

Caspian Today Magazine

امروز کاسپین

سال شانزدهم | شماره ۳۴

تابستان ۱۴۰۰

قیمت: ۲۰۰۰ تومان

وضعیت گردشگری سلامت در جهان، ایران و مشهد

WEDICINE



◀ مروری بر روابط تجاری ایران و افغانستان

◀ سیاست ناکارآمد و فانتزی چگونه به توریسم ضربه زد؟

◀ چالش‌های توسعه اکوتوریسم در ایران

◀ تیر خلاص کرونا به گردشگری

◀ پنج ضلعی درمان اقتصاد



نوین زعفران

مجتمع تولیدی تحقیقاتی زعفرانیه (نوین زعفران)

- ✓ بزرگترین واحد فرآوری و بسته بندی زعفران در جهان
- ✓ اولین صادرکننده نمونه ملی و دریافت کننده تندیس زرین
- ✓ صادرکننده نمونه کشوری (۸ دوره)
- ✓ واحد نمونه ملی کیفیت و استاندارد (متعدد)
- ✓ واحد نمونه صنایع غذایی و بهداشتی (متعدد)
- ✓ واحد برتر تولید ملی - افتخار ملی (۴ دوره متوالی)
- ✓ دارنده گواهینامه و تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف کنندگان (۶ دوره متوالی)
- ✓ دارنده نشان ایمنی و سلامت
- ✓ انتخاب شده به عنوان یکی از بیست برند برتر ایران
- ✓ دارنده نشان طلای واحدهای تحقیق و توسعه صنایع کشور

کارخانه: مشهد - شهرک صنعتی توس، خیابان اندیشه ۶
 تلفن: ۳۲۲۲۷۷۱۵ و ۳۲۲۲۰۱۱۰ فکس: ۳۲۲۲۹۷۶۵ و ۳۲۲۵۵۲۲۶-۰۵۱

E-mail: saffron@novinsaffron.com
 www.novinsaffron.com



IR BRANDS





Caspian Today Magazine

امروز
کاسپین

شماره ۳۴ - تابستان ۱۴۰۰ **چیدمان و سبک زندگی**

- ۴ یادداشت / سرمایه گذاری در گردشگری سلامت فرصتی کم نظیر در ایران
۵ وضعیت گردشگری سلامت در جهان، ایران و مشهد
۹ محبوب ترین مقصددیماران
۱۰ مروری بر روابط تجاری ایران و افغانستان
۱۶ سیاست های ناکارآمد و فانتزی چگونه به توریسم ضربه زد؟



- ۱۸ چالش های توسعه اکوتوریسم در ایران
۲۱ چرا خانه خراب کن خود شده ایم و دنیا آباد کن دیگران
۲۷ پنج ضلعی درمان اقتصاد
۳۰ تیر خلاص کرونا بر گردشگران
۳۲ ظرفیت شگفت انگیز استان های ایران در گردشگری حلال
۳۴ عواید مالی گردشگری سلامت به جیب چه کسانی می رود؟
۳۶ مروری بر گردشگری سلامت
۳۸ آشنایی با واقعیت افزوده و واقعیت مجازی
۴۱ چگونه کابینت آشپزخانه خود را سفارش دهیم
۴۲ چیدمان مبلمان در منزل با نگاهی حرفه ای
۴۳ نحوه رنگ بندی آشپزخانه
۴۴ ایده های خلاقانه و کم خرج برای دکوراسیون و چیدمان

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مهندس حمیدرضا شوشتریان

سر دبیر:

مهندس حسین کوه زاد

شماره ثبت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۷۷۶۲۱

زیر نظر شورای نویسندگان

طراحی و صفحه آرایی: هدی امیر

پایگاه اینترنتی:

فرشاد عباسی

واحد بازرگانی:

جلیل فروتن راد

تلفکس: ۰۵۱ - ۳۸۴۴۳۰۷۴

سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۶۹۷۷۰۵

نشانی:

تهران - شریعتی - خیابان دستگردی پلاک ۷۴

طبقه دوم - واحد ۳

تلفن: ۰۲۱ - ۲۲۲۲۰۹۶۱

دورنگار: ۰۲۱ - ۲۲۲۶۹۰۳۲

مشهد - خیابان احمدآباد - نبش رضا ۲ -

مجمع سی برگ - طبقه دوم - واحد ۲۰۶

تلفن: ۰۵۱ - ۳۸۴۴۳۰۷۴

www.caspianemrooz.ir

info@caspianemrooz.ir

سرمایه گذاری در گردشگری سلامت فرصت کم نظیر در ایران

حمیدرضا شوشتریان

ایران با دارا بودن جاذبه های طبیعی و تاریخی و همچنین امکانات درمانی گردشگری نیاز به تامین زیر ساخت های مناسب در راستای افزایش جذب گردشگر را دارد. از جمله این زیر ساخت ها می توان به تامین امکانات مناسب برای توریسم درمانی، بوم گردی، تامین هتل و ساخت مکان های تفریحی، تامین وسایل حمل و نقل با کیفیت، توسعه سیستم های ارتباطی و خدمات رزرواسیون (رزرواسیون آنلاین)، احیا و بازسازی مناطق گردشگری مانند کاروانسراهای قدیمی و بازارهاست

از این میان مسافرت درمانی به عنوان یک صنعت پرسود در زمینه توریسم به حساب می آید که معمولا عواملی نظیر: سهولت در رفت و آمد بین کشورها و قاره ها، هزینه پایین درمان در برخی کشورها، بهبود سطح تکنولوژی و پیدا کردن پزشکان کارآزموده در این زمینه تاثیر گذار هستند. از جمله قطب های این صنعت می توان به ترتیب از هندوستان، سنگاپور، تایلند، فیلیپین اشاره کرد. اما ایران با وجود داشتن پتانسیل های گردشگری بسیار بالا و وجود پزشکان مجرب با ورود خود به این صنعت می تواند به عنوان رقیب اصلی هندوستان و ترکیه که پیش از این صنعت هستند قرار گرفته و گوی سبقت را از مدعیان بگیرد. از امتیازات ایران در این صنعت می توان فرهنگ غنی، شرایط محیطی و وجود پزشکان برتر در جهان و هزینه درمان پایین نسبت به سایر کشورها را نام برد. در حال حاضر جمعیت رو به افزایش مسلمانان عرب و بویژه عراقی ها از حوزه خلیج فارس قابل توجه است. این جمعیت پس از زیارت و درمان به نقاط مختلف کشور سفر کرده و مدت نسبتا طولانی را در کشور اقامت می کنند. از جاذبه دیگری که اخیرا مورد توجه قرار گرفته می توان طب سنتی ایرانی را نام برد. به نقل از سبزیل الگود (مورخ پزشکی)، طب ایرانی اصول آن چیزی است که امروزه آن را طب یونانی می نامند. لازم به ذکر است که در راستای توسعه این طب دانشگاه های ایران اقدام به جذب دانشجو کرده و انتظار می رود با افزایش تعداد دانشجویان و فارق التحصیلان در این رشته نظاره گر توسعه روزافزون این طب و به خصوص رشد صنعت توریسم درمانی در کشور باشیم.

جاذبه مهم دیگر در ایران است که جایگاه مهمی در توریسم درمانی دارد. حدود ۴۵ میلیون گردشگر در جهان از آب درمانی برای معالجه استفاده می کنند که ایران با دارا بودن بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی شناخته شده توانایی بالایی در جذب توریسم در این زمینه را دارد.

تبلیغات و اطلاع رسانی در شبکه های اجتماعی در یک سال گذشته پای گردشگران خارجی (گردشگرانی از آلمان، سوئد و انگلیس و سایر نقاط اروپا) را به روستاهای دورافتاده ایران باز کرده است. همانطور که قبلا به آن اشاره کردیم با توجه به افزایش تعداد گردشگران نیاز کشور به تامین امکانات مناسب نیز افزایش پیدا کرده که ایران را به بازاری مناسب برای مشتاقان به سرمایه گذاری در منطقه تبدیل کرده است.

می توان گفت که صنعت گردشگری نیز بین صنعت های نسبتا پیچیده قرار دارد و نیاز شدید به شناخت مناسب از منطقه و شرایط اقتصادی و فرهنگی آن جامعه دارد. بی شک هرگونه اقدام بدون برنامه ریزی مناسب، مطمئنا باعث ایجاد صدمات مالی زیادی برای سرمایه گذاران در این بخش می شود. با برنامه ریزی و امکان سنجی دقیق (طرح توجیهی) و انجام تحقیقات بازار می توان گزینه های مناسب برای سرمایه گذاری با توجه به پتانسیل موجود در منطقه را بررسی و کسب و کار موفق را، راه اندازی کرد.



مهندس زهرا پزشکی

وضعیت گردشگری سلامت

در جهان، ایران و مشهد

تأثیر کرونا بر آن و آینده بعد از کرونا

امروزه، دسترسی سریع به مراقبت های پزشکی و امکانات درمانی ویژه که در برخی کشورها وجود ندارند و یا با هزینه های بسیار گزافی به افراد عرضه می شوند و همینطور افزایش جمعیت سالمندان، حوزه تازه ای از گردشگری به نام گردشگری سلامت را به وجود آورده است. این گردشگری به دو بخش یعنی گردشگری تندرستی و گردشگری درمانی تقسیم می شود (شکل ۱) که به طور کلی دو تأثیر عمده اجتماعی و اقتصادی را برای کشورها به همراه دارد.

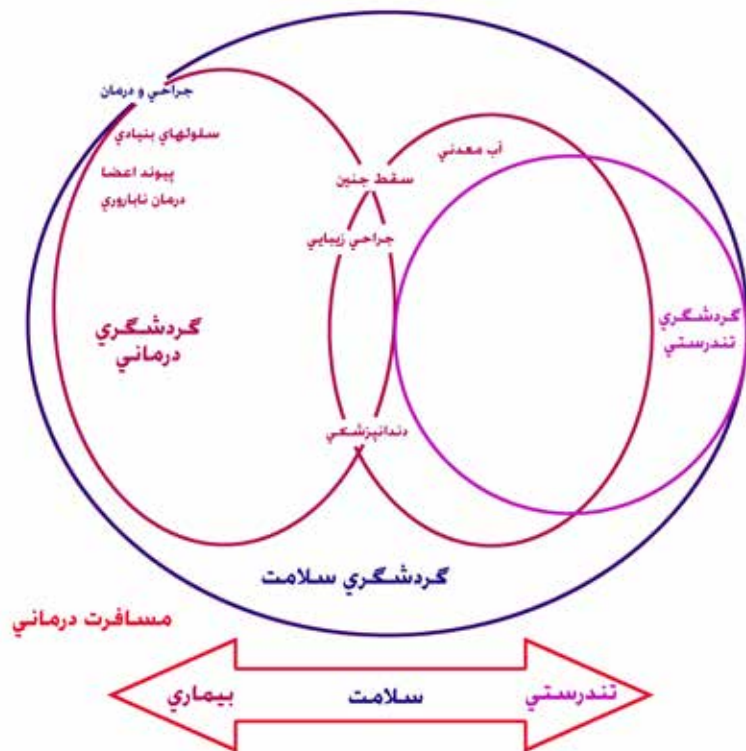
مؤسسه جهانی سلامت، گردشگری سلامت را به عنوان سفرهای "انجام شده توسط گردشگرانی که در طول سفر یا در نتیجه سفر به دنبال بهبود یا حفظ رفاه خود هستند" تعریف می کند. همینطور سازمان گردشگری جهانی گردشگری سلامت را استفاده از خدماتی که به بهبود یا افزایش سلامتی و روحیه افراد در مکانی خارج از محل سکونتشان منجر می شود، می نامد. آمارها همگی به خاطر افزایش تعداد گردشگرانی که به دنبال تجارت سلامتی هستند، حاکی از محبوبیت این صنعت پُررونق می باشند. در این میان اکثر گردشگران این حوزه، گروه های متوسط میانسال و مرفه را نشان می دهند.

طبق نظر کنگره جهان گردشگری، آمارها نشان می دهند که ۱۴ درصد از کل درآمد گردشگری جهان به گردشگری سلامت اختصاص می یابد. این آمارها به نقل از گلوبال دیتا اعلام می دارند که تا سال ۲۰۲۲ تعداد گردشگران سلامت در آسیا به ۱۲۸/۳ میلیون نفر خواهد رسید. این آمار مجموعاً در آسیا و اقیانوسیه ۸۵۰ میلیون نفر با نرخ رشد ترکیبی ۵ درصدی سالیانه را نشان می دهد. در بین سالهای ۲۰۱۷ و ۲۰۱۹، این سفرها ۳۳ درصد افزایش داشته و به ۱۰۹/۴ میلیون نفر رسیده اند که در این میان تایلند بیشترین مقصد گردشگری سلامت مسافران بوده است.

این منبع همینطور پیش بینی کرده است که تا سال ۲۰۲۲ تعداد گردشگران سلامت در تایلند به ۲۷/۷ میلیون نفر برسند که هزینه ها نیز با با نرخ رشد ترکیبی ۹ درصد، ۲/۵ میلیارد دلار افزایش خواهند یافت. شاید هزینه های بالای گردشگری سلامت و علی الخصوص هزینه های درمانی، خود یکی از عواملی باشند که مانع رشد بازار گردشگری سلامت در آسیا شوند، ولی آسیا با ارتقای مقاصد خود می تواند با تمرکز بر روی ویتنام و فیلیپین و با پراکنده سازی گردشگران و تعداد بازدیدکنندگان به این کشورها از فرصتهای گردشگری سلامت بهره کافی را ببرد.

به طور کلی بازارهای گردشگری سلامت با عواملی از قبیل پیری جمعیت، افزایش بیماری های مزمن، تلاش برای پیشگیری از بیماری، افزایش تقاضا برای سلامتی بهتر، مراکز آب معدنی و سلامتی، درمانهای مکمل و جایگزین، استفاده از چشمه های آب گرم و جهانی سازی و ارتباطات توسعه می یابند. طبق گزارش منابع بهداشت جهانی و مراکز منابع بهداشتی بین المللی از نظر شاخص گردشگری سلامت و در بخش درمانی، کانادا در رتبه اول و ایران در رتبه ۴۶ قرار دارد. ایران به دلیل برخورداری از استانداردهای بالا در تحقیقات و خدمات پزشکی و هزینه های پایین درمان نسبت به رقبای منطقه ای خود از جمله ترکیه، امارات، عربستان سعودی، بحرین و همچنین کشورهای جنوب شرقی آسیا، کشوری مقرون به صرفه به شمار می رود که بیشترین گردشگران سلامت آن کشورهای عراق، جمهوری آذربایجان، کشورهای حاشیه خلیج فارس، لبنان، سوریه و همچنین مهاجران ایرانی ساکن کانادا و آلمان هستند.

همچنین طبق گزارش آماری سایت دیتابریج کشورهایی که بیشترین بازار گردشگری سلامت را به خود اختصاص می دهند عبارت از ایالات متحده، کانادا، مکزیک، آلمان، فرانسه، انگلستان، هلند، سوئیس، بلژیک، روسیه، ایتالیا، اسپانیا، ترکیه، چین، ژاپن، هند، کره جنوبی، سنگاپور، مالزی، استرالیا، تایلند، اندونزی، فیلیپین، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، آفریقای جنوبی، مصر، اسرائیل، برزیل، آرژانتین و آمریکای



آورد. به عنوان مثال، بیمارستان بین المللی بامرانگرد در بانکوک که یکی از اصلی ترین ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی در زمینه گردشگری درمانی تایلد به شمار می رود، از کاهش درآمد ۹۴ درصدی سالانه این گردشگری در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ خبر داده است. ایران نیز یکی از کشورهایی است که پس از شیوع این ویروس و همه گیری دچار آسیب زیادی در این حوزه گردید. پس از شروع گردشگری سلامت در ایران، استارت آپها و آژانسهای مسافرتی زیادی در زمینه های مشاوره دهی جامع به گردشگران و بیماران، رزرو مکانها و ارائه بلیط، دریافت ویزای درمانی، تخمین هزینه های درمانی و مدت اقامت، معرفی و انتخاب پزشکان متخصص و با تجربه، ارائه اطلاعات در زمینه قوانین و مقررات کشور و غیره ایجاد گردیدند که همه آنها در سایه تاریک این ویروس، مجبور شدند تا هزینه های بازاریابی و خدمات به مشتریان خود را کاهش داده و از دور رقابت خارج شوند. مراکز درمانی و شرکت های درمانی که قدمت بیشتری نسبت به استارت آپ ها و آژانس های مسافرتی داشتند، به خاطر سر پا نگهداشتن خود از این بحران به کاهش مخارج خود بسنده نموده و رویدادها و گردهماییهای خود در این حیطه را لغو نمودند. با این حال شرکتهای بزرگ گردشگری سلامت تنها کسانی بودند

جنوبی هستند. این منبع به طور کلی اظهار می دارد که آمریکای شمالی به دلیل افزایش میزان سرمایه گذاری ها برای توسعه فناوری های پیشرفته در بخش مراقبت های درمانی و پزشکی عمومی، بر بازار گردشگری سلامت تسلط کامل دارد و از طرف دیگر آسیا و اقیانوسیه نیز به خاطر گذراندن تعطیلات، مدیتیشن، یوگا، وجود آبهای گرم، آسایشگاه های معنوی و ... مقصد گردشگری تندرستی و درمانی خیلی از گردشگران سلامت به شمار می آیند و این دو قاره از پتانسیل بالایی برای بهره گیری از این حوزه گردشگری برخوردارند. به عنوان مثال، تایلد با هدایت برنامه راه بردی وزارت بهداشت که از سال ۲۰۱۶ شروع شده و تا سال ۲۰۲۵ ادامه دارد، تلاش نموده است تا به عنوان قطب سلامت و ارائه دهنده خدمات درمانی، موقعیت خود را به عنوان یک رهبر منطقه ای در گردشگری درمانی تقویت نماید. همینطور دولت هند در سال ۲۰۱۷ با هدف جذب تعداد بیشتر بیماران خارجی به این کشور، شروع به ارائه ویزای درمانی کرد. دیگر کشورها از قبیل ترکیه نیز فعالانه در این عرصه پیش رفتند. این کشور در سال ۲۰۱۵، ۵۰٪ تخفیف در پروازها برای کسانی که جهت معالجه درمانی به کشورش می آمدند، اعلام کرد. دولت امارات متحده عربی هم سیاست های ویزای خود را به خاطر تسهیل گردشگری درمانی تغییر داد و شروع به ارائه بسته ای کرد که تمام جنبه های سفر از هزینه های درمانی گرفته تا فعالیت های اوقات فراغت بیماران و خانواده های آنها را شکل می داد.

به دنبال این تحول در امارات، این کشور توانست در سال ۲۰۱۴، حدود ۲٫۲ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۸، حدود ۳٫۳ میلیارد دلار درآمد از گردشگری درمانی حاصل نماید. در سال ۲۰۱۹ نیز افزایش کسب درآمد این کشور از این گردشگری چشمگیر و ۴ درصد بوده است. قبل از همه گیری ویروس کرونا، شورای گردشگری سلامت دبی اعلام نموده بود که این کشور می خواهد تا سال ۲۰۲۱ سالانه از ۵۰۰۰۰۰ گردشگر درمانی استقبال نماید. روزنامه بیزینس-فایننشیل تایمز می نویسد که قبل از شیوع ویروس کرونا، گردشگری درمانی، صنعتی با رشد قابل توجه در بسیاری از اقتصادهای نوظهور به شمار می رفت. ولی این بیماری همه گیر به خاطر ممنوعیت سفرهای بین المللی و ملی، شکست بزرگی برای این بخش به وجود





که بازیگران کلیدی این عرصه به شمار می آمدند. آنها پس از همه گیری ویروس کرونا هوشمندانه تر عمل کردند و علی رغم کمتر شدن تعداد مشتریان، زمان و انرژی خود را صرف بهبود و سازماندهی سیستمهای کسب و کار یا به عبارتی زنجیره ارزش گردش سلامت نمودند. آنها با رصد کردن بازار گردشگران بین المللی سلامت، راه بردهای تازه ای را در کسب و کارشان اتخاذ نموده و علی رغم کسب درآمد از گردشگران سلامت خارجی به پذیرش ایرانیان نیز پرداختند. اگر چه صاحبان بخش گردشگری سلامت، همه گیری ویروس کرونا را به نوعی شکست برای این حوزه به شمار می آورند، اما آمارها همه حاکی از پیشرفت این صنعت هستند.

سایت دیتابریج اعلام می کند که بازار گردشگری سلامت بین سالهای ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۷ رشد می نماید. آمارها نشان می دهند که رشد این بازار تا سال ۲۰۲۷ به ۲۶۹۲۲۷/۴۶ میلیون دلار خواهد گردید. یعنی این بازار با نرخ رشد ترکیبی ۱۵/۴۵ درصدی سالیانه پیش خواهد رفت. در بخش گردشگری تندرستی، ریسرچ-مارکت گزارش می دهد که بازار جهانی گردشگری تندرستی جهان تا سال ۲۰۲۷ به ۱/۲ تریلیون دلار می رسد و در بین سالهای ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۷ با نرخ رشد ترکیبی ۶۶ درصد رشد خواهد داشت. آمارها در سال ۲۰۱۸ نشان می دهند که بیشتر این گردشگری به مراقبتهای شخصی، زیبایی و ضد پیری (۱۰۸۳ میلیارد دلار)، تغذیه سالم، رژیم و کاهش وزن (۷۰۲ میلیارد دلار)، تناسب اندام و یوگا (۵۹۵ میلیارد دلار)، داروهای پیشگیرانه و شخصی و بهداشت عمومی (۵۷۵ میلیارد دلار)، طب سنتی و مکمل (۳۶۰ میلیارد دلار)، املاک و مستغلات به سبک زندگی سالم (۱۳۴ میلیارد دلار)، آب معدنی (۱۱۹ میلیارد دلار)، چشمه های آب گرم و معدنی (۵۶ میلیارد دلار) و سلامتی محل کار (۴۸ میلیارد دلار) اختصاص یافته است.

اگرچه این آمارها مربوط به قبل از شیوع ویروس هستند، ولی این گردشگری همچنان در جهان رو به افزایش است. در این میان صاحبان اظهار می دارند که بیشتر رشد بازار این گردشگری به خاطر پیشرفتهای فناوریهای رو به رشد در زمینه مراقبتهای بهداشتی و عوامل تأثیرگذار بر بازار از قبیل دسترسی بودن برندهای جهانی و داخلی، تعرفه های داخلی و مسیرهای تجاری بوده و

خواهد بود. یکی از پیشگامان تحقق این امر، امارات متحده عربی است. این کشور پس از شیوع کرونا با انجام آزمایشات گسترده از شهروندان و بازدیدکنندگان ورودی، سبب بهبود اعتماد به نفس شهروندان خود و افزایش تعداد بازدیدکنندگان ورودی گردیده است. همچنین این کشور به دلیل ارائه برنامه واکسیناسیون کرونا، حالا یکی از کشوران پیشرو در گردشگری درمانی آسیا به حساب می آید. در همین اثنا تایلند نیز در برنامه گردشگری خود بازدیدکنندگان ورودی را ملزم به آزمایش ویروس کرونا نموده است که در صورت مثبت بودن در یک موسسه درمانی قرنطینه می شوند. به موازات افزایش جهانی این بیماری، یک شرکتهایی از جمله تموس در آلمان، جهت ارائه دادن خدمات معتبر بهداشتی در سال ۲۰۲۰ راه اندازی گردید که به تأیید استانداردهای بیمارستانی و کلینیکها در این خصوص می پردازد. در کنار چنین اقداماتی، درمان از راه دور نیز شاهد موفقیت چشمگیری بوده است. اکنون خیلی از بیمارستانها، خدمات خود را قبل از سفر و پس از سفر به صورت برخط و با مشاوره ارائه می دهند. از مزایای اجرای خدمات از راه دور افزایش قابلیت تحرک بیماران است که موانع موقعیت جغرافیایی را به راحتی از میان برداشته و این امکان را برای بیماران در مناطق دورافتاده فراهم نموده است تا از طریق لمس تلفن هوشمند خود به بهترین خدمات بهداشتی دسترسی پیدا کنند

از نوآوری های به وجود آمده در زمینه مراقبت های بهداشتی از راه دور می توان به محصولات دیجیتالی از جمله حسگرهای دیجیتالی و بیوتلمتری برای تنظیم سطح گلوکز خون، الکتروکاردیوگرام، بررسی نبض و فشار خون و میزان اشباع اکسیژن خون اشاره کرد که کلیه این داده ها به صورت دیجیتالی جمع آوری شده و سپس به برنامه نصب شده در تلفن همراه هوشمند کاربر به نام گردشگر سلامت ارسال می شوند. این اطلاعات پس از ارسال به متخصصان مراقبتهای بهداشتی منتقل شده و اقدامات پیشگیرانه برای کنترل بهتر بهداشت توسط این متخصصان به صورت دیجیتالی و از راه دور به این کاربران توصیه می شود. از کشورهای پیشگام در این امر در سطح آسیا می توان به سنگاپور، دانشگاه ملی سنگاپور، اشاره کرد که از سال ۲۰۱۶ برنامه توانبخشی مبتنی بر اینترنت اشیا را برای بیماران و گردشگران سکنه مغزی آغاز نموده است.

آمارها همچنین نشان می دهند که بازار گردشگری تندرستی چین به عنوان دومین اقتصاد بزرگ جهان تا سال ۲۰۲۷، ۲۲۰ میلیارد دلار پیش بینی می شود که با نرخ رشد ترکیبی ۱۰/۵ درصد از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۷ پیش خواهد رفت. همینطور بازارهای تندرستی جهانی پیشروی دیگر ژاپن و کانادا هستند که پیش بینی شده است این بازارها بین سالهای ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۷، به ترتیب ۳/۶ و ۶ درصد رشد نمایند. این نرخ رشد برای آلمان ۴/۲ درصد پیش بینی می گردد. ایران نیز همسو با سایر کشورها از دیرباز مقصد گردشگری سلامت و به خصوص گردشگری درمانی مسافران از جمله در حوزه های درمان ناباروری، درمان انواع سرطان، انجام انواع جراحیهای زیبایی، مشاوره و تحقیقات قبل از IVF، ارتوپدی، درمانهای دندان پزشکی، جراحیهای مغز و اعصاب، قلب، درمان چاقی و چشم پزشکی بوده است. لذا برنامه ریزان این حوزه همواره در صدد بوده اند با سرمایه گذاری و بکارگیری تجهیزات درمانی مناسب در بیمارستان ها، ساماندهی شرکت های تسهیلگر و ایجاد بسترهای لازم از جمله ایجاد مقررات



حمایتی، پوشش بیمه ای، ایجاد بسترهای اطلاعاتی مطمئن و از میان برداشتن موانع فرهنگی و زبانی برای اقامت گردشگر سلامت، این صنعت رونق ببخشند.

این صنعت در درون کرونا متحمل آسیب زیادی گردید. یکی از فعالان این عرصه عیسی عزیزنژاد معتقد است که شرط اصلی رونق دوباره این صنعت، جلوگیری از فعالیت دلالان و فرصت طلبان و عزم همگانی همراهی تمام دستگاه های مرتبط است. در واقع اصلی ترین مشکل، فقدان یکپارچگی در سیستم مدیریت گردشگری سلامت کشور است که ما را با سؤالات زیادی از ایر

قیل مواجه ساخته است:

۱- در آینده میزان آمادگی ایران برای ورود به گردشگر چقدر است؟

۲- تا چه اندازه ورود این افراد در نتیجه تلاشهای بازاریابی خواهد بود؟

۳- چه تعداد از متقاضیان ورود به ایران برای درمان در صف ویزا می مانند؟

۴- چه تعدادی از این متقاضیان هرگز موفق نمی شوند برای درمان خودشان به ایران برسانند؟

۵- آیا از حداکثر استعداد و توان کشور برای جلب و جذب این افراد استفاده می کنیم و خواهیم کرد؟

گذشته از تمام این مشکلات، نظام سلامت ایران با توجه به موقعیت جغرافیایی و راه بردی آن در منطقه خاورمیانه و آسیا، اعتبار زیادی در بین کشورهای همسایه چه کشورهای عربی و چه سایر کشورها دارد. در حال حاضر چند شرکت معتبر از جمله ایران سرجری در زمینه گردشگری سلامت در ایران مشغول فعالیتند که به خاطر داشتن اعتبار جهانی و برخورداری از گواهینامه های بین المللی اعم از جی سی آی، آی ام تی جی، آ سی آی، تموس و غیره، بهترین مزایا را به گردشگران ارائه می دهند.

استان خراسان رضوی به طور رسمی فعالیت های اجرایی خود در حوزه گردشگری سلامت را از سال ۲۰۰۸ آغاز کرد که از سال ۲۰۱۵ با همکاری و همفکری سایر دستگاهها و با محوریت کارگروه گردشگری استان، بسته گردشگری سلامت مورد تصویب و اجرا قرار گرفت. در این میان مشهد دومین شهر بزرگ ایران است که زمانی یک شهر مهم ترانزیتی در امتداد جاده ابریشم شناخته می شد. این کلانشهر به عنوان شهر جهانی گواهر سنگ ها و به عنوان یکی از بزرگترین

اماکن مذهبی در ایران به خاطر بارگاه ملکوتی ثامن الحجج شناخته می شود. همینطور این کلانشهر به دلیل داشتن جاذبه های فرهنگی، تاریخی، ثبات سیاسی و امنیتی و تعداد زیادی بیمارستان دولتی و خصوصی فوق تخصصی مثل بیمارستان رضوی مشهد که مجهز به امکانات تشخیص و پزشکی از جمله تختهای VIP هستند، همچنین توسعه کیفی خدمات بیمارستانی، وجود مراکز درمانی تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی مشهد و برخورداری از پزشکان باتجربه، پرسنل درمانی خوب و خدمات باکیفیت به همراه ویسایتهای چندزبانه، از جمله وبسایت راهنمای گردشگری سلامت شهر مشهد که زیر نظر این دانشگاه برای معرفی کامل بیمارستان ها و پزشکان توانمند به همراه ایمیل هایشان اداره می شود و نیز ارزان بودن نسبی خدمات سلامت به عنوان یک مرکز پزشکی و مقصدی مناسب و محبوب برای گردشگران سلامت به شمار می آید و در حال حاضر ۱۲ بیمارستان این کلانشهر در حال ارائه خدمات بین المللی به گردشگران سلامت هستند.

بیشتر گردشگران سلامت مشهد، مسافران از کشورهای افغانستان، پاکستان، ترکمنستان، تاجیکستان، الجزایر، آنگولا و کشورهای حوزه خلیج فارس از جمله عراق، کویت، عمان، بحرین، عربستان و قطر می باشند. بر طبق آمار رسمی در سال ۲۰۱۹ تعداد گردشگران سلامت در بخش درمانی مشهد به ۲۲۴۰۰ نفر رسید که این رقم تا اوایل اسفندماه به خاطر شیوع ویروس کرونا به ۴۳۳۰ نفر کاهش یافت. از این رو کارشناسان این حوزه عوامل زیر را در دوران پساکرونا برای ورود گردشگر بیشتر به این کلانشهر ضروری می دانند:

۱. استفاده از فناوری های پیشرفته و مدرن در نظام خدمات سلامت
۲. دریافت گواهینامه های بین المللی اعتبار سنجی مراکز درمانی
۳. تلاش برای صدور ویزای درمانی مستقل
۴. توجه ویژه به روند گردشگری و خدمات بانکی برای گردشگران خارجی
۵. متمرکز شدن روی برنامه های بازاریابی و تبلیغات همراه با تدوین راه بردهای درست
۶. نظام مند کردن جذب گردشگران سلامت و
۷. ایجاد هتل های بین المللی زنجیره ای

در پایان باید اشاره کرد که بیش از هر چیز اشتراک تجربه ها و افزایش دانش در زمینه گردشگری سلامت، فعالان این حوزه را در این شرایط و در آینده در گوی رقابت نگهمی دارد و خواهد داشت. رقابتی که تمام کشورهای بازیگر در این حوزه برای آن تلاش می کنند. لذا امید است که کشورمان ایران هم بتواند با گرفتن تصمیمات درست این دوره را پشت سر گذاشته و قویتر از پیش به رقابت بین المللی خود ادامه دهد.

کدام کشورها محبوب‌ترین مقصد بیماران هستند؟

ISNA

خدمات پزشکی باکیفیت، به صرفه بودن هزینه‌ها و ارائه خدمات گردشگری جانبی، از جمله دلایل محبوبیت کشورها برای تبدیل شدن به مقصد گردشگری درمانی است

مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها، سطح پیشرفته پزشکی، استانداردهای بین‌المللی، زمان انتظار کوتاه

بیش از ۲,۰۰۰,۰۰۰ نفر

تایلند

ارتباط با مراکز برتر جهان، تجهیزات پیشرفته، ارائه خدمات تمام‌عیار مانند انتقال رایگان به بیمارستان

بیش از ۷۰۰,۰۰۰ نفر

ترکیه

آموزش‌های سختگیرانه پزشکی، بیمارستان‌های معتبر بین‌المللی، تجهیزات پیشرفته و نوسازی ۳ تا ۵ ساله آنها

بیش از ۷۰۰,۰۰۰ نفر

کره جنوبی

سطح بالای مراقبت‌های پزشکی، هزینه‌های پایین درمان و دارو، پزشکان سرشناس، رواج زبان انگلیسی

بیش از ۴۶۰,۰۰۰ نفر

هندوستان

پزشکان سرشناس و بین‌المللی، هزینه‌های بسیار پایین درمان، زمان انتظار کوتاه

حدود ۳۰۰,۰۰۰ نفر

ایران

فن‌آوری‌های نوین بیمارستانی و دقیق‌ترین دستگاه‌های تشخیصی، استاندارد بالای خدمات و داروها، شفافیت هزینه‌ها

حدود ۲۵۰,۰۰۰ نفر

آلمان

رتبه پنجم سیستم مراقبت بهداشتی در جهان، هزینه‌های کمتر نسبت به آمریکا و کانادا، شانس درمان در تعطیلات و اقلیم مناسب برای تفریح

اسپانیا

خبرگزاری دانشجویان ایران - ایرنا

بع داده‌ها: سازمان جهانی گردشگری

ISNA / Design: Pedram Agha



حسین کوه زاد

مروری بر روابط تجاری ایران و افغانستان

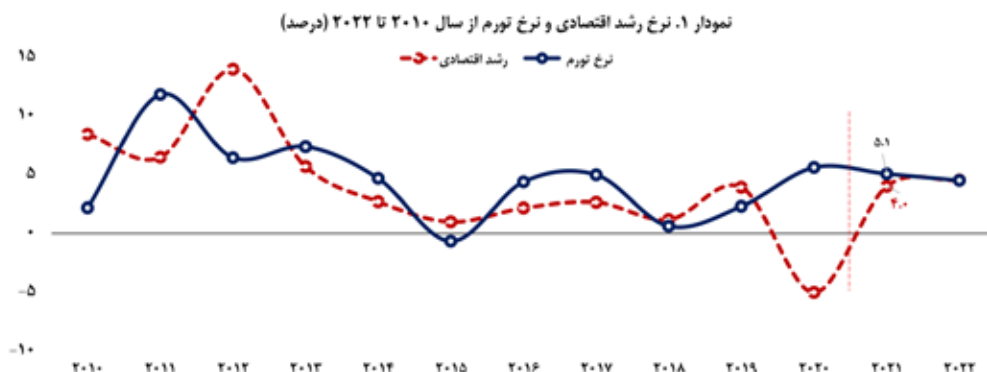
را به تاخیر انداخته است. در یک تلاش برای جستجوی بدیل برای این ساختار که ممکن بود مانع عبور کالاها از طریق این مسیر شود، تفاهم‌نامه‌ای میان ایران، افغانستان و سه جمهوری آسیای مرکزی هر یک ازبکستان، تاجیکستان و ترکمنستان در سال ۲۰۰۴ به امضا رسید. این تفاهم‌نامه از وصل شدن ایران به آسیای مرکزی به ویژه تاجیکستان که ایران به آن بسیار علاقمند است حمایت می‌کند. هر چند این تفاهم‌نامه به دلایل مختلف تاکنون عملیاتی نشده است اما انعقاد آن از نقطه نظر تاریخی اهمیت افغانستان برای ایران جهت اتصال به آسیای مرکزی را آشکار می‌سازد.

در سال‌های اخیر اهمیت منطقه مکران و بندر چابهار در استان سیستان و بلوچستان برای توسعه ایران در دهه‌های آینده بسیار مورد توجه کارشناسان و سیاست‌گذاران ایرانی قرار گرفته است. اتصال چابهار-زاهدان-مشهد به آسیای مرکزی به نحوی اتصال چابهار به راه ابریشم تلقی می‌شود. این دهلیز یکی از کوتاه‌ترین مسیرهای ارتباط راه ابریشم به دریای عمان و دریای هند است. بر خلاف مسیرهای سنتی از طریق قراقرم که عموماً صعب‌العبور و به ویژه در فصل زمستان غیرقابل دسترس هستند، مسیر فعلی قابل عبور و مرور و امن است. همچنین مسیر جدید می‌تواند شاخه جنوبی راه ابریشم را تشکیل دهد که رئیس‌جمهور چین از آن به عنوان «ابتکار کمربند و جاده» یاد کرده است. معرفی چنین ظرفیتی در منطقه آزاد چابهار می‌تواند در جذب سرمایه‌گذاری بین‌المللی موثر واقع شود.

افغانستان کشوری است که از نگاه جغرافیای سیاسی موقعیت ویژه‌ای در بین کشورهای آسیای جنوبی و آسیای مرکزی دارد. این موقعیت راهبردی فرصت‌های زیادی را از نگاه ایجاد کریدور شمال-جنوب برای انتقال انرژی‌های برق و گاز و صادرات و واردات کالا و اقلام تجاری برای این کشور رقم زده است. به همین دلیل از دیدگاه کارشناسان امور اقتصادی افغانستان به حیث یک چهارراه مرکزی و نقطه ثقل جغرافیایی اقتصادی منطقه شمال-جنوب آسیا ارزیابی می‌گردد.

ارتباط ایران با پنج کشور آسیای مرکزی تنها از طریق ترکمنستان (تنها جمهوری آسیای مرکزی هم مرز با ایران) برقرار شده است. سیستم منحصر به فرد سیاسی - اقتصادی ترکمنستان، گسترش روابط با آسیای مرکزی

چشم انداز ثبات اقتصادی افغانستان - رشد اقتصادی و تورم

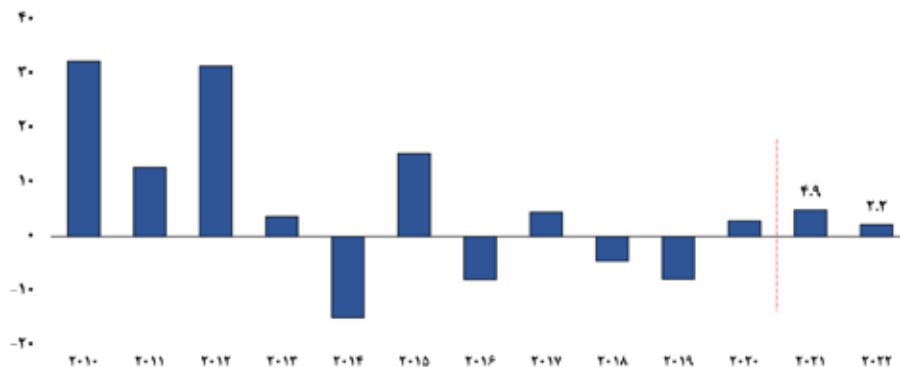


روند بلند مدت رشد مثبت و تورم تک رقمی و کمتر از ۵ درصد، نشانه ثبات اقتصادی در افغانستان

منبع: صندوق بین‌المللی پول (IMF)

چشم انداز شاخص های اقتصادی افغانستان - رشد واردات

نمودار ۲. رشد حجم واردات کالا و خدمات از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (درصد)



چشم انداز رشد نزدیک به ۵ درصد واردات کالاها و خدمات افغانستان در سال ۲۰۲۱
فرستی برای توسعه صادرات ایران

منبع داده: IMF

تجارت ایران و افغانستان - روند تجاری طی سال های ۱۳۹۵-۱۳۹۹



تراز تجاری همواره مثبت و ضرورت برقراری موافقت نامه تجارت آزاد فیما بین
افت صادرات ایران به افغانستان طی دو سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ و ضرورت توجه بیشتر به این بازار مهم همسایه

منبع داده: مرکز جلا

برای پاسخ به نیازهای رو به رشد این جمعیت خواهد داشت. تمامی موارد فوق اهمیتی سیاسی- امنیتی و اجتماعی برای ایران نیز دارد. به صورت تاریخی و به خاطر تنگناهای طبیعی و جغرافیایی، مناطق جنوبی و شرقی ایران از نظر شاخص های توسعه یافتگی بسیار عقب تر از مناطق مرکزی، شمالی و غربی ایران هستند. فعال شدن پتانسیل های همکاری با افغانستان در زمینه های حمل و نقل و تجارت، می تواند در زیست مردمان این بخش از ایران تحول چشم گیری ایجاد کند و به تدریج چهره کریه فقر، ناامنی و قاچاق مواد مخدر را از این مناطق بزداید.

اهمیت استراتژیک ایران برای افغانستان

افغانستان کشوری محصور در خشکی است که برای واردات و صادرات کالای خود دسترسی به آب های آزاد جهان ندارد. طی سالیان درازی، انتقال کالا به افغانستان یا از آن به سایر کشورها از طریق بندر کراچی پاکستان میسر می شده است. این مسیر همواره برای ساکنین افغانستان پردردسر و پرهزینه بوده است و از سوی دیگر به واسطه اختلافات سیاسی عمده بین دو دولت پاکستان و افغانستان، به نوعی می توانسته به اهرم فشار پاکستان برای تحقق اهدافش

نکته حایز اهمیت دیگر ساختار جمعیتی افغانستان است. در سال ۲۰۲۰، جمعیت افغانستان در حدود ۳۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر تخمین زده می شود. بین ۴۲ تا ۴۵ درصد از این جمعیت زیر ۱۵ سال هستند و حدود ۵۵ درصد نیز بین ۱۵ تا ۶۵ سال قرار دارند. در سال ۲۰۱۷، ۲۲/۵ درصد از جمعیت این کشور بین ۱۵ تا ۲۴ سال سن داشتند. [۳] در واقع در حالی که پنجره جمعیتی ایران رو به بسته شدن است و جمعیت ایران رو به میانسالی می رود، افغانستان تا چند دهه آینده کشوری جوان خواهد بود که نیاز روزافزونی به همکاری در حوزه های مختلف با کشورهای همسایه اش

ترکیب صادرات ایران به افغانستان در سال ۱۳۹۹

ترکیب صادرات در سال ۱۳۹۹ بر حسب سهم تعرفه ها

تمرکز بالا و عدم تنوع کافی کالاهای صادراتی ایران به افغانستان

طی سال ۱۳۹۹ کالاهای صادراتی ایران به افغانستان (باستثنای کالاهای فصل ۲۷- نفتی) برابر با ۲۸۲۵ ردیف تعرفه ۸ رقمی مستقل بوده که ۳.۵ درصد از کل این ردیف تعرفه‌ها، حدود ۷۵ درصد کل ارزش صادرات و ۴۲ درصد از تعداد تعرفه‌ها هم فقط ۱ درصد از کل ارزش صادرات به این کشور را شامل شده است.

۱۰۰ ردیف تعرفه با ۷۴.۵۹ درصد سهم ارزشی

۱۲۸ ردیف تعرفه با ۸۰.۰۸ درصد سهم ارزشی

۲۳۴ ردیف تعرفه با ۹۰ درصد سهم ارزشی

۳۷۹ ردیف تعرفه با ۹۵ درصد سهم ارزشی

۷۹۷ ردیف تعرفه با ۹۹ درصد سهم ارزشی

۱۱۸۷ ردیف تعرفه با ۱ درصد سهم ارزشی

منبع داده‌ها: گمرک چا

ترکیب صادرات ایران به افغانستان در سال ۱۳۹۹ - به تفکیک فصول

ردیف	فصل	شرح	ارزش / میلیون دلار
۱	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۱۹۴
۲	۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه ای	۱۷۵
۳	۳۹	مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد	۱۵۷
۴	۲۰	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه ها یا از سایر اجزاء نباتات	۱۳۱
۵	۸۰	فلز و مصنوعات از فلز	۱۰۸
۶	۱۹	فرآورده‌های غلات: آرد، نشاسته، فکول یا شیر؛ تان‌های شیرینی	۹۶
۷	۴۰	کاکوچو و اشیاء ساخته شده از کاکوچو	۷۹
۸	۱۷	قند و شکر و شیرینی	۶۹
۹	۵۷	غرض سایر کنیوش‌ها از مواد نسجی	۶۰
۱۰	۲۵	لمبه: کوکرتا خاک و سنگه کج، آهنک و سیمان	۵۵
۱۱	۸۵	ماشین آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها، دستگاه‌های شبده و پختن صوت و تصویر .	۴۷
۱۲	۳۱	کودها	۴۷
۱۳	۳۹	محمولات شیمیایی آلی	۳۶
۱۴	۶۱	لباس و متفرعات لباس ، کشاف یا قلاب پاف	۳۵
۱۵	۷۳	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۳۳
۱۶	۸۴	راکتورهای هسته ای، دیگ های بخار آب گرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی، اجزا و قطعات آنها	۳۲
۱۷	۳۴	سایون، مواد آلی تانسوآکتیو، فرآورده‌ها برای...	۳۰
۱۸	۶۴	کشش، کتر و اشیاء همانند، اجزاء این اشیاء	۲۷
۱۹	۱۵	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی؛ فرآورده‌های حاصل از تفکیک آن‌ها؛ چربی‌های خوراکی آماده و موم‌ها	۲۷
۲۰	۲۱	سایر فرآورده‌های خوراکی	۲۴
مجموع			۱۴۶۲
کل صادرات			۲۳۰۶
سهم از کل (درصد)			۶۳

منبع داده‌ها: گمرک چا

تجاری ترمز[۲] را مورد اشاره قرار داد.

تجارت ایران و افغانستان و منابع غنی معدنی

هر چند در حال حاضر افغانستان یک کشور فقیر است اما منابع غنی معدنی دارد. یافته‌های اداره زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا، برآوردهای قبلی شوروی را تایید کرده است. افغانستان دارای ۶۰ میلیون تن مس، ۲/۲ میلیارد تن آهن و ۱/۴ میلیون تن دیگر عناصر کمیاب می‌باشد. طبق برآورد اداره زمین‌شناسی ایالات متحده آمریکا، ارزش کلی منابع طبیعی افغانستان بین ۱ تا ۳ تریلیون دلار است. در کنار عوامل دیگر، به دلیل عدم اتصال افغانستان به یک اقتصاد بزرگ این ذخایر طبیعی همچنان دست نخورده باقی مانده است. این موانع از طریق بندر چابهار که افغانستان را به هند وصل می‌کند، حل خواهد شد. از این طریق ممکن است افغانستان بتواند از اقتصاد وابسته به کشت تریاک عبور کرده و به استقبال اقتصاد مدرن برود. منابع مالی به‌دست آمده از استخراج معادن، صادرات مواد خام و مواد معدنی دیگر نظیر آهن و آلومینیوم می‌تواند تأثیرات عمیقی بر جامعه، اقتصاد و سیاست افغانستان بگذارد.

در افغانستان تبدیل شود. هم‌چنین روابط تنش‌آلود بین پاکستان و هند، ارتباط تجاری دو کشور افغانستان و هند را که سابقه‌ای تاریخی دارد محدود نموده است.

با توجه به واقعیت فوق، افغانستان در یک دهه گذشته تلاش گسترده‌ای برای ایجاد تنوع در شرکای تجاری خود و همچنین مسیرهای ورود و خروج کالا به این کشور انجام داده است که در این راستا می‌توان انعقاد قرارداد سه‌جانبه به همراه هند و ایران برای اتصال این کشور به بندر چابهار، انعقاد قرارداد برای راه‌اندازی راه لاجورد[۱] و گسترش روابط تجاری با ازبکستان از طریق منطقه آزاد



روند افزایشی داشته است. این گزارش نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۲۰ ششمین مقصد صادراتی افغانستان به‌شمار می‌رفت و سهم یک‌درصدی از کل صادرات این کشور را به خود اختصاص داده بود. در سال ۲۰۲۰ معادل ۸ میلیون دلار کالا واردات ایران از افغانستان بوده که نسبت به سال ۲۰۱۹ (۱۵ میلیون دلار) با کاهش ۴۷ درصدی روبه‌رو بوده است. در صورت تضعیف بیشتر واردات ایران از این کشور و در مقابل، افزایش واردات سایر کشورها از جمله امارات، امکان تضعیف بیشتر موقعیت ایران در میان سایر شرکای وارداتی افغانستان وجود دارد. بررسی گروه‌های کالایی برتر صادراتی به افغانستان در سال ۹۹ براساس فصول کتاب مقررات صادرات و واردات بیانگر آن است که بیشترین میزان صادرات به افغانستان مربوط به «چدن، آهن و فولاد» (۱۹۴ میلیون دلار)، «شیشه و مصنوعات شیشه‌ای» (۱۷۵ میلیون دلار)، «مواد پلاستیکی و اشیای ساخته‌شده از

این مواد» (۱۵۷ میلیون دلار)، «فرآورده‌های سبزی، میوه یا از سایر اجزا و نباتات» (۱۳۱ میلیون دلار) و «قلع و مصنوعات قلع» (۱۰۸ میلیون دلار) بوده است. درمجموع براساس اطلاعات سازمان توسعه تجارت، صادرات ایران به کشور افغانستان در سال ۹۹ معادل ۲ میلیارد و ۳۰۶ میلیون دلار بوده است. البته ارزیابی‌ها حاکی از این است که طی سال‌های صادراتی ایران به افغانستان (به‌استثنای کالاهای فصل ۲۷- نفتی) برابر با ۲۸۲۵ ردیف تعرفه بوده که ۵/۳ درصد از کل این ردیف تعرفه‌ها، حدود ۷۵ درصد کل ارزش صادرات و ۴۲ درصد از تعداد تعرفه‌ها هم یک‌درصد از کل ارزش صادرات به این کشور را شامل شده است. آمار یادشده از تمرکز بالا و عدم تنوع کافی کالاهای صادراتی ایران به افغانستان حکایت دارد.

صادرات افغانستان به جهان

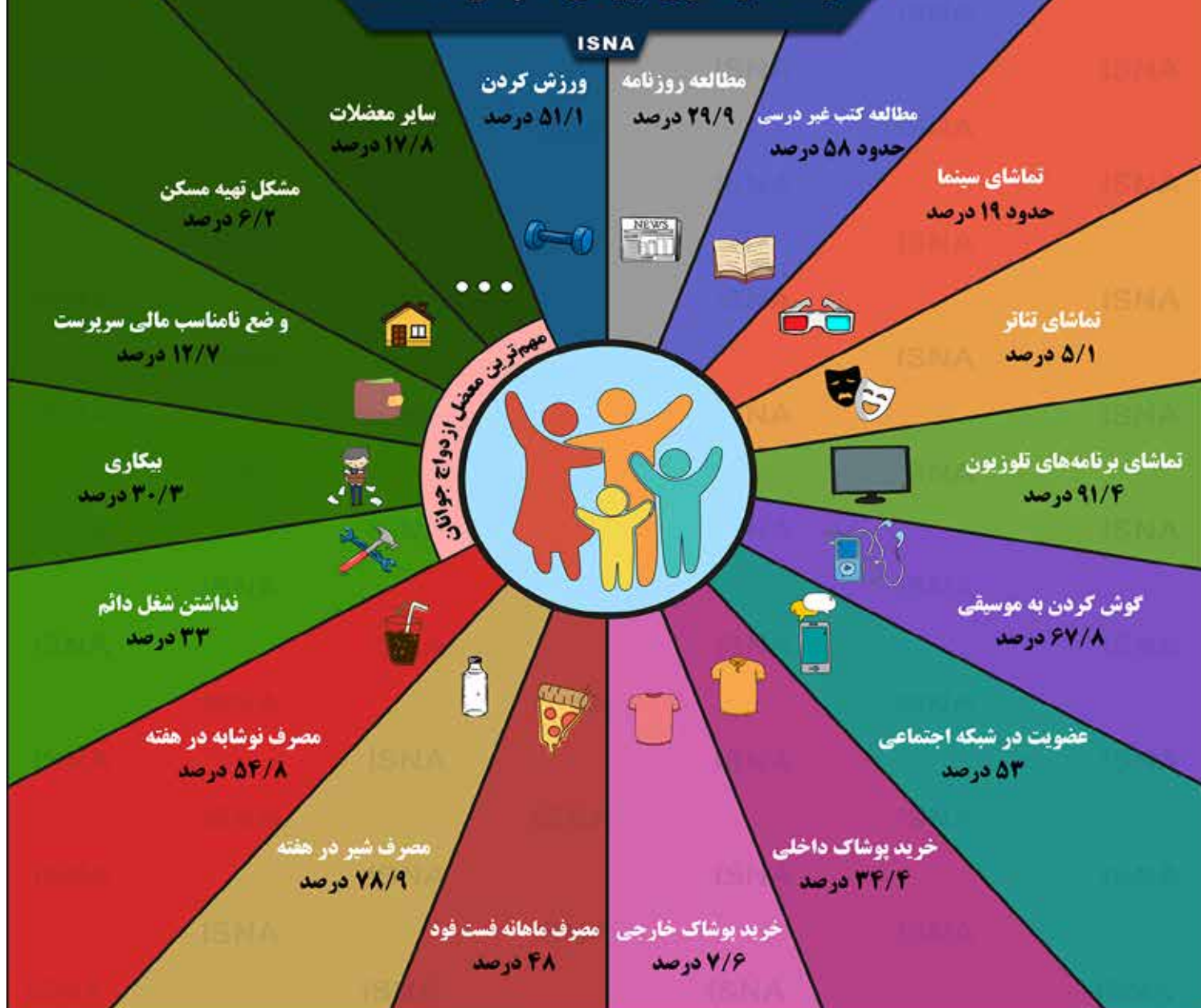
ارزش صادرات افغانستان به جهان به تفکیک مقاصد عمده سال ۲۰۲۰ (میلیون دلار)					
ردیف	مقاصد عمده	۲۰۲۰		۲۰۱۹	
		ارزش	سهم	ارزش	سهم
۱	هند	۴۰۶	۵۲	۴۱۰	۴۷
۲	پاکستان	۲۱۲	۲۷	۲۹۸	۳۴
۳	چین	۵۵	۷	۳۱	۴
۴	امارات متحده عربی	۲۶	۳	۲۴	۳
۵	ترکیه	۱۶	۲	۲۵	۳
۶	ایران	۸	۱	۱۵	۲
	کل جهان	۷۷۷	۱۰۰	۸۶۴	۱۰۰

- ایران ششمین مقصد صادراتی افغانستان در سال ۲۰۲۰ است و واردات ایران از این کشور در سال ۲۰۲۰ با ۴۷ درصد افت همراه بوده است.
- در صورت تضعیف بیشتر واردات ایران از این کشور و در مقابل افزایش واردات سایر کشورها از جمله امارات متحده عربی، امکان تضعیف بیشتر موقعیت ایران در میان سایر شرکای وارداتی افغانستان وجود دارد.

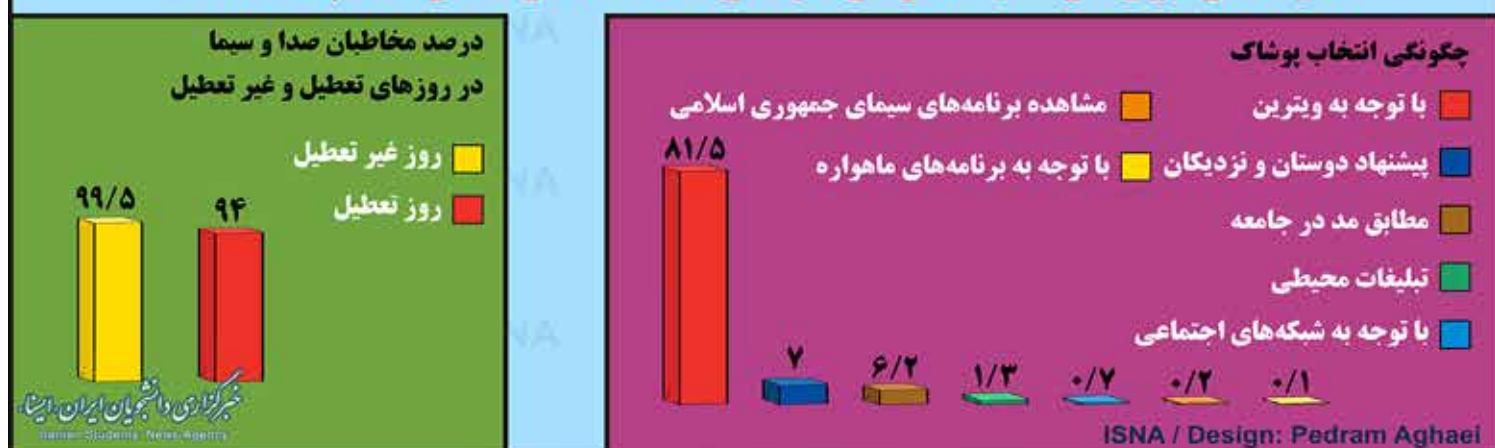
برخی نکات در رابطه با روابط تجاری ایران و افغانستان:

- ارزش صادرات ایران به افغانستان طی دو سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ افت داشته است.
- صادرات ایران به افغانستان، در فصل نخست ۱۴۰۰ نسبت به فصل مشابه سال ۱۳۹۹ با افزایش ارزش (۱۵٪) و کاهش میزان (۴،۹٪) همراه بوده است.
- ایران مهمترین مبدا واردات کالایی در افغانستان است با این وجود، از سهم ایران از کل واردات افغانستان در سال ۲۰۲۰ کاسته شده و به ۱۷ درصد رسیده است.
- صادرات ایران به افغانستان طی سال ۲۰۲۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۹ حدود ۱۱ درصد کاهش داشته در حالی که واردات از کشورهای هند، روسیه و امارات افزایش داشته است.
- ایران ششمین مقصد صادراتی افغانستان در سال ۲۰۲۰ است و واردات ایران از این کشور در سال ۲۰۲۰ با ۴۷ درصد افت همراه بوده است.

فرهنگ رفتاری ایرانی‌ها چگونه است؟



این آمارگیری در سال ۹۶ و در بین افراد ۱۵ ساله و بیشتر انجام شده است



حامی کرونا در تخریب بازار گردشگری

سیاست ناکارآمد و فانتزی چگونه به توریسم ضربه زد؟

بستن مرزهای خود و محدودیت سفرها کردند بازار گردشگری بین‌المللی با رکود چشم‌گیری مواجه شد. از این‌رو بسیاری از دولت‌ها به‌منظور حمایت از بخش توریسم خود اقدام به ارائه تسهیلات ویژه و ایجاد شرایط داخلی کرده‌اند و تدابیر گسترده‌ای را در جهت رسیدن به این امر اتخاذ کرده و حتی در حال حاضر برخی از کشورها شرایط پذیرش گردشگران خارجی هرچند محدود را فراهم کرده‌اند. اما بازار گردشگری ایران در مقایسه با سایر کشورها به‌صورت مضاعف آسیب دید که مهم‌ترین دلیل آن را می‌توان در سیاست‌گذاری‌های نادرست و مدیریت ناکارآمد در بحران دانست که بدون داشتن برنامه منظم و مدیریت صحیح تنها روش مهار کرونا را در خانه ماندن مردم و سفر نرفتن در نظر گرفتند که این منجر به ناموفق بودن نه تنها در مهار کرونا بلکه بر افزایش بحران‌های اقتصادی شده است.

اگرچه بحران کرونا در به کما رفتن بازار گردشگری نقش مهمی داشته اما عوامل متعدد دیگری در این امر نقش دارند. بازار گردشگری در دو دهه اخیر با شکل گرفتن سازمان گردشگری و پس از آن وزارت گردشگری روند رو به رشدی را طی کرده است؛ اما بحران امری ناآشنا در این بازار نیست بلکه فعالان این صنعت با آن زیست کرده‌اند و بحران ذات این بازار است. بازار گردشگری پیش از شیوع کرونا نیز با بحران‌های متعددی همچون سیل فروردین ۹۸، اتفاقات آبان ۹۸، خروج از برجام و اعمال تحریم‌های حداکثری بر ایران، شهادت سردار سلیمانی و سقوط هواپیمای اوکراینی مواجه بوده که موجب بحران‌های اقتصادی و آسیب به بخش گردشگری شده است. پیش از کرونا میانگین سرانه درآمد مردم ایران از سال ۹۰ تا ۹۸ حدود ۳۳ درصد کاهش یافته و همچنین تورم در سال‌های ۹۸ و ۹۹ بیش از ۴۳ درصد بوده است. کاهش سرانه درآمد تأثیر مستقیمی بر کاهش یا حذف گردشگری و سفر از سبد خانوارها داشته است، بنابراین باتوجه به شرایط سخت اقتصادی بحران کرونا تنها عامل سقوط بازار گردشگری نبوده بلکه بر بحران‌ها و چالش‌های موجود در این بازار افزوده است که می‌توان دلیل اصلی این آشفتگی در بازار گردشگری را نبود وحدت فرماندهی، سیاست‌گذاری‌های هوشمند و مدیریت درست در بحران دانست.

باتوجه به این حجم از بحران اقتصادی، سیاست‌گذاری در دوران کرونا تنها به توصیه بهداشتی و درمانی معطوف شده و سایر مولفه‌ها همچون ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نادیده گرفته شدند. ستاد ملی مقابله با کرونا متشکل از تمامی نهادها و سازمان‌های کشوری و لشکری است اما تصمیمی که در این ستاد گرفته می‌شود صرفاً توصیه‌هایی در حد در خانه ماندن برای مهار کرونا است و توجهی به جنبه‌های دیگر کشوری و مشاغل که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به صنعت گردشگری وابسته هستند، نشده است. این درحالی است که بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای اطراف مکانیزم‌های حمایتی درستی را به‌کار گرفتند. مکانیزم‌هایی که اشتغال، درآمد سرانه، بیکاری و... را در آن لحاظ

سیاست‌های ناکارآمد ضربه سهمگینی بر بازار گردشگری وارد کرده است. متولیان گردشگری به‌جای ایجاد شرایط و اعطای تسهیلات مناسب همچون معافیت‌های مالیاتی و ایجاد سفرهای داخلی امن با سیاست‌گذاری‌های اشتباه به تخریب بازار گردشگری پرداختند.

حامی کرونا در تخریب بازار گردشگری هسته جهانگردی فرهنگی دانشگاه امام صادق طی نشست روز پنج‌شنبه گذشته با حضور کارشناسان بخش گردشگری به بررسی بحران کرونا و مدیریت گردشگری ایران پرداخته و به تأثیرات سیاست‌گذاری‌های بهداشتی بر وضعیت گردشگری پرداختند. این نشست با حضور سعید هاشم‌زاده رئیس اداره گردشگری سلامت وزارت بهداشت، حرمت‌الله رفیعی رئیس هیأت‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران، شهاب‌طایی عضو هیأت علمی گروه فرهنگ و دولت دانشگاه امام صادق و سعید شفیعا دبیر نشست و عضو هسته علمی جهانگردی فرهنگی دانشگاه امام صادق برگزار شد. در این نشست کارشناسان ضمن بررسی وضعیت بازار گردشگری در بحران کرونا و عوامل تأثیرگذار بر سقوط بازار گردشگری به ارائه راه‌حل‌های راهبردی بر بازگشت صنعت گردشگری پرداختند.

در چکیده این نشست آمده است: باتوجه به اینکه پس از همه‌گیری کرونا در جهان تمامی کشورها اقدام به



کردند. شاید بتوان تنها اقدام مسوولان را اعطای تسهیلات ۳ هزار میلیارد تومانی دانست که باتوجه به شرایط سخت در بازپرداخت آن مورد استقبال قرار نگرفت و تنها یک‌ششم از این مبلغ، حدود ۶۵۰ میلیارد تومان مورد استفاده فعالان بخش گردشگری قرار گرفت زیرا در صورت استفاده از این تسهیلات علاوه بر بحران کرونا با بحران جدیدی در بازپرداخت وام مواجه می‌شدند.

همچنین دیگر عامل در تشدید بحران‌ها یکه‌تازی دولت در تصمیم‌گیری‌ها بوده و بخش خصوصی که متحمل بیشترین آسیب‌ها شده نقشی در تصمیمات و ارائه راه‌حل‌های راهبردی نداشته است. تعطیلی گردشگری به حدود ۲۰ شغل (از ۲۵ شغل) آسیب رسانده و بالغ بر ۵۰ درصد از مشاغل در بازار گردشگری را حذف کرده است و مدیریتی در جهت حفظ آن صورت نگرفته است. باوجود ارائه راهکارها از جانب بخش خصوصی، شعار تشدید کرونا از طریق بازار گردشگری را سر دادند. این درحالی است که اقدامات این چنینی موفقیتی در مهار کرونا نداشته است. گردشگری نه تنها عامل رشد کرونا نبوده بلکه سوپاپ اطمینان برای درمان است زیرا امکان گردشگری همچون هتل‌ها، وسایل حمل‌ونقل و مراکز گردشگری تحت حفظ بوده و هماهنگ با پروتکل‌های ستاد کرونا هستند.

با توجه به شرایط موجود که بازگشت گردشگری بین‌المللی تا حدودی غیرممکن است باید بر بخش گردشگری داخلی تمرکز کرد و تا این بخش رونق نگیرد سایر گردشگری‌ها دچار ابهام است. باتوجه به ناشناخته بودن اپیدمی کرونا که حدود ۱۸ ماه دانش بشری را با چالش مواجه کرده است و الگوی خاصی برای آن وجود ندارد شاید در حال حاضر در بخش گردشگری بین‌المللی بتوان بر رونق گردشگری سلامت تمرکز کرد. بنابراین برای بازگشت بازار گردشگری باید سه راهکار راهبردی اساسی شامل مدیریت استراتژیک، ایجاد شرایط کافی برای فعالیت بخش خصوصی و ایجاد

صندوق ضمانت توسعه گردشگری را به کار گرفت. سلامتی و ایمنی مردم در اولویت تصمیمات وجود دارد از این رو با تفکر و مدیریت استراتژیک باید در جهت اعتمادسازی، آگاه‌سازی، ایجاد پروتکل‌های اساسی و فرصت‌سازی از تهدیدها گام برداشت که شاید مهم‌ترین اقدام را باید در رشد دیجیتال‌سازی و فناوری دانست که با توسعه زیرساخت‌های لازم به اعتمادسازی در گردشگران به‌ویژه گردشگران سلامت دست یافت. همچنین باید از نگاه سستی عبور کرد و شیوه‌های صنعتی و آکادمیک را به کار گرفت و مدیریت با تفکر استراتژیک به قضایا تحقق یابد.

در این نشست این نکات مطرح شد: کرونا اگرچه منجر به بحران‌های گسترده‌ای شده است اما فرصت‌هایی را نیز ایجاد کرده است. در بخش گردشگری سلامت با مدیریت صحیح و تقویت زیرساخت‌ها در سایه واکسینه شدن می‌توان به پذیرش گردشگران سلامت در غرب آسیا دست یافت. همچنین مسوولان را متوجه این موضوع کرده که در صورت حذف سفر چه تبعاتی در حوزه اشتغال، درآمد سرانه، نشاط اجتماعی و امثالهم خواهد داشت. شرایط موجود منجر شده بسیاری از زیرساخت‌ها به‌ویژه آماررسانی به‌روز شوند و از شیوه‌های سستی تا حدودی فاصله گرفته شود. فرصت استفاده از فناوری‌ها ایجاد شده تا مکانیزم‌های آماری به روز شوند. زیرا کرونا نشان داد مشاغل مستقیم و غیرمستقیم صنعت گردشگری بسیار بیشتر از آمارهای قبلی است. کرونا همچنین منجر به اصلاح ساختارهای معیوب شد. با توجه به اینکه قوانین ایرانگردی و جهانگردی در ۳۰ سال اخیر به‌روز نشده و آمارها قدیمی است کمبود قوانین موردتوجه قرار گرفته و در صدد اقداماتی در این حوزه هستند و در نهایت خانواده‌ها به اهمیت سفر پی بردند که دیدار خانوادگی چقدر در نشاط خانواده‌ها مهم است.

از این رو یکی از مهم‌ترین اقدامات باید تمرکز بر افزایش تاب‌آوری بازار گردشگری باشد تا در موانع بروز بحران‌ها از آسیب‌پذیری آن کاسته شود. در آینده نیز بازار گردشگری قطعاً با بحران‌هایی مواجه خواهد شد از این رو ایجاد صندوق توسعه گردشگری کشور می‌تواند نقش مهمی در مدیریت بحران‌های آتی داشته باشد.

راهکار راهبردی نهایی ایجاد شرایط لازم برای فعالیت بخش خصوصی و دادن اختیارات کافی به این بخش و نظاره‌گر بودن دولت است. متولی گردشگری نباید خود یکی از فعالان بخش گردشگری باشد. متولی گردشگری نسبت به بازار گردشگری ناآگاه است و در اکثر مواقع اقدامات غیرکارشناسی انجام داده است که منجر به لطمه به این صنعت شده است. در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای اطراف و ام‌های بلاعوض یا با بهره بسیار کم اعطا شده است در حالی که در ایران تسهیلاتی در نظر گرفته نشده و اعطای وام تنها بر مشکل فعالان این بخش افزوده است و منجر به فرصت‌سازی برای سودجویانی برای وارد شدن بازار گردشگری شده‌اند.



چالش‌های توسعه اکوتوریسم در ایران

قرار دهیم.

تراز گردشگری ایران منفی است

رئیس انجمن علمی طبیعت‌گردی ایران با اشاره به میزان توجه به بحث‌های فرهنگی در کشور خاطرنشان کرد: در ابتدا باید بدانیم که حوزه اکوتوریسم چه سهمی از فرهنگ دارد و پس از آن بررسی کنیم که زیرساخت‌های مشکلات کشور به ویژه در موضوعات گردشگری و اکوتوریسم چگونه به مباحث فرهنگی باز می‌گردد.

جواهرزاده ادامه داد: این نکته بسیار مهمی است که چرا مردم ایران برای رفتن به سفرهای خارج حاضرند هزینه‌های گزاف پرداخت کنند، اما برای سفرهای داخلی و کوتاه‌مدت این هزینه‌ها را انجام نمی‌دهند. کمتر می‌بینیم که فردی برای سفرهای خارجی چانه‌زنی کند، اما برای رفتن به یک سفر یک روزه به یک اقامتگاه بوم‌گردی در نزدیکی محل زندگی خود سعی می‌کند آن را با هزینه‌های حداقلی انجام دهد و آن را ارزان تمام کند؛ در این خصوص باید گفت که در نگاه گردشگری تفاوت‌های عمده‌ای وجود دارد.

وی عنوان کرد: زمانی که مردم ما به دیدنی‌ها و ارزش‌های طبیعت اطراف جامعه خود بهای کافی نمی‌دهند یا به گونه‌ای آن را نمی‌شناسند طبیعی است که حاضرند برای رفتن به نقاطی که بسیار جلب توجه می‌کند و تبلیغات شگرفی برای آن صورت می‌گیرد هزینه‌های گزاف پرداخت کنند. تراز منفی درست است که یک معضل اقتصادی محسوب می‌شود، اما ریشه فرهنگی دارد و حداقل تفاوتش در همین نگاه فرهنگی است.

رئیس انجمن علمی طبیعت‌گردی ایران اضافه کرد: به عنوان مثال می‌توان به همین تورهای SAFARI اشاره کرد که نوعی تفریح بیابان‌گردی یا کویرنوردی است با چشم‌اندازهای خاص طبیعی که نمونه بارز آن در دبی و کشور امارات دیده می‌شود. مدیران گردشگری آنجا تمام سعی و تلاش خود را دارند که آن صحرا را زیبا و رغبت‌انگیز جلوه دهند و مردم ما هم حاضرند با این تبلیغات هزینه‌های گزافی برای رفتن به آنجا بپردازند، این در حالی است که کویر لوت ایران با صحرایی زیبا، وسیع و کلوته‌های بی‌نظیر یکی از جاذبه‌های منحصر به‌فرد جهان محسوب می‌شود. اما کدام یک از ما حاضریم به جای آن هزینه گزاف برای رفتن به بیابان دبی، پرداخت هزینه‌ای کمتر برای سفر به بیابان لوت

رئیس انجمن علمی طبیعت‌گردی ایران گفت: در اکوتوریسم چالش‌های متعدد و متنوعی وجود دارد که چالش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و همچنین چالش‌های زیست‌محیطی را شامل می‌شود.

فرید جواهرزاده در گفت‌وگو با ایسنا به چالش‌های موجود بر سر راه اکوتوریسم کشور پرداخت و اظهار کرد: در اکوتوریسم چالش‌های متعدد و متنوعی وجود دارد که شامل چالش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و همچنین چالش‌های زیست‌محیطی می‌شود. اینها چالش‌هایی بر سر راه توسعه صنعت گردشگری استان به ویژه اکوتوریسم هستند.

وی ادامه داد: شاید بیشتر دست‌اندرکاران تمایل داشته باشند راجع به چالش‌های سیاسی صحبت شود، اما واقعیت این است که وقتی چالش‌های توسعه اکوتوریسم در ایران را بررسی می‌کنیم در می‌یابیم با طیف وسیعی از چالش‌ها روبرو هستیم. شاید به گمان ما موضوعات سیاسی، ایدئولوژیک و یا موضوعات اجتماعی بسیار مهم باشند، اما به اعتقاد من مهمترین آنها مفهوم فرهنگی اکوتوریسم است؛ یعنی ما برای اینکه بخواهیم به موضوع چالش‌های اکوتوریسم ورود کنیم اول باید بحث فرهنگ رایج در کشور را مورد توجه



حفاظت محیط زیست، احیا و مرمت بافت های تاریخی در روستاها وجود دارد ناشی از همین دیدگاه نامتناسب نسبت به جامعه محلی است، پس فرهنگ سازی در معرفی این موضوعات بسیار مهم است. جامعه کشور ما باید بتواند میزبان شایسته ای برای گردشگران خارجی و اکوتوریست ها باشد، البته یک مزیت ایرانیان همین است که قالب انسان های مهمان نوازی هستند شاید این یکی از مهمترین ارکان در این قسمت باشد که حتی می تواند به برند گردشگری کشور ایران تبدیل شود.

رئیس انجمن علمی طبیعت گردی ایران اضافه کرد: این مهمان نوازی باید به یک ساختار کاملاً متوازن تبدیل شود و برای این کار لازم است مردم آموزش های لازم را ببینند، در نهایت ما نیز باید بتوانیم سهم متناسبی در ازای توسعه اکوتوریسم و گردشگری برای آن ها در نظر بگیریم.

عدم توسعه زیرساخت ها و ناهماهنگی در سرمایه گذاری ها از مهمترین چالش های اقتصادی حوزه گردشگری است

جواهرزاده همچنین در خصوص چالش های اقتصادی اظهار کرد: عدم توسعه زیر ساخت ها و عدم تناسب بین سرمایه گذاری و اتفاقاتی که باید در حوزه گردشگری رخ دهد از مهمترین چالش های اقتصادی به حساب می آیند. برای مثال به مسیرهای کهنوردی در کشور مانند دماوند و یا هزار مسجد اشاره می کنم، چه میزان برای این مسیرها، نقشه ها، تابلوهای راهنما، بروشورها، پست های امداد رسانی، سیستم های هوایی مجاز و مسائلی از این قبیل کار شده و این کار در چه حدی بوده است.

وی ادامه داد: ما در حوزه اقامتی اکوتوریسم تقریباً مزیت قابل توجهی نداریم، به این معنی که برای اقامتگاه های اکوتوریستی کمپ، پناهگاه، چادرهای متناسب و تسهیلات پذیرایی، آب آشامیدنی و راهنما نیاز داریم، سوال اینجاست که تا امروز چه میزان روی این موارد کار شده است؟

مهمترین چالش اجتماعی، نبود یک فرهنگ نهادینه برای سفر دسته جمعی

خود داشته باشیم.

جواهرزاده گفت: در نهایت این تراز منفی گردشگری ایران است و گردشگرانی که به خارج سفر می کنند به لحاظ کمیت، درآمد و هزینه کرد تعدادشان بیشتر از تعداد گردشگرانی است که وارد کشور می شوند که این باز هم یک پدیده فرهنگی است؛ چراکه گردشگر ایرانی خارج را به ایران ترجیح می دهد. پس در ابتدا باید این تفکر را داشته باشیم که میزان گردشگر خروجی و داخلی خود را به تعادل برسانیم و این موضوع به تصحیح دیدگاه های رایج، فرهنگ سازی عمیق و برنامه ریزی نیاز دارد.

نقش جامعه میزبان در جذب گردشگر بسیار مهم است

وی با اشاره به جایگاه کنشگران این صنعت در توسعه اکوتوریسم تشریح کرد: کنشگران صنعت گردشگری سه گروه گردشگران یا همان بازدیدکننده ها از جمله جامعه محلی، دولت ها، دست اندکاران یا پشتیبانان را شامل می شود، که یکی از ارکان مهم در همین چارچوب کنشگران، جوامع میزبان هستند.

رئیس انجمن علمی طبیعت گردی ایران افزود: باید بررسی کرد چه میزان جوامع میزبان ما از رشد اکوتوریسم و استفاده از فواید آن آگاهی دارند. اینکه ما صرفاً جاذبه های طبیعی و یا فرهنگی داشته باشیم خود یک منبع جذب گردشگر است، اما اگر جامعه میزبان متحد و هماهنگی نداشته باشیم در اولین و دومین گام شکست خواهیم خورد؛ در نتیجه نقش جامعه میزبان به مراتب مهمتر است.

جواهرزاده ادامه داد: آگاهی بخشی به جامعه میزبان یک عنصر فرهنگی محسوب می شود، به این معنی که باید در ابتدا به جامعه میزبان آموزش دهیم که چگونه باید با گردشگر برخورد کنند، چگونه مهمان نوازی خود را ترویج دهند و چگونه از وجود گردشگر بهره مند شوند؛ چراکه باید برای قابلیت های فرهنگی ارزش گذاری شود و فکر و اندیشه مناسب وجود داشته باشد.

وی تصریح کرد: مشکلاتی که در



است

رئیس انجمن علمی طبیعت گردی ایران با اشاره به نداشتن یک فرهنگ نهادینه برای سفرهای دسته جمعی خاطرنشان کرد: ایرانیان نسبت به دیگر کشورهای دنیا کمتر سفر گروهی را تجربه می کنند و کمتر نیز علاقه دارند. برای مثال در کشور ژاپن ۹۰ درصد با تور و تنها ۱۰ درصد به صورت انفرادی سفر می کنند که کاملاً برعکس ایران است. جواهرزاده ادامه داد: بنابراین باید گفت که آگاهی بخشی در مورد فواید تورهای گروهی و دسته جمعی خود یک چالش اجتماعی است. اینکه جوامع میزبان ما نسبت به جوامع مهمان به نوعی خود را آماده کنند و برنامه ریزی کلان داشته باشند از موارد قابل توجه است، گفتنی است که ما در سطح کشور نیازمند طرح های جامع اکوتوریستی هستیم و باید بتوانیم از این موارد برای توسعه اکوتوریسم بیشترین استفاده را ببریم.

وی تشریح کرد: عدم وجود عدالت اجتماعی، مدیران متخصص، عدم درک ارزش واقعی منابع طبیعی کشور در نزد مردم و عدم رشد آگاهی جامعه به منظور بهره گیری از مناطق تحت مدیریت گردشگری از مواردی هستند که باید در بحث چالش های اجتماعی به آنها توجه کرد. البته شنیدن صداهای مختلف و اثرگذار در فرآیندهای تصمیم گیری نیز یکی دیگر از چالش های اجتماعی کشور ماست.

در سفر به مناطق طبیعی باید یک نگاه توسعه پایدار وجود داشته باشد

رئیس انجمن علمی طبیعت گردی ایران در خصوص چالش های زیست محیطی ابراز کرد: در گردشگری مبتنی بر طبیعت که اصطلاحاً به آن اکوتوریسم می گوئیم آن چیزی که بیشتر شاهد هستیم، اثر سو و جبران ناپذیر بر پیکره محیط زیست کشور است. به عنوان مثال در مناطق ساحلی کشور و جنگل ها شاهد این نوع مسائل هستیم. آسیب های فراوانی که به جنگل ها وارد می شود، وجود آشفال و زباله در سواحل از جمله چالش های

اساسی در محیط زیست هستند که من این موارد را ضربات مهلک بر پیکره محیط زیست می خوانم.

جواهرزاده ادامه داد: باید گفت روال عادی که در طبیعت وجود دارد معمولاً توسط انسان مخدوش می شود که باید این تعارضات حذف شود. در حقیقت زمانی که در طبیعت قرار می گیریم باید نگاه گردشگری پایدار را در آنجا شاهد باشیم و ماندگاری آنجا برای ما مهم باشد. گردشگری که به مقصدی وارد می شود باید تلاش کند تا علاوه بر استفاده از جاذبه های منطقه با رعایت نکات اکوتوریسمی موجب شود آن جاذبه دست نخورده برای نسل آینده باقی بماند.

علاقه، مهمترین دلیل برای بازدید و حفظ جاذبه های اکوتوریستی است

وی گفت: در نهایت برای دیدن جاذبه های اکوتوریستی حرف اول علاقه و اشتیاق است که خوشبختانه در میان ایرانی ها این علاقه هر روز در حال افزایش است. به این معنی که برای مشاهده مناطق طبیعی و حیات وحش این علایق روز به روز در حال افزایش است، اما به همان اندازه زیرساخت ها متناسب با آن رشد نمی کنند و فرهنگ لازم نیز ارتقا پیدا نمی کند؛ بنابراین چالش های پیش روی اکوتوریسم همچنان فراخ و گسترده تر در حال رشد است.

رئیس انجمن علمی طبیعت گردی ایران افزود: در نتیجه ما باید استراتژی ها برای توسعه گردشگری و اکوتوریسم در سطح کلان دولتی و همچنین سیاست های محیط زیستی را به شکل عالی در دستور کار قرار دهیم و امیدوارم با تغییر دولت جدید به این موضوعات ورود بهتری صورت گیرد.

باید بتوانیم از حمایت سازمان های بین المللی نهایت بهره را ببریم

جواهرزاده با معرفی سازمان بین المللی اکوتوریسم اضافه کرد: از سال ۱۹۹۰ به بعد سازمان TIES یعنی انجمن بین المللی اکوتوریست اقدامات مناسبی برای رشد و توسعه اکوتوریسم صورت داد که تقریباً ۱۷۰ کشور و چند صد انجمن ملی و محلی عضو آن هستند و دامنه گسترده ای از همسوسازی اهداف اکوتوریستی در بین مردم یعنی جوامع محلی و اکوتوریسم پایدار و دولت ها و کنشگران به وجود آورده است. باید از طریق آموزش و حمایت این انجمن ها و تشکیلات بین المللی بتوانیم در جامعه خود از فرصت هایی که برای توسعه اکوتوریسم به وجود می آیند نتیجه بهتری بگیریم.

وی ادامه داد: یکی از محدود کشورهای دنیا هستیم که در آن تنوع جغرافیایی و وجود جاذبه های طبیعی زبانزد عام و خاص است. در برخی از نهادهای برنامه ریزی گردشگری بین المللی، کشور ما را جزو چند کشور اول دنیا از نقطه نظر توسعه اکوتوریسم ارزیابی می کنند. ما این توانایی را داریم که در یک روز گردشگر را با ۴ فصل سال در کشور خود مواجه کنیم. باید در کنار این تنوع اقلیمی و این ظرفیت گسترده که همیشه می تواند میلیون ها گردشگر را به خود جلب کند یک عزم ملی وجود داشته باشد تا بتوان ایران را به یک قطب و مقصد برتر اکوتوریستی و گردشگری تبدیل کرد. ایسنا

نامه «سید محمد بحرینیان» خطاب به رئیس جمهوری

چرا خانه خراب کن خود شده ایم و دنیا آباد کن دیگران؟

رئیس جمهور محترم!

چرا خانه خراب کن خود شده ایم و دنیا آباد کن دیگران؟



چالش های عديده ای که امنیت شان را تهدید می کند... در قیاس با کشورهای توسعه یافته توانایی های محدودتری دارند» [۲]

اکنون کشورمان را نمی توان توسعه یافته تلقی کرد و این موضوع می تواند نگرانی ایجاد کند. امید می رفت که با دیدگاه مطرح شده در کتاب جناب عالی، شاهد حرکت اصولی رو به جلو بوده و شرایط پایدار در اقتصاد کشور فراهم شود: «در عملکرد اقتصادی کشور، با انبوهی از مسائل جاری و فوری روبه رو هستیم که باید برای هر کدام از آنها تدابیر و تمهیداتی ببندیشیم. در چارچوب دیدگاه توسعه ملی، در عین حالی که نباید فوریت این مسائل را نادیده گرفت، بایستی به گونه ای آنها را حل کرد که در خدمت دیدگاه درازمدت توسعه ملی نیز قرار گیرند. این درحالی است که نزدیک بینی در سیاست گذاری های اقتصادی متأسفانه جزء ذات نظام تصمیم گیری اقتصادی شده است و این حقیقت بسیار تلخ برای کسانی که روندهای اقتصادی ایران را طی دهه های گذشته بررسی می کنند، بسیار واضح است. این امر، پژوهشگر را به این نتیجه می رساند که باید ابزارهایی در نظام تصمیم گیری اقتصادی تعبیه کنیم تا تصمیم گیران نسبت به مصالح میان مدت و بلندمدت کشور، حساس تر از منابع سیاسی روزمره و کوتاه مدت باشند».

[۳] اما شرایط و داده ها نشانگر چنین وضعیتی امیدوارکننده ای نبوده و نیست،

دولت فعلی یکی از «بدشانس ترین دولت های ایران، در طول بیش از یک سده گذشته از زمان تشکیل دولت های مدرن است، چراکه به ویژه پس از شروع تحریم ها در سال ۱۳۸۵ بسیاری از ناکارآمدی های شکل گرفته در حداقل یک سده گذشته را، قدم به قدم شفاف تر کرد و هرچه شرایط بیرونی توسط بسیاری از دولت های سلطه گر و سپس کشورهای تبعیت کننده از آنها سخت تر شد، اشتباهات و سوء مدیریت ها بیشتر آشکار شد و نشان داد که بسیاری از دولت های کشورمان در این بازه طولانی چگونه فرصت های طلایی فراهم بوده برای پیشرفت پایدار و باکیفیت میهن مان را به راحتی از دست دادند.

این موضوع پذیرفتنی است که از سال ۱۳۹۰ شرایط تحریم سخت تر شد و دولت فعلی در حقیقت وارث خطاهای گذشته شد. اغراق نیست که اگر ریشه های بحران این دولت را ناشی از اقتصاد و ناکارآمدی سیاست گذاری ها - در بسیاری از دوره های حداقل یک سده گذشته - دانست. اما مگر بسیاری از تصمیم گیران اقتصادی این دولت نیز در دوره های گذشته حضور نداشتند؟ در حال حاضر، چالش های اجتماعی که بخش اعظم آن ماحصل اقتصاد ناپایدار و مشکل دار است، در برابر دیدگانمان قرار گرفته است. بحران اقتصادی پدیده ای نیست که یک شبه ایجاد شود، بلکه نتیجه یا فرایند انباشت موانع ساختاری، سیاست گذاری و رفتار تصمیم گیران اقتصادی طی یک مدت طولانی است که خود را نشان می دهد. بخش زیادی از آنچه ما امروز تجربه می کنیم، نتیجه سال ها بی توجهی به بخش کلیدی اقتصاد، یعنی تولید صنعتی و آن هم نوع فناورانه آن است. اینکه تولید و ساختار آن در کشور چگونه باید تبیین و تعیین می شد که همه از آن برداشت یکسان داشته باشند، موضوعی نیست که در این مقال بررسی شود. اما حداقل دو رئیس جمهور اخیر قبل از انتخابشان، چه به صورت شفاهی و چه به صورت کتبی، نکاتی را بیان کردند که امیدواری های زیادی را برای نخبگان ایجاد کرد، ولی نتایج مورد انتظار به دست نیامد، از جمله: «زمانی آمدم کارخانه های تولید کفش را وارد کردیم. این کار صنعت کفش دوزی ما را از بین برد. حالا هم با این سیاست درهای باز کارخانه های ما هم در معرض تهدید هستند... نساجی ما چه وقت نابود شد، زمانی که درها را بی جهت باز کردند و اجازه دادند کالای بی ارزش و ارزان خارجی، بازار داخلی را اشباع کند... هیچ کشوری نمی آید این طور صنعت خودش را در مقابل سیل بنیان کن واردات رها کند. این چه افتخاری است که ما اجازه بدهیم کارخانه هایمان تعطیل بشوند و کارگرهای مان بی کار، اسمش را هم بگذاریم آزادسازی. کدام عقل سلیمی این را می پسندد» [۱]

بر اساس آمارهای رسمی کشور، در این دوره حجم عظیمی از واردات صورت پذیرفته که بی سابقه بوده است. جناب عالی هم قبل از انتخابات به نکاتی در کتاب «امنیت ملی و نظام اقتصادی ایران» اشاره کردید که امیدوارکننده بود: «صاحب نظران بر این عقیده اند که بین توسعه و امنیت تعامل و رابطه ای متقابل وجود دارد. ... از جانب دیگر توسعه یافتگی، کشور را امن تر می کند و آن را در مقابله با چالش های امنیتی، توانا تر می سازد. به همین دلیل کشورهای در حال توسعه، برای مقابله با

صادرات و واردات گمرکی محصولات شیمیایی ایران

سالهای ۱۳۸۴-۱۳۹۷

جدول شماره ۳

سال	صادرات محصولات شیمیایی (ذاتی و غیرذاتی)				واردات محصولات شیمیایی			
	ارزش (میلیون دلار)	وزن (میلیون تن)	ارزش هر تن (میلیون دلار)	ارزش هر تن (میلیون دلار)	ارزش (میلیون دلار)	وزن (میلیون تن)	ارزش هر تن (میلیون دلار)	ارزش هر تن (میلیون دلار)
۱۳۸۴	۳۰۰۸۹	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۸۵	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۸۶	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۸۷	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۸۸	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۸۹	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۰	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۱	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۲	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۳	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۴	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۵	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۶	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
۱۳۹۷	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲
مجموع سالها	۳۰۵۲	۹۸۶	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲	۳۰۵۲

توصیه‌های سیاست‌گذاری، سیاست‌زده می‌شوند و شواهد را چنان تغییر می‌دهد که با تمایلات مسئولان بخواند. [۴] گویاترین مصادیق چنین افرادی را می‌توان در صحبت‌های رهبری یافت. ایشان در ۲۵ فروردین ۱۴۰۰ فرمودند: «من در سخنرانی اول فروردین، در باب رتبه اقتصادی کشور یک آماری را عرض کردم و مطلبی را گفتم. بعد از آن چند نفر به من تذکر دادند که این آمار درست نیست؛ من به دفترمان گفتم که بررسی کنند موضوع را، بررسی کردند و معلوم شد که حرف آنها درست است. حق با آنهاست. آمار ما درست نبود و آنچه من گفتم رتبه اقتصادی هجدهم در دنیا - مربوط به چهار یا پنج سال قبل یا پنج، شش سال قبل بوده. لذا از آن کسانی که به من تذکر دادند که موجب شد این اشتباه برطرف بشود، صمیمانه تشکر می‌کنم.»

حال با این نوع رویه‌ها، برخی از تصمیم‌گیران اقتصادی کشور، در درک موانع و مشکلات و در نتیجه یافتن راه‌های مناسب برای حل آنها، با پرده‌پوشی، بحران‌های بزرگ‌تر را ناخودآگاه زمینه‌سازی می‌کنند. در مراسم افتتاح طرح‌ها و پروژه‌ها به دفعات می‌توان این موارد را مشاهده کرد که در فضای مونولوگ (یک‌طرفه) گویش‌هایی صورت می‌پذیرد که بر اثر ندیدن همه جوانب و ابهامات فراوان فنی و اقتصادی کاملاً جای پاسخ متقابل دارد. جناب‌عالی نیز درخصوص شرایط پس از جنگ و اشتباهات صورت گرفته در امور اجرایی به نکات بسیار مهمی اشاره کرده‌اید: «مدیران اجرایی هم بر این باور بودند که طرح‌ها و پروژه‌های مهم‌تری که مورد انتظار افکار عمومی بود، آغاز به کار کنند. بنابراین یکی از دلایل مهم تسریع در اجرای برنامه، پاسخ به افکار عمومی بوده، درواقع دولت در آن زمان، تنها به فکر رفع معضل موجود بود و به دنبال راه‌حل‌های کوتاه‌مدت و مقطعی می‌گشت. با سررسید بدهی‌های خارجی در سال‌های ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ به‌تدریج آثار سوء اخذ وام‌های بی‌مطالعه نمایان و مشخص گردید که تعهدات، بیش از ظرفیت و توان پرداختی کشور است و از برنامه عدول شده است. ... اما نیمه دوم سال ۱۳۷۲ و سال ۱۳۷۳ اوج مشکلات بدهی‌های ارزی بود که به بحران ارزی تبدیل شد و در نهایت با استمهال بدهی‌ها، موقتاً فروکش کرد. یک بار دیگر عدم آمادگی برای مقابله با مشکلات آتی در سیاست‌های دولت روشن شد.» [۵]

انبوه پروژه‌ها در ۱۵ سال اخیر نشان از تکرار همان اشتباهات است. نکات بسیار مهم دیگری را در کتاب آورده‌اید، ازجمله بحث چانه‌زنی مدیران و وزرا برای گرفتن وام و عقد قراردادهای منجر به بحران شده، آیا چنین وضعی در دولت‌های بعدی تکرار نشده است؟ طرح‌های متعدد تکراری که در مراسم افتتاح شاهد آنها هستیم، برای کارشناسان مستقل سؤال‌برانگیز است و بیم آن می‌رود که همه جوانب و زوایای مسائل اقتصادی و توسعه‌ای برای ارشدترین تصمیم‌گیران تحلیل نشده باشد، زیرا بررسی برخی گزارش‌ها و افتتاح‌های پروژه‌ها، می‌تواند ابهام‌ها و سؤال‌های بسیاری را پیش بیاورد

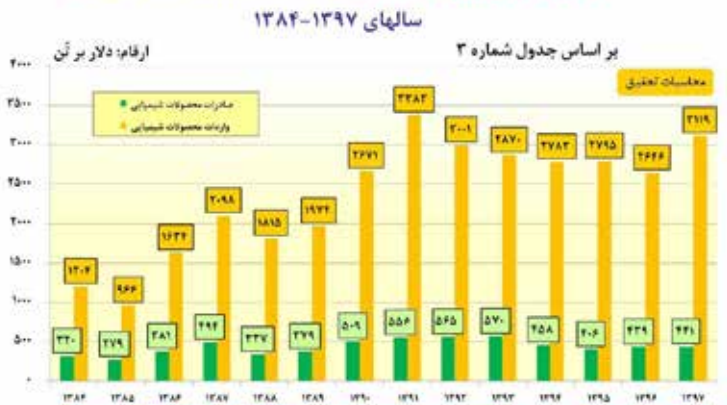
هرچند به طور حتم سه رئیس‌جمهور محترم قبلی، جناب‌عالی و رئیس‌جمهور محترم بعدی نیز اعتقاد داشته و دارید که به این اهداف برسید. حال امروز پرسش این است که چرا نتوانسته‌ایم به شرایط پایدار در اقتصاد و دیگر زمینه‌ها برسیم؟ یقیناً تنها یک دلیل چنین وضعیتی را ایجاد نکرده است و دلایل بسیاری دارد که باید بررسی شود. معاون اول محترم جناب‌عالی در سوم مرداد ماه ۱۴۰۰، با حضور در جمع سران عشایر و نخبگان استان خوزستان به نکته مهمی اشاره کرده‌اند: «... به‌عنوان آدمی که همه عمرم در توسعه گذشته می‌گویم، توسعه‌ای که ما اجرا کرده‌ایم متأسفانه عوارضش دارد این چنین نشان داده می‌شود.»

مشکلاتی پی‌درپی که امروز در کشور شاهد هستیم، باید ما را به فکر وادارد که چرا با چنین وضعیتی رویه‌رو شده‌ایم؟ یک دلیل مهم آن، «درماندگی نظری» است که در این مقال به آن پرداخته نمی‌شود اما دو وجه بسیار مهم و ریشه‌ای از میان ده‌ها وجه عبارت‌اند از:

مبالغه‌گویی برخی از تصمیم‌گیران اقتصادی
عدم اهلیت حرفه‌ای برخی از تصمیم‌گیران

برخی از تصمیم‌گیران اقتصادی با بزرگ‌نمایی و مبالغه‌گویی درباره شبهه‌دستاوردهای بزرگ‌شده، در تلاش برای نشان دادن موفقیت بی‌پایه و اساس توسط استدلال‌ها آمار یا فرمولی - چه با ربط و چسبی ربط - هستند که گویی کشور در بالاترین رده‌ها بود و با این رویه ناشایست با پرده‌حائلی، ضعف‌های اساسی که باید آحاد ملت از آن آگاهی داشته و خود را برای رفع آنها آماده کنند، می‌پوشانند و علائم غلطی را به جامعه می‌دهند. پیر بوردو، اندیشمند فرانسوی، به‌خوبی به بیان این موضوع پرداخته است: «... سیاستمداران نیاز دارند مثل دانشمندان عمل کنند و وارد بحث‌های علمی بشوند که مبتنی بر قرائن و شواهد متقن است. متأسفانه اکثراً عکس این روی می‌دهد، یعنی دانشمندان در ارائه

ارزش هر تن صادرات و واردات گمرکی محصولات شیمیایی ایران (۱)



متانولی جدید حضور داشتند، پیش از این چنین نظر داده بودند: «فروش نفت، گاز و فراورده‌های پالایشگاهی در صنعت نفت یا فروش تولیدات پایه در صنعت پتروشیمی از جمله پلی اتیلن‌ها، اوره، متانول و مواد شیمیایی را باید از مصادیق خام‌فروشی دانست... صنعت پتروشیمی با حدود ۴۰ درصد، بالاترین سهم را در صادرات غیرنفتی در اختیار دارد» [۶]. مدیرعامل قبل‌تر از ایشان نیز در شرکت ملی صنایع پتروشیمی، در اظهار نظر کارشناسی خود اعلام کردند: «۸۰ درصد صادرات پتروشیمی کشور خام‌فروشی است. امیدوارم روزی فرا برسد که منابع هیدروکربوری هرگز خام‌فروشی نشود. در حال حاضر منابع ارزی مورد نیاز کشور از فروش منابع هیدروکربوری تأمین می‌شود» [۷]. چنین اظهار نظرات کارشناسی، این پرسش را به وجود می‌آورد که پس از ۱۲۰ سال از اکتشاف نفت «چرا خانه خراب‌کن خود شده‌ایم و دنیا آبادکن دیگران؟». شاید بتوان تا حدی از مثال ذیل، مصداقی از واقعیت نهفته در این اظهار نظرها را استنباط کرد و آن اینکه طوطی‌وار تنها برخی از کلمات را تکرار می‌کنیم و راهی به جز همان مسیر طی شده غلط را بلد نیستیم و افکار نو را خفه می‌کنیم.

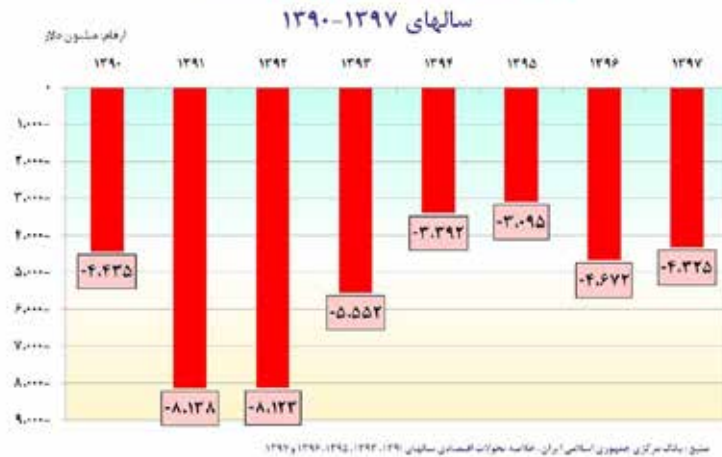
گزارش‌هایی را بانک مرکزی از سال ۱۳۸۴ منتشر کرده که بر حسب طبقه‌بندی‌هایی، هم وزن و هم ارزش صادرات و واردات محصولات گروه کالایی را مشخص می‌کند. در زمینه گروه شیمیایی برای صادرات، دو گروه محصولات «شیمیایی آلی و غیرآلی» و برای واردات یک گروه را با عنوان «محصولات شیمیایی» مشخص کرده است. جدول ذیل اجزای این طبقه‌بندی را نشان می‌دهد که خود بسیار گویاست. اگر در این جدول یک شاخص را برای وزن کالا تعریف و اضافه کنیم که در اینجا ما ظرفیت هر «حرکت» را ۲۰ تن فرض کرده‌ایم و آن را «حرکت یا تردد» یا هر عنوان دیگری بنامیم، نشان می‌دهد که صادرات محصولات داخلی با ارزش دلاری بسیار کمتر، تعداد حرکت‌های بسیار بیشتری در مقابل محصول تولیدشده خارجی دارند که این موضوع نه تنها خام‌فروشی را می‌تواند علاوه بر مقایسه قیمت‌ها نشان دهد؛ بلکه تعداد حرکت‌های بیشتر، نشان از اتلاف منابع کشور عزیزمان در خصوص هزینه نیازهای بیهوده مانند راه، سوخت، حمل و نقل، استهلاک‌ها، لوازم یدکی و امثالهم را برای خام‌فروشی فراهم می‌کند که منافع آن به جیب عده محدود یا گروه‌های خاص سرازیر می‌شود که نه کرونا بر آنها تأثیر دارد، نه رکود و نه امثال عوامل دیگر.

حال اگر دو گروه محصول صادراتی شیمیایی داخلی را با هم ترکیب کرده و با گروه محصول وارداتی شیمیایی مقایسه کنیم، اعداد کاملاً خود را شفاف‌تر نشان می‌دهند و تصویری واضح در مقابل خود خواهیم داشت که بسیار گویاست. این توسعه نیست؛ بلکه بلعیدن و اتلاف منابع کشورمان است. آیا تصمیم‌گیران و مشاوران، اجزا را به روشنی و با دیدن همه جوانب، برای مقامات ارشد تشریح و اطلاع‌رسانی می‌کنند؟ و اگر پاسخ بله است، پس چگونه چنین تصمیم‌هایی اتخاذ

در افتتاح ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۰، چند طرح پتروشیمی افتتاح شد که طرح‌هایی تکراری بود. در گزارش وزیر محترم نفت صحبتی از رتبه ایران در پتروشیمی جهان به میان نیامد که با این همه شرکت‌های تأسیس شده، حجم فروش ما در جهان در چه رتبه‌ای قرار می‌گیرد؟ حسب گزارش مؤسسه معتبر ICIS در سال ۲۰۱۹ میلادی، نخستین شرکت ایرانی در رتبه چهارم جهان قرار دارد؛ آن‌هم حدود ۱۲۰ سال پس از کشف نفت برای اولین بار در خاورمیانه در ایران. نگاه به فهرست شرکت‌هایی که پیش از ما قرار گرفته‌اند، حسرت بر دل کارشناسان کشور می‌نشانند. رویه «کوتوله‌پروری»، با استدلال‌های سست و به کارگیری واژه‌های بزرگ‌شده مانند رقابت یا انحصار و قس علیهذا در بخش صنعت و سایر بخش‌های اقتصادی کشورمان که توضیح خواهم داد، رایج شده است. همچنین در آن جلسه توضیح داده نشد که چند واحد آمونیاک یا چند واحد اوره و متانول در کشور افتتاح شده یا بعداً افتتاح می‌شود؟ اما واقعیت تأسف‌آور این است که تاکنون واحدهای فعال و در دست اجرا برای متانول ۱۹ واحد، اوره ۱۰ واحد، اتیلن ۱۴ واحد، پلی اتیلن ۲۰ واحد، آمونیاک ۱۱ واحد و... که همه این‌گونه محصولات نیز خام‌فروشی است. آیا میزان مصرف بالای آب برای تولید این‌گونه محصولات هم بیان می‌شود که تصویر روشنی از شرایط زیست محیطی داشته باشیم؟ یک نمونه در کتاب شرکت ملی صنایع پتروشیمی در خصوص مجتمع‌های پتروشیمی، منتشرشده در ویرایش ۱۵ مهرماه ۱۳۹۹، خواندم که هفت هزار متر مکعب در ساعت، مجوز برداشت آب از رود کارون صادر شده بود.

نکته تأمل‌برانگیز دیگر اینکه گاهی تا ۱۰ بار از یک شرکت خارجی، موضوع خریدن لیسانس برای یک محصول مثلاً متانول، یا آمونیاک یا دیگر محصولات مطرح است که موضوعی تأسف‌آور است. اتفاقاً سرکار خانم مهندس شاهدایی که خود قبلاً مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی بوده‌اند و در این مراسم برای افتتاح یک واحد

تراز تجاری محصولات کشاورزی در ایران



در حال حاضر، چگونگی شکل‌گیری این همه واحد فولادی خود جای سؤال دارد که پاسخ این پرسش را باید در گفتارهای تصمیم‌گیران ارشد اقتصادی کشور جست‌وجو کرد. برای مثال صحبت‌های آقای شریعت‌مداری، وزیر محترم اسبق صمت، عمق فاجعه را نمایان می‌کند: «۱۱۰ میلیون تن مجوز راکد و ۶۵ میلیون تن مجوز با سرنوشت نامعلوم در زنجیره فولاد وجود دارد... تمام مسئولان نظام با یک برادر سرمایه‌گذار پشت در معاون معدنی نشست‌اند تا مجوز بگیرند» [۸]. از آنجایی که واژه «تولید» در این کشور به صورت دقیق تاکنون تعریف نشده، هر فعالیتی خود را در قالب تولید مطرح کرده و با اخذ مجوزی، امکان بلعیدن ارز کشور ممکن است فراهم شود. بخش قابل توجهی از صنایع کشور، بدون ارز نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. با توجه به گزارش دریافت‌کنندگان ارز که توسط بانک مرکزی منتشر شد، از جمله واحدی که در مراسم فوق افتتاح شد و با تکیه بر اشتغال، نکات بسیاری در کم‌نظیر بودن این طرح بیان کردند، در سه سال گذشته بیش از حدود ۲۸۰ میلیون دلار ارز استفاده کرده است. حال اگر ارز نباشد، همین اشتغال ناپایدار می‌تواند به فعالیت ادامه دهد؟ در اینجا وزیر محترم در این باره سخنی نگفتند که چگونه در طول سه دهه گذشته ده‌ها میلیارد دلار برای واردات تلفن همراه از کشور خارج شده و کاری برای کاهش وابستگی انجام نشده است و همچنان دستمان در مقابل اجنبی دراز است! همچنین ده‌ها میلیارد دلار برای واردات تلویزیون، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، یخچال و فریزر و خودرو، حتی به صورت ته‌لنجی و ده‌ها مورد کالاهای فناورانه از دست کشورمان می‌رود و افتخار ما این می‌شود که بزرگ‌ترین تولیدکننده متانول خام‌فروشان باشیم. یا بحث نشان‌دادن افتخار برای استخراج محصولات معدنی که تقریباً مفت و مجانی از منابع خدادادی مجانی صورت می‌پذیرد و مابازای محصولات فناورانه آن نصیب اجنبی‌ها خارج شده از عقب‌ماندگی و اکنون پیشرفته می‌شود و نه کشورمان. مثلاً برای استخراج مس و تولید محصول کاتد مس! نمی‌دانم برای جناب‌عالی تشریح شد که با طرح توسعه‌اش، اگر اشتباه نکنم حدود ۶۵ درصد ظرفیت «سد کنجانچم» در شهر مهران که افتتاح کردید، نیاز به استفاده از آب دارد؟! ماحصل این‌گونه تخریب محیط زیست کشورمان و هزینه‌های تحمیلی به منابع عمومی متعلق به همه آحاد ملت، مابازایی ارزشمند در اقتصاد کشورمان نداشته و ندارد که بتواند حداقل توجیه برای پذیرش آن را ایجاد کند.

مثال‌ها متعدد و فراوان است. یک نمونه دیگر دارو است که حجم قابل توجهی از منابع ارزی را استفاده می‌کند. در اینجا نیز وفق داده‌های رسمی وزارت صمت و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، حدود ۱۴۴ واحد تحت عنوان تولید دارو داریم که چندین میلیارد دلار ارز کشور را سالانه مصرف می‌کنند. درباره داروی تحت عنوان «تولید داخل»، دکتر حریرچی، معاون وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در تاریخ ۱۷ فروردین سال ۱۳۹۷ در برنامه «نبض» شبکه خبر، بسیار متعدهانه و واضح نکته مهمی را باز کردند: «بر اساس قانون و آیین‌نامه یک کالایی براساس

می‌شود که نتیجه‌اش در بلندمدت به بحران می‌رسد و اگر پاسخ خیر است، آیا شایسته است که چنین افرادی در کسوت تصمیم‌گیر و مشاور قرار بگیرند؟ نمودار میله‌ای جدول مذکور، تصویری کامل از موقعیت تأسف‌آور عقب‌ماندگی ما را نشان می‌دهد که به هیچ وجه با داشتن جوانان و نخبگان بسیار ارزشمند، شایسته کشور ما نیست. از همین داده‌های رسمی بانک مرکزی، صادرات محصولات معدنی نیز بسیار تأسف‌بارتر است و نشان از تخریب محیط زیست، تحمیل هزینه‌های سنگین برای تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز خام‌فروشی، بدون مابه‌ازای پایدار برای اقتصاد کشور دارد. از این رو ما با از دست رفتن فرصت‌های طلایی برای تبدیل منابع خدادادی مجانی به تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و دارای فناوری‌های روز روبه‌رو هستیم. در تاریخ ۱۰ تیر ۱۴۰۰ نیز مراسمی برای افتتاح برخی دیگر از طرح‌های صنعتی برگزار شد. وزیر محترم صمت گفتند که «۸۹ واحد تولید شمش در کشور داریم». باز هم شاهد راه‌اندازی واحدهای فولادی در مناطق کم‌آب بودیم؛ اما آیا تشریح شد که براساس گزارش‌های رسمی منتشر شده، برای تولید میلگرد فولادی، ۱۸۳ واحد دارای پروانه بهره‌برداری و ۱۶۰ واحد با مجوز در دست اجرا داریم؟ یا برای تولید ورق فولادی، ۳۷ واحد دارای پروانه بهره‌برداری و ۴۱ واحد دارای مجوز در دست اجراست؟ و همین‌طور واحدهای فولادی مانند لوله‌های فولادی، انواع مقاطع مانند تیرآهن، تسمه، انواع پروفیل و امثالهم که واحدهای بدون اقتصاد مقیاس به وفور مانند سایر زمینه‌های صنعتی در کشور ایجاد کرده‌ایم که بیم آن می‌رود رقابت مخرب هم داشته باشند؛ اما اعلام شد رتبه دهم فولاد جهان را حفظ کرده‌ایم، از سوی دیگر گفته نشد توان تولیدی که به آن افتخار می‌شود، تنها حدود یک‌سوم توان تولیدی یکی از سه شرکت فولادی کره جنوبی است! با این‌گونه کوتوله‌پروری آیا می‌توان انتظار داشت که رقابت برای بقا در سطح جهانی با این غول‌های تولیدکننده برقرار شود؟

شاغلان ۱۰ ساله و بیش تر بر حسب گروه های عمده فعالیت

سالهای ۱۳۹۵-۱۳۳۵

ارقام : هزار تن

گشاورزی	سال
۳,۳۳۶	۱۳۳۵
۳,۳۸۰	۱۳۴۵
۳,۶۹۹	۱۳۵۱
۲,۹۹۲	۱۳۵۵
۳,۱۹۱	۱۳۶۵
۳,۲۰۵	۱۳۷۰
۳,۳۵۸	۱۳۷۵
۳,۶۸۷	۱۳۸۵
۳,۹۰۲	۱۳۹۰
۴,۰۶۱	۱۳۹۵

مآخذ: ۱- مرکز آمار ایران، سالنامه آماری، سالهای ۱۳۳۵، ۱۳۵۸، ۱۳۷۰، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵
۲- مرکز آمار ایران، پایه ها و اطلاعات آماری، جمعیت و نیروی کار، نیروی کار، جدول آماری، شاغلان ۱۰ ساله و بیشتر برحسب گروه های عمده فعالیت اقتصادی - کل سال ۱۳۹۵

اکنون توسعه یافته شده اند، امارها نشان می دهد که تعداد اشتغال کشاورزی در طول چند دهه به شدت کاهش یافته، حتی کشوری مانند چین، میزان کاهش ها کاملاً تعجب برانگیز است. اما متأسفانه کشورمان به نسبت سال ۱۳۳۵، یعنی پس از ۶۰ سال، در سال ۱۳۹۵ تعداد اشتغال کشاورزی نه تنها کاهش نیافته، بلکه در کمال تعجب افزایش هم یافته است و حتی به این افزایش اشتغال افتخار هم می شود! این به معنای نابودی خاک و آب کشورمان و فشار بی امان به منابع طبیعی است که حق نسل های آینده این کشور است. نتیجه آن را در شرایط حاضر کشورمان و فرونشست های خطرناک زمین و امثالهم کاملاً مشاهده می کنیم. به جدول ذیل توجه کنید.

تأسف برانگیز تر اینکه با وجود بیش از هشت میلیون هکتار زمین قابل کشت آبی، تراز تجاری کشاورزی کشورمان منفی است و حجم عظیمی از آب مجازی کشورمان را تحت عنوان صادرات، به خارج از کشور در قالب محصولات کم ارزش، ارسال می کنیم. همان واژه های بزرگ شده پیش گفته در این بخش از اقتصادمان نیز مشهود است.

منطبق بر گزارش سال ۱۳۹۹ مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۸ درخصوص مرغ گوشتی، دارای تعداد ۲۰ هزار و ۵۲۰ واحد مرغداری مجاز فعال و غیرفعال با ظرفیت تولید حدود ۴۱۷ میلیون قطعه مرغ گوشتی بوده ایم. اما آیا رقابتی را در تأمین گوشت مرغ با قیمت کمتر و کیفیت بهتر شاهد هستیم؟ پاسخ قطعاً منفی خواهد بود. بیم آن می رود که محتملاً شاهد رقابت مخرب باشیم، از این رو منابع قابل توجه کشورمان هدر می رود.

در مثالی دیگر از گزارش مرکز آمار ایران درخصوص گاوداری های صنعتی، در سال ۱۳۹۸ ارقام بسیار تأسف آوری را عیان کرده که تعداد گاوداری صنعتی ۱۶ هزار و ۸۳۸ واحد و با ظرفیت حدود دومیلیون و ۳۸۰ رأس گاو شیری وجود دارد. آیا رقابتی را در تأمین و عرضه شیر شاهدیم؟ پاسخ در اینجا نیز حتماً منفی است؛ چرا که هر روز با قیمت ناپایدار روبه رو هستیم. آیا با این کوتوله پروری، می توان انتظار داشت که با وجود چهار فصل در کشور و چنین امکان بی نظیری برای کشاورزی، امکان حضور رقابت پذیر را حتی در این بخش داشته باشیم؟ تصور می کنم هنوز گرفتار در وضعیت کشاورزی معیشتی هستیم و با این تعداد اشتغال در بخش کشاورزی، به این هدف دست نخواهیم یافت.

حتی در بخش خدمات نیز با همین آشفتگی ناشی از «درماندگی نظری» روبه رو هستیم. براساس اطلاعات موجود پرتال سازمان هواپیمایی کشوری، بیش از ۲۰ شرکت هوایی در ایران وجود دارد، در حالی که در ترکیه حدود ۱۲ شرکت، هند حدود ۱۳ شرکت، مکزیک حدود ۱۱ شرکت، کره جنوبی هشت شرکت، برزیل ۹ شرکت و قس علیهذا. آیا با این اوصاف در کشورمان شاهد رقابتی هستیم؟ وزیر محترم راه در مصاحبه ای اعلام کرد که این شرکت ها حتی در زمان کرونا هم سود دارند. همچنین ایشان اطلاع دادند که حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان تسهیلات

لیبلینگ (یعنی مارک زدن) و semi finished یعنی واردات کالایی که نیمه تمام شده، تولید داخل محسوب می شود. یک کالایی نیز که به صورت صد درصد در داخل انجام می گیرد، داخلی به شمار می رود. در این زمینه تخلف زیاد داریم، برخی مواد اولیه را وارد و عنوان کردند که تولید داخل است. از زمین رایگان و تسهیلات و وام استفاده می کنند و قیمت بیشتر - گاهی دو تا سه برابر قیمت جهانی - می دهند و بعد عنوان می کنند که ما تولید کننده هستیم. باید جلوی این موضوع را بگیریم. ما تولیدی را داخلی می دانیم که حداکثر ممکن آن در داخل کشور تولید شود». این واقعیت کاملاً قابل مشاهده است، زیرا نه تنها تکرار واحدها را شاهدیم، بلکه متأسفانه با تکرار تولید یک دارو در چند ده شرکت از این واحدها مواجه هستیم که در داده های رسمی وزارت بهداشت هم قابل مشاهده است. در حالی که برخی از این واحدها، ادعای تأسیس در سال ۱۳۲۶ را در معرفی خود ذکر کرده اند، اما هنوز اندر خم تولید داروهای ساده باقی مانده اند. در همین برنامه نیز آقای دکتر یوسفی، نایب رئیس کمیسیون بهداشت و درمان وقت مجلس شورای اسلامی، مطالب درخورتوجهی را مطرح کردند: «بر اساس آمار، در حوزه سلامت آن محصولی که کالای ایرانی عنوان می شود، متفاوت است. برای نمونه براساس آمار حدود ۸۰ درصد دارو و تجهیزات ما به نوعی متکی به واردات است. به همین علت ما به نوعی محصول را وارد می کنیم و تغییرات کوچکی روی آن انجام می دهیم و به عنوان تولید داخلی ارائه می دهیم و براساس این رویکرد، این ۸۰ درصد به ۴۰ درصد کاهش پیدا می کند، اما واقعیت این است که ۸۰ درصد حوزه دارو و تجهیزات به نوعی وابسته به واردات است». شرایط ناشی از کرونا، ناتوانی در سازماندهی در این زمینه را نیز به رخ کشید.

ناگفته نماند که این وضعیت فقط مربوط به بخش صنعت نیست، در بخش کشاورزی نیز با وضعیت ناخوشایندی روبه رو هستیم. در تمام کشورهای رهاشده از عقب ماندگی که

سال	صادرات محصولات شیمیایی ایرانی				صادرات محصولات شیمیایی غیر ایرانی				واردات محصولات شیمیایی			
	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	صادرات کلی (میلیون دلار)	واردات کلی (میلیون دلار)	واردات کلی (میلیون دلار)	واردات کلی (میلیون دلار)	واردات کلی (میلیون دلار)
۱۳۴۸	۱,۸۷۷	۷۷۷	۴۱۲	۱۴,۴۰۰	۱,۷۰۸	۲۰۰	۱۲۲	۶,۰۰۰	۳,۴۴۱	۲,۸۵۱	۱,۰۰۰	۱۷۲,۰۰۰
۱۳۴۹	۳,۰۷۱	۶۶۹	۴۷۵	۱۰,۳۰۰	۱,۲۷۹	۲۷۰	۱۹۶	۶,۸۰۵	۵,۷۱۲	۲,۸۵۲	۹۷۷	۲۵۱,۲۰۰
۱۳۵۰	۳,۵۷۱	۱,۸۰۰	۴۲۵	۱۰,۷۲,۵۵	۲,۴۵۸	۵۱۵	۲۴۸	۱۷,۹۰۰	۳,۸۲۱	۲,۲۵۶	۱,۶۴۲	۱۹۹,۲۰۰
۱۳۵۱	۵,۷۲۸	۳,۳۰۰	۵۲۶	۹,۹۸,۰۰۰	۳,۳۲۲	۷۵۱	۲۵۲	۱۰,۶۰۰	۳,۲۱۹	۲,۲۲۴	۲,۰۰۸	۱۵۱,۰۰۰
۱۳۵۲	۶,۰۰۹	۳,۴۴۶	۶۰۲	۱۰,۰۰۵	۳,۲۹۵	۳۹۹	۱۵۹	۱۰,۹۰۵	۳,۴۴۲	۲,۰۰۱	۱,۸۱۵	۱۵۶,۰۰۰
۱۳۵۳	۶,۳۷۵	۳,۸۴۲	۶۴۵	۱۰,۸۰,۷۵	۳,۶۰۰	۴۵۰	۲۴۸	۱۲,۹۰۵	۳,۵۵۱	۲,۰۰۱	۱,۶۲۲	۱۷۲,۵۰۰
۱۳۵۴	۶,۴۲۱	۳,۷۷۰	۵۵۲	۱۱,۲۸,۵۰	۳,۶۵۸	۵۰۴	۲۰۲	۱۲,۰۰۰	۳,۷۸۶	۲,۰۰۱	۱,۶۶۱	۱۷۹,۰۰۰
۱۳۵۵	۵,۲۲۲	۳,۴۴۲	۴۵۱	۹,۹۱,۵۰	۳,۵۵۷	۵۵۱	۸۸۷	۹,۷۰۵	۳,۲۰۲	۲,۲۲۲	۲,۴۸۲	۱۰۰,۰۰۰
۱۳۵۶	۵,۳۷۷	۳,۸۸۲	۴۴۲	۱۰,۵۸,۵۰	۳,۸۸۹	۴۴۰	۲۴۸	۹,۹۰۵	۳,۴۴۶	۲,۴۸۱	۲,۰۰۱	۱۵۱,۰۰۰
۱۳۵۷	۶,۴۷۸	۳,۹۸۰	۴۵۱	۱۱,۲۲,۰۰	۳,۵۵۷	۴۴۸	۲۴۰	۱۰,۸۰۵	۳,۴۴۴	۲,۴۸۲	۲,۰۰۱	۱۷۲,۵۰۰
۱۳۵۸	۶,۴۲۱	۳,۹۸۲	۴۵۱	۱۰,۵۸,۵۰	۳,۴۴۶	۵۲۲	۲۴۰	۱۰,۸۰۰	۳,۴۴۰	۲,۴۸۲	۲,۰۰۱	۱۷۲,۵۰۰
۱۳۵۹	۸,۲۲۱	۳,۴۴۸	۴۴۱	۱۱,۲۰,۵۰	۳,۸۰۰	۴۴۰	۲۴۰	۱۰,۵۰۰	۳,۵۵۹	۲,۴۴۲	۲,۰۰۱	۱۷۲,۵۰۰
۱۳۶۰	۸,۸۸۹	۳,۸۸۷	۴۴۱	۱۰,۵۸,۵۰	۳,۵۵۲	۹۸۹	۲۴۰	۱۰,۵۰۰	۳,۴۴۲	۲,۴۴۲	۲,۰۰۱	۱۷۲,۵۰۰
۱۳۶۱	۸,۲۲۸	۳,۰۰۷	۴۴۱	۱۱,۲۰,۵۰	۳,۸۲۲	۴۴۰	۲۴۰	۱۰,۵۰۰	۳,۴۴۰	۲,۴۴۰	۲,۰۰۱	۱۷۲,۵۰۰

* هر ۹۰ لی یک حرکت فرضی میگویند

- ۱- دکتر محمود احمدی نژاد، روزنامه کیهان، شماره ۱۸۲۵۵، مورخ ۲۵ خرداد ۱۳۸۴، صفحه ۱۲.
- ۲- دکتر حسن روحانی، امنیت ملی و نظام اقتصادی ایران، نشر مجمع تشخیص مصلحت، چاپ هفتم، ۱۳۹۲، صفحه ۳۳.
- ۳- دکتر حسن روحانی، همان، صفحه ۷۴۷.
- ۴- جوزف استیگلیتز، جهانی سازی و مسائل آن، ترجمه حسن گلریز، نشر نی، ۱۳۸۴، صفحه ۱۶.
- ۵- دکتر حسن روحانی، همان، صفحه ۷۶۵.
- ۶- مرضیه شاهدایی، مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی، روزنامه عصر آزادی، شماره ۳۹۸۰، یکشنبه ۱۵ فروردین ۱۳۹۵.
- ۷- عبدالحسین بیات، مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۲۵۹۶، مورخ ۱۷ اسفند ۱۳۹۰، صفحه ۳.
- ۸- خبرگزاری مهر، کد خبر ۸۴۱۴۸۲۱۴، مورخ ۱۰ بهمن ۱۳۹۶ و روزنامه آفتاب یزد، شماره ۵۱۰۴، مورخ ۱۱ بهمن ۱۳۹۶، صفحه ۱۳.
- ۹- مصاحبه با اسناد، ۶ اردیبهشت ۱۴۰۰.

جنگال‌های حادث‌شده بر سر مدارک جعلی برخی از وزرا در مجالس، کیفیت بحث‌های برخی از آنان، مباحثی که سرکار خانم دکتر زهرا گویا، استاد دانشگاه شهید بهشتی با عنوان «تقلب‌های علمی ریشه آموزش عالی در ایران را مثل مورینه جویده است»، [۹] همه این موارد می‌تواند نشانه‌هایی از چرایی چنین وضعیت حادث‌شده اقتصادی و بحران‌های اجتماعی در کشورمان باشد که اگر چنین نبود، در برابر آثار سوء ناشی از تحریم‌ها قادر بودیم تاب‌آوری بیشتری برای کشورمان ایجاد کنیم.

رهبری در ششم شهریور ۱۳۹۰ در جلسه با هیئت دولت محترم قبلی به نکات مهمی اشاره کرده‌اند: «جلسه امروز عمدتاً حول و حوش مسائل اقتصادی دور می‌زند که اتفاقاً مسئله اصلی و محوری کشور همین است و یکی از نقاط مهم چالشی که بین مسئولان در سطوح مختلف وجود دارد و بین بعضی از کسانی که معترض‌اند یا متقصدند، همین مسئله اقتصاد است. خیلی خب، این را ببرید در مجموعه نخبگان؛ تشریح کنید، توجیه کنید، بیان کنید. فرض



سیاستگذاری اقتصادی داشته باشد. یکی از مهم ترین درس های اقتصاد ایران در دهه های ۸۰ و ۹۰ برای دولت جدید این است که به نتایج سیاست های اقتصادی توجه کند. مرور آمارهای اشتغال و نابرابری در کشور طی دو دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی نشان می دهد با وجود کسب برخی توفیقات، نتیجه همه سیاست ها رشد غیرفراگیر بوده که خود را در قالب «افزایش نابرابری»، «عدم تغییر چشمگیر در نرخ مشارکت اقتصادی» و «توزیع نابرابر درآمد ناشی از رشد اقتصادی» نشان داده است. تداوم نرخ بیکاری زنان در محدوده ۲۰ درصد طی دو دهه در کنار ثبات نرخ مشارکت اقتصادی در سطح ۴۰ درصد مویذ این نکته است که سیاستگذاران کشور در همراه کردن همه نیروهای اجتماعی برای ایجاد رشد اقتصادی و تولید ثروت توفیق چندانی نداشته اند. به همین دلیل نیز دولت سیزدهم باید در نحوه سیاستگذاری خود مسیری دیگر را انتخاب کند. درباره مشخصات مسیر جدید اقتصاد ایران پیش تر گزارش هایی در روزنامه «دنیای اقتصاد» منتشر شد که با استناد به آنها می توان تصویری نسبتاً دقیق از آنچه باید در اقتصاد ایران رخ دهد، ترسیم کرد. آنچه مشخص است، پرهیز سیاستگذاران ایرانی از تکرار خطاهای گذشته و تاکید روی تصمیمات درست اقتصادی است که منطق تجربه شده و علمی دارند و می توانند دولت را در مسیر اصلاحات اقتصادی و درمان اقتصاد کشور هدایت کنند. توصیه های رئیس اتاق بازرگانی ایران در اوایل مرداد امسال که در گزارشی در «دنیای اقتصاد» با عنوان «شرایط ویژه اقتصاد دهه ۹۰» منعکس شد، به خوبی نحوه خروج کشور از شرایط فعلی را نمایان می سازد. در این گزارش، شافعی با اعلام توقف قطار توسعه ایران در دهه ۹۰، دولت جدید را از دادن وعده های حماسی برحذر داشت. به گفته غلامحسین شافعی، کارهای وصله پینه ای مرسوم و اقدامات کوتاه مدت بی ریشه نمی تواند اثر مثبت داشته باشد و کشور را بیشتر به قهقرا می برد. آنچه که درباره آن صحبت می کنیم، مثل معیشت مردم، ازدواج جوانان و توسعه جمعیتی؛ جز با توسعه اقتصادی، اشتغال و رفاه نسبی اجتماعی ممکن نیست. بزرگ ترین مشکل امروز جوانان مسائل اقتصادی و تورم است. اگر ما دنبال حل مشکل مردم هستیم، باید مشکل اقتصاد را حل کنیم. رئیس اتاق بازرگانی ایران ضمن هشدار نسبت به تبعات تداوم وضع موجود اعلام

قطار اقتصاد از ریل خارج شده اما باید آن را به ریل بازگرداند. پرسش کلیدی این روزهای جامعه ایران نحوه احیای اقتصاد و بازگرداندن ثبات است. به راستی چطور می توان اقتصاد ایران را به ریل رشد برگرداند؟ بررسی مرکز پژوهش های اتاق ایران نشان می دهد ۵ اقدام حیاتی لازم است تا تولید به عنوان رکن حیاتی اقتصاد بتواند دوباره نفس بکشد. این پژوهش که با موضوع «رشد فراگیر» تهیه شده، تاکید دارد که باید در نخستین گام با رفع بلای تحریم از سر اقتصاد ایران، ثبات را به کشور بازگرداند.

در عین حال، گام های دوم و سوم در احیای اقتصاد، باید حول محور تولید رقم بخورد. مرکز پژوهش های اتاق ایران اعلام کرده باید وضعیتی در اقتصاد ایران رقم بخورد که اولاً سود فعالیت های سوداگری کاهش یافته و دیگر اینکه با کاهش هزینه سرمایه گذاری در تولید از طرقی نظیر بهبود فضای کسب و کار یا مشوق های سرمایه گذاری، مسیر برای احیای تولید باز شود. چهارمین اقدام نیز باید در حوزه نیروی انسانی رقم بخورد. جایی که به عقیده پژوهشگران نسبتی بین نیاز صنایع و آموزش نیروی انسانی نیست و سیاستگذار باید در برنامه های مدون اقتصاد ایران را با نیروی کار آموزش دیده و ماهر آشتی دهد. در عین حال، توجه به الگوهای توازن منطقه ای در برنامه های توسعه و سرمایه گذاری کشور باید به شکلی باشد که آثار و برکات افزایش رفاه ناشی از رشد فراگیر اقتصادی به همه بخش های کشور به ویژه مناطق حاشیه ای و مرزی برسد.

از آنجا که سه دولت گذشته در دهه ۹۰ از دستیابی به رشد فراگیر عاجز ماندند، مرور وضعیتی که دلیل این ناکامی بود می تواند برای دولت سیزدهم درس های خوبی در



کرد: رابطه دولت با بخش خصوصی هنوز مشخص نیست. مرور دوباره آن گزارش نشان می‌دهد شافعی از برخی مسائل نگران است. برای نمونه وی گفته: تکلیف ساختار کنونی حاکمیت با بخش خصوصی روشن نیست، تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که بدون بخش خصوصی تحولات جدی در توسعه ملی کشورها اتفاق نمی‌افتد.

وی که در انتهای تیرماه ۱۴۰۰ در پانزدهمین نشست هیات نمایندگان اتاق ایران راز ناکامی دو رئیس‌جمهور قبلی را «بی‌توجهی به منطق علم اقتصاد در اداره امور کشور» عنوان کرده بود، تاکید کرد: «به اعتقاد بخش خصوصی، این ساده‌اندیشی است که همه این اتفاقات را به عملکرد یک شخص یا یک تیم منتسب کنیم؛ چراکه اگر افرادی با هنر مدیریتی بهتر هم با حفظ ساختار معیوب تخصیص منابع در رأس امور بنشینند، وضعیت بهبود نخواهد یافت.» در این راستا به نظر می‌رسد دولت جدید باید راهی متفاوت از دو دهه اخیر را برای خارج کردن اقتصاد ایران از شرایط کنونی ببیند. البته ادامه دادن به حرکت در مسیر فعلی هم ممکن است، اما میوه‌های این مسیر چیزی جز رکود، بیکاری، عدم ثبات اقتصادی و تورم نخواهند بود. راه رشد فراگیر پیش روی ماست. این راه مختصات ویژه‌ای داشته و سیاست‌های مخصوصی را می‌طلبد.

پیشنهاد یک مسیر جدید به سیاستگذار

بازوی پژوهشی بخش خصوصی در گزارشی تازه به بررسی وضعیت اقتصاد ایران ط ۲۰

سال اخیر پرداخته و پس از تحلیل شرایط، به سیاستگذار یک مسیر جدید در قالب مفهوم «رشد فراگیر» پیشنهاد کرده است؛ مسیری که باید به عنوان استراتژی جدید اقتصاد ایران در دستور کار قرار گرفته و تولید ثروت را به عنوان رکن حیاتی توسعه کشور احیا کند. برای اینکه به اهمیت سیاست رشد فراگیر پی ببریم، لازم است ویژگی‌های این سیاست را بشناسیم و از تفاوت‌های آن نسبت به سیاست‌های اجرا شده قبلی آگاه باشیم. نقطه کانونی این سیاست تولید ثروت و بخش مجادله‌انگیز آن نحوه توزیع این ثروت است که به عقیده تهیه‌کنندگان گزارش باید به سمت مناطق حاشیه‌ای و بخش‌های کمتر برخوردار جهت پیدا کند.

طبق تحلیل مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، استراتژی رشد فراگیر دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که این ویژگی‌ها را می‌توان در مقایسه با دو استراتژی بدیل آن یعنی استراتژی تعدیل ساختاری و استراتژی رشد فقرزدا شناخت. ویژگی اول این استراتژی متمرکز بر لزوم کنترل و کاهش نابرابری در فرآیند رشد است و ویژگی دوم استراتژی مذکور نیز تاکید است که بر اهمیت اشتغال به‌ویژه کار شایسته در فرآیند رشد می‌شود.

در مجموع دامنه گسترده‌ای از شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و متغیرها را در سنجش رشد فراگیر می‌توان دخالت داد، اما مهم‌ترین عواملی که به‌جز شاخص درآمد سرانه و رشد اقتصادی باید در ارزیابی رشد فراگیر مورد توجه باشد را می‌توان وضعیت سطوح مختلف نابرابری (نابرابری در میان همه افراد جامعه، نابرابری در مناطق مختلف و...) و نیز اشتغال‌زایی (وضعیت نرخ بیکاری، نرخ بیکاری جوانان، زنان، اقلیت‌ها و...) معرفی کرد. درباره رشد فراگیر تعابیر مختلفی ارائه شده است که یکی از تعابیر رایج «رشد همراه با برابری فرصت» است. همچنین رشد فراگیر را می‌توان بر پایه توازن میان سهم در ایجاد رشد و سهم شدن در منافع آن تعریف کرد. رشد فراگیر رشدی است که با مشارکت گسترده همه بخش‌های جامعه در فرآیند رشد به وقوع پیوسته و سپس منافع آن به‌صورت متوازن بین عوامل تولید تقسیم شود.

تجربه اقتصاد ایران در دو دهه گذشته نشان می‌دهد که با رشد فراگیر فاصله‌ای نسبتاً طولانی داریم. بررسی دقیق‌تر رشد اقتصادی در دو دهه گذشته نشان می‌دهد صرف‌نظر از نوسان بسیار زیاد رشد در دو دهه گذشته و روندهای رکودی تجربه‌شده در سال‌های اخیر، از منظر رشد فراگیر، با افول بیشتر استانداردهای زندگی بخش‌های مختلف جامعه روبه‌رو بوده‌ایم. به تعبیر دیگر بر اساس تحلیل رشد فراگیر، به‌جز نیمه اول دهه ۱۳۸۰، در سایر دوره‌ها حتی در سال‌هایی که رشد اقتصادی مثبت و درآمد سرانه در حال افزایش بوده است، افزایش نابرابری و عدم اشتغال‌زایی را شاهد بوده‌ایم.

با توجه به روندهای تجربه‌شده در ایران، افول رشد اقتصادی و صعود نابرابری‌ها، اقتصاد ایران به‌شدت نیازمند رشد اقتصادی فراگیر و اتخاذ سیاست‌های هوشمندانه برای تحریک رشد است.



درصد سالانه تاکید داشت، سنخیتی ندارد. در نهایت این گزارش تلویحا سعی دارد با قرار دادن دستور کاری تازه در متن دستگاه سیاستگذاری، کشور را به سمت خیز اقتصادی ترغیب کند چرا که تداوم وضعیت فعلی شرایط کشور را بحرانی تر خواهد کرد. بر این مبنا حرکت به سمت خیز اقتصادی نه یک انتخاب که یک اجبار است که در کوتاه مدت و میان مدت خود را در قالب رشد فراگیر نشان می دهد. البته نتیجه نهایی این خیز در قالب واژه توسعه فراگیر قابل فهم است. گزارش مرکز پژوهش های اتاق ایران تاکید دارد توسعه فراگیر، توسعه ای است که ابعاد درآمدی و غیردرآمدی رفاه را بهبود بخشیده و توزیع رفاه در همه این ابعاد را هم متوازن تر ساخته و بهبود دهد.

تأثیر کرونا بر سهم گردشگری در اقتصاد جهان

با شیوع ویروس کرونا صنعت گردشگری در قاره ها و مناطق مختلف جهان با آسیب های فراوانی روبرو شد. در این اینفوگرافیک که با استفاده از اطلاعات سایت «World Travel and Tourism Council» تهیه شده است، به تاثیر این صنعت در کاهش سهم صنعت گردشگری در دو بخش «تولید ناخالص داخلی» و «اشتغال» اشاره کرده ایم.



بر این اساس می توان گفت این سیاست ها باید حداقل واجد ۵ ویژگی باشند: اول اینکه به کاهش بی ثباتی اقتصادی کمک کند. دوم، در ضمن احیای رشد، با افزایش هزینه فرصت سوداگری از طریق سیاست هایی مانند مالیات بر عایدی سرمایه همراه باشد، سوم، در مقابل افزایش هزینه فرصت سوداگری، با کاهش هزینه سرمایه گذاری مولد، سرمایه ها را به سمت کسب و کارهای اشتغال زا هدایت کند. چهارم اینکه همراه با برنامه ای وسیع برای مهارت آموزی و انطباق دانش عملیاتی نیروی کار با نیاز واحدهای اقتصادی بوده و در نهایت، توازن منطقه ای را از طریق سیاست هایی مانند ایجاد قطب های رشد و انتقال منابع از نزدیکی پایتخت به سمت این مناطق دنبال کند. در توضیح این مشخصات باید وضعیت کشور را نیز به دقت بررسی کرد. برای نمونه وضعیت کشور از منظر عدالت منطقه ای بسیار بغرنج است.

برخی تحقیقات در این حوزه تاکید دارند که رشد نابرابری و بیکاری در طول این دوره تاثیر منفی بر رشد اقتصادی استان های ایران داشته است بنابراین دولت باید سیاست های مشخصی برای کاهش نابرابری و افزایش اشتغال در پیش گیرد تا شاهد بهبود وضعیت در استان های کشور باشیم. رشد کشور در دهه ۸۰ که عمدتاً به دلیل سرمایه گذاری در بخش های سرمایه بر نظیر خودرو، ساختمان و فلزات اساسی بود، فراگیر نبود؛ بنابراین تکرار دوباره آن نمی تواند کمک چندانی به درمان اقتصاد ایران کند. طبق برآورد این گزارش، شوک های بیرونی ناشی از رونق درآمدهای نفتی یا تحریم ها، بر روندهای تجربه شده در ایران بسیار تاثیر گذار بوده است. در عین حال در روندهای قبلی ایران هرگز شاهد رشد سریع و مستمر اقتصادی برای بازه ای طولانی نبوده، بلکه در پی نوسانات درآمدهای نفتی، رشد اقتصادی کشور کم و زیاد شده است. این روندی است که باید جای خود را به یک دوره باثبات و پایدار از رشد اقتصادی دهد. نقص دیگر برنامه های اقتصادی قبلی به فاصله گیری از اهداف سیاست گذاری مربوط است. برای نمونه هیچ یک از اهداف اقتصادی کشور با هدف گذاری برنامه ششم توسعه که روی تحقق رشد اقتصادی متوسط ۸



تیر خلاص کرونا به گردشگری

می‌کنند. این رقم حدود ۱۶ درصد از کل صادرات اسپانیا به شمار می‌آید. مخارج گردشگران در ایتالیا حدود ۱۰ درصد صادرات این کشور است. البته این اعداد و ارقام در مقایسه با تأثیری که کرونا بر گردشگری جزیره سنت لوسیا داشته کاملاً رنگ می‌بازند. پرداخت‌های گردشگران خارجی در این جزیره بیش از ۸۱ درصد صادرات آن است. در میان کشورهای مختلف جهان تایلند، جامائیکا و کرواسی با بیشترین میزان بیکاری در صنعت گردشگری روبه‌رو شده‌اند. شیوع کرونا به کاهش ۱۱ درصدی و ۹ درصدی تولید ناخالص داخلی صنعت گردشگری جامائیکا و تایلند منجر شد.

گردشگری ایران بزرگترین قربانی کرونا

دولت اول روحانی و برجام به اقبال گردشگران خارجی به ایران انجامید. بویژه گردشگران اروپایی و آمریکایی مسافر شهرهای توریست پذیر ایران شدند. سن گردشگران اروپایی به مقصد ایران کاهش یافت و بسیاری از گردشگران جوان اروپایی با خانواده به ایران سفر کردند. تا پیش از آن ایران تنها مقصد گردشگران پیر و ماجراجوی اروپایی و آمریکایی بود. مسافرت به ایران برای جوانان سفری پر ریسک محسوب می‌شد. شرایط اما با خروج آمریکا از برجام تغییر کرد. اروپایی‌ها خیلی زود ایران را از مقاصد گردشگری خود خط زدند. آنها معمولاً سریع‌ترین واکنش را به تحولات سیاسی و اجتماعی در مقاصد گردشگری نشان می‌دهند. اعتراضات به دنبال گران شدن بنزین، شهادت سردار سلیمانی، سقوط هواپیمای اوکراینی و... باز هم تعداد گردشگران ورودی را کاهش داد. دولت برنامه را به سمت جذب گردشگران کشورهای همسایه برد و از چینی‌ها خواست تا سال نو چینی را در ایران جشن بگیرند. این دعوت همزمان شد با شیوع ویروسی به نام کرونا که سبک زندگی در جهان را تغییر داد و آن‌طور که علی اصغر مونسان می‌گوید به ورشکستگی گردشگری در ایران منجر شد. گردشگری چین خود نیز از کرونا متضرر شد اما بیشترین خسارت را هم به مقاصد زد که ۱۵۰ میلیون گردشگر چینی مسافر آن بودند. ایران سهم قابل توجهی از این تعداد نداشت اما کرونا برنامه‌ریزی برای سال‌های پیش‌رو ایران و برداشت بازار چین را هم گرفت. وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در یک سال گذشته برای زنده نگه داشتن صنعت گردشگری حتی پروتکل‌های ستاد ملی را هم نادیده گرفت. این وزارتخانه قصد داشت امسال هم گردشگران چینی را به ایران دعوت کند اما جهش کرونا همه چیز را در صنعت گردشگری به کما برد.

شاید بتوان گفت که گردشگری غیر رسمی در ایران در زمان کرونا، گردشگر خودش را به مقصد برد. ردپای پر رنگ این گردشگران را می‌توان در شهرهای قرمز استان‌های شمالی و بنادر گردشگر پذیر در جنوب دید. کیش در این مدت مقصد پر مسافری بود. مسیر مازندران همچنان پر از گردشگر است. گردشگرانی که البته کمتر ساکن هتل‌ها می‌شدند. خوش نشینی‌های استان‌های شمالی در برخی مواقع به سردرگمی مسئولانی که مبادی ورودی را برای جلوگیری از مسافران می‌پایبند، منجر شد. مسافرانی که ساکن همیشگی شهرهای قرمز شمالی نبودند، پلاک‌هایشان متعلق به شهری دیگری بود اما در شهرهای سبز شمالی ویلا داشتند. وزارت گردشگری به هتل‌ها پیشنهاد داد میزبان دوره بهبودی و قرنطینه مبتلایان به کرونا باشد. این پیشنهاد در ظاهر هرگز از سوی هتلی پذیرفته نشد. چون آنها از حک نام هتل کرونا‌یی‌ها روی تأسیسات

آمارها، صنعت گردشگری را بزرگترین قربانی ویروس کرونا می‌دانند. گزارش‌های سازمان ملل از خسارت چندین و چند تریلیون دلاری ویروس تاجدار به صنعت گردشگری جهان خبر می‌دهد که در گذر شیوع آن ۱۲۰ میلیون شغل از دست رفته است.

ضرری که این ویروس در سال ۲۰۲۰ به صنعت گردشگری وارد کرد چندین برابر ضرری است که در کل بحران اقتصادی ۲۰۰۹ به صنعت توریسم وارد آمده بود. بسیاری دست به دعا برداشته و آغاز پسا کرونا را آرزو می‌کنند. بدترین پیش‌بینی‌ها می‌گوید که بهبود در صنعت گردشگری تا سال ۲۰۲۲ رخ نخواهد داد. این آمار قبل از شیوع سویه انگلیسی و آفریقایی ویروسی بود که از چین شیوع پیدا و تمام جهان را مبتلا کرد.

کرونا صنعت گردشگری کدام کشورها را فلج کرد؟

ضراب پولیکاشویلی، دبیرکل سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) می‌گوید در حالی که تمام دنیا شاهد کاهش گردشگر است، صنعت گردشگری اروپا کمتر از کرونا تأثیر پذیرفته است. او کاهش مسافرت گردشگران در سال گذشته میلادی را ۷۰ درصد اعلام می‌کند. حرف‌های پولیکاشویلی به معنای گذشتن خطر از بیخ گوش گردشگری اروپا نیست. اروپا توریست پذیرترین مقصد گردشگری جهان به شمار می‌رود. براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، فرانسه، اسپانیا، آمریکا، چین و ایتالیا جزو پنج کشور اول دارای بیشترین تعداد گردشگر خارجی هستند. در بین پنج کشور نخست فهرست مقاصد گردشگری، اسپانیا آسیب بیشتری از کرونا دیده است. گردشگران بین‌المللی در اسپانیا سالانه حدود ۸۱ میلیارد دلار پول خرج



را از این ویروس ریز تاجدار دیدند. کرونا اتاق‌های آنها را از مسافران خارجی و داخلی خالی کرد. پروازها به مقصد ایران بسته شد و بخش خارجی بسیاری از آژانس‌های مسافرتی به تعلیق رفت. برخی تأسیسات گردشگری به تعدیل نیرو روی آوردند. دولت تسهیلات بانکی برای جلوگیری از تعدیل‌ها را تصویب کرد اما میزانش آنقدر نیست که امنیت شغلی همه دست اندرکاران را تضمین کند. آمارها می‌گوید در بهترین حالت ۴۰ درصد ظرفیت هتل‌های کیش و مازندران از ایرانیان سفر رفته پر شد. جمشید حمزه‌زاده، رئیس جامعه هتلداران کشور آبان ماه سال جاری از تعطیلی ۳۰ درصدی هتل‌ها خبر داد. خسارت کرونا به هتل‌ها تا شهریور جاری ۸۵۰۰ میلیارد تومان اعلام شد.

گردشگری در خانه!

آمارها از خسارت ۱۲ هزار میلیارد تومانی کرونا به صنعت گردشگری ایران تا پایان تابستانی که گذشت، خبر می‌دهد. صنعتی که بارها از آن به عنوان جاکزین نفت یاد می‌شد و می‌شود. وقتی کرونا مسافران را خانه نشین کرد و آژانس‌های مسافرتی، هتل‌ها و بومگردی‌ها را بی‌مسافر گذاشت، بسیاری از گردشگری مجازی حرف زدند. برخی از موزه‌های معروف دنیا به سمت فیلم‌های چند بعدی رفتند تا گردشگران در خانه خود سری به موزه‌های لوور و متروپولیتن بزنند. رفتن به سمت گردشگری مجازی، گشتن در موزه‌های سه بعدی و... یک مسکن موقتی بود که همان ماه‌های نخست جذابیت خود را از دست داد. شاید یکی از دلایل اصرار علی اصغر مونس‌ان وزیر میراث فرهنگی به باز بودن موزه‌ها برخلاف پروتکل‌های ستاد ملی پیشگیری از کرونا همین بود. پروتکل بازدید از موزه‌ها تدوین و بازدید از موزه‌ها نوبتی شد. هر چند به رشد و بازدید گردشگر در موزه‌ها منجر نشد. این موضوع را هم نمی‌توان فراموش کرد که گردشگری مجازی به دنبال خالی کردن ذهن خسته و پر از اضطراب گردشگر حبس شده در قرنطینه است، سیاست تسهیل تبلیغات و بازاریابی گردشگری با توجه به فناوری جدید. ایجاد شغل برای دست اندرکاران صنعت گردشگری است تا بدون دفتر و دستک هم بتوانند جاذبه‌های گردشگری را به مسافران معرفی کنند و آنها را در کمترین زمان به مقصد برسانند. اما وقتی چمدان‌های سفر به دلیل خانه‌نشینی مسافران و جولان کرونا در کوچه‌ها و خیابان‌ها بسته نمی‌شود حرف زدن از گردشگری تا پساکرونا، خیال‌پردازی درباره روزهای خوش نیامده گردشگری است.

گردشگری در پسا کرونا

بسیاری اعتقاد دارند کرونا گردشگری در پسا کرونا را بشدت تغییر خواهد داد و پای روبات‌های میهماندار یا حمل بار در هواپیما و فرودگاه‌ها را به این صنعت باز خواهد کرد. رستوران‌ها با گارسن‌های گان دار و نقاب‌زده هوشمند خواهند شد. ضدعفونی لحظه‌ای آسانسورها به یکی از ضرورت‌های هتلداری تبدیل می‌شود. پساکرونا کلید واژه‌ای امیدبخش است که می‌گوید کرونا هم مثل بسیاری از بحران‌های جوامع انسانی به پایان می‌رسد و گردشگران دوباره شال و کلاه می‌کنند و سفر می‌روند. اما تاریخ دقیقی برای آغاز پسا کرونا وجود ندارد. سال گذشته، تابستان ۹۹ پساکرونا ایران به شمار می‌رفت اما موج جدید کرونا در تابستان همه نقشه‌ها را بهم ریخت. بسیاری امیدوارند سال ۲۰۲۲ پایان این همه‌گیری مرگبار باشد اما این ریزک تاجدار

گردشگری خود ترسیدند. در تازه‌ترین محدودیت‌های سخت و سختی که استاندار هرمزگان برای ورود گردشگران به این استان جنوبی-بندری گذاشت، برخی از بومی‌ها با بعضی از راهنمایان گردشگری قرار گذاشتند تا تورهای غیررسمی را از مسیرهای دور و کور سواحل جنوبی به جزایر مختلف هرمزگان ببرند. هرچند این تورهای غیر رسمی یا حضور مسافران هم به تعداد اندکی از شهرهای شمال و جنوب محدود می‌شود و نمی‌توان از درآمد اقتصادی بالای آنها آماری داد. در این میان مسافرت‌های هوایی همچنان برقرار بود. بسیاری از پروازها هم از افزایش قیمت بلیت به شرط خالی بودن تعدادی از صندلی‌ها سود بردند و هم تا آخرین صندلی را فروختند.

آژانس‌های بی‌مسافر، هتل‌های خالی

راهنمایان گردشگری رسمی دست خالی‌ترین قشر صنعت گردشگری در دوران کرونا بودند. کسانی که کارفرما نداشتند، بیمه نبودند و نمی‌توانستند از تسهیلات دوران کرونا سود ببرند. بسیاری از آنها سعی کردند به سمت شغل‌های موقتی چون رانندگی تاکسی‌های اینترنتی بروند و در فضای مجازی به کلاس‌های آنلاین روی بیاورند. تولید محتوا کنند. برخی هم به سمت تورهای غیرقانونی رفتند. البته مجلس در زمستان جاری برای دومین بار سازمان برنامه و بودجه را مکلف به بیمه ۲۵۰۰ راهنمای فعال گردشگری کرد. راهنمایان امیدوارند این قانون از اسفند اجرایی شود و آنها سال ۱۴۰۰ را با دغدغه کمتری پشت سر بگذارند. سالی که همچنان کرونا پرچمدار است و محدودیت‌های جدی را برای گردشگری اعمال می‌کند. هتل‌ها، خانه‌های بومگردی و آژانس‌ها بیشترین خسارت



ظرفیت شگفت انگیز استان های ایران در "گردشگری حلال"

حوریه ملکی

گردشگری ویژه ای را برای مسلمانان تدارک می بیند. به این معنا که مسلمانان از هر کشوری که باشند مایلند در سفرهای خود به آداب شرعی عمل کنند. منظور از گردشگری حلال، نوعی از گردشگری مذهبی است که تمام فعالیت های آن از نظر قوانین اسلامی مجاز شمرده می شود و کشورهای توسعه یافته از این روش برای جذب گردشگران مسلمان جهان از یکدیگر سبقت می گیرند.

* کمبود غذای حلال در دنیا

جالب اینجاست که در دل این واژه آنقدر معنی نهفته و آنقدر می تواند اقتصاد یک کشور را شکوفا کند که نمی توان به راحتی از کنار آن گذشت. "گردشگری حلال" واژه ای است که می تواند برچسب تک تک استانهای ایران شود و نگاه تمام دنیا را به سمت خود بچرخاند. مهم نیست به کدام استان ایران سفر می کنید، مهم این است که هر یک از آنها می تواند خدماتی منحصر بفرد ارائه کند. از فارس و آذربایجان و گیلان و خراسان گرفته تا قم و اصفهان و هرمزگان و ایلام. هر یک از این استانها آنقدر پتانسیل دارند که هر کدام به تنهایی می توانند پاسخگوی میلیونها گردشگر حوزه سلامت باشند. اما با این حال و بر اساس گزارش وضعیت اقتصاد اسلامی جهان که سالانه منتشر می شود، بررسی وضعیت گردشگری حلال در کشورهای مختلف دنیا نشان می دهد ایران به عنوان یکی از کشورهای اسلامی، از لیست کشورهای برتر گردشگری حلال خارج شده است. این درحالی است که در گزارش سال قبل، ایران رتبه هفتم را در میان مقاصد برتر گردشگری حلال در اختیار داشت. درهمین حال، کشوری مانند عربستان از رتبه دهم به رتبه ششم صعود کرده و امارات نیز رتبه دوم را دارد. لازم به ذکر است ایران با ۷/۲ میلیارد دلار یکی از بازارهای مهم گردشگری حلال در گزارش سال گذشته بود که این میزان اکنون ۷/۴ میلیارد دلار اعلام شده است. پیدا کردن غذاهای حلال نیز در برخی از کشورها بسیار سخت است به همین

پیدا کردن غذاهای حلال نیز در برخی از کشورها بسیار سخت است به همین دلیل اغلب گردشگران مسلمان در تعیین مقصد سفرهای خود به دنبال کشورهایی هستند که فروشگاهها و رستورانهای حلال داشته باشند یا سعی می کنند در مدت سفر خود گیاه خواری کنند. برخی از فعالیت های تفریحی نیز برای مسلمانان دردسرافرین است. زنان مسلمان باتوجه به پوشش خود نمی توانند همانند سایر مسافران از امکانات تفریحی همچون دریاها استفاده کنند و با توجه به عدم مکان های مخصوص بانوان در برخی کشورها اغلب این زنان مسلمان از برخی تفریحات محروم می شوند. همه این عوامل دست به دست هم داده اند تا "گردشگری حلال" به عنوان یکی از شاخه های مهم صنعت گردشگری به وجود بیاید. با این حال ایران به عنوان یک کشور مسلمان که بی شک حلال ترین کشور دنیا به شمار می آید سهمی از این شاخه به خود اختصاص نداده و اگر هم به گردشگری حلال فکر می کند، آنقدر کم و ضعیف هست که دیده نشود. منظور از گردشگری حلال تنها استفاده از مکان های مذهبی در طول سفر نیست بلکه منظور آن است که مسلمانان بتوانند از همه انواع تفریحات استفاده کنند به شرطی که این تفریحات مغایر با اصول شریعت نباشد.

سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) گردشگری حلال (HALAL TOURISM) را محصول جدیدی از صنعت گردشگری تعریف کرده که برنامه های تفریحی و





* تسخیر بازار حلال، توسط غیر مسلمانها

اواسط سال ۹۵ بود که اعلام شد سهم ایران از گردشگری حلال ۳ درصد کل صنعت گردشگری حلال در جهان است. این در شرایطی است که ایران با وجود اینکه یک کشور کاملاً اسلامی است و تمام شرایط گردشگری حلال را دارد هنوز نتوانسته به رقم قابل قبولی در این زمینه دست پیدا کند.

در آن زمان مسعود سلطانی فر رئیس سازمان میراث فرهنگی وقت کشور درباره وضعیت گردشگری حلال در ایران گفته بود: "اکنون درآمد حاصل از گردشگری و سرگرمی داخلی و خارجی در جهان برابر ۶ هزار و ۵۰۰ میلیارد دلار است که ۱۵۰ میلیارد دلار از این مبلغ درآمد کشورهای جهان از محل گردشگری خارجی و ۱۶۰ میلیارد دلار در بخش گردشگری حلال است."

وی با بیان اینکه ظرفیت بالقوه درآمد گردشگری حلال در جهان بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود، ادامه داد: "درآمد ایران در حوزه صنعت گردشگری طبق توافق انجام شده میان سازمان میراث فرهنگی با بانک مرکزی، سازمان برنامه و بودجه و نیز سازمان توسعه و تجارت معادل ۷.۵ میلیارد دلار در سال برآورد می‌شود."

با این تفاسیر و با توجه به اینکه بیش از نیمی از گردشگران خارجی با هدف زیارت به ایران سفر می‌کنند، باید نیمی از درآمد کل صنعت گردشگری کشور را در حوزه گردشگری حلال دانست. یعنی حدود ۳ و نیم میلیارد دلار از درآمدها به این حوزه اختصاص دارد.

درآمدهای ناچیز در حوزه گردشگری حلال ایران در شرایطی رقم می‌خورد که بسیاری از کشورهای غیرمسلمان تازه متوجه شده اند سرمایه‌گذاری در این حوزه سود خوبی دارد و اخیراً اقدام به سرمایه‌گذاری در این زمینه کرده اند. البته باز هم در کمال تأسف باید گفت اقدامات آنها در حالی در کمترین زمان به نتیجه می‌رسد که ایران نزدیک به ۴ دهه است در تاسیسات گردشگری کشور و مکان‌های تاریخی، فرهنگی، اردوگاه‌ها و مناطق طبیعی ارائه سرویس در چهارچوب گردشگری حلال می‌کند اما عدم تبلیغ و استانداردسازی در این زمینه موجب شده نه تنها سازوکار اجرایی آن چنان که باید فراهم نشود بلکه حتی در داخل کشور هم کسی با واژه گردشگری حلال آشنا نباشد که بخواهد برای سرمایه‌گذاری در آن قدمی بردارد

دلیل اغلب گردشگران مسلمان در تعیین مقصد سفرهای خود به دنبال کشورهایی هستند که فروشگاه‌ها و رستوران‌های حلال داشته باشد یا سعی می‌کنند در مدت سفر خود گیاه‌خواری کنند.

برخی از فعالیت‌های تفریحی نیز برای مسلمانان دردسراًفرین است. زنان مسلمان باتوجه به پوشش خود نمی‌توانند همانند سایر مسافران از امکانات تفریحی همچون دریاها استفاده کنند و با توجه به عدم مکان‌های مخصوص بانوان در برخی کشورها اغلب این زنان مسلمان از برخی تفریحات محروم می‌شوند.

انتخاب زمان مناسب سفر از دیگر مشکلات گردشگران مسلمان است، چراکه در ماه رمضان سفر کردن به کشورهای دیگر برای آنها سخت خواهد بود یا به دلیل برگزاری برخی جشنواره‌هایی که با دین اسلام مغایرت دارد در کشورهای مورد نظرشان، عموماً سعی می‌کنند زمان سفر خود را به تعویق بیندازند.

گردشگران مسلمان قبل از سفر خود باید تمامی مواردی که ممکن است برایشان مشکل‌آفرینی کند را بررسی کنند تا مقصدی را انتخاب کنند که کمترین دردسر را برای آنها داشته باشد. کجای دنیا؟ کدام کشور؟

عواید مالے گردشگری سلامت به جیب چه کسانه می رود؟

۴ بازار اصلی گردشگری سلامت

آزاده باقری

بهداشت، اتاق بازرگانی ایران، سازمان نظام پزشکی و وزارت امور خارجه ایجاد نکرده است؛ تا جایی که دبیر این شورا در پاسخ به برخی از سوالات در زمینه تصمیماتی که لازم است شورا بگیرد، توپ را در زمین وزارت بهداشت به عنوان یکی از بازیگران این بخش می اندازد.

چالش های اساسی

اما چرا با وجود آنکه ایران پتانسیل لازم را در زمینه جذب گردشگر سلامت دارد، همچنان نتوانسته در این زمینه حرفی برای گفتن داشته باشد؟ سعید صدری، مدیر بخش گردشگری سلامت یکی از آژانس های مسافرتی کشور در این زمینه به «دنیای اقتصاد» می گوید: «عدم حمایت دولت در زمینه گردشگری سلامت از جمله مهم ترین دلایلی است که باعث شده این شکل از گردشگری مغفول باقی بماند. نگاه دولت در این بخش نگاه تخصصی نیست و کسانی که در این حوزه به عنوان مدیر هستند افراد متخصص در بخش گردشگری نیستند و نتیجه همین می شود که شاهد آن هستیم.» او معتقد است طرح ها و راهکارهایی وجود دارد؛ اما در دولت بودجه ای به آن اختصاص داده نمی شود و در اولویت قرار نمی گیرد: «راهکار وجود دارد؛ اما زیرساخت های لازم شکل نمی گیرد. به عنوان مثال تا زمانی که اعتبارگذاری بین المللی مراکز درمانی صورت نگیرد و انتقال پذیری بیمه های درمانی به مرحله اجرایی درنیاید نمی توان امیدی به گردشگری سلامت داشت.» صدری به این نکته نیز اشاره می کند که ایجاد زیرساخت ها و سر و سامان دادن به دلال ها و وظیفه دولت است و توسعه، مدیریت و پیشبرد گردشگری سلامت به شرط وجود زیرساخت ها بر عهده بخش خصوصی خواهد بود. به گفته این فعال گردشگری سلامت، افزایش نرخ ارز در یکی دو سال اخیر فرصت مناسبی بود که در صورت وجود زیرساخت ها می توانست بیش از پیش گردشگری سلامت کشور را در منطقه توسعه دهد؛ به این ترتیب نه تنها می شد از گردشگران سلامت از کشورهای همسایه میزبانی کرد، بلکه امکان جذب گردشگر سلامت از کشورهای اروپایی و آمریکایی نیز بیشتر می شد و ایران می توانست رقبای منطقه را نیز کنار بزند. اما متأسفانه به دلیل نبود برنامه ریزی و آینده نگری این فرصت مانند بسیاری از فرصت های توسعه گردشگری در حال از دست رفتن است.

تناقض اجرایی شورای گردشگری سلامت

باوجود تمام این ضعف ها و نبود زیرساخت ها، اما امین حقیقت، دبیر شورای

تحلیل های آماری نشان می دهد بخش قابل ملاحظه ای از گردشگران ورودی، به ویژه گردشگران همسایه، که به کشور می آیند با هدف درمان است. در این میان چهار کشور عمان، افغانستان، عراق و جمهوری آذربایجان اصلی ترین بازارهای ایران در این زمینه محسوب می شوند.

این در حالی است که به گفته فعالان گردشگری سلامت چون اکثر این گردشگران عملاً از کانال های رسمی وارد چرخه گردشگری سلامت نمی شوند نه تنها عواید مالی قابل توجهی به شریان های اقتصاد رسمی تزریق نمی کنند، بلکه اکثر عواید این گردشگران سلامت نصیب دلال ها، واسطه ها و پزشکانی می شود که اخیراً به امر دلالی گردشگران سلامت روی آورده اند. در همین شرایط و به منظور مدیریت و کنترل گردشگران سلامت، شورای راهبری سلامت کشور چند سالی هست که شکل گرفته؛ شورایی که اساساً فلسفه شکل گیری اش برای مدیریت فعالیت ها در زمینه سلامت گردشگرانی است که با هدف درمانی به ایران ورود می کنند. با این همه به نظر می رسد تا به حال در آن اتفاق مثبتی رقم نخورده و حتی هماهنگی بین دستگاه هایی که در آن عضو هستند از جمله سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت

بودن این بخش را هم وظیفه بیمه‌ها دانسته که البته به گفته وی، آنها قول‌های مساعدی نیز در این زمینه داده‌اند. این در حالی است که حقیقت به «میراث‌آریا» گفته بود هرگونه آیین‌نامه و مصوبه جدید در حوزه گردشگری سلامت از طریق دبیرخانه شورای راهبری گردشگری سلامت، ابلاغ و اطلاع‌رسانی می‌شود و ۵ عضو شورا مبنی بر اتخاذ تصمیمات گروهی برای دستیابی به سیاست واحد، از این پس هرگونه پیشنهاد درباره شیوه‌نامه فعالیت در این حوزه برای فعالان و شرکت‌های خدمات مسافرتی و گردشگری و همچنین بیمارستان‌ها و مراکز درمانی مربوطه پس از بررسی کارشناسی و تایید در شورا به‌عنوان مصوبه لازم‌الاجرا ابلاغ خواهد شد.

به باور کارشناسان، توجه به گردشگری سلامت، تبلیغات در این زمینه و ورود به بازار رقابتی در منطقه از جمله اقداماتی است که می‌تواند ایران را به‌عنوان مقصد گردشگری سلامت نه تنها برای کشورهای همسایه، بلکه برای سایر کشورهای جهان معرفی کند. با این همه به باور صاحب‌نظران، دولت باید در این زمینه تبلیغات و بازاریابی را جدی بگیرد، قوانین جدید ارائه دهد و بیماربرها و دلال‌های در این زمینه را ساماندهی کند. همچنین بخش خصوصی را در این زمینه مورد حمایت قرار دهد و زیرساخت‌ها را برای این بخش فراهم کند در غیر این صورت کشورهای دیگری هستند که به راحتی می‌توانند گوی سبقت را از ایران

برایند و در این حوزه قدرت اول منطقه شوند.



راهبری گردشگری سلامت کشور در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» به این موضوع تاکید دارد که این شورا با همکاری ۵ عضو در زمینه توسعه گردشگری سلامت به خوبی در حال پیش‌روی هستند و برنامه‌ریزی‌های زیادی در این خصوص انجام شده. اما برنامه‌ریزی‌هایی که هنوز نه عملی شده‌اند و نتیجه‌اش به بهبود شرایط گردشگری سلامت کمک کرده. حقیقت درباره بازارهای هدف می‌گوید: «در حال حاضر بازار عمان، افغانستان، عراق و جمهوری آذربایجان اولویت این شورا است. برنامه‌های زیادی وجود دارد برای آنکه واسطه‌های غیرقانونی برداشته و تلاش می‌شود عرصه بر فعالیت‌های غیرقانونی تنگ‌تر شود.» او در همین زمینه به ایجاد یک سامانه جامع گردشگری سلامت اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «از طریق این سامانه فعالان قانونی مانند آژانس‌ها، بیمارستان‌ها، راهنمایان گردشگری و... می‌توانند فعالیت خود را راحت‌تر انجام دهند تا مسیر برای متقاضیان نیز هموار شود.» البته حقیقت، این سامانه را تنها در راستای فعالیت‌های قانونی می‌داند و پاسخی به اینکه فعالان غیرقانونی و دلالان چگونه مدیریت می‌شوند، ندارد.

دبیر شورای راهبری گردشگری سلامت کشور درباره اعتبارگذاری بین‌المللی مراکز درمانی تاکید می‌کند این موضوع در اختیار وزارت بهداشت است و این وزارتخانه باید آن را پیگیری کند. همچنین درباره محدودیت‌های بیمه‌های درمانی برای انتقال‌پذیر



مروری بر گردشگری سلامت در ترکیه

دهان و دندان، درمان ناباروری، بیماری‌های قلبی و عروقی و پیوند عضو به ترکیه می‌آیند. ترکیه همچنین در زمینه گردشگری پزشکی، ترمال برای سالخوردگان و توانیابان نیز خدمات گسترده‌ای ارائه می‌کند. بیشترین تعداد بیمار در ترکیه از عراق، لیبی، آذربایجان، اکراین و روسیه می‌باشند.

خلاصه‌ای از سیستم سلامت در ترکیه

تشکیلات خدمات بهداشتی درمانی در ترکیه اساساً زیرمجموعه‌ای از وزارت سلامت (MOH) این کشور است که توسط سازمان تامین اجتماعی، دانشگاه‌ها، وزارت دفاع، پزشکان خصوصی، دندان‌پزشکان و داروسازان اداره می‌شود. در ترکیه وزارت بهداشت نیز ارائه‌دهنده مراقبت‌های بیمارستانی، مراقبت بهداشتی و تنها ارائه‌کننده خدمات بهداشتی و درمانی است. اگرچه بیمارستان‌های خصوصی نیز خدمات ارائه می‌دهند، ولی ظرفیتشان کم است. در سطح مرکزی، وزارت سلامت سیاست‌گذار سلامتی و ارائه خدمات بهداشتی است و در سطح استانی، خدمات بهداشتی و درمانی از طریق هیئت مدیره‌های سلامت استانی که از نظر مسئولیت، فرمانداران در هر استان هستند، انجام می‌شود. در ترکیه خدمات بهداشت و درمان ارائه شده توسط وزارت بهداشت و درمان به وسیله وزارت دارایی تامین مالی می‌شود. با این حال وزارت دفاع به طور مجزا به مراقبت از سلامت پرسنل و وابستگان نظامی می‌پردازد و شورای آموزش عالی مسئول بیمارستان‌های دانشگاهی است. سبک ارائه خدمات بهداشتی درمانی در ترکیه مشابه سبک آمریکایی است، به‌طور مثال پزشکان این اختیار را دارند که هر دارویی را به هر مقداری تجویز کنند. البته مشروط به اینکه از داروی سوم به بعد، هزینه بیشتر از دریافت‌کننده دارو گرفته شود و پزشکان و گروه‌های ارائه‌دهنده خدمت در این خصوص محدودیتی ندارند، که این خود یک چالش در حوزه سلامت است.

نظام آموزشی این کشور به سمت مسیری تجربی و فعالیت دانشجویان پزشکی زیر نظر متخصصان اروپایی تغییر کرده است و نسلی قدرتمندتر در نظام پزشکی این کشور پرورش یافته است، نسلی که می‌تواند خود از تعلیم‌دهندگان نسل‌های بعدی باشد. هم‌زمان تلاش شده با احداث مراکزی ویژه، امکان ارتباط کادر خدمات درمانی بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی درمانی با بنیادهای بزرگ پژوهشی حفظ شود تا نظام پزشکی این کشور قادر به حفظ ارتباط خود با مراکز

کارگاه استراتژی گردشگری پزشکی آناتولی شمال شرقی اخیراً در ارزروم برگزار شد. رئیس شورای گردشگری پزشکی ترکیه در این نشست عنوان کرد: بر اساس آمار سازمان آمار ترکیه (TÜİK) ترکیه در ۱۵ سال اخیر در گردشگری پزشکی رشد سریعی داشته است به نحوی که از ۱۶۵ کشور جهان پذیرای ۸۹۰ هزار بیمار در بیمارستان‌ها تحت درمان در سال جاری هستند. وی افزود: تا پایان سال ۲۰۱۸ میلادی ۸,۵ میلیارد دلار درآمد از راه گردشگری سلامت کسب شده است. رئیس شورای گردشگری پزشکی به رتبه سوم ترکیه بعد از آمریکا و آلمان در گردشگری پزشکی اشاره کرده و عنوان کرد: در سال ۲۰۱۹ هدفمان پذیرایی از ۱ میلیون بیمار و رسیدن به درآمد ۱۰ میلیارد دلاری می‌باشد و هدف بعدی نیز رسیدن به سقف ۲ میلیون بیمار و ۲۰ میلیارد دلار درآمد در سال ۲۰۲۳ می‌باشد. گردشگران اغلب استانبول، آنتالیا و آنکارا را برای درمان ترجیح داده‌اند که ۹۲٪ این افراد بیمارستان‌های خصوصی و ۸٪ نیز بیمارستان‌های دولتی را ترجیح داده‌اند. گردشگران پزشکی سلامت علاوه بر جراحی‌های زیبایی و عمومی و زنان، رادیوتراپی، جراحی لیزری چشم، بیماری‌های



**ترکیه در ۱۵ سال اخیر در
گردشگری پزشکی رشد
سریعی داشته است به
نحوی که در سال جاری از
۱۶۵ کشور جهان پذیرای ۸۹۰
هزار بیمار در بیمارستان‌ها
تحت درمان هستند**

توریسم سلامت، وابسته به وزارت سلامت، خدمات ترجمه به صورت ۲۴ ساعته و در هفت روز هفته به زبان‌های عربی، انگلیسی، آلمانی و روسی از طریق تلفن ۱۱۲ در موارد اورژانسی، تلفن ۱۸۴ در خصوص شکایات و همچنین در بیمارستان‌ها نیز به بیماران بین‌المللی ارائه می‌گردد.

در ترکیه به جای ساخت بیمارستانی که در آن فقط پزشکان حرفه‌ای و مجرب خدمات درمانی ارائه کنند، یک مجموعه کامل درمانی ساخته شده است که کلیه خدمات درمانی را که در طول دوره درمان نظیر خدمات بهداشتی و توانبخشی، مراقبت و هتلینگ را ارائه می‌دهند.

ایجاد سایت‌های کلی معرفی خدمات درمانی ترکیه به دنیا به زبان‌های مختلف نظیر سایت "درمان در ترکیه" با این آدرس و سایت اتحادیه پذیرش بیماران خارجی IPSA و ایجاد سایت به زبان‌های گوناگون و به ویژه کشورهای هدف اولویت اصلی مراکز بین‌المللی پذیرش بیماران است. به عنوان مثال سایت مرکز بیمارستان آنادولو مدیکال سنتر به این آدرس و گروه بیمارستانی آجی بادم به این آدرس به زبان فارسی معرفی و در دسترس متقاضیان می‌باشد.

ایجاد واحد خدمات بین‌المللی در بیمارستان‌ها، واحد خدماتی کاملی است که به رفع نیازهای بیماران بین‌المللی در مدت اقامت در بیمارستان اختصاص داده شده است. یکی از مشاوران، بیمار را در طول کلیه مراحل در بیمارستان راهنمایی کرده، تمام جزئیات لازم را پیگیری نموده و تمرکز بر روی روند بهبود بیماری را برای بیمار و خانواده‌ی بیمار فراهم می‌کند. کارمندان مجرب بخش خدمات بین‌المللی وقت ملاقات، اقامت، حمل و نقل و جابجایی، خدمات ترجمه، امور ورود به بیمارستان و امور مالی همراه با تمام جزئیات را هماهنگ می‌نمایند. هماهنگی و همکاری با بیمارستان‌های مطرح دنیا نیز از اقدامات دیگری است که انجام می‌شود.

زمان انتظار در ترکیه برای انجام عمل بسیار پایین است. زمان انتظار برای جراحی زانو در یک کشور غربی ۱۸ ماه است، اما در ترکیه این زمان به دو هفته تقلیل می‌یابد.

در منطقه آناتولی شرقی و نزدیک مرزهای کشورهای بیمارستان‌های دولتی، دانشگاهی و تخصصی نظیر بیمارستان‌های تخصصی دهان و دندان وجود دارند. در این زمینه مراکز مطرح عبارتند از بیمارستان منطقه‌ای ارزروم، بیمارستان وان، بیمارستان دولتی آغری

پزشکی-پژوهشی بین‌المللی باشد. گردشگران سلامت، کشورهایی را که کیفیت برتر را با قیمت مناسب‌تری ارائه می‌کنند برمی‌گزینند. همچنین گردشگران سلامت و پزشکی به رعایت استانداردهای کمیسیون مشترک بین‌المللی (JCI) به طور ویژه دقت می‌کنند. ترکیه با ۴۸ بیمارستان دارای استاندارد و شرایط (JCI) در رتبه ششم جهان قرار دارد.

جذب مشتری از سهم سستی بازار گردشگری سلامت ایران از کشورهای آذربایجان و عراق یک از دستاوردهای سیاست جدید ترکیه در این زمینه می‌باشد که با احداث بیمارستان‌ها و مراکز تخصصی و فوق تخصصی در استانهای مرزی با کشورمان و همچنین مدت زمان انتظار پایین‌تر، ارائه خدمات بهتر و ارزوانتر محقق شده است.

سیستم مداوای بیماران بین‌المللی از قبیل نیاز به مترجم و نیازهای دیگر تامین شده است. ساختار سازمان



آشنایی با واقعیت افزوده و واقعیت مجازی

شباهت ها، تفاوت ها و کاربردها

تعامل برقرار می‌کند. به عبارت دیگر هنگامی که یک فرد هدست واقعیت مجازی (VR) را بر روی سر خود نصب می‌کند، محیطی را مشاهده می‌کند که بر اساس تغییر موقعیت بدنش تغییر می‌کند و ذهن انسان پس از مدتی می‌پذیرد که در یک محیط واقعی قرار گرفته است. یک محیط واقعیت مجازی در هدست واقعیت مجازی توسط اپلیکیشن‌های اختصاصی آن به وجود می‌آید. علاوه بر این با استفاده از گجت‌های دیگر می‌توان حواس دیگر را نیز تحت تأثیر قرارداد تا با ادغام احساسات مختلف تجربه کاملتری برای کاربر بوجود آورد. محتوای فناوری واقعیت مجازی (VR) می‌تواند به دو شکل محتوای ۳۶۰ درجه یا شبیه‌سازی باشد.

تفاوت فناوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی

همانطور که اشاره شده واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، هر دو مبتنی بر تصاویر ایجاد شده توسط کامپیوتر می‌باشند. باین‌حال وجه تمایز این دو در این است که در واقعیت مجازی (VR) کلیه عناصر درک شده توسط کاربر، ساخته شده توسط کامپیوتر هستند. اما در واقعیت افزوده (AR) بخشی از اطلاعاتی را که کاربر درک می‌کند، در دنیای واقعی وجود دارند و بخشی توسط کامپیوتر ساخته شده‌اند. با اینکه واقعیت مجازی (VR) نیازمند تجهیزات خاص خود می‌باشد، از واقعیت افزوده (AR) می‌توان با ابزارهای ساده‌تری مانند اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای قابل نصب بر روی تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند استفاده نمود که قابلیت افزودن امکانات واقعیت افزوده را دارند. با نصب این نرم‌افزارها، تصاویر توسط دوربین گوشی هوشمند و سایر سنسورها (مانند میکروفون، GPS و...) به عنوان ورودی دنیای واقعی به نرم‌افزار واقعیت افزوده داده می‌شود، سپس پردازش تصویر انجام شده و متناسب با آن، اطلاعات دیجیتالی که می‌تواند تصاویر، صدا و... باشد قابل استفاده می‌باشد. علاوه بر آن امکان مشاهده محتوای واقعیت افزوده از طریق هدست‌های AR مانند HoloLens نیز وجود دارد.



انسان توسط حواس خود دنیای اطرافش را درک می‌کند. ترکیب همزمان دنیای واقعی و تصاویر مجازی مفهوم واقعیت افزوده را شکل می‌دهد. در واقعیت افزوده (AR) ارزش اولیه واقعیت موجود حفظ شده و اطلاعات حساس آن توسط تولیدات کامپیوتری پوشش داده می‌شوند. بدین شکل یک نمای فیزیکی زنده، مستقیم یا غیرمستقیم به عناصر دنیای واقعی افراد اضافه می‌شود.

دسته بندی : واقعیت افزوده , واقعیت مجازی , شهر هوشمند

انسان توسط حواس خود دنیای اطرافش را درک می‌کند. ترکیب همزمان دنیای واقعی و تصاویر مجازی مفهوم واقعیت افزوده را شکل می‌دهد. در واقعیت افزوده (AR) ارزش اولیه واقعیت موجود حفظ شده و اطلاعات حساس آن توسط تولیدات کامپیوتری پوشش داده می‌شوند. بدین شکل یک نمای فیزیکی زنده، مستقیم یا غیرمستقیم به عناصر دنیای واقعی افراد اضافه می‌شود. عناصر پیرامون عمده‌تاً توسط سنسورها دریافت شده و توسط کامپیوتر پردازش می‌گردد. سپس تولیدات کامپیوتری با یک رابط تعاملی با عناصر محیطی آمیخته می‌گردد، به طوری که به صورت یک دنیای واقعی درک می‌شود. به موازات فناوری واقعیت افزوده (AR)، فناوری واقعیت مجازی (VR) وجود دارد. این فناوری با ایجاد یک محیط مجازی در جلوی چشمان کاربر و بر اساس حرکت سر و بدن آن محیط مجازی



انواع واقعیت افزوده در اپلیکیشن‌ها

عموماً واقعیت ارزش افزوده در اپلیکیشن‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

مبتنی بر الگو (Pattern Based): این اپلیکیشن‌ها معمولاً با شناسایی یک الگو توسط دوربین، محتوای دیجیتالی مرتبط با آن را در اختیار کاربر قرار می‌دهند. این الگو می‌تواند یک تصویر یا لوگو باشد. به عنوان مثال هنگامی که در هر کجا با گوشی خود آرم یک هتل را اسکن می‌کنید، می‌توانید از ظرفیت هتل، امکانات آن، منو غذا و لیست قیمت‌های آن مطلع شوید. این الگو می‌تواند یک تصویر باشد. کاربرد این فناوری در حوزه گردشگری در حال توسعه است. شما می‌توانید با مشاهده تصاویر یک بروشور توسط دوربین، از مکان دقیق، مسیرهای دسترسی و امکانات موجود در هر مسیر اطلاعات کافی کسب نموده و سایر تصاویر مقصد سفرتان را ببینید. مبتنی بر مکان (Location Based): در این فناوری واقعیت افزوده، مکان جغرافیایی کاربر با استفاده از GPS بدست آمده و محتوا بر اساس مکان جغرافیایی کاربر نمایش داده می‌شود. به عنوان مثال فرض کنید برای خرید خانه‌ای وارد منطقه‌ای می‌شوید و با قدم زدن در هر خیابان، موارد قابل فروش و امکانات هر کدام از خانه‌ها نمایش داده می‌شود.

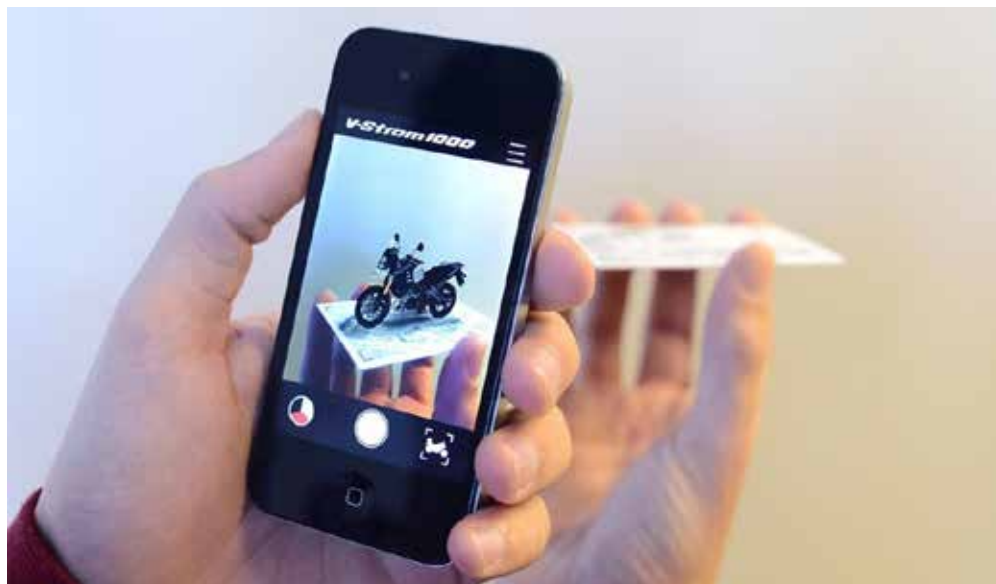
تجربه کند. این مسیر تا دهه ۹۰ میلادی به تدریج در حال توسعه و پیشرفت بود. در این زمان یکی از محققان شرکت بوئینگ برای نخستین بار واژه واقعیت افزوده را مطرح کرد. کاربردهای متنوع واقعیت افزوده در سال ۱۹۹۷ در حوزه‌های پزشکی، ساخت و تولید، فعالیت‌های مکانیکی و همچنین حوزه سرگرمی مورد توجه قرار گرفت و پس از آن استفاده از ترکیب تصاویر گرافیکی و دنیای واقعی روی تصاویر دوربین‌ها رایج گردید.



مبتنی بر بدن (Gesture Based): در این فناوری با دوربین‌های متعدد و حرکات مختلف بدن تشخیص داده شده و دستورات را دریافت می‌کند. کاربردهای واقعیت افزوده و واقعیت مجازی بسیار گسترده است. نخستین تلاش‌ها برای دستیابی به فناوری واقعیت افزوده در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی آغاز شد. مورتون هیلینگ را می‌توان پدر واقعیت افزوده دانست. او در سال ۱۹۶۲ میلادی اولین ایده این فناوری را با هدف اطلاع‌رسانی به افراد در شرایط خاص مطرح کرد. نخستین نمایشگر واقعیت افزوده یک ابزار پوشیدنی بود که روی سر قرار می‌گرفت و فرد می‌توانست تصاویر گرافیکی ایجاد شده توسط رایانه را

انواع روش‌های مشاهده محتوای واقعیت مجازی

محتوای فناوری واقعیت مجازی معمولاً به دو شکل قابل مشاهده است. در



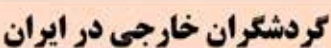
نسل‌های قدیمی‌تر هدست‌های واقعیت مجازی، مشاهده محتوا از طریق گوشی‌های هوشمند است که در مقابل هدست جای می‌گیرند. در این نوع مشاهده محتوا، امکان حرکت و تعامل با آنچه که مشاهده می‌شود وجود ندارد و تنها می‌توان محتوای از قبل آماده شده را مشاهده نمود. مزیت آن ارزان بودن هدست‌های مربوطه و تعداد بیشتر کاربران آن در سراسر دنیا است که این هدست‌ها را در اختیار دارند. در نوع پیشرفته‌تر مشاهده محتوای VR، از طریق هدست‌های حرفه‌ای واقعیت مجازی نظیر Oculus و play station است که محتوای مربوطه از طریق کامپیوترهایی با پیکربندی بالا پردازش و به کاربر نمایش داده می‌شود. در این شرایط، امکان تعامل کاربر با محتوای مشاهده شده از طریق سنسورها و کنترل‌رهایی که در اختیار اوست فراهم شده است و به عنوان مثال می‌تواند چراغی را روشن نموده یا درب را باز و بسته نماید. در این شرایط ممکن است سناریوهای مختلفی توسط کاربر طی بشود و تجربه‌ای

از قابلیت‌های AR/VR در حوزه شهر هوشمند استفاده بسیاری می‌گردد. این فناوری با بهبود تجسم المان‌ها، روند برنامه‌ریزی و توسعه شهری را از نقشه‌ها و ماکت‌ها، به تخیل و ابتکار و مقایسه سناریوهای مختلف در زمان کمتر و آگذاشته شده است. علاوه بر این، در مقایسه با سناریوهای مختلف برنامه‌ریزی شهری، تکنولوژی VR برای دقت در مسائلی که از چشم دور می‌ماند، استفاده می‌شود. بیشترین قابلیت AR/VR در آموزش است. در کلاس‌های آموزشی با این فناوری بهره‌وری زمانی افزایش یافته و با تجسم و تعامل کاربر با عناصر موجود و شبیه‌سازی شده، فرایند آموزش جذاب‌تر و ساده‌تر می‌گردد. این قابلیت‌ها موجب گردیده این فناوری در حوزه آموزش‌های تخصصی و خطرناک مانند حوزه نظامی و پزشکی توسعه یابد.

این فناوری در حوزه کسب و کار نیز نفوذ پیدا کرده است. شما می‌توانید با اپلیکیشن‌های AR/VR به راحتی بدون اینکه به فروشگاه بروید، لباس‌های مختلف را امتحان کنید، تغییر دکور خانه را تغییر دهید یا در خانه‌ای که هنوز ساخته نشده قدم بزنید. فروشگاه‌ها نیز با این فناوری در فضای بسیار کمتر می‌توانند محصولات خود را ارائه نمایند. در حوزه بازاریابی و تبلیغات این فناوری با ایجاد محیط متفاوت می‌تواند تجربه فراموش نشدنی برای مشتریان بالقوه خود خلق نماید.

اکنون این فناوری در حال توسعه در حوزه پزشکی، درمان بیماری‌های روانشناسی (وحشت، اضطراب، اختلالات عصبی و...)، در کشاورزی (کنترل رشد گیاهان، نظارت بر تجهیزات و...)، گردشگری و سایر حوزه‌های مختلف است.

این فناوری با ایجاد تجربه متفاوتی از مسیر گذشته، نوید آینده‌ای هوشمند را برای انسان‌ها می‌دهد.



چگونه کابینت آشپزخانه خود را سفارش دهیم

کابینت‌های معمولی

اندازه و شکل این کابینت‌ها مطابق استانداردهای متداول است. چون ابعاد قطعات این نوع کابینت، استاندارد است و تقریباً به صورت پیش ساخته وجود دارند، معمولاً اگر سفارشی از این نوع، به کارگاهی برسد، همان روز و یا حداکثر ظرف چند روز نصاب می تواند آن را برای مشتری نصب کند. ابعاد و اندازه‌ها و همچنین شکل و حالت این نوع کابینت کاملاً محدود است؛ ولی نقطه قوت این نوع کابینت‌ها در قیمت رقابتی آن‌هاست که برای همه مناسب است.

کابینت‌های نیمه سفارشی

در این نوع کابینت‌ها، مشتری می تواند از بین دو گزینه‌ی اندازه و شکل، یکی را با توجه به بودجه و موقعیت آشپزخانه‌اش انتخاب کند. معمولاً این نوع کابینت را پس از آن که سفارش به کارگاه رسیده باشد می سازند و قطعات آن را به صورت از پیش ساخته آماده نمی کنند؛ از این رو، زمان آماده سازی این نوع کابینت بیشتر از کابینت‌های معمولی خواهد بود. وجود چند گزینه‌ی شکل و اندازه در این نوع کابینت‌ها باعث می شود مشتریان امکان انتخاب بیشتری داشته باشند؛ ولی از طرف دیگر، به دلیل اعمال نظر مشتریان در انتخاب شکل و اندازه‌ی دلخواه، قیمت بالاتری نیز دارند.

کابینت‌های سفارشی

این نوع کابینت‌ها، دست ساز بوده و تقریباً به هر شکل و حالتی که مشتری مایل باشد درمی آیند. یک گوشه یا فضای بدشکل با ابعاد نامتعارف در آشپزخانه‌ی شما ممکن است با کابینت‌های معمولی و نیمه سفارشی همخوانی نداشته باشد، ولی کابینت سازان سفارشی تقریباً با هر شکل و حالتی می توانند کار کنند و نقطه نظرات شما را برآورده کنند. البته از طرف دیگر باید گفت که این نوع کابینت‌ها گران ترین نیز می باشند؛ البته قیمت نهایی آن با توجه به اندازه، مواد مصرفی و گزینه‌های انتخابی، متغیر خواهد بود. زمان ارسال و نصب سفارش نیز با توجه به برنامه‌ی کاری کابینت ساز متفاوت خواهد بود.

ملحقات، لوازم جانبی و براق آلات در کابینت‌ها

همان طور که انتظار داریم، کابینت‌های سفارشی، دامنه‌ی گسترده‌ای از انواع ملحقات و لوازم جانبی را ارائه می دهند. ولی این بدان معنا نیست که





کابینت‌های معمولی، هیچ‌گونه لوازم جانبی ندارند، بلکه با نصب انواع قفسه، سینی، کشو و غیره به کابینت‌های معمولی می‌توان کارایی آن‌ها را تا حدود زیادی افزایش داد.

انتخاب پیشخوان آشپزخانه

وقتی تصمیم‌گیری بر روی نوع کابینت مناسب انجام شد باید پیشخوان نیز انتخاب کرد تا آشپزخانه تکمیل شود. جنس مصرفی و قیمت انواع پیشخوان‌ها متفاوت است و ممکن است حتی ترکیب‌بندی کلی آشپزخانه این لزوم را ایجاد کند که جنس پیشخوان از بیش از یک ماده ساخته شود.

چیدمان مبلمان در منزل با افکار حرکتی



یک اتاق خالی همانند یک صفحه کاغذ یا بوم سفید است که می‌تواند در آن منظره خوبی پدید بیاید و یا منظره چندان خوشی نداشته باشد و هنگامی که روش‌های مختلفی برای پر کردن آن وجود دارد، چطور باید بدانید که از کجا شروع کنید؟!

نقطه کانونی (مرکزی)

نقطه کانونی و مهم اتاق را شناسایی کنید، این نقطه می‌تواند شومینه، یک منظره، تلویزیون و ... باشد که باید برطبق آن بقیه مبلمان چیده شود. اگر قصد دارید در این اتاق تلویزیون تماشا کنید، فاصله مناسب بین دستگاه و جای نشستن باید سه برابر سایز صفحه‌نمایش باشد (به‌صورت اریب باید مقایسه و اندازه‌گیری شود)؛ بنابراین برای مثال اگر تلویزیون شما ۴۰ اینچی است باید ۱۲۰ اینچ (حدود سه متر) فاصله نشستن باشد.

اولویت

ابتدا اسباب بزرگ اتاق را در جای خود قرار دهید، مثلاً در اتاق نشیمن مبل و یا در اتاق خواب، تخت را باید اول از همه جا دهید. در اکثر موارد این قطعات باید نقطه کانونی اتاق باشد. صندلی‌ها نباید بیشتر از ۲ متر و نیم جدا از هم باشد تا مکالمه بین افراد سخت شود. نباید همه مبلمان را به دیوار تکیه دهید، مگر آنکه اتاقان خیلی کوچک باشد.

تقارن

چیدمان متقارن برای اتاق‌های رسمی بسیار خوب عمل می‌کند و چیدمان غیرمتقارن احساس غیررسمی‌تری به اتاق می‌دهد.

ترافیک

به جریان عبور و مرور در اتاق توجه کنید که معمولاً مسیر بین درها است. در صورت امکان این مسیر را با قطعات بزرگ مبلمان مسدود نکنید. اجازه دهید این مسیر حداقل بین نیم متر تا یک متر و ۲۰ سانتی‌متر عرض، خالی از هرگونه قطعات بزرگ مبلمان و تا ۶۰ سانتی‌متر عرض، خالی از قطعات کوچک‌تر باشد.

نحوه رنگ بندی آشپزخانه

رنگ های مدرن:



اگر وسایل آشپزخانه کوچک شما قدیمی است و می خواهید کم تر به چشم آیند، از رنگ های جدید استفاده کنید. رنگ های خاکستری و بنفش رنگ های مد روز هستند که جلوه خاصی به آشپزخانه می دهند البته در انتخاب رنگ وسایل آشپزخانه، کابینت ها و رنگ اصلی خانه را نیز در نظر بگیرید. از رنگ های جدیدی استفاده کنید که جلوه ای تازه و خاص به آشپزخانه قدیمی و کوچک

شما بدهند.

رنگ های روشن:

انتخاب رنگ های روشن برای این فضا بسیار مناسب است چون ظاهر شاد و تازه ای به آشپزخانه تنگ و کوچک شما می دهد. درعین حال انتخاب این رنگ ها نشان می دهد شما خود را محدود به رنگ سفید یا کرم نکرده اید.

رنگ آشپزخانه را با بزرگ ترین وسایل آشپزخانه هماهنگ کنید. مثلاً در صورتی که رنگ وسایل شما نقره ای است، برای تکرنگ بودن از خاکستری و برای ایجاد



تضاد از لیموئی روشن استفاده کنید.

رنگ های اشتها آور:

بر اساس مطالعات انجام شده رنگ ها اثر مستقیمی روی اشتها دارند. رنگ های گرم مانند زرد روشن، قرمز و نارنجی اشتها را افزایش درحالی که آبی و نیلی آن را کاهش می دهد.

رنگ قرمز باعث می شود افراد در آشپزخانه جمع شده، اشتهای آن ها برای خوردن غذا



بیش تر شود. برعکس آبی حضور افراد را برای خوردن غذا کم تر می کند.

رنگ های خنثی:

رنگ های خنثی، انتخاب هوشمندانه ای برای یک آشپزخانه کوچک است که در آن وسایل رنگی و متضاد زیادی وجود دارد. اگر مجموع وسایل و لوازم آشپزخانه شما در مدل های متفاوت و مربوط به دوره های مختلف است، رنگ های خنثی همه چیز را به هم مربوط و آشپزخانه کوچک و شلوغ شما را بزرگ تر و خلوت تر نشان می دهد.



ایده‌های خلاقانه و کم خرج

برای دکوراسیون و چیدمان

- تغییر کلی با خرید وسایل جدید مانند مبل، دکور، پرده و رنگ امکان پذیر است. اما اگر بودجه شما محدود است، با کمی خلاقیت می توانید به ظاهر جدید و مورد نظر خود بدون تحمل هزینه زیاد برسید.

استفاده دوباره

جلوه تازه به خانه دادن به معنی تعویض همه چیز و از نو خریدن همه وسایل نیست. استفاده مجدد از آن چه قبلاً داشته‌اید، باعث صرفه جویی در هزینه‌های شما می شود. در سایر اتاق‌ها، زیرزمین و انباری به دنبال وسایلی باشید که می توانید از آن‌ها مجدداً استفاده کنید. یک لایه رنگ و لکه گیری به شما امکان می دهد ظاهری جدید به اشیاء قدیمی بدهید. از نظر بعضی ها معاوضه برخی وسایل با یکدیگر نه تنها اشکال و هزینه ای ندارد، بلکه ایجاد تنوع می کند.

ایجاد مرکز توجه

به جای تغییر در همه جا، یک قسمت را که بیش تر مورد توجه است انتخاب و تغییر دکوراسیون دهید. اختصاص بودجه به یک قسمت و پرداختن به آن، باعث می شود کیفیت مواد مورد استفاده بالاتر رفته، بیش تر به چشم آید. مثلاً تغییر شومینه با کاشی جدید، رنگ کردن مجدد طاقچه آن، نصب مشعل تزئینی و قرار دادن یک اثر هنری جدید در بالای آن تمام توجه‌ها را به خود جلب می کند.

خودتان انجام دهید

تلفیق وسایل دکوری و انجام دکوراسیون توسط خود شما، باعث صرفه جویی در هزینه‌ها می شود. هزینه بوم و رنگ معمولاً ارزان تر از یک کار آماده به عنوان اثر هنری یا صنایع دستی است. درست کردن یک شید ساده برای آباژور با وسایلی مانند مهره، وسایل تزئینی و چسب؛ جلوه تازه ای به آن می دهد. اگر در کار چوب کمی مهارت داشته باشید، حتی می توانید خود تاج تخت خواب یا میز عسلی بسازید.

رنگ کنید

رنگ راه حل نسبتاً ارزانی برای تغییر یک اتاق است. چه کل اتاق را رنگ کنید یا یک دیوار را یا میز و صندلی؛ در واقع توانسته‌اید با یک قوطی رنگ جلوه تازه ای به آن‌ها بدهید. استفاده از پارچه، راه حل دیگری برای رنگ و آب دادن به یک اتاق با توجه به بودجه موجود است. این تفاوت می تواند در قالب پرده جدید یا کوسن های رنگی باشد.

برای دکوراسیون زیبا و جذاب محیط زندگی خود حتماً نیازی نیست از مبلمان گران قیمت استفاده نمایید.

توصیه می کنیم قبل از شروع خرید مبلمان و یا رنگ آمیزی منزل خود، سری به چند کتاب فروشی بزنید. با خرید کتب دکوراسیون و یا جستجویی در اینترنت ممکن است ایده های جالبی در مورد رنگ و نحوه چیدمان وسایل بگیرید.

استفاده از وسایل قدیمی

- گاهی می توانید از وسایل و مبلمان قدیمی برای منزل خود استفاده نمایید. وسایل و اشیایی که ممکن است در زیرزمین منزل شما بدون استفاده افتاده باشند یا بعضی از آن‌ها را بتوانید از مکان هایی نظیر جمع‌بازار تهیه کنید.

رنگ

- رنگ آمیزی و تغییر رنگ لوازم، ارزان ترین روش ممکن برای ایجاد تنوع در دکوراسیون می باشد. ضمن اینکه خود شما هم می توانید آن را انجام دهید. - نقشه ها و عکس های قدیمی را در صورتی که قابی مناسب برای آن‌ها پیدا کنید از بهترین و ارزان ترین وسایل تزئینی دیوارها می باشند.

هدایای گنجه

- هدایایی را که دوستان و اقوام به عنوان هدیه منزل جدید برای شما می آورند، لزوماً در کمد و گنجه نگذارید. می توانید از آن‌ها در نقاط مختلف منزل جهت دکوراسیون استفاده نمایید.



تراشگاه و فروشگاه فیروزه نیشابور

فیروزه نیشابور، عقیق یمن، سنگهای زینتی معدنی



عبدالصمد رحیمی مقدم و پسران

مشهد: میدان بیت المقدس - بازار رضا - بازار اول - طبقه دوم - پلاک ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
تلفن: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ عبدالصمد رحیمی: ۰۵۱۲ ۲۸۱۹
نمابر: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶

مشهد: ساحه البيت المقدس - سوق الرضا، سوق الاول، طابق الثاني، الرقم ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
الهاتف: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ +۹۸۹۱۵۵۱۲۲۸۱۹
الفاکس: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶ +۹۸۳۳۶۶۳۲۴۶

No.2/694&2/792, 2 nd flour 1, 1 st Market, Bazar Reza,
Beyt - AL - Moghaddas Round, Mashhad, iran
Tel: +9851-33648951 Fax: + 9851-33663246
Mobail: +989153140532 +989155122819



تولید و عرضه انواع انگشتر های عقیق یمانی . فیروزه نیشابوری . در نجف

فروشگاه فیروزه چی

آدرس : مشهد مقدس - بازار امام رضا (ع) - بازار اول - طبقه دوم - پلاک ۲/۷۹۵

تلفن : ۳۳۶۶۳۲۹۷ - ۵۱۰ فکس : ۳۳۶۶۳۲۹۵

فیروزه چی : ۰۹۱۵۵۱۱۲۷۱۰ برومند : ۰۹۱۵۱۰۰۰۷۵۱