

علاوه بر چالش های خدماتی و اقامتی، تحولات منطقه ای سبب کاهش تعداد گردشگران سلامت مشهد شده است

گردشگری سلامت زخم خورده از ۳ بحران

غلامی- رافع

گزارش روز

مشهد سال هاست در زمره قطب های گردشگری سلامت کشور و حتی منطقه به شمار می آید؛ ترکیب گردشگری سلامت با زیارت، فرصت بی بدیلی برای این شهر فراهم کرده است و علاوه بر زائران داخلی، سالانه میزبان زائران خارجی نیز باشد، اما تازه ترین آمارها از کاهش ۹ درصدی بیماران خارجی در سال ۱۴۰۴ حکایت دارد؛ سال گذشته مشهد، میزبان بیش از ۸۵ هزار بیمار خارجی بود، در حالی که در سال ۱۴۰۳ بیش از ۹۳ هزار بیمار خارجی برای درمان به این شهر آمدند. آنچه این افت را از نوسانات معمول بازار متمایز می کند، پیوند آن با تحولات اخیر منطقه ای، اختلال در برخی مسیرهای ارتباطی و جنگ تحمیلی آمریکا و اسرائیل علیه کشورمان است، با این حال جنگ و بحران، تنها بخشی از تصویر هستند. مشهد حتی پیش از این نیز با چالش های ساختاری ای مثل واسطه های غیررسمی، نبود زنجیره یکپارچه خدمات بیمار محور و اقامتگاه هایی که برای زائر طراحی شده اند ته یک بیمار در حال درمان، دست به گریبان بود. حالا باید دید در روزگاری که آمد و شد بین المللی سخت تر از همیشه شده است، مشهد چقدر می تواند چالش های ساختاری پیشین را برطرف و برند منطقه ای خود را تقویت کند.

از واسطه های غیررسمی تا نبود زنجیره یکپارچه خدمات

به مشهد سفر می کنند و این ظرفیت، می تواند در توسعه اقتصادی و ارتقای جایگاه بین المللی شهر نقش آفرین باشد. او بر این باور است که در واقع، مشهد در این حوزه از یک مزیت چندلایه برخوردار است؛ دسترسی به خدمات درمانی تخصصی، حضور پزشکان شناخته شده، وجود زیرساخت اقامتی گسترده، پیوند عاطفی و مذهبی زائران خارجی با شهر و سابقه طولانی در میزبانی از مسافران بین المللی، با این حال همین ظرفیت بزرگ، بدون برنامه ریزی منسجم، ممکن است از یک فرصت توسعه ای به مزیتی نیمه فعال تبدیل شود.

● تهدیدی به نام واسطه های غیررسمی یکی از چالش های جدی که در سال های اخیر بارها فعالان این بخش مطرح کرده اند، فعالیت واسطه ها و دلالان غیررسمی است. این پدیده نه تنها ساختار خدمات را غیرشفاف می کند، بلکه می تواند مستقیماً بر اعتماد بیمار، هزینه درمان و اعتبار بین المللی مقصد، اثر منفی بگذارد. سرپرست اداره گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد در این باره می گوید: برخی افراد بدون برخورداری از تخصص لازم، بیماران را به مراکز درمانی خاص هدایت می کنند؛ موضوعی که در برخی مواقع به افزایش هزینه ها و کاهش اعتماد بیماران، منجر می شود.

اهمیت موضوع، زمانی بیشتر روشن می شود که بدانیم در گردشگری سلامت، بیمار پیش از ورود به کشور مقصد، تصویر ذهنی خود را برپایه اعتماد می سازد. اگر این زنجیره از ابتدا با تبلیغات غیررسمی، قیمت گذاری مبهم یا وعده های غیرواقعی بنیان گذاری شود، حتی در صورت ارائه درمان مناسب، می تواند تجربه کلی بیمار

در سال ۱۴۰۳ تعداد گردشگران سلامت مشهد، ۹۳ هزار و ۷۸۹ نفر بوده اما این رقم در سال گذشته، به ۸۵ هزار و ۱۸۷ نفر رسیده است. «این آمار را دکتر مصطفی امیرکاظمی، سرپرست اداره گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد، در گفت و گو با شهرآر، اعلام می کند تا از کاهش ۸ هزار و ۶۰۲ نفری گردشگران سلامت مشهد خبر دهد. به عبارت دیگر، شمار گردشگران سلامت مشهد در سال گذشته حدود ۹ درصد نسبت به سال ۱۴۰۳ کاهش یافته است. همچنین به گفته او، ۱۲/۷ هزار میلیارد تومان درآمد از گردشگری سلامت مشهد در سال گذشته، ثبت شده است؛ اگرچه اطلاعات تجمیعی از درآمد این بخش در سال ۱۴۰۳ در دست نیست، اما دکتر داوود خوش شکر، مدیر سابق گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد، در اسفند ۱۴۰۳ میزان درآمد ثبت شده این بخش در بازه زمانی ۹ ماهه را ۱۱/۸ همت اعلام کرده بود؛ حالا با یک حساب و کتاب ساده و با محاسبه میانگین درآمد ماهانه، می توان مجموع درآمد سال ۱۴۰۳ را حدود ۱۵/۷ همت تخمین زد و با مقایسه این رقم با درآمد ۱۲/۷ همتی پارسل، این طور نتیجه گرفت که درآمد گردشگری مشهد نیز حدود ۱۹ درصد کاهش یافته است.

آنچه مشهد را از بسیاری از شهرهای رقیب متمایز می کند، صرفاً وجود بیمارستان ها و پزشکان متخصص نیست. ترکیب درمان و زیارت، یک مزیت رقابتی جدی برای این شهر است؛ مزیتی که برای بسیاری از بیماران خارجی، به ویژه از عراق، افغانستان، پاکستان و برخی کشورهای حاشیه خلیج فارس، جذابیت مضاعف ایجاد می کند. امیرکاظمی در این باره بیان می کند: سالانه بیماران زیادی از کشورهای همسایه برای دریافت خدمات درمانی

کم توجهی به نیازهای اقامتی گردشگران سلامت

بین المللی است. به گفته کارشناس اداره گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد، ظرفیت های علمی و پزشکی این شهر هنوز آن گونه که باید، در بازارهای هدف معرفی نشده و لازم است بازاریابی دیجیتال و حضور مؤثر در فضای بین الملل، با برنامه ریزی دقیق تری دنبال شود. این ضعف، در شرایطی اهمیت بیشتری پیدا می کند که بدانیم رقابت در حوزه گردشگری سلامت، دیگر فقط برپایه کیفیت درمان نیست، بلکه روایت سازی حرفه ای، برندینگ شهری، تبلیغات هدفمند، حضور در پلتفرم های بین المللی، تولید محتوای چندزبانه و ارتباط فعال با بازارهای هدف، بخش مهمی از این رقابت را تشکیل می دهد. از سوی دیگر، متولیان این حوزه باید از فرصت جنگ برای بهبود زیرساخت ها استفاده، و برند مشهد را در حوزه گردشگری سلامت حفظ کنند.

او تأکید می کند: بیماران گردشگری سلامت، نیازهایی متفاوت از زائران عادی دارند و لازم است مراکز اقامتی و هتل ها، خدمات تخصصی تری متناسب با این نیازها ارائه بدهند. به بیان روشن تر، توسعه گردشگری سلامت در مشهد، بدون اقامتگاه های بیمار محور، کامل نخواهد شد؛ این یعنی اتاق های مناسب برای بیمار و همراه، دسترسی سریع به مراکز درمانی، امکان ارائه غذای رژیمی، خدمات پرستاری یا پشتیبانی اولیه، حضور مترجم یا راهنمای مسلط و تسهیلات جابه جایی برای بیماران کم توان.

● بازاریابی ناکافی در بازارهای بین المللی با وجود مزیت های درمانی و تخصصی، یکی از ضعف های جدی مشهد در این حوزه، بازاریابی ناکافی در بازارهای

سیده مریم هاشمی، کارشناس اداره گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد، نیز در صحبت هایش بر تأثیر تحولات اخیر منطقه و اختلال در برخی بسترهای ارتباطی بین المللی بر روند جذب بیماران خارجی، مهر تأیید می زند و تأکید می کند که این مسائل، بخشی از برنامه ریزی ها و توسعه این صنعت را باکندی مواجه کرده است. او گذری هم بر چالش های ساختاری و پیشین مشهد می زند و می گوید: یکی دیگر از چالش های کمتر دیده شده، فاصله میان زیرساخت اقامتی عمومی و نیازهای اختصاصی بیماران سلامت محور است. بسیاری از هتل ها و مراکز اقامتی مشهد برای میزبانی زائران طراحی شده اند، نه لزوماً برای بیمارانی که به مراقبت ویژه، همراه، رژیم غذایی خاص، استراحت درمانی یا دسترسی آسان به مراکز درمانی نیاز دارند.

راهکارهای عبور از وضعیت موجود

به گفته هاشمی، تحلیل وضعیت موجود، نشان می دهد که عبور از چالش های فعلی، نیازمند مجموعه ای از راهکارهای هم زمان و هماهنگ است که عبارتند از:



تقویت ذخایر راهبردی دارو و تجهیزات

در شرایط بحران منطقه ای، باید برای تأمین پایدار داروها و تجهیزات حساس، برنامه ویژه ای وجود داشته باشد تا گرانی بیماران و مراکز درمانی درباره وقفه در درمان به حداقل برسد.



مقابله با واسطه های غیرمجاز

باید با سامان دهی جدی شرکت ها، دفاتر و افراد فعال در این حوزه، مسیرهای غیررسمی، حذف و تنها کانال های مجاز و شفاف به بیماران معرفی شود.



تشکیل پنجره واحد گردشگری سلامت

ایجاد یک سامانه متمرکز و رسمی برای پذیرش، ارجاع، هماهنگی درمان، اقامت، حمل و نقل، ترجمه و پیگیری پس از درمان که سردرگمی بیماران خارجی را کاهش دهد.



طراحی بسته هایی برای اعتمادسازی

بیمار خارجی باید پیش از سفر بدانند چه خدمتی، با چه هزینه ای و در چه بازه زمانی، دریافت خواهد کرد. بسته های شفاف و استاندارد، می تواند اعتماد بازار را افزایش بدهد.



بازاریابی حرفه ای و چندزبانه

تولید محتوای تخصصی به زبان های عربی، اردو و انگلیسی، حضور در پلتفرم های بین المللی، همکاری با نمایندگان رسمی و معرفی توانمندی های واقعی مشهد، از الزامات توسعه این بازار است.



توسعه مراکز اقامتی سلامت محور

هتل ها و اقامتگاه های منتخب باید به صورت تخصصی برای میزبانی از بیماران خارجی، استانداردسازی شوند و خدمات متناسب با نیازهای درمانی ارائه دهند.



مدیریت بحران و تداوم خدمت در شرایط ناپایدار

یکی از درس های تحولات اخیر، این است که گردشگری سلامت بدون برنامه مدیریت بحران، آسیب پذیر است. تدوین سناریوهای جایگزین برای حمل و نقل، ارتباطات، تأمین اقلام درمانی و اطلاع رسانی به بیماران، ضروری است.

آمار کل گردشگران سلامت مشهد

۹،۲ درصد: کاهش تعداد گردشگران سال ۱۴۰۴ نسبت به ۱۴۰۳

۹۳۷۸۹
نفر
سال ۱۴۰۳

درآمد ۱۵/۷ همت

۸۵۱۸۷
نفر
سال ۱۴۰۴

درآمد ۱۲/۷ همت

