فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۱۴، دوره ۱۴، شماره سی‌وسوم، بهار ۱۴۰۵ (صص ۹۰-۶۵)

فرصت‌های کارآفرینی در توسعه مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال در گردشگری سلامت: مرور نظام‌مند

جهانگیر یدالهی فارسی[۱]، استاد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
لیلا حمدالهی[۲]، دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۶/۱۳ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۴/۱۱/۳۰

چکیده

افزایش تقاضا برای خدمات درمانی باکیفیت و مقرون‌به‌صرفه، گردشگری سلامت را به یکی از بخش‌های پر رشد صنعت گردشگری، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، تبدیل کرده است. با وجود این رشد، نقش تحول‌آفرین دیجیتالی‌سازی در توانمندسازی فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار گردشگری سلامت کمتر به‌صورت نظام‌مند بررسی شده و این خلأ ، درک تعامل میان دیجیتالی‌سازی، کارآفرینی و نوآوری را در بافت‌هایی که زیرساخت‌های سلامت و فناوری‌های دیجیتال به‌طور هم‌زمان در حال تحول هستند، محدود کرده است. به‌منظور پاسخ به این شکاف، پژوهش حاضر با رویکرد مرور نظام‌مند ادبیات، انجام گرفت و مقالات علمی در بازه زمانی ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ با جستجو در پایگاه‌های داده Scopus، Web of Science، PubMed، IEEE Xplore و ScienceDirect بررسی شد. از میان ۱۳۲۰ مقاله شناسایی‌شده، پس از اعمال معیارهای ورود و خروج، در نهایت ۸۴ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. چهارچوب نظری پژوهش با تلفیق نظریه کشف فرصت شین، منطق اثرگذاری ساراسواتی و مدل شکل‌گیری فرصت آردیچویلی طراحی شد که امکان تحلیلی چندسطحی از محرک‌های محیطی، فرآیندهای خرد کارآفرینانه و تعامل پویای فرد و محیط را فراهم نمود. یافته‌ها نشان می‌دهند فناوری‌هایی مانند پزشکی از راه دور، پلتفرم‌های هوشمند و اپلیکیشن‌های سلامت موبایلی، علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدید، به‌عنوان ابزارهایی فعال برای طراحی و توسعه مدل‌های نوین کسب‌وکار دیجیتال عمل می‌کنند. این مطالعه با ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه و پویا، تعامل میان دیجیتالی‌سازی، فرآیندهای کارآفرینانه و گونه‌های نوظهور مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال را تبیین نمود که بینش‌های نظری و کاربردی ارزشمندی برای پژوهشگران، کارآفرینان و سیاست‌گذاران حوزه گردشگری سلامت دیجیتال فراهم می‌آورد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری سلامت، دیجیتالی‌سازی، فرصت‌های کارآفرینی، مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال، تله‌مدیسین

1. jfarsi@ut.ac.ir
۲. نویسنده مسئول l_hamdollahi@ut.ac.ir

مقدمه

گردشگری سلامت به‌عنوان یکی از بخش‌های نوظهور و زیرشاخه‌های پویا و رو به رشد صنعت گردشگری، فرصت‌های گسترده‌ای برای نوآوری و توسعه اقتصادی در سطح بین‌المللی فراهم کرده است. این صنعت با ترکیب خدمات درمانی، رفاهی و توریستی، به نیازهای بیماران بین‌المللی پاسخ می‌دهد. عواملی مانند هزینه‌های بالای درمان در کشورهای توسعه‌یافته، افزایش جمعیت سالمندان و بهبود دسترسی بهتر به زیرساخت‌های درمانی، سبب افزایش تقاضا برای خدمات سلامت فرامرزی شده‌اند (اروین و پاپوتونگان[3]، ۲۰۲۵؛ کیوان‌نیا و همکاران[4]، ۲۰۲۴؛ سانجور[5]، ۲۰۲۵؛ یاشار و همکاران[6]، ۲۰۲۴). در سال‌های اخیر، دیجیتالی‌سازی و به کارگیری فناوری‌های نوین به عنوان یک عامل کلیدی، ساختار صنعت گردشگری سلامت را متحول کرده است. استفاده از فناوری‌هایی مانند تله‌مدیسین، بلاکچین، اپلیکیشن‌های سلامت و هوش مصنوعی در ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده، تجربه بیماران را ارتقا داده، مدل‌های سنتی کسب‌وکار را به چالش کشیده و مزیت رقابتی ایجاد کرده‌اند (بتوتنیکا و همکاران[7]، ۲۰۲۴؛ اروین و پاپوتونگان، ۲۰۲۵؛ گراد و همکاران[8]، ۲۰۲۵؛ سانجور، ۲۰۲۵). .به‌ویژه پس از بحران کووید-۱۹، دیجیتالی‌سازی به عامل محوری در بازاریابی، ارائه خدمات و خلق و بهبود زنجیره ارزش در صنعت گردشگری سلامت، تبدیل شده است (کولکارنی و همکاران[9]، ۲۰۲۵؛ پریکوپ وانسیا و همکاران[10]، ۲۰۲۱).

ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که در صنایع در حال تحول، مانند گردشگری سلامت دیجیتال، فرصت‌های کارآفرینانه نقشی کلیدی در خلق نوآوری‌های پایدار ایفا می‌کنند (پیرنا و همکاران[11]، ۲۰۲۴؛ سزر و ایلبان[12]، ۲۰۲۴).

شناسایی و بهره‌برداری از این فرصت‌های کارآفرینانه، نیازمند درک عمیق از فرآیندهای کشف و خلق فرصت در بستر دیجیتال است. در این راستا، نظریه‌های کارآفرینی چهارچوب‌های تحلیلی ارزشمندی ارائه می‌کنند. نظریه کشف فرصت[13] شین[14] بر وجود عینی فرصت‌ها در محیط تأکید دارد (شین، ۲۰۰۳). شین و ونکاتارامان (۲۰۰۰) شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را به عنوان مفاهیم مرکزی در کارآفرینی تعریف می‌کنند. آن‌ها کارآفرینی را به عنوان پیوندی بین افراد کارآفرین و فرصت‌های ارزشمند توصیف می‌کنند که نیاز به درک عمیق این فرآیندها در یک محیط دیجیتال را نشان می‌دهد (ماتریکانو[15]، ۲۰۲۰)؛ در حالی‌که نظریه اثرگذاری[16] ساراسواتی[17] بر فرایند تعاملی و تدریجی

3. Erwin & Paputungan
4. Keyvannia et al
5. Sungur
6. Yaşar et al
7. Błotnicka et al
8. Garad et al
9. Kulkarni et al
10. Pricope Vancia et al
11. Pırna et al
12. Sezer & Ilban
13. Opportunity discovery Theory
14. Shane, *2003*
15. Matricano
16. Effectuation Theory
17. Sarasvathy ,*2001*

خلق فرصت توسط کارآفرینان تأکید می‌کند (ساراسواتی، ۲۰۰۱). همچنین، مدل شکل‌گیری فرصت[18] آردیچویلی و همکاران[19]، نقش فرایندهای شناختی، منابع اجتماعی و تعامل با محیط را در شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینانه برجسته می‌کند (آردیچویلی و همکاران، ۲۰۰۳). این چهارچوب‌های نظری کارآفرینی، ابزاری تحلیلی برای درک چگونگی شکل‌گیری، کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید کارآفرینانه در بستر دیجیتالی‌سازی گردشگری سلامت را فراهم می‌کنند و می‌توانند به‌خوبی در تحلیل تأثیر تغییرات فناورانه و نیازهای نوظهور بیماران و گردشگران بین‌المللی در طراحی مدل‌های نوین کسب‌وکار دیجیتال کمک نمایند.

ترکیب این سه چهارچوب، به این مطالعه امکان می‌دهد تا پویایی فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری سلامت دیجیتال را به‌صورت جامع‌تری تحلیل کند. از یک سو، تحولات فناورانه (مانند ظهور تله‌مدیسین) می‌توانند فرصت‌های عینی جدیدی خلق کنند که نیازمند کشف هستند. از سوی دیگر، کارآفرینان با بهره‌گیری خلاقانه از فناوری‌های موجود و تعامل با ذی‌نفعان، به خلق فعالانه فرصت‌های نو می‌پردازند. مدل آردیچویلی نیز تحلیل چگونگی تکوین تدریجی این فرصت‌ها را از طریق یادگیری و شبکه‌سازی، ممکن می‌سازد. این ترکیب نظری مستقیماً در خدمت پاسخ به پرسش‌های پژوهش درباره چگونگی شکل‌گیری فرصت‌ها و نقش نظریه‌ها در تحلیل آن‌ها قرار می‌گیرد.

با وجود پیشرفت‌های پژوهشی در حوزه‌های موازی گردشگری سلامت و فناوری‌های دیجیتال، یک شکاف نظری و ادغامی مشخص در ادبیات وجود دارد. اکثر مطالعات موجود، یا صرفاً بر جنبه‌های فنی دیجیتالی‌سازی متمرکزند، یا صرفاً به توصیف مدل‌های کسب‌وکار می‌پردازند، بدون آنکه چگونگی شکل‌گیری و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه را در نقطه تلاقی این دو حوزه، با اتکا به چهارچوب‌های نظری ریشه‌دار کارآفرینی، تحلیل کنند (اروین و پاپوتونگان، ۲۰۲۵؛ ژانگ و همکاران[20]، ۲۰۲۳). به عبارت دیگر، خلأ یک مرور نظام‌مند یکپارچه‌نگر که به‌طور همزمان، دیجیتالی‌سازی، نظریه‌های کارآفرینی و مدل‌های کسب‌وکار را در کنار هم ببیند و روابط علّی-تفسیری بین آن‌ها را روشن سازد، مشهود است.

هدف این پژوهش، پرکردن این خلأ از طریق یک مرور نظام‌مند از مقالات پژوهشی منتشرشده در بازه زمانی ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ است. این مطالعات عمدتاً از پایگاه‌های داده معتبر بین‌المللی استخراج شده و بر ادغام مفاهیم دیجیتالی‌سازی، کارآفرینی و مدل کسب‌وکار در حوزه گردشگری سلامت تمرکز دارند. این مرور در پی پاسخ به این پرسش‌هاست:

فرآیند شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در بستر دیجیتالی‌سازی گردشگری سلامت چگونه است و چگونه می‌توان آن را با ترکیب نظریه‌های کشف، خلق و شکل‌گیری فرصت تبیین کرد؟

- این نظریه‌ها چه نقش تحلیلی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های نوظهور ایفا می‌کنند؟
- کدام گونه‌های مدل کسب‌وکار دیجیتال در پاسخ به این فرصت‌ها شکل گرفته‌اند و توسعه یافته‌اند؟

18. Opportunity Formation
19. Ardichvili et al., *2003*
20. Zhong et al

- این مدل‌ها چگونه به ایجاد یا تقویت مزیت رقابتی در صنعت گردشگری سلامت کمک می‌کنند؟

این پژوهش با تحلیل نظام‌مند ادبیات و با تکیه بر چهارچوب نظری ترکیبی پیش‌گفته، در پی ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه است که تعامل پویای میان محرک‌های دیجیتالی‌سازی، فرآیندهای کارآفرینانه (کشف/خلق/شکل‌گیری) و الگوهای نوین کسب‌وکار در گردشگری سلامت را ترسیم کند. انتظار می‌رود یافته‌های این مطالعه، علاوه بر غنای ادبیات نظری، مبنایی برای تحقیقات آتی و سیاست‌گذاری‌های مؤثر فراهم کند و توصیه‌های کاربردی برای پژوهشگران و کارآفرینان فعال در این عرصه ارائه دهد.

مبانی نظری

فرآیند شکل‌گیری و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در بستر پویا و چندلایه گردشگری سلامت دیجیتال، پیچیده و چندبعدی است و با رویکرد تک‌نظری، به‌دشواری بتوان آن را به طور کامل تبیین کرد. بنابراین، این مطالعه با اتخاذ یک رویکرد ترکیبی، سه چهارچوب نظری مکمل را به‌منزله ابزار تحلیلی یکپارچه به‌کار می‌گیرد. این ترکیب هدفمند، امکان بررسی همزمان سطوح مختلف تحلیل را فراهم می‌سازد: از تحولات عینی و کلان محیطی ناشی از دیجیتالی‌سازی که بستر فرصت‌ها را می‌آفرینند، تا کنش‌های فعال و خُرد کارآفرینانه در شرایط عدم قطعیت که به خلق مدل‌های نوین می‌انجامد، و در نهایت فرآیندهای شناختی-اجتماعی میانی که در تکوین تدریجی ایده به فرصتی پایدار، نقش دارند. نظریه کشف فرصت شین (شین، ۲۰۰۳)، منطق اثرگذاری ساراسواتی (ساراسواتی، ۲۰۰۱) و مدل شکل‌گیری فرصت آردیچویلی و همکاران (آردیچویلی و همکاران، ۲۰۰۳)، در کنار یکدیگر، لنزی تحلیلی می‌سازند که نه‌تنها برای کدگذاری و دسته‌بندی مقالات منتخب، بلکه برای تفسیر عمیق‌تر چگونگی تعامل فناوری، کارآفرین و محیط در خلق ارزش در صنعت گردشگری سلامت دیجیتال، به‌کار خواهد رفت.

نظریه کشف فرصت[21]

نظریه کشف فرصت بیان می‌کند که فرصت‌های کارآفرینی به‌صورت عینی در محیط وجود دارند و کارآفرینان باید آن‌ها را شناسایی کنند (شین و ونکاتارامان، ۲۰۰۳). در این دیدگاه، فرصت‌ها مستقل از کارآفرینان وجود دارند و تنها افرادی با مهارت، دانش و تجربه کافی می‌توانند این فرصت‌ها را تشخیص دهند. این دیدگاه مبتنی بر رویکردی شناختی است که بر تحلیل اطلاعات موجود در محیط، پردازش شناختی و توانایی فرد در تشخیص الگوهای پنهان تأکید دارد (چاووشی و همکاران[22]، ۲۰۲۱).

21. Discovery Theory
22. Chavoushi et al

منطق اثرگذاری[۲۳]

برخلاف دیدگاه کشف، نظریه اثرگذاری که ساراسواتی[۲۴] مطرح نموده، بر این باور است که فرصت‌های کارآفرینی کشف نمی‌شوند، بلکه توسط کارآفرینان خلق می‌شوند. در این رویکرد، کارآفرینان به‌جای جست‌وجوی فرصت‌های از پیش موجود، با استفاده از منابع در دسترس، تجربیات پیشین و تعامل با سایر افراد، در محیط‌های نامطمئن و پویا فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند (ساراسواتی، ۲۰۰۱). این نظریه به‌ویژه در شرایطی با عدم قطعیت بالا، مانند صنایع نوظهور و دیجیتال نظیر گردشگری سلامت، کاربرد گسترده‌ای دارد؛ زیرا در چنین فضاهایی، کارآفرینان با بهره‌گیری از فناوری‌ها و نوآوری‌های دیجیتال می‌توانند فرصت‌های جدیدی را در بازار خلق کنند (ساراسواتی، ۲۰۲۳).

نظریه شکل‌گیری فرصت[۲۵]

نظریه شکل‌گیری فرصت، به‌جای تمرکز بر «کشف» یا «خلق» صرف، بر فرایندی پیچیده، پویا و تعاملی تأکید دارد که در آن افراد و گروه‌ها با بهره‌گیری از منابع موجود و بر اساس شناخت‌های فردی، اجتماعی و تجربی خود، فرصت‌های کارآفرینی را شکل می‌دهند. در این دیدگاه، عوامل شناختی، تعاملات اجتماعی و مشارکت فعال با محیط، نقشی اساسی در شکل‌گیری فرصت‌ها ایفا می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی، تجربیات زیسته و یادگیری مستمر، بسترهای لازم برای ظهور این فرصت‌ها را فراهم می‌سازند (آردیچویلی و همکاران، ۲۰۰۳).

در زمینه گردشگری سلامت دیجیتال، تحلیل فرصت‌های کارآفرینی مستلزم در نظر گرفتن هر دو رویکرد کشف و خلق فرصت است. از یک سو، باید فرصت‌های عینی ناشی از پیشرفت‌های فناورانه همچون دیجیتالی‌سازی خدمات، ظهور پلتفرم‌های آنلاین و ابزارهای هوشمند شناسایی شوند و از سوی دیگر، لازم است خلق فرصت‌های جدید از طریق بهره‌برداری خلاقانه از منابع موجود، تعامل با ذی‌نفعان و به‌کارگیری تجربیات و شبکه‌های اجتماعی مدنظر قرار گیرد (دوبراولسکی[۲۶]، ۲۰۲۵؛ خاندلوال و همکاران[۲۷]، ۲۰۲۲). شناسایی فرصت‌های کارآفرینی به شدت تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی و دانش قبلی است. برای مثال، مطالعات نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی به عنوان پل حیاتی به منابع اطلاعاتی عمل می‌کنند و توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در گردشگری را افزایش می‌دهند (فان و سو[۲۸]، ۲۰۲۱).

همان‌طور که آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳) اشاره می‌کنند، شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی نه یک رویداد آنی، بلکه فرآیندی تدریجی، شناختی و اجتماعی است. همچنین، دیدگاه اثرگذاری سارسواتی (۲۰۰۱) نیز تأکید دارد که در محیط‌های مبهم مانند گردشگری سلامت، کارآفرینان نقش فعالی در خلق فرصت‌ها ایفا می‌کنند. در مجموع، درک عمیق

23. Effectuation Theory
24. Sarasvathy
25. Opportunity Development Theory
26. Dobrovolschi
27. Khandelwal et al
28. Fan & Su

و ترکیبی از نظریه‌های فرصت می‌تواند به طراحی مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه، تدوین سیاست‌های حمایتی هوشمند و توسعه صنعت گردشگری سلامت دیجیتال کمک شایانی نماید (ایراوان[29]، ۲۰۲۲). بازار گردشگری سلامت با بخش‌های متنوعی مشخص می‌شود و درک این بخش‌ها می‌تواند به استراتژی‌های کارآفرینی بهتر و هدفمندتر منجر شود. استراتژی تقسیم‌بندی برای کارآفرینان حیاتی است تا مشتریان فعلی را جذب کرده و پیشنهادهای آینده را توسعه دهند (دوبراولسکی، ۲۰۲۵).

جدول ۱- نقش مبانی نظری در پاسخ به پرسش‌های پژوهش

چهارچوب نظری	سطح تحلیل	نقش در پاسخ به پرسش‌های پژوهش	مثال در گردشگری سلامت دیجیتال
نظریه کشف فرصت (شین)	کلان (محیط عینی)	تحلیل چرایی ظهور فرصت‌ها: چه نوع تحولات دیجیتال عینی، فرصت‌های جدید آفریده است؟	ظهور پلتفرم‌های ویدئوکنفرانس پزشکی، استانداردهای داده‌ای سلامت.
منطق اثرگذاری (ساراسواتی)	خُرد (کنش کارآفرین)	تحلیل چگونگی خلق فرصت: کارآفرینان چگونه با فناوری‌های موجود، مدل‌های نوین می‌سازند؟	ساخت MVP پلتفرم سلامت، آزمایش مدل در همکاری با کلینیک‌های محلی.
مدل شکل‌گیری فرصت (آردیچویلی)	میانی (تعامل فرد-محیط)	تحلیل عوامل واسط تکوین فرصت: دانش، شبکه‌ها و محیط چطور فرصت را شکل می‌دهند؟	ترکیب تخصص پزشکی و فناوری، شبکه‌سازی با ارائه‌دهندگان سلامت، انطباق با قوانین.

این چهارچوب ترکیبی، به‌عنوان ابزار کدگذاری و تفسیر در مرور نظام‌مند عمل می‌کند. مقالات بر اساس اینکه به کدام یک از این ابعاد (کشف، خلق، شکل‌گیری) می‌پردازند، تحلیل و دسته‌بندی می‌شوند. درنهایت، یافته‌ها در قالب یک مدل مفهومی یکپارچه ارائه می‌شوند که روابط بین این سه سطح را در بستر گردشگری سلامت دیجیتال ترسیم می‌کند.

روش‌شناسی

این مطالعه با هدف تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در بستر دیجیتالی‌سازی گردشگری سلامت، از روش مرور نظام‌مند ادبیات[30] تبعیت می‌کند. رویکرد این مرور، تفسیری-ترکیبی است و از دستورالعمل‌های استاندارد PRISMA *2020* برای گزارش‌دهی شفاف فرآیند جستجو، انتخاب و تحلیل مقالات استفاده شده است.

استراتژی جستجو با تعریف دقیق سؤال پژوهش و معیارهای PICOS (جمعیت، مداخله، مقایسه، نتایج، مطالعه) طراحی شد. جستجوی اولیه در پایگاه‌های داده بین‌المللی شامل Scopus ، Web of Science، PubMed، IEEE Xplore و ScienceDirect در بازه زمانی ۱ ژانویه ۲۰۲۰ تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۵ انجام گرفت. این بازه به دلیل شتاب‌گیری دیجیتالی‌سازی پس از همه‌گیری کووید-۱۹ انتخاب شد.

کلیدواژه‌ها در سه حوزه مفهومی اصلی «گردشگری سلامت» مانند "medical tourism" ، "health tourism"، «دیجیتالی‌سازی/فناوری‌های نوین» مانند "digitalization" ، "telemedicine"، "AI"و «کارآفرینی/مدل کسب‌وکار» مانند

29. Irawan
30. Systematic Literature Review

"entrepreneurship"، "business model"، "opportunity"تعریف و با اســـتفاده از عملگرهای بولین (AND، OR) در عنوان، چکیده و کلیدواژه‌های مقالات ترکیب شـدند. برای اطمینان از جامعیت، جسـتجوی مکمل در Google Scholar و مرور فهرست منابع مقالات کلیدی نیز صورت پذیرفت.

معیارهای ورود و خروج مطالعات عبارت بودند از:

معیارهای ورود:

- مقالات پژوهشی اصلی یا مروریِ منتشر شده در مجلات داوری شده.
- تمرکز اصلی بر تقاطع گردشگری سلامت، فناوری‌های دیجیتال و کارآفرینی یا مدل کسب‌وکار.
- انتشار به زبان انگلیسی در بازه زمانی تعیین‌شده.
- در دسترس بودن متن کامل مقاله.

معیارهای خروج:

- مقالات بدون متن کامل یا در دسترس نبودن آن.
- مقالات خبری، سرمقاله‌ها، گزارش‌های فنی غیرعلمی و پایان‌نامه‌ها.
- مطالعاتی که صرفاً بر جنبه‌های بالینی یا مدیریت بیمار (بدون ارتباط با مدل کسب‌وکار یا کارآفرینی) متمرکز بودند.
- مقالاتی که به‌طور حاشیه‌ای به موضوع پرداخته و عمق تحلیلی کافی نداشتند.

فرآیند انتخاب در چهار مرحله انجام شد:

۱. **شناسایی**: بازیابی اولیه مقالات از پایگاه‌های داده (n=1320)

۲. **غربال‌گری اولیه**: حذف موارد تکراری و غربال‌گری بر اساس عنوان و چکیده (باقی‌مانده n=285)

۳. **بررسی جامع**: ارزیابی متن کامل مقالات بر اساس معیارهای ورود و خروج (واجد شرایط n=84)

۴. **ارزیابی کیفیت**: مقالات نهایی با اســـتفاده از چک‌لیســـت Joanna Briggs Institute (JBI) برای مطالعات تحلیلی-تفسیری مورد ارزیابی قرار گرفتند. مقالاتی که نمره کیفیت پایینی داشـتند (<۷ از ۱۰) حذف شـدند. در نهایت، ۸۴ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند.

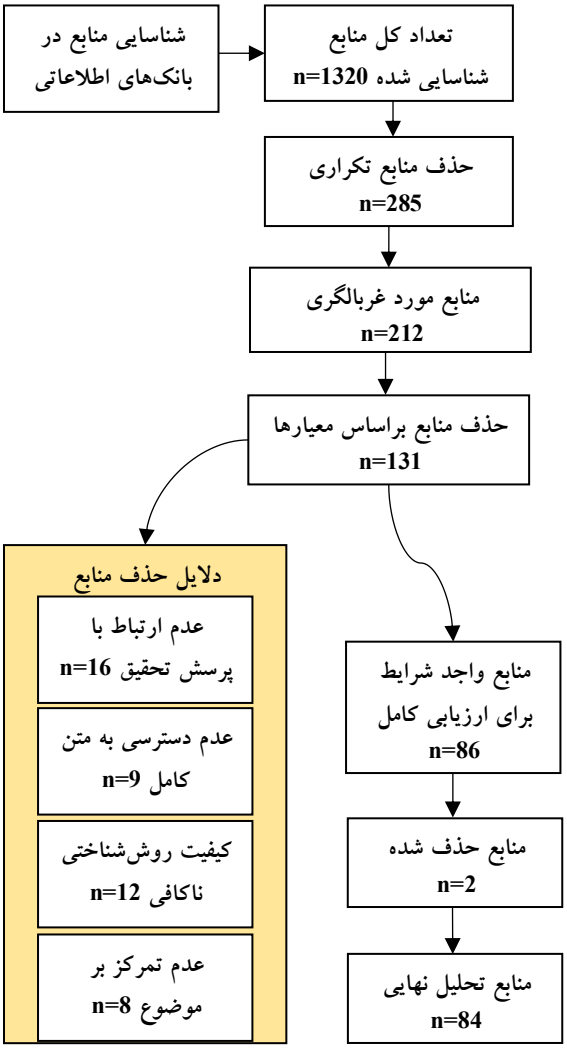
در فرآیند اسـتخراج داده، کدگذاری و تحلیل، یک فرم اسـتخراج داده اسـتاندارد طراحی شـد که شـامل اطلاعات کتاب‌شـناختی، اهداف پژوهش، چهارچوب نظری، روش‌شـناسـی، یافته‌های کلیدی و نتیجه‌گیری بود. داده‌های کیفی با اسـتفاده از رویکرد تحلیل محتوای جهت‌دار و با کمک نرم‌افزار MAXQDA *2022* کدگذاری شـدند. فرآیند کدگذاری به‌صورت ترکیبی انجام شد:

- **کدهای قیاسی**: اساس مولفه‌های چهارچوب تحلیلی ترکیبی (نظریه کشف، منطق اثرگذاری، مدل شکل‌گیری) تعریف شدند.
- **کدهای استقرایی**: مفاهیم و درون‌مایه‌های جدیدی که از دل داده‌ها ظهور می‌کردند، اضافه شدند.

پس از کدگذاری اولیه توسط دو کدگذار، ضریب توافق کاپا محاسبه شد (κ=۰.۸۷) که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد مطلوب است. کدهای مشابه در قالب درون‌مایه‌ها[31] دسته‌بندی شدند. این درون‌مایه‌ها سنگ‌بنای طبقه‌بندی یافته‌ها در بخش چهارم و طراحی مدل مفهومی نهایی را تشکیل دادند.

مدل مفهومی ارائه شده در این مطالعه (شکل ۱)، بر اساس یک‌پارچه‌سازی درون‌مایه‌های استخراج‌شده و در چهارچوب روابط علّی-تفسیری بین آنها شکل گرفته است. به‌عبارت دیگر، مدل نهایی، بازتابی از الگوهای تکرار شونده و روابط کلیدی شناسایی‌شده میان محرک‌های دیجیتالی‌سازی، فرآیندهای کارآفرینانه، چالش‌ها و پیامدها در مجموعه مقالات تحلیل شده است. اعتبارسنجی اولیه مدل از طریق بازخورد گرفتن از دو متخصص حوزه کارآفرینی و فناوری سلامت و نیز بازبینی مجدد مقالات کلیدی برای اطمینان از انطباق با یافته‌ها انجام پذیرفت.

31. Themes



شکل ۱- نمودار جریان PRISMA فرآیند انتخاب مقالات

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این مرور نظام‌مند از طریق فرآیند کدگذاری ترکیبی (قیاسی-استقرایی) مبتنی بر چهارچوب تحلیلی و تحلیل ۸۴ مقاله واجد شرایط، استخراج شده‌اند. در مرحله نخست، کدهای قیاسی بر اساس سه مؤلفه چهارچوب نظری کشف، اثرگذاری و شکل‌گیری، تعریف شدند. در مرحله دوم، کدهای استقرایی از عمق‌بخشیدن به این مؤلفه‌ها ظهور یافتند. در نهایت، کدهای مشابه در قالب چهار درون‌مایه (تم) اصلی دسته‌بندی شدند که مستقیماً به پرسش‌های پژوهش، پاسخ می‌دهند. ساختار این بخش و ارتباط آن با پرسش‌ها در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- نقشه ارتباط درون‌مایه‌های یافته‌ها با پرسش‌های پژوهش و چهارچوب تحلیلی

پرسش پژوهش	درون‌مایه مرتبط	کدهای تحلیلی غالب (از چهارچوب)	هدف تحلیل
سؤال ۱: چگونه فرصت‌ها شکل می‌گیرند؟	۴.۱ سازوکارهای شکل‌گیری فرصت	کشف فرصت عینی، کنش اثرگذارانه، منابع در دسترس	تبیین فرآیند دوگانه کشف و خلق
سؤال ۲: نقش نظریه‌ها در تحلیل چیست؟	۴.۴ نقش نظریه‌ها در خلق مزیت رقابتی	شکل‌گیری تدریجی، دانش/شبکه، قابلیت تقلیدناپذیری	نشان‌دادن کاربست عملی نظریه‌ها در تفسیر
سؤال ۳: کدام مدل‌های کسب‌وکار شکل گرفته‌اند؟	۴.۲ گونه‌شناسی مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال	منطق شکل‌گیری (کشف/خلق/ترکیبی)، ارزش پیشنهادی	طبقه‌بندی مدل‌ها بر اساس مبنا و ماهیت
سؤال ۴: مدل‌ها چگونه به مزیت رقابتی کمک می‌کنند؟	۴.۴ نقش نظریه‌ها در خلق مزیت رقابتی	مزیت رقابتی پایدار، یادگیری منحصر به فرد	تبیین رابطه بین فرآیند شکل‌گیری و پایداری مزیت

سازوکارهای شکل‌گیری فرصت: تحلیل دوگانه کشف و خلق (پاسخ به سؤال ۱)

این درون‌مایه، که مستقیماً از کدهای مرتبط با «کشف فرصت عینی» و «کنش کارآفرینانه» استخراج شد، نشان می‌دهد شکل‌گیری فرصت در گردشگری سلامت دیجیتال، فرآیندی دو وجهی است.

الف) کشف فرصت‌های عینی (تحلیل از منظر نظریه شین): شواهد قوی در مقالات نشان می‌دهد تحولات فناورانه خاصی به عنوان «محرک‌های عینیِ تغییردهنده محیط» عمل کرده و پنجره‌های فرصت جدیدی گشوده‌اند. برای نمونه، کد «بلوغ فناوری‌های ارتباطی امن» در مقالاتی مانند (گالگو و پاسکول[32]، ۲۰۲۲) مکرراً به عنوان پیش‌نیاز عینی برای کشف فرصت «تله‌مدیسین بین‌المللی» شناسایی شد. به طور مشابه، کد «نیاز به شفافیت در تراکنش‌های فرامرزی» در چندین مقاله مانند (تیان و همکاران[33]، ۲۰۲۱). به وضوح به کشف فرصت کاربرد «بلاک‌چین» مرتبط دانسته شده بود. این یافته‌ها مؤید دیدگاه نظریهٔ کشف است که بر وجود فرصت‌های مستقل از کارآفرین تأکید دارد.

ب) خلق فرصت از طریق کنش اثرگذارانه (تحلیل از منظر منطق ساراسواتی): در مقابل، تحلیل مجموعه‌ای دیگر از مقالات نشان داد در شرایط ابهام (مانند نبود بازار مشخص برای خدمات نو)، کارآفرینان به خلق فعالانه فرصت پرداخته‌اند. کد «آزمایش با حداقل محصول پذیرفتنی MVP) مکرّرا در مطالعات موردی استارتاپ‌ها مشاهده شد (خاندلوال و همکاران، ۲۰۲۲). برای مثال، یک پلتفرم ابتدا با خدمت ساده «رزرو نوبت آنلاین» شروع کرده و به تدریج، با یادگیری از مشتریان و کد «تشکیل شراکت‌های انعطاف‌پذیر» (همانند اتحاد با یک مرکز توان‌بخشی محلی)، خدمت «بستهٔ جامع توان‌بخشی و گردشگری» را خلق کرده است. این فرآیند، عین تجسم منطق اثرگذاری است: شروع با منابع موجود و شکل دادن به هدف در حین حرکت.

32. Galego & Pascoal
33. Tyan et al

گونه‌شناسی مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال (پاسخ به سؤال ۳)

بر اساس کدهای مرتبط با «ارزش پیشنهادی» و «منابع درآمدی»، سه گونهٔ غالب مدل کسب‌وکار، شناسایی و بر مبنای منطق غالبی که از تحلیل چهارچوب نظری برای شکل‌گیری هر گونه استنباط شد، طبقه‌بندی گردیدند (جدول ۳).

جدول ۳- گونه‌شناسی مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال: مبنا، مثال و رابطه با نظریه

گونهٔ مدل	منطق غالب شکل‌گیری (مبنای نظری)	ارزش پیشنهادی کلیدی (کد استقرایی)	مثال شاهد از مقالات	ارتباط با سؤال ۴ (مزیت رقابتی)
پلتفرم‌های تسهیل‌گر بازار	کشف فرصت: پاسخ به ناکارآمدی اطلاعات.	کاهش هزینه جستجو و مبادله.	مدیگو (اروین و پاپوتونگان، ۲۰۲۵)	مزیت کوتاه‌مدت: معمولاً در معرض تقلید سریع.
ارائه‌دهندگان خدمات تله‌سلامت یکپارچه	ترکیب کشف و اثرگذاری: کشف فناوری + خلق مدل خدمت.	حذف محدودیت جغرافیایی؛ خدمات ترکیبی.	تلدُک (کاریلو دی آلبورنوز و همکاران[34]، ۲۰۲۲)	مزیت میان‌مدت: نیازمند سرمایه‌گذاری در شبکه شرکا و مجوزها.
خلاقان اکوسیستم سلامت هوشمند	شکل‌گیری تدریجی/خلق: خلق از طریق یادگیری و داده.	شخصی‌سازی پیش‌بینانه و مدیریت پیشگیرانه.	پلتفرم‌های مبتنی بر AI (خسروی و همکاران، ۲۰۲۴).	مزیت پایدار: مبتنی بر دارایی‌های دانشی و داده‌ای غیرقابل تقلید.

چالش‌های پیش رو به عنوان عوامل تعدیل‌گر (مکمل تحلیل برای سؤال ۱ و ۳)

کدهای استقرایی مرتبط با «موانع» و «شکست» در مقالات، در قالب این درون‌مایه دسته‌بندی شدند. این چالش‌ها نه به‌عنوان موضوعاتی جدا، بلکه به مثابه عوامل محیطی تعدیل‌گر در مدل شکل‌گیری فرصت آردیچویلی عمل می‌کنند. برای مثال، کد «ناهماهنگی قانونی (راجامایکی و همکاران[35]، ۲۰۲۵). سرعت بهره‌برداری از فرصت تله‌مدیسین فرامرزی را کُند می‌کند. یا کد «شکاف دیجیتال-زبانگی» (احمد و همکاران[36]، ۲۰۲۵) می‌تواند یک مدل کسب‌وکار پلتفرم‌محور را در یک منطقه خاص، با شکست مواجه سازد. این تحلیل، غنای تفسیری چهارچوب شکل‌گیری فرصت را نشان می‌دهد.

نقش نظریه‌ها در تفسیر و تبیین خلق مزیت رقابتی (پاسخ یکپارچه به سؤال ۲ و ۴)

این درون‌مایه نهایی، که از تلفیق کدهای نظری و تحلیلی شکل گرفته، نقطه اوج تحلیل مرور نظام‌مند است و نشان می‌دهد چگونه چهارچوب ترکیبی، تفسیری قدرتمند از منشأ مزیت رقابتی ارائه می‌دهد.

تحلیل نشان می‌دهد مدل‌هایی که صرفاً بر کشف یک فرصت عینی متکی هستند (مانند برخی پلتفرم‌های رزرو اولیه)، اغلب مزیت رقابتی ضعیف و تقلیدپذیری بالا دارند، زیرا آن فرصت برای دیگران نیز آشکار است.

در مقابل، مدل‌هایی که از منطق اثرگذاری و فرآیند شکل‌گیری تدریجی بهره می‌برند (مانند یک اکوسیستم سلامت هوشمند)، به دلیل وابستگی به کدهای «دانش خاص»، «شبکه‌های انحصاری» و «یادگیری منحصر به فرد نهادینه شده»، مزیت رقابتی پایدار و غیرقابل تقلید ایجاد می‌کنند (آردیچویلی و همکاران، ۲۰۰۳؛ ساراسواتی، ۲۰۲۳).

34. Carrillo De Albornoz et al
35. Rajamäki et al
36. Ahmad et al

نتیجه تحلیلی کلیدی این است که مزیت رقابتی پایدار در گردشگری سلامت دیجیتال، نه صرفاً از کاربرد فناوری، که از نحوه جاسازی آن در یک فرآیند کارآفرینانهٔ پیچیده، یادگیرنده و شبکه‌محور ناشی می‌شود که توسط نظریه‌های ترکیبی به خوبی قابل ردیابی و تبیین است. این چهار درون‌مایه، بلوک‌های سازندهٔ مدل مفهومی نهایی را تشکیل می‌دهند که در بخش بعدی ارائه خواهد شد.

بحث و مدل مفهومی نهایی

هدف این مرور نظام‌مند، ارائه یک تحلیل ساختاریافته از چگونگی شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی و توسعه مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال در گردشگری سلامت بود. یافته‌های استخراج شده از ۸۴ مقاله که در چهار درون‌مایه اصلی دسته‌بندی شدند، نه تنها به پرسش‌های پژوهش پاسخ دادند، بلکه مبنای طراحی یک مدل مفهومی یکپارچه و پویا را فراهم کردند. این مدل که در شکل ۲ ترسیم شده است، روابط علّی-تفسیری میان مؤلفه‌های کلیدی را نشان می‌دهد و تبلور عملی به‌کارگیری چهارچوب نظری ترکیبی (کشف، اثرگذاری، شکل‌گیری) در تفسیر پدیدهٔ مورد مطالعه است.

تلفیق یافته‌ها و ارائه مدل مفهومی

مدل ارائه‌شده شکل ۲، ارتباط نظام‌مند بین یافته‌ها را به تصویر می‌کشد و نشان می‌دهد که دیجیتالی‌سازی به‌عنوان یک محرک کلان، از طریق دو سازوکار اصلی عمل می‌کند:

۱) ایجاد محرک‌های عینی برای کشف فرصت (همانند ظهور فناوری‌های نوین که در درون‌مایه ۴.۱ شناسایی شد.

۲) فراهم آوردن ابزارها و منابعی برای کنش اثرگذارانه کارآفرینان (نظیر پلتفرم‌های دیجیتال که امکان آزمایش و شراکت‌سازی را فراهم می‌کنند). این سازوکارها مستقیماً به شکل‌گیری انواع مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال (درون‌مایه ۴.۲ و جدول ۳) منجر می‌شوند.

نقش نوآورانه مدل حاضر، در معرفی چالش‌های ساختاری و اجرایی (درون‌مایه ۴.۳) نه به عنوان مقوله‌ای جدا، بلکه به‌صورت حلقه‌های بازخورد تعدیل‌گر است. این چالش‌ها (مانند موانع قانونی یا شکاف دیجیتال) هم بر سرعت و کارایی سازوکارهای دیجیتالی‌سازی اثر می‌گذارند و هم مستقیماً پایداری و مقیاس‌پذیری مدل‌های کسب‌وکار شکل‌گرفته را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در نهایت، خروجی این سیستم، شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینانه و نوآوری در مدل کسب‌وکار است که مزیت رقابتی ایجاد می‌کند. تحلیل درون‌مایه ۴.۴ به وضوح نشان داد که میزان پایداری این مزیت رقابتی، به میزان دور شدن مدل از منطق کشف صرف و نزدیکی آن به منطق اثرگذاری و شکل‌گیری تدریجی بستگی دارد. مدل‌هایی که خلق ارزش در آنها مبتنی بر دانش خاص، شبکه‌های انحصاری و یادگیری منحصر به فرد است (همانند «خلاقان اکوسیستم سلامت هوشمند» در جدول ۳)، در برابر تقلید مقاوم‌تر بوده و مزیت رقابتی پایدارتری خلق می‌کنند.

پاسخ‌گویی تحلیلی به پرسش‌های پژوهش

این مطالعه به هر چهار پرسش پژوهش به‌صورت صریح و مبتنی بر یافته‌ها پاسخ می‌دهد:

۱. فرصت‌ها چگونه شکل می‌گیرند؟

شکل‌گیری از طریق دو مسیر به هم‌پیوسته است:

الف) کشف فرصت‌های عینی ناشی از محرک‌های فناورانه دیجیتال

ب) خلق فرصت‌های نو از طریق کنش اثرگذارانه کارآفرینان با منابع در دسترس در شرایط عدم قطعیت.

۲. نقش نظریه‌ها در تحلیل چیست؟

چهارچوب ترکیبی به عنوان یک نقشه تحلیلی عمل کرد. نظریه کشف، تحلیل محرک‌های محیطی را ممکن ساخت. منطق اثرگذاری، واکاوی فرآیندهای خُرد کارآفرینانه را تسهیل کرد و مدل شکل‌گیری، پیوند این دو را با عوامل شناختی-اجتماعی واسط برقرار نمود. این ترکیب، تفسیری غنی و چندسطحی از منشأ مزیت رقابتی ارائه داد.

۳. کدام مدل‌های کسب‌وکار شکل گرفته‌اند؟

سه گونه غالب شناسایی شد: پلتفرم‌های تسهیل‌گر بازار، ارائه‌دهندگان خدمات تله‌سلامت یکپارچه و خالقان اکوسیستم سلامت هوشمند. هر گونه، بر مبنای منطق شکل‌گیری متفاوتی (کشف، ترکیبی، شکل‌گیری/خلق) استوار است (جدول ۳).

۴. مدل‌ها چگونه به مزیت رقابتی کمک می‌کنند؟

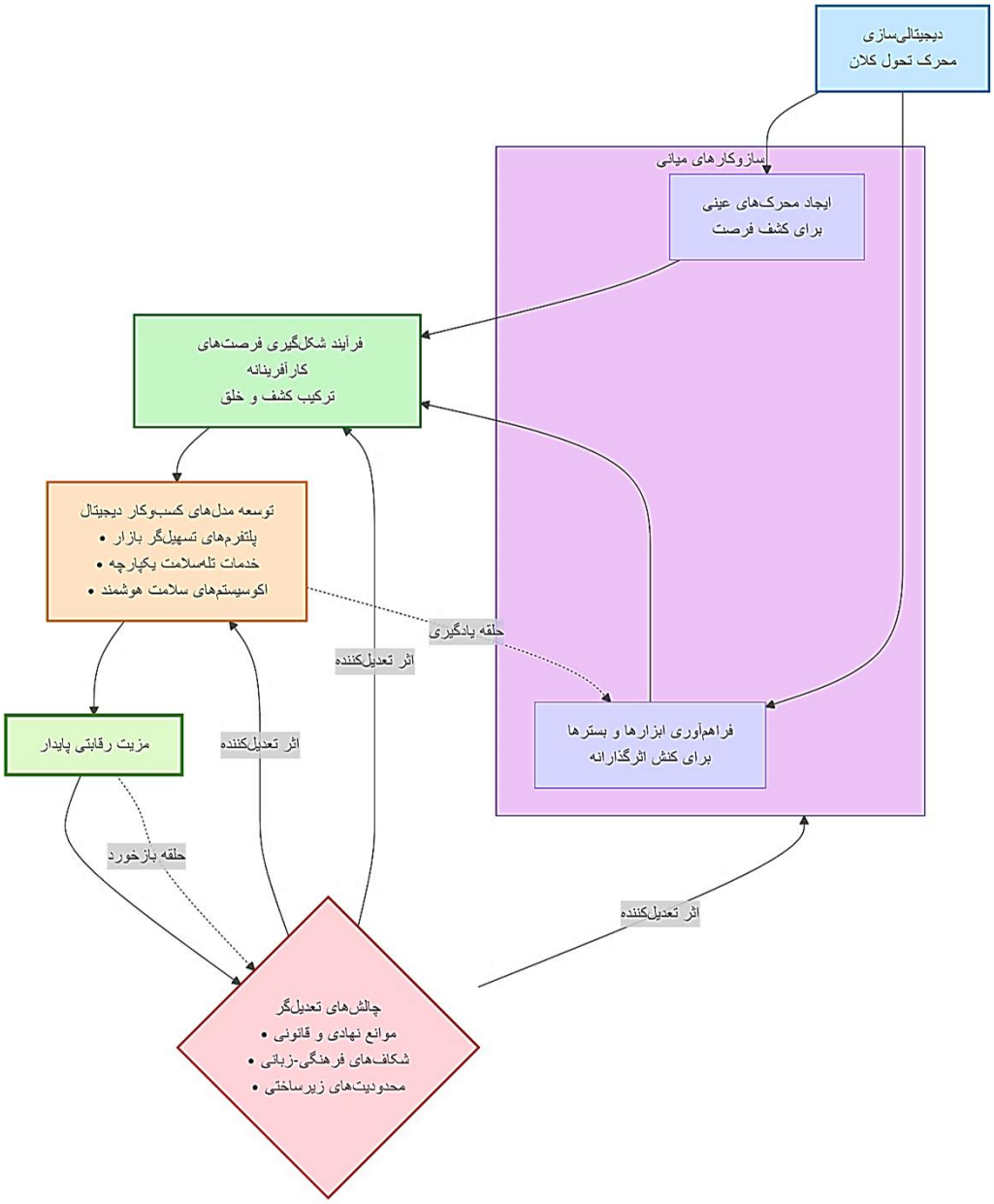
آنها از طریق کاربست فناوری در یک فرآیند کارآفرینانه خاص به مزیت رقابتی می‌رسند. مدل‌های مبتنی بر خلق و شکل‌گیری تدریجی، به دلیل وابستگی به دارایی‌های دانشی و شبکه‌ای غیرقابل تقلید، مزیت رقابتی پایدارتری نسبت به مدل‌های مبتنی بر کشف محض ایجاد می‌کنند.

پیامدهای نظری و عملی

پیامدهای نظری: این مطالعه با ارائه یک مدل یکپارچه، شکاف شناسایی‌شده در ادبیات پیرامون عدم ارتباط نظام‌مند بین نظریه‌های کارآفرینی، دیجیتالی‌سازی و مدل‌های کسب‌وکار در گردشگری سلامت را پر می‌کند. مدل پیشنهادی نشان می‌دهد که این سه حوزه، نه مجزا، بلکه در یک سیستم پویا و تعاملی با یکدیگر مرتبط هستند. همچنین، کاربست عملی چهارچوب ترکیبی، توانایی آن را در تبیین پیچیدگی فرآیند کارآفرینی دیجیتال در یک صنعت خدماتی خاص اثبات می‌کند.

پیامدهای عملی برای کارآفرینان: کارآفرینان باید بپذیرند که تدوین استراتژی دیجیتال، تنها بخشی از موفقیت است. تمرکز باید بر طراحی فرآیندهای سازمانی یادگیرنده باشد که امکان کنش اثرگذارانه، آزمایش و شکل‌گیری تدریجی مدل کسب‌وکار را فراهم کند. سرمایه‌گذاری در ساخت شبکه‌های قوی با ذی‌نفعان کلیدی (پزشکان، مراکز درمانی، هتل‌ها) و انباشت دانش خاص حوزه، حتی از خود فناوری، برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار حیاتی‌تر است.

پیامدهای سیاستی برای نهادهای حاکمیتی: سیاست‌گذاران و نهادهای تنظیم‌گر باید به جای تمرکز صرف بر جذب سرمایه‌گذاری در فناوری، اکوسیستم‌های نوآوری بخشی ایجاد کنند. این امر شامل رفع چالش‌های تعدیل‌گر شناسایی‌شده در مدل می‌شود: تدوین چهارچوب‌های قانونی هماهنگ برای تله‌مدیسین فرامرزی و حریم داده، سرمایه‌گذاری در زیرساخت خطرپذیر تخصصی برای حمایت از استارتاپ‌هایی است که در مرحلهٔ اثرگذاری و شکل‌گیری دیجیتال و آموزش مهارت‌های زبانی-فرهنگی به ارائه‌دهندگان خدمات، و ایجاد صندوق‌های تدریجی (مراحل پُر ریسک اما با پتانسیل مزیت پایدار) قرار دارند.



شکل ۲- مدل نقش دیجیتالی‌سازی در شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری سلامت

مدل ارائه شده در شکل ۲، یک چهارچوب سیستمی و پویا را ترسیم می‌کند که چگونگی تبدیل دیجیتالی‌سازی به ارزش اقتصادی و مزیت رقابتی در گردشگری سلامت را تبیین می‌نماید. این مدل از شش جزء کلیدی و روابط علّی و تعدیل‌گر میان آن‌ها تشکیل شده است.

دیجیتالی‌سازی در رأس این مدل به عنوان محرک تحول کلان و متغیر مستقل اصلی قرار گرفته است. این مؤلّفه بیانگر موج فناوری‌های نوینی است (مانند تله‌مدیسین، هوش مصنوعی، پلتفرم‌های ابری و بلاک‌چین) که ساختار سنتی صنعت گردشگری سلامت را دگرگون ساخته و بستر ضروری برای تحولات بعدی را فراهم می‌آورد.

این محرک کلان از طریق دو سازوکار میانی مجزا اما مرتبط، عمل می‌کند. سازوکار نخست، «ایجاد محرک‌های عینی برای کشف فرصت» است که مطابق با دیدگاه نظریهٔ کشف فرصت شین، عمل می‌نماید. در این مسیر، دیجیتالی‌سازی با ایجاد تغییرات عینی در محیط (مانند استانداردسازی پروتکل‌های ارتباطی یا شکل‌گیری تقاضای جدید برای شفافیت داده)، «پنجره‌های فرصت» آشکاری را می‌گشاید که کارآفرینان هوشیار می‌توانند آن‌ها را شناسایی و کشف کنند. سازوکار دوم، «فراهم‌آوری ابزارها و بسترها برای کنش اثرگذارانه» است که منطق اثرگذاری ساراسواتی را متجلی می‌سازد. در این مسیر، فناوری‌های دیجیتال به عنوان «منابع در دسترس» برای کارآفرینان عمل می‌کنند تا آنان بتوانند در شرایط عدم قطعیت، با آزمایش، تعامل و تطبیق، به خلق فعالانهٔ مدل‌ها و خدمات نوین بپردازند.

خروجی همگرایی این دو سازوکار، ورود به هسته مرکزی مدل یعنی «فرآیند شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینانه» است. این فرآیند، ماهیتی ترکیبی و تعاملی دارد؛ به این معنا که فرصت‌های نهایی نه صرفاً کشف می‌شوند و نه تنها خلق می‌گردند، بلکه در تعامل پویای بین محرک‌های محیطی و کنش‌های کارآفرینانه، شکل می‌گیرند. این بخش به‌طور مستقیم تحت تأثیر مدل شکل‌گیری فرصت آردیچویلی است و نقش عوامل شناختی، دانش پیشین و شبکه‌های اجتماعی را در تکوین تدریجی ایده به فرصت کاری، برجسته می‌سازد.

پیامد ملموس و عملیاتی این فرآیند شکل‌گیری، «توسعه مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال» است. همان‌گونه که در یافته‌ها مشخص شد، این مدل‌ها در سه گونه غالب ظهور می‌یابند: پلتفرم‌های تسهیل‌گر بازار (متکی بر منطق کشف)، ارائه‌دهندگان خدمات تله‌سلامت یکپارچه (ترکیبی از کشف و خلق) و خالقان اکوسیستم سلامت هوشمند (متکی بر منطق شکل‌گیری تدریجی و خلق). موفقیت این مدل‌ها در نهایت به خلق «مزیت رقابتی پایدار» منجر می‌شود. تحلیل این مطالعه نشان می‌دهد پایداری این مزیت به‌طور مستقیم به میزانی وابسته است که مدل کسب‌وکار از منطق کشف صرف فاصله گرفته و بر دارایی‌های دانشی، شبکه‌ای و یادگیری منحصر به فرد (که در فرآیندهای اثرگذاری و شکل‌گیری تدریجی ساخته می‌شوند) استوار شده باشد.

در سراسر این مسیر، «چالش‌های تعدیل‌گر» به عنوان عوامل محیطی حیاتی عمل می‌کنند. این چالش‌ها که شامل موانع نهادی-قانونی، شکاف‌های فرهنگی-زبانی و محدودیت‌های زیرساختی می‌شوند، بر عملکرد هر سه بخش میانی مدل (سازوکارها، فرآیند شکل‌گیری و توسعه مدل کسب‌وکار) اثر تعدیل‌کننده می‌گذارند. آن‌ها می‌توانند سرعت، هزینه، مسیر و حتی احتمال موفقیت تبدیل دیجیتالی‌سازی به ارزش را به‌طور چشمگیری تحت تأثیر قرار دهند. مدل با در نظر گرفتن حلقه‌های بازخورد (مانند تأثیر موفقیت و ایجاد مزیت رقابتی بر تشدید یا تغییر ماهیت برخی چالش‌ها)، بر پویایی و غیرخطی بودن اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال در گردشگری سلامت تأکید می‌ورزد.

نتیجه‌گیری

این مطالعه با انجام یک مرور نظام‌مند از ۸۴ مقاله منتشرشده بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴، به بررسی فرصت‌های کارآفرینی ناشی از دیجیتالی‌سازی در گردشگری سلامت پرداخت. چهارچوب تحلیلی ترکیبی متشکل از نظریه کشف فرصت، منطق اثرگذاری و مدل شکل‌گیری فرصت، امکان تحلیل چندسطحی این پدیده پیچیده را فراهم آورد. یافته‌ها به‌طور مستقیم و ساختاریافته به پرسش‌های پژوهش پاسخ می‌دهند:

۱. در پاسخ به پرسش چگونگی شکل‌گیری فرصت‌ها: یافته‌ها نشان دادند شکل‌گیری، حاصل تعامل پویای دو مسیر «کشف» و «خلق» است. از یک سو، دیجیتالی‌سازی با ایجاد محرک‌های عینی (مانند بلوغ فناوری تله‌مدیسین)، فرصت‌های کشف‌شدنی را پدید می‌آورد. از سوی دیگر، کارآفرینان در شرایط عدم قطعیت، با کنش اثرگذارانه و استفاده از فناوری به عنوان منبعی در دسترس، به خلق فعالانه مدل‌ها و خدمات نو می‌پردازند.

۲. در پاسخ به پرسش نقش نظریه‌ها در تحلیل: چهارچوب ترکیبی به عنوان یک نقشه تحلیلی قدرتمند عمل کرد. نظریه کشف، تحلیل محرک‌های کلان محیطی را ممکن ساخت. منطق اثرگذاری، فرآیندهای خُرد کارآفرینانه را توضیح داد و مدل شکل‌گیری، پیوند این دو سطح با عوامل شناختی و شبکه‌ای را برقرار نمود. این ترکیب، منجر به یک بینش کلیدی شد: مزیت رقابتی پایدار، بیشتر از خود فناوری، از نحوهٔ جاسازی آن در یک فرآیند کارآفرینانه پیچیده و یادگیرنده ناشی می‌شود.

۳. در پاسخ به پرسش انواع مدل‌های کسب‌وکار: سه گونه غالب شناسایی و بر اساس منطق شکل‌گیری آن‌ها طبقه‌بندی شدند: پلتفرم‌های تسهیل‌گر بازار (مبتنی بر کشف)، ارائه‌دهندگان خدمات تله‌سلامت یکپارچه (ترکیبی) و خلاقان اکوسیستم سلامت هوشمند (مبتنی بر خلق و شکل‌گیری تدریجی). این طبقه‌بندی نشان می‌دهد که تنوع مدل‌ها بازتابی از تنوع در مسیرهای شکل‌گیری فرصت است.

۴. در پاسخ به پرسش کمک به مزیت رقابتی: ارتباط مستقیمی بین منطق شکل‌گیری یک مدل و پایداری مزیت رقابتی آن مشاهده شد. مدل‌های مبتنی بر خلق و شکل‌گیری تدریجی، به دلیل وابستگی به دارایی‌های دانشی و شبکه‌ای غیرقابل تقلید، از مزیت رقابتی پایدارتر و مقاوم‌تری در برابر تقلید برخوردار بودند.

البته باید توجه داشت که با وجود فرصت‌های فراوان، صنعت گردشگری سلامت با مجموعه‌ای از چالش‌ها و موانع پیچیده مواجه است که می‌تواند روند رشد آن را کند نماید و بهره‌برداری مؤثر از ظرفیت‌های بالقوه را محدود کند. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، پیچیدگی‌های قانونی و نگرانی‌های مرتبط با اعتماد و ایمنی بیماران و گردشگران سلامت در هنگام انتخاب مقصد درمانی است. هر کشور دارای استانداردهای خاص در کیفیت و ایمنی خدمات پزشکی است و این تفاوت‌ها ممکن است برای بیماران بین‌المللی ابهام ایجاد کند و اعتمادشان به خدمات مقصد را کاهش دهد (هالش

کوشتا[۳۷] ، ۲۰۲۵؛ کائور و همکاران[۳۸]، ۲۰۲۵؛ لئونگ و کو[۳۹]، ۲۰۲۴). به‌ویژه، اطمینان از امنیت، کیفیت، و انطباق خدمات درمانی با استانداردهای بین‌المللی، برای بسیاری از بیماران یک دغدغه اساسی محسوب می‌شود (راجامایکی و همکاران[۴۰]، ۲۰۲۵). از دیگر چالش‌های کلیدی، موانع فرهنگی و زبانی است که ارتباط مؤثر بین بیماران و ارائه‌دهندگان خدمات را مختل می‌کند و تجربه درمانی را ضعیف می‌سازد (احمد و همکاران[۴۱]، ۲۰۲۵؛ کهریزی و همکاران[۴۲]، ۲۰۲۰).

از جمله چالش‌های ساختاری نیز می‌توان به نبود یکپارچگی در تبادل اطلاعات پزشکی بین کشورها، تفاوت در فرآیندها و پوشش‌های بیمه‌ای، و اختلافات هزینه‌ای میان نظام‌های سلامت اشاره کرد. این عوامل می‌توانند روند دریافت خدمات درمانی مطلوب را برای بیماران دشوار سازند و تصمیم‌گیری برای انتخاب مقصد درمانی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند (کومار[۴۳]، ۲۰۲۳؛ مردانی‌نژاد و نجمی[۴۴]، ۲۰۲۴). این موضوع، کارآفرینان را به طراحی مدل‌های نوآورانه برای مدیریت مالی و بیمه ترغیب می‌کند. همچنین، نبود زیرساخت‌های پیشرفته و امن برای تبادل داده‌های پزشکی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، فرآیند درمان را با مشکل مواجه می‌سازد. فناوری‌هایی نظیر بلاک‌چین می‌توانند با ارائه شفافیت و امنیت، این مسئله را مرتفع کنند (شماتکو و همکاران[۴۵]، ۲۰۲۴). همچنین، کمبود آموزش‌های مناسب برای پزشکان و بیماران در استفاده از این فناوری‌ها، مانع دیگری در مسیر دیجیتالی‌شدن گردشگری سلامت محسوب می‌شود (فریرا و همکاران[۴۶]، ۲۰۲۵). یکی دیگر از چالش‌های استراتژیک، رقابت شدید میان کشورها برای جذب گردشگران سلامت است. بسیاری از کشورها با ارائه خدمات درمانی با کیفیت و هزینه مناسب، در پی افزایش سهم خود از بازار جهانی هستند. این رقابت فزاینده، کارآفرینان را به سمت نوآوری، ارتقاء مستمر کیفیت خدمات، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای حفظ مزیت رقابتی سوق می‌دهد (میردامادی[۴۷]، ۲۰۲۵).

در کشورهای در حال توسعه، کمبود زیرساخت‌های فناوری، فقدان آموزش تخصصی و مقاومت فرهنگی در برابر پذیرش فناوری‌های نوین، موانع مضاعفی ایجاد کرده‌اند (بولوت[۴۸]، ۲۰۲۵). مطالعات نشان می‌دهند که رفع این مشکلات نیازمند همکاری نزدیک کارآفرینان، دولت‌ها و سیاست‌گذاران برای توسعه زیرساخت‌ها، آموزش، و تدوین قوانین حمایتی است (عبدل و همکاران[۴۹]، ۲۰۲۴؛ آسا و کاسبول[۵۰]، ۲۰۲۳؛ کیوان حسینی و همکاران[۵۱]، ۲۰۲۴).

37. Harsh Koshta
38. Kaur et al
39. Leung & Ku
40. Rajamäki et al
41. Ahmad et al
42. Kahrizi et al
43. A. Kumar
44. Mardaninejad & Najmi
45. Shmatko et al
46. Ferreira et al
47. Mirdamadi
48. Bulut
49. Abdul et al
50. Asah & Kaasboll
51. Keivan Hosseiny et al

دلالت‌های کاربردی

برای کارآفرینان: موفقیت مستلزم گذر از راهبرد منفعلانه «کشف و بهره‌برداری» به راهبرد فعالانه «خلق و شکل‌دهی» بازار است. سرمایه‌گذاری در ساخت شبکه‌های عمیق با ذی‌نفعان کلیدی (مراکز درمانی، پرداخت‌کنندگان)، نهادینه‌سازی فرآیندهای یادگیری مستمر از داده‌ها و تعامل با بیماران، و توسعه دانش خاص حوزه که مکمل فناوری دیجیتال باشد، برای خلق مزیت پایدار، حیاتی‌تر از اتکای صرف به نوآوری فناورانه است.

برای سیاست‌گذاران و نهادهای حاکمیتی: سیاست‌گذاری باید از حمایت صرف از فناوری‌محوری به سمت پرورش اکوسیستم‌های نوآوری بخشی تغییر جهت دهد. اولویت‌های کلیدی شامل موارد زیر است:

(۱) رفع چالش‌های تعدیل‌گر شناسایی‌شده، به‌ویژه از طریق تدوین چهارچوب‌های قانونی شفاف برای تله‌مدیسین فرامرزی و حفاظت از داده، و سرمایه‌گذاری در زیرساخت دیجیتال فراگیر.

(۲) طراحی سیستم‌های حمایتی هدفمند مانند صندوق‌های خطرپذیر تخصصی که ریسک مرحله آزمایش و اثرگذاری استارتاپ‌ها را می‌پذیرند.

(۳) تسهیل تشکیل خوشه‌ها و شبکه‌های صنعتی که تعامل بین کارآفرینان دیجیتال، ارائه‌دهندگان سنتی سلامت و مراکز تحقیقاتی را تقویت می‌کند.

محدودیت‌های مطالعه

این مرور نظام‌مند، با محدودیت‌هایی همراه بود که زمینه را برای پژوهش‌های آینده فراهم می‌کند:

اولاً، جستجو، به مقالات منتشر شده به زبان انگلیسی محدود بود که ممکن است باعث حذف یافته‌های ارزشمند از دیگر حوزه‌های زبانی شده باشد.

ثانیاً، با وجود تلاش برای جامعیت، احتمال دارد که پویایی سریع حوزه فناوری باعث شده باشد برخی از آخرین تحولات در این بازه زمانی پوشش داده نشوند.

ثالثاً، ماهیت کیفی و تفسیری غالب مطالعات منتخب، امکان فراتحلیل کمّی روابط بین متغیرها را محدود کرد.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

با توجه به یافته‌ها و محدودیت‌های فوق، مسیرهای پژوهشی زیر به‌عنوان اولویت‌های ناشی از این مطالعه پیشنهاد می‌شوند:

۱. **تحلیل تطبیقی بین‌کشوری:** مطالعه‌ای که چگونگی تأثیر تفاوت در بسترهای نهادی، فرهنگی و سطح توسعه دیجیتال کشورها بر مسیرهای غالب شکل‌گیری فرصت (کشف در مقابل خلق) و موفقیت گونه‌های مختلف مدل کسب‌وکار را بررسی کند.

۲. **مطالعات طولی موردی**: ردیابی فرآیند شکل‌گیری و تکامل یک مدل کسب‌وکار دیجیتال در گردشگری سلامت در طول زمان، برای درک بهتر توالی اقدامات اثرگذارانه، نقاط عطف و نقش یادگیری در خلق مزیت رقابتی.

۳. **سنجش کمّی پیامدها**: پژوهش‌های کمّی برای اندازه‌گیری مستقیم رابطهٔ بین نوع فرآیند شکل‌گیری فرصت (با شاخص‌های عملیاتی‌شده)، نوع مدل کسب‌وکار و شاخص‌های عملکردی مانند رضایت بیمار، سودآوری یا پایداری.

۴. **کاوش نقش هوش مصنوعی ژنراتیو**: بررسی فرصت‌ها و چالش‌های اخلاقی، عملیاتی و مدل درآمدی خاصی که هوش مصنوعی ژنراتیو (مانند مدل‌های زبانی بزرگ) برای کارآفرینی در گردشگری سلامت ایجاد می‌کند، به عنوان یک تحول نوظهور و شتاب‌دهنده.

منابع

Abdul, A., Adegoke, A., Udedeh, P., Abdul, N., & Adeghe, E. (*2024*). «A review of the challenges and opportunities in implementing health informatics in rural healthcare settings». *https://doi.org/DOI: 10.51594/imsrj.v4i5.1158##*

Ahmad, F., Akbari Motlaq, M. D., Salman, A., & Basendwah, M. (*2025*). «Language Barriers in Tourism: An Overview of Global Landscape Through Bibliometric Analysis.» *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/*10.2139/ssrn.5100801##*

Anawade, P. A., Sharma, D., & Gahane, S. (*2024*). «A Comprehensive Review on Exploring the Impact of Telemedicine on Healthcare Accessibility». *Cureus*. https://doi.org/*10.7759*/cureus.*55996##*

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (*2003*). «A theory of entrepreneurial opportunity identification and development.» *Journal of Business Venturing, 18(1), 105–123*. https://doi.org/*10.1016/S0883-9026(01)00068-4##*

Asah, F. N., & Kaasbøll, J. J. (*2023*). «Challenges and Strategies for Enhancing eHealth Capacity Building Programs in African Nations.» *Journal of Personalized Medicine, 13*(*10), 1463.* https://doi.org/*10.3390/jpm13101463##*

Aykin, Ö., Uluhan, F., Gümüş, İ., Çabuk, Ş., Bozbayir, U., Duran, V., Özbay, C., Özbay, B., Gündoğmuş, Ş. E., Türkegün Şengül, M., & Övey, İ. S. (*2023*). «Artificial Intelligence And Telemedicine Applications In Health Tourism Marketing». *Eurasian Journal of Health Technology Assessment, 7(2), 134–149. https://doi.org/10.52148/ehta.1396111##*

Badulescu, D., Saveanu, T., Trip, D.-T., & Badulescu, A. (*2024*). «Business Opportunities and Drivers for Health and Spa Tourism: A Qualitative Research on Baile Felix Spa Resort, Romania». *Sustainability, 16*(*5), 1807. https://doi.org/10.3390/su16051807##*

Bafadhal, A. S. (*2022*).« Muslim health tourism archetypes for sharia salons and spas». *Leisure/Loisir*, 46(2), 231–254. *https://doi.org/10.1080/14927713.2021.1971552##*

Bekele, H., & Raj, S. (*2025*). «Digitalization and digital transformation in the tourism industry: A bibliometric review and research agenda.» *Tourism Review, 80*(*4), 894–913*. https://doi.org/*10.1108/TR-07-2023-0509##*

Bhatt, V., & Chakraborty, S. (*2023*).« Improving service engagement in healthcare through internet of things based healthcare systems». *Journal of Science and Technology Policy Management, 14*(*1), 53–73*. https://doi.org/*10.1108/JSTPM-03-2021-0040##*

Błotnicka, A., Górski, Z., & Jurasiński, D. (*2024*). «Current trends on the wellness tourism market in light of selected reports analysing the effects of the covid-19 pandemic». *Folia Turistica, 62, 133–160.* https://doi.org/*10.5604/01.3001.0054.6890##*

Bogati, S. (*2025*).«Revolutionizing Healthcare: The Impact of Digital Transformation by *2025». International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT), 99*. https://doi.org/*10.38124*/ijisrt/*IJISRT25FEB184*##

Bondarenko, S., Kalaman, O., & Danilova, O. (*2025*).« Digital transformation of the tourism business in an open economy: a comprehensive approach to travel planning and partnerships». *Social Development: Economic and Legal Issues*, *4*. https://doi.org/*10.70651/3083-6018/2025.4.17*##

Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & De Reuver, M. (*2018*). «The impact of digitalization on business models.» *Digital Policy, Regulation and Governance*, *20*(*2*), *105–124*. https://doi.org/*10.1108*/DPRG-*07-2017-0039*##

Bulut, C. (*2025*). «International Health Tourism: A Strategic Comparison of Türkiye and Germany». *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, *25*, *269–284*. https://doi.org/*10.38079/*igusabder.*1573285*##

Carrillo De Albornoz, S., Sia, K.-L., & Harris, A. (*2022*).« The effectiveness of teleconsultations in primary care: Systematic review.» *Family Practice*, *39*(*1), 168–182*. https://doi.org/*10.1093*/fampra/cmab*077*##

Carvalho Meneghetti, M., Bromonschenkel De Angeli, D., Musso Rabelo, L., Gomes Santos, L., Marcelo Pacheco Kokis, J., Silva Barbieri, I., Costa Dos Santos, M., Barcelos Bicalho, J., Wagmacker Barbosa, B., Frasson Venturini, L., Rebonato De Souza Ribeiro, B., Silva Pereira, G., De Figueiredo Moutinho, B., & Paulo Ladeira Junior, P. (*2024*).« The impact of telemedicine on access to primary care: challenges and opportunities in post-pandemic primary care». *Health and Society*, *4(05), 273–282*. https://doi.org/*10.51249*/hs.v*4i05.2280*##

Chavoushi, Z. H., Zali, M. R., Valliere, D., Faghih, N., Hejazi, R., & Dehkordi, A. M. (*2021*). «Entrepreneurial alertness: A systematic literature review». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, *33*(*2), 123–152*. https://doi.org/*10.1080/08276331.2020.1764736*##

Chen, Y., Zhang, N., & Cheng, X. (*2024*). «The spillover effects of online tourism platforms on sustainable development». *Information Systems Journal*, *34*(*3), 788–827*. https://doi.org/*10.1111*/isj.*12448*##

Chhabra, A., Munjal, M., Mishra, P. C., Singh, K., Das, D., Kuhar, N., & Vats, M. (*2021*).« Medical tourism in the COVID-19 era: Opportunities, challenges and the way ahead». *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *13*(*5), 660–665*. https://doi.org/*10.1108/*WHATT-*05-2021-0078*##

Chinonso Chianumba, E., Ikhalea, N., Yetunde Mustapha, A., Yeboah Forkuo, A., & Osamika, D. (*2024*). «Evaluating the Impact of Telemedicine, AI, and Data Sharing on Public Health Outcomes and Healthcare Access». *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, *4(6), 1620–1625*. https://doi.org/*10.62225/2583049X.2024.4.6.4074*##

Chorna, N., Korzh, N., Kiziun, A., Onyshchuk, N., & Antoniuk, K. (*2024*).« The role of digital technologies in the transformation of the tourism business: prospects for development and impact on the country's economy». *Ad alta: Journal of Interdisciplinary Research*, *14*(*1), 136–140*. https://doi.org/*10.33543/140139136140*##

Chuvatkin, P. P., Levchenko, K. K., & *2*Ministry of Foreign Affairs, Territorial Body of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. (*2023*).« The role of digital technologies in increasing the innovation activity of tourism organizations». *Research Result Business and Service Technologies*, *9*(*2*). https://doi.org/*10.18413/2408-9346-2023-9-2-0-4*##

Dar, H., & Kashyap, K. (*2023*). «Smart Healthcare System (SHS): Medical Tourism Delivering, Consumption, and Elevating Tool in the Ages of Smart Technologies». *Tourism Planning & Development*, *20*(*3), 397–415*. https://doi.org/*10.1080/21568316.2022.2109206*##

Dobrovolschi, M. (*2025*). «Health tourism market segmentation». *Development through Research and Innovation - 2024*, *105–112*. https://doi.org/*10.53486*/dri*2024.11*##

Dryglas, D., & Smith, M. K. (*2025*). «Conclusions and reflections: The development of health tourism in challenging times – a focus on the Visegrád countries». *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *17(2), 282–286*. https://doi.org/*10.1108/*WHATT-*01-2025-0025*##

Erdogan, H. A. (*2021*).« Digital transformation in tourism. In A. Farmaki & N. Pappas», *Emerging Transformations in Tourism and Hospitality* (*1*st ed., pp. *115–126*). Routledge. https://doi.org/*10.4324/9781003105930-9*##

Erwin, E., & Paputungan, I. V. (*2025*). «Bibliometric Analysis of Innovation and Sustainability in Health Tourism: Analisis Bibliometrik Inovasi dan Keberlanjutan dalam Wisata Kesehatan». *Indonesian Journal of Innovation Studies*, *26*(*2*). https://doi.org/*10.21070*/ijins.v*26i2.1312*##

Ezeamii, V. C., Okobi, O. E., Wambai-Sani, H., Perera, G. S., Zaynieva, S., Okonkwo, C. C., Ohaiba, M. M., William-Enemali, P. C., Obodo, O. R., & Obiefuna, N. G. (*2024*). «Revolutionizing Healthcare: How Telemedicine Is Improving Patient Outcomes and Expanding Access to Care». *Cureus*. https://doi.org/*10.7759*/cureus.*63881*##

Fan, J., & Su, J. (*2021*).« Influence of Social Network Strength on Entrepreneurial Opportunity Recognition: A Chain Mediation Model of Need Knowledge and Technological Knowledge». *Discrete Dynamics in Nature and Society*, *2021*, *1–10*. https://doi.org/*10.1155/2021/3817644*##

Ferreira, J. C., Elvas, L. B., Correia, R., & Mascarenhas, M. (*2025*). «Empowering Health Professionals with Digital Skills to Improve Patient Care and Daily Workflows». *Healthcare*, *13(3)*, *329*. https://doi.org/*10.3390*/healthcare*13030329*##

Galego, N. M. C., & Pascoal, R. M. (*2025*). IPv6 in wireless sensor networks for IoT: Case study in environmental monitoring applications. In A. Nagar, D. S. Jat, D. Mishra, & A. Joshi (Eds.), *Intelligent Sustainable Systems (Vol. 1179). Springer*. https://doi.org/*10.1007/978-981-97-9327-3_19* ##

Garad, A., Al-Ansi, A. M., Jaboob, M., & Kusumawati, R. (*2025*). «Digital Innovations in Medical Tourism: A PRISMA Review in the Arab Region. In V. I. Hassan, A. Singh, A. S. Jaboob, & A. Sorayyaei Azar (Eds.)», *Advances in Healthcare Information Systems and Administration* (pp. *53–78*). IGI Global. https://doi.org/*10.4018/979-8-3693-7888-5.ch002*##

Ghezzi, A., & Cavallo, A. (*2020*). «Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches». *Journal of Business Research*, *110*, *519–537*. https://doi.org/*10.1016*/j.jbusres.*2018.06.013*##

Gu, D., Humbatova, G., Xie, Y., Yang, X., Zolotarev, O., & Zhang, G. (*2021*). «Different Roles of Telehealth and Telemedicine on Medical Tourism: An Empirical Study from Azerbaijan». *Healthcare*, *9*(*8*), *1073*. https://doi.org/*10.3390*/healthcare*9081073*##

Gül, T., Değirmencioğlu, A., Bulut, B., Dağ, E., Baştürk, Y., & Dağlı, M. (*2022*). «Health Service Quality and Patient Communication In Medical Tourism». *Journal of Tourismology*, *8*(*1*), *115–137*. https://doi.org/*10.26650/jot.2022.8.1.1059252*##

Halimuzzaman, Md. (*2023*). «Technology-Driven Healthcare and Sustainable Tourism: Analyzing Modern Approaches to Industry Challenges». *Business & Social Sciences*, *1–8*. https://doi.org/*10.25163*/business.*1110263*##

Harsh Koshta. (*2025*). «The Global Medical Tourism Market: Trends, Drivers, and Opportunities». *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*, *3*(*03*), *875–881*. https://doi.org/*10.47392*/IRJAEM.*2025.0142*##

Hosseini, F., & Mirzaei, A. (*2021*). «A Survey of Perspectives and Factors in the Development of Medical Tourism in the Middle East». *Journal of Archives in Military Medicine*, *9*(*3*). https://doi.org/*10.5812*/jamm.*116161*##

Ifeanyi Ibeh, A., Bamidele Oso, O., Inumidun Alli, O., & Olaide Babarinde, A. (*2025*). «Scaling Healthcare Startups in Emerging Markets: A Platform Strategy for Growth and Impact». *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, *5*(*1*), *838–854*. https://doi.org/*10.62225/2583049X.2025.5.1.3729*##

Irawan, N. (*2022*).« Digital entrepreneurship: Impact on business and society»: Edited by Mariusz Soltanifar, Mathew Hughes, and Lutz Göcke, Switzerland: Springer, *2021*, *327* pp. (Open Access: Free) eBook, ISBN *978-3-030-53914-6*, *$59.99* (Hardcover), ISBN *978-3-030-53913-9*. *Journal of Business & Finance Librarianship*, *27(2)*, *154–157*. https://doi.org/*10.1080/08963568.2021.2004356*##

Kahrizi, O., Naderi, N., Rezaei, B., & Olya, H. (*2020*). «The Barriers Against the Entrepreneurship Development of Medical and Healthcare Tourism Industry: Evidence From Kermanshah, Iran». *International Journal of Health and Life Sciences*, *6*(*2*). https://doi.org/*10.5812*/ijhls.*102036*##

Kaur, R., Sharma, R., Raj, A., Tewari, R., Thakur, A., & Singh, A. (*2025*). Navigating the Legal Landscape of Health Care: Challenges and Evolving Trends in Medical Law. *Journal of Neonatal Surgery*, *14(21S)*, *158–164*. https://doi.org/*10.63682*/jns.v*14i21S.5444*##

Keivan Hosseiny, A., Aryakian, Z., & Aryakian, Z. (*2024*). «Study of Effective Factors and Policies on the Development of Health Tourism in Iran as a Developing Country». *Shiraz E-Medical Journal*, *26*(*1*). https://doi.org/*10.5812*/semj-*154350*##

Keyvannia, S., Payandeh, A., & Heydari, R. (*2024*). «Digital Technology in Business Models of the Tourism Industry*».*##

Khandelwal, R., Kolte, A., & Rossi, M. (*2022*). «A study on entrepreneurial opportunities in digital health-care post-Covid-*19* from the perspective of developing countries». *Foresight*, *24(3/4), 527–544*. https://doi.org/*10.1108/*FS-*02-2021-0043*##

Khodadadi, M. (*2025*). «Tourism resilience in Iran: Navigating sanctions, diplomacy and emerging opportunities». *Research in Hospitality Management*, *15*(*2*), *102–108*. https://doi.org/*10.1080/22243534.2025.2503199*##

Khosravi, M., Zare, Z., Mojtabaeian, S. M., & Izadi, R. (*2024*). «Artificial Intelligence and Decision-Making in Healthcare: A Thematic Analysis of a Systematic Review of Reviews». *Health Services Research and Managerial Epidemiology*, *11*, *23333928241234863*. https://doi.org/*10.1177/23333928241234863*##

Kindzule-Millere, I., Zeverte-Rivza, S., & Latvia University of Life Sciences and Technologies. (*2022*). «Digital transformation in tourism: Opportunities and challenges*». 476–486*. https://doi.org/*10.22616*/ESRD.*2022.56.047*##

Kulkarni, D. G., Kulkarni, G. R., Saurabh, P., & Shome, S. (*2025*). «Health tourism in the era of COVID-19: A bibliometric analysi»s. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. https://doi.org/*10.1108/*IJPHM-*03-2024-0022*##

Kulkov, I., Ivanova-Gongne, M., Bertello, A., Makkonen, H., Kulkova, J., Rohrbeck, R., & Ferraris, A. (*2023*). «Technology entrepreneurship in healthcare: Challenges and opportunities for value creation». *Journal of Innovation & Knowledge*, *8*(*2*), *100365*. https://doi.org/*10.1016*/j.jik.*2023.100365*##

Kumar, A. (*2023*). «The Transformation of The Indian Healthcare System». *Cureus*. https://doi.org/*10.7759*/cureus.*39079*##

Kumar, P. (*2025*). «Evaluating the Role of Digital Infrastructure and Labour Market Efficiency in Promoting Women's Digital Entrepreneurship: A Comparative Study of Selected Asian Countries». *RESEARCH HUB International Multidisciplinary Research Journal*, *12*(*6*), *01–10*. https://doi.org/*10.53573*/rhimrj.*2025*.v*12*n*6*si.*001*##

Lagrio, J. M. A., Apagan, S. S., Capinig, E. N. A., Florentin, L. D. G., Javier, Q. T., & Sabaulan, J. S. (*2025*). «Entrepreneurial Competency of Tourism Students: A Basis for Enhancement, Opportunities and Program». *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, *IX*(V), *1569–1604*. https://doi.org/*10.47772*/IJRISS.*2025.905000124*##

Lai, E., & Fu, Y. (*2025*). «The Impact of Public Health Digitization on Urban Residents' Travel Demand». *Advances in Management and Intelligent Technologies*, *1*(*1*). https://doi.org/*10.62177*/amit.v*1i1.158*##

Leung, S. Y., & Ku, H. B. (*2024*). «Cross-border healthcare-seeking and utilization behaviours among ethnic minorities: Exploring the nexus of the perceived better option and public health concerns». *BMC Public Health*, *24*(*1*), *1497*. https://doi.org/*10.1186/s12889-024-18981-1*##

Liu, Feng. (*2025*). «Digital Technology Empowerment of the Integration of Cultural Tourism and Health Care Industries in Qingyuan City: Dilemmas and Solutions». *Asia Pacific Economic and Management Review*, *1*(*3*). https://doi.org/*10.62177/*apemr.v*1i3.271*##

Liu, C.-H., Horng, J.-S., Chou, S.-F., Zhang, S.-N., & Lin, J.-Y. (*2023*). «Creating competitive advantage through entrepreneurial factors, collaboration and learning». *Management Decision*, *61*(*7*), *1888–1911*. https://doi.org/*10.1108/*MD-*07-2022-0914*##

Liu, L., Zhou, Y., & Sun, X. (*2023*). «The Impact of the Wellness Tourism Experience on Tourist Well-Being: The Mediating Role of Tourist Satisfaction». *Sustainability*, *15*(*3*), *1872*. https://doi.org/*10.3390/su15031872*##

Mardaninejad, A., & Najmi, M. (*2024*). «Parameters Identification Related to Design of Customer Relationship Management Structure for Health Tourism Facilitators in Iran: A Case Study of Iran». *Athens Journal of Tourism*, *11*(*3*), *239–260*. https://doi.org/*10.30958*/ajt.*11-3-4*##

Marinescu, Șerban A., Oncioiu, I., & Ghibanu, A.-I. (*2025*). «The Digital Transformation of Healthcare Through Intelligent Technologies: A Path Dependence-Augmented–Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model for Clinical Decision Support Systems». *Healthcare*, *13*(*11*), *1222*. https://doi.org/*10.3390*/healthcare*13111222*##

Matricano, D. (*2020*).« *4*—Entrepreneurial opportunities. In D. Matricano (Ed.)», *Entrepreneurship Trajectories* (pp. *83–108*). Academic Press. https://doi.org/*10.1016/*B*978-0-12-818650-3.00004-0*##

Mazilu, M., Nita, A., Babat, A., Draguleasa, I.-A., & Grigore, M. (*2024*). «Risk and Sustainable tourism resilience in the post-economic crisis and COVID-19 pandemic period». *Present Environment and Sustainable Development*, *18*(*1*), *235–254*. https://doi.org/*10.47743*/pesd*2024181017*##

Mijwil, M. M., Aljanabi, M., Abotaleb, M., Shukur, B. S., Al Sailawi, A. S. A., Bala, I., Hiran, K. K., Doshi, R., & Dhoska, K. (*2025*). «Exploring the Impact of Blockchain Revolution on the Healthcare Ecosystem: A Critical Review». *Mesopotamian Journal of CyberSecurity*, *5*(*1*), *78–89*. https://doi.org/*10.58496*/MJCS/*2025/006*##

Mirdamadi, H. (*2025*). «A Narrative Review on Iran's Medical Tourism Growth and its Global Positioning». *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, *3223–3229*. https://doi.org/*10.38124*/ijisrt/*25apr2398*##

Nirmani I.A.P. (*2025*). «Barriers to digital participation in developing countries: Identifying technological, social, and cultural obstacles to community involvement». *GSC Advanced Research and Reviews*, 23(2), 061–071. https://doi.org/*10.30574*/gscarr.*2025.23.2.0130*##

Nittas, V., Daniore, P., Chavez, S. J., & Wray, T. B. (*2024*). «Challenges in implementing cultural adaptations of digital health interventions». *Communications Medicine*, *4*(*1*), *7*. https://doi.org/*10.1038/s43856-023-00426-2*##

Ognjanović, J., Pantić, N., & University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja, Serbia. (*2025*). «Tourism entrepreneurship in the function of promoting innovative development of tourist enterprises ». *Book of Proceedings*, *464–471*. https://doi.org/*10.46793*/GIRR*25.464*O##

Orrange, S., Patel, A., Mack, W. J., & Cassetta, J. (*2021*). «Patient Satisfaction and Trust in Telemedicine During the COVID-19 Pandemic: Retrospective Observational Study». *JMIR Human Factors*, *8*(2), e*28589*. https://doi.org/*10.2196/28589*##

Pencarelli, T. (*2020*). «The digital revolution in the travel and tourism industry». *Information Technology & Tourism*, *22*(*3*), *455–476*. https://doi.org/*10.1007/s40558-019-00160-3*##

Persis, J. (*2025*). «Perceived healthcare quality via digital health platforms – evidence from Indian hospitals». *International Journal of Quality & Reliability Management*, *42*(4), 1081–1109. https://doi.org/*10.1108/*IJQRM-*11-2023-0363*##

Pırna, İ., Ozan, H., & Yaşar University (Turquía). (*2024*). «Systematic Literature Review of Health Tourism Innovation». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *22*(*2*), *383–398*. https://doi.org/*10.25145/*j.pasos.*2024.22.026*##

Poonsuph, R. (*2022*). «The Design Blueprint for a Large-Scale Telehealth Platform». *International Journal of Telemedicine and Applications*, *2022*, *1–15*. https://doi.org/*10.1155/2022/8486508*##

Pricope Vancia, A. P., Băltescu, C. A., Transilvania University of Brașov, & Transilvania University of Brașov. (*2021*). «The COVID-*19* pandemic: an accelerator of digitalisation in tourism». *Series v - economic sciences*, *14(63)(2), 19–26*. https://doi.org/*10.31926/*but.es.*2021.14.63.2.2*##

Pushpakumara, T. D. C., & Jameel Ahsan, F. (*2025*). «The Evolution of AI Chatbots In Sustainable Tourism: A Systematic Literature Review». *International Journal on Cybernetics & Informatics*, *14*(*3*), *27–44*. https://doi.org/*10.5121*/ijci.2025.140303##

Putranto, D., Astuti, M. T., & Halawa, F. A. (*2025*). «Enhancing Human Resource Quality and Strengthening Strategies for Tourism Development in East Nusa Tenggara, Indonesia». *Commercium: Journal of Business and Management*, *3*(*2*), *137–157*. https://doi.org*/10.61978*/commercium.v*3i2.574*##

Rahman, M. K., Sarker, M., & Hassan, A. (*2021*). «Medical Tourism: The Islamic Perspective. In A. Hassan (Ed.)», *Tourism Products and Services in Bangladesh* (pp. *87–99*). Springer Singapore. https://doi.org/*10.1007/978-981-33-4279-8_4*##

Rai, P. (*2025*). «Integrating Blockchain Technology in Healthcare: Enhancing Data Security and Protecting Patient Privacy». *Journal of Scientific Advances, 1(01), 43–52.* https://doi.org/*10.63665*/jsa.v*1i1.05*##

Rajamäki, J., Ofem, P., Kallio, A., & Vakkuri, M. (*2025*). «The Critical Role of Cybersecurity Education in Health Tourism». *International Conference on Tourism Research*, *8*(*1*), *234–242*. https://doi.org/*10.34190/ictr.8.1.3455*##

Ruotsalainen Pekka & Blobel Bernd. (*2019*). «Digital pHealth – Problems and Solutions for Ethics, Trust and Privacy. In *Studies in Health Technology and Informatics»*. IOS Press. https://doi.org/*10.3233/978-1-61499-975-1-31*##

Samira Bafadhal, A. (*2022*). «Muslim Health Tourism. In D. Buhalis (Ed.)», *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. *276–279).* Edward Elgar Publishing. https://doi.org/*10.4337/9781800377486.*##

Sarasvathy, S. (*2023*). «Questions worth asking for futures worth making: An effectual approach». *Small Business Economics*, *61(1), 11–21*. https://doi.org/*10.1007/s11187-023-00747-5*##

Sarasvathy, S. D. (*2001*). «Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency». *The Academy of Management Review*, *26*(*2), 243*. https://doi.org/*10.2307/259121*##

Semiz, E., & Gündem, S. (*2023*). «The Use of NFT as a Payment Method In Health Tourism». *International Journal of Health Management and Tourism*. https://doi.org/*10.31201*/ijhmt.*1302732*##

Sezer, S., & Ilban, M. (*2024*). «Digital Transformation in Tourism: Opportunities and Challenges for Türkiye and Mediterranean Countries». *62–83.* https://doi.org/*10.29329*/jtm.*2024.1107.5*##

Shane, S. A. (*2003*). «A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus». https://api.semanticscholar.org/CorpusID:*152426891*##

Shane, S., & Venkataraman, S. (*2000*). «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research». *Academy of Management Review*, *25(1), 217–226.* https://doi.org/*10.5465/*amr.*2000.2791611*##

Shane, S., & Venkataraman, S. (*2001*). «Entrepreneurship As a Field of Research: A Response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson». *Academy of Management Review*, *26*(*1), 13–16*. https://doi.org/*10.5465*/amr.*2001.27879269*##

Shane, S., & Venkataraman, S. (*2003*). «Guest editors' introduction to the special issue on technology entrepreneurship». *Research Policy*, *32*(*2), 181–184.* https://doi.org/*10.1016/S0048-7333(02)00104*-X##

Shmatko, O., Kulinich, D., & Gorbach, T. (*2024*). «Development and research of an architectural model of a blockchain-based personal data exchange system». *Системи Управління, Навігації Та Зв'язку. Збірник Наукових Праць*, *3(77), 175–184.* https://doi.org/*10.26906*/SUNZ.*2024.3.175*##

Sudi, M., Suhada, K., Baharudin, M. Y. S., Irwan, I., & Sudianto, S. (*2024*). «Ethical Challenges in Digital Communications: Online Privacy, Security, and Responsibility». *Journal International Dakwah and Communication*, *4*(*1), 212–224.* https://doi.org/*10.55849*/jidc.*v4i1.665*##

Sungur, C. (*2025*). « Digitalization in health tourism: an evaluation of Türkiye's current situation and future perspective». *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, *7*(*2), 242–256*. https://doi.org/*10.55050*/sarad.*1702160*##

Szromek, A. R. (*2021*). «Transformation of Business Models in Spa Enterprises for Medical Purposes in Situations of Epidemic Threats». *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(*2*), *143.* https://doi.org/*10.3390*/joitmc*7020143*##

Szymańska, E., & Panfiluk, E. (*2020*). «Determinants of technological innovations in health tourism enterprises». *Business: Theory and Practice*, *21*(*1), 348–359.* https://doi.org/*10.3846*/btp.*2020.11104*##

Talwar, G., & Sinha, S. (*2025*). «How are digital platforms affecting the accessibility of healthcare services?» *Health Services Management Research*, *09514848251358328*. https://doi.org/*10.1177/09514848251358328*##

Thanekar, G., & Chaltikyan, G. (*2025*). «The Business Model Framework for Digital Health Startups in Europe. In E. Andrikopoulou, P. Gallos, T. N. Arvanitis, R. Austin, A. Benis, R. Cornet, P. Chatzistergos, A. Dejaco, L. Dusseljee-Peute, A. Mohasseb, P. Natsiavas, H. Nakkas, & P. Scott (Eds.)», *Studies in Health Technology and Informatics*. IOS Press. https://doi.org/*10.3233*/SHTI*250576*##

Tolulope O Olorunsogo, Obe Destiny Balogun, Oluwatoyin Ayo-Farai, Oluwatosin Ogundairo, Chinedu Paschal Maduka, Chiamaka Chinaemelum Okongwu, & Chinyere Onwumere. (*2024*). «Reviewing the evolution of U. S. telemedicine post-pandemic by analyzing its growth, acceptability, and challenges in remote healthcare delivery during Global Health Crises». *World Journal of Biology Pharmacy and Health Sciences*, *17*(*1*), *075–090*. https://doi.org/*10.30574/*wjbphs.*2024.17.1.0010*##

Tsonev, N. (*2023*). «Opportunities for Digitalization in Marketing Management of Health Tourism in Bulgaria». *Athens Journal of Tourism*, *10*, *21–44*. https://doi.org/*10.30958*/ajt.*10-1-2*##

Tyan, I., Guevara-Plaza, A., & Yagüe, M. I. (*2021*). «The Benefits of Blockchain Technology for Medical Tourism». *Sustainability*, *13*(*22*), *12448*. https://doi.org/*10.3390*/su*132212448*##

Vudathaneni, V. K. P., Lanke, R. B., Mudaliyar, M. C., Movva, K. V., Mounika Kalluri, L., & Boyapati, R. (*2024*). «The Impact of Telemedicine and Remote Patient Monitoring on Healthcare Delivery: A Comprehensive Evaluation». *Cureus*. https://doi.org/*10.7759*/cureus.*55534*##

Wang, L., & Alexander, C. A. (*2019*). «Big Data Analytics in Healthcare Systems». *International Journal of Mathematical, Engineering and Management Sciences*, *4*(*1*), *17–26*. https://doi.org/*10.33889*/IJMEMS.*2019.4.1-002*##

Yaşar, Pırna, İ., Ozan, H., & Yaşar University (Turquía). (*2024*). «Systematic Literature Review of Health Tourism Innovation». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *22*(*2), 383–398*. https://doi.org/*10.25145*/j.pasos.*2024.22.026*##

Yin, X. (*2024*). «Health Tourism Experience in The Digital Era: Intelligent Technology and User Satisfaction». *Frontiers in Business, Economics and Management*, *12*(*3), 175–177*. https://doi.org/*10.54097/9x394wl6*##

Zhang, Y., Su, Y., & Wang, S. (*2025*). «Digital economy and entrepreneurial vitality: Unveiling the impact and mechanisms through the lens of smart cities». *Scientific Reports*, *15*(*1), 14228*. https://doi.org/*10.1038/s41598-025-98014-y*##

Zhong, L., Sun, S., Law, R., Li, X., & Deng, B. (*2023*). «Health tourism in China: A *40*-year bibliometric analysis». *Tourism Review*, *78*(*1), 203–217*. https://doi.org/*10.1108*/TR-*03-2022-0112*##