

«گردشگری درمانی»، گزینه‌ای برای اشتغال دانش‌آموختگان

رشته زبان عربی

صادق عسکری^{۱*}، فاطمه علیان^۲

۱. دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان

۲. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۶/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۱

چکیده

اشتغال دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در شغل‌هایی متناسب با این رشته به‌ویژه در مقاطع تحصیلات تکمیلی از مسائل موردتوجه در زمینه بهره‌وری مناسب از رشته عربی است. یکی از راهکارهای پیشنهادی برای دستیابی به این مهم، کارآفرینی و اشتغال در حوزه گردشگری سلامت است. شاخه‌ای از خدمات گردشگری که به ارائه خدمات به مسافران و بیماران کشورهای عربی که امروزه رو به رشد بوده و ارزآوری بسیاری را برای کشور به همراه دارد. در این راستا توانایی و تخصص دانش‌آموختگان از طریق تأسیس یک شرکت خدماتی، تجاری‌سازی می‌شود و با توجه به اوضاع کنونی ناشی از نهضت‌های معروف به «بهار عربی» در کشورهای تونس، مصر، لیبی، سوریه، عراق، یمن و بحرین، انتظار می‌رود که اشتغال‌زایی و سودآوری فراوانی را نصیب شاغلان در این عرصه نماید. در این راستا ضمن ایجاد زیرساخت و انجام مراحل قانونی اولیه و اخذ مجوزهای لازم، شایسته است برای تأمین منابع انسانی کارآمد و موردنیاز از تعدادی از تخصص‌های دیگر مانند زبان انگلیسی و رایانه و حسابداری و... نیز بهره گرفته شود. سپس با بازاریابی و تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب، بسیاری از بیماران متقاضی را شاهد خواهیم بود که به دلیل امکانات و تجهیزات و تجربه پزشکان متخصص ایرانی از یک‌سو و هزینه‌های کمتر درمان در ایران نسبت به بسیاری از کشورهای غربی از سوی دیگر، مشتریان خدمات این‌گونه شرکت‌ها خواهند بود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری درمانی؛ رشته زبان و ادبیات عربی؛ کارآفرینی؛ اشتغال.

مقدمه

بحران بیکاری امروزه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات جوامع بشری به شمار می‌آید. این بحران در کشورهای درحال توسعه مانند ایران نمود بیشتری دارد؛ به طوری که جمعیت عظیم دانش‌آموختگان دانشگاه‌های کشور در رشته‌های مختلف با این بحران روبه‌رو هستند. البته این مشکل در رشته‌های علوم انسانی به دلایل متعدد بیشتر از دیگر رشته‌ها نمود دارد. متأسفانه رشته زبان و ادبیات عربی به عنوان یکی از رشته‌های حوزه زبان‌های خارجی، علی‌رغم اینکه می‌توانست با برنامه‌ریزی ابتکاری و کارآفرینانه دانشجویان، استادان و مسئولان، بازار کار مناسبی به‌ویژه با توجه به مجاورت با حجم وسیعی از کشورهای عربی، به خود اختصاص دهد، اما فقدان چنین نگاه‌های ابتکاری در حوزه کارآفرینی باعث شده‌است که این رشته بیشتر از بقیه رشته‌ها از بحران بیکاری رنج ببرد.

در نتیجه به دلیل رقابتی بودن بازار کار، نبود فرصت‌های مناسب شغلی در این رشته، سرانجام تلاش‌های دانشجویان این رشته تنها دریافت مدرکی است که چندان کارایی ندارد. پس باید به کمک اندیشه‌ها و ابتکارات صاحب‌نظران این رشته، راهبرد و برنامه‌ای کارآفرینانه طراحی نمود تا راهی برای حل بحران بیکاری پیدا کرد. در همین راستا ابتکار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان بسیار ستودنی است.

بر این اساس و در راستای تلاش برای یافتن راهی برای کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان رشته عربی، یکی از پیشنهادها مطرح که این مقاله بر آن تمرکز دارد، «گردشگری درمانی» یا «گردشگری سلامت» است. با در نظر گرفتن گستره کشورهای عربی پیرامون ایران، به‌ویژه شیعیان عراق، لبنان، سوریه، و بحرین که برای سفرهای زیارتی و درمانی غالباً ایران را انتخاب می‌کنند، و با توجه به نهضت‌های معروف به «بهار عربی» در تونس، مصر، لیبی، سوریه، یمن و بحرین، و در نتیجه اوضاع نابسامان کنونی این کشورها، ممکن است بازار کاری از این طریق برای دانش‌آموختگان عربی راه‌اندازی نمود.

بر اساس آنچه گفته شد در این مقاله پس از اشاره گذرا به مفاهیم کارآفرینی و تجاری‌سازی و نقش آن در ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید برای جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاهی، به اهمیت گردشگری درمانی و چگونگی اجرای این ایده به عنوان یک شغل، و در نهایت تأثیر آن در ایجاد اشتغال و رفع بحران بیکاری دانشجویان عربی خواهیم پرداخت.

در خصوص پیشینه تحقیق باید گفت که بدون شک در مورد گردشگری مطالعات و تحقیقات زیادی انجام شده است؛ اما در مورد گردشگری پزشکی پژوهش‌های کمتری صورت گرفته است. از جمله این مطالعات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: «بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پزشکی با توجه به نظرات مدیران بیمارستان‌های منتخب شهر تهران»، نوشته صدر ممتازی و آقارحیمی (۱۳۸۹)، «بررسی نقش گردشگری پزشکی در نظام سلامت در جهان و به‌ویژه در ایران»، نوشته جعفری و همکاران (۱۳۹۰)، و «بررسی نقاط قوت و ضعف شهر شیراز برای توسعه گردشگری پزشکی»، نوشته حاجی‌نژاد و اسلام‌فرد (۱۳۹۱).

۱. کارآفرینی، تجاری‌سازی و اشتغال

در تعریف کارآفرینی نظرات متعددی مطرح شده است. کارآفرینی فرایندی است خلاقانه، نوآورانه و برنامه‌ریزی شده به قصد تغییر ارزش‌ها و ایجاد تحول در جهت افزایش بهره‌وری و ایجاد سرمایه. کارآفرین، فردی است دارای اراده، پشتکار، اعتمادبه‌نفس، خوش‌بین، سخت‌کوش، خلاق و صاحب ایده جدید که از طریق نوآوری و تولید، به اهداف خود در ایجاد کسب‌وکار مناسب می‌رسد (شاه‌حسینی، ۱۳۹۰: ۲، ۳؛ طیبی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲؛ نوروزی، ۱۳۸۸: ۱۱). کارآفرینان لوکوموتیوهای توسعه هستند که با به حرکت درآوردن واگن‌های اقتصاد، اشتغال، تولید، فناوری و سرمایه، توسعه پایدار را برای کشور به ارمغان می‌آورند (مهرآرا، ۱۳۸۷: ۴۱).

تجاری‌سازی نیز فرایندی است که به وسیله آن دانش و مهارت تولیدشده در دانشگاه‌ها در دسترس جامعه و مورد بهره‌برداری سازمان‌ها و مؤسسات قرار می‌گیرد. می‌توان با به‌کارگیری آن دانش به تولید کالا و عرضه خدمات اجتماعی پرداخت. یافته‌ها و نتایج تحقیقاتی تا هنگامی که در عرصه عمل استقرار نیابند و عواید آنها نصیب جامعه نشود، نمی‌توانند منشأ رفاه عمومی و ثروت انسان‌ها باشند (بندریان، ۱۳۸۸: ۱۳۲).

پیوستگی چرخه تبدیل دانش به ثروت شامل مراحل مختلفی نظیر کشف شرایط طبیعی و محیطی، شکل‌گیری ایده‌های کاربردی بر مبنای مشاهدات علمی یا نیازهای طبیعی، ارتقای سطح ایده به مرحله فناوری، توسعه ایده‌ها و تبدیل آنها به فرایند یا محصول، تولید رقابت‌پذیر و اقتصادی و سرانجام ورود به چرخه مالی و تجاری است (فکور، ۱۳۵۸: ۹۷). بر این اساس مهم‌ترین مراحل کارآفرینی موفق عبارتند از: ۱) ایده‌پردازی اولیه؛ ۲) ارزیابی ایده‌ها برای انتخاب بهترین و

کاربردی‌ترین آنها؛ ۳) سرمایه‌گذاری و تلاش جدی برای اجرای ایده منتخب؛ ۴) اجرای آزمایشی ایده منتخب جهت ارزیابی نقاط ضعف و قوت آن (شاوردی، ۱۳۹۱: ۳۸، ۳۹).

در خصوص اهمیت کارآفرینی و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی کشورها باید گفت که امروزه ماهیت هرم ثروت دگرگون شده و به جای منابع طبیعی مثل نفت و گاز، نیروی انسانی متخصص و ماهر، محور توسعه قرار گرفته و جوامعی برنده هستند که به اقتصاد متکی بر دانش روی بیاورند (هزارجریبی، ۱۳۸۸: ۱۰۱ و ۱۰۲): از این رو در دهه‌های گذشته رویکرد اکثر کشورهای جهان به کارآفرینی سبب شده است موجهی از سیاست‌های کارآفرینی در دنیا مطرح شود. کشورهایی که چنین سیاست‌هایی را در پیش گرفتند، در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی به موفقیت‌های چشمگیری دست‌یافته‌اند (مهرآرا، ۱۳۸۷: ۳۹).

علی‌رغم آنچه پیرامون اهمیت کارآفرینی گفته شد، متأسفانه در کشور ما بیشتر دانشجویان و دانش‌آموختگان با مقوله کارآفرینی بیگانه هستند. گسترش کمی آموزش عالی در کشور ما در سال‌های اخیر و کم‌توجهی به کسب توانایی و مهارت لازم، منجر به ظهور هزاران دانش‌آموخته بی‌مهارت یا کم‌مهارت شد که به‌ناچار در فعالیت‌های غیرمرتبط با رشته خود، کار می‌کنند (حسینی لرگانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲۰)، یا اینکه به خیل عظیم بیکاران جامعه پیوستند.

از سوی دیگر به دلیل فقدان فرصت کاری مناسب برای قشر تحصیل‌کرده و یا اشتغال به فعالیت‌هایی غیرمرتبط با تخصص خود که عمری را برای به‌دست‌آوردن آن صرف نمودند، شاهد معضلات فراوانی برای جوانان هستیم؛ معضلاتی که سرانجام به افسردگی و سرخوردگی این قشر از جامعه می‌انجامد که تأثیرات منفی آشکار و پنهانی بر زندگی مادی، معنوی و اجتماعی آنان خواهد داشت.

۲. گردشگری درمانی در پیچ‌های برای کارآفرینی در رشته زبان عربی

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پربازده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در دنیاست که بالاترین میزان ارزش افزوده را ایجاد می‌کند و به طور مستقیم و غیرمستقیم، سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گردشگری که گاهی از آن به عنوان تجارت نامرئی یاد می‌شود (آماره، ۱۳۹۱: ۴۰)، یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید؛ به طوری که بسیاری از آن به عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند (یعقوب‌زاده، ۱۳۹۲).

کشور آمریکا با جذب گردشگران خارجی و تبلیغات و سرمایه‌گذاری‌های عظیم در این زمینه، ۱۵/۲ درصد از درآمد ارزی حاصل از گردشگری در جهان را به خود اختصاص داده‌است. ترکیه نیز در سال ۱۹۹۶م، ۱/۵۵ درصد از درآمد ارزی حاصل از گردشگری در جهان را از آن خود کرده بود. در مقابل ایران در این سال تنها ۶۰ صدم درصد از کل درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری در جهان را کسب کرده‌است (قربانی، ۱۳۷۸: ۱۳). این در حالی است که جاذبه‌های گردشگری اعم از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و جغرافیایی و طبیعی در ایران بسیار بیشتر از ترکیه است.

گردشگری به خاطر خاصیت اشتغال‌زایی و سودآوری نسبتاً سریع خود، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است که می‌تواند معیارهای اقتصادی را ارتقا دهد، و ایده‌ها، فناوری‌ها و بازارهای جدیدی را به ارمغان آورد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸: ۷۰). یکی از توجیحات اولیه دولت‌ها در ترغیب و تشویق توسعه گردشگری، تأکید بر سود اقتصادی و اشتغال بالقوه حاصل از این صنعت است؛ همان‌طور که تی‌ریل^۱ و اسپالینگ^۲ ایجاد اشتغال را یکی از چهار مزیت اساسی گردشگری معرفی می‌کنند (قدمی و غلامیان، ۱۳۹۳: ۲۱-۲۲). در تأیید این مطلب که صنعت گردشگری یکی از زمینه‌های مناسب برای رفع بسیاری از نیازهای اساسی مانند اشتغال است، باید گفت بر اساس بیانیه سازمان جهانی گردشگری (WTO)، هر گردشگر اعم از داخلی و خارجی به طور متوسط می‌تواند ۱۰ شغل ایجاد کند و بر اساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری (WITC)، این صنعت قادر خواهد بود برای بیش از ۳۰۰ میلیون نفر به طور مستقیم و غیرمستقیم شغل ایجاد کند و سهم بسیار ارزنده‌ای از تولید ناخالص و به‌طور کلی اقتصاد جهانی را دربرگیرد (رفیعی و گلزار، ۱۳۹۱: ۱۹). در گردشگری نیاز به سرمایه نسبت به صنعت کمتر است و در مقابل سودآوری اقتصاد گردشگری نسبت به اقتصاد صنعتی بالاتر است... گردشگری را صادرات نامرئی محصولات و خدمات می‌نامند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱: ۷۷-۷۶). مهم‌تر از همه اینکه بسیاری از خدمات گردشگری را نمی‌توان با استفاده از فناوری ارائه کرد؛ در نتیجه اشتغال نیروی انسانی در این صنعت فراوان است (زندى، ۱۳۹۳: ۳).

امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت یافته که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۰

۱. Tyrrel

۲. Spauling

میلادی به سودآورترین صنعت جهان تبدیل شود. افزایش ارتباطات بین‌المللی از یک سو و افزایش علاقه به مقصدهای گردشگری از سوی دیگر سبب شده‌است که روزبه‌روز انواع بیشتری از گردشگری نظیر گردشگری فرهنگی، آموزشی، ورزشی و سلامت و... ایجاد شود.

در میان حوزه‌های مختلف گردشگری، گردشگری سلامت از توجهی بیشتر برخوردار شده‌است. سازمان جهانی گردشگری (WTO)، گردشگری سلامت را چنین تعریف می‌کند: استفاده از خدماتی که به بهبود یا افزایش سلامتی و شادابی فرد با استفاده از آب‌وهوا و خدمات پزشکی، منجر می‌شود (مروتی شریف‌آبادی، ۱۳۹۳: ۷۴). به عبارت دیگر گردشگری سلامت یعنی مسافرت به کشوری دیگر به قصد استراحت یا درمان.

از دهه ۱۹۹۰ گردشگری درمانی در سطح دنیا به دلایل متعددی از قبیل جهانی شدن و ظهور و گسترش اینترنت و پیشرفت فناوری اطلاعات که موجب سهولت دسترسی جهانی به اطلاعات لازم در خصوص ارائه انواع خدمات پزشکی و هزینه‌های مربوطه در کشورهای مختلف گردید، مطرح شد. مجموع این عوامل موجب گردیده‌اند تا گردشگری سلامت در حال حاضر در زمره بهترین انواع گردشگری محسوب شود و به عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص دهد؛ به طوری که بخش مهمی از درآمدهای بسیاری از کشورهای دنیا از این صنعت به دست می‌آید.

۳. گردشگری درمانی در ایران

بر اساس طبقه‌بندی بانک جهانی، جمهوری اسلامی ایران کشوری است با درآمد متوسط و چهارمین کشور بزرگ در آسیا و هفدهمین کشور بزرگ در دنیا، که با مساحتی حدود ۱/۶۴۸/۱۹۵ کیلومترمربع است و در منطقه خاورمیانه واقع شده‌است. گردشگری سلامت پدیده جدیدی در ایران به شمار نمی‌رود. در گذشته ساکنان کشورهای همسایه به ویژه کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس برای دریافت خدمات بهداشتی و سلامت به ایران مسافرت می‌کردند (مصطفوی، ۱۳۹۱: ۱۶۳).

از سوی دیگر دستاوردهای متعدد پزشکی ایران از جمله کسب مقام پنجم دنیا در زمینه خدمات انتقال خون، کسب مقام سوم در زمینه پیوند مغز استخوان به دلیل انجام موفقیت‌آمیز

حدود سه هزار عمل جراحی پیوند مغز استخوان، ساخت داروی معجزه‌گر «رتیپلاس» برای درمان بیماری‌های قلبی و عروقی که تاکنون فقط در امریکا تولید می‌شد، و ساخت داروهای ام‌اس به نام‌های «اکتوریف»، «اکتوفرون» و «اکتوکس» آن هم در شرایط تحریم، همه‌وهمه بیانگر آن است که ایران می‌تواند یکی از قطب‌های پزشکی منطقه یا حتی جهان به شمار آید. بنابراین «ایران با داشتن نیروی انسانی متخصص در امر پزشکی، و امکانات پیشرفته پزشکی و با توجه به ظرفیت‌های بالا در جذب گردشگران پزشکی، مقصد مهمی برای گردشگری پزشکی در جهان و به‌ویژه در جهان اسلام به شمار می‌آید» (حاجی‌نژاد و اسلام‌فرد، ۱۳۹۱: ۶۴۵).

امروزه جمهوری اسلامی ایران در عرصه پزشکی به موفقیت‌های زیادی به دست آورده‌است که نظر بسیاری از بیماران خارجی از جمله بیماران کشورهای همسایه را به خود جلب کرده‌است. این موضوع در واقع نویدبخش یکی از راه‌های ایجاد درآمدهای غیرنفتی در کشور به شمار می‌آید. بر اساس آمار موجود از منابع رسمی، سهم کشورهای اسلامی از درآمدهای جهانی گردشگری سلامت در سال ۲۰۱۲ تنها ۳ میلیارد دلار بود و کشور ایران در این سال فقط با کسب ۳۵۰ میلیون دلار در رتبه ۵۳ جهان قرار گرفته‌است (فتحی، سایت خبرگزاری ایرنا، ۹۳/۵/۲۸). بنابراین جذب بیماران خارجی به کشور به‌خودی‌خود امری بسیار مطلوب و در صورت ارائه خدمات درمانی مناسب به آنان می‌تواند ارزآوری قابل‌توجهی را نیز به دنبال داشته باشد. کشور ما با عنایت به مزیت‌های گردشگری سلامت از جمله هزینه‌های پایین خدمات پزشکی در مقایسه با دیگر کشورهای پیشرفته اروپایی، و با توجه به پیشرفت دانش و تجربه پزشکی و تجهیزات و تخصص پزشکان و دارا بودن جاذبه‌های فراوان طبیعی از جمله چشمه‌های آبگرم با قابلیت‌های درمانی بالا می‌تواند از فرصت‌های موجود برای ارائه خدمات گردشگری سلامت استفاده کند.

در حال حاضر بیمارستان‌های میلاد، جم، دی، ایرانمهر، خاتم‌الانبیا، و مرکز چشم‌پزشکی نور، مرکز درمان ناباروری ابن‌سینا در تهران، بنت‌الهدی، و رضوی در مشهد و نمازی شیراز در امر گردشگری درمانی فعالند. در استان قزوین نیز بیمارستان ولایت، بوعلی، مهرگان، پاستور، رحیمیان و مرکز جراحی چشم بینا در این راستا خدمت‌رسانی می‌کنند.

بر اساس آنچه گفته شد تأسیس یک شرکت خدمات گردشگری درمانی برای مسافران و بیماران کشورهای عربی و ترجمه و تبلیغ و اطلاع‌رسانی توانمندی‌های پزشکی ایران مانند

نمونه‌هایی از جراحی‌های نادری که توسط پزشکان ایرانی صورت گرفته‌است، و راه‌اندازی سراچه‌های اطلاع‌رسانی به زبان عربی، قطعاً موجب جذب گردشگران سلامت بسیاری از کشورهای عربی به ایران خواهد شد که در نتیجه کارآفرینی و اشتغال و ارزآوری قابل‌توجهی را برای کشور به دنبال خواهد داشت. بنابراین بسیار ضروری است که دولت با تقویت جایگاه گردشگری سلامت، زمینه ارائه خدمات این حوزه را در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی فراهم آورد. باید دانست که جذب گردشگر سلامت یا بیمار خارجی به عوامل متعددی بستگی دارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از: کیفیت تجهیزات پزشکی و بالا بودن تخصص پزشکان ایرانی، ارزان بودن قیمت تمام‌شده درمان، نسبت به اروپا. باین حال در کنار عوامل یادشده نباید از اثرات نظام ارزشی، نگرش‌ها و هنجارهای سیاسی و اجتماعی غافل شد (هزارجریبی، ۱۳۸۸: ۱۰۹).

بنابراین در حال حاضر علل اصلی مسافرت بیماران کشورهای عربی همسایه به ایران عبارت است از: کیفیت خدمات پزشکی، هزینه‌های پایین دارو و درمان در مقایسه با دیگر کشورهای پیشرفته اروپایی، دسترسی به خدمات سلامت و تجهیزات پیشرفته و جدید، وجود پزشکان و نیروی متخصص ماهر در حوزه سلامت در ایران، فقدان یا کمبود تجهیزات و پزشکان متخصص در کشورهای مبدأ.

از سوی دیگر در پی اوضاع کنونی کشورهای عربی و درگیری‌های ناشی از بهار عربی در تونس، مصر، لیبی، عراق، سوریه، یمن، و بحرین، سیل عظیمی از بیماران برای مداوا به مراکز مهم و معتبر پزشکی در کشور ایران مراجعه می‌کنند تا از امکانات بهداشتی و درمانی بهره‌مند شوند.

همچنین ساماندهی این بیماران در داخل کشور موضوعی است که تنها بر عهده وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی نیست، بلکه همکاری‌های فرابخشی سازمان‌های دیگر از جمله سازمان گردشگری، ناجا، وزارت خارجه و در نهایت بخش خصوصی در قالب شرکت‌های خدمات گردشگری درمانی را نیز می‌طلبد. باین حال متأسفانه به دلیل نبود زیرساخت‌های اصولی و تعریف نشدن آن در ایران، تا به امروز هیچ سازمانی و یا شرکتی در ایران نمی‌تواند ادعا کند که مجوز ثبت شرکت خدمات گردشگری درمانی را دریافت کرده‌است.

بدیهی است که گام نهادن در این راه نیازمند دانش‌آموختگان پویا، سخت‌کوش، و مبتکری است که با برنامه‌ریزی، جرئت و اعتمادبه‌نفس، و با راهنمایی و مساعدت دانشگاه‌ها، استادان، و مسئولان وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، پای در راهی بگذارند که هرچند در

ابتدا مثل هر تجارت و فعالیت اقتصادی سخت و کم‌درآمد می‌نماید، اما شکی نیست که پس از مدتی با تأسیس شرکت خدمات گردشگری درمانی و جذب متقاضیان کشورهای عربی، به جایگاه شایسته و موقعیت قابل‌قبول در دنیای اقتصاد و تجارت و اشتغال دست خواهد یافت.

د- تأسیس شرکت خدمات گردشگری درمانی

بر اساس آنچه تاکنون گفته شد می‌توان نتیجه گرفت که بدون شک یکی از راه‌های اشتغال دانش‌آموختگان زبان عربی روی آوردن به سمت ارائه خدمات گردشگری سلامت به مسافران و بیماران کشورهای عربی و اسلامی همسایه از طریق تأسیس و ثبت یک شرکت معتبر خدمات گردشگری درمانی است. اولین گام برای تأسیس یک شرکت خدمات گردشگری درمانی، شناسایی و معرفی قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه موجود است تا بدین ترتیب زمینه‌های بهره‌برداری اقتصادی را مهیا نمود. بر اساس برآوردهای انجام‌شده، هر گردشگر سلامت تا سه برابر یک گردشگر معمولی موجب درآمدزایی ارزی می‌شود.

برای ارائه خدمات گردشگری درمانی برای ایجاد اشتغال و تولید ثروت، باید نیازمندی‌های مشتریان را شناخت و در راستای بهره‌گیری از امکانات و تجهیزات، از سازمان‌ها، بیمارستان‌ها، هتل‌ها، و آپارتمان‌ها سود جست. دانشگاه کارآفرین نیز باید با هماهنگی وزارت بهداشت و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، برای تسهیل امور و کمک به مجریان این گونه خدمات برای دریافت تسهیلات موردنیاز این کسب‌وکار، برنامه‌ریزی و اقدامات لازم را انجام دهند.

مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های خدماتی گردشگری سلامت به ترتیب عبارتند از: شناخت زیرساخت‌های اصولی این فعالیت؛ به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و فعال؛ بازاریابی به کمک ارتباطات و اطلاعات موجود؛ و درنهایت بهبود خدمات ارائه‌شده برای جلب مشتری و توسعه فعالیت.

فراهم ساختن زیرساخت‌های این‌گونه خدمات نیازمند مساعدت و همکاری سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه است؛ زیرا همان‌طور که بیان شد هنوز در ایران هیچ مجوز گردشگری درمانی به هیچ شرکتی داده نشده است. علی‌رغم تکاپوهای فراوان و تبلیغات زیادی که در اینترنت و در برخی از شرکت‌ها دیده می‌شود، هنوز در صحنه عمل در حد یک پیشنهاد باقی مانده است. این مسئله نیازمند توجهات ویژه از سوی مسئولان مربوطه در وزارت بهداشت و سازمان گردشگری است.

علاوه بر آن، تأسیس و توسعه شرکت‌های خدمات گردشگری درمانی نیازمند گروه کاری متخصص و پرتلاش و مشاوره با افراد باتجربه و ذیصلاح در ابعاد مختلف بوده تا در کنار هم به ایجاد شرکت خدمات گردشگری درمانی معتبر و قانونی و کارآمد منجر گردد. از سوی دیگر لازم است ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط علاوه بر ارائه تسهیلات مالی، مساعدت‌های دیگر از قبیل مشاوره‌های فنی، مدیریتی و حقوقی ارائه نمایند. زیرا یکی از موانع موجود بر سر راه دانشجویان عربی ناآگاهی و ناتوانی آنها در زمینه تجارت و بهداشت و حسابداری و علوم رایانه است. در صورت ارائه خدمات مشاوره‌ای در زمینه تخصصی لازم مانند مبانی تجارت، اصول بهداشت، علوم حسابداری، علوم رایانه‌ای، و غیره این مانع نیز به‌خوبی برطرف خواهد شد.

پس از موافقت اصولی و دریافت مجوز و ثبت یک شرکت خدمات گردشگری درمانی، گام مهم و مؤثر بعدی در جهت ارتقای فعالیت، بازاریابی است. در دنیای پرقابلیت امروز، بازاریابی مقوله مهمی در پیشبرد اهداف شرکت‌های تجاری و خدماتی است. ایجاد سایت مستقل برای اطلاع‌رسانی و تبلیغات در فرودگاه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای، مهم‌تر از همه پیگیری حال بیماران پس از درمان و بازگشت به کشورشان، در نظر گرفتن سطح معیشتی متقاضیان و ارائه خدمات با توجه به توانایی آنها و وجود تنوع در لیست خدمات قابل‌ارائه، اسکان بیمار متناسب با وضعیت و درخواست هر مشتری به‌خصوص در مورد بیماری که درمانشان وقت‌گیر است مانند بیماری‌های نازایی، از جمله فعالیت‌هایی است که می‌تواند به موفقیت این طرح یاری برساند. بدون شک رعایت و پایبندی به موارد بالا منجر به ارائه خدماتی فوق‌العاده به بیماران می‌گردد، در نتیجه با رضایت یک نفر می‌توان مشتریان بسیاری را بدون هزینه و تبلیغات جذب نمود.

از سویی دیگر ایجاد شرکت‌های قانونی و معتبر در حوزه خدمات گردشگری درمانی، منجر به حفظ و ارتقای جایگاه و پرستیژ ایران می‌شود. زیرا برخی از بیماران خارجی به دلیل نبود شرکت‌های معتبر خدمات گردشگری، متأسفانه در دام دلالتی قرار می‌گیرند که از نبود این‌گونه شرکت‌ها سوءاستفاده می‌کنند. این امر بدون شک به وجهه کشور نیز خدشه وارد می‌کند.

ه- چالش‌های و موانع پیش‌روی شرکت‌های گردشگری درمانی

علی‌رغم تمامی آنچه تاکنون پیرامون جایگاه ایران در صنعت گردشگری سلامت گفته شد، متأسفانه وجهه ایران در نگاه بسیاری از کشورهای عرب و غیرعرب باعث ایران‌گریزی و رفتن

به سراغ دیگر کشورها می‌شود. بدون شک بازتاب برخی رفتارها به وسیله هر فرد ایرانی اعم از مردم عادی و یا مسئولین و مدیران ارشد کشور، در سطح ملی و بین‌المللی بزرگ‌ترین مانع در توسعه و گسترش صنعت گردشگری و گردشگری درمانی است. از سوی دیگر برخی جنبه‌های دیگر فرهنگی ناشی از عقاید و آداب و رسوم ایرانیان و تعالیم دینی در این زمینه وجود دارد، که نباید از آنها غافل بود. خلاصه اینکه نباید تأثیرات مثبت یا منفی موضوعات سیاسی و فرهنگی و اجتماعی را، که بر روی انتخاب گردشگران تأثیر فراوانی دارند و حتی گاهی باعث تغییر مقصد متقاضی می‌شوند، نادیده گرفت.

در نهایت گردشگری سلامت یکی از مباحث مهم در اقتصاد ایران امروز به شمار می‌رود، ولی این خدمات در ایران تاکنون متأسفانه نتوانسته به جایگاه واقعی خود در عرصه کارآفرینی دست یابد. به این مفهوم که دانش‌آموختگان این رشته از فرصت‌های موجود در جامعه به خوبی استفاده نمی‌کنند. علاوه بر آن در عرصه آموزشی، انتقاد جدی به این نظام وارد است؛ زیرا فرایند آموزشی موجود دانشجویان را آن‌چنان‌که باید به آمادگی و مهارت‌های لازم برای ورود به این‌گونه عرصه‌های کاری تجهیز نمی‌کند؛ بنابراین مشکل اشتغال مناسب دانش‌آموختگان زبان و ادبیات عربی تنها به خود آنها بر نمی‌گردد. از سوی دیگر پرورش کارآفرین نیازمند آموزش کاربردی است. ضعف نظام آموزشی کارا، باعث می‌شود هزاران نفر از افرادی که فارغ‌التحصیل می‌شوند سواد علمی مناسب و مهارت‌های لازم را در زمینه مکالمه و ترجمه برای ورود به بازار کار نداشته باشند. خلاصه اینکه دانشجویان رشته زبان عربی حتی در دوره‌های ارشد و دکتری مهارت و تخصص لازم را برای بسیاری از مشاغل که گردشگری درمانی جزء کوچکی از آنهاست، ندارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس آنچه در این پژوهش گفته شد دریافتیم که یکی از مهم‌ترین مشکلات فراروی جوامع در حال توسعه و حتی کشورهای توسعه‌یافته بحران بیکاری است. مجموعه راه‌حل‌هایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده است، اصطلاحاً کارآفرینی نامیده می‌شود. فعالیت‌های گردشگری درمانی، یک فعالیت اقتصادی پایدار و راهی برای اشتغال دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در سطح کشور است. پس یکی از راه‌های کارآفرینی در رشته عربی،

گردشگری سلامت است. به نظر می‌رسد موضوع تأسیس شرکت‌های گردشگری درمانی به عنوان یک موضوع مستقل تاکنون مدنظر هیچ سازمان یا نهاد دولتی قرار نگرفته‌است. درحالی‌که با حمایت‌هایی از طرف دولت، دانشگاه‌ها و استادان می‌توان فرصت‌های کاری فراوانی را برای دانشجویان رشته عربی فراهم نمود.

تأسیس یک شرکت موفق در زمینه ارائه خدمات گردشگری درمانی بازتاب یک کار تیمی است. تأسیس چنین شرکت‌هایی نیازمند همکاری و همراهی تیمی از متخصصان در عرصه‌های مدیریت بازرگانی و علوم حسابداری و مهارت‌های حسابرسی و رایانه و... است. دانش‌آموختگان زبان عربی می‌توانند از طریق تأسیس شرکت خدمات گردشگری درمانی نه تنها نقش فعالی را در زمینه اشتغال خود و گروهی دیگر داشته باشند، بلکه قادرند ارزآوری قابل توجهی را نیز برای کشور به ارمغان آورند و دست بسیاری از دلالتان سودجو را که باعث خدشه‌دار شدن هویت ایرانی شده‌اند، کوتاه کنند و در کنار خلق تجارتي نوین و بازار کار جدید، نقش مهمی در بالا بردن درآمد کشور نیز داشته باشند.

کتابنامه

الف) کتاب‌ها

- پاپلی یزدی، محمدحسین، و سقایی، مهدی (۱۳۸۶)، **گردشگری (ماهیت و مفاهیم)**، چاپ دوم، تهران: سمت.
- شاه‌حسینی، علی (۱۳۹۰)، **کارآفرینی**، چاپ سوم، تهران: آبیژ.
- قدمی، مصطفی، و غلامیان بایی، محمد (۱۳۹۳)، **اثرات گردشگری پیامدها، چهارچوب‌ها و سیاست‌ها**، تهران: مه‌کامه.

ب) مقالات

- آماره، جواد (۱۳۹۱)، «نامه اتاق بازرگانی»، شماره ۶۴، تهران.
- بندریان، رضا؛ احمد موسائی (۱۳۸۸)، «بهره‌گیری از صنایع موجود راه‌حلی برای تسهیل تجاری‌سازی»، فصلنامه رشد فناوری، سال پنجم، شماره ۱۸، بهار ۱۳۸۸.

جعفری، حسن؛ الهام بختیاری؛ مینا کشتکار (۱۳۹۰)، «گردشگری پزشکی و اهمیت آن در نظام سلامت ایران»، **مجموعه مقالات همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار**، مردشت.

حاجی‌نژاد، علی؛ فاطمه اسلام‌فرد (۱۳۹۲)، «تدوین راهبردهای گسترش گردشگری پزشکی شهر شیراز با استفاده از روش برنامه‌ریزی استراتژیک (SWOT)»، **مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان**، شماره ۸.

حسینی لرگانی، سیده مریم؛ رضا میرعرب رضی؛ سعید رضایی (۱۳۸۷)، «آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی»، **پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**، زمستان ۱۳۸۷، شماره ۵۰.

زند، ابتهال (۱۳۹۳)، «آثار گردشگری بر اشتغال»، **ماهنامه کارآفرین**، شماره ۳۷، آذرماه ۱۳۹۳.

شاوردی، مرضیه؛ مصطفی بغدادی (۱۳۹۱)، «مقاله تجاری‌سازی موفق فناوری با رویکرد تیمی»، **فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد**، سال نهم، شماره ۳۳، زمستان ۱۳۹۱.

صدر ممتاز، ناصر؛ زهرا آقارحیمی (۱۳۸۹)، «صنعت گردشگری پزشکی در ایران راهکارهایی برای توسعه»، **ویژه‌نامه اطلاعات سلامت**، تهران.

طیبه، سید کمال و همکاران (۱۳۹۱)، «تحلیل نظری مقایسه کسب‌وکار کارآفرینانه و غیر کارآفرینانه در اقتصاد اسلامی»، **توسعه کارآفرینی**، تهران، زمستان ۱۳۹۱.

فکور، بهمن (۱۳۸۵)، «مروری بر مفاهیم نظری تجاری‌سازی نتایج تحقیقات»، **فصلنامه رهیافت**، شماره ۳۷، بهار و تابستان ۱۳۸۵.

قربانی، پیمان (۱۳۷۸)، «تازه‌های اقتصاد» شماره ۸۶، تهران.

مروتی شریف‌آبادی، علی؛ فائزه اسدیان اردکانی (۱۳۹۳)، «ارائه مدل توسعه گردشگری سلامت با رویکرد تلفیقی تاپسیس فازی و مدل‌سازی ساختاری تفسیری در استان یزد»، **مدیریت سلامت**، ۱۷.

مصطفوی، حکیمه؛ احسان شمس‌گوشکی (۱۳۹۱)، «اخلاق در گردشگری سلامت»، **فصلنامه اخلاق زیستی**، سال دوم، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۱.

مهرآرا، اسدالله (۱۳۸۷)، «اخلاق کارآفرینی ضرورتی برای توسعه کارآفرینی در آموزش عالی»، **کار و جامعه**، مرداد و شهریور ۱۳۸۷، شماره ۹۸ و ۹۹.

نوروزی، محمدرضا (۱۳۸۸)، «موانع کارآفرینی دانشگاهی و اقدامات راهبردی برای تقویت کارآفرینی دانشجویان»، کار و جامعه، شماره ۱۱۱، شهریور ۱۳۸۸.

هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۸)، «توسعه علوم انسانی از منظر کارآفرینی»، پژوهش در نظام‌های آموزشی، دوره ۳، شماره ۷، پاییز و زمستان ۱۳۸۸.

سایت‌های اینترنتی

فتحی، جانعلی (۱۳۹۳)، «توسعه گردشگری سلامت در ایران»، سایت خبرگزاری ایرنا.

۹۳/۵/۲۸ - www.irna.ir/fa/News

یعقوب‌زاده، رحیم (۱۳۹۲ ه. ش)، «گردشگری و جایگاه آن در ایران».

۹۳/۱۰/۱۲ - www.tourismroham.com

«السياحة الطبية» خيار في إيجاد فرص العمل لخريجي قسم اللغة العربية

صادق عسکري^{١*}، فاطمة علیان^٢

١. أستاذ مشارك في قسم اللغة العربية و آدابها بجامعة سمنان

٢. طالبة الدكتوراه في اللغة العربية و آدابها بجامعة فردوسي مشهد

الملخص

إنّ البحث عن فرص العمل للمتخرّجين في اللغة العربية و آدابها وتوظيفهم في المهنة المتناسقة في هذا الفرع وخاصة في مراحل الدراسات العليا، يعدّ من القضايا الجديدة بالاهتمام في استغلال فرع اللغة العربية. ولا شكّ في أنّ زيادة الأعمال والامتهان في مجال السياحة الصحية تعدّ إحدى المقترحات في هذا المجال كضخ من الخدمات السياحية في مرافقة المسافرين والمرضى العرب وتقديم المساعدات، ممّا يؤدي إلى توظيف المتخرّجين في فرع اللغة العربية وبالتالي ارتفاع معدّل الدخل القومي بسبب ارتفاع عدد هؤلاء المرضى الباحثين عن العلاج والخدمات الطبيّة في إيران. كما يمكن تأسيس شركة خدمات السياحة الصحيّة لتوظيف خبرات المتخرّجين في هذا المجال. ومن المتوقّع أن يؤدي ذلك إلى فرص عمل كثيرة والدخل المناسب، وخاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار الأوضاح الراهنة الناتجة عن الثورات المستمّدة بالربيع العربي في البلدان العربية كتونس و مصر وليبي وسوريه والعراق واليمن والبحرين. للوصول إلى هذا الهدف، وبعد إيجاد التمهيّدات والقيام بالمرحلة القانونيّة الأولى، للحصول على الوثائق والتصاريحات اللازمة، لابدّ من توظيف خبراء معتمدين في اختصاصات متعدّدة كالحاسبة والكمبيوتر واللغة الإنكليزيّة. وبعد التسويق والإعلانات التجاريّة عن خدمات هذه الشركات، سوف نشاهد المرضى من البلدان العربية ينزعون إلى إيران بسبب تقدّم الأجهزة والتقنيّات الطبيّة من جهة والتكاليف الرخيصة بالنسبة إلى البلدان الأوروبيّة من جهة أخرى.

الكلمات الرئيسية: السياحة الطبيّة؛ اللغة العربية و آدابها؛ زيادة الأعمال؛ فرص العمل.

