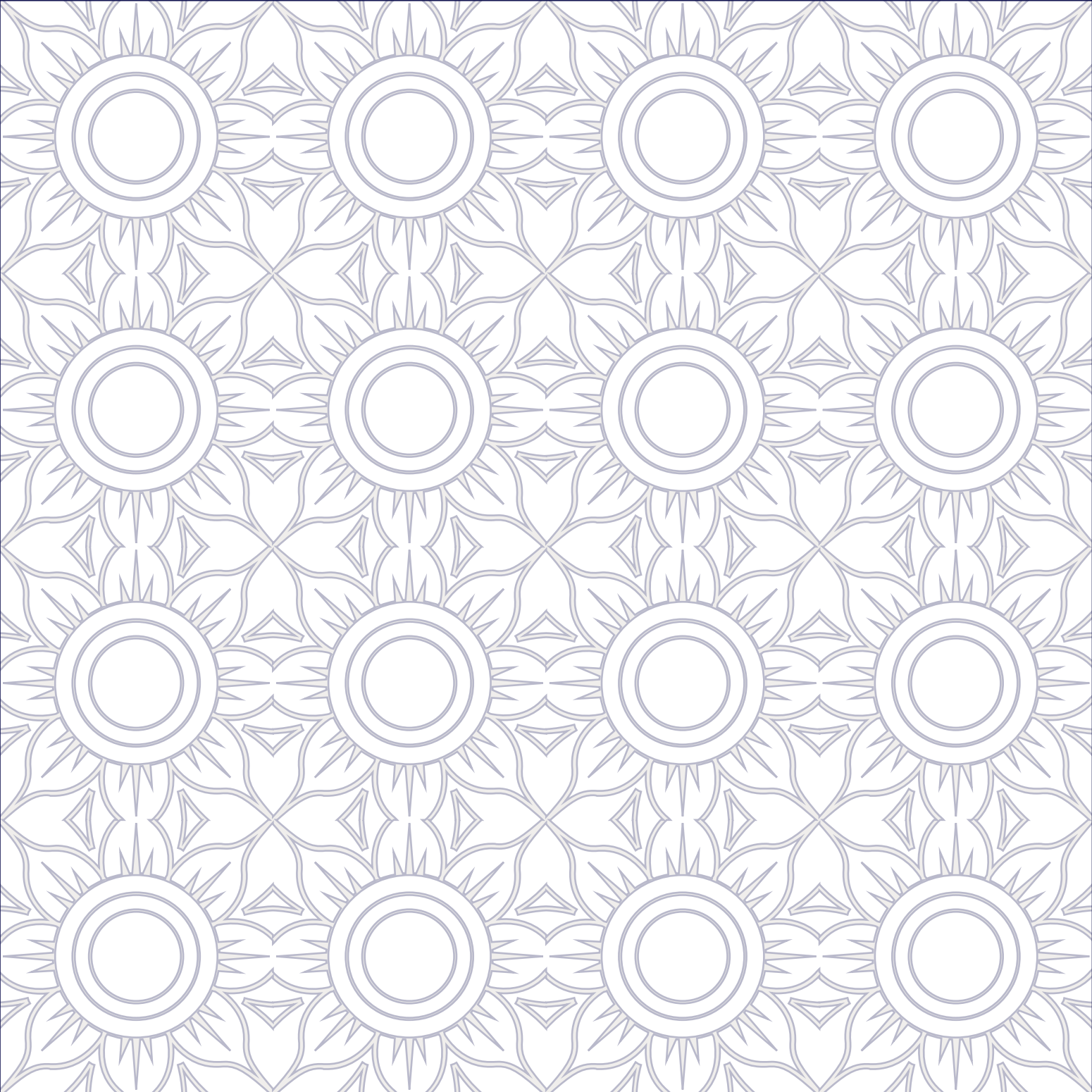




**رویداد اربعین؛
بررسی نیازهای مالی زائرین اربعین از دیدگاه فینتک**



حَدَّثَنَا
الْحَمِيمُ بْنُ الرَّسَّامِ





گزارش سیاستی

رویداد اربعین؛

بررسی نیازهای مالی زائرین اربعین از دیدگاه فینتک





انستیتو توسعه زیست بوم
فناوری‌های مالی (فاین‌تک)
پژوهشکده مطالعات فناوری



پژوهشکده
مطالعات فناوری

شناسنامه گزارش



عنوان گزارش:

رویداد اربعین؛ بررسی نیازهای مالی زائرین اربعین از دیدگاه فینتک

تدوین گزارش:

سید امیرحسین عراقچی، روح‌اله ابوجعفری، محمدصادق صارمی

ویراستار:

مهرداد شیرقاضی

طراح جلد و صفحه‌آرا:

علی قربی

تاریخ انتشار:

آذر ماه ۱۴۰۴

اهداف گزارش:

- ۱) شناسایی چالش‌های مالی رویداد جهانی اربعین
- ۲) ارائه راهکارهای فناورانه برای چالش‌های مالی اربعین

فهرست


۱. خلاصه مدیریتی..... ۱
۱. بیان مسئله ۵
- ۱-۱. امور مالی پیش از سفر ۸
- ۱-۲. امور مالی در فرایند سفر..... ۹
- ۱-۳. امور مالی پس از سفر ۱۰
۲. روش‌شناسی پژوهش ۱۰
۳. تحلیل یافته‌ها..... ۱۲
- ۳-۱. وضع موجود در امور مالی پیش از سفر..... ۱۹
- ۳-۱-۱. دانش و اطلاعات مالی و اقتصادی سفر ۱۹
- ۳-۱-۲. تأمین مالی زائران سفر اربعین..... ۲۹
- ۳-۱-۳. تهیه ارز..... ۳۱
- ۳-۱-۴. بیمه سفر اربعین؛ تحلیل رفتار زائران در مواجهه با بیمه اربعین ۳۶
- ۳-۲. امور مالی در فرایند سفر..... ۴۱
- ۳-۲-۱. مدل‌های پرداخت ۴۱
- ۳-۲-۲. افشا و مقابله با کلاهبرداری ۵۳
- ۳-۲-۳. اطلاع‌رسانی از ظرفیت‌ها و امکانات ۵۹

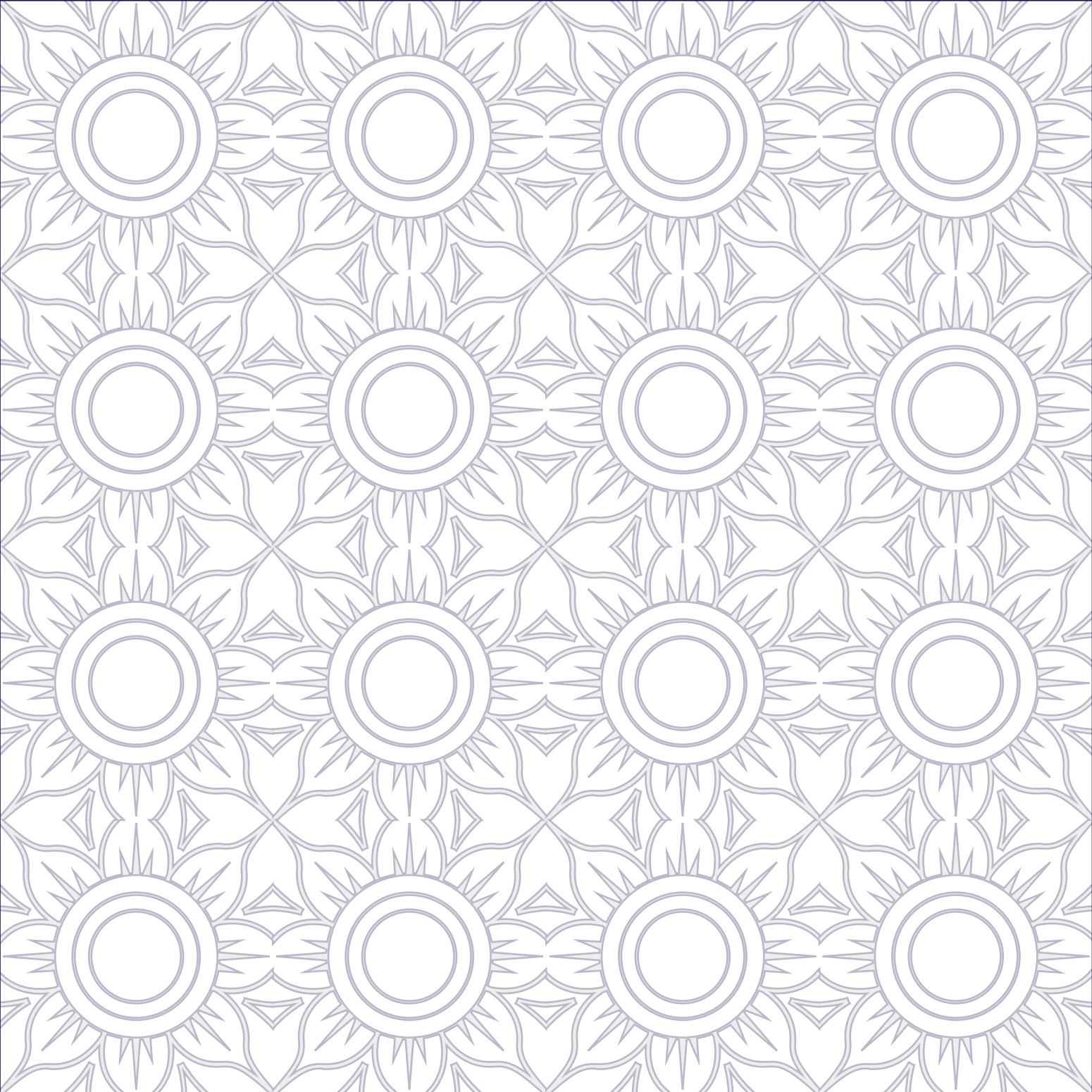
- ۳-۳. امور مالی پس از سفر ۶۵
- ۳-۳-۱. چرخه مدیریت ارز دیناری زائران؛ از تخصیص تا بازگشت ۶۵
- ۳-۳-۲. تبدیل ارز دیناری عراق به ریال ۷۲
۴. راهکارها ۷۴
- ۴-۱. راهکارهای کوتاه مدت ۷۵
- ۴-۱-۱. «پلتفرم تأمین مالی جمعی ارزی»: سامانه جمع سپاری دینار زائران ۷۵
- ۴-۱-۲. ارائه مجوزهای وام‌دهی همتابه‌همتا به لندتک‌ها جهت تأمین مالی سفر اربعین ۷۶
- ۴-۱-۳. خرید بلیت با مدل خرید قسطی (خرید کن، بعداً پرداخت کن) ۷۷
- ۴-۱-۴. اعلام نرخ خدمات و قیمت‌ها در اپ رسمی اربعین ۷۷
- ۴-۱-۵. ارائه ارز دولتی از طریق استارت‌آپ‌ها (دینارز) ۷۸
- ۴-۱-۶. کیوسک‌های مرزی تبدیل دینار به ریال در مسیر بازگشت زائران ۷۸
- ۴-۲. راهکارهای بلند مدت ۷۹
- ۴-۲-۱. بیمه‌های پارامتریک و توسعه اینشورتک اربعینی ۷۹
- ۴-۲-۲. کیف پول چندارزی هوشمند برای زائران اربعین ۸۰
- ۴-۲-۳. سامانه گزارش‌دهی و رتبه‌بندی خدمات در اربعین ۸۱

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱. مراحل مورد مسائل مالی سفر اربعین ۷
- شکل ۲. توزیع سن مشارکت‌کنندگان ۱۳
- شکل ۳. نسبت جنسیتی مشارکت‌کنندگان ۱۴
- شکل ۴. ترکیب شغلی شرکت‌کنندگان ۱۵
- شکل ۵. ترکیب تحصیلی شرکت‌کنندگان ۱۶
- شکل ۶. تنوع شیوه حرکت مشارکت‌کنندگان ۱۷
- شکل ۷. نحوه سفر مشارکت‌کنندگان ۱۸
- شکل ۸. درصد زائرینی که آموزش‌های مالی پیش از سفر دریافت کرده‌اند ۲۰
- شکل ۹. کانال‌های دریافت اطلاعات مالی ۲۲
- شکل ۱۰. سطح اعتماد زائران به منابع خبری ۲۳
- شکل ۱۱. درصد مشارکت‌کنندگانی که پیش از سفر اقدام به تنظیم بودجه سفر خود می‌کنند ۲۵
- شکل ۱۲. درصد تطبیق هزینه‌های واقعی و برآورد ۲۷
- شکل ۱۳. میزان تطبیق انتظارات مالی و تجربه زیسته ۲۸
- شکل ۱۴. میزان بهره‌برداری زائران از بسته دیناری دولتی ۳۲
- شکل ۱۵. ترجیحات زائران در انتخاب محل دریافت ارز ۳۴

- شکل ۱۶. کانال‌های توزیع ارز..... ۳۵
- شکل ۱۷. میزان مشارکت در سامانه سماح..... ۳۸
- شکل ۱۸. تمایل به استفاده از بیمه دیجیتال..... ۴۰
- شکل ۱۹. نحوه هزینه‌کرد مشارکت‌کنندگان..... ۴۲
- شکل ۲۰. محل اصلی اقامت مشارکت‌کنندگان..... ۴۴
- شکل ۲۱. روش اصلی پرداخت مشارکت‌کنندگان..... ۴۵
- شکل ۲۲. وضعیت امنیت مشارکت‌کنندگان..... ۴۷
- شکل ۲۳. واکنش مشارکت‌کنندگان در مواجهه با ریسک‌های مالی..... ۴۹
- شکل ۲۴. نیاز زائران به دریافت پول از ایران..... ۵۰
- شکل ۲۵. مسیر تامین ارز در مواقع نیاز طی سفر..... ۵۱
- شکل ۲۶. تمایل زائران به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری..... ۵۲
- شکل ۲۷. درصد عدم مواجهه با کلاهبرداری..... ۵۴
- شکل ۲۸. پرتکرارترین حوزه‌های تخلف و کلاهبرداری..... ۵۶
- شکل ۲۹. میزان تمایل به استفاده از یک سامانه امتیازدهی و گزارش تخلف..... ۵۸
- شکل ۳۰. میزان دسترسی به اینترنت..... ۶۰
- شکل ۳۱. میزان دسترسی به اینترنت همراه در طول مسیر پیاده‌روی اربعین..... ۶۲
- شکل ۳۲. نیازها و چالش‌های اطلاعاتی زائران..... ۶۴

- 
- شکل ۳۳. میزان حمل دینار میان مشارکت‌کنندگان..... ۶۶
- شکل ۳۴. وضعیت باقی‌مانده ارز دیناری نزد زائران در پایان سفر..... ۶۷
- شکل ۳۵. رفتار زائران نسبت به مدیریت و نگهداری ارز مازاد پس از سفر..... ۶۹
- شکل ۳۶. الگوی فروش دینارهای باقی‌مانده پس از سفر..... ۷۱
- شکل ۳۷. علاقه‌مندی زائران به استفاده از سامانه‌های رسمی تبدیل ارز..... ۷۳



خلاصه مدیریتی

این گزارش بر پایه داده‌های حاصل از ۷۴۴ پرسشنامه معتبر از زائران اربعین تدوین شده و با بهره‌گیری از یک مدل سه مرحله‌ای، رفتار مالی زائران را در مقاطع پیش از سفر، حین سفر و پس از بازگشت آسیب‌شناسی می‌کند. داده‌های پیش از سفر نشان می‌دهد که ۹۱ درصد زائران از هرگونه آموزش مالی بی‌بهره بوده‌اند و ۶۷ درصد به صورت مستقل (شخصی) اقدام به بودجه‌بندی کرده‌اند. همچنین، ۶۸ درصد از سهمیه دولتی دینار استفاده کرده و ۹۷ درصد ترجیح داده‌اند تأمین ارز را پیش از عزیمت و در مبدأ انجام دهند. این یافته‌ها تصویری از فشار نقدینگی خانوار، اتکای زائران به منابع اطلاعاتی غیررسمی و محدودیت‌های سازوکار تخصیص ارز را ترسیم می‌کند. در مرحله حین سفر، تحلیل‌ها حاکی از آن است که ۹۷ درصد تراکنش‌ها مبتنی بر وجه نقد بوده و این «سلطه مطلق نقدینگی»، ریسک‌های مالی را به حداکثر رسانده است؛ به طوری که حدود ۲۴ درصد زائران چالش‌هایی نظیر مفقودی پول، سرقت یا پرداخت‌های نامتعارف را تجربه کرده‌اند. بررسی سبد هزینه‌ها نیز نشان می‌دهد حمل و نقل (۳۰ درصد) و ارتباطات (۲۱ درصد) بیشترین سهم را داشته و تنها ۹ درصد به بیمه اختصاص یافته است. اگرچه نرخ مشارکت در بیمه سماح ۹۱ درصد بوده، اما بخش عمده‌ای از زائران اثربخشی و کارایی پوشش‌های آن را ناکافی ارزیابی کرده‌اند.



این نتایج، ضعف زیرساخت‌های پرداخت دیجیتال، ناکارآمدی بیمه و فقدان سازوکار نظارتی بر تخلفات را برجسته می‌سازد. در مرحله پس از بازگشت، داده‌ها بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از دینارهای تخصیصی به چرخه رسمی بازنگشته و زائران اقدام به نگهداری (حبس) ارزی یا مبادله آن در بازار غیررسمی کرده‌اند؛ وضعیتی که از منظر اقتصاد کلان به «انجماد سرمایه» و توسعه بازار سایه دامن می‌زند. در نهایت، این پژوهش منجر به تدوین «بسته توصیه‌های سیاستی» شده است که شامل راهکارهایی نظیر ایجاد سامانه رسمی بازرخرد دینار، توسعه کیف پول دیجیتال، طراحی شبکه پرداخت مشترک ایران-عراق، اصلاح ساختار بیمه اربعین و تدوین برنامه‌های آموزش مالی کاربردی است. هدف نهایی این راهکارها، افزایش شفافیت مالی، کاهش ریسک‌ها و ارتقای کارایی در کل زنجیره ارزش اقتصادی اربعین است.

اربعین حسینی به عنوان بزرگ‌ترین گردهمایی دینی جهان، هر ساله میلیون‌ها زائر ایرانی و غیرایرانی را به خود جذب می‌کند. برآوردها نشان می‌دهد که تنها در چند روز منتهی به اربعین، میلیون‌ها سفر از ایران به مقصد عراق انجام می‌شود و این حجم عظیم از جابه‌جایی انسانی، علاوه بر ابعاد معنوی و فرهنگی، ابعاد گسترده اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی نیز دارد. تأمین نیازهای مالی و اقتصادی این جمعیت میلیونی از جمله مسائل کلیدی است که مدیریت آن برای نهادهای تصمیم‌گیر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هزینه‌های سفر، مبادلات مالی میان زائران و خدمات‌دهندگان، انتقال ارز بین دو کشور و پوشش بیمه‌ای زائران، همگی اجزای موضوعی بزرگ‌تر را تشکیل می‌دهند که می‌توان از آن با عنوان «مدیریت مالی اربعین» یاد کرد.

در سال‌های اخیر، دولت ایران برای تسهیل حضور زائران، سیاست تخصیص ارز دولتی به هر فرد را در پیش گرفته است. این سیاست گرچه در کوتاه‌مدت بخشی از نیاز زائران را تأمین می‌کند، اما پیامدهایی همچون بازنگشتن بخش قابل توجهی از ارز تخصیص یافته، شکل‌گیری بازار غیررسمی فروش ارز در بازگشت و در نتیجه ایجاد فشار مضاعف بر منابع ارزی کشور را نیز به همراه داشته است. عملاً بخشی از منابع ارزی کشور به صورت نقدی در اختیار زائران قرار می‌گیرد، اما پس از پایان سفر بخشی از آن به چرخه رسمی بازمی‌گردد و به اصطلاح پدیده «خواب سرمایه» را ایجاد می‌کند.

از سوی دیگر، الگوی مصرف مالی زائران در طول سفر نیز با چالش‌هایی جدی همراه است. حمل پول نقد علاوه بر دشواری‌های عملی، خطر سرقت و گم شدن را افزایش می‌دهد. نبود زیرساخت‌های رسمی و دیجیتال در پرداخت‌ها موجب بروز کلاهبرداری، پرداخت‌های اضافی و وابستگی به واسطه‌های غیررسمی می‌شود. همچنین، بخش زیادی از زائران از پوشش بیمه‌ای کافی در برابر حوادث احتمالی برخوردار نیستند و در مواقع بحرانی با مشکلات جدی مواجه می‌شوند. عامل دیگری که نباید نادیده گرفته شود، سطح پایین آموزش‌ها و آگاهی‌های مالی در میان بخشی از زائران است. بسیاری از زائران اطلاعات کافی درباره ابزارهای مالی جدید یا روش‌های ایمن مدیریت پول در سفر ندارند. این موضوع باعث می‌شود تصمیم‌های اقتصادی آن‌ها بیشتر بر پایه توصیه‌های غیررسمی یا تجربه‌های شخصی باشد و در مواردی پس از بازگشت، خانواده‌ها را با مشکلات نقدینگی مواجه سازد.

بنابراین، اربعین نه تنها یک رویداد مذهبی و فرهنگی عظیم است، بلکه یک پدیده اقتصادی - اجتماعی با ابعاد مالی پیچیده به شمار می آید. مدیریت صحیح این ابعاد، نیازمند طراحی و اجرای راهکارهایی است که از یک سوا امنیت و آسایش زائران را تضمین کند و از سوی دیگر منافع اقتصادی کشور را حفظ نماید. در این میان، فناوری های مالی (فین تک) می توانند به عنوان یک ابزار نوین، نقش مهمی در تحول این حوزه ایفا کنند. فین تک ها از طریق توسعه کیف پول های دیجیتال، سامانه های رسمی تبادل ارز، بیمه های دیجیتال و ارائه آموزش های مالی قابل دسترس، ظرفیت آن را دارند که بخش مهمی از مشکلات موجود را برطرف کرده و مدیریت مالی اربعین را به سطحی کارآمدتر و شفاف تر ارتقا دهند.





رویداد اربعین؛

بررسی نیازهای مالی زائرین اربعین از دیدگاه فینتک

۱. بیان مسئله

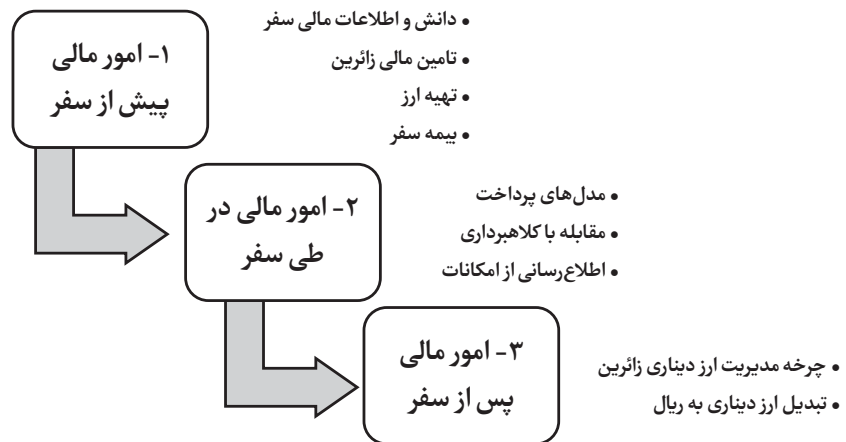
مدیریت مالی اربعین با مجموعه‌ای از مسائل و چالش‌های ساختاری روبه‌رو است که هر یک به تنهایی می‌تواند فشارهای جدی بر زائران، خانواده‌ها و حتی منابع ملی وارد کند. زائران در آغاز سفر با چند مانع جدی مالی مواجه‌اند. نخست، کمبود آموزش و آگاهی مالی موجب می‌شود بسیاری از زائران بدون اطلاع کافی از هزینه‌ها، نرخ ارز یا ابزارهای نوین مالی تصمیم‌گیری کرده و عمدتاً به توصیه‌های غیررسمی یا منابع نامعتبر تکیه داشته باشند. دوم، فشار تأمین بودجه سفر است؛ خرید سهمیه دینار (حداقل ۲۰۷ میلیون تومان) و افزایش چشمگیر بلیت حمل‌ونقل (اتوبوس، قطار و هواپیما) بخش زیادی از نقدینگی خانوار را پیش از سفر قفل می‌کند. سوم، سیاست تخصیص ارز دولتی اگرچه در کوتاه‌مدت بخشی از هزینه را جبران می‌کند؛ اما به دلیل نبود سازوکار بازگشت، بخشی از این ارز پس از سفر نزد زائران باقی می‌ماند یا در بازارهای غیررسمی مبادله شده و در عمل به «خواب سرمایه» و تقویت بازار غیررسمی می‌انجامد.



در طول سفر، زائران با ریسک‌ها و ناکارآمدی‌های متعددی روبه‌رو هستند. بیمه اجباری سماح به دلیل ضعف اطلاع‌رسانی، ناهمگونی خدمات و نبود انعطاف کافی در پوشش، کارآمدی لازم را ندارد و بسیاری از هزینه‌های درمانی همچنان نقدی پرداخت می‌شود. علاوه بر آن، وابستگی به پول نقد و فقدان زیرساخت رسمی پرداخت دیجیتال، مشکلاتی مانند خطر سرقت، گم شدن پول و دشواری مدیریت هزینه‌های خرد را تشدید می‌کند. تحریم‌های بانکی نیز مانع از ایجاد شبکه رسمی پرداخت مشترک میان ایران و عراق شده و زائران را ناچار به اتکا به روش‌های غیررسمی می‌سازد. هم‌زمان، بخشی از زائران تجربه کلاهبرداری و پرداخت‌های اضافی در حوزه حمل‌ونقل، خرید کالا و خدمات یا تبدیل ارز را گزارش کرده‌اند. همچنین، وجوه نقدی در قالب نذورات به اماکن مقدس منتقل می‌شود که این نیز وابستگی به پول نقد را افزایش می‌دهد.

پس از بازگشت، بخش بزرگی از ارز تخصیصی زائران به چرخه رسمی برنمی‌گردد. بسیاری دینارهای باقی‌مانده را نزد خود نگه می‌دارند یا در بازار غیررسمی می‌فروشند. این رفتار هرچند در سطح فردی عقلانی و متناسب با شرایط اقتصادی پرنوسان تلقی می‌شود، در سطح کلان موجب انباشت سرمایه خارج از چرخه تولیدی و افزایش فعالیت‌های غیررسمی می‌شود. نبود سامانه‌های شفاف و در دسترس برای بازخرید فوری دینار و تبدیل آن به ریال نیز این روند را تشدید کرده است. به‌طور کلی، سفر اربعین علاوه بر یک مناسک مذهبی، یک پدیده اقتصادی-اجتماعی پیچیده است که زائران را در سه مرحله پیش از سفر، حین سفر و پس از بازگشت با مشکلاتی چون تأمین مالی، مدیریت ارز، وابستگی به پول نقد، ناکارآمدی بیمه، کلاهبرداری و نبود زیرساخت‌های

بازگشت ارز مواجه می‌سازد. در صورت بی‌توجهی به این مسائل، هزینه‌های فردی و خانوادگی زائران افزایش یافته و منابع ارزی کشور نیز از چرخه رسمی اقتصاد خارج خواهد شد. مدیریت مالی سفر اربعین، مجموعه‌ای از تصمیم‌ها و هزینه‌ها را شامل می‌شود که در زمان‌ها و شرایط متفاوتی بر زائر و خانواده او تحمیل می‌گردد. برای درک بهتر این چرخه و دسته‌بندی منظم داده‌های گردآوری شده، از یک مدل سه‌بخشی استفاده شده است. این مدل بر پایه‌ی منطق زمانی استوار بوده و مسائل مالی زائر را در سه مرحله‌ی امور مالی پیش از سفر، امور مالی در جریان سفر و امور مالی پس از بازگشت مورد توجه قرار می‌دهد. چنین رویکردی این امکان را فراهم می‌سازد که هم رفتار فردی زائر و هم پیامدهای کلان اقتصادی ناشی از سفر، به صورت منسجم و نظام‌مند تحلیل شود.



شکل ۱. مراحل مورد مسائل مالی سفر اربعین



۱-۱. امور مالی پیش از سفر

یکی از مهم‌ترین مراحل در چرخه مالی زائران اربعین، دوره‌ی پیش از سفر است؛ جایی که تصمیم‌های مالی اولیه گرفته شده و فشار اصلی بر منابع خانوار شکل می‌گیرد. در این مقطع، سطح دانش و اطلاعات مالی نقش مهمی ایفا می‌کند. بسیاری از زائران آگاهی دقیقی از نرخ خدمات مورد نیاز مانند قیمت بلیت حمل و نقل (اتوبوس، قطار، هواپیما)، خرید سیم‌کارت و اینترنت، اقامت و حتی مخارج خوراک در طول سفر ندارند. نبود شفافیت و دسترسی به اطلاعات معتبر، برنامه‌ریزی مالی زائران را دشوار کرده و سبب می‌شود تا آنان بر اساس شنیده‌ها یا منابع غیررسمی تصمیم بگیرند. این امر احتمال خطا در برآورد هزینه و بروز مشکلات مالی در مراحل بعدی را افزایش می‌دهد.

در کنار مسئله اطلاعات، تأمین بودجه سفر به یکی از چالش‌های اساسی خانوارها تبدیل شده است. افزایش نرخ بلیت‌های حمل و نقل و هزینه خرید ارز اربعین فشار مالی شدیدی ایجاد می‌کند. بسیاری از زائران توان پرداخت یک‌جای این هزینه‌ها را ندارند و ناچار به استفاده از منابع جایگزین می‌شوند؛ از جمله اتکا به پس‌انداز خانوادگی، قرض گرفتن از دوستان و آشنایان، دریافت وام‌های کوچک یا حتی فروش دارایی‌های خرد برای تأمین حداقل منابع سفر. همچنین، فرایند تهیه ارز خود به چالشی جداگانه بدل شده است. زائران برای تأمین دینار معمولاً از سه مسیر استفاده می‌کنند: دریافت سهمیه دولتی، خرید از واسطه‌ها یا استفاده از کانال‌های اینترنتی. هر یک از این روش‌ها مشکلات خاص خود را دارد؛ از قفل شدن بخشی از نقدینگی در صورت دریافت سهمیه دولتی گرفته تا پرداخت هزینه‌های بالاتر در خرید ارز از واسطه‌ها. افزون بر این، بحث بیمه سفر نیز پیش

از حرکت مطرح می‌شود. ثبت نام در سامانه سماح برای همه اجباری است، اما میزان آگاهی زائران از جزئیات پوشش بیمه‌ای و کفایت آن اندک است و همین امر بیمه را به جای آنکه ابزار مدیریت ریسک باشد، به یک الزام اداری فرو می‌کاهد.

۱-۲. امور مالی در فرایند سفر

در جریان سفر اربعین، زائران با مجموعه‌ای از هزینه‌ها و ریسک‌های مالی روبه‌رو می‌شوند که اغلب با اتکا به پول نقد مدیریت می‌گردد. مدل‌های پرداخت در این مرحله نشان می‌دهد که بیشتر هزینه‌ها مربوط به حمل و نقل داخلی و بین شهری در عراق، خرید سوغاتی و ملزومات و همچنین ارتباطات (خرید سیم‌کارت، اینترنت و تماس) است. نبود زیرساخت رسمی پرداخت دیجیتال سبب شده زائران مجبور باشند مبالغ بالایی وجه نقد همراه داشته باشند. این وضعیت نه تنها احساس ناامنی را افزایش می‌دهد، بلکه احتمال بروز سرقت، مفقودی پول یا سوءاستفاده در معاملات را نیز بیشتر می‌کند. افزون بر این، در برخی موارد هزینه‌ها بیشتر از نرخ واقعی مطالبه شده و زائران امکان اعتراض یا پیگیری مؤثر ندارند.

یکی دیگر از موضوعات مهم در این مقطع، کلاهبرداری و پرداخت‌های اضافی است. گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد که زائران در حوزه‌هایی چون کرایه خودرو، خرید کالا و تبدیل ارز با تخلفات مالی مواجه می‌شوند. نبود یک سازوکار نظارتی کارآمد یا دشواری دسترسی به آن، زائران را در موقعیت ضعف قرار می‌دهد. اگرچه سامانه‌هایی برای گزارش تخلفات طراحی شده؛ اما آگاهی عمومی از آن‌ها اندک بوده و در شرایط شلوغ سفر، استفاده از این سامانه‌ها عملاً محدود



می‌شود. همچنین محدودیهایی در اطلاع‌رسانی امکانات موجود مانند خدمات درمانی، بیمه یا تخصیص ارز در طول مسیر دیده شده و زائران غالباً آگاهی کافی برای استفاده از این ظرفیت‌ها را ندارند.

۱-۳. امور مالی پس از سفر

مرحله‌ی سوم چرخه مالی اربعین، به پیامدهای اقتصادی بازگشت به کشور اختصاص دارد. یکی از مهم‌ترین موضوعات در این بخش، مدیریت ارز مازاد است. بخش قابل توجهی از دینارهایی که زائران همراه دارند، پس از بازگشت از سفر، به چرخه رسمی اقتصاد بازنمی‌گردد. برخی زائران ارز باقیمانده را در بازار غیررسمی فروخته و برخی دیگر آن را به عنوان پس‌انداز خانگی نگه می‌دارند. این رفتار در شرایط نوسانات ارزی و بی‌ثباتی اقتصادی رفتاری طبیعی تلقی می‌شود، زیرا زائران آن راهی برای حفظ ارزش دارایی خود می‌دانند. با این حال، از منظر کلان اقتصادی، چنین رویه‌ای موجب خواب سرمایه و کاهش بازگشت منابع به چرخه رسمی کشور می‌شود. مسئله دیگر به تبدیل ارز به ریال بازمی‌گردد. نبود یک سامانه رسمی و در دسترس برای تبدیل دینار به ریال در مرز یا در داخل کشور، سبب می‌شود تا زائران در نهایت به واسطه‌ها یا بازارهای غیررسمی رجوع کنند.

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای یک پرسشنامه ساخت‌یافته طراحی و اجرا گردیده است. این ابزار با هدف سنجش ابعاد مختلف مدیریت مالی زائران اربعین، بر اساس یک مدل سه‌بخشی تدوین شد که

چرخه‌ی مالی زائر را در سه مرحله‌ی امور مالی پیش از سفر، امور مالی در فرایند سفر و امور مالی پس از بازگشت پوشش می‌دهد. در بخش نخست (پیش از سفر)، پرسش‌ها به موضوعاتی همچون سطح سواد و آگاهی مالی، آگاهی از نرخ خدمات (حمل و نقل، بلیت‌ها، سیم‌کارت و اینترنت)، منابع دریافت اطلاعات مالی، نحوه‌ی تأمین ارز دیناری و روش‌های بودجه‌گذاری خانوار اختصاص یافت. در بخش دوم (حین سفر)، تجربه زائران از بهره‌مندی از بیمه، شیوه‌های پرداخت، حمل پول نقد، احساس امنیت مالی، وقوع کلاهبرداری یا پرداخت‌های اضافی، هزینه‌های ارتباطی و نحوه‌ی آگاهی از ظرفیت‌ها و خدمات موجود مورد بررسی قرار گرفت. در بخش سوم (پس از بازگشت)، پرسش‌ها بر میزان ارز باقیمانده و شیوه‌ی مدیریت آن (بازگرداندن، فروش یا نگه‌داری خانگی)، وضعیت نقدینگی خانوار پس از بازگشت و ارزیابی کلی تجربه مالی تمرکز داشت.

فرآیند گردآوری داده‌ها در میان زائران اربعین بین تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۱۰ تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۶/۲۶ انجام شد و در مجموع ۷۴۴ پاسخ معتبر جمع‌آوری گردید. پرسشنامه به‌گونه‌ای طراحی شد که هم اطلاعات کمی (مانند میزان ارز، هزینه‌ها و شیوه‌های پرداخت) و هم داده‌های نگرشی و رفتاری (مانند اعتماد، تجربه کلاهبرداری، تمایل به استفاده از بیمه یا ابزارهای مالی نوین و ارزیابی کلی سفر) را پوشش دهد. این ترکیب داده‌ای امکان ترسیم تصویری جامع و چندلایه از وضعیت مالی زائران اربعین را فراهم ساخته است. بدین ترتیب، داده‌های گردآوری‌شده مبنای اصلی تحلیل این گزارش قرار گرفته و زمینه را برای شناسایی چالش‌ها و اولویت‌های سیاستی در سه مقطع پیش از سفر، حین سفر و پس از بازگشت فراهم می‌کند.

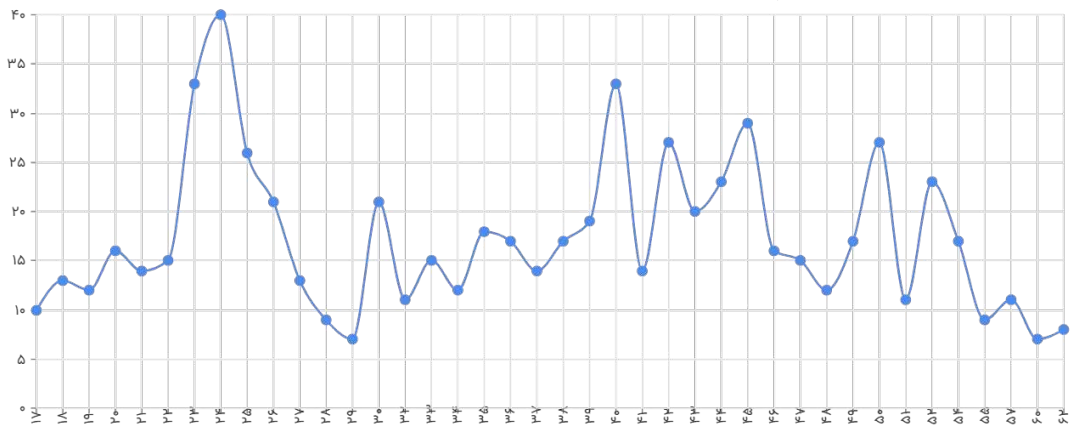


۳. تحلیل یافته‌ها

بررسی داده‌های جمعیت‌شناختی به دست آمده نشان می‌دهد که پرسشنامه توانسته است دامنه نسبتاً گسترده‌ای از مشارکت جغرافیایی را پوشش دهد. از مجموع ۳۱ استان کشور، پاسخ‌گویانی از ۲۵ استان در این مطالعه حضور داشته‌اند؛ به بیان دیگر، حدود ۸۰ درصد از استان‌های ایران در نمونه نمایندگی شده‌اند. با این حال، توزیع پاسخ‌ها میان استان‌ها متوازن نبوده است. بخش عمده‌ای از مشارکت به استان‌های پرجمعیت و مذهبی اختصاص یافته است. استان تهران با حدود ۴۱ درصد بیشترین سهم پاسخ‌دهندگان را در اختیار داشته و پس از آن استان اصفهان با حدود ۱۸ درصد، خراسان رضوی با حدود ۸ درصد و استان قم با حدود ۶٫۵ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. سایر استان‌ها از جمله البرز، فارس، یزد، همدان، کرمان، خوزستان، آذربایجان شرقی، مرکزی و زنجان نیز در نمونه حضور داشته‌اند؛ اما سهم هر یک کمتر از سه درصد بوده است. بدین ترتیب، می‌توان گفت اگرچه پوشش جغرافیایی نمونه وسیع و شامل اکثر استان‌های کشور است، اما تمرکز اصلی پاسخ‌ها بر چند استان بزرگ و پرتعداد بوده است.

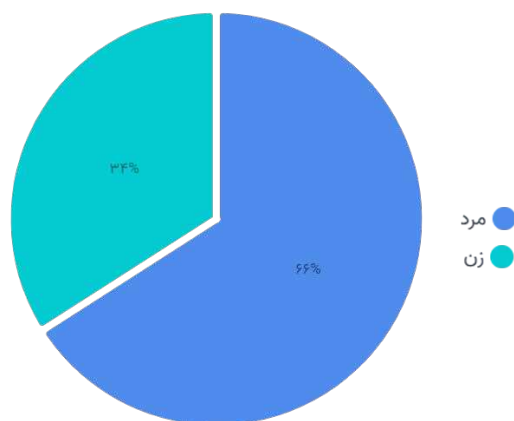
داده‌های مربوط به سن پاسخ‌دهندگان، ترکیب متنوعی را نشان می‌دهد. میانگین سن افراد شرکت‌کننده حدود ۳۸ سال است و دامنه سنی آنان از ۱۶ تا ۹۰ سال متغیر است. توزیع گروه‌های سنی نشان می‌دهد که سهم اصلی مربوط به افراد ۲۱ تا ۵۰ ساله است که در مجموع حدود ۷۴ درصد کل نمونه را تشکیل می‌دهند. به تفکیک، گروه سنی ۲۱ تا ۳۰ سال با ۲۶٫۱ درصد، گروه ۳۱ تا ۴۰ سال با ۲۰٫۲ درصد و گروه ۴۱ تا ۵۰ سال با ۲۷٫۷ درصد، بیشترین مشارکت را داشته‌اند. سهم

گروه سنی ۵۱ تا ۶۰ سال به ۱۶ درصد و گروه ۶۱ تا ۷۰ سال به ۳۰.۸ درصد می‌رسد. همچنین، تنها ۰.۸ درصد از پاسخ‌دهندگان بیش از ۷۰ سال سن دارند. گروه سنی زیر ۲۰ سال نیز ۵.۵ درصد از کل نمونه را تشکیل می‌دهد. در مجموع، ترکیب سنی پاسخ‌دهندگان عمدتاً متشکل از جمعیت جوان و میانسال کشور است و سهم افراد سالمند یا بسیار جوان در این مطالعه اندک است.



شکل ۲. توزیع سن مشارکت‌کنندگان

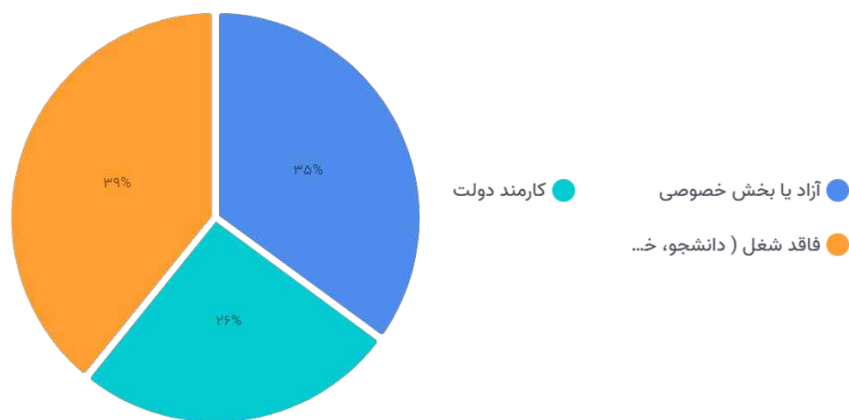
ترکیب جنسیتی نمونه مورد بررسی متوازن نیست و بخش عمده‌ای از پاسخ‌دهندگان را مردان تشکیل می‌دهند. به طور مشخص، ۶۶ درصد از شرکت‌کنندگان مرد و ۳۴ درصد زن هستند. این توزیع با الگوی کلی حضور زائران اربعین هم‌خوانی دارد؛ زیرا سهم مردان در این سفر معمولاً بیشتر از زنان است. با این حال، حضور چشمگیر زنان (بیش از یک سوم نمونه) نشان می‌دهد که در تحلیل مسائل مالی اربعین، نیازها و تجربه‌های مالی متفاوت زنان نیز باید به طور مستقل مدنظر قرار گیرد.



شکل ۳. نسبت جنسیتی مشارکت‌کنندگان

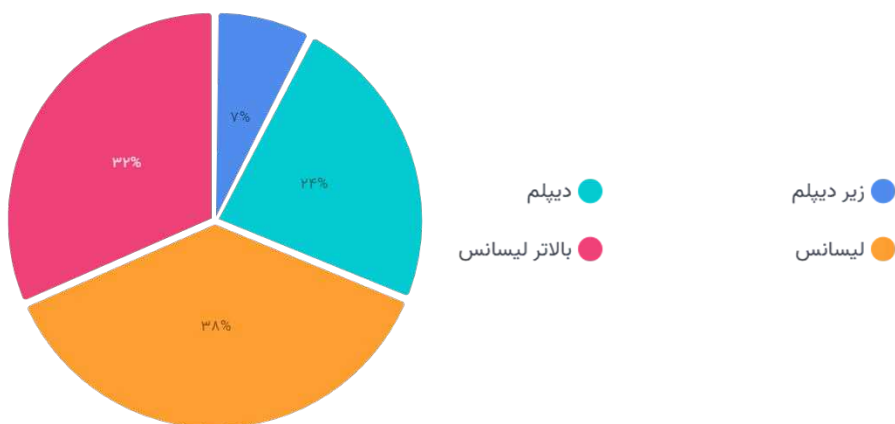
نتایج به دست آمده از پرسشنامه نشان می‌دهد که ترکیب شغلی شرکت‌کنندگان در این مطالعه متنوع است. بر اساس داده‌ها، ۲۶ درصد از پاسخ‌دهندگان کارمند هستند. علاوه بر این، ۳۵ درصد از افراد در بخش خصوصی یا مشاغل آزاد فعالیت دارند. همچنین، ۳۹ درصد از پاسخ‌دهندگان غیرشاغل (شامل خانه‌دار، دانشجو، دانش‌آموز و...) هستند. این الگو نشان می‌دهد که سفر اربعین صرفاً به یک گروه خاص اجتماعی محدود نیست و طیفی گسترده از جامعه، اعم از کارکنان بخش دولتی، شاغلان بخش خصوصی و دانشجویان، در آن حضور دارند. از منظر سیاست‌گذاری، این تنوع شغلی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا نیازهای مالی هر یک از این گروه‌ها در طول سفر متفاوت است و این تفاوت باید در طراحی خدمات و حمایت‌های مرتبط با اربعین مدنظر قرار گیرد.





شکل ۴. ترکیب شغلی شرکت‌کنندگان

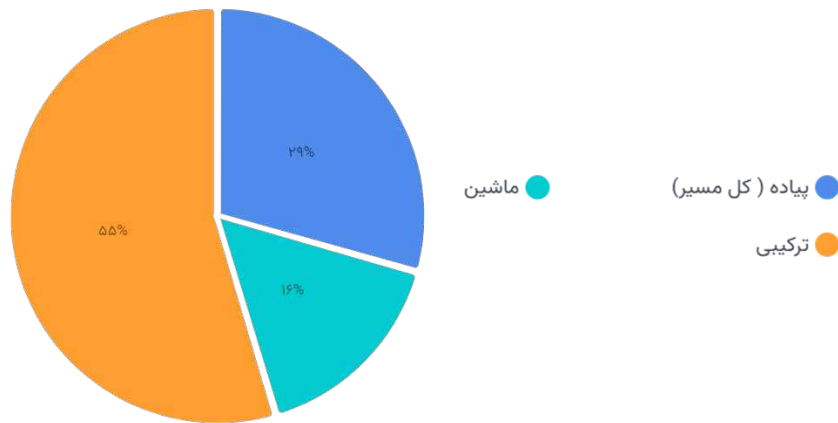
بر اساس داده‌ها، ۷ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک دیپلم و پایین‌تر، ۲۴ درصد تحصیلات دیپلم، ۳۸ درصد دارای مدرک کارشناسی و ۳۲ درصد نیز دارای تحصیلات در مقاطع کارشناسی ارشد یا دکتری بوده‌اند. این الگو نشان می‌دهد که بیش از دو سوم پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی (کارشناسی و بالاتر) هستند. این ترکیب تحصیلی می‌تواند در تحلیل رفتار مالی و میزان آشنایی با ابزارهای نوین پرداخت و خدمات فین‌تکی نقش مؤثری ایفا کند.



شکل ۵. ترکیب تحصیلی شرکت‌کنندگان

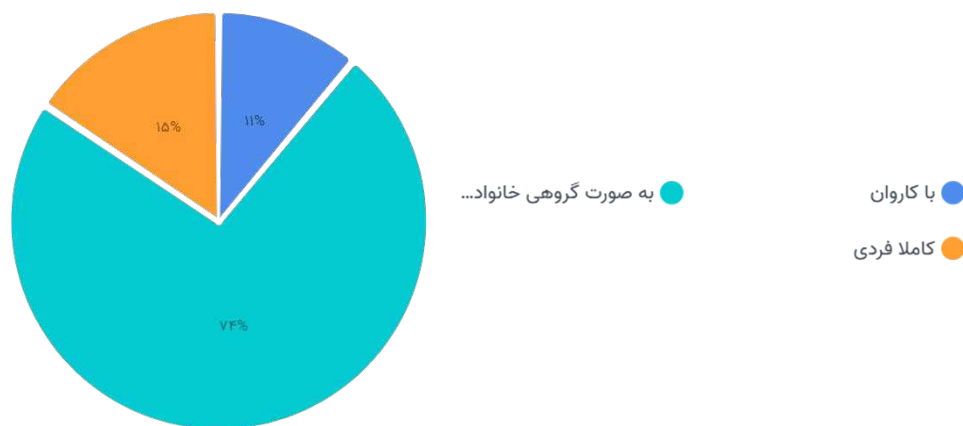
یافته‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که الگوی تردد زائران در مسیر منتهی به کربلا، تنوع قابل توجهی دارد. بر اساس داده‌ها، ۲۹ درصد از پاسخ‌دهندگان کل این مسیر را پیاده طی می‌کنند. در مقابل، ۵۵ درصد از شرکت‌کنندگان، مسیر را به صورت ترکیبی (پیاده و با خودرو) می‌پیمایند. گروه سوم، یعنی ۱۶ درصد از پاسخ‌دهندگان، این مسیر را عمدتاً با وسایل نقلیه طی می‌کنند. این الگو نشان می‌دهد که هرچند سنت پیاده‌روی اربعین همچنان برای بخشی از زائران، اصلی‌ترین شیوه حرکت است، اما اکثریت ترجیح می‌دهند از وسایل حمل‌ونقل برای تسهیل و تسریع سفر خود استفاده کنند. این تنوع در شیوه جابه‌جایی می‌تواند بازتابی از شرایط جسمی، توان مالی و محدودیت‌های زمانی زائران باشد.





شکل ۶. تنوع شیوه حرکت مشارکت‌کنندگان

داده‌ها نشان می‌دهد که ۷۴ درصد از پاسخ‌دهندگان، سفر خود را به صورت خانوادگی یا همراه با گروهی از دوستان انجام می‌دهند. این الگو، بیانگر ماهیت جمعی و اجتماعی سفر اربعین است. در مقابل، ۱۵ درصد از شرکت‌کنندگان به تنهایی سفر می‌کنند. همچنین، ۱۱ درصد از زائران از طریق کاروان‌های سازمان یافته در این سفر شرکت می‌کنند که نشان‌دهنده سهم کمتر ساختارهای رسمی در مقایسه با شبکه‌های خانوادگی و دوستانه است. در مجموع، سفر اربعین برای بخش عمده‌ای از زائران تجربه‌ای خانوادگی و گروهی است. این موضوع می‌تواند در تحلیل الگوهای هزینه‌کرد و نحوه مدیریت منابع مالی سفر اهمیت ویژه‌ای داشته باشد.



شکل ۷. نحوه سفر مشارکت‌کنندگان

الگوی همسفران بر اساس جنسیت نیز تفاوت‌های معناداری را نشان می‌دهد. در سفرهای فردی، مردان با سهمی حدود ۷۵ درصد، اکثریت غالب را تشکیل می‌دهند. این نسبت در سفرهای گروهی و خانوادگی متعادل‌تر می‌شود؛ به طوری که ۶۵ درصد از شرکت‌کنندگان مرد و ۳۵ درصد زن هستند. در نهایت، در سفرهای کاروانی، توزیع جنسیتی به متوازن‌ترین حالت خود می‌رسد و زنان با ۴۰ درصد، بیشترین سهم خود را در این نوع سفر ثبت کرده‌اند. این الگو نشان می‌دهد که حضور زنان در ساختارهای جمعی و سازمان‌یافته مانند کاروان‌ها، پیرنگ‌تر از سفرهای فردی است. از نظر وضعیت شغلی نیز تفاوت‌های چشمگیری میان انواع سفر وجود دارد:

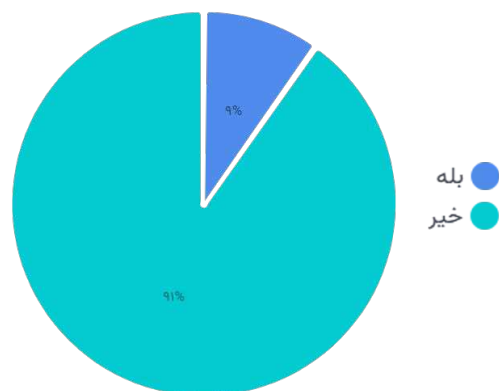
- سفرهای فردی: عمدتاً توسط شاغلان آزاد یا بخش خصوصی (۴۴ درصد) و کارمندان (۳۰ درصد) انجام می‌شود.
- سفرهای گروهی و خانوادگی: متنوع‌ترین ترکیب را دارند و سهم افراد غیرشاغل (۳۸ درصد)، شاغلان آزاد (۳۶ درصد) و کارمندان (۲۶ درصد) در آن به یکدیگر نزدیک است.
- سفرهای کاروانی: به طور مشخص با حضور افراد غیرشاغل (۶۴ درصد) شناخته می‌شوند و سهم شاغلان در آن به مراتب کمتر است.

۱-۳. وضع موجود در امور مالی پیش از سفر

۱-۱-۳. دانش و اطلاعات مالی و اقتصادی سفر

۱-۱-۱-۳. وضعیت آموزش مالی و اقتصادی زائران

داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که اکثریت قریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان هیچ‌گونه آموزش رسمی یا غیررسمی درباره نرخ‌ها و مسائل مالی مرتبط با سفر اربعین دریافت نکرده‌اند. بر اساس نتایج، تنها ۹ درصد از شرکت‌کنندگان اظهار داشته‌اند که پیش از سفر آموزش‌هایی در این زمینه دیده‌اند، در حالی که ۹۱ درصد هیچ آموزشی دریافت نکرده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که سطح آگاهی مالی زائران پیش از سفر به شدت محدود است و بسیاری از آنان بدون دانش کافی از هزینه‌های واقعی سفر، نرخ ارز و خدمات مرتبط وارد این فرایند می‌شوند. چنین وضعیتی می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های مالی نادرست، وابستگی بیشتر به منابع غیررسمی و افزایش احتمال مواجهه با مشکلات مالی در طول و پس از سفر شود. بنابراین، فقدان آموزش مالی یکی از چالش‌های بنیادین مدیریت مالی زائران اربعین به شمار می‌رود.



شکل ۸. درصد زائرینی که آموزش‌های مالی پیش از سفر دریافت کرده‌اند

یافته‌ها نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از زائران (حدود ۹۱ درصد) هیچ‌گونه آموزش مالی مرتبط با سفر اربعین دریافت نکرده‌اند. تحلیل ویژگی‌های جمعیتی این گروه، تصویر دقیق‌تری از آسیب‌پذیری آن‌ها ارائه می‌دهد:

- جنسیت و تحصیلات: از این میان، ۶۲٫۴ درصد مرد و ۳۷٫۶ درصد زن هستند. از نظر سطح تحصیلات، اکثریت قاطع آن‌ها دارای مدرک دیپلم (۷۶٫۶ درصد) یا زیر دیپلم (۲۳٫۴ درصد) هستند. نکته قابل توجه این است که تقریباً هیچ فردی با تحصیلات دانشگاهی در این گروه وجود ندارد.
- وضعیت شغلی: بیش از نیمی از این گروه (۵۶٫۹ درصد) غیرشاغل (دانشجو، بیکار و...) هستند. در مقابل، ۳۵٫۵ درصد در بخش خصوصی یا مشاغل آزاد فعالیت دارند و تنها ۷٫۶ درصد کارمند دولت هستند.



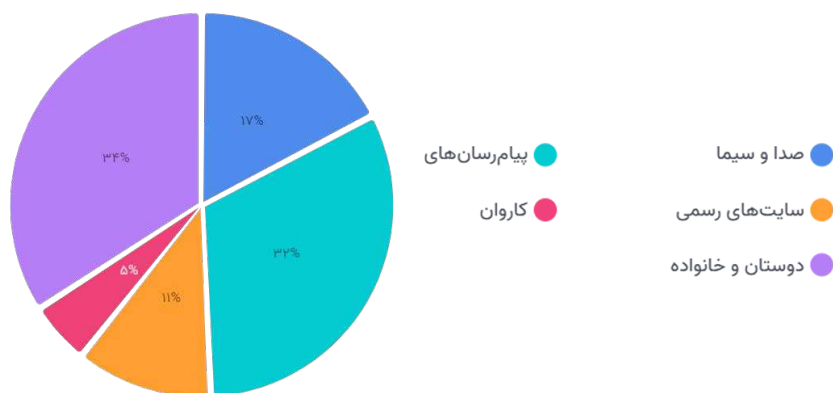
● الگوی سفر: اکثریت قاطع آن‌ها (۷۱٫۶ درصد) به صورت گروهی یا خانوادگی سفر می‌کنند، در حالی که سهم سفرهای کاروانی (۱۴٫۷ درصد) و فردی (۱۳٫۷ درصد) در میان آن‌ها به مراتب کمتر است.

در مجموع، این ترکیب جمعیتی نشان می‌دهد که زائران فاقد آموزش مالی، غالباً در گروه‌هایی با سطح تحصیلات و اشتغال پایین‌تر قرار دارند و به همین دلیل، بیش از دیگران در معرض آسیب‌ها و چالش‌های مالی سفر هستند.

۳-۱-۲. منابع اصلی دریافت اطلاعات مالی پیش از سفر

نتایج پرسشنامه نشان می‌دهد که زائران برای کسب اطلاعات مالی و اقتصادی مرتبط با سفر اربعین، به منابع گوناگونی رجوع می‌کنند. مهم‌ترین منبع مورد استفاده، دوستان و خانواده بوده است؛ به طوری که ۳۴ درصد از پاسخ‌دهندگان، اطلاعات مالی خود را از این طریق دریافت می‌کنند. پس از آن، شبکه‌های اجتماعی با سهم ۳۲ درصد در رتبه دوم قرار دارند. این یافته نشان می‌دهد که بخش بزرگی از زائران برای آگاهی از نرخ ارز، هزینه‌های حمل‌ونقل و سایر مسائل مالی به محتوای منتشرشده در فضای مجازی تکیه می‌کنند. این اتکا، با توجه به عدم قطعیت و گاه نادرست بودن اطلاعات در این فضا، می‌تواند زمینه‌ساز خطا در تصمیم‌گیری‌های مالی باشد. در رده‌های بعدی، رسانه‌های سنتی (صدا و سیما) با ۱۷ درصد قرار دارند و نقش کم‌رنگ‌تری در اطلاع‌رسانی ایفا می‌کنند. سهم سایت‌های رسمی دولتی به تنها ۱۱ درصد محدود می‌شود و اطلاع‌رسانی از طریق کاروان‌ها نیز با ۵ درصد، کمترین سهم را دارد. این توزیع بیانگر آن است که منابع غیررسمی (خانواده، دوستان و شبکه‌های اجتماعی) بخش

غالب جریان اطلاعات مالی زائران را تشکیل می دهند، در حالی که منابع رسمی دولتی و کارگزاری ها سهم بسیار محدودی در این زمینه دارند. چنین الگویی، ضعف اعتماد عمومی به کانال های رسمی و اتکا به روابط شخصی یا شبکه های غیررسمی را در مدیریت مالی سفر آشکار می سازد.



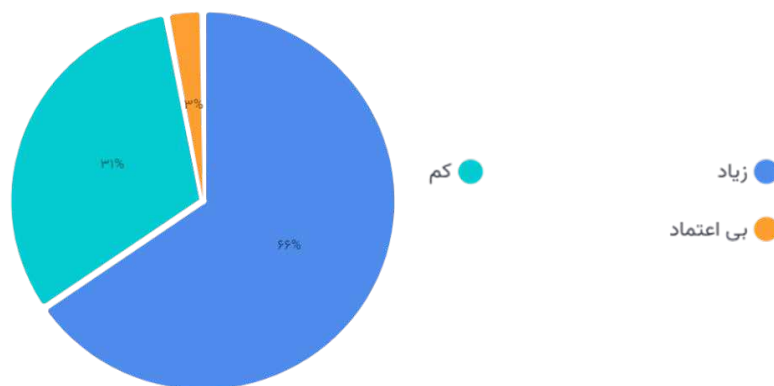
شکل ۹. کانال های دریافت اطلاعات مالی

۳-۱-۱-۳. سطح اعتماد زائران به اطلاعات مالی سفر اربعین

نتایج پرسشنامه نشان می دهد که سطح اعتماد زائران به منابع خبری مالی و اقتصادی تنوع قابل توجهی دارد و سطح اعتماد عمومی به این منابع پایین است. بر اساس داده ها، ۵۵ درصد از پاسخ دهندگان، سطح اعتماد خود را «کم» ارزیابی می کنند؛ آماري که نشان می دهد بیش از نیمی از زائران، اطلاعات دریافتی را با تردید می پذیرند. در مقابل، ۳۹ درصد اعتماد «زیاد» و تنها ۶ درصد «هیچ اعتمادی» به منابع خبری خود را گزارش کرده اند. این الگو بیانگر نوعی دوگانگی است: از یک سو، اعتماد پایین



اکثریت نشان‌دهنده ضعف جدی در کیفیت، شفافیت و اعتبار منابع مالی و اقتصادی موجود است؛ از سوی دیگر، وجود اقلیتی که اعتماد بالا دارند، احتمالاً ناشی از اتکای آنان به شبکه‌های شخصی (خانواده و دوستان) یا برخی کانال‌های غیررسمی مورد اعتماد است. در مجموع، داده‌ها گویای آن است که بی‌اعتمادی یا اعتماد محدود به منابع خبری مالی یک چالش جدی در مدیریت اطلاعات اقتصادی زائران اربعین محسوب می‌شود.



شکل ۱۰. سطح اعتماد زائران به منابع خبری

بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که میزان اعتماد زائران به منابع خبری مالی و اقتصادی اربعین، بسته به نوع منبع، تفاوت چشمگیری دارد. صداوسیما با کسب اعتماد «زیاد» از سوی ۷۴ درصد از پاسخ‌دهندگان، در صدر این رتبه‌بندی قرار دارد و در مقابل، تنها حدود ۲ درصد به آن «هیچ اعتمادی» ندارند. پس از آن، کاروان‌ها با جلب اعتماد «زیاد» ۶۰ درصد از زائران، در رتبه بعدی

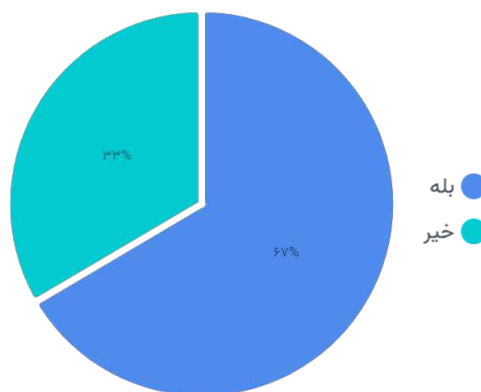


قرار می‌گیرند، در حالی که ۱۰ درصد به اطلاعات ارائه شده توسط آن‌ها «هیچ اعتمادی» نداشته‌اند. در نقطه مقابل، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها با کمترین سطح اعتماد مواجه هستند: تنها ۳۰ درصد از زائران به این فضاها اعتماد «زیاد»، ۵۵ درصد اعتماد «کم» و ۱۵ درصد «هیچ اعتمادی» به آن‌ها را گزارش کرده‌اند. منابعی مانند دوستان و خانواده در جایگاهی میانه قرار دارند؛ در این گروه، سهم اعتماد «زیاد» و «کم» تقریباً برابر (هر یک حدود ۴۵ درصد) است و ۱۰ درصد نیز به این منابع «هیچ اعتمادی» ندارند. در نهایت، سایت‌های رسمی دولتی نیز وضعیتی مشابه دارند، به طوری که ۵۰ درصد از پاسخ‌دهندگان به آن‌ها اعتماد «زیاد»، ۴۰ درصد اعتماد «کم» و ۱۰ درصد «هیچ اعتمادی» دارند.

۳-۱-۴. الگوهای رایج بودجه‌بندی مالی زائران برای سفر اربعین

نتایج پرسشنامه نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از زائران اربعین پیش از آغاز سفر برای مدیریت هزینه‌های خود اقدام به تعیین بودجه مشخص کرده‌اند. بر اساس داده‌ها، ۶۷ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که پیش از سفر بودجه‌ای مشخص برای هزینه‌های مختلف در نظر گرفته‌اند. در مقابل، ۳۳ درصد هیچ بودجه‌ریزی مشخصی انجام نداده و هزینه‌های سفر را به صورت جاری و بدون برنامه‌ریزی دقیق مدیریت کرده‌اند. این یافته حاکی از آن است که اگرچه اکثریت زائران دارای نوعی رفتار برنامه‌ریزی مالی پیش از سفر بوده‌اند، اما هنوز نزدیک به یک سوم از آنان بدون برآورد اولیه از هزینه‌های احتمالی (مانند ارز، حمل و نقل، بیمه و مخارج روزانه) وارد سفر شده‌اند. این موضوع

می‌تواند آنان را در معرض فشارهای مالی در طول سفر یا پس از بازگشت قرار دهد. به بیان دیگر، وجود این شکاف میان بودجه‌ریزی و نبود آن، نشان‌دهنده ضرورت تقویت آموزش‌های مالی و ارائه ابزارهای ساده برای مدیریت بودجه سفر است تا زائران بتوانند با آمادگی بیشتری منابع مالی خود را تخصیص دهند و از مشکلات ناشی از کمبود نقدینگی در حین سفر جلوگیری کنند.



شکل ۱۱. درصد مشارکت‌کنندگانی که پیش از سفر اقدام به تنظیم بودجه سفر خود می‌کنند

بررسی تحصیلات این دو گروه نشان می‌دهد که در میان کسانی که بودجه‌ریزی نکرده‌اند، اکثریت در سطح دیپلم (۷۶٫۸ درصد) و باقی در سطح زیر دیپلم (۲۳٫۲ درصد) قرار داشته‌اند و عملاً سهمی از سطوح تحصیلی بالاتر در این گروه مشاهده نمی‌شود. در مقابل، در میان کسانی که بودجه مشخص تعیین کرده‌اند، توزیع تحصیلات متنوع‌تر است؛ به‌گونه‌ای که برآوردها نشان می‌دهد حدود ۶۵ درصد دیپلم، ۲۰ درصد زیر دیپلم، ۱۰ درصد لیسانس و نزدیک به ۵ درصد

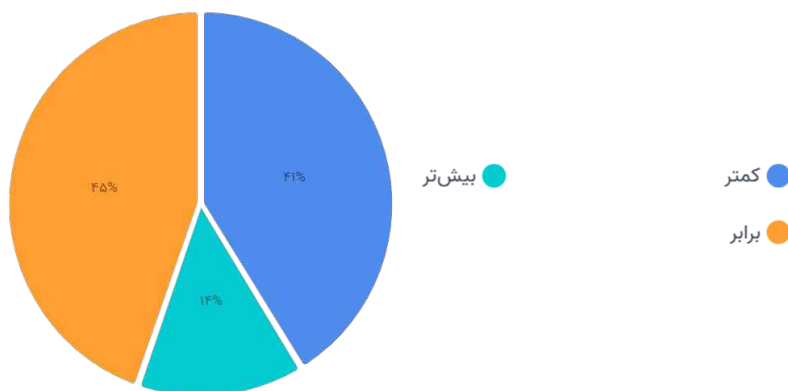


بالاتر از لیسانس بوده‌اند. از منظر وضعیت شغلی نیز تفاوت‌های معناداری مشاهده می‌شود. در گروهی که بودجه‌ریزی نکرده‌اند، بیش از دو سوم افراد در ردیف فاقد شغل (۶۵٫۹ درصد) قرار داشته‌اند، در حالی که ۲۶٫۸ درصد شغل آزاد یا خصوصی و تنها ۷٫۳ درصد کارمند دولت بوده‌اند. در مقابل، در میان کسانی که بودجه‌ریزی کرده‌اند، سهم افراد دارای شغل بالاتر بوده است؛ به‌طور تقریبی ۴۵ درصد فاقد شغل، ۴۰ درصد شغل آزاد یا خصوصی و ۱۵ درصد کارمند دولت را تشکیل داده‌اند.

۳-۱-۵. شکاف میان هزینه‌های واقعی و برآورد اولیه زائران

یافته‌های یافته‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که تجربه زائران در مدیریت هزینه‌های سفر یکسان نبوده است و تفاوت معناداری میان برآورد اولیه و هزینه‌های واقعی آن‌ها مشاهده می‌شود. بر اساس داده‌ها، هزینه‌های واقعی ۴۵ درصد از پاسخ‌دهندگان، مطابق با بودجه از پیش تعیین شده‌شان بوده است. این آمار نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از زائران، توانایی مدیریت موفق‌تری بر منابع مالی خود داشته‌اند. در مقابل، ۴۱ درصد از پاسخ‌دهندگان اظهار داشته‌اند که هزینه‌های واقعی‌شان کمتر از بودجه پیش‌بینی شده بوده است. این یافته می‌تواند دو دلیل داشته باشد: یا این گروه از زائران با برآوردی محافظه‌کارانه سفر خود را آغاز کرده‌اند، یا در مدیریت هزینه‌ها و صرفه‌جویی موفق بوده‌اند. در نهایت، تنها ۱۴ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که هزینه‌هایشان از بودجه تعیین شده فراتر رفته است. این گروه احتمالاً با مخارج پیش‌بینی نشده مواجه شده یا در تخمین اولیه هزینه‌ها دقت کافی نداشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد هرچند اکثریت زائران در مدیریت هزینه‌ها موفق بوده‌اند،

اما گروهی نیز با کسری بودجه و فشار مالی مواجه شده‌اند. این موضوع، اهمیت ارتقای آموزش‌های مالی و ارائه ابزارهایی برای تخمین دقیق هزینه‌های سفر را دوچندان می‌کند.

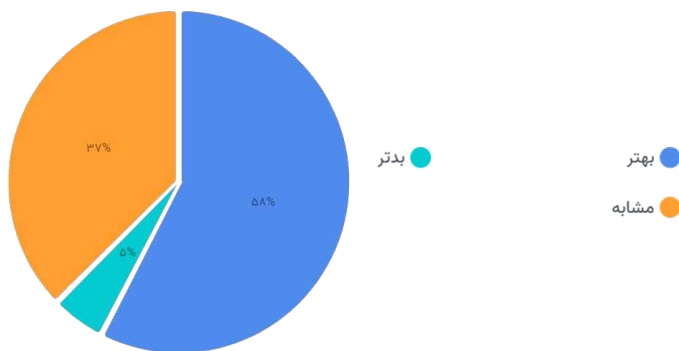


شکل ۱۲. درصد تطبیق هزینه‌های واقعی و برآورد

داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که در هر سه وضعیت هزینه‌ای (چه زمانی که هزینه‌های واقعی زائران کمتر از بودجه پیش‌بینی شده بوده، چه زمانی که مطابق بودجه بوده و چه زمانی که بیشتر از بودجه برآورد شده) تقریباً تمام پاسخ‌دهندگان در دسته‌ی فاقد آموزش مالی قرار داشته‌اند. به عبارت دیگر، در هیچ‌یک از گروه‌های مقایسه‌شده سهم معناداری از افراد آموزش دیده مشاهده نشده است. این الگوی بیانگر آن است که نبود آموزش مالی یک ضعف فراگیر در میان زائران اربعین است و تفاوتی ندارد که آنان هزینه‌های خود را کمتر، مطابق یا بیشتر از بودجه تجربه کرده باشند.

۳-۱-۶. ارزیابی زائران از مدیریت مالی سفر اربعین در مقایسه با سال‌های گذشته

یافته‌ها نشان می‌دهد که تجربه زائران در مدیریت هزینه‌های سفر سه وضعیت متفاوت داشته است. ۵۸٫۴ درصد از پاسخ‌دهندگان تجربه‌ای مالی بهتر از دفعات قبل داشته‌اند؛ یعنی هزینه‌های واقعی آن‌ها کمتر از برآورد اولیه بوده است. این موضوع نشان می‌دهد که بیش از نیمی از زائران یا برآوردی محافظه‌کارانه‌تر انجام داده بودند یا توانسته‌اند با صرفه‌جویی هزینه‌ها را کاهش دهند. حدود ۳۷٫۷ درصد از پاسخ‌دهندگان تجربه‌ای مشابه با سفرهای قبلی خود داشته‌اند و هزینه‌های واقعی آن‌ها تقریباً با بودجه بندی اولیه‌شان منطبق بوده است. در مقابل، تنها ۳٫۹ درصد از زائران، با هزینه‌هایی بیش از بودجه پیش‌بینی شده خود مواجه شده‌اند. این هزینه‌ها، فراتر از میزانی بوده که بر اساس تجربیات قبلی‌شان برآورد کرده بودند و این گروه کوچک احتمالاً با مخارج پیش‌بینی نشده یا ضعف در تخمین اولیه روبرو شده‌اند. این الگو نشان می‌دهد که برای اکثریت زائران، تجربه مالی سفر بهتر یا دست‌کم مطابق انتظارشان بوده است و تنها گروه کوچکی با فشار مالی بیش از برآورد اولیه خود روبرو شده‌اند.



شکل ۱۳. میزان تطبیق انتظارات مالی و تجربه زیسته

۳-۱-۲. تأمین مالی زائران سفر اربعین

در سال ۱۴۰۴، بانک ملی و پست بانک ایران به عنوان دو بانک اصلی عامل پرداخت تسهیلات اربعین معرفی شدند. بانک ملی به دلیل سقف بالاتر وام، بیشترین مراجعه را به خود اختصاص داده است و امکان ثبت درخواست هم به صورت حضوری از طریق شعب و هم غیرحضوری از طریق سامانه «بام» فراهم است. پست بانک نیز بیشتر در مناطق روستایی و سازمانی فعالیت داشته و وام‌های فردی و خانوادگی ارائه می‌دهد. با وجود این تسهیلات، نبود منابع مالی کافی برای تخصیص وام‌های خرد و کاهش ارزش پول ملی در گذر زمان باعث شده است که پرداخت این وام‌ها عملاً بار مالی مضاعفی بر دوش بانک‌های عامل، به ویژه بانک‌های دولتی مانند ملی، پست بانک و سپه تحمیل کند و اثر چندانی در کاهش فشار اقتصادی زائران نداشته باشد.

مشخصات وام اربعین در بانک ملی شامل ۱۰ میلیون تومان برای هر فرد با نرخ سود ۲۳ درصد و بازپرداخت شش ماهه است. مبلغ هر قسط حدود ۱,۷۸ میلیون تومان بوده و مجموع بازپرداخت به حدود ۱۰,۶ میلیون تومان می‌رسد. دریافت‌کنندگان موظف‌اند ۲,۵ میلیون تومان ودیعه در بانک سپرده‌گذاری کنند که پس از تسویه بازگردانده می‌شود. در پست بانک نیز وام فردی ۵ میلیون تومان و خانوادگی تا ۱۵ میلیون تومان در نظر گرفته شده است. متقاضیان باید پیش از مراجعه، در سامانه سماح ثبت نام و کد رهگیری دریافت کنند و سپس مدارکی مانند گذرنامه معتبر، کارت ملی، کارت واکسن و حساب فعال بانکی ارائه دهند. پس از تأیید مدارک، وام طی سه تا هفت روز کاری به حساب متقاضی واریز می‌شود. در عمل این مبالغ تنها بخشی از هزینه‌های سفر را پوشش می‌دهد،



زیرا برآوردها نشان می‌دهد که حداقل بودجه موردنیاز برای سفر زمینی با ۵۰ دینار و کرایه اتوبوس چیزی بین ۵.۵ تا ۶ میلیون تومان است؛ رقمی که در شرایط اقتصادی فعلی، بسیاری از خانوارها برای تأمین آن با دشواری جدی روبه‌رو هستند.

گروهی از زائران که پس‌انداز کافی ندارند، ناچار می‌شوند بودجه سفر را از طریق استقراض و وام‌های غیررسمی تأمین کنند. بسیاری از این افراد برای تأمین هزینه سفر اربعین، به کمک‌های مالی خانواده، دوستان یا صندوق‌های قرض‌الحسنه محلی متوسل می‌شوند. برای نمونه، مواردی مشاهده شده که زائران برای تکمیل هزینه‌های خود، مبالغی را از آشنایان قرض کرده‌اند. یک طلبه پس از پس‌انداز شهریه چند ماه خود، با کمبود بودجه مواجه شد و حدود دو تا سه میلیون تومان دیگر قرض گرفت. نمونه دیگر، کارگر روزمزدی است که با درآمدی بسیار محدود و تنها با انگیزه قوی زیارت، حدود ۵ میلیون تومان برای این سفر استقراض کرد. این مثال‌ها نشان می‌دهد که برخی زائران با بدهی راهی سفر می‌شوند و پس از بازگشت، متعهد به بازپرداخت آن هستند. در واقع، شبکه حمایتی اطرافیان و وام‌های خرد، نقش مهمی در فراهم آوردن امکان سفر برای اقشار کم‌درآمد دارد.

با این حال، اکثریت زائران تلاش می‌کنند هزینه‌های سفر را از محل درآمد و پس‌اندازهای شخصی خود تأمین کنند. طبق داده‌های یک نظرسنجی از زائران اربعین، حدود دو سوم آن‌ها پیش از سفر برای خود بودجه مشخصی تعیین کرده و بر اساس آن برنامه‌ریزی مالی انجام داده بودند. این آمار نشان می‌دهد که بسیاری از زائران با پس‌انداز تدریجی یا مدیریت هزینه‌ها، مبلغ لازم را برای این سفر

فراهم می‌کنند. با این وجود، افزایش شدید هزینه‌های سفر اربعین (از کرایه‌های حمل و نقل تا قیمت دینار عراق) باعث شده است که بسیاری از افراد عملاً توان مالی لازم را نداشته باشند. برآوردها نشان می‌دهد که هر زائر حداقل به بودجه‌ای حدود ۵.۵ تا ۶ میلیون تومان نیاز دارد و تأمین چنین مبلغی با توجه به وضعیت اقتصادی فعلی، برای بسیاری دشوار است. در نتیجه، اگر حمایت‌های مالی (مانند کمک خانواده، وام یا یارانه) فراهم نباشد، تعداد قابل توجهی از مشتاقان ممکن است از توفیق زیارت اربعین محروم شوند یا ناچار به کاهش مدت و سطح کیفی سفر خود گردند.

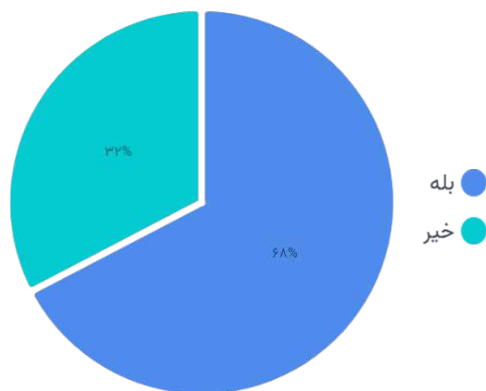
۳-۱-۳. تهیه ارز

۳-۱-۳-۱. میزان بهره‌برداری زائران از بسته دیناری دولتی (حداکثر ۲۰ هزار دینار) اربعین

بر اساس داده‌های پرسشنامه، ۶۸ درصد زائران از سهمیه دولتی دینار استفاده کرده‌اند و ۳۲ درصد به دلایل مختلف از آن بی‌بهره مانده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که اکثریت زائران ترجیح داده‌اند از ارز یارانه‌ای استفاده کنند، زیرا در مقایسه با بازار آزاد هزینه‌ها را به شکل معناداری کاهش می‌دهد. در مقابل، بخشی از زائران به علت مشکلاتی مانند ثبت نام، محدودیت نقدینگی یا اتکا به منابع جایگزین (بازار آزاد، قرض یا ارز باقی مانده از سفرهای پیشین) امکان بهره‌برداری از این سیاست حمایتی را نداشته‌اند.

این نتایج با آمارهای رسمی نیز هم‌خوان است. طبق گزارش بانک مرکزی، در سال ۱۴۰۴ بیش از ۲ میلیون نفر از طریق بانک‌های عامل (ملی، تجارت، صادرات، پست بانک و سپه) موفق به دریافت ارز اربعین شدند و در مجموع ۳۶۸ میلیارد دینار در اختیار آنان قرار گرفت. سهم عمده این

عملیات بر عهده پست بانک و بانک ملی بود؛ به گونه ای که پست بانک به تنهایی بیش از ۲۱۶ میلیارد دینار (معادل ۶۰ درصد کل فروش) را توزیع کرد و بانک ملی نیز بیش از ۱۲۸ میلیارد دینار به بیش از ۷۲۰ هزار زائر پرداخت. این ارقام نشان می دهد که هرچند سیاست تخصیص ارز سهمیه ای توانسته به بخش بزرگی از زائران کمک کند، اما همچنان یک سوم متقاضیان بنا به دلایل اقتصادی و اجرایی از این امکان محروم مانده اند؛ شکافی که ضرورت بازنگری در سازوکار تخصیص و بازخرید ارز اربعین را برجسته می سازد.



شکل ۱۴. میزان بهره برداری زائران از بسته دیناری دولتی

بر اساس داده های پرسشنامه، تحلیل الگوی سفر و وضعیت شغلی زائرانی که از سهمیه دولتی دینار اربعین استفاده نکرده اند، الگوهای قابل توجهی را آشکار می سازد. از نظر نحوه سفر، حدود ۱۷.۸ درصد این گروه به صورت فردی و ۱۶.۱ درصد در قالب کاروان سفر کرده اند. با این حال،



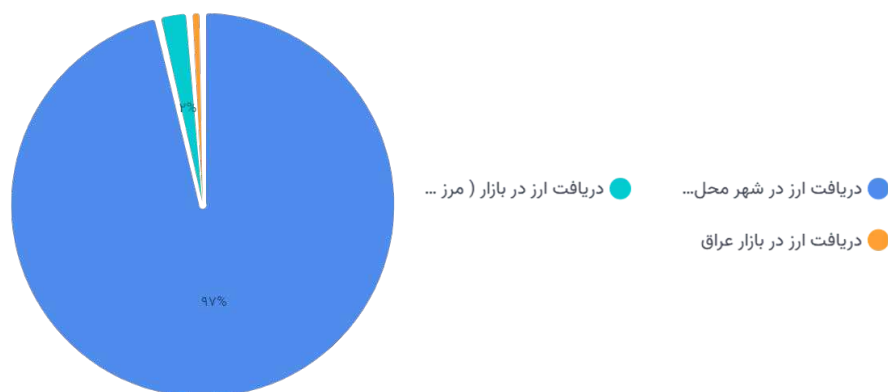
اکثریت آن‌ها (۶۶.۱ درصد)، سفر را در قالب گروه‌های خانوادگی یا دوستانه تجربه کرده‌اند. این توزیع نشان می‌دهد که بسیاری از این افراد، به عنوان راهکاری برای مدیریت هزینه‌ها و کاهش ریسک‌های مالی، به سفر گروهی تمایل دارند.

از منظر وضعیت شغلی نیز، داده‌ها نشان می‌دهد که ۳۴.۳ درصد از این افراد دارای مشاغل آزاد یا شاغل در بخش خصوصی بوده‌اند، در حالی که ۴۲.۸ درصد در دسته افراد فاقد شغل پایدار (مانند دانشجویان یا بیکاران) قرار داشته‌اند. کارمندان دولت نیز ۲۲.۹ درصد از این گروه را تشکیل داده‌اند. این ترکیب شغلی حاکی از آن است که بخش بزرگی از افرادی که موفق به دریافت سهمیه ارزی نشده‌اند، در میان اقشار با درآمد غیرثابت یا فاقد شغل قرار دارند. این مسئله می‌تواند نشان‌دهنده عدم وجود عدالت اقتصادی در تخصیص ارز دولتی، به ویژه برای اقشار آسیب‌پذیرتر، باشد.

۳-۱-۲. ترجیحات زائران در انتخاب محل دریافت ارز برای سفر اربعین

طبق داده‌های پرسشنامه، اکثریت قاطع پاسخ‌دهندگان یعنی ۹۷ درصد ترجیح داده‌اند ارز مورد نیاز خود را در شهر محل سکونت و پیش از حرکت به سمت مرز تهیه کنند. تنها ۲ درصد دریافت ارز را در بازارهای مرزی انتخاب کرده‌اند و ۱ درصد نیز تمایل داشته‌اند ارز خود را در بازار عراق تهیه کنند. این الگو نشان می‌دهد که برای زائران، اطمینان از همراه داشتن ارز پیش از آغاز سفر اهمیت بسیار بالایی دارد و آنان تمایلی ندارند فرآیند دریافت ارز را به لحظات پایانی و شرایط مرزی یا بازار عراق موکول کنند. چنین ترجیحی می‌تواند ناشی از عوامل متعددی از جمله ترس از کمبود ارز در مرز یا عراق، نگرانی از نوسانات قیمت و ناامنی احتمالی در فرآیند مبادله باشد. به

بیان دیگر، تقریباً همه زائران ترجیح داده‌اند پیش از ورود به فرایند سفر و در شرایط آرام‌تر داخل کشور نسبت به تهیه دینار اقدام کنند. این یافته اهمیت سیاست‌های بانکی و ظرفیت شبکه توزیع ارز در داخل شهرها را بیش از پیش نشان می‌دهد؛ چراکه ناکارآمدی یا محدودیت در این بخش می‌تواند فشار شدیدی را به زائران وارد کند و آنان را ناگزیر به مراجعه به بازارهای غیررسمی یا پرریسک در مرز و عراق سازد.



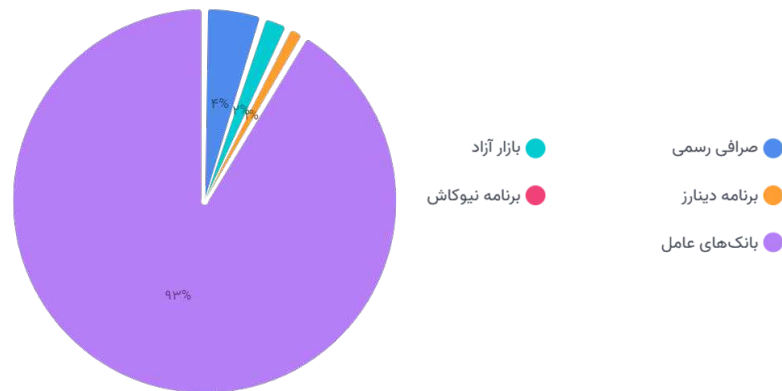
شکل ۱۵. ترجیحات زائران در انتخاب محل دریافت ارز

۳-۱-۳-۳. پراکندگی نهادی محل‌های تأمین ارز زائران

بر اساس داده‌های پرسشنامه، ۹۳ درصد از پاسخ‌دهندگان ارز مورد نیاز خود را از بانک‌های عامل دریافت کرده‌اند. این رقم بسیار بالا نشان می‌دهد که سیاست تخصیص ارز رسمی توسط دولت و بانک مرکزی عملاً مرجع اصلی تهیه ارز برای زائران بوده است. در مقابل، تنها ۴ درصد از شرکت‌کنندگان



ارز خود را از بازار آزاد تهیه کرده‌اند؛ گروهی که احتمالاً به دلیل محدودیت دسترسی به ارز بانکی، زمان بندی نامناسب یا نیاز به نقدینگی فوری، به این مسیر پرهزینه‌تر روی آورده‌اند. همچنین ۲ درصد ارز خود را از صرافی‌های رسمی و تنها ۱ درصد از طریق برنامه‌های خودگردان (مانند گروه‌های مردمی یا شبکه‌های غیررسمی) تهیه کرده‌اند. این توزیع نشان می‌دهد که وابستگی زائران به نظام بانکی در زمینه تأمین ارز بسیار بالاست و بازارهای آزاد یا مسیرهای غیررسمی سهم اندکی دارند. گرچه، وجود همان ۷ درصدی که خارج از چارچوب بانکی اقدام کرده‌اند (بازار آزاد، صرافی یا خودگردان)، هشداردهنده است؛ اما تحمیل فرایندهای زمان‌بر تخصیص ارز توسط چندین هزار شعب بانکی در سراسر کشور و تمرکز فعالیت آن‌ها به تخصیص ارز از جمله تکالیف اضافه است که دیگر بازیگران حوزه فناوری‌های مالی می‌توانند انجام دهند.



شکل ۱۶. کانال‌های توزیع ارز



یافته‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که در گروه فاقد آموزش مالی، حدود ۹۳.۸ درصد از پاسخ‌دهندگان ارز مورد نیاز خود را از بانک‌های عامل تأمین کرده‌اند، در حالی که تنها ۴.۷ درصد به صرافی‌های رسمی و ۱.۵ درصد به بازار آزاد مراجعه کرده‌اند. این آمار نشان‌دهنده وابستگی شدید این گروه به شبکه بانکی است. نکته قابل توجه آن است که این الگو در میان افرادی که تجربه کلاهبرداری نداشته‌اند نیز به طور کامل تکرار می‌شود؛ در این گروه نیز ۹۳.۸ درصد از بانک‌ها، ۴.۷ درصد از صرافی‌ها و ۱.۵ درصد از بازار آزاد ارز خود را تأمین کرده‌اند. این همسانی کامل نشان می‌دهد که عواملی مانند سطح آموزش مالی یا تجربه منفی قبلی، تأثیر معناداری بر رفتار زائران در انتخاب منبع تأمین ارز نداشته و شبکه بانکی، منبع اصلی و تقریباً انحصاری برای هر دو گروه محسوب می‌شود.

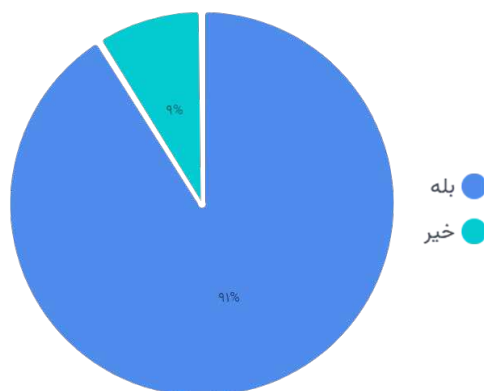
۳-۱-۴. بیمه سفر اربعین؛ تحلیل رفتار زائران در مواجهه با بیمه اربعین

۳-۱-۴-۱. روند مشارکت در بیمه سامانه سماح در اربعین

بر اساس داده‌های پرسشنامه، اکثریت قاطع پاسخ‌دهندگان (۹۱ درصد) اعلام کرده‌اند که در سامانه سماح ثبت نام کرده و از پوشش بیمه‌ای ارائه شده در این سامانه (بیمه معلم با حق بیمه ۱۴۰ هزار تومان) استفاده کرده‌اند. تنها ۹ درصد از زائران این فرایند را انجام نداده و در نتیجه، از خدمات بیمه‌ای رسمی محروم مانده‌اند. این آمار نشان‌دهنده ضریب نفوذ بسیار بالای سامانه سماح در میان زائران اربعین است. الزام قانونی ثبت نام در این سامانه از سوی ستاد اربعین و اتصال مستقیم آن به دریافت خدمات مرزی و بانکی، سبب شده است که اکثریت زائران به استفاده از این مسیر رسمی سوق داده

شوند. سهم ۹ درصدی افرادی که خارج از این چارچوب عمل کرده‌اند، می‌تواند ناشی از عواملی همچون عدم آگاهی، مشکلات دسترسی به اینترنت و دفاتر ثبت نام، یا اعتماد پایین به خدمات بیمه‌ای باشد.

با این حال، ساختار فعلی بیمه اربعین با چالش‌هایی روبروست. این بیمه به صورت یک بسته اجباری و واحد (عمدتاً توسط بیمه معلم) ارائه می‌شود و زائر امکان انتخاب سطح پوشش یا شرکت بیمه‌گر دیگری را ندارد. این وضعیت از یک سو منجر به انحصار و کاهش رقابت شده و از سوی دیگر، مانع از طراحی محصولات متنوع‌تر (مانند بیمه ساعتی یا پوشش‌های تکمیلی برای گروه‌های خاص) گردیده است. به همین دلیل، بخشی از زائران بیمه فعلی را ناکافی می‌دانند و آن را صرفاً یک «تشریفات اداری» تلقی می‌کنند تا ابزاری واقعی برای مدیریت ریسک. در نهایت سامانه سماح اگرچه به عنوان دروازه رسمی ثبت نام، پوشش حداقلی همگانی را ایجاد کرده است، اما همچنان با دو چالش عمده مواجه است: نخست، دسترس‌پذیری پایین برای گروه‌های خاص (مانند زائران مسن یا فاقد سواد دیجیتال) و دوم، نبود تنوع و رقابت در بسته‌های بیمه‌ای. این چالش‌ها باعث شده است که درصدی از زائران یا از بیمه بازمانند و یا خدمات موجود را ناکافی و غیرکاربردی ارزیابی کنند.



شکل ۱۷. میزان مشارکت در سامانه سماح

داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که الگوی ثبت نام در سامانه سماح میان گروه‌های مختلف زائران، تفاوت‌های معناداری دارد. از نظر نحوه سفر، بیشترین میزان ثبت نام مربوط به سفرهای کاروانی و گروهی (خانوادگی یا دوستانه) بوده است؛ به طوری که در هر دو گروه، حدود ۹۳ درصد از افراد ثبت نام کرده و تحت پوشش بیمه قرار گرفته‌اند. در مقابل، در میان زائرانی که به صورت انفرادی سفر کرده‌اند، این نسبت پایین‌تر و حدود ۸۲ درصد بوده است. این تفاوت نشان می‌دهد که سفرهای سازمان‌دهی شده و گروهی، به دلیل نظم و مدیریت متمرکز، انطباق بیشتری با فرآیندهای رسمی داشته‌اند؛ در حالی که در سفرهای انفرادی، احتمال عدم ثبت نام در سامانه بیشتر بوده است. از منظر آموزش مالی نیز، داده‌ها حاوی نکته قابل تأملی است. برخلاف انتظار که پیش‌بینی می‌شد افراد آموزش دیده مشارکت بیشتری داشته باشند، نتایج نشان می‌دهد که ۹۲.۴ درصد از افراد



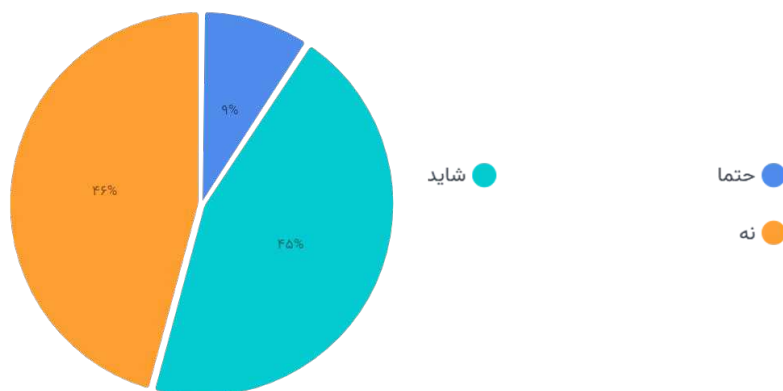
فاقد آموزش مالی در سامانه ثبت نام کرده‌اند، در حالی که این رقم برای افراد آموزش دیده ۸۲.۸ درصد بوده است. به نظر می‌رسد انگیزه اصلی برای ثبت نام، بیش از آنکه به سطح آگاهی مالی مرتبط باشد، تحت تأثیر الزامات اجرایی سفر و تبعیت از گروه یا کاروان بوده است. این موضوع، نقش کلیدی سازوکارهای عملیاتی و الزامات اجرایی را در افزایش نرخ ثبت نام برجسته می‌سازد.

۲-۴-۱-۳. تمایل به خرید بیمه‌های پارامتریک دیجیتال

طبق داده‌های پرسشنامه، حدود ۴۵.۸ درصد از پاسخ‌دهندگان ابراز تمایل کرده‌اند که در صورت ارائه، از بیمه دیجیتال ساعتی یا روزانه برای تردد با خودروهای سواری و ون در عراق استفاده کنند. در نقطه مقابل، ۴۵.۶ درصد از زائران اعلام کرده‌اند که تمایلی به استفاده از این نوع خدمات ندارند و ۸.۶ درصد نیز در این خصوص نظری نداشته‌اند. این توزیع تقریباً برابر میان موافقان و مخالفان، حاکی از وجود یک ظرفیت بازار قابل توجهی برای بیمه‌های دیجیتال در سفر اربعین است؛ هرچند که بخش بزرگی از زائران همچنان نسبت به ارزش یا ضرورت چنین محصولی تردید دارند.

تمایل نیمی از زائران، به ویژه با توجه به ریسک‌های تجربه شده در حمل و نقل عراق (مانند تصادف، تأخیر یا سرقت)، فرصتی مغتنم برای توسعه محصولات نوآورانه بیمه‌ای^۱ محسوب می‌شود. در سوی دیگر، عدم استقبال نیمی دیگر از زائران را می‌توان به عواملی همچون بی‌اعتمادی به کارایی خدمات بیمه، اولویت دهی به کاهش هزینه‌ها یا ناآگاهی از مزایای این طرح نسبت داد.

1. InsurTech



شکل ۱۸. تمایل به استفاده از بیمه دیجیتال

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد الگوی تمایل به استفاده از بیمه دیجیتال ساعتی در میان زائران تفاوت معناداری بر اساس نوع سفر و سطح آگاهی مالی دارد. در میان افرادی که به صورت فردی سفر کرده‌اند، بیشترین تمایل به استفاده از این نوع بیمه مشاهده می‌شود. حدود ۵۰ تا ۵۵ درصد از آنان اعلام کرده‌اند که در صورت وجود چنین محصولی، آن را خریداری می‌کردند. در مقابل، این میزان در سفرهای گروهی یا خانوادگی پایین‌تر و نزدیک به ۴۰ درصد بوده است. در سفرهای کاروانی، به دلیل پشتیبانی ساختارمند، استقبال از بیمه دیجیتال به حدود ۳۰ درصد کاهش یافته است. این تفاوت نشان می‌دهد که هرچه سفر سازمان یافته‌تر باشد، نیاز به ابزارهای نوین بیمه‌ای کمتر احساس می‌شود. از منظر سطح آگاهی مالی نیز الگوی مشابهی به چشم می‌خورد. افرادی که آموزش مالی دریافت کرده‌اند، بیش از دیگران به بیمه دیجیتال علاقه نشان داده‌اند و حدود ۵۵ درصد از



آنان تمایل خود را به خرید این خدمات اعلام کرده‌اند. در مقابل، این شاخص در میان افراد فاقد آموزش مالی پایین‌تر و حدود ۴۰ درصد بوده است. علاوه بر این، نرخ بی‌تفاوتی نسبت به این نوع بیمه در گروه آموزش ندیده بیشتر است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ضعف دانش مالی، عاملی بازدارنده در پذیرش ابزارهای نوین بیمه‌ای است و مستقیماً بر کاهش انگیزه استفاده از آن‌ها تأثیر منفی می‌گذارد.

۲-۳. امور مالی در فرایند سفر

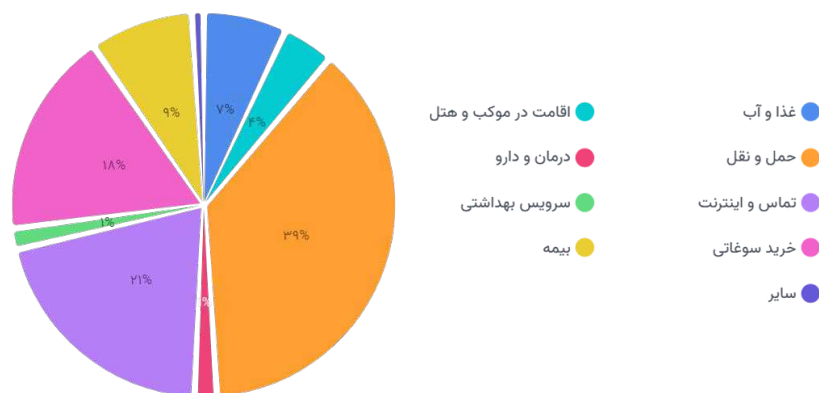
۱-۲-۳. مدل‌های پرداخت

۱-۱-۲-۳. اقلام پرهزینه در سفر اربعین؛ تحلیل نقاط تمرکز هزینه‌ای زائران

بیشترین سهم هزینه‌ها مربوط به حمل‌ونقل است که حدود ۲۹.۹ درصد کل مخارج را تشکیل می‌دهد. این موضوع با توجه به افزایش قیمت بلیت‌های اتوبوس، هواپیما و سایر وسایل نقلیه، طبیعی به نظر می‌رسد. پس از آن، هزینه‌های مربوط به تماس و اینترنت هرکدام حدود ۲۱ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. خرید سوغاتی با سهم ۱۸ درصدی در رتبه بعدی قرار دارد که نشان می‌دهد این بخش همچنان یکی از اولویت‌های هزینه‌ای زائران محسوب می‌شود. سایر هزینه‌ها سهم کمتری داشته‌اند: بیمه حدود ۹ درصد، هتل و اقامت تنها ۴ درصد و دارو و درمان نزدیک به ۰.۴ درصد.

تحلیل توزیع هزینه‌ها نشان می‌دهد که بخش عمده بار مالی سفر، بر حمل‌ونقل و اقامت متمرکز بوده است؛ در حالی که هزینه‌های بهداشت و ارتباطات، سهم کمتری از سبد هزینه‌ها را تشکیل می‌دهند. نکته قابل توجه، سهم نسبتاً پایین بیمه (۹ درصد) است؛ این امر نشان می‌دهد

که علی‌رغم اجباری بودن ثبت‌نام در سامانه سماح، هزینه بیمه در مقایسه با سایر اقلام، فشار مالی چندانی بر بودجه زائران تحمیل نمی‌کند. در مقابل، سهم قابل توجه خرید سوغات و سایر هزینه‌های متفرقه بیانگر آن است که بخش مهمی از هزینه‌ها، نه ناشی از الزامات اجتناب‌ناپذیر سفر، بلکه متأثر از ترجیحات شخصی و الگوهای فرهنگی زائران است.



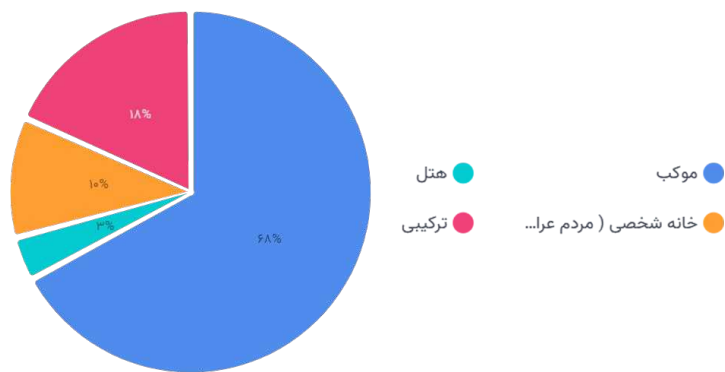
شکل ۱۹. نحوه هزینه‌کرد مشارکت‌گندگان

در میان کسانی که هزینه اصلی‌شان حمل‌ونقل بوده، حدود ۴۵ درصد احساس ناامنی، ۳۵ درصد گم شدن پول نقد، ۱۵ درصد سرقت و ۵ درصد گم شدن کارت بانکی برآورد می‌شود. در گروه سوغاتی، به دلیل حمل پول نقد بیشتر، احتمال گم شدن پول نقد (۴۰ درصد) و سرقت ارز (۲۰ درصد) کمی بالاتر از میانگین است.

۲-۱-۲-۳. الگوهای اقامتی زائران در سفر اربعین: از موبک تا هتل

بررسی داده‌های پرسشنامه درباره محل اقامت زائران اربعین نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از پاسخ‌دهندگان در طول سفر خود از موبک‌ها به عنوان محل اصلی اقامت استفاده کرده‌اند. مطابق نتایج، حدود ۶۸ درصد زائران بیشترین زمان حضور خود را در موبک‌ها گذرانده‌اند. این رقم نشان می‌دهد که موبک‌ها همچنان مهم‌ترین و پرکاربردترین گزینه برای اسکان زائران محسوب شده و بخش بزرگی از بار خدمات اقامتی را به دوش می‌کشند.

پس از موبک‌ها، ۱۰ درصد از زائران در خانه‌های شخصی مردم عراق اقامت داشته‌اند. این الگو نشان می‌دهد که پیوندهای اجتماعی و میزبانی مردمی همچنان نقشی اساسی در مدیریت اسکان زائران ایفا می‌کنند. حدود ۱۸ درصد از زائران نیز از ترکیبی از اقامتگاه‌های مختلف (مانند اقامت در موبک و سایر مکان‌ها) استفاده کرده‌اند. همچنین، تنها ۳ درصد از زائران در هتل‌ها اقامت داشته‌اند که نشان‌دهنده سهم ناچیز اقامت رسمی و هتل‌محور در مقایسه با الگوهای مردمی و موبک‌محور است. بنابراین، تمرکز اصلی راهکارهای فین تک در حوزه اقامت اربعین باید بر تسهیل و دیجیتالی‌سازی کمک‌های مردمی و مدیریت مالی موبک‌ها معطوف شود، نه صرفاً توسعه خدمات هتل‌ها.



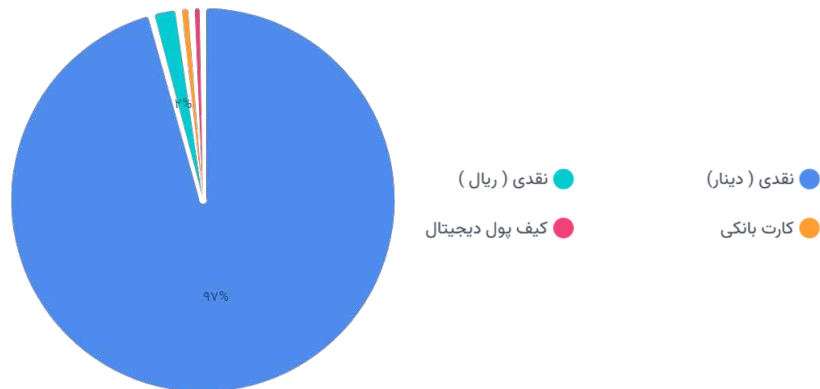
شکل ۲۰. محل اصلی اقامت مشارکت‌کنندگان

۳-۱-۲-۳. تحلیل ترجیحات پرداخت زائران در کشور عراق

داده‌های پرسشنامه درباره روش اصلی پرداخت در عراق نشان می‌دهد که ساختار پرداخت‌ها همچنان به شدت سنتی و مبتنی بر پول نقد است. بر اساس نتایج، حدود ۹۷ درصد از زائران تمام تراکنش‌های خود را به صورت نقدی (دینار) انجام داده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که نظام پرداخت در سفر اربعین همچنان وابستگی بالایی به پول نقد دارد و ابزارهای جایگزین، سهمی در این بازار ندارند. در نقطه مقابل، سایر روش‌های پرداخت سهمی بسیار ناچیز داشته‌اند؛ تنها ۱ درصد از زائران به صورت نقدی (ریال) پرداخت کرده‌اند و ابزارهای نوینی همچون کارت بانکی ایرانی و کیف پول دیجیتال هر یک سهمی کمتر از ۱ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

این موضوع نشان می‌دهد که علی‌رغم گسترش ابزارهای پرداخت دیجیتال در ایران، این ابزارها در بستر سفر اربعین هنوز جایگاهی پیدا نکرده‌اند. از منظر فین‌تک، این الگو نشان‌دهنده

یک شکاف میان نیاز بازار و راه‌حل‌های موجود است. از یک سو، وابستگی کامل به پول نقد باعث بروز مشکلاتی مانند ریسک سرقت، گم شدن پول، دشواری در تبدیل ریال به دینار و نبود شفافیت مالی می‌شود. از سوی دیگر، سطح بسیار پایین پذیرش ابزارهای دیجیتال نشان می‌دهد که محصولات موجود یا به‌درستی معرفی نشده‌اند یا زیرساخت‌های لازم (مانند شبکه‌های پرداخت مشترک ایران و عراق) فراهم نبوده است.



شکل ۲۱. روش اصلی پرداخت مشارکت‌کنندگان

یافته‌های حاصل از تحلیل متقاطع^۱ داده‌های روش پرداخت و سایر شاخص‌ها، تصویر روشنی از وضعیت موجود ارائه می‌دهد. در میان زائرانی که روش اصلی پرداخت آنان نقدی (دینار) بوده است، تقریباً تمام افراد (۱۰۰ درصد) تجربه نوعی از ریسک مالی (به‌ویژه گم شدن پول نقد) را گزارش کرده‌اند. حتی در گروه کوچکی که از کیف پول دیجیتال استفاده کرده‌اند نیز، تمام پاسخ‌دهندگان، تجربه

1. Cross-Tabulation

ریسک مالی را گزارش کرده‌اند. داده‌های مربوط به سایر روش‌ها مانند کارت بانکی یا پرداخت نقدی ریال محدود بوده و نمی‌توان بر پایه آن‌ها نتیجه‌گیری قطعی رسید؛ اما الگو به خوبی نشان می‌دهد که وابستگی به پرداخت نقدی در سفر اربعین، ریسک بالایی را به همراه دارد.

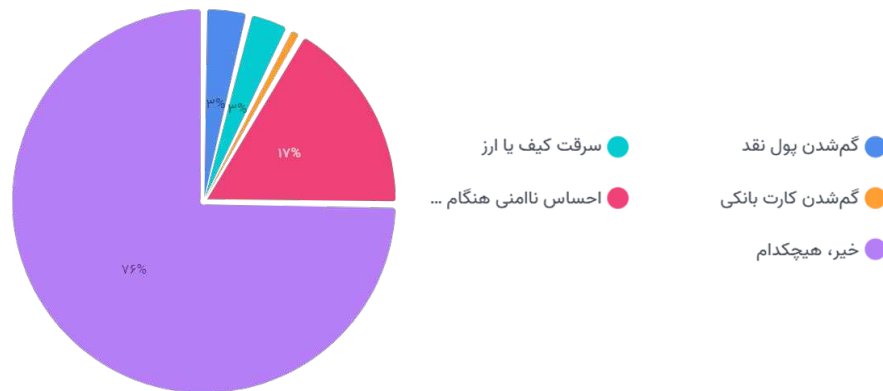
از سوی دیگر، بررسی روش پرداخت و تمایل به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری نشان می‌دهد که گرچه ریسک پرداخت نقدی برای همه زائران جدی است، تمایل به جایگزینی آن با ابزار دیجیتال هنوز ضعیف و همراه با تردید است. در میان استفاده‌کنندگان از روش نقدی (دینار)، تنها ۲۶.۸ درصد موافق استفاده از کیف پول دیجیتال بوده‌اند، در حالی که ۳۲.۲ درصد مخالفت کرده و ۴۱.۱ درصد موضعی مردد داشته‌اند. در میان کسانی که با روش نقدی (ریال) پرداخت کرده‌اند، تمایل بالاتر بوده و به ۳۸.۵ درصد رسیده است، اما همچنان ۴۶.۲ درصد مردد باقی مانده‌اند. در میان کاربران کارت بانکی نیز ۵۰ درصد مخالف صریح استفاده از کیف پول دیجیتال بوده‌اند. نکته قابل توجه اینکه در گروه کوچک کاربران کیف پول دیجیتال، هیچ مخالفتی ثبت نشده و حدود ۳۳.۳ درصد موافق و ۶۶.۷ درصد مردد بوده‌اند.

۳-۲-۱-۴. تحلیل ریسک‌پذیری زائران در حمل ابزارهای پرداخت

بررسی داده‌های پرسشنامه درباره تجربه زائران از ریسک‌های مالی و امنیتی در سفر اربعین نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از شرکت‌کنندگان با چنین ریسک‌هایی مواجه نشده‌اند. بر اساس نتایج، حدود ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که با هیچ‌یک از ریسک‌های ذکرشده (مانند گم شدن پول



نقد، سرقت کیف پول، احساس ناامنی) مواجه نشده‌اند. با این حال، در میان کسانی که تجربه ریسک داشته‌اند، «احساس ناامنی هنگام حمل پول نقد» بیشترین فراوانی را داشته و حدود ۱۷ درصد از افراد آن را گزارش کرده‌اند. پس از آن، «سرقت کیف یا ارز» (۳ درصد) و «گم شدن پول نقد» (۲ درصد) قرار دارند. «گم شدن کارت بانکی» نیز با فراوانی ۱ درصد، کمترین سهم را به خود اختصاص داده است. این توزیع نشان می‌دهد که اگرچه اکثریت زائران در طول سفر با ریسک مالی مستقیم روبه‌رو نشده‌اند، اما احساس ناامنی همچنان مسئله‌ای جدی است. این یافته بیانگر آن است که حتی در نبود تجربه مستقیم سرقت یا گم شدن پول، حمل حجم بالای نقدینگی باعث شکل‌گیری نگرانی روانی در میان زائران می‌شود. از منظر فین‌تک، این موضوع بر ضرورت طراحی ابزارهای پرداخت امن‌تر و کاهش وابستگی به پول نقد در سفر اربعین تأکید دارد.

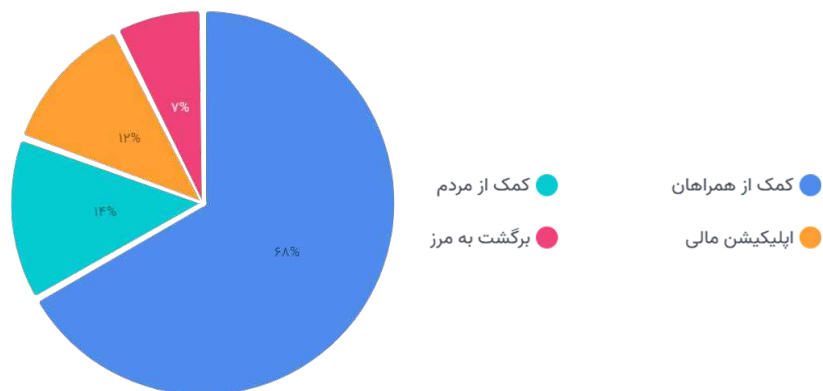


شکل ۲۲. وضعیت امنیت مشارکت‌کنندگان



داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که از میان زائرانی که با ریسک‌های مالی مواجه شده بودند، بخش عمده‌ای از پاسخ‌دهندگان (حدود ۶۸ درصد) برای حل مشکل خود، از همراهانشان کمک گرفته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که شبکه حمایتی خانوادگی و دوستانه همچنان اصلی‌ترین پشتوانه زائران در هنگام بروز بحران‌های مالی است.

در مرتبه بعد، حدود ۱۴ درصد از زائران اعلام کرده‌اند که از کمک مردم محلی عراق بهره‌مند شده‌اند؛ موضوعی که اهمیت همبستگی اجتماعی و نقش میزبانان عراقی در رفع مشکلات زائران را نشان می‌دهد. همچنین ۱۲ درصد از پاسخ‌دهندگان از اپلیکیشن‌های مالی برای حل مسئله استفاده کرده‌اند که نشان‌دهنده ظرفیت‌های نوین و بالقوه برای توسعه خدمات فین‌تکی در این حوزه است. در نهایت، تنها ۷ درصد بازگشت به مرز را به عنوان راه حل انتخاب کرده‌اند. این الگوی بیانگر آن است که در شرایط ریسک و بحران، زائران بیش از هر چیز به سرمایه اجتماعی و روابط انسانی تکیه می‌کنند، اما در عین حال تجربه محدود استفاده از اپلیکیشن‌های مالی نشان می‌دهد که در صورت توسعه زیرساخت‌ها و افزایش اعتماد، ابزارهای دیجیتال می‌توانند به گزینه‌ای جدی‌تر برای مدیریت مشکلات مالی زائران تبدیل شوند.



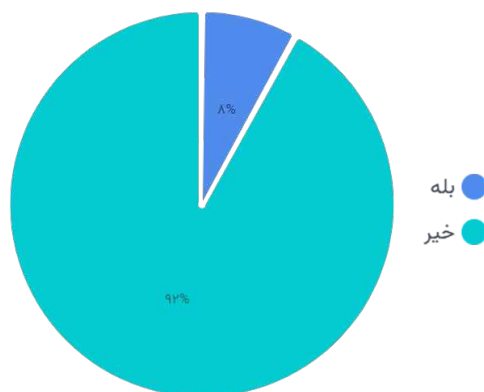
شکل ۲۳. واکنش مشارکت‌کنندگان در مواجهه با ریسک‌های مالی

۳-۲-۵. میزان وابستگی زائران به دریافت پول از ایران در طول سفر

بررسی داده‌های پرسشنامه درباره نیاز زائران به دریافت پول از ایران در طول سفر اربعین نشان می‌دهد که اکثریت قاطع پاسخ‌دهندگان چنین نیازی نداشته‌اند. بر اساس نتایج، حدود ۹۲ درصد از زائران اعلام کرده‌اند که در جریان سفر خود نیازی به انتقال پول از ایران پیدا نکرده‌اند، در حالی که تنها ۸ درصد بیان کرده‌اند که در مقطعی از سفر مجبور شده‌اند از ایران پول دریافت کنند. برای بخش عمده‌ای از زائران، منابع مالی از پیش تأمین شده و کفایت هزینه‌های سفر را داشته است. این موضوع نشان‌دهنده آن است که بسیاری از زائران پیشاپیش برای هزینه‌های سفر برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی کرده‌اند. در عین حال، آمار ۸ درصدی زائرانی که در طول سفر نیازمند دریافت پول از ایران شده‌اند، اهمیت طراحی راهکارهای سریع، امن و مقرون‌به‌صرفه برای انتقال برون‌مرزی وجوه خرد را



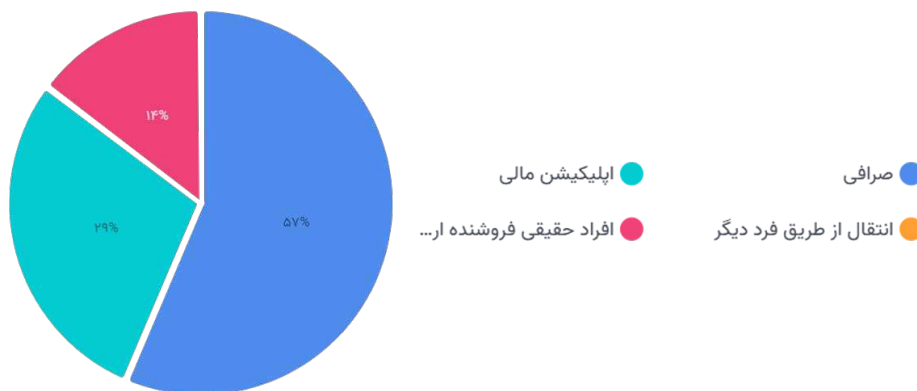
دوچندان می‌کند. در شرایط فعلی، فقدان زیرساخت‌های مالی رسمی بین ایران و عراق، این افراد را به استفاده از روش‌های غیررسمی و پرریسک ناگزیر می‌سازد. بنابراین، اگرچه اکثریت زائران سفر خود را بدون نیاز به منابع مالی اضافه مدیریت کرده‌اند، اما همین اقلیت نیازمند، یک توجیه اقتصادی قوی برای توسعه خدمات فین تک ویژه انتقال وجوه خرد بین‌المللی فراهم می‌کند؛ خدمتی که هم ریسک اتکا به واسطه‌های غیررسمی را برای زائران کاهش داده و هم شفافیت و امنیت مالی بیشتری به ارمغان می‌آورد.



شکل ۲۴. نیاز زائران به دریافت پول از ایران

بر اساس داده‌های پرسشنامه، در میان زائرانی که در طول سفر نیازمند دریافت پول از ایران شدند، صرافی‌ها با سهمی حدود ۵۷ درصد، اصلی‌ترین کانال تأمین مالی بوده‌اند. این مهم نشان می‌دهد که صرافی‌ها همچنان بازیگر اصلی در انتقال برون مرزی وجوه هستند و نقش پررنگی در

مدیریت نقدینگی زائران ایفا می‌کنند. پس از صرافی‌ها، اپلیکیشن‌های مالی با سهمی حدود ۲۹ درصد قرار دارند. این آمار، هرچند از سهم صرافی‌ها کمتر است، اما نشان دهنده ظرفیت قابل توجه خدمات فین‌تک برای پاسخ به نیاز زائران است. همچنین ۱۴ درصد از پاسخ‌دهندگان از افراد حقیقی دیگر (دوستان، آشنایان یا واسطه‌ها) برای حل مشکل مالی خود بهره برده‌اند. این توزیع نشان می‌دهد که علی‌رغم وابستگی بالا به صرافی‌ها، رشد تدریجی استفاده از ابزارهای دیجیتال، فرصت مهمی برای توسعه و سیاست‌گذاری در حوزه خدمات مالی ویژه سفر اربعین ایجاد می‌کند.



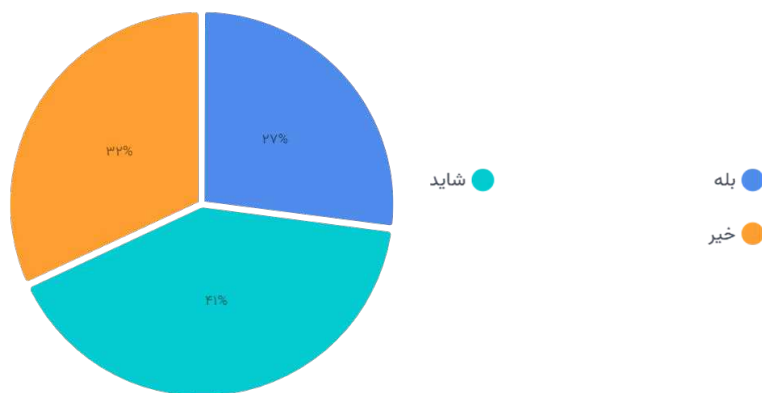
شکل ۲۵. مسیر تامین ارز در مواقع نیاز طی سفر

۳-۲-۱-۶. استقبال اولیه زائران از کیف پول دیجیتال دیناری با پشتوانه رسمی

داده‌های پرسشنامه درباره تمایل زائران به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری رسمی نشان می‌دهد که گرچه بخشی از جامعه آمادگی پذیرش این ابزار را دارد، اما سطح تردید و عدم تمایل به آن همچنان



قابل توجه است. مطابق آمار، حدود ۲۷ درصد از پاسخ دهندگان تمایل خود را به استفاده از چنین کیف پولی اعلام کرده اند. این گروه را می توان به عنوان «پیشگامان پذیرش^۱» دانست که نگرش مثبت تری به فناوری های مالی جدید دارند. در مقابل، ۴۱ درصد از زائران گزینه «شاید» را انتخاب کرده اند که نشان دهند موضع مردد آن ها و نیازشان به آگاهی بخشی بیشتر است. در نهایت، حدود ۳۳ درصد نیز به طور صریح اعلام کرده اند که تمایلی به استفاده از این ابزار ندارند. این یافته نشان می دهد که بیش از ۷۰ درصد جامعه هدف، یا به این ابزار تمایلی ندارند یا در استفاده از آن تردید جدی دارند. بنابراین، موفقیت چنین ابزارهایی نیازمند اقدامات مکملی چون اعتمادسازی، آموزش مالی، تضمین امنیت تراکنش ها و رفع موانع فنی و قانونی است. در غیر این صورت، احتمال پذیرش و استفاده گسترده از کیف پول دیجیتال دیناری پایین خواهد بود.



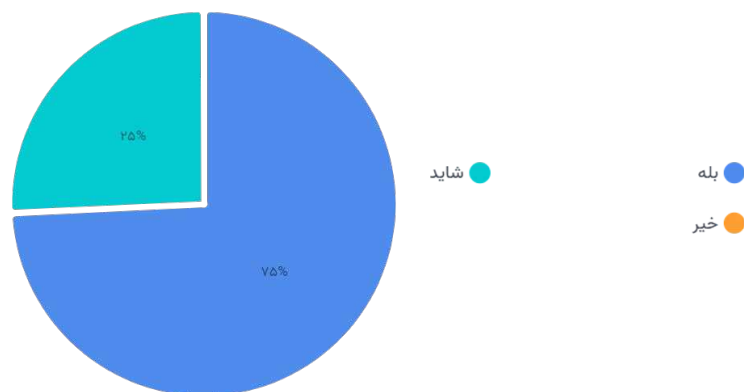
شکل ۲۶. تمایل زائران به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری

تحلیل داده‌ها، نشان‌دهنده وجود ارتباطی معنادار میان تجربه ریسک مالی و تمایل به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری است. در میان زائرانی که تجربه گم شدن پول نقد را داشته‌اند، حدود ۴۴ درصد به استفاده از کیف پول دیجیتال تمایل نشان داده‌اند؛ در حالی که ۲۴ درصد با آن مخالفت کرده و ۳۲ درصد مردد بوده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که تجربه مستقیم زیان مالی، می‌تواند به شکل چشمگیری انگیزه زائران را برای پذیرش ابزارهای پرداخت دیجیتال افزایش دهد. بنابراین، تأکید بر مزیت‌های امنیتی این ابزارها، مانند کاهش ریسک حمل پول نقد، نقشی کلیدی در افزایش پذیرش آن‌ها در بستر سفر اربعین ایفا خواهد کرد.

۲-۲-۳. افشا و مقابله با کلاهبرداری

۱-۲-۳-۱. تجربه موارد کلاهبرداری یا پرداخت غیرمنصفانه در سفر اربعین

داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که ۷۵ درصد از پاسخ‌دهندگان با چنین چالشی مواجه نشده‌اند؛ اما در مقابل، ۲۵ درصد از آن‌ها وقوع مواردی نظیر کلاهبرداری یا پرداخت مبلغی بیش از حد معمول (گران‌فروشی) را گزارش کرده‌اند. اگرچه اکثریت زائران در این زمینه مشکلی نداشته‌اند، اما درگیری یک چهارم از جمعیت آماری با این مسائل، نرخی قابل‌تأمل است و هشدار جدی برای امنیت تراکنش‌های مالی در سفر اربعین محسوب می‌شود. اهمیت این موضوع زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم بسیاری از تراکنش‌ها در فضایی پر ازدحام و با تکیه بر زیرساخت‌های مالی محدود انجام می‌پذیرد؛ شرایطی که طبیعتاً ریسک سوءاستفاده یا بروز خطاهای مالی را افزایش می‌دهد.



شکل ۲۷. درصد عدم مواجهه با کلاهبرداری

بررسی داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که بیشترین تجربه کلاهبرداری یا پرداخت بیش از حد مربوط به افرادی بوده است که پرداخت نقدی را به عنوان روش اصلی خود در عراق انتخاب کرده‌اند. حدود ۳۲ درصد از کسانی که نقدی پرداخت کرده‌اند، اعلام کردند با این مشکل مواجه شده‌اند، در حالی که این رقم در میان استفاده‌کنندگان از کارت بانکی یا ابزارهای دیجیتال به حدود ۱۰ درصد کاهش یافته است. این تفاوت نشان می‌دهد که استفاده از ابزارهای رسمی و دیجیتال می‌تواند نقش مهمی در کاهش ریسک کلاهبرداری و خطاهای پرداختی داشته باشد.

از منظر تحصیلات، افراد دارای زیر دیپلم و دیپلم بیش از سایر گروه‌ها با چنین مشکلاتی روبه‌رو بوده‌اند (حدود ۳۰ درصد)، در حالی که این رقم در میان افراد دارای تحصیلات دانشگاهی و بالاتر به کمتر از ۱۵ درصد رسیده است. از نظر شغلی، شاغلان آزاد و بخش خصوصی بیشترین

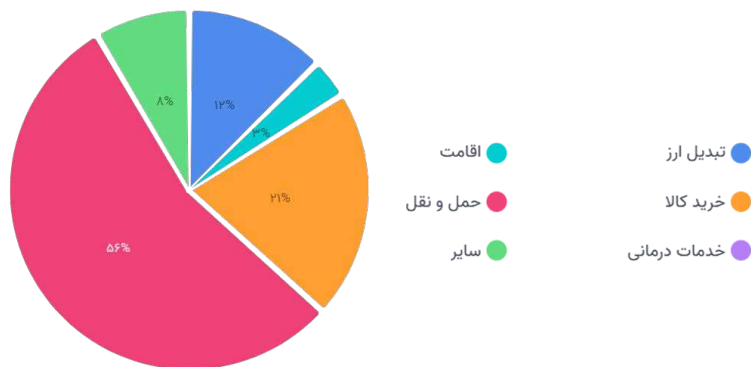
آسیب‌پذیری را گزارش کرده‌اند (حدود ۲۸ درصد)، در مقابل، کارمندان دولت و افراد فاقد شغل با نرخ کمتری (۲۰ درصد و ۱۸ درصد) مواجه شده‌اند. همچنین، الگوی سفر نیز اهمیت دارد: زائرانی که به صورت فردی سفر کرده‌اند با احتمال بیشتری (۳۵ درصد) دچار این مشکل شده‌اند، در حالی که در میان کاروان‌ها این رقم کمتر از ۱۵ درصد گزارش شده است.

در نهایت، داده‌ها نشان می‌دهد افرادی که تجربه کلاهبرداری یا پرداخت بیش از حد داشته‌اند، تمایل بیشتری به استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری رسمی نشان داده‌اند. در میان این گروه، حدود ۸۵ درصد اعلام کرده‌اند که اگر چنین ابزاری وجود داشت، از آن استفاده می‌کردند. در مقابل، تنها ۶۵ درصد از کسانی که تجربه‌ای از کلاهبرداری نداشتند، تمایل به استفاده از کیف پول دیجیتال داشته‌اند. این موضوع حاکی از آن است که تجربه مشکلات مالی در سفر، به طور مستقیم سطح اعتماد و استقبال زائران از راهکارهای فینتکی را افزایش داده و زمینه‌ای مناسب برای توسعه زیرساخت‌های پرداخت دیجیتال دیناری فراهم می‌کند. این یافته‌ها می‌تواند ضرورت به‌کارگیری ابزارهای نوین مالی مانند کیف پول دیجیتال دیناری رسمی یا روش‌های پرداخت شفاف و قابل رهگیری را برجسته کند. در صورتی که این ابزارها به صورت گسترده در دسترس زائران قرار گیرند، می‌توانند با کاهش نیاز به پول نقد و ایجاد امکان پیگیری تراکنش‌ها، احتمال بروز کلاهبرداری یا پرداخت بیش از حد را به شکل چشمگیری کاهش دهند. علاوه بر این، اعتمادسازی میان زائران نسبت به ابزارهای رسمی پرداخت، می‌تواند گامی مهم در ارتقای امنیت مالی سفر اربعین باشد.



۲-۲-۲-۳. پرتکرارترین حوزه‌های تخلف و کلاهبرداری مالی زائران

بیشترین موارد گزارش شده مربوط به حمل و نقل بوده است؛ حدود ۵۶ درصد از افراد که تجربه کلاهبرداری داشتند، این اتفاق را در فرآیند حمل و نقل (اعم از کرایه خودروهای درون شهری، تاکسی‌ها و یا ون‌های مرزی) تجربه کرده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که ضعف نظارت بر نرخ‌گذاری و نبود سازوکارهای شفاف پرداخت در این بخش، ریسک بالایی برای زائران ایجاد می‌کند. پس از آن، ۲۱ درصد کلاهبرداری‌ها در حوزه خرید کالا (از جمله خرید سوغاتی یا مایحتاج سفر) رخ داده است. حدود ۱۲ درصد از کلاهبرداری‌ها به تبدیل ارز مربوط بوده است. این بخش نشان‌دهنده آسیب‌پذیری جدی زائران در برابر نرخ‌های غیررسمی و نبود سامانه‌های پرداخت امن دیناری است. همچنین ۸ درصد از افراد کلاهبرداری را در حوزه خدمات درمانی تجربه کرده‌اند که این امر می‌تواند ناشی از نبود بیمه کارآمد یا شفاف نبودن تعرفه‌ها در مراکز درمانی موقت و غیررسمی باشد. در نهایت، ۳ درصد نیز مربوط به اقامت بوده که بیانگر مشکلات در شفافیت رزرو و یا اجاره مکان‌های اقامتی است.



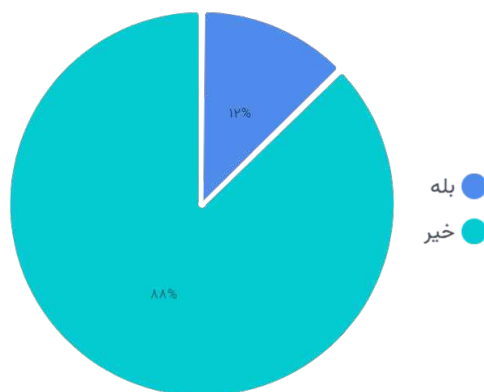
شکل ۲۸. پرتکرارترین حوزه‌های تخلف و کلاهبرداری

این نتایج بیانگر آن است که ضعف در ابزارهای مالی رسمی و نبود سامانه‌های پرداخت دیجیتال معتبر دیناری موجب شده زائران به پول نقد وابسته شده و همین مسئله آن‌ها را در معرض کلاهبرداری قرار داده است. توسعه راهکارهایی مانند کیف پول دیجیتال دیناری، بیمه دیجیتال ساعتی برای حمل و نقل و اپلیکیشن‌های پرداخت شفاف مرزی می‌تواند نقش مهمی در کاهش این آسیب‌ها ایفا کند. به طور خاص، اگر سامانه‌های فینتکی معتبر برای پرداخت کرایه حمل و نقل و خرید کالا در دسترس زائران قرار گیرد، بخش بزرگی از این کلاهبرداری‌ها (حدود ۷۵ درصد در مجموع حمل و نقل و خرید کالا) قابل پیشگیری خواهد بود.

۳-۲-۲. میزان تمایل زائران به استفاده از سامانه‌های اطلاع‌رسانی و گزارش‌دهی

بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه، اکثریت قابل توجهی از زائران تمایل بالایی به استفاده از یک سامانه امتیازدهی و گزارش تخلف نشان داده‌اند. حدود ۸۸ درصد از شرکت‌کنندگان اعلام کرده‌اند که در صورت وجود چنین سامانه‌ای از آن استفاده می‌کردند، در حالی که تنها ۱۲ درصد تمایلی به استفاده نداشتند. این آمار بیانگر یک نیاز واقعی در میان زائران است؛ به ویژه با توجه به اینکه در بخش‌های قبلی مشاهده شد حدود یک چهارم افراد تجربه‌ای از کلاهبرداری یا پرداخت بیش از حد داشته‌اند، وجود ابزار رسمی برای گزارش‌دهی می‌تواند سطح امنیت و اعتماد را به طور چشمگیری ارتقا دهد. از زاویه تحلیلی، علاقه گسترده به چنین سامانه‌ای نشان‌دهنده آن است که زائران نه تنها به دنبال شفافیت بیشتر در مبادلات مالی هستند، بلکه مایل‌اند نقش فعالی در بهبود کیفیت خدمات و کاهش تخلفات ایفا کنند. این تمایل می‌تواند فرصتی مناسب برای طراحی یک

پلتفرم دیجیتال مبتنی بر فین تک باشد که در آن هرگونه تجربه منفی به صورت ثبت شده و شفاف در اختیار سایر زائران و نهادهای ناظر قرار گیرد. چنین سامانه‌ای علاوه بر افزایش اعتماد، می‌تواند به بهبود استانداردهای خدماتی در حوزه‌هایی نظیر حمل‌ونقل، اقامت و تبادل ارز کمک کند.



شکل ۲۹. میزان تمایل به استفاده از یک سامانه امتیازدهی و گزارش تخلف

اکثریت افرادی که تمایل به استفاده از سامانه گزارش تخلف داشتند، جزو کسانی بودند که گوشی هوشمند به همراه داشتند. تخمین داده‌ها نشان می‌دهد حدود ۹۰ درصد از دارندگان گوشی هوشمند اعلام کرده‌اند در صورت وجود چنین سامانه‌ای از آن استفاده می‌کردند، در حالی که در میان کسانی که گوشی هوشمند نداشتند این رقم به حدود ۶۰ درصد کاهش یافته است. این شکاف بیانگر آن است که دسترسی به ابزار دیجیتال (گوشی هوشمند) نقش تعیین‌کننده‌ای در میزان استقبال از چنین سامانه‌ای دارد.

میان کسانی که در طول سفر به اینترنت دسترسی داشتند، تمایل به استفاده از سامانه دیجیتال به شکل چشمگیری بیشتر بود؛ حدود ۹۲ درصد از افراد دارای اینترنت آمادگی استفاده داشتند، در حالی که در میان افرادی که فاقد اینترنت بودند این نسبت به حدود ۷۰ درصد کاهش می‌یابد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دسترسی به اینترنت، نه تنها شرط فنی برای استفاده از سامانه است، بلکه باعث افزایش اعتماد و انگیزه زائران برای مشارکت در فرایند گزارش‌دهی می‌شود.

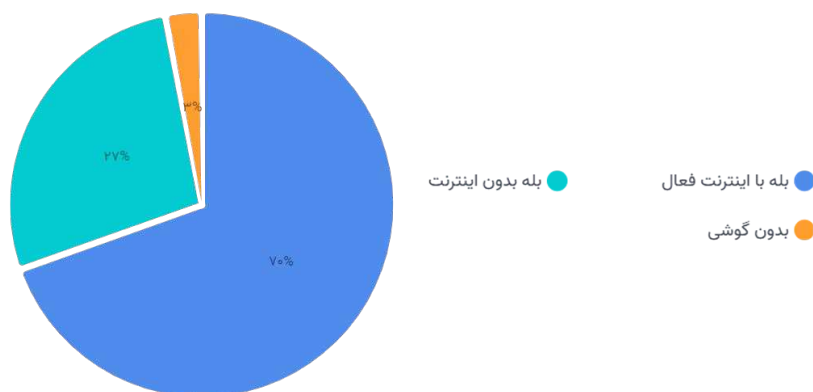
۳-۲-۳. اطلاع‌رسانی از ظرفیت‌ها و امکانات

۳-۲-۳-۱. وضعیت فراگیری استفاده از تلفن همراه در میان زائران اربعین

بیش از ۷۰ درصد از زائران که به گوشی هوشمند و اینترنت فعال مجهز بوده‌اند، بستری کاملاً مساعد برای دریافت لحظه‌ای اطلاعات و استفاده از خدمات دیجیتال محسوب می‌شوند. این گروه آمادگی بالایی برای بهره‌گیری از ابزارهایی نظیر اپلیکیشن‌های بانکی، کیف پول‌های دیجیتال، سامانه سماح، مسیریاب‌ها و حتی سامانه‌های نظارتی (گزارش تخلف و امتیازدهی) دارند. بنابراین، تمرکز سیاست‌گذاری بر این بخش، می‌تواند بیشترین اثربخشی را در ارتقای سطح اطلاع‌رسانی و کاهش ریسک‌های مالی و امنیتی به همراه داشته باشد. در مقابل، ۲۷ درصد دیگر که علی‌رغم داشتن گوشی هوشمند، فاقد دسترسی به اینترنت بوده‌اند، چالشی متفاوت را پیش روی سیاست‌گذار قرار می‌دهند. این گروه اگرچه از زیرساخت سخت‌افزاری لازم برخوردارند، اما به دلیل قطعی ارتباط، عملاً از چرخه خدمات برخط حذف شده‌اند. برای پوشش این شکاف و بهره‌مندی این گروه، باید راهکارهای مکملی همچون قابلیت‌های آفلاین در اپلیکیشن‌ها، سرویس‌های پیامکی بین‌المللی و یا تقویت نقاط



اتصال اینترنت محلی^۱ در مسیر پیاده‌روی را در دستور کار قرار داد. در مورد ۳ درصد زائرانی که هیچ گوشی هوشمندی همراه نداشتند نیز باید گفت که آنها در معرض بیشترین شکاف دیجیتالی قرار دارند. این گروه صرفاً می‌توانند از طریق اطلاع‌رسانی سنتی (مانند بروشور، ایستگاه‌های راهنمایی و تابلوهای اطلاع‌رسانی) یا همراهی دیگر اعضای کاروان از خدمات بهره‌مند شوند. هرچند سهم این گروه کم است، اما غفلت از آنها می‌تواند منجر به مشکلات امنیتی و مالی برایشان شود.



شکل ۳۰. میزان دسترسی به اینترنت

به این ترتیب، داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که گوشی هوشمند و اینترنت نه تنها ابزار ارتباطی، بلکه کانال اصلی اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات فین تک در اربعین است و سیاست‌گذاران می‌توانند بر اساس سه دسته زائران (با اینترنت، بدون اینترنت و بدون گوشی) طراحی‌های متفاوتی برای اطلاع‌رسانی و خدمات‌دهی انجام دهند.

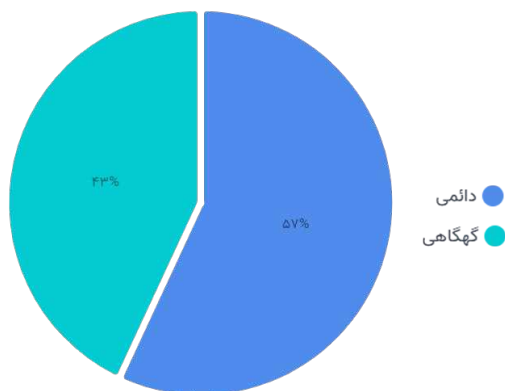
1. Wi-Fi

۲-۲-۳. میزان دسترسی به اینترنت همراه در طول مسیر پیاده روی اربعین

از بین ۷۰ درصد از زائران اربعینی که اعلام کرده بودند تلفن همراه با اینترنت فعال با خود دارند، وضعیت دسترسی زائران به اینترنت در سفر اربعین نشان می‌دهد که ۵۷ درصد اعلام کرده‌اند اتصال حداکثری داشته‌اند؛ یعنی در هر زمان می‌توانستند از اینترنت استفاده کنند. در مقابل، ۴۳ درصد دسترسی محدود یا گهگاهی داشته‌اند؛ مثلاً روزانه فقط چند دقیقه یا از طریق وای‌فای موبک‌ها و یا اینترنت همراه هم‌سفران. این توزیع بیانگر آن است که هرچند زیرساخت‌های ارتباطی نسبت به گذشته بهبود یافته، اما هنوز بخش بزرگی از زائران بدلالی از جمله تعرفه بالای اینترنت و... با محدودیت جدی در استفاده از اینترنت روبه‌رو هستند.

دسترسی به اینترنت، یکی از زیرساخت‌های حیاتی برای بهره‌مندی از خدمات مالی نوین در سفر اربعین محسوب می‌شود. زائرانی که از اتصال پایدار اینترنتی برخوردار بوده‌اند، توانسته‌اند به سهولت از خدمات دیجیتالی نظیر کیف پول دیناری، استعلام نرخ ارز، سامانه سماح و انتقال وجه آنلاین بهره‌مند شوند. در نقطه مقابل، زائرانی که با محدودیت‌های ارتباطی مواجه بوده‌اند، در شرایط اضطراری (مانند نیاز فوری به دریافت وجه از ایران یا پیگیری تراکنش‌ها) با چالش‌های جدی‌تری دست‌وپنچ‌نرم کرده‌اند. علاوه بر تراکنش‌های مالی، ناپایداری اینترنت بر فرآیند اطلاع‌رسانی درباره ظرفیت‌ها و امکانات رفاهی نیز تأثیر سوء داشته است. در موقعیت‌هایی که نیاز به دسترسی لحظه‌ای به اطلاعات حمل‌ونقل، اسکان یا وضعیت امنیتی وجود داشته، زائران فاقد دسترسی ناگزیر به استفاده از روش‌های سنتی و اتکا به اطلاعات شفاهی کاروان‌ها یا اطرافیان

شده‌اند. این وابستگی، ریسک‌هایی همچون تحمیل هزینه‌های مازاد، افزایش احتمال تخلفات مالی و سردرگمی در تصمیم‌گیری را به دنبال داشته است. از این رو، توسعه پوشش و ارتقای کیفیت اینترنت در مسیرهای پیاده‌روی و شهرهای زیارتی عراق، می‌تواند تحولی چشمگیر در تجربه دیجیتال، شفافیت اطلاعاتی و تسهیل خدمات مالی زائران ایجاد کند.



شکل ۳۱. میزان دسترسی به اینترنت همراه در طول مسیر پیاده‌روی اربعین

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که کیفیت دسترسی به اینترنت، تأثیر مستقیمی بر رفتار زائران دارد. در میان گروهی که در طول سفر از دسترسی پایدار (دائمی) به اینترنت برخوردار بودند، حدود ۹۰.۸ درصد تمایل قطعی خود را برای خرید بیمه دیجیتال ساعتی اعلام کردند، ۵۴.۱ درصد گزینه «احتمالاً» را برگزیدند و ۳۶.۱ درصد نیز عدم نیاز خود را ابراز کردند. در مقابل، افرادی با دسترسی ناپایدار (مقطعی) به اینترنت، الگوی متفاوتی را ثبت کرده‌اند: هرچند ۸.۷ درصد تمایل

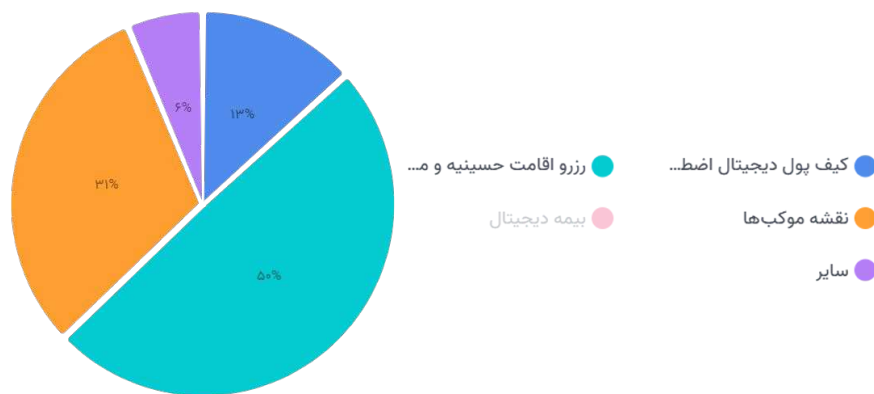
قطعی داشتند، اما سهم گروه مردد کاهش یافته (۴۵.۷ درصد) و نرخ عدم تمایل به ۴۵.۷ درصد افزایش یافته است. این داده‌ها بیانگر آن است که دسترسی پایدار، با کاهش تردید و عدم پذیرش، احتمال استفاده از خدمات بیمه‌ای را افزایش می‌دهد. نقش دسترسی به اینترنت در پذیرش کیف پول دیجیتال، حتی نمایان‌تر است. در گروه دارای اینترنت پایدار، ۴۵.۹ درصد تمایل قطعی به استفاده از کیف پول دیجیتال داشته‌اند و تنها ۲۶.۲ درصد مخالفت کرده‌اند. اما در گروهی که با اینترنت ناپایدار مواجه بوده‌اند، نرخ ابراز تمایل قطعی کاهش چشمگیری داشته و به ۲۳.۹ درصد رسیده است؛ در حالی که اکثریت این گروه (۵۴.۳ درصد) در وضعیت تردید باقی مانده‌اند. در مجموع، دسترسی پایدار به اینترنت در طول سفر، موجب ارتقای اعتماد و تمایل زائران به استفاده از ابزارهای نوین مالی نظیر کیف پول دیجیتال دیناری و بیمه دیجیتال می‌شود. در نقطه مقابل، محدودیت‌های ارتباطی باعث می‌شود درصد قابل توجهی از افراد در تصمیم‌گیری دچار تردید شده یا از استفاده منصرف شوند. این یافته‌ها تأکید می‌کند که توسعه زیرساخت‌های ارتباطی در ایام اربعین، پیش‌شرطی حیاتی برای نفوذ و پذیرش گسترده خدمات فناوری مالی (فین‌تک) در این رویداد است.

۳-۲-۳. نیازها و چالش‌های اطلاعاتی زائران فاقد همراه در مسیر اربعین

براساس داده‌های پرسشنامه و بازخوانی دقیق نمودار، اولویت‌های زائران مستقل برای دریافت خدمات دیجیتال به خوبی نمایان است. حدود ۵۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که بیشترین نیاز آنان به



امکان رزرو اقامت در حسینه‌ها و موبک‌ها است؛ موضوعی که نشان می‌دهد زائران مستقل، به دلیل عدم همراهی کاروان‌های رسمی، بیش از هر چیز دغدغه اسکان و برنامه‌ریزی برای محل اقامت را دارند. پس از آن، حدود ۳۱ درصد از افراد تأکید کرده‌اند که نقشه‌های دیجیتال و راهنمای مسیر موبک‌ها برایشان اهمیت زیادی دارد و حدود ۱۳ درصد نیز به کیف پول دیجیتال امن اشاره کرده‌اند. تنها ۵ درصد سایر خدمات را به عنوان نیاز مکمل مطرح کرده‌اند. این داده‌ها به خوبی نشان می‌دهد که اطلاع‌رسانی مالی در حین سفر باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرد. زائران اگرچه نیازهای متنوعی دارند، اما بسیاری از آنان ممکن است ندانند چگونه می‌توانند به چنین ابزارهای دیجیتال دسترسی پیدا کنند یا از مزایای آن آگاه شوند. به طور ویژه، اطلاع‌رسانی در مرزها، پایانه‌های حمل‌ونقل، هتل‌ها و حتی داخل موبک‌ها می‌تواند نقشی حیاتی در افزایش اعتماد و استقبال زائران ایفا کند. برای مثال، توضیح نحوه استفاده از کیف پول دیجیتال دیناری در همان نقطه ورود به عراق، می‌تواند مانع بسیاری از ریسک‌های ناشی از حمل پول نقد شود.



شکل ۳۲. نیازها و چالش‌های اطلاع‌رسانی زائران

در میان کسانی که اینترنت دائمی داشتند، ۴۹.۱ درصد مهم‌ترین نیازشان «رزرو اقامت حسینه و موبک» و ۳۰.۹ درصد «نقشه دیجیتال موبک‌ها» بود، در حالی که در میان افرادی با اینترنت گهگاهی، سهم «نقشه موبک‌ها» بیشتر شد (۵۲.۴ درصد) و رزرو اقامت کمتر (۳۳.۳ درصد). علاوه بر این، نیاز به «کیف پول دیجیتال اضطراری» در هر دو گروه تقریباً مشابه بود (۱۰.۹ درصد در دائمی و ۹.۵ درصد در گهگاهی). این یافته نشان می‌دهد که محدودیت اینترنت زائران را بیشتر به سمت خدمات سبک‌تر مثل نقشه‌ها سوق می‌دهد، در حالی که دسترسی دائمی اینترنت امکان استفاده از سرویس‌های پیچیده‌تر مثل رزرو اقامت یا کیف پول دیجیتال را فراهم می‌کند.

۳-۳. امور مالی پس از سفر

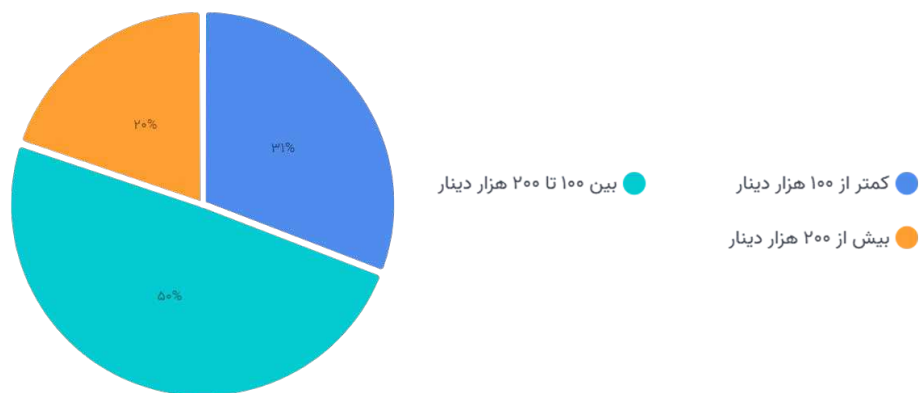
۳-۳-۱. چرخه مدیریت ارز دیناری زائران؛ از تخصیص تا بازگشت

۳-۳-۱-۱. بررسی الگوی حمل دینار در آغاز سفر توسط زائران

بر اساس داده‌های پرسشنامه، الگوی همراه داشتن ارز میان زائران اربعین تنوع قابل توجهی را نشان می‌دهد. حدود ۳۱ درصد از پاسخ‌دهندگان کمتر از ۱۰۰ هزار دینار با خود حمل کرده‌اند. این مقدار به نظر می‌رسد که سطح متعارف و استاندارد برای پوشش هزینه‌های عمومی سفر مانند حمل و نقل، خریدهای خرد و هزینه‌های ارتباطی بوده است. بیشترین سهم یعنی ۵۰ درصد از شرکت‌کنندگان در بازه‌ای بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار دینار ارز همراه داشته‌اند. در مقابل، حدود ۲۰ درصد از پاسخ‌دهندگان بیش از ۲۰۰ هزار دینار به همراه داشته‌اند. این دسته احتمالاً شامل افرادی است که یا تمایل به خرید سوغاتی و کالاهای بیشتر داشته‌اند یا برای احتیاط و پیش‌بینی شرایط اضطراری، ذخیره ارزی



بالاتری را همراه داشته‌اند. این الگو همچنین می‌تواند بیانگر تفاوت سطح اقتصادی و توان مالی زائران باشد.

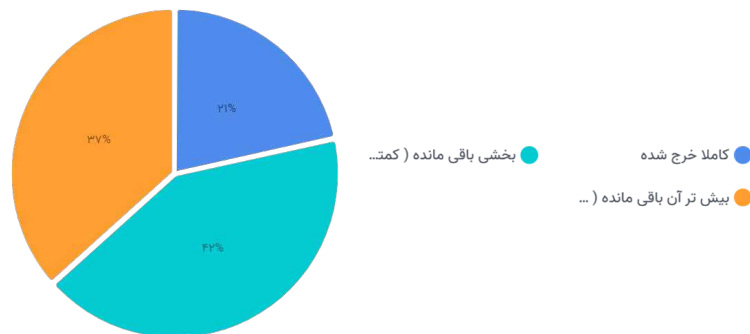


شکل ۳۳. میزان حمل دینار میان مشارکت‌کنندگان

به طور کلی، تحلیل توزیع موجودی ارز همراه زائران نشان می‌دهد که هرچند نیمی از جمعیت در بازه میانی (۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار دینار) جای می‌گیرند، اما سهم دو طیف حدی (یعنی گروه‌هایی با موجودی بسیار کم یا بسیار زیاد) نیز قابل توجه است. این تنوع در توزیع ارز، پیامدهای مهمی برای سیاست‌گذاری مالی دارد؛ چراکه طراحی خدمات و ابزارهای پرداخت باید به گونه‌ای انعطاف‌پذیر باشد که پاسخگوی نیازهای هر دو گروه (هم زائران با منابع محدود و هم افراد با توان مالی بالا) باشد.

۳-۳-۱-۲. وضعیت باقی مانده ارز دیناری نزد زائران در پایان سفر اربعین

بر اساس داده‌های پرسشنامه و نمودار ارائه شده، تحلیل وضعیت ارز باقی مانده زائران در پایان سفر اربعین، نشان دهنده الگوهای متنوعی است. حدود ۲۱ درصد از زائران اعلام کرده‌اند که موجودی ارزی خود را به طور کامل مصرف کرده‌اند. این گروه احتمالاً بیشترین فشار مالی را تجربه کرده و مدیریت منابعشان منجر به اتمام کامل موجودی در پایان سفر شده است. چنین وضعیتی معمولاً در میان زائرانی که با منابع مالی محدود سفر کرده یا هزینه‌های غیرمنتظره‌ای (نظیر حمل و نقل گران‌تر یا خریدهای پیش‌بینی نشده) را متحمل شده‌اند، رایج‌تر است. در مقابل، ۴۲ درصد از پاسخ‌دهندگان توانسته‌اند بخشی از ارز خود (کمتر از ۵۰ هزار دینار) را مازاد آورده و به کشور بازگردانند. این گروه احتمالاً یا مدیریت مالی محتاطانه‌تری داشته‌اند و یا از حمایت‌های هزینه‌ای کاروان‌ها و گروه‌ها بهره‌مند شده‌اند. این یافته بیانگر موفقیت بخشی از زائران در پایبندی به بودجه‌بندی و پیش‌بینی‌های مالی سفر است. در نهایت، ۳۷ درصد گزارش داده‌اند که بخش قابل توجهی از ارز آن‌ها (بیش از ۵۰ هزار دینار) در پایان سفر باقی مانده است.



شکل ۳۴. وضعیت باقی مانده ارز دیناری نزد زائران در پایان سفر

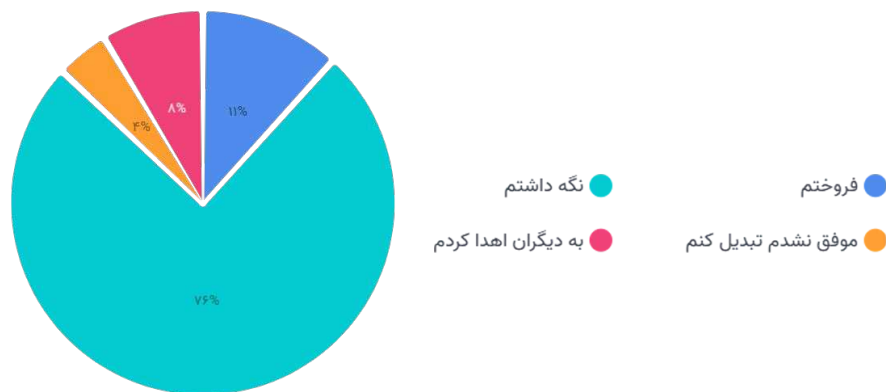


در میان گروهی که کمتر از ۱۰۰ هزار دینار همراه داشتند، برای ۵۲.۵ درصد افراد، مبلغ اندکی (کمتر از ۵۰ هزار دینار) باقی مانده است. ۱۹.۷ درصد با مازاد بیش از ۵۰ هزار دینار بازگشته‌اند و ۲۷.۸ درصد نیز کل موجودی خود را به طور کامل مصرف کرده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که این گروه به دلیل محدودیت منابع، بیش از سایرین در معرض اتمام کامل موجودی یا باقی ماندن مبالغ ناچیز قرار داشته‌اند. در گروهی که موجودی بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار دینار داشتند، الگوی متوازن‌تری مشاهده می‌شود: ۴۲.۱ درصد با باقی مانده اندک (زیر ۵۰ هزار دینار) و ۳۹.۸ درصد با مازاد قابل توجه (بیش از ۵۰ هزار دینار) سفر را به پایان رسانده‌اند؛ در حالی که تنها ۱۸.۱ درصد کل ارز خود را مصرف کرده‌اند. این امر حاکی از توانایی بالاتر زائران با منابع متوسط در مدیریت هزینه‌ها و حفظ مازاد ارزی است. در نهایت، در میان افرادی که بیش از ۲۰۰ هزار دینار همراه داشتند، سهم مازاد ارزی به حداکثر می‌رسد؛ به طوری که ۵۵.۶ درصد آن‌ها در پایان سفر بیش از ۵۰ هزار دینار در اختیار داشته‌اند، ۲۴.۶ درصد کمتر از ۵۰ هزار دینار و تنها ۱۹.۷ درصد تمام موجودی خود را خرج کرده‌اند. این الگو به روشنی نشان می‌دهد که همبستگی مستقیمی میان «موجودی اولیه» و «احتمال باقی ماندن ارز» در پایان سفر وجود دارد.

۳-۱-۳. رفتار زائران نسبت به مدیریت و نگهداری ارز مازاد پس از سفر

شکل ۳۴ نشان می‌دهد که رفتار زائران در قبال دینارهای باقی مانده پس از سفر اربعین الگویی مشابه داشته است. بر اساس داده‌های پرسشنامه، اکثریت قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان یعنی حدود ۷۶ درصد تصمیم گرفتند ارز مازاد خود را نگه دارند. این امر می‌تواند ناشی از دو عامل سفر مجدد در آینده

نزدیک و دشواری یا هزینه بالای بازخرید ارز در ایران باشد. حدود ۱۱ درصد از شرکت‌کنندگان مازاد ارز خود را فروخته‌اند. این دسته احتمالاً به دلیل نیاز فوری به نقدینگی یا عدم تمایل به نگهداری ارز خارجی، اقدام به فروش کرده‌اند. در مقابل، ۸ درصد از زائران اقدام به اهدای دینارهای باقی مانده به دیگران کرده‌اند؛ اقدامی که ریشه در انگیزه‌های مذهبی، نوع دوستانه و فرهنگ نذری و بخشش در سفر اربعین دارد. در نهایت، ۳ درصد نیز بیان کرده‌اند که موفق به تبدیل ارز نشدند که این خود نشان‌دهنده خلأهایی در زیرساخت تبادل ارز و مشکلات مرتبط با نقدشوندگی دینار پس از بازگشت است.



شکل ۳۵. رفتار زائران نسبت به مدیریت و نگهداری ارز مازاد پس از سفر

بر اساس داده‌ها، در میان افرادی که در پایان سفر کمتر از ۵۰ هزار دینار مازاد ارزی داشته‌اند، ۷۸.۲ درصد این مبلغ را همچنان نگهداری کرده‌اند، ۱۰.۲ درصد آن را فروخته‌اند، ۷.۶ درصد به دیگران اهدا کرده‌اند و تنها ۴ درصد موفق به تبدیل ارز نشده‌اند. این الگو نشان می‌دهد که

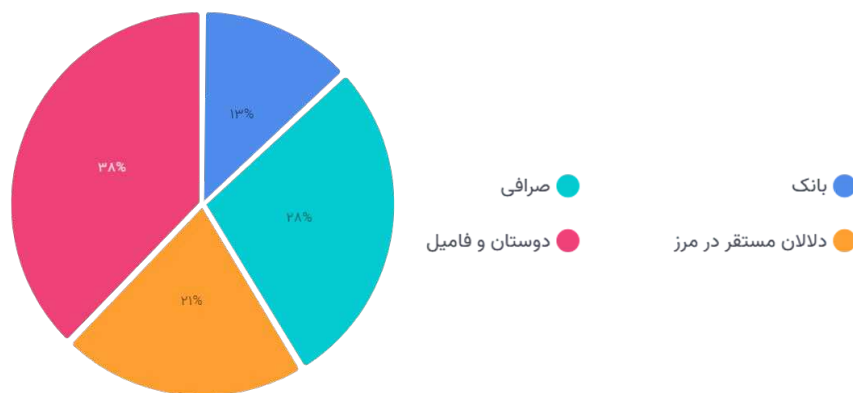


حتی در مبالغ خرد، تمایل به نگهداری دینار بسیار بالاست؛ پدیده‌ای که عملاً منجر به «رسوب سرمایه‌های خرد» می‌شود. در گروهی که مازاد ارزی آن‌ها بیش از ۵۰ هزار دینار بوده است، نرخ نگهداری افزایش یافته و به ۸۰.۸ درصد رسیده است. در این گروه، تنها ۱۴ درصد اقدام به فروش کرده و ۲۰.۳ درصد ارز خود را به دیگران اهدا نموده‌اند. این یافته‌ها بیانگر آن است که همبستگی مستقیمی میان میزان دینار باقی مانده و احتمال نگهداری آن وجود دارد؛ به عبارت دیگر، هر چه مبلغ مازاد بیشتر باشد، تمایل به حفظ آن افزایش می‌یابد و در نتیجه، حجم بیشتری از منابع ارزی از چرخه مبادلات و گردش اقتصادی خارج می‌شود.

۳-۱-۴. مسیرهای رایج فروش دینار مازاد و مشکلات زائران در تبادل ارز

بر اساس داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، الگوی فروش دینارهای باقی مانده پس از سفر اربعین میان زائران متنوع بوده و نشان دهنده وجود چندین کانال غیررسمی و رسمی برای بازگشت ارز است. طبق نتایج، ۳۸ درصد از پاسخ دهندگان دینارهای خود را به دوستان و آشنایان فروخته‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که همچنان روابط شخصی و اعتماد فردی نقش پررنگی در مبادلات ارزی زائران دارد و به نوعی بازار غیررسمی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی شکل گرفته است. در مقابل، ۲۸ درصد دینار خود را از طریق صرافی‌ها فروخته‌اند که نشان دهنده اعتماد بخشی از زائران به شبکه رسمی تبادل ارز است، اما سهم آن هنوز نسبت به شبکه‌های غیررسمی کمتر است. علاوه بر این، ۲۱ درصد ارز مازاد خود را به دلال‌های مستقر در مرزها فروخته‌اند. این رقم نشان دهنده وجود بازاری

غیررسمی و پریسک در مبادی ورودی کشور است که می‌تواند زائران را در معرض نرخ‌های ناعادلانه و حتی کلاهبرداری قرار دهد. در نهایت، تنها ۱۳ درصد زائران به بانک‌ها مراجعه کرده‌اند و دینار خود را در قالب کانال‌های رسمی و تحت نظارت به ریال تبدیل کرده‌اند. سهم پایین بانک‌ها در این فرآیند نشان می‌دهد که نظام بانکی نتوانسته نقش پررنگی در بازگرداندن ارزیفا کند و بسیاری از زائران ترجیح داده‌اند مسیرهای غیررسمی را انتخاب کنند.



شکل ۳۶. الگوی فروش دینارهای باقی مانده پس از سفر

این الگو نشان می‌دهد که حجم قابل توجهی از ارز اربعین عملاً وارد چرخه رسمی و شفاف اقتصادی نمی‌شود و در بازار غیررسمی یا شبکه‌های شخصی جابه‌جا می‌گردد. از منظر سیاستی، این وضعیت می‌تواند منجر به خواب سرمایه، افزایش ریسک کلاهبرداری و تضعیف کنترل‌های ارزی شود. بنابراین، طراحی ابزارهای دیجیتال (نظیر کیف پول دیناری رسمی، پلتفرم بازرخرد سریع و تحت



نظارت، یا اتصال مستقیم به سامانه‌های بانکی و صرافی‌ها) می‌تواند راهکاری مؤثر برای هدایت این مبادلات به کانال‌های رسمی و جلوگیری از خروج ارز از چرخه سرمایه‌گذاری مولد باشد.

۲-۳-۳. تبدیل ارز دیناری عراق به ریال

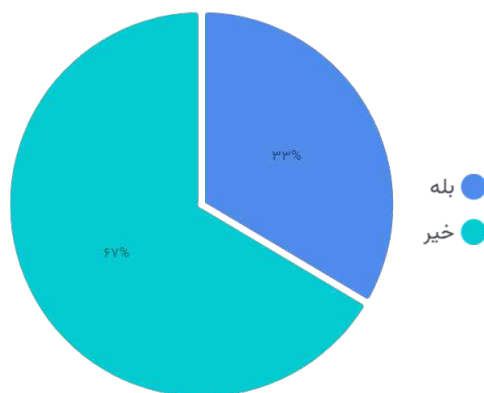
۳-۲-۱. میزان علاقه‌مندی زائران به استفاده از سامانه‌های رسمی تبدیل ارز

بر اساس داده‌های پرسشنامه، یکی از چالش‌های اساسی در مدیریت ارز اربعین، عدم بازگشت دینارهای مازاد به چرخه رسمی اقتصاد است. بخش قابل توجهی از زائران، دینارهای باقی‌مانده را نزد خود نگه می‌دارند؛ پدیده‌ای که موجب «حبس منابع» (خواب سرمایه) و خروج ارز از چرخه مبادلات رسمی می‌شود. بسیاری از تحلیل‌ها، فقدان زیرساخت‌های کارآمد برای تبدیل سریع دینار به ریال (به‌ویژه در مبادی ورودی کشور) را عامل اصلی این پدیده می‌دانند. با این حال، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چالش فراتر از زیرساخت است؛ چراکه حتی در صورت وجود چنین سامانه‌هایی، حدود ۶۷ درصد از زائران تمایلی به استفاده از آن‌ها ندارند. این عدم استقبال می‌تواند ناشی از عواملی همچون «انتظارات تورمی»^۱ (تمایل به حفظ ارز برای حفظ ارزش دارایی)، تجربه کاربری نامناسب در نظام بانکی و یا جذابیت نرخ و سهولت معامله در بازارهای غیررسمی (دوستان، دلال‌ها و...) باشد.

با وجود این، حدود ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام آمادگی کرده‌اند که در صورت وجود زیرساختی کارآمد، از آن استفاده کنند. این عدد نشان می‌دهد که ایجاد سازوکارهای شفاف

۱. نرخ دینار دولتی در سال ۱۴۰۳، ۳۸ هزار تومان بوده و نرخ دینار دولتی در سال ۱۴۰۴ به ۵۴ هزار تومان رسید. این نرخ‌ها در هر سال به مراتب با میزان بیش‌تری معامله گردیده است.

و سریع برای بازخرید ارز در مرزها، پتانسیل جذب یک سوم از منابع ارزی سرگردان را داراست. بنابراین، طراحی راهکارهای مبتنی بر فناوری مالی (مانند پلتفرم‌های دیجیتال بازخرید ارز و اتصال به کیف پول‌های رسمی) در کنار ارائه نرخ‌های رقابتی و تسویه آنی، می‌تواند ضمن کاهش حجم بازار غیررسمی، اعتماد عمومی را جلب کرده و این منابع مالی پراکنده را به چرخه رسمی اقتصاد بازگرداند.



شکل ۳۷. علاقه‌مندی زائران به استفاده از سامانه‌های رسمی تبدیل ارز

در میان گروهی که با مازاد ارزی اندک (کمتر از ۵۰ هزار دینار) بازگشته‌اند، حدود ۴۰ درصد تمایل خود را به استفاده از اپلیکیشن بازخرید ارز اعلام کرده‌اند. دلیل اصلی این تمایل، چالش نقدشوندگی مبالغ خرد در بازار غیررسمی است که تبدیل این مقادیر را برای زائران دشوار می‌سازد. اما نکته قابل توجه‌تر آنکه در میان افرادی با مازاد ارزی بالا (بیش از ۵۰ هزار دینار)، این تمایل



به ۵۵ درصد افزایش می‌یابد. این گروه به دلیل در اختیار داشتن حجم قابل توجهی از ارز، انگیزه بالاتری برای بهره‌گیری از راهکارهای فناورانه جهت تبدیل دارایی خود به ریال دارند. در مجموع، این الگو نشان‌دهنده همبستگی مثبت میان «حجم ارز باقی مانده» و «پذیرش ابزارهای دیجیتال» است؛ به این معنا که هرچه مبلغ دینار مازاد بیشتر باشد، تمایل زائران برای استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال و بازگرداندن منابع ارزی به چرخه رسمی اقتصاد افزایش می‌یابد.

۴. راهکارها

علی‌رغم گستردگی مبادلات مالی و ارزی در ایام اربعین، تاکنون اقدام راهبردی و مؤثری از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت طراحی ابزارهای نوین پرداخت، تبدیل ارز یا اینشورتک (بیمه فناورانه) عملیاتی نشده است. رویکرد سنتی و احتیاط‌آمیز حاکم بر نهادهای رسمی، سبب شده است تا ظرفیت‌های عظیم فین‌تک در این رویداد بین‌المللی مغفول بماند. از سوی دیگر در سمت تقاضا نیز چالش‌هایی وجود دارد؛ بخش قابل توجهی از زائران به دلایلی نظیر محدودیت‌های سواد دیجیتال، چالش اعتماد به فناوری‌های نوظهور، تجربیات ناموفق گذشته و فقدان آموزش، تمایل یا آمادگی لازم برای پذیرش ابزارهای نوین را از خود نشان نمی‌دهند. این تقارن «سکون نهادی» و «موانع پذیرش عمومی»، فضایی را ایجاد کرده که مانع از شکل‌گیری زیست‌بوم نوآوری مالی در این حوزه شده و روند سیاست‌گذاری را با کندی مواجه کرده است. با این حال، با شناخت دقیق نیازها و طراحی محصولاتی متناسب با واقعیت‌های رفتاری زائران، می‌توان طیفی از خدمات مالی (از سطح پایه تا پیشرفته) را به صورت تدریجی و گام‌به‌گام پیاده‌سازی کرد.



۱-۴. راهکارهای کوتاه مدت

۱-۴-۱. «پلتفرم تأمین مالی جمعی ارزی»: سامانه جمع‌سپاری دینار زائران

یکی از مهم‌ترین راهکارهای اجرایی در کوتاه‌مدت، طراحی و راه‌اندازی «پلتفرم تأمین مالی جمعی ارزی» است؛ سامانه‌ای که با هدف جذب و تجمیع دینارهای مازاد زائران پس از بازگشت از سفر اربعین طراحی می‌شود. برآوردها نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از دینارهای تخصیص یافته، به دلایلی نظیر عدم مصرف کامل (مازاد ماندن) یا عدم صرفه اقتصادی در تبدیل مبالغ خرد به ریال، نزد زائران راکد مانده و عملاً از چرخه اقتصادی کشور خارج می‌شوند. تجمیع این منابع ارزی خرد و پراکنده در بستر یک پلتفرم دیجیتال (یا ترکیبی)، می‌تواند ظرفیت مالی عظیمی را برای پروژه‌های عام‌المنفعه نظیر تجهیز موبک‌ها، تأمین خدمات سلامت، ارائه بیمه ساعتی، تسهیل حمل و نقل زائران کم‌توان و یا توسعه زیرساخت‌های فین‌تک اربعین فراهم آورد. ساختار اجرایی این سامانه می‌تواند به صورت «هیبریدی» طراحی شود؛ ترکیبی از درگاه‌های فیزیکی جمع‌آوری (در پایانه‌های مرزی) و درگاه‌های دیجیتال (از طریق اپلیکیشن یا کیف پول الکترونیک). در این مدل، کاربران ضمن ثبت دینار مازاد خود، پروژه هدف را انتخاب کرده و در تأمین مالی آن مشارکت می‌کنند؛ فرآیندی که از طریق یک داشبورد شفاف، به صورت لحظه‌ای قابل رصد و پیگیری خواهد بود. اهمیت راهبردی این پلتفرم در شرایط اقتصادی کنونی، کارکرد آن به عنوان ابزاری برای جلوگیری از «فرسایش سرمایه» (خواب ارز) است. این سامانه با بازگرداندن ارزهای خرد و سرگردان به چرخه اقتصادی مولد، پیوندی نوآورانه میان «نذر فردی» و «سرمایه‌گذاری جمعی» برقرار می‌سازد. این اقدام، نه تنها بهره‌وری منابع ارزی زائران



را ارتقا می دهد، بلکه بستری هوشمند برای آموزش عملی و فرهنگ سازی در حوزه فناوری های مالی نوین فراهم می کند.

۴-۱-۲. ارائه مجوزهای وام دهی همتا به همتا به لندتک ها جهت تأمین مالی سفر اربعین

در تحلیل وضعیت موجود مشخص شد که یکی از اصلی ترین موانع زائران برای برنامه ریزی سفر اربعین، فقدان منابع نقدی اولیه برای تأمین هزینه هایی چون خرید بلیت، تهیه ارز، اقامت و بیمه است. در این میان، اگرچه تخصیص وام های خرد از سوی بانک ها در ظاهر می تواند راه حلی فوری به نظر برسد، اما ساختار پرهزینه و ناکارآمد اعطای وام در شبکه بانکی (به ویژه در شرایط اقتصادی پرنوسان ایران) موجب شده که وام های خرد برای بانک ها صرفه اقتصادی نداشته باشد و حتی فشار مضاعفی به منابع اعتباری وارد کند. از این رو، پیشنهاد می شود که تأمین مالی سفر زائران اربعین به جای بانک ها، از طریق فین تک های لندتک (مانند پلتفرم های اعتبارسنجی غیررسمی یا وام دهی دیجیتال) صورت گیرد. این لندتک ها می توانند با تحلیل داده های مالی زائر، وام هایی با مبلغ و سررسید مشخص ارائه کنند که به صورت دیجیتال به کیف پول سفر یا حساب خدمات اربعینی متصل شود. همچنین، پیشنهاد می شود بانک مرکزی یا نهادهای تنظیم گر، با صدور مجوزهای موقت برای وام دهی همتا به همتا در ایام اربعین، امکان تأمین مالی مردمی و مشارکتی سفر را از طریق فین تک ها فراهم کنند. این رویکرد نه تنها فشار بر شبکه بانکی را کاهش می دهد، بلکه ظرفیت نوآوری و چابکی در تأمین مالی خرد را افزایش می دهد و الگوی جدیدی از مشارکت فناورانه در اقتصاد زیارت پدید می آورد.

۴-۱-۳. خرید بلیت با مدل خرید قسطی (خرید کن، بعداً پرداخت کن)^۱

بر اساس یافته‌های میدانی این گزارش، تأمین هزینه بلیت (اتوبوس یا هواپیما) یکی از سنگین‌ترین اقلام هزینه‌ای سفر اربعین است که معمولاً نیازمند «پرداخت دفعی^۲» (یکجا) و نقدی است. به‌کارگیری الگوهای نوین فین‌تک، به‌ویژه مدل «الان بخر، بعداً پرداخت کن» در فرآیند خرید بلیت، می‌تواند فشار نقدینگی را بر زائران تعدیل کرده و با توزیع زمانی هزینه‌ها، امکان سفر را برای اقشار کم‌درآمد تسهیل نماید. تحقق این امر، نیازمند شکل‌گیری یک زیست‌بوم همکاری میان شرکت‌های لندتک، سامانه‌های فروش آنلاین سفر^۳ و تسهیل‌گری هدفمند دولت است تا این راهکار پرداخت اعتباری، در مقیاسی گسترده برای زائران عملیاتی شود.

۴-۱-۴. اعلام نرخ خدمات و قیمت‌ها در اپ رسمی اربعین

بر اساس یافته‌های بخش «وضعیت موجود»، عدم آگاهی زائران از نرخ‌های مصوب و واقعی خدمات، منجر به پرداخت‌های نامتعارف و افزایش ریسک سوءاستفاده‌های مالی (نظیر گران‌فروشی) شده است بنابراین، یکی از اولویت‌های اجرایی، افزودن ماژول «استعلام و شفاف‌سازی نرخ‌ها» به برنامه‌های کاربردی مرجع (مانند سماح و نقشه اربعین) است. این ماژول باید قابلیت پایش و انتشار روزانه نرخ‌نامه‌های خدمات ضروری (شامل حمل‌ونقل، اینترنت، اسکان، تغذیه و ارز) را داشته باشد و ابزار مقایسه قیمتی را برای تصمیم‌گیری بهتر در اختیار زائران قرار دهد.

-
1. Buy Now, Pay Later - BNPL
 2. Lump-sum payment
 3. OTA



۴-۱-۵. ارائه ارز دولتی از طریق استارت‌آپ‌ها (دینارز)

بر اساس تحلیل‌ها، یکی از گلوگاه‌های اساسی در فرایند سفر، تخصیص ناکارآمد و دیر هنگام ارز توسط بانک‌ها است. با استفاده از پلتفرم‌های خصوصی مانند دینارز، امکان تخصیص ارز دیناری با فرایند دیجیتال، شفاف و غیر بروکراتیک وجود دارد. نظارت دقیق بانک مرکزی بر عملکرد استارت‌آپ‌های مجاز، می‌تواند موجب افزایش اعتماد عمومی و کاهش بار کاری نهادهای سنتی شود.

۴-۱-۶. کیوسک‌های مرزی تبدیل دینار به ریال در مسیر بازگشت زائران

در پایان سفر اربعین، بسیاری از زائران دینارهایی نزدشان باقی می‌ماند که اغلب یا با نرخ پایین فروخته شده یا تا مدت‌ها بلااستفاده باقی می‌ماند. یکی از راهکارهای عملیاتی برای مدیریت بهینه این منابع و کاهش اتلاف ارزی، استقرار «کیوسک‌های هوشمند بازخرید ارز» در مبادی ورودی کشور (مرزهای زمینی و فرودگاه‌ها) است. این کیوسک‌ها با ارائه رابط کاربری ساده و دیجیتال، دو گزینه را پیش روی زائران قرار می‌دهند:

۱. تبدیل ارز: فروش دینار مازاد با نرخ رسمی و واریز آنی معادل ریالی به کارت بانکی.
۲. اهدا (نذر دیجیتال): تخصیص مبلغ به پروژه‌های عام‌المنفعه از طریق پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، با اهدافی نظیر تجهیز موبک‌ها، تأمین دارو یا ارتقای خدمات سلامت برای مراسم سال آینده.

این برای افزایش ضریب نفوذ و ایجاد انگیزه مشارکت، پیشنهاد می‌شود طراحی این سامانه‌ها با سازوکارهای «بازی‌وارسازی» همراه شود. در این مدل، زائران در ازای مشارکت (فروش یا اهدا)، امتیازاتی

در «باشگاه مشتریان زائر» دریافت می‌کنند. این امتیازات می‌تواند شامل تخفیف در هزینه‌های ثبت نام سال‌های آتی، اولویت در دریافت خدمات، و یا نشان‌های «اعتبار اجتماعی» باشد که در کیف پول الکترونیک زائر ذخیره می‌گردد. اجرای موفق این طرح، ضمن بازگرداندن منابع ارزی خرد به چرخه اقتصاد ملی، الگویی از خدمات مالی شفاف، جامعه‌محور و مبتنی بر مشوق‌های رفتاری را در بستر این رویداد مذهبی نهادینه می‌کند. تحقق این چشم‌انداز، مستلزم هم‌افزایی میان بانک مرکزی (تنظیم‌گر)، صرافی‌های مجاز (کارگزار)، ستاد اربعین، شرکت‌های فین‌تک (مجری فنی) و نهادهای مذهبی خواهد بود.

۲-۴. راهکارهای بلند مدت

۲-۴-۱. بیمه‌های پارامتریک و توسعه اینشورتک اربعینی

یافته‌های گزارش بر این نکته تأکید دارد که بسیاری از زائران فاقد پوشش بیمه‌ای متناسب هستند و محصولات شرکت‌های بیمه سنتی، پاسخگوی ریسک‌های اختصاصی سفر اربعین نیستند. راهکار پیشنهادی برای رفع این خلأ، بهره‌گیری از مدل «بیمه پارامتریک^۱» است. در این مدل، پرداخت خسارت نه بر اساس فرآیند زمان بر ارزیابی کارشناس، بلکه مبتنی بر «شاخص‌های محرک» از پیش تعریف شده (نظیر ثبت دمای خطرناک، گزارش تصادف یا تأخیر طولانی در حمل‌ونقل) به صورت خودکار و آنی انجام می‌شود. حذف پیچیدگی‌های اداری و دیوان‌سالاری معمول در دریافت خسارت، این مدل را به گزینه‌ای ایده‌آل برای زائرانی تبدیل می‌کند که دانش تخصصی کمتری از

1. Parametric Insurance



فرآیندهای بیمه‌ای دارند. همچنین، ارائه این خدمات در بستر برنامه‌های کاربردی موبایلی، دسترسی و سهولت استفاده از آن را تضمین می‌کند.

۴-۲-۲. کیف پول چندارزی هوشمند برای زائران اربعین

یکی از راهکارهای نوآورانه و راهبردی برای پاسخگویی به چالش‌های مالی زائران اربعین، طراحی و استقرار «کیف پول هوشمند چندارزی» است. یافته‌های گزارش حاضر حاکی از آن است که زائران برای مدیریت هزینه‌های سفر، ناگزیر به حمل حجم قابل توجهی وجه نقد (اسکناس دینار) هستند؛ وضعیتی که ریسک‌های امنیتی متعددی نظیر سرقت، مفقودی و چالش‌های نگهداری فیزیکی پول را به همراه دارد. علاوه بر این، عواملی همچون نوسانات نرخ ارز، دشواری‌های تبدیل پول در مبادی مرزی و تنوع روش‌های پرداخت، منجر به سردرگمی و ایجاد تجربه نامطلوب برای زائران شده است. در پاسخ به این نیاز، کیف پول پیشنهادی به‌گونه‌ای طراحی می‌شود که کاربران بتوانند دارای خود را به صورت ریال، دینار عراق و یا «دینار دیجیتال» ذخیره و مدیریت کنند. مزیت کلیدی این سامانه، قابلیت «تبدیل آنی ارز» است؛ ویژگی هوشمندی که در لحظه پرداخت، به صورت خودکار بهترین نرخ تبدیل را اعمال کرده و نیاز زائر به محاسبات ارزی و حمل پول نقد را مرتفع می‌سازد. این کیف پول با اتصال به سامانه‌های پرداخت (از طریق کد کیوآر^۲، فناوری ارتباط میدان نزدیک^۳ و کدهای دسترسی برای تبادل داده با اپراتور^۴)، امکان تسویه امن و سریع را حتی در مناطق فاقد اینترنت فراهم

-
1. Auto-Switch
 2. QR
 3. NFC
 4. USSD

می‌سازد. همچنین، تسویه مالی میان مرزی در این بستر می‌تواند به صورت خودکار انجام شود و از بروز نرخ‌های غیرشفاف یا تبدیل دستی جلوگیری کند. ادغام این کیف پول با سایر زیرساخت‌های پیشنهادی مانند سامانه تامین مالی ارزی دینار، سامانه بیمه پارامتریک یا رزرو خدمات موبکی، باعث افزایش انسجام تجربه کاربری و تقویت اعتماد به خدمات مالی زیارتی می‌شود. اجرای این راهکار نیازمند همکاری بانک مرکزی، فین‌تک‌های ایرانی، نهادهای مذهبی و توافق با طرف عراقی است و در صورت تحقق، می‌تواند الگوی نوینی از مدیریت مالی زائر محور، با کمترین اصطکاک و بیشترین شفافیت را رقم بزند.

۴-۲-۳. سامانه گزارش‌دهی و رتبه‌بندی خدمات در اربعین

بررسی‌های میدانی حاکی از آن است که فقدان سازوکار رسمی برای «نظارت مردمی» و رتبه‌بندی عملکرد ارائه‌دهندگان خدمات (شامل رانندگان، کسبه و موبک‌داران)، بستر مناسبی را برای بروز تخلفات و سوءاستفاده‌های مالی فراهم کرده است. راهکار پیشنهادی برای رفع این چالش، توسعه یک سامانه هوشمند و در دسترس (در بستر برنامه کاربردی یا پیامک) برای ثبت بازخورد و گزارش‌دهی^۱ است. انتشار عمومی این امتیازات و شفاف‌سازی عملکردها، نه تنها منجر به بازیابی اعتماد زائران می‌شود، بلکه با ایجاد «سیستم شهرت‌سنجی^۲»، انگیزه رقابت کیفی را در میان ارائه‌دهندگان خدمات اربعینی تقویت می‌کند.

1. Whistleblowing
2. Reputation System

گزارش سیاستی

این گزارش، تحلیلی جامع از زیست‌بوم مالی زائران ایرانی در سه مقطع پیش، حین و پس از سفر اربعین ارائه می‌دهد و با اتکا به داده‌های میدانی، چالش‌های کلیدی نظیر فقر سواد مالی، وابستگی شدید به مبادلات نقدی، ریسک‌های امنیتی پرداخت، ناکارآمدی پوشش‌های بیمه‌ای و نارسایی در چرخه تخصیص و بازگشت ارز را آسیب‌شناسی می‌کند. گزارش حاضر، ضمن تبیین پیامدهای اقتصادی این چالش‌ها در سطوح خرد (زائر) و کلان (اقتصاد ملی)، در نهایت بسته‌ای از راهکارهای سیاستی و نوآوری‌های فین‌تکی را جهت ارتقای امنیت مالی، شفافیت تراکنش‌ها و بهبود کیفیت تجربه سفر زائران پیشنهاد می‌نماید.



انستیتوت توسعه زیست‌بوم
فناوری‌های مالی (ای‌تی‌بی‌سی)
پژوهشکده مطالعات فناوری

تهران - خیابان ستارخان - خیابان حبیب‌اله
تقاطع خیابان سروش یکم - پلاک ۹۶

www.tsi.ir



پژوهشکده
مطالعات فناوری