevalence and policy implications [Online]. [cited 2008 Mar]; Available from: URL: <http://www.chinacaregroup.com/pdf/MedicalTourism.pdf>
- MacReady N. Developing countries court medical tourists. *Lancet* 2007; 369(9576): 1849-50.
- Paul H. Medical tourism: Update and implications [Online]. [cited 2009]; Available from: URL: [http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/life-sciences-health-care/mx\(es-mx\)Medical%20tourism%20Turismo%20medico_2009.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/life-sciences-health-care/mx(es-mx)Medical%20tourism%20Turismo%20medico_2009.pdf)
- Crooks VA, Snyder J. Medical tourism: what Canadian family physicians need to know. *Can Fam Physician* 2011; 57(5): 527-9, e151-3.
- Baliga H. Medical tourism is the new ware of outsoaring from India [Online]. [cited 2006 Dec 23]; Available from: URL: www.indiadaily.com/editorial/14858.asp
- Martin DS, Ramamonjiarivelo Z, Martin WS. MEDTOUR: a scale for measuring medical tourism intentions. *Tourism Review* 2011; 66(1-2): 45-56.
- Kazemi A, Sanayei A, Ranjbarian B, Azerbaijani K. Identifying the competitive advantages of tourism industry in order to attract foreign tourists' case study Isfahan province. *Urban and Regional Research* 2010; 2(5): 93-110. [In Persian].
- Keshavarz H, Jabarifar SE, Hosseinpour K. Evaluation of social, cultural and infrastructural factors influencing the development of dental tourism in Isfahan, Iran. *J Isfahan Dent Sch* 2013; 8(7): 684-94. [In Persian].

The effect of clinical capabilities of dentists on Isfahan dental tourism development from the perspective of dental specialists

Kobra Hosseinpour¹
Seyed Ebrahim Jabarifar²
Hamid Keshavarz³
Zahra Karami⁴

1. **Corresponding Author:** MA, Dental Materials Research Center, School of Dentistry, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran. **Email:** hosseinpour@dnt.mui.ac.ir
2. Professor, Dental Research Center, Department of Pediatric Dentistry, School of Dentistry, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Social Sciences, School of Humanities, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.
4. MA, Social Determinants of Health Research Centre, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran.

Abstract

Introduction: Given the great advantages in Iran, including low cost and specialist human resources in the health sector, Iran is planning fundamental programs in the tourism industry. With respect to the identification of capabilities and potentials in different parts of the country, this study was undertaken to determine the impact of clinical capabilities of dentists on Isfahan dental tourism development from the perspective of dental specialists.

Materials & Methods: The descriptive and analytical study was carried out using a questionnaire which included demographic characteristics, foreign tourists' characteristics to receive dental services, quality and quantity of services that can be offered and the capabilities of the dental human resources. Likert's 5-score scale was used for determining scores. After studying a pre-test with 30 dental specialists and confirming the reliability and validity of the questionnaire, it was randomly handed in to 62 dentistry experts in Isfahan. Data was analyzed with SPSS 19, using descriptive statistical methods, t-test, Kruskal-Wallis, Spearman's and Pearson's correlation coefficients and factor analysis ($\alpha=0.05$).

Results: Variable means for human resource capabilities and dental service quality were $4.09 \pm .338$ and $3.34 \pm .501$, respectively. Factor analysis showed that human resource capabilities are the most important and most effective variable with a variance of 39.778.

Conclusion: Capabilities of human resources, affordable costs of dental services, high quality of services and use of proper equipment are important factors influencing dental tourism development. Recording tourists' data, use of publicity packages at airports and hotels, establishing websites for dentists and finally determining target markets of dental tourism are suitable strategies to develop dental tourism industry.

Key words: Dentistry, Medical tourism, Tourism.

Received: 17.5.2016

Revised: 29.9.2016

Accepted: 4.10.2016

How to cite: Hosseinpour K, Jabarifar SE, Keshavarz H, Karami Z. The effect of clinical capabilities of dentists on Isfahan dental tourism development from the perspective of dental specialists. J Isfahan Dent Sch 2016; 12(4): 418-427.