

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



گردشگری سلامت و پتانسیلهای آن با تاکید بر استان همدان

یوسف محمدزاده^{۱*}، جعفر یحییوی^۲

^۱ هیات علمی دانشگاه ارومیه yo.mohammadzadeh@urmia.ac.ir

^۲ دانشجوی رشته اقتصاد دانشگاه ارومیه jafar-ec@yahoo.com

چکیده

توریسم سلامت^۱، نوعی از مسافرت است که علاوه بر تفریح، فراغت و آسایش، سلامت و مراقبت‌های پزشکی را نیز به همراه دارد. گردشگری سلامت در تقسیم‌بندی سازمان جهانی جهانگردی، دارای زیرمجموعه‌های مختلفی است که دامنه وسیعی از پیشگیری، درمان و بازتوانی را برای افراد در برمی‌گیرد. شعار جهانی توریسم سلامت، امکانات و خدمات در حد کشورهای جهان اول یا پیشرفته و قیمت‌ها و هزینه‌ها در حد کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است. در حال حاضر این صنعت به سرعت در حال تبدیل شدن به صنعتی جهانی است ایران با پتانسیل‌ترین و توانمندترین کشور در میان همسایگان خود در خصوص جذب توریسم سلامت است. از طب سنتی (انواع گیاهان دارویی) و منابع طبیعی (آب‌های گرم و معدنی) گرفته تا نیروهای متخصص پزشکی و بهداشتی و همچنین مراکز پیشرفته درمانی (همچون درمان ناباروری، دندانپزشکی، جراحی قلب، جراحی زیبایی و غیره) و البته هزینه‌های کم خدمات در ایران از جمله این ظرفیت‌ها است. نیاز مردم کشورهای همسایه به خدمات بهداشتی و درمانی (به لحاظ سطح پایین دانش پزشکی این کشورها بعلاوه مشکلات سلامتی آنها)، نیز از جمله نقاط قوت ایران محسوب می‌شود. علاوه بر این که استان همدان از مهم‌ترین مناطق گردشگری کشور به حساب می‌آید در زمینه گردشگری سلامت نیز از پتانسیل‌های فراوان از جمله چشمه‌های آبگرم، وجود بیش از ۳۰۰ گونه گیاهی، طب سنتی و وجود ۷۲ شرکت در زمینه تولید انواع گیاهان دارویی این استان را از قطب‌های مهم در تولید و کشت تولید گیاهان دارویی در کشور جای‌داده و در توریسم درمانی بازار بسیار مناسبی برای کشورهای همسایه به‌ویژه عراق می‌باشد بنابراین اهمیت توجه و تدوین استراتژی تبدیل کشور به قطب گردشگری سلامت در منطقه و جهان، به‌وضوح مشخص می‌شود. نیل به چنین هدفی نیازمند کوشش و خلاقیت است. تأسیس بیمه‌های سلامت مشترک منطقه‌ای و جهانی، ایجاد دهکده‌های سلامت در مناطق نزدیک به مرزهایی که بازار جذب گردشگری سلامت بزرگ‌تری دارند، ایجاد نظام اطلاع‌رسانی وسیع و اصلاح قوانین و غیره از جمله این تلاش‌هاست.

کلیدواژه: توریسم سلامت، پتانسیل‌های گردشگری سلامت در همدان، عوامل داخلی، عوامل خارجی، استراتژی

¹. Health Tourism