



شود، می‌تواند تأثیر مثبت چشمگیری روی عملکرد بیمارستان‌ها بگذارد. هتل بیمارستان‌ها در واقع "مرکز بین‌المللی ارائه خدمات پزشکی" هستند اما تاکنون چنین مرکزی در ایران ایجاد نشده‌اند. البته، یکی در تلاش در این زمینه صورت گرفته، اما به دلیل رشد محدود گردشگری سلامت، این موضوع از نظر اقتصادی چندان توجیه‌پذیر نبوده است. اگر هتل بیمارستان بخواهد به بیماران داخلی خدمات ارائه دهد، باید بر اساس تعرفه‌های مصوب بیمار خارجی این کار را انجام دهد، که توجیه ندارد. از طرفی ساخت یک هتل بیمارستان نیازمند ورود بالای بیماران خارجی است که در حال حاضر چنین چیزی موجود نیست.

که این فرصت بزرگ از دست برود. رئیس سابق اداره گردشگری سلامت وزارت بهداشت می‌گوید: گردشگری سلامت، عمدتاً در حوزه‌هایی مطرح می‌شود که ظرفیت خالی برای آنها در کشور وجود دارد، مانند بخش پیوند اعضا، بیمارستان‌های خصوصی ما به‌طور کامل ظرفیت بهداشت اجازه انجام این کار را به بخش خصوصی نمی‌دهد. طبیعتاً این مسئله بی‌تأثیر نیست و تا حدی باعث اشغال ظرفیت بیمارستانی می‌شود، اما در حال حاضر ضرب اشغال گردشگری بیمارستان‌های خصوصی ما کمتر از ۶۰ درصد است، یعنی ۴۰ درصد ظرفیت خالی داریم. اگر این ظرفیت خالی با پذیرش بیماران خارجی پر

حوزه دشوار شده است. اگر وزارت بهداشت سیاست‌های بهتری در این زمینه تدوین کند، ایران می‌تواند از این طریق به قطب گردشگری سلامت در منطقه تبدیل شود. رحم اجاره‌ای نیز یکی از فرصت‌های مهمی است که می‌تواند آرزوهای بالایی داشته باشد. هر مورد رحم اجاره‌ای بین ۲۵ تا ۳۰ هزار دلار درآمد دارد. اگر ایران بتواند در سال ۱۰ هزار گردشگر سلامت را در این حوزه جذب کند، رقم درآمد حاصل از آن بسیار قابل توجه خواهد بود. یکی از مزایای گردشگری سلامت این است که جابه‌جایی مالی آن عمدتاً به‌صورت نقدی انجام می‌شود، بنابراین تحت تأثیر تحریم‌ها قرار نمی‌گیرد. اما متأسفانه، سیاست‌گذاری نادرست و نبود برنامه‌ریزی دقیق سبب شده است

## سهم ۵۰۰ میلیون دلاری ایران از بازار ۱۲۰ میلیارد دلاری گردشگری سلامت!

در حالی که کشورهای منطقه سالانه میلیاردها دلار از گردشگری سلامت درآمد دارند، ایران هنوز در بهر برداری از این ظرفیت‌ها جاافتاده است.

رئیس‌جمهور به تاجیکستان، که یکی از بازارهای هدف گردشگری سلامت ایران است، هیچ برنامه‌ریزی مشخصی در اتاق بازرگانی برای بهره‌برداری از این فرصت وجود نداشت. وی ادامه می‌دهد: یکی دیگر از دلایل رشد نکردن ما، نبود یک استراتژی مشخص برای تبلیغات و بازاریابی است. بسیاری از کشورهای فضای مجازی و اینفلوئنسرها برای تبلیغ مقاصد گردشگری خود استفاده می‌کنند. اما ما هنوز در سطح کلان از آن استفاده نکرده‌ایم.

این در حالی است که می‌توان از اینفلوئنسرهای کشورهای هدف دعوت کرد تا به ایران بیایند و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. در حوزه‌هایی مانند پیوند اعضا، ایران ظرفیت فوق‌العاده‌ای دارد. یک پیوند کلیه حداقل ۲۰ هزار دلار، یک پیوند کبد بیش از ۵۰ هزار دلار و یک پیوند مغز استخوان بین ۷۰ تا ۱۰۰ هزار دلار درآمد دلاری دارد. با این حال، به دلیل سخت‌گیری‌های غیر ضروری در قوانین، ورود بیماران خارجی به این

ورود و فعالیت آن داده نمی‌شود. در مقابل، ترکیه با تدوین استراتژی‌های کلان، پشت بخش خصوصی خود می‌ایستد، آن را با نهادهای حاکمیتی و بخش‌های خصوصی کشورهای هدف مرتبط می‌کند و بازار خود را گسترش می‌دهد. در ایران، شرایط کاملاً برعکس است. بخش خصوصی به رسمیت شناخته نمی‌شود و اگر هم بخواهد فعالیت کند، موانع متعددی پیش روی آن قرار می‌گیرد. هیچ تلاشی هم برای معرفی شرکت‌های ایرانی به نهادهای دولتی و بخش خصوصی کشورهای هدف انجام نمی‌شود، زیرا نهادهای داخلی نگران حفظ جایگاه خود هستند و از هر اقدامی که ممکن است باعث ایجاد حساسیت شود، پرهیز می‌کنند. این مشکل در تمامی بخش‌های کشور، به‌ویژه در گردشگری سلامت، به‌شدت دیده می‌شود.

حتی اتاق بازرگانی که پارلمان بخش خصوصی است، از همان ساختار بسته و غیرشفاف نهادهای دولتی پیروی می‌کند. به‌عنوان نمونه، در سفر اخیر

جدی فعالان این حوزه برای موفقیت است. آن‌ها موفقیت را در ایجاد کلان‌تعریف می‌کنند. در حالی که در ایران، چه در بخش خصوصی و چه در سطح حاکمیتی، نگرش‌ها کوتاه‌مدت و محدود است. مثلاً اگر به ساختار وزارت بهداشت نگاه کنید، آن‌قدر درگیر مسائل روزمره است که مجال برای برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی در حوزه گردشگری سلامت ندارد. این در حالی است که این صنعت می‌تواند سالانه بین ۱ تا ۲ میلیارد دلار درآمد ارزی ایجاد کند. که این رقم دو تا سه برابر کل بودجه سالانه وزارت بهداشت است.

اما چون باور و برنامه‌ریزی در این زمینه وجود ندارد، هیچ اقدامی جدی صورت نمی‌گیرد. به گفته این فعال حوزه گردشگری، وزارت بهداشت نه تنها ساختار مشخصی برای گردشگری سلامت ندارد و فقط یک اداره کوچک ایجاد کرده که در حد یک دبیرخانه با دو کارشناس فعالیت دارد. از سوی دیگر، هیچ اعتمادی به بخش خصوصی وجود ندارد و اجازه

نهادهای حاکمیتی هرکدام خود را متولی این حوزه می‌دانند، اما نه اعتقاد جدی به ظرفیت‌های درآمدزایی این صنعت دارند و نه برنامه‌ای برای دستیابی به اهداف آن تدوین کرده‌اند. این مشکل تنها به بخش دولتی محدود نمی‌شود؛ بلکه در بخش خصوصی نیز وضعیت مشابهی وجود دارد. به اعتقاد من، اتاق بازرگانی به دور این حوزه، کشورهای در حال توسعه هستند؛ مانند هند، ترکیه، مکزیک و کره جنوبی، که بیشترین درآمد را از این بخش کسب می‌کنند. برای مثال، هند سالانه بیش از ۱۷ میلیارد دلار از گردشگری سلامت برنامهریزی دقیقی برای این صنعت انجام داده‌اند؛ به‌عنوان مثال، ترکیه در سال گذشته بیش از ۴ میلیارد دلار از این حوزه درآمد داشته است.

در مقابل اما کشور ما، مانند بسیاری از بخش‌های دیگر، از پتانسیل‌های موجود خود به‌درستی بهره نمی‌برد. در حالی که ایران می‌تواند با همین ظرفیت‌های فعلی، حتی بیش از ترکیه درآمدزایی کند و سالانه ۵ تا ۶ میلیارد دلار از گردشگری سلامت کسب کند. حداکثر درآمد ما از این صنعت در حال حاضر در بیشترین حالت، بیش از ۵۰۰ میلیون دلار نیست. این یک نقطه ضعف جدی است که دلایل مختلفی دارد.

وی ادامه می‌دهد: مشکل عمده این است که استراتژی مشخصی برای توسعه گردشگری سلامت نداریم.



گروه گردشگری-در صورت تأیید نهایی کمیسیون نیروی انسانی وزارت آموزش و پرورش، رشته‌های گردشگری و هتلداری به‌عنوان ردیف استخوانی جدید، نیمه دوم بهمن در دفترچه آزمون استخدامی وزارت آموزش و پرورش درج می‌شود. یک سال پیش سید عزت‌الله

ضرغامی وزیر سابق میراث فرهنگی در نامه‌ای به رضا مراد صحرایی وزیر سابق آموزش و پرورش با اشاره به دغدغه فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری از او خواست تا ضمن اصلاح و درج کد رشته‌های گردشگری و هتلداری در ردیف‌های جدید از ظرفیت متخصصین و

## یکی گام تا درج رشته گردشگری و هتلداری در ردیف استخدامی آموزش و پرورش

به افزایش اشتغال‌زایی در بخش آموزش و در بخش‌های گردشگری جذب و هتلداری کمک کند. فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها به‌عنوان معلمان می‌توانند فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کنند. در واقع با داشتن معلمان متخصص در این رشته‌ها، کیفیت آموزش در مدارس می‌تواند بهبود یابد و دانش‌آموزان می‌توانند از دانش و تجربه‌های واقعی این معلمان بهره‌مند شوند. همچنین با ارائه آموزش‌های متنوع و جذاب در زمینه گردشگری و هتلداری، ممکن است دانش‌آموزان بیشتری علاقه‌مند به انتخاب این رشته‌ها در آینده شوند.

از مقطع دوم متوسطه دانش‌آموزان می‌توانند وارد رشته‌های گردشگری و هتلداری شده و در این رشته‌ها دبیر گرفته و سپس از آن برای تحصیلات آکادمیک وارد دانشگاه شوند. در واقع تخصصی‌کرد رشته‌های گردشگری و هتلداری به‌دیف استخدامی آموزش و پرورش می‌تواند چندین تأثیر مثبت بر نظام آموزشی داشته باشد. از جمله اینکه با جذب معلمان متخصص در رشته‌های گردشگری و هتلداری، دانش‌آموزان می‌توانند مهارت‌های عملی و کاربردی که در صنعت گردشگری و هتلداری بسیار مفید است را فرا بگیرند. همچنین این تغییر می‌تواند

این درخواست در کارگروه نیروی انسانی مطرح و در صورت تأیید کمیسیون مربوطه و با رعایت قوانین مقرر شد ضمن اصلاح و درج کد رشته‌های گردشگری و هتلداری در دفترچه جدید از ظرفیت متخصصان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری در آزمون‌های استخدامی استفاده شود.

مهم معاونت گردشگری در دستور کار قرار گرفت و با پیگیری‌های به عمل آمده با وزارتخانه مورد اشاره مقرر شد ضمن اصلاح و درج کد رشته‌های گردشگری و هتلداری در دفترچه جدید از ظرفیت متخصصان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری در آزمون‌های استخدامی استفاده شود. پرواز سرویس وزارت آموزش و پرورش برای این موضوع و عموماً مدرسين از رشته‌های غیر مرتبط به کار گرفته می‌شدند. موضوع جذاب فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری و هتلداری در سیستم آزمون‌های استخدامی وزارت آموزش و پرورش به‌عنوان یکی از اولویت‌های

انسانی متخصص در مقاطع پایه بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. قاسمی گفت: با اینکه در سال‌های گذشته در هنرستان‌ها، رشته هتلداری و گردشگری ایجاد شده بود ولی برای جذب آموزگاران و معلمان متخصص از فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها در ردیف‌های استخدامی آزمون سراسری وزارت آموزش و پرورش اقدام لازم صورت گرفت و عموماً مدرسين از رشته‌های غیر مرتبط به کار گرفته می‌شدند. موضوع جذاب فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری و هتلداری در سیستم آزمون‌های استخدامی وزارت آموزش و پرورش به‌عنوان یکی از اولویت‌های

فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری و هتلداری در این آزمون و آزمون‌های بعدی استفاده شود. این موضوع به‌عنوان یک مطالبه جدی از سوی فارغ‌التحصیلان رشته‌های گردشگری توسط وزیر میراث فرهنگی پیگیری شد.

پیرو این موضوع ابوطالب قاسمی سرپرست دفتر مطالعات، آموزش و پرورش، گردشگری گفت: فعالیت صنعت گردشگری و هتلداری به‌صورت دانش محور و کاربردی همواره در حال به‌روزرسانی و بهینه‌سازی متناسب با نیازهای روز گردشگران است؛ به‌همین دلیل توجه ویژه به مقوله آموزش و تربیت نیروی

## سن پترزبورگ آماده میزبانی از گردشگران ایرانی است



گروه گردشگری-سن پترزبورگ دومین مرکز صنعتی، علمی، فرهنگی و تجاری روسیه است. این شهر به‌حق یکی از زیباترین شهرهای دنیا است که بخش تاریخی آن در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت شده است.

پایتخت شمالی روسیه سالانه شمار زیادی از گردشگران روس و سایر کشورهای را به خود جذب می‌کند، به طوری که در سال ۲۰۲۳، ۹.۴ میلیون گردشگر از این شهر بازدید کردند و تحت تأثیر زیبایی خارق‌العاده کاخ‌ها و کانال‌ها، غنای موزه‌ها و زندگی فرهنگی پربار شهر قرار گرفتند. این در حالی است

که شمار جاذبه‌های سن پترزبورگ به طرز مداوم در حال گسترش و افزایش است؛ از گسترش ظرفیاتی توریستی جدید گرفته تا فضاهای خلاقانه مدرن و بسیار محبوب در بین ساکنان شهر، تا افزایش اشیاء موزه‌ها. علاوه بر موضوعات فرهنگی و آموزشی، انواع گردشگری نیز در سن پترزبورگ در حال توسعه است. مثلاً امروزه گردشگران می‌توانند گشت‌وگذار هیجان‌انگیزی در مراکز صنعتی داشته باشند و آخر هفته را هم در یک اقامتگاه امن و بهداشتی بگذرانند یا حتی در فضای رمانتیک در شهر و در

کرانه رود نوا ماه عسل خود را سپری کنند. سن پترزبورگ می‌تواند نقطه شروع ایده‌آلی برای سفر به روسیه باشد. بنابراین، در پروژه «دوشهر» - یک میلیون خاطره از گردشگران دعوت می‌شود تا بازدید از سن پترزبورگ و مسکو را در یک سفر ترکیبی قرار دهند و به‌عنوان بخشی از مسیر «گردشگری تفریح روسیه» با تاریخ و فرهنگ غنی شمال روسیه آشنا شوند.

در سن پترزبورگ به خدمات توجیه زیادی می‌شود. ۱۲۰۰ هتل در این شهر به گردشگران امکان‌رسانی می‌دهد و به‌دعای خود از میان‌هایی با رتبه‌بندی و ستاره، سطح راحتی و قیمت‌های مختلف یکی را انتخاب کنند.

یکی دیگر از مواردی که گردشگران این شهر را شگفت‌زده می‌کند، رستوران‌هایی است که بسیاری از آنها خود را در فهرست‌های برتر رتبه‌بندی داخلی و بین‌المللی تثبیت کرده‌اند. سن پترزبورگ همچنین دارای تمام قابلیت‌هایی است که نیازهای گردشگران خاورمیانه را برآورده می‌کند:

به دستاوردهای گسترده فعالیت بوم‌گردی‌ها به‌عنوان نمونه‌ای بارز در این زمینه اشاره کرد و در ادامه آموزش رانندگی تحولات دانست و اظهار کرد: آموزش با رویکرد تحول‌آفرین و ثروت‌ساز زمانی که در پیوند با صنعت گردشگری قرار می‌گیرد، می‌تواند زایش ایده‌ها و خلاقیت‌ها را در پی داشته باشد و با دانامحور و اخلاق‌محور شدن جمعیت تخصصی مربوطه، گام‌هایی تأثیرگذار در این زمینه به‌ارمغان آورد.

معاون گردشگری در ادامه با اشاره به بهره‌مندی از هوش مصنوعی در بخش آموزش گردشگری، افزود: نقش آفرینی هوش مصنوعی و آموزش

معاون گردشگری:

## سفر خارجی‌ها به ایران در مقابله با ایران هراسی تأثیر دارد

گردشگری قدرتمانی کرد و به تشریح اهمیت صنعت گردشگری، آموزش و تالیف این دو حوزه با یکدیگر برداشت را گفت: تأثیر کارکردهای گردشگری به‌عنوان صنعتی نوین در حوزه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و سلامت روان آحاد جامعه بسیار گسترده است و به‌عنوان رکنی مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی ایران هراسی به‌شمار آید. او اظهار کرد: بر این اساس، دیپلماسی نرم و حضور گردشگران می‌تواند گامی مهم برای مقابله با هجمه‌های علیه ایران باشد. محسنی بندپی همچنین با اشاره به نقش گردشگری در توانمند شدن جامعه

گردشگری با تأکید بر اهمیت آموزش در توسعه صنعت گردشگری، هوش مصنوعی را عاملی تحول‌آفرین در این حوزه دانست و بر نقش دیپلماسی نرم و حضور گردشگران در مقابله با هجمه‌های ایران‌هراسی تأکید کرد. به‌گزارش روابط عمومی معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، انوشیروان محسنی بندپی، در دومین بزرگداشت روز جهانی آموزش که با شعار «سال هوش مصنوعی و آموزش در گردشگری» در آملی تئاتر این وزارتخانه برگزار شد، از حضور پیشگوسان و فعالان حوزه آموزش و موسسه‌های

**روزنامه اقتصاد کیش می‌پذیرد:**

۱۴۰۳

علاقتمندان به اشتراک و دریافت روزنامه اقتصاد کیش می‌توانند فرم زیر را تکمیل و پس از پرداخت هزینه اشتراک به حساب جاری ۸۷۱۰۰۰۰۹ و یا شماره کارت ۵۸۹۴۶۳۷۰۰۰۰۸۳۷۱۴ بانک رفاه شعبه پانیز کیش به نام شرکت اقتصاد کیش فرم را به همراه رسید واریزی به نشانی ویلاهای مروراید - بلوک B۳ - طبقه ۳ - واحد ۷۱۵ - یا به شماره واتس‌آپ ۰۹۳۴۷۶۹۰۷۱۴ ارسال فرمایند

۱ ماهه: ۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۳ ماهه: ۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال	قیمت یک نسخه: ۱۲۰/۰۰۰ ریال
۶ ماهه: ۱۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال	یکساله: ۳۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال	

**مشخصات:**

نام شرکت / موسسه / شخص:

نشانی:

تلفن:

تعداد مورد تقاضا:

**توضیحات:**

- هزینه اعلام شده برای ۱ نسخه روزنامه می‌باشد.
- در صورت تغییر محل، نشانی جدید را به امور مشترکین اطلاع دهید.
- تاریخ شروع و پایان دوره اشتراک را برای خود یادداشت کنید.

در صورت عدم دریافت روزنامه سریعاً به امور مشترکین اطلاع دهید. شماره مستقیم امور مشترکین ۴۴۴۴۹۹۹

با ارائه نظرات، انتقاد و پیشنهادات سازنده خود ما را در این امر یاری نمائید.

**پرتیراژترین و با سابقه‌ترین نشریه جزیره کیش**

۴۴۴۲۴۹۶۹ / ۴۴۴۲۴۹۹۹

**گسترده‌ترین شبکه اطلاع‌رسانی داخلی منطقه آزاد کیش**

روزنامه