**الهام علمی دوست**
**روان‌شناس بالینی**

# عمل زیبایی، تحت تأثیر فشار اجتماعی

برای بررسی عمل‌های جراحی زیبایی از منظر روان‌شناسی چند نکته مهم وجود دارد. در گذشته انجام این عمل‌ها نادر و با خطر زیادی همراه بود، هزینه عمل برای بیشتر افراد خیلی بالا بود و نتیجه نهایی ممکن بود چندان رضایت‌بخش نباشد؛ به این دلایل کسی که مشتاق تغییر چهره و بدن خود بود و این خطرات و هزینه را می‌پذیرفت، امکان داشت به لحاظ روان‌شناختی برچسب بخورد یا مورد قضاوت جامعه قرار بگیرد؛ زیرا یکی از معیارهای رفتار غیرطبیعی همین نادربودن و احتمال آسیب‌رساندن به فرد یا دیگران است. اما در یکی، دو دهه اخیر با پیشرفت پزشکی و فنون جراحی پلاستیک و همچنین متبحرشدن جراحان، انجام عمل‌های زیبایی بسیار کم‌خطر و کم‌عارضه، ارزان‌تر، رضایت‌بخش‌تر و در نتیجه رایج‌تر شده است. انواع عمل‌های زیبایی تحت تأثیر جغرافیا متفاوت است؛ زیرا فرم کلی چهره و بدن افراد در نقاط مختلف دنیا به خاطر ژنتیک با یکدیگر فرق می‌کند.

برای مثال، تعداد کسانی که بینی بزرگ‌تر از حد طبیعی دارند در خاورمیانه بیشتر از اروپاست و بدیهی به نظر می‌رسد که افراد بیشتری هم برای اصلاح فرم صورت خود به این عمل‌ها روی می‌آورند. هرچه تعداد افرادی که عمل زیبایی انجام می‌دهند، افزایش می‌یابد، سایر کسانی که به ظن خود بینی یا چهره نامتناسبی دارند و هنوز کاری در این مورد نکرده‌اند، نیاز درونی یا فشار اجتماعی بیشتری برای انجام عمل زیبایی خواهند داشت و این سیکل همچنان ادامه می‌یابد.

بنابراین در حال حاضر عمل زیبایی برای فردی که نقص یا عدم تناسب حتی جزئی دارد و مایل به اصلاح و بهبود چهره و بدن خود است از دیدگاه روان‌شناسی طبیعی تلقی می‌شود و جزئی از سبک زندگی اکثریت جامعه شده است؛ خواه رینوپلاستی باشد یا پیکرتراشی یا کاشت مو.

در واقع از دید روان‌شناسی داشتن رضایت از چهره و بدن از مؤلفه‌های عزت نفس و اعتمادبه‌نفس است و تأثیر مثبتی بر روان و در نهایت رفتار فرد خواهد داشت. اما جراحی زیبایی وقتی به دفعات زیاد و نه در جهت اصلاح نقص و نازیبایی، بلکه در راستای تغییر شکل کامل و حتی به بهای زشت و تصنعی‌شدن چهره فرد باشد، نشانه مشکلات روان‌شناختی است که بسته به سایر نشانه‌ها و پس از بررسی‌های تخصصی روان‌شناختی می‌توان نوع و ریشه مشکل فرد را شناسایی و برای بهبود وی برنامه‌ریزی کرد. برای مثال، افرادی که در بینی، پلک، گونه، لب، ابرو و... تغییرات زیادی ایجاد کرده‌اند و پس از صرف هزینه‌های گزاف و تحمل درد و خطر جراحی‌های متعدد در نهایت به چهره‌ای نامأنوس و نازیبا رسیده‌اند، احتمالا نارضایتی‌های عمیق و بنیادی از خود و زندگی دارند و با تغییر در ظاهر به دنبال کسب هویتی جدید و سبک متفاوتی از زندگی هستند. اما کسانی که با جراحی فقط یکی، دو نقص را در جهت داشتن چهره‌ای طبیعی‌تر و زیباتر انجام داده‌اند، معمولا مشکل روان‌شناختی نداشته یا دستکم این عمل‌ها دال بر اختلال در حوزه روان نیست.

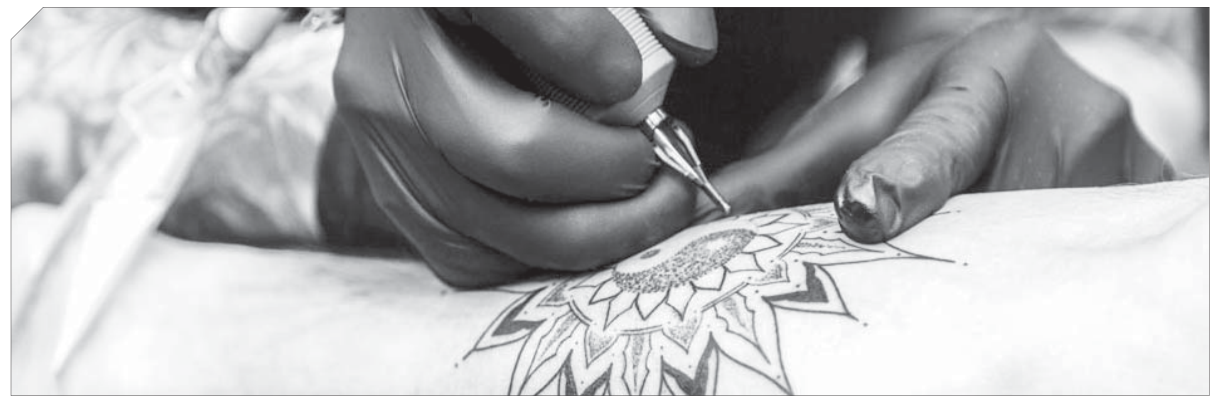
گردشگری سلامت با شناخت نیاز جدید مردم برای زیبایی و توازن توانسته فرصتی برای ارزآوری و رونق اقتصادی البته فقط در قشر خاصی از جامعه ایجاد کند. اما متأسفانه از آنجا که تعداد پزشکان و مراکز مرتبط ازجمله رادیولوژی، سونوگرافی، آزمایشگاه و... محدود است، هزینه بیشتری که توریست‌ها می‌پردازند، باعث می‌شود سودجویی برخی مراکز و متخصصان بر تعهد اخلاقی آنها چیره شود و از خدمت به هم‌وطنان خود سر باز زنند یا با همشهری و هم‌میهن خود مانند شهروند درجه‌دو برخورد کنند که این تبعیض به نوبه خود آسیب روانی، دلسردی و نارضایتی از کادر درمانی مربوطه را ایجاد می‌کند و باعث سرخوردگی، کاهش اعتمادبه‌نفس و عزت نفس در شهروندان یک جامعه خواهد شد و از این جهت می‌تواند سلامت روان مردم را تهدید کند.

اینکه شاهد باشیم چطور پزشکان و پاراکلینیسین‌هایی که اغلب با مالیات و بیت‌المال مردم کشورشان در دانشگاه به رایگان تحصیل کرده‌اند، اولویت اول خود را درمان و رسیدگی به توریست‌هایی که ویزیت را به دلار می‌پردازند قرار داده‌اند و با بی‌حوصلگی و نگاهی تحقیرآمیز به شهروندان شریف ایران که به زحمت از پس هزینه‌های درمانی برمی‌آیند نگاه می‌کنند، دردناک و تأسف‌بار است و باید تدابیر لازم برای کنترل و نظارت بر اماکن درمانی وجود داشته باشد تا توریسم‌درمانی، درد بیماران خودی را افزون نکند.

---

**احمدرضا اصغرپور ماسوله**
**استادیار جامعه‌شناسی در دانشگاه فردوسی مشهد**

# مداخله در بدن را نمی‌توان مذمت کرد



درباره تمایل مردان و زنان به جراحی‌های زیبایی چند نکته می‌توان گفت؛ اول اینکه سابقه مداخله در بدن به شکل‌های گوناگون به قدمت حیات اجتماعی بشر است. در دوران زندگی قبایلی که شکل‌های محدودی از آن هنوز برجا مانده، انواع رنگ‌کردن بدن یا تغییر شکل آن وجود داشته است. در برخی قبایل شرق آفریقا با این باور که گردن بلند زیباست سال‌ها وقت صرف می‌کردند تا با نصب حلقه‌هایی در گردن خود طول آن را افزایش دهند. در چین باستان هم باور داشتند پای کوچک زیبنده زنان است به همین خاطر کفش‌های چوبی می‌پوشیدند و درد زیادی را تحمل می‌کردند تا پایشان رشد نکند. این امر به شکل‌های گوناگون در عموم جوامع وجود داشته است. پس تمایل به مداخله در بدن و تحمل درد و رنج برای آن اصلا امری جدید و تازه نیست. نکته دوم اینکه پیشرفت‌های صورت‌گرفته در پزشکی امکان مداخلات جدیدی را فراهم کرده است که قبلا امکان‌پذیر نبود. مداخلات در بدن را در دو گروه پزشکی و آرایشی می‌توان جای داد. هردوی اینها اکنون صنعت بزرگی هستند و شرکت‌های چندملیتی در آنها مشغول هستند. چنین صنایع بزرگی در جهان سرمایه‌داری همواره با نوآوری خود را به‌روز می‌کنند. این نوآوری‌ها افراد را بیش از پیش جلب کرده و با تبلیغات آنها را جذب می‌کند. نکته سوم اینکه صنعت تفریحات به‌ویژه در کشورهای سرمایه‌داری نقش هنجارفرست را در جهان امروز دارند، ظاهر صورت و بدن بازیگران زن و مرد در هالیوود اغلب معیارهای زیبایی تلقی می‌شوند و مردم در جوامع مختلف سعی در شبیه‌شدن به آنها دارند. نکته چهارم اینکه مداخله در بدن از ابتدا هم تنها به زنان اختصاص نداشته است. خالکوبی یا رنگ‌کردن ریش مردان در ایران سابقه طولانی دارد. البته عموما زنان بیشتر از مردان دغدغه زیبایی و ظرافت ظاهر داشته‌اند. در دوران ما جهت‌گیری عمومی هنجارها به سمت مساوی‌شمردن مردان و زنان بوده و فردگرایی هم به این امر دامن زده است. نکته آخر اینکه تمایل به مداخله در بدن را نمی‌توان به‌طورکلی مذمت کرد، چراکه به درجاتی همه آحاد جامعه ظاهر بدن خود را مدیریت می‌کنند و شکل می‌دهند. اما مداخلات افراطی که سلامت را به خطر می‌اندازد یا فشار اقتصادی فراوان به افراد وارد می‌کند، می‌توان نادرست خواند.

---

### «شرق» وضعیت کلینیک‌های زیبایی و نقش پررنگ واسطه‌ها در قطب گردشگری سلامت را بررسی می‌کند

# مشهد؛ شهر رؤیایی برای عمل‌های زیبایی

**مهسا کسنوی: همه ما با شنیدن اسم «مشهد» به یاد زیارت امام هشتم می‌افتیم. اما این شهر توریستی مثل تمام شهرهای زیارتی در سراسر جهان، قابلیت‌های گردشگری دیگری هم دارد. کشورهای همسایه و عرب‌زبان، مشهد را به‌عنوان اولین مقصد خود برای کارهای درمانی و علی‌الخصوص عمل‌های زیبایی انتخاب می‌کنند. استفاده از این قابلیت در روزهایی که اپیدمی کرونا، صنعت گردشگری دنیا را فلج کرده است، می‌تواند مرهمی بر زخم اقتصادی کشور باشد. اوضاع گردشگری سلامت در شهری که در طول سال‌های متمادی میزبان بیشترین گردشگران سلامت بوده، چگونه است؟**

### کلینیک اول، مراجعان عرب‌زبان موج می‌زنند

فقط پنج دقیقه حضور در پارکینگ بزرگ جلوی محوطه کافی است تا با شمار درخور توجهی از مردانی با سرهای باندپیچی‌شده و زنانی با بینی‌های گچ‌گرفته مواجه شوید. پارکینگی که ماشین‌های مدل‌بالا یکی پس از دیگری در آن توقف می‌کنند و افرادی که از آنها پیاده می‌شوند، با زبان عربی با هم سخن می‌گویند. در اینجا احساس می‌کنید در ایران نیستید و در یکی از کشورهای عرب‌زبان ایستاده‌اید. اما اینجا پارکینگ یکی از کلینیک‌های زیبایی در مشهد است که به صورت تخصصی با توریست‌های عرب‌زبان کار می‌کند. از در که داخل می‌شوید، احساس ورود به یک هتل را خواهید داشت. یک خانم که به زبان عربی مسلط است، در همان ابتدا منتظر گردشگران است تا آنها را راهنمایی کند. اگرچه هرکسی که به اینجا می‌آید، تنها نیست و یک لیدر همراه خودش دارد که مثل عقاب مواظب مشتری‌اش است.

### اوضاع به قبل کرونا برگشته است

کمی آن‌طرف‌تر یک کافی‌شاپ وجود دارد و چند مرد جوان به صورت نصف فارسی و نصف عربی با هم در حال صحبت‌کردن هستند و می‌گویند: «خدا را شکر اوضاع دارد به حالت قبل از کرونا برمی‌گردد و سفرها زیاد شده، در نتیجه توریست‌های عرب‌زبان هم زیاد شده‌اند». باریستا در حال میکس‌کردن نوشیدنی‌هایی است که یک مرد و زن عرب سفارش داده‌اند. آسانسور می‌رسد و مجبور می‌شوم به قسمت اصلی کلینیک در طبقه بالا بروم.

### از کاشت مو تا پیکرتراشی

در آسانسور دو نفر از کارکنان کلینیک سخت مشغول صحبت هستند. وارد بحثشان می‌شوم و از آنها درباره اوضاع کلینیک و میزان مشتری‌های عرب‌زبانی که دارند، می‌پرسم. یکی از آنها می‌گوید: «اینجا بیشتر مشتری‌هایمان، چیزی حدود ۸۰ درصد، شهروندان عرب‌زبان هستند. البته کلینیک ما به صورت تخصصی با عرب‌ها کار می‌کند و بقیه کلینیک‌ها اینجوری نیستند. بیشتر مشتری‌های ما از عراق و کویت می‌آیند. اغلب مردها برای کاشت مو و زن‌ها برای عمل‌های زیبایی بدن مثل پیکرتراشی، لیپوماتیک، ابدومینوپلاستی، لابیاپلاستی و عمل بینی مراجعه می‌کنند. البته تزریق ژل و فیلر و بوتاکس و لیفت صورت و شقیقه و کاشت ابرو هم از کارهایی است که برای دست‌گرمی انجام می‌شود. توریست‌ها معمولا به دنبال انجام کارهایی هستند که ماندگاری بیشتری دارد و لازم نیست برای تمدید آن شش ماه دیگر برگردند».

### در هر بار مراجعه ۱۰۰ تا ۳۰۰۰ دلار

حالا که به خاطر سفر آسانسوری‌مان کمی رفیق شده‌ایم، از آنها می‌پرسم: «معمولا هر گردشگر عرب در هر بار حضورش در کلینیک چقدر هزینه می‌کند؟» دختر ابرویی بالا می‌اندازد، به رفیقش نگاه می‌کند و می‌گوید: «حداقل یک ورق. اما تا ۳۰ ورق هم می‌شه». دوستش که متوجه سردرگمی‌ام شده، لبخند ریزی می‌زند و می‌گوید: «ما به هر صد دلاری می‌گوییم یک ورق». با این حساب، در هر بار مراجعه یک توریست عرب بین صد تا سه هزار دلار پرداخت می‌کند که رقمی بین سه تا ۹۰ میلیون تومان است.

### اینجا کسی پاسخ‌گو نیست

از قسمت پذیرش کلینیک می‌خواهم که مرا به مدیریت معرفی کند تا درباره لیدرها و مراجعین خارجی صحبتی داشته باشیم. سرانجام بعد از یک هفته انتظار، در حالی که می‌خواهند سؤالات قبل از جلسه حضوری برایشان ارسال شود، این‌گونه پاسخ می‌دهند: «سؤالات شما را بررسی کردم، این سؤالات دردی از جامعه دوا نمی‌کند. من حاضرم با شما مصاحبه کنم به شرطی که سؤالاتی که خودم مطرح می‌کنم، از من پرسیده شود». این آقای مدیر پس از شنیدن پاسخ منفی مبنی بر طرح سؤالات پیشنهادی توسط وی، از پاسخ به سؤالات امتناع کرد و گفت: «با مسئولان صحبت کنید خانم، من حرفی ندارم».

### کلینیک دوم، پای سخن گردشگر سلامت و مترجم‌ها

کلینیک زیبایی دیگری را در یکی از خیابان‌های بالاشهر مشهد انتخاب می‌کنم. این کلینیک جزء قدیمی‌ترین مراکز زیبایی مشهد است و از اولین کلینیک‌هایی است که با توریست‌ها شروع به کار کرده. در سالن انتظار، تقریبا تعداد مراجعین عرب‌زبان نصف شده و بقیه ایرانی هستند. با کمک یک مترجم، با مرد توریست عرب‌زبان وارد صحبت می‌شوم و از او درباره نحوه آشنایی‌اش با این مرکز می‌پرسم. او پاسخ می‌دهد: «۳۶ سالم است، عراقی هستم و برای کاشت مو به این کلینیک آمده‌ام. دوستم قبلا به مشهد آمده بود و مو کاشته بود و وقتی از او خواستم که من را هم راهنمایی کند، شماره مردی را که در ایران این مرکز را به او معرفی کرده بود، داد. من از طریق واتس‌اپ با این آقا (لیدر) تماس گرفتم و بعد به مشهد آمدم». از او می‌پرسم چرا ایران و مشهد را برای این کار انتخاب کرده است؟ او پاسخ می‌دهد: «مشهد را انتخاب کردم چون پزشک‌های خوبی دارد، دکترهای ایرانی بسیار ماهر هستند. شاید هزینه‌ها با کشور خودمان یکی باشد یا حتی اندکی بالاتر، اما تبحر پزشکان ایرانی قطعا بسیار بیشتر است».

### هم زیارت است، هم سیاحت

زینب دختر ۲۹ساله عراقی و عرب‌زبانی است که کنارمان نشسته، او برای انجام ابدومینوپلاستی یا جراحی لاغری به ایران آمده است. او می‌گوید که تعداد مردان و زنانی که در کشورش به دنبال کارهای زیبایی هستند، تقریبا برابر است و چند وقتی است انجام عمل‌های زیبایی در عراق به یک کار متداول هم برای مردان و هم برای زنان، تبدیل شده است. از زینب می‌پرسم چرا مشهد را برای عمل زیبایی انتخاب کرده، او پاسخ می‌دهد: «بیشتر کلینیک‌هایی که در فضای مجازی در ایران فعال هستند، مربوط به شیراز و مشهد هستند. و من مشهد را انتخاب کردم؛ چون مسلمان و شیعه هستم و مشهد، هم زیارت است و هم به کار زیبایی می‌رسم».

### بازار مترجم در مشهد داغ داغ است

این کلینیک چهار مترجم دارد که همگی دخترهای زیبا و حدودا ۲۵ تا ۳۵ سال هستند که عربی را مثل زبان مادری صحبت می‌کنند. اغلب آنها از عرب‌زبان‌های جنوب کشور هستند که سودای کسب درآمد و پول‌دارشدن، آنها را به مشهد کشانده است. برخی از این مترجم‌ها نقش لیدر را هم ایفا می‌کنند و به ازای هر مشتری عرب که از طریق فضای مجازی جذب کنند، درصد می‌گیرند. برخی دیگر فقط کار یک مترجم را انجام می‌دهند و به مراجعان عرب کمک می‌کنند.

### با کلاس‌رفتن نمی‌شود مترجم شد

با سحر که ۲۵ساله است و از جنوب کشور به همراه مادر و خواهر بزرگ‌ترش به مشهد آمده، وارد صحبت می‌شوم. او درمورد شغلش می‌گوید: «در این شغل تو باید ظاهر آراسته و فن بیان داشته باشی و عربی زبان مادری‌ات باشد. با کلاس‌رفتن نمی‌شود مترجم شد؛ زیرا در عربی لهجه‌ها متفاوت است و فهمش را سخت می‌کند. در خانه با مادر و خواهرم عربی صحبت می‌کنم و لهجه عراقی را خوب می‌دانم».

### بهار و تابستان، غلغله است

او درمورد مشتری‌های خارجی می‌گوید که تعدادشان کم شده و معتقد است تعداد مراجعان نسبت به سال‌های قبل کرونا ۶۰ درصد ریزش داشته است. البته این نوع مراجعان فصلی هستند و به غیر از محرم و صفر که تعدادشان به‌شدت کاهش می‌یابد، بیشتر در فصل بهار و تابستان به مشهد سفر می‌کنند. تابستان و بهار از نظر آمدن مراجعه‌کننده عرب‌زبان، اینجا غلغله است. از سحر می‌پرسم آیا مراجعان خارجی برای شما اولویت دارند؟ پاسخ می‌دهد: «از این نظر که هزینه‌های خود را به دلار حساب می‌کنند، بله. ترجیح می‌دهیم که مشتری عرب داشته باشیم؛ چون هزینه‌های کلینیک را جبران می‌کنند؛ اما کیفیت کار فرقی نمی‌کند».

### ۲ تا ۳ برابر بیشتر

از خانم مترجم درمورد تفاوت میزان مبلغ دریافتی از مراجعان خارجی می‌پرسم، او می‌گوید: «از نظر قانونی مبلغ دریافتی باید ۳۰ درصد بالاتر از مراجعان ایرانی باشد؛ اما چون پای لیدرها این وسط در میان است، گاهی این مبلغ برای مجموعه نمی‌ارزد. من حتی در کلینیک‌های دیگر دیده‌ام قیمت را دو تا سه برابر بیشتر از مراجعان خارجی می‌گیرند».

### در مراکز گردشگرپذیر اولویت نیستیم

یک دختر ایرانی که فهمیده خبرنگار هستم و بخشی از حرف‌هایم را با خانم مترجم شنیده، داوطلبانه می‌خواهد که گپ‌وگفتی داشته باشیم. او که مشتری پروپاقرص کارهای زیبایی است و حتما باید هر چند ماه یک بار ژل و بوتاکس را تزریق کند، می‌گوید: «من نصف کلینیک‌های زیبایی این شهر را رفته‌ام؛ اما هیچ وقت دوست ندارم به مراکزی که توریست‌های عرب به آنجا رفت‌وآمد دارند بروم؛ چون رفتار کارکنان این مراکز به‌وضوح با ما ایرانی‌ها درست نیست و اولویت اصلی‌شان مراجعان خارجی هستند. رفتار آنها طوری است که انگار ما شهروند درجه دو هستیم». او درباره یکی از تجربه‌هایش می‌گوید: «ماه پیش به یک مرکز زیبایی رفتم و با وجود اینکه چندین ساعت منتظر مانده بودم تا نوبتم شود، یک آقا که لیدر بود با چند توریست عرب از راه رسید، با کارمند بخش خوش‌وبشی کرد و بدون معطلی وارد شد و کارش را انجام داد و من همچنان یک ساعت دیگر منتظر بودم تا نوبتم شود. تجربه‌های این شکلی برایم چندین بار تکرار شده و حس پایین‌بودن از لحاظ اجتماعی را به من منتقل می‌کند».

### کلینیک سوم، شرکت‌های گردشگری سلامت

با مدیر داخلی یکی از کلینیک‌های معروف مشهد تماس می‌گیرم و از او می‌خواهم از تجربه‌اش درباره گردشگران سلامت و مدیریت کلینیک‌ها بگوید. او که ۱۳ سال است در کلینیک‌های زیبایی مشغول به کار است، در این زمینه پاسخ می‌دهد: «کلینیک‌های زیبایی در مشهد به دو دسته تقسیم می‌شوند، دسته اول تمرکز خود را بر روی جذب مشتری ایرانی می‌گذارند؛ اما دسته دوم که به دنبال درآمد بیشتری هستند، تمرکز خود را بر روی جذب مراجعان خارجی و عموما عرب‌زبان‌ها می‌گذارند. این نوع کلینیک‌ها، برای داشتن درآمد بالا، هزینه‌های زیادی هم می‌کنند. برای مثال شرکت‌هایی را تحت عنوان شرکت گردشگری سلامت، تأسیس کرده‌اند که در این مجموعه‌ها، به صورت قانونی به گردشگران با توجه به نیاز درمانی‌شان کلینیک‌های زیبایی و درمانی را پیشنهاد می‌دهند». او در ادامه به مراکز لاکچری اشاره می‌کند که صفر تا صد هزینه‌های بیمار ازجمله مخارج بلیت رفت و برگشت، هتل، داروها، آزمایش، راننده و هماهنگی‌های لازم را به صورت یکجا از گردشگر دریافت می‌کنند و در ازایش به او خدمات لاکچری ارائه می‌دهند و به قول معروف نمی‌گذارند آب در دل میهمان تکان بخورد.

### جراحی با هدف قبلی است

از او درباره این می‌پرسم که آیا هدف این گردشگران از ابتدا کارهای درمانی است؟ او پاسخ می‌دهد: «قطعا اگر جراحی باشد مثل عمل‌های لاغری، سفر از قبل و با برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. حتی مشتری‌هایی داشتیم که یک آشنا را با عکس و هدف عملش فرستاده‌اند و شرایط را پرسیده و بعد از انجام هماهنگی، خودشان برای جراحی زیبایی به مشهد سفر کرده‌اند».

### گردشگران سعودی و کویتی را از دست دادیم

خانم مدیر داخلی درباره ملیت مراجعه‌کنندگان می‌گوید: «تا چند سال قبل و زمانی که با عربستان روابط خوبی داشتیم، بیشتر مراجعه‌کنندگان ما از عربستان و کویت بودند. این کشورها اوضاع مالی خوبی دارند و از همین طریق ارز خوبی وارد کشور می‌شد. اما متأسفانه این گردشگران را از دست دادیم و اکنون بیشتر مراجعه‌کنندگان ما از کشور عراق هستند که از نظر پرداخت کمی با آنها مشکل داریم. مبلغ دریافتی از هر مراجعه‌کننده خارجی ۳۰ درصد بالاتر از ایرانی‌هاست که متأسفانه در بیشتر مواقع زیر بار نمی‌روند».

### قیمت دست لیدر است

حالا که بحث قیمت‌ها به میان آمده، او درباره نفوذ لیدرها در بازار گردشگری سلامت می‌گوید: «در خیلی از کلینیک‌ها ریش و قیچی دست لیدرهاست و آنها به ۳۰ و ۴۰ درصد هم راضی نیستند. برای همین مثلا درباره کاشت قیمت را به لیدر ۳۰۰-۳۵۰ دلار می‌گوییم و او هر قیمتی که دلش خواست به توریست می‌گوید که معمولا این عدد بین ۶۰۰-۷۰۰ دلار است. چیزی حدود دو برابر!».

### کلینیک‌ها کوچ می‌کنند؟

بحث ما به افتتاح کلینیک‌ها در کشورهای خارجی کشیده است. از او می‌پرسم در این خصوص اطلاعاتی دارد؟ این خانم پاسخ می‌دهد: «سال‌ها پیش حرف از تأسیس کلینیک‌های ایرانی در شهرهایی از کشور عراق بود و حتی چند کلینیک ایرانی در این شهرها تأسیس شد، اما بعد از چند وقت و با بالارفتن قیمت دلار، سرمایه‌گذاران ایرانی که باید تمام هزینه‌ها را به دلار پرداخت می‌کردند، از تأسیس بیشتر این کلینیک‌ها صرف‌نظر کردند. اما به تازگی خبر دارم چند کلینیک در مشهد در حال افتتاح شعبه‌های دوم خود در کشور ترکیه هستند؛ زیرا لیر نسبت به دلار ارزش کمتری دارد و برای سرمایه‌گذار بهتر است. حتی شنیده‌ام برخی پزشکان ماهر و متخصص بین ترکیه و ایران و برخی کشورهای عربی مثل عمان در رفت‌وآمد هستند و آنجا هم کارهای زیبایی انجام می‌دهند».

### کلینیک چهارم، پای صحبت پزشک زیبایی

با یک پزشک بنام که بیش از ۲۰ سال سابقه حضور و ارتباط با کلینیک‌های زیبایی در شهرهای مختلف ایران را دارد و به‌تازگی کلینیک خودش را تأسیس کرده، ارتباط می‌گیرم و از او درباره تفاوت گردشگری سلامت در شهرهای مشهد، تهران و شیراز می‌پرسم، او پاسخ می‌دهد: «تعداد گردشگران سلامت در این شهرها نسبت به شهرهای دیگر بیشتر است اما تعداد واسطه‌ها هم بیشتر به نظر می‌رسد. مشهد اوضاع نابسامان‌تری در مقایسه با شیراز و تهران دارد. در تهران سازماندهی بهتری صورت گرفته و گردشگران تهران را به‌خاطر امکانات بالای پزشکی و قیمت‌های مناسب‌تر نسبت به بقیه پایتخت‌های همسایه انتخاب می‌کنند. شیراز قطب دوم گردشگری سلامت در ایران است، این شهر پذیرای گردشگران قطری، کویتی و بحرینی است که نسبت به گردشگرانی که به مشهد می‌آیند، اوضاع اقتصادی بهتری دارند. در این میان بحرینی‌ها به واسطه نزدیکی جغرافیایی، دسترسی راحت‌تر و ریشه مشترک ژنتیکی که با شیرازی‌ها دارند، این شهر را انتخاب می‌کنند».

### تحریم‌ها و آسیب به صنعت گردشگری

خانم دکتر از تاثیرات تحریم‌ها بر گردشگری سلامت می‌گوید «تا چند سال پیش اوضاع بهتر بود و مسیر روبه‌رشدی را برای این صنعت می‌دیدیم، اما متأسفانه با اعمال تحریم‌ها، ما گردشگران کشورهای عربستان، کویت و بحرین را تقریبا از دست دادیم. کشور افغانستان هم که با داشتن زبان مشترک و جغرافیا می‌توانست مراجعه‌کنندگان زیادی برای مراکز زیبایی داشته باشد، به دلیل مشکلات ویزا، از فهرست گردشگری سلامت تقریبا خط خورده است».

### حذف لیدرها امکان‌پذیر نیست

از او درباره اوضاع لیدرها و سازماندهی آنها می‌پرسم، خانم دکتر پاسخ می‌دهد: «واقعیت را بگویم، حذف لیدرها امکان‌پذیر نیست. زیرا خود گردشگران به لیدرها اعتماد بیشتری دارند و از طریق آنها با پزشکان ارتباط می‌گیرند. حتی با تلاش برای ثبت شرکت‌های گردشگری سلامت باز هم بیشترین مراجعه‌کنندگان ما از طریق لیدرها هستند؛ بنابراین تنها راه سازماندهی گردشگری سلامت، سازماندهی لیدرهاست». خانم دکتر در ادامه درباره اتفاقی که چند روز پیش تجربه کرده است، می‌گوید: «به‌تازگی یک واسطه به من مراجعه کرد و گفت من «حمله دارم» این اصطلاح به لیدرهایی گفته می‌شود که چندین لیدر دیگر را تحت پوشش دارند و در حقیقت مافیای لیدرها هستند و به من پیشنهاد داد که در ماه یک تعداد مریض ثابت برای من خواهد آورد و در مقابل ۵۰ درصد می‌گیرد. من پیشنهادش را قبول نکردم. به نظر شما درست است که یک کلینیک زیبایی با هزینه‌هایی چون مواد مصرفی، مالیات، هزینه پرسنل و تخصص پزشکان به یک اندازه با یک واسطه، حق‌الزحمه بگیرد؟».

### مشهد، بهشت دلالان سلامت

اوایل مرداد است و گرمای هوای این روزها در مشهد طاقت‌فرسا است و انرژی راه‌رفتن در خیابان‌های شلوغ را از شما می‌گیرد. اما در خیابان احمدآباد مشهد که مرکز مطب پزشکان و کلینیک‌های زیبایی است انگار کسی از گرما و ازدحام رنج نمی‌برد. وارد این منطقه می‌شوم. کنار یک خیابان فرعی (پاستور)، چند ایرانی را می‌بینم که با گردشگران عراقی چنان روان صحبت می‌کنند انگار در یک کشور عرب‌زبان متولد شده‌اند. کمی آن‌طرف‌تر چند مرد دلارها را در هوا تکان می‌دهند و داد می‌زنند: دلار دلار!

### لیدرها، از آژانس‌های هواپیمایی تا مطب پزشکان

اینجا مشهد است. بهشت دلالان سلامت که به آنها اصطلاحا لیدر می‌گویند. لیدرها معمولا کسانی هستند که از جنوب کشور و شهرهای عرب‌زبان به مشهد آمده‌اند یا شاید مشهدی‌هایی که کمی عربی می‌دانند. این دلالان سلامت معمولا با آژانس‌های هواپیمایی یا مطب پزشکان و کلینیک‌های زیبایی کار می‌کنند. در حقیقت آنها صفر تا صد سفر یک توریست عرب‌زبان را بر عهده می‌گیرند. از خورد و خوراک، هتل، مراکز سیاحتی و زیارتی تا عمل‌های زیبایی. باید گفت، این کلینیک‌های زیبایی هستند که به لیدرها احتیاج دارند و در ازای آوردن هر مشتری به آنها درصد قابل توجهی از هزینه عمل را می‌دهند.

### کلینیکی را معرفی می‌کنم که بهتر با من کنار بیاید

خودم را به تجمع چند لیدر که در حاشیه خیابان ایستاده‌اند، نزدیک می‌کنم و از آنها می‌خواهم کمی درباره شغلشان حرف بزنند. اما به محض اینکه می‌فهمند خبرنگارم، حاضر به صحبت نمی‌شوند. شاید هم حق دارند. چه کسی حاضر است از منبع درآمدی که چشمگیر هم هست با یک به قول خودشان نان آجر کن صحبت کند! از طریق یک آشنا، لیدری را راضی می‌کنم به چند سؤال هرچند کوتاه درباره شغلش پاسخ دهد.

از او درباره اینکه توریست‌های عرب‌زبان خودشان پزشکی را از قبل انتخاب می‌کنند یا لیدر به آنها معرفی می‌کند، می‌پرسم. می‌گوید: «معلوم است همیشه خودم پیشنهاد می‌دهم. بستگی دارد برای چه کاری بخواهد. معمولا کلینیک یا مطبی را معرفی می‌کنم که بهتر با من کنار بیاید. فقط بحث مالی نیست، مهم است کجا احساس راحتی کنم. اغلب توریست‌ها در مشهد به دنبال عمل بینی هستند. اگر بینی‌شان را عمل کرده باشند سراغ بقیه کارهای زیبایی مثل کاشت مو و ابدومینوپلاستی می‌روند. خب، اگر بشود کاری را که می‌خواهند در مطب‌های خصوصی انجام داد، قطعا پیشنهاد من مطب خصوصی است. چون هم خلوت‌تر است و هم میزان درصدی که می‌گیریم بهتر. اما گاهی که کار باید حتما در کلینیک باشد، کلینیک‌ها را معرفی می‌کنم».

### درآمد دلال بالاتر از پزشک؟

درباره میزان درآمدش، اول از پاسخ طفره می‌رود اما بعد از کمی فکر می‌گوید: «خیلی فرق می‌کند که برای چه کاری باشد و در کجا انجام شود. عدد دقیق نمی‌توانم بگویم اما به صورت میانگین حدودا بین ۱۵ تا ۲۰ درصد از هزینه عمل است». رقمی که می‌گوید تقریبا نصف عددی است که از کارکنان کلینیک‌ها شنیده‌ام. در گفت‌وگوهایی که داشتم کارکنان کلینیک ادعا کردند که لیدرها چیزی حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد و حتی ۵۰ درصد از یک عمل را دریافت می‌کنند. با این حساب، گاهی درآمد یک دلال از پزشک بیشتر خواهد بود.

### مشتری، مشتری می‌آورد

بزرگ‌ترین سؤال این است که لیدرها چطور مشتری‌های خود را پیدا می‌کنند؟ آقای لیدر به سؤال این‌گونه پاسخ می‌دهد: «من یک‌سری مشتری ثابت در کشورهای عربی دارم که از طریق واتس‌اپ با آنها در تماسم، این افراد من را به آشنایان‌شان معرفی می‌کنند و از این راه برای من مشتری می‌آورند. اما لیدرهایی که آشنایی در کشورهای عرب‌زبان ندارند، مجبورند خودشان دنبال توریست باشند. آنها در بازارهای معروف مشهد یا در اطراف حرم می‌ایستند و از این راه گردشگرهایی را که دنبال انجام عمل‌های زیبایی هستند، جذب می‌کنند».

> از خانم مترجم درمورد تفاوت میزان مبلغ دریافتی از مراجعان خارجی می‌پرسم، او می‌گوید: «از نظر قانونی مبلغ دریافتی باید ۳۰ درصد بالاتر از مراجعان ایرانی باشد؛ اما چون پای لیدرها این وسط در میان است، گاهی این مبلغ برای مجموعه نمی‌ارزد. من حتی در کلینیک‌های دیگر دیده‌ام قیمت را دو تا سه برابر بیشتر از مراجعان خارجی می‌گیرند».

### ۵ هزار تا ۶ هزار لیدر در مشهد

داوود خوش‌شکن، مدیر گردشگری سلامت در مشهد، درباره اوضاع لیدرها و سازمان‌دهی آنها می‌گوید: «هم‌اکنون حدود پنج هزار تا شش هزار لیدر به شکل غیررسمی در شهر مشهد فعالیت می‌کنند. اما خوشبختانه در کمیته گردشگری سلامت خراسان رضوی همفکری خوبی برای این منظور صورت گرفته تا شرکت‌های مجوزدار و رسمی تقویت شود. طی یک سال گذشته بیش از ۱۰۰ شرکت گردشگر سلامت (حدود ۱۳۴ شرکت) در مشهد تأسیس شده و هر روز در حال رشد است. قطعا با افزایش تعداد شرکت‌های گردشگری سلامت مجاز، تعداد دلالان نیز کاهش خواهد یافت و دستشان بسته خواهد شد».

### شناسنامه‌دارشدن دلالان

او ادامه می‌دهد: «همچنین یکی دیگر از اقدامات کمیته گردشگری سلامت خراسان رضوی شناسنامه‌دارکردن دلالان است. این کمیته در نظر دارد تمام کسانی را که در گردشگری سلامت به‌صورت دلال فعالیت دارند، شناسایی کرده و برای آنان مجوز صادر و ایشان را ساماندهی کند. این راهکار در حال اجرا بوده و قطعا در آینده نزدیک شاهد اتفاقات خوبی در زمینه سازمان‌دهی‌کردن این بخش هستیم تا بتوانیم به مهم‌ترین خواسته گردشگران سلامت که تکریم است، به درستی و در شأن شهر زیارتی مشهد پاسخ بدهیم».

---

**گفت‌وگو**

## وضعیت توریسم سلامت
## به روایت مدیر گردشگری سلامت خراسان رضوی

**برای کسب اطلاعات بیشتر درباره وضعیت گردشگری سلامت در مشهد، پای صحبت داوود خوش‌شکن، مدیر گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد می‌نشینم:**

### ۳۲ هزار و ۹۳۵ هزار گردشگر سلامت، رشد ۴۰ درصدی

دکتر داوود خوش‌شکن در ارتباط با تعداد گردشگران سلامت در سال گذشته می‌گوید: «حدودا ۳۲ هزار و ۹۳۵ هزار گردشگر سلامت در سال گذشته در مشهد پذیرش داشته‌ایم و به‌طور متوسط هرکدام ۲۰۰۰ دلار و به طور کلی معادل ۶۳ میلیون دلار هزینه کرده‌اند که این عدد نسبت به سال ۹۹ تقریبا ۴۰ و نسبت به سال ۹۸ حدود ۱۰ درصد رشد داشته است، زیرا در این سال‌ها همه‌گیری کرونا باعث وضع قوانین سختگیرانه مسافرت شده بود؛ اما از ابتدای سال ۱۴۰۱ تاکنون، ۴۴۰ گردشگر سلامت در تعطیلات نوروز امسال به مشهد مراجعه کرده‌اند.

البته این میزان رشد، برای ظرفیت پزشکی مشهد ناچیز است و هدف ما ورود ۲۰۰ هزار زائر و گردشگر سلامت به مشهد است که حدود ۴۰۰ میلیون دلار برای مشهد درآمدزایی داشته باشد. امیدواریم با بهبود اوضاع و عبور از پیک کرونا، ورود گردشگران سلامت رشد بهتری داشته باشد».

### جایگاه ویزای درمان

مدیر گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد درباره ویزای درمان می‌گوید: «فقط برخی کشورها به ویزای درمان نیاز دارند؛ برای مثال کشور عراق احتیاج به این نوع ویزا ندارد. اما شهروندان عراق برای درمان در ایران احتیاج به این ویزا دارند که تعرفه آن پنج میلیون تومان است و برایشان مقرون به صرفه نیست؛ بنابراین برای استفاده از خدمات درمانی و زیبایی در ایران از ویزای تجاری استفاده می‌کنند».

### تعرفه‌ها مشخص نیست

خوش‌شکن درباره بزرگ‌ترین معضل گردشگری سلامت در مشهد اظهار کرد: «شفاف‌نبودن تعرفه‌ها یکی از معضلات درآمدزایی پایین گردشگری سلامت در ایران است. با توجه به اینکه تعرفه‌ها در ایران پایین‌تر از سایر کشورهاست، اما برخلاف کشورهای همسایه، نرخ خدمات درمانی در ایران مشخص نیست».

او ادامه داد: «ما ظرفیت‌های درمانی را در فیس‌بوک که شبکه اجتماعی محبوب بین گردشگران است، منتشر می‌کنیم. همچنین به تمام مراکز گردشگری سلامت اعلام کرده‌ایم تعرفه‌ها را براساس دلار و به‌صورت شفاف اعلام کنند».

### چهل‌وسوم در جهان

کشورهای زیادی در جهان از مقاصد بزرگ گردشگری سلامت هستند؛ برای مثال هندوستان در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ به‌عنوان یک کشور بی‌رقیب در زمینه گردشگری سلامت شناخته شده بود. این کشور سوابق خوبی در زمینه جراحی قلب و پیوند استخوان دارد. همچنین کشور برزیل از مراکز مهم ارائه خدمات درمانی در زمینه زیبایی در جهان محسوب می‌شود. افرادی که به دنبال دریافت خدمات درمانی زیبایی مطابق با استانداردهای روز دنیا و قیمت بسیار مناسب هستند، کشور برزیل را به‌عنوان یک گزینه عالی در این زمینه انتخاب می‌کنند. مدیر گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد درباره جایگاه ایران و مشهد در بین این کشورها می‌گوید: «کشورهایی چون تایلند، هند، ترکیه و امارات امروزه در ردیف مقاصد جذب گردشگر سلامت دنیا محسوب می‌شوند و ایران توانسته در رنکینگ جهانی که سالانه انجام می‌شود و ۵۴ آیتم در آن دخیل است، رتبه ۴۳ را از بین ۱۱۰ کشور در جهان به دست بیاورد».

### مجوز گردشگری سلامت

دکتر خوش‌شکن درباره مجوز گردشگری سلامت مراکز درمانی و پزشکی در مشهد می‌گوید: «۲۷ مرکز درمانی در مشهد مجوز گردشگری سلامت داشتند که این تعداد امسال به ۳۲ مرکز رسیده است. طبق شیوه‌نامه جدید هر بیمارستان، درمانگاه یا کلینیک می‌تواند با رعایت استانداردهای لازم مجوز گردشگری سلامت را از علوم پزشکی بگیرد. اما مطب‌های پزشکی که کار زیبایی انجام می‌دهند و مجوز ندارند نباید طبق تعرفه گردشگری سلامت، مبلغی را دریافت کنند».

### مشهد قطب گردشگری سلامت

مشهد و شیراز قطب‌های گردشگری سلامت در کشور هستند و حتی جایگاه‌شان از تهران هم بالاتر است. گردشگران برای درمان و هم سیاحت و زیارت به این شهرها سفر می‌کنند. جالب است بدانید، صنعت گردشگری سلامت در دنیا، پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت پول‌ساز جهان است. در ایران، شهرهایی مانند مشهد و شیراز نیز توانسته‌اند از طریق رونق در این صنعت جان تازه‌ای به جذب گردشگر در ایران بدهند.

خوش‌شکن درباره دلیل انتخاب مشهد توسط گردشگران، می‌گوید: «خدا را شکر ما توانسته‌ایم از ظرفیت زائران در مشهد استفاده کنیم. مهم‌ترین دلیلی که گردشگران شهر ما را برای خدمات درمانی زیبایی انتخاب می‌کنند، وجود پربرکت امام رضا (ع) است که باعث داشتن ظرفیت خوب مشهد، برای این حجم از گردشگران سلامت شده است. دلیل دوم داشتن ظرفیت پزشکی بالا، فضای درمانی خوب، توان پزشکی و پزشکان مجرب است. پزشکان مشهد به‌ویژه در زمینه زیبایی بسیار ماهر و شناخته‌شده هستند».

### ساماندهی و خدمات‌دهی به گردشگران سلامت

سامانه جامع مدیریت گردشگری سلامت ایران با هدف ساماندهی وضعیت ورود، خروج و خدمات‌دهی به گردشگران سلامت به صورت آزمایشی از اردیبهشت‌ماه امسال در استان خراسان رضوی و مشهد اجرا شده است.

به این ترتیب، از ۱۵ اردیبهشت امسال تمامی فرایندهای مرتبط با گردشگری سلامت در مشهد در تمامی بخش‌ها از جمله دفاتر مجاز گردشگری سلامت، بیمارستان‌ها، پزشکان، مراکز درمانی مجاز به پذیرش بیماران بین‌المللی و مترجمان در این سامانه بارگذاری می‌شود.

مدیر گردشگری سلامت دانشگاه علوم پزشکی مشهد می‌گوید: «امیدواریم از طریق این سامانه، بتوانیم واسطه‌ها و دلالان را کمتر کرده و زائران بیشتری را جذب کنیم و به هدف اصلی خودمان که تکریم گردشگران و زائران امام رضا (ع) است، برسیم». او ادامه داد: «تدوین برنامه آموزشی برای ارائه خدمت و گسترش برنامه‌های آموزشی شرکت‌های فعال در زمینه گردشگران سلامت، از جمله برنامه‌های ما در راستای گسترش گردشگری سلامت است. علاوه بر این به کارکنان بیمارستان‌ها اعم از نیروی خدماتی بیمارستان، کادر پرستاری، پذیرش و استادان برای ارائه خدمت به بیماران گردشگر سلامت نیز آموزش‌هایی ارائه شده است».

### سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی

داوود خوش‌شکن سرمایه‌گذاری برخی کلینیک‌ها و مراکز درمانی در خارج از ایران و کشورهایی مانند عراق و ترکیه را فرصت و تهدید خواند و می‌گوید: «مهاجرت پزشکان ماهر به کشورهای همسایه، صنعت وابسته به گردشگری سلامت را دچار مشکل خواهد کرد و از این جهت باید چاره‌ای اندیشید».

---

# تسهیل بسترها از الزامات جذب گردشگر

**داریوش چیوایی**
**کارشناس اقتصاد سلامت**

صنعت گردشگری یکی از بالاترین ارزش افزوده‌ها را در بین صنایع مختلف دارد و اعدادی که از این راه می‌تواند چه از طریق گردشگر خارجی و چه داخلی وارد کشور شود، رقم درخور توجهی است. طبق آخرین محاسبات آماری، ما یک درصد جمعیت دنیا را داریم و اگر بتوانیم فقط یک درصد گردشگر دنیا را در حوزه سلامت جذب کنیم، از آنجایی که رقم درآمد کلی در این حوزه در جهان دو هزار میلیارد دلار است، می‌توانیم روی درآمد ۲۰ میلیارد دلاری در حوزه گردشگری سلامت حساب کنیم که این عدد به تنهایی از درآمد نفتی نصف سال ایران بیشتر است.

این در حالی است که کشور ما از لحاظ جغرافیا مزیت‌هایی جهت جذب گردشگر سلامت دارد. همچنین ایران به دلیل بعد فرهنگی، قرابتی جدی با کشورهای همسایه دارد و از نظر بعد تاریخی و زبان مشترک فارسی و بعد دینی و اعتقادات اسلامی با برخی کشورهای دیگر دارای اشتراکات فراوانی است. همه این دلایل می‌تواند ایران را برای جذب گردشگر سلامت مستعد کند. این نکته را هم نباید از یاد برد که کشورهای همسایه از نظر کیفیت خدمات درمانی با ایران فاصله زیادی دارند؛ بنابراین گردشگری سلامت فرصت بسیار خوبی است تا بتوان ارزآوری بالایی را در کشور داشت. ارزش هر گردشگر سلامت فقط محدود به حوزه پزشکی و درمان نیست، بلکه به این بهانه حوزه‌های دیگر گردشگری را نیز رونق می‌بخشد.

فراهم‌بودن بستر زمینه‌های کسب‌وکار از دیگر نکات مهمی است که باید در هر صنعتی به آن توجه کرد و صنعت گردشگری نیز از دیگر صنایع مستثنا نیست. برای مثال در دنیای کنونی، اینترنت بستر بسیاری از کسب‌وکارهاست و نقشی جدی در این میان دارد.

از دیگر بسترها می‌توان به سهولت تردد، خدمات عمومی درست به گردشگران، خدمات باکیفیت پزشکی و درمانی، زیرساخت‌های اقامت و ورود و خروج گردشگران اشاره کرد. در صورتی که هرکدام از این موارد دچار ضعف باشد، تأثیر مستقیمی بر جذب گردشگر خواهد داشت. قطعا دولت می‌تواند نقش پررنگی در این بخش داشته باشد. وظیفه حاکمیت تسهیل و ساخت بستر مناسب برای جذب گردشگر و حفظ پزشکان زبده و ماهر است.

از مواردی که بر نداشتن بستر مناسب گردشگری سلامت صحه می‌گذارد، می‌توان به رفتار تبعیض‌آمیز با گردشگران خارجی در مقایسه با مردم اشاره کرد. اگر در کشور به نیاز سلامت مردم به‌عنوان افراد یک جامعه درست پاسخ داده نشود و در مقابل یک فرد خارجی فقط به خاطر ارزآوری بر مردم ارجحیت داشته باشد، تبعات اجتماعی خوبی به همراه نخواهد داشت و ممکن است حتی سبب مهاجرت پزشکان ماهر شود.

امید است دولت با تسهیل این بسترها و افزایش کمیت خدمات پزشکی و گردشگری، گام بزرگی در گردشگری سلامت بردارد.

---

# گردشگری سلامت، این مسیر رو به رشد

**محمداسماعیل خیامی**
**مدیر سابق گردشگری سلامت علوم پزشکی مشهد**

گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت جهان است که درآمد ارزی حاصل از آن با صنایعی نظیر خودروسازی و تسلیحات نظامی برابری می‌کند و توانسته جایگزین صادرات مواد اولیه خام شود. با توجه به تأثیر گردشگری بر تمامی شئون اقتصادی یک کشور، می‌توان گردشگری را «صادرات نامرئی» نامید. فواید حاصل از صنعت گردشگری شامل ایجاد درآمدهای ارزی، ایجاد اشتغال، تقویت سرمایه‌گذاری و مثبت‌کردن موازنه اقتصادی کشور است. همچنین گردشگری علاوه بر دستاوردهای اقتصادی در زمینه رسیدن به اهداف ترویج فرهنگی نیز ابزار قدرتمندی است. گردشگری سلامت یکی از شاخه‌های گردشگری بوده که گردشگری پزشکی یا درمانی جزء زیرشاخه‌های اصلی آن است. کشور ما از این کشورهایی است که علاوه بر جاذبه‌های فراوان برای جذب گردشگر، در عین حال، توانایی‌های زیادی نیز در زمینه پزشکی به دست آورده است که می‌تواند مورد توجه گردشگران پزشکی باشد. گردشگران سلامت انگیزه‌های فراوانی برای انتخاب ایران به‌عنوان مقصد گردشگری سلامت دارند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- بهره‌مندی از کیفیت برتر خدمات پزشکی
- بهره‌مندی از تکنولوژی و استانداردهای برتر پزشکی
- کوتاه‌کردن زمان انتظار درمان
- توجه به اقتصاد درمان و کاهش هزینه‌های درمانی
- گردش و دیدن مکان‌های جذاب و دیدنی در کنار درمان
- برخورداری از کیفیت خوب پذیرایی و استراحت توأم با درمان.

همچنین کیفیت خدمات پزشکی و درمانی ارائه‌شده در ایران از بسیاری از کشورهای منطقه بالاتر است و حتی در بعضی از موارد مانند پیوند اعضا، نازایی، درمان‌های سرطان و... در سطح بین‌المللی حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

از طرفی هزینه‌های خدمات پزشکی ارائه‌شده در کشور ما حتی در بخش غیردولتی، بسیار پایین‌تر از کشورهای اروپایی و منطقه بوده و قابل رقابت با اکثر کشورهای موفق در صنعت گردشگری سلامت است. در این میان مشهد مقدس به‌عنوان یک قطب پزشکی و درمانی در کشور دارای ظرفیت‌های بسیار خوب و مطلوبی در زمینه پزشکی است که می‌تواند در جذب گردشگر درمانی مورد استفاده قرار گیرد. هرچند در زمینه ارتقای گردشگری سلامت از سال‌ها پیش تاکنون تلاش‌هایی شده که ثمره این تلاش‌ها، ارتقای استانداردهای درمانی و به‌روزشدن علم، دانش و مهارت کادر درمانی و نیز بهره‌مندی از تجهیزات به‌روز بوده است، اما نباید از خاطر برد که باید در زمینه ارائه خدمات پزشکی کاملا حرفه‌ای و بین‌المللی رفتار کرد و برای بین‌المللی‌شدن باید بتوان خدمات تشخیصی و درمانی به بیماران خارجی را در سریع‌ترین زمان ممکن، خارج از نوبت، به شکل مطلوب و با کمترین هزینه ارائه کرد که این امر هم مستلزم برنامه‌ریزی و مدیریت دقیق درون و برون‌بخشی است. در این حوزه اقدامات بسیار خوبی تاکنون انجام شده، اما همچنان نیازمند توجه و مدیریت هماهنگ‌تر و جدی‌تر از سوی همه بخش‌های خدماتی هستیم. امید داریم با حضور فعالانه و قدرتمند همه بخش‌های دولتی و غیردولتی و با محوریت دانشگاه علوم پزشکی مشهد بتوان روز به روز وضعیت گردشگری پزشکی را ارتقا داد و از فواید آن بهره‌مند شد.