



The University of Tehran Press

Journal of Social Business

Vol. 2, No. 2, Summer 2025

Online ISSN: 3060-7213

Home Page: <https://jsbu.ut.ac.ir/>

Presenting a Model of Entrepreneurial Opportunities in the Tourism Industry (Case of: Taybad City)

Gholam Reza Khani¹ | Amir Ghafourian Shagerdi² | Mehdi Sanei³

1. Department of Business Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran.
Email: rkh9680@yahoo.com
2. Corresponding Author, Department of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.
Email: ghafourian@imamreza.ac.ir
3. Department of Business Management, Shahrood Branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran.
Email: mehdisaneiphd@yahoo.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Article History:

Received May 07, 2025

Revised June 14, 2025

Accepted June 24, 2025

Published online July 01, 2025

Keywords:

*Entrepreneurial Opportunities,
Entrepreneurship,
Taybad City,
Tourism Industry.*

ABSTRACT

Tourism is an important and influential factor in generating foreign exchange and improving the economic and entrepreneurship situation. The aim of this study is to identify entrepreneurial opportunities in the tourism industry of Taybad County. This research is developmental in terms of purpose, descriptive in nature, and qualitative in terms of data type, conducted through content analysis. Data were collected using a library method by reviewing books, articles, and theses, and interviews were used as a data collection tool. To this end, interviews were conducted with 12 experts in the tourism industry of Taybad County, who held academic degrees in fields such as marketing, tourism, and entrepreneurship. Theoretical saturation was reached after interviewing 9 of them. The criteria for selecting experts included theoretical expertise (based on reviewing relevant studies), practical experience (relevant work background), willingness and ability to participate in the research, and accessibility. The sampling method was purposive. Interview data were analyzed using content analysis. Based on the interviews with tourism experts in Taybad County, 53 components within 13 main dimensions were identified as factors of entrepreneurial opportunities in the tourism industry. The findings indicated that entrepreneurial tourism opportunities in Taybad County include accommodation, recreation, entertainment and adventure, hosting special events and conferences, environmental initiatives, food and beverages, transportation, public facilities, informational and communication opportunities, agricultural attractions, educational opportunities, cultural attractions, tourism services, and the health, wellness, and medical sector.

Cite this article: Khani, G. R., Ghafourian Shagerdi, A., S. M. (2025). Presenting a Model of Entrepreneurial Opportunities in the Tourism Industry (Case of: Taybad City). *Journal of Social Business*, 2 (2), 174-194.
<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.397773.1039>



© Gholam Reza Khani, Amir Ghafourian Shagerdi, Mehdi Sanei **Publisher:** The University of Tehran Press.



ارائه الگوی فرصت‌های کار آفرینانه در صنعت گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهرستان تایباد)

غلامرضا خانی^۱ | امیر غفوریان شاگردی^{۲*} | مهدی صانعی^۳

۱. گروه مدیریت بازرگانی، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران. رایانامه: rkh9680@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، گروه حسابداری، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران. رایانامه: ghafourian@imamreza.ac.ir

۳. گروه مدیریت بازرگانی، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران. رایانامه: mehdisaneiphd@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

علمی - پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

کلیدواژه:

فرصت‌های کارآفرینانه،

کارآفرینی،

شهرستان تایباد،

صنعت گردشگری.

گردشگری به‌عنوان عاملی مهم و تأثیرگذار در ارزآوری و بهبود وضعیت اقتصادی و کارآفرینی است؛ لذا هدف این تحقیق، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری شهرستان تایباد است. پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای، از نظر ماهیت توصیفی و از نظر نوع داده کیفی است که با روش تحلیل محتوا انجام شده است. روش گردآوری داده‌ها به‌صورت کتابخانه‌ای و با بررسی متون کتب، مقالات و پایان‌نامه‌ها انجام شده و از ابزار مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد؛ بدین منظور با ۱۲ تن از کارشناسان صنعت گردشگری شهرستان تایباد که دارای تحصیلات در زمینه‌های بازاریابی، گردشگری و کارآفرینی بودند، مصاحبه شد که با ۹ نفر به اشیاع نظری رسید. معیارهای انتخاب خبرگان تسلط نظری (بررسی پژوهش‌های مرتبط)، تجربه عملی (سوابق کاری مرتبط)، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای تحلیل مصاحبه از روش تحلیل محتوا استفاده شد. بر این اساس ۵۳ مؤلفه در ۱۳ بعد اصلی به‌عنوان عوامل فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری شناسایی شد. نتایج نشان داد که فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در شهرستان تایباد شامل اقامتگاه‌ها، تفریح، سرگرمی و ماجراجویی، برگزاری رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها، اقدامات زیست‌محیطی، غذا و نوشیدنی، حمل‌ونقل، امکانات عمومی، فرصت‌های اطلاعاتی و ارتباطی، جاذبه‌های کشاورزی، فرصت‌های آموزش، جاذبه‌های فرهنگی، خدمات گردشگری و حوزه بهداشت، سلامت و درمان بود.

استناد: خانی؛ غلامرضا، غفوریان شاگردی؛ امیر، صانعی؛ مهدی (۱۴۰۴). ارائه الگوی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهرستان تایباد). کسب‌وکار

اجتماعی، ۲ (۲)، ۱۹۴-۱۷۴. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.397773.1039>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© غلامرضا خانی، امیر غفوریان شاگردی، مهدی صانعی

<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.397773.1039>



۱. مقدمه

گردشگری یک بخش اقتصادی است که می‌تواند سهم قابل توجهی در رشد اقتصادی یک منطقه و بازار کار داشته باشد و فرصت‌های شغلی را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق عرضه کالا و خدمات لازم برای فعالیت‌های گردشگری ایجاد کند. علاوه بر این، گردشگری مزایای اجتماعی برای منطقه ایجاد می‌کند (توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، ایجاد مشاغل جدید، بهبود زیرساخت‌ها و غیره). از نظر فرهنگی، گردشگری به‌عنوان یک عنصر غنی‌سازی جامعه در نظر گرفته می‌شود که به رویارویی‌های فرهنگ‌های مختلف نسبت داده می‌شود. همچنین، گردشگری می‌تواند با حفاظت، ایجاد یا حفظ پارک‌های ملی یا سایر مناطق حفاظت‌شده به حفظ محیط طبیعی کمک کند (Shalizi et al., 2023). برنامه‌های توسعه اشتغال‌زایی، از جمله برنامه‌هایی است که از سیاست‌های مختلف رشد و توسعه کشور متأثر می‌گردد و توسعه مناطق را به دنبال دارد. اهمیت اشتغال تا جایی است که از اواسط قرن بیستم، مهاجرت دائمی از مناطق روستایی به نقاط شهری، در بیشتر کشورهای درحال توسعه به‌عنوان شیوه غالب این مناطق برای ادامه زندگی بوده که عمدتاً به‌دلیل نبود تنوع شغلی و نابرابری در توزیع فرصت‌های شغلی بوده است (عنابستانی و همکاران، ۲۰۲۱).

امروزه، کارآفرینی و حرکت سازمان به سمت آن، یکی از روش‌های مهم در ایجاد مزیت رقابتی است که نوآوری را در سازمان، نهادینه می‌سازد و در پی آن تعالی اقتصادی کشور را در پی خواهد داشت (پیرایش و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینان، بیشتر بر کمک به خانواده و جوامع خود و افزودن ارزش متمرکز هستند تا ارائه محصولات و به دست آوردن پول؛ اگرچه کسب سود مهم است، اما صاحبان مشاغل، اغلب به‌دلیل سود و رشد اقتصادی از فکر توسعه کسب‌وکار خود اجتناب می‌کنند (Antunes et al., 2023). از این رو، موفقیت کارآفرینی ازجمله رضایت شخصی توجه بیشتری را به خود جلب می‌کند و منجر به پایداری کسب‌وکار می‌شود (Al Mamun et al., 2018).

رهبران کارآفرین همچنین در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن خطرات برای دستیابی به اهداف خود با هدایت رفتار پیروان خود مهارت دارند (Pu et al., 2022). فرصت‌ها در فرآیند کارآفرینی نقش بسیار مهمی دارند. با این حال، اگرچه ممکن است فرصت‌ها وجود داشته باشند، اما تنها در صورتی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند که یک کارآفرین این فرصت‌ها را تشخیص دهد و ارزش آن را برای کسب‌وکار درک کند (Baron, 2004). شناخت فرصت کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان فرآیند شناختی تلقی کرد که از طریق آن، فرد به این نتیجه می‌رسد که فرصتی را شناسایی کرده است. شناسایی فرصت‌های کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان نوعی شناخت با توجه به تهدیدها و فرصت‌های محیطی در صنعت و همچنین محیط عمومی کسب‌وکار تعریف کرد. شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، فرآیندی است که در آن فرد توانایی دیدن، شناسایی و یافتن فرصت‌ها را دارد و سپس ایده‌های تجاری جدیدی را ایجاد می‌کند که به‌طور بالقوه سودآور هستند (Soelaiman & Liediana, 2020).

بر اساس یافته‌های تجربی ادبیات موجود، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی منجر به سرمایه‌گذاری‌های موفق شده است. سه جزء حیاتی به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده شناسایی فرصت‌های کارآفرینی شامل هوشیاری کارآفرینی، دانش قبلی و شبکه‌های اجتماعی هستند (Shamudeen et al., 2017). در فرایند کارآفرینی، سازمان، فرصت‌های رشد و توسعه را تشخیص می‌دهد و با رفتار کاری خلاقانه، ارزش‌های جدید را برای ذینفعان ایجاد می‌کند (غیور باغبانی و همکاران، ۲۰۱۹). بسترهای کارآفرینانه‌ای که در تأسیسات گردشگری وجود دارد بسیار زیاد است که نشان از اهمیت صنعت گردشگری دارد؛ این موضوع هم به ایجاد کسب‌وکارها و هم به حفظ، بقا و ماندگاری کارآفرینی این حوزه کمک می‌کند. به‌علاوه، کارآفرینی نقش اجتناب‌ناپذیری در بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی ایفا کرده و درواقع مترادف با موفقیت فردی، سازمانی و ملی است. از آنجا که منافع صنعت گردشگری در سطح منطقه‌ای از طریق ایجاد درآمد ارزی باعث رشد اقتصادی و در سطح محلی از طریق ایجاد شغل، توزیع متناسب درآمد و توسعه متعادل منطقه‌ای باعث بهبود زندگی افراد منطقه می‌شود، بسیاری از کشورهای درحال توسعه، رونق گردشگری را راهی برای توسعه اقتصادی همه‌جانبه می‌دانند، بنابراین تلفیق دو مقوله فوق به‌دلیل تأثیر متقابل بر یکدیگر و هم‌افزایی در توسعه اقتصادی-اجتماعی، موضوع مهمی برای بررسی و تأمل به شمار می‌رود. گردشگری یک صنعت پویا است و نیازمند کارآفرینانی است که فرصت‌های توسعه جدید و روش‌های خلاق مدیریت توسعه موجود را کشف نمایند. توانایی کشف فرصت‌ها، تأمین منابع مالی مورد نیاز، شناسایی

اماکن و سایت‌های برتر، استخدام طراحان به‌منظور توسعه فیزیکی، تأمین منابع انسانی مورد نیاز برای مدیریت تأسیسات فیزیکی و خدماتی جهت توسعه گردشگری، بسیار مهم است (صفری و محمدمیرزایی بافقی، ۲۰۱۳).

توسعه جهانی گردشگری، فرصت‌های کارآفرینانه بکری را برای برنامه‌ریزان گردشگری در جهت توسعه بازار مقصد و متنوع‌سازی آن به ارمغان آورده است. در این میان، سرزمین ایران از پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگی سرشاری برخوردار است که با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح، قابلیت تبدیل به جاذبه‌های صنعت گردشگری را دارند (حسنقلی پور و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به اثرات متعدد گردشگری بر توسعه کارآفرینی به‌دلیل ارتباط آن با فعالیت‌های اقتصادی، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه مناطق گردشگری ایفا می‌کند (Ibănescu et al., 2018). استراتژی توسعه گردشگری با تأکید بر کارآفرینی به‌عنوان موتور رشد اقتصادی در سطح محلی، از طریق تنوع بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی با مشارکت جامعه محلی عمل می‌کند (Sharif & Lonik, 2017; Dai et al., 2017).

از آنجا که گردشگری، منبع مهم و جدید ایجاد درآمد برای جوامع است، بنابراین در کارهایی که با گردشگری مرتبط هستند، مانند آماده کردن اتاق برای گردشگران، تهیه غذا، خرده‌فروشی، حمل‌ونقل و ایجاد سرگرمی، شغل‌های جدید به‌وجود می‌آید (جانی و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی یک عنصر کلیدی برای هر کشوری است که قصد دارد در بازار جهانی مبتنی بر دانش رقابتی باشد (Penco et al., 2020). کارشناسان معتقدند که کارآفرینی گردشگری، موتور قدرتمند رشد اقتصادی است (Salim & Anis, 2021; Katekhaye et al., 2020) و نقش مهمی در مقابله با چالش‌های اقتصادی مناطق کم‌جمعیت روستایی و شهرستان‌ها، از جمله حفظ جمعیت یا توقف روستایی، مهاجرت شهری (Li et al., 2019; Supekar & Dhage, 2022)، تشکیل و انباشت سرمایه و سرمایه‌گذاری‌های جدید به‌عنوان پیوندی بین نوآوری و بازار (Supekar & Dhage, 2022)، ایجاد اشتغال مولد (Muñoz & Kimmitt, 2019)، مدیریت ریسک فرصت‌ها و ایجاد انگیزه (Dobryagina, 2019; Katekhaye et al., 2020)، افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری ایفا می‌کند (Muñoz & Kimmitt, 2019). با افزایش مشارکت گردشگری در فرآیند توسعه اقتصادی، نقاط کم‌جمعیت به ایجاد مراکز رشد جدید کمک می‌کنند. به این ترتیب، آن‌ها می‌توانند کارآفرینی جدیدی را میان جوامع محلی ایجاد کنند (Sharif & Lonik, 2017).

علاوه بر مطالب فوق پیشینه پژوهش نیز مورد بررسی قرار گرفته است. مهدی‌لویی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری را نشان داده‌اند. الگوی نهایی به ترتیب اولویت شامل عوامل شکل‌دهی به فرصت، بازار، منابع کارآفرینی، شبکه ارتباطات، دولت، مهارت‌های فردی، دانش و آگاهی و فرایندهای شناختی بوده است. حسنقلی پور و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان داد در توسعه کسب‌وکارهای تندرستی در چهار مقوله «محیط کلان کسب‌وکار»، «محیط خرد صنعت گردشگری تندرستی»، «موانع و چالش‌های توسعه» و «اثرات و تبعات- توسعه گردشگری تندرستی» جای می‌گیرند و استراتژی‌های توسعه این صنعت در قالب مقوله «فرایند شناسایی و تجاری‌سازی» (به‌عنوان هسته مرکزی مدل خروجی پژوهش) از مرحله شناخت بازار و پتانسیل‌ها تا دانش‌افزایی و تجاری‌سازی محصولات و خدمات تندرستی را پوشش می‌دهد که هر کدام شامل چندین اقدام در راستای بهره‌گیری پایدار از فرصت‌های کسب‌وکار و به‌ویژه کارآفرینی گردشگری تندرستی است.

ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان داده‌اند که اولویت‌های فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در منطقه مذکور شامل غذا و نوشیدنی، خدمات گردشگری، ارتباطی و اطلاعاتی، حمل‌ونقل، تفریح و ماجراجویی، اقامت، بهداشت و سلامت، محیط زیستی و آموزش است. آقاجانی و علیزاده (۲۰۱۶) در پژوهشی نشان داده‌اند فرصت‌های فرهنگی و اقامتی به‌عنوان فرصت نخست گردشگری روستایی در استان مازندران شناخته شد. ابعاد فرصت‌های کارآفرینانه نهایی شامل فرهنگی و اقامتی، دام و طیور، باغداری و گلخانه، پرورش و صید ماهیان و صنایع تبدیلی بوده است. صفری و محمد میرزایی بافقی (۲۰۱۳) در پژوهشی نشان دادند که اولویت‌های فرصت کارآفرینی صنعت گردشگری شامل فراهم کردن فضا و امکانات تفریحی، تفریحات مناسب با اقلیم در سفر، مکان اسکان با کیفیت، بازدید از مناطق بکر در مقصد گردشگری، تفریحات متنوع و همراه با هیجان، پاساژ و فروشگاه‌های متمرکز و دسترسی به راهنمای گردشگری است.

مانالو^۱ و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی نشان داده‌اند که طیف گسترده‌ای از فرصت‌های مرتبط با کارآفرینی گردشگری در این منطقه می‌تواند توسعه یابد، مانند غذا و نوشیدنی، اقامت، جاذبه‌های گردشگری، حمل‌ونقل، کسب‌وکار سوغات، کسب‌وکارهای سلامتی، خدمات مسافرتی تور، اسکان مسافران، کسب‌وکار سرگرمی و تفریح، کسب‌وکار رویدادها، راهنمایان تور و سفر، تجارت منطقه گردشگری، کسب‌وکارهای مربوط به خدمات اطلاعات گردشگری و خدمات مشاوره گردشگری کسب‌وکار درمان سلامتی از بین تمامی شرکت‌های ذکر شده، مراکز تجاری و سوغاتی‌های غذا و نوشیدنی پتانسیل قابل‌توجهی برای توسعه هستند.

آنگباشیم و آبا^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی نشان داده‌اند که فرصت‌های کارآفرینی گردشگری زیر در منطقه گردشگری مذکور، هتل و اقامتگاه، غذا و نوشیدنی، اپراتورهای تور، بخش حمل‌ونقل، تجارت آژانس مسافرتی، بخش ورزش و تفریح، بخش برگزاری رویدادها، صنایع دستی و سوغاتی منحصربه‌فرد، برنامه‌ریزی رویداد و سرگرمی بوده است. آفنیو آگبه^۳ (۲۰۲۰) در پژوهشی نشان داده‌اند که فرصت‌های کارآفرینی بر ارائه خدمات اقامتی، غذا و نوشیدنی، سوغات و خدمات راهنمایی گردشگران متمرکز بوده است. این یافته‌ها پتانسیل استفاده از گردشگری در تقویت فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی را تأیید می‌کند. هاپساری^۴ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی نشان داده‌اند که فرصت‌های شناسایی‌شده شامل جاذبه‌های طبیعی، مکان‌های تاریخی، حمل‌ونقل هوایی، خدمات راهنمایان تورهای گردشگری، بخش غذایی، سوغاتی، مدیریت زیست‌محیطی مثل رودخانه‌ها و پارک‌ها است. همچنین روستای بلیمبینگ اندونزی، فرصت‌های تجاری گردشگری را برای جامعه محلی، مانند فروش محصولات کشاورزی، مشاغل آشپزی و سوغاتی‌ها تقویت می‌کند. کویتامت و جاگونگو^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان داده‌اند که فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری شناسایی‌شده عبارت‌اند از سفر و حمل‌ونقل، پذیرایی و اقامت، ترویج گردشگری و اطلاعات و کنجکاو و سوغات. به‌علاوه نتایج نشان داد که فرصت‌های کارآفرینی در محیط گردشگری بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. همچنین فرصت‌های کارآفرینی از نظر آماری در توسعه کارآفرینی معنادار بودند.

شهرستان تایباد از نظر فرهنگی بسیار ثروتمند است و از نظر تاریخی نیز آثار و بناهای بسیار ارزشمندی در اختیار دارد. تایباد، دروازه ورودی به کشور است و دارای پتانسیل‌های زیادی است. برای بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها لازم است در این شهر، اماکن اقامتی و گردشگری ایجاد شود. ازجمله جاذبه‌های گردشگری در این منطقه می‌توان به مزار مولانا ابوبکر تایبادی، موزه مردم‌شناسی، جاذبه‌های طبیعی، صنایع دستی و موسیقی و ... اشاره کرد. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی از مشکلات اصلی این مناطق به‌ویژه در بین جوانان روستایی است. کاهش شاغلان بخش کشاورزی، این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده، افزایش اشتغال در نواحی روستایی در گروی توسعه بخش‌های صنعت و خدمات است. کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی در شهرستان تایباد می‌تواند یکی از راهبردهای اصلی حل مشکلات روستایی، متنوع‌سازی اقتصاد و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور باشد. گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد است، در نتیجه تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و مقصدهای گردشگری، زمینه‌ای برای توسعه کسب‌وکارها، به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و در نتیجه توسعه کارآفرینی را فراهم می‌آورد، لذا شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری که می‌تواند در کاهش بی‌کاری و رشد اقتصادی تأثیرگذار باشد، ضرورت و اهمیت دارد. تعاریف مربوط به متغیرهای پژوهش در ادامه ارائه شده است.

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای و از نظر ماهیت توصیفی و از نظر نوع داده‌ها کیفی است. در این پژوهش، پس از شناسایی و تشریح موضوع اصلی، شناخت و چارچوب‌بندی مسئله پژوهش از طریق مطالعه و مرور ادبیات و مبانی نظری، مطالعات تطبیقی و بررسی پیشینه داخلی و خارجی تحقیق انجام شد. در پژوهش حاضر از تحلیل محتوای کیفی، پنهان و استقرایی استفاده شده است و فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری از این طریق شناسایی شدند.

¹. Manalu

². Angbashim & Abba

³. Afenyo-Agbe

⁴. Hapsari

⁵. Koitamet & Jagongo

جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه خبرگان و کارشناسان صنعت گردشگری در شهرستان تایباد بوده است. با توجه به کیفی بودن روش پژوهش از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. دلیل انتخاب این نوع مصاحبه، فراهم‌سازی بستر مناسب برای کاوش عمیق‌تر دیدگاه‌ها و تجربیات خبرگان صنعت گردشگری بوده است. مصاحبه‌ها با ۱۲ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری شهرستان تایباد که دارای تحصیلات دانشگاهی در زمینه‌های بازاریابی، گردشگری و کارآفرینی بودند، انجام شد.

با توجه به ماهیت کیفی مطالعه و استفاده از رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، فرایند مصاحبه تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت این اشباع پس از انجام مصاحبه با ۹ نفر حاصل شد. استفاده از این روش به پژوهشگر این امکان را داد تا از طریق تحلیل داده‌های کیفی، مفاهیم و دسته‌بندی‌های معنادار را از دل داده‌ها استخراج کرده و در مسیر شکل‌گیری نظریه گام بردارد. در ابتدا جهت بررسی متون علمی از بانک‌های اطلاعاتی بهره گرفته شده و بعد از آن از مصاحبه با خبرگان از ابزارهای مورد استفاده در پژوهش بوده است.

جهت تأیید روایی و پایایی ابزار، از روش‌های پژوهش کیفی استفاده شد. در پژوهش حاضر، اطلاعات از خبرگان و متخصصین دریافت و تحلیل شده و روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است. معیارهای انتخاب خبرگان تسلط نظری (بررسی پژوهش‌های مرتبط)، تجربه عملی (سوابق کاری مرتبط)، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی بوده است. نکته قابل‌توجه در تعیین تعداد خبرگان، کسب اطمینان از جامعیت دیدگاه‌های مختلف در پژوهش است (Faisal et al., 2010). در این مرحله تعداد خبرگان ۹ نفر انتخاب شدند.

روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر هدفمند بوده است و مصاحبه با خبرگان و کارشناسانی که تمایل به حضور در مصاحبه را داشتند، انجام شد که تعداد مصاحبه‌ها ۱۲ نفر از خبرگان و کارشناسان صنعت گردشگری در شهرستان تایباد است که چون مباحث مؤلفه‌ها و عوامل به‌دست‌آمده با ۹ مصاحبه به اشباع رسید، همین تعداد در نظر گرفته شد. اشباع نظری زمانی حاصل می‌شود که هرچه به مصاحبه‌های آخر نزدیک‌تر می‌شود، اطلاعات جدید اضافی مرتبط با موضوع کمتر به چشم می‌خورد (دلاور، ۲۰۰۹). با توجه به استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارشناسان، رسیدن به اشباع نظری پس از انجام مصاحبه با ۹ نفر و تحلیل داده‌ها به‌صورت استقرایی، از رهیافت نظریه‌پردازی داده‌بنیاد^۱ به‌عنوان یکی از روش‌های رایج در تحقیقات کیفی بهره گرفته شده است؛ این رهیافت با هدف تولید نظریه‌ای برخاسته از دل داده‌ها، امکان کشف مفاهیم پنهان و الگوهای معنایی در تجربیات مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌سازد و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا از طریق کدگذاری و مقایسه مستمر داده‌ها، چارچوبی نظری برای تبیین پدیده مورد بررسی توسعه دهد. مشخصات خبرگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

تحصیلات	تعداد	سابقه شغلی	تعداد	تخصص	تعداد	محل کار
کارشناسی ارشد و بالاتر	۸	۵ تا ۱۰ سال	۳	بازاریابی	۴	اساتید دانشگاه رشته بازاریابی / دفاتر بازاریابی و تبلیغاتی گردشگری
تحصیلات کارشناسی	۴	۱۰ تا ۲۰ سال	۵	گردشگری	۵	شرکت‌های خدمات مسافرتی و گردشگری / دفاتر گردشگری منطقه‌ای
تحصیلات فوق دیپلم و کمتر	-	بیش از ۲۰ سال	۴	کارآفرینی	۳	پارک‌های علم و فناوری / مراکز توسعه کارآفرینی
جمع	۱۲		۱۲		۱۲	

۳. یافته‌های پژوهش

بر اساس آمار به‌دست‌آمده از مصاحبه‌شونده‌ها، تعداد مدیران و خبرگان با تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر ۶ نفر (۶۶/۷ درصد) و مدیران و خبرگان با تحصیلات کارشناسی ۳ نفر (۳۳/۳ درصد) بوده است. ۳ نفر از آن‌ها (۲۵ درصد) دارای سابقه شغلی بین ۵ تا ۱۰ سال، ۵ نفر (۴۱/۷ درصد) بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۴ نفر (۳۳/۳ درصد) دارای سابقه شغلی بیش از ۲۰ سال بوده‌اند.

^۱. Grounded Theory

همچنین ۴ نفر از آن‌ها (۳۳/۳ درصد) در زمینه بازاریابی، ۵ نفر (۴۱/۷ درصد) در زمینه گردشگری و ۳ نفر (۲۵ درصد) در زمینه کارآفرینی تخصص داشتند. یافته‌های تحقیق در قالب کدگذاری باز، محوری و انتخابی برگرفته از متن جملات خبرگان تحقیق ارائه می‌گردد. به عبارت دیگر در این قسمت، محقق تلاش نموده است تا با توجه به متن جملات مصاحبه تحقیق، فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری را در جامعه آماری مورد مطالعه به صورت مفهوم اصلی استنباط شده استخراج نماید و به صورت کدگذاری باز در جدول ۲ ارائه دهد.

۳-۱. کدگذاری باز (واقعی)

در این بخش پس از جمع‌آوری داده‌ها، به بررسی و تحلیل داده‌ها و دست‌نوشته‌ها پرداخته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها، طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام گرفت که در ادامه به تفکیک بیان شده‌اند. طی کدگذاری باز، داده‌ها چندین بار مرور شدند و از طریق فهرست کردن فرصت‌های مطرح‌شده توسط پاسخگویان، به هر چالش یک برچسب (کد) نسبت داده شد. در ادامه، مفاهیم تشکیل شده در این مرحله با یکدیگر مقایسه شدند و موارد مشابه هم حول محور مشترکی قرار گرفتند و طبقات گسترده را تشکیل دادند (جدول ۱). با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت، همه ۱۳ بعد فرصت‌های «اقامت»، «تفریح، سرگرمی و ماجراجویی»، «رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها»، «محیط زیستی»، «غذا و نوشیدنی»، «حمل و نقل»، «فرصت‌های عمومی»، «ارتباطی و اطلاعاتی»، «کشاورزی»، «آموزش»، «فرهنگی»، «خدمات گردشگری» و «بهداشت و سلامت و درمان» از ابعاد فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری در شهرستان تایباد هستند که از مصاحبه با خبرگان، استخراج شدند.

جدول ۲. مفهوم‌سازی حاصل از داده‌های پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	مفاهیم	مقولات اولیه	کد	مقولات ثانویه
۱	برای گردشگرانی که بیش از یک روز در شهرستان تایباد اقامت خواهند داشت گزینه‌های با کیفیت مهمان‌سراها، مهمان‌پذیرها و سویت‌های اندکی وجود دارد	گزینه‌های با کیفیت اندک برای اسکان	STA1	اقامت
۲	در حوزه اسکان و اقامت با کیفیت گردشگران هنوز فرصت‌های زیادی وجود دارد	اسکان و اقامت با کیفیت	STA2	
۳	کمبود وجود هتل‌ها و مهمانسراهای با کیفیت در شهرستان تایباد از جمله مواردی است که پتانسیل فرصت‌های کارآفرینی برای محل اسکان مسافران را موجب می‌گردد	هتل‌ها و مهمانسراهای با کیفیت برای مسافران	STA3	
۴	روستاهای این منطقه که در مسیر منطقه گردشگری سد و تنگل استای قرار گرفته‌اند، می‌توانند توقفگاهی برای گردشگران عبوری باشند	اقامتگاه برای گردشگران عبوری در روستاها	STA4	
۵	فراهم نمودن امکاناتی همچون مکان خواب و صبحانه، کاروانسراهای سنتی در نزدیکی دیدنی‌های تاریخی در این مناطق، هتل‌ها، مهمان‌سراها و سایر مکان‌های اقامتی برای گردشگران نیز فرصت کارآفرینی در تایباد به شمار می‌روند	مکان استراحت و اقامتگاه، هتل، مهمان‌سرا	STA5	
۶	ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سبک زندگی فرصت محسوب می‌شود	اقامتگاه بوم‌گردی و سبک زندگی	STA6	
۷	شهرستان از نظر اقامتگاه‌های بومی، ایجاد کاروانسراهای سنتی، مهمان‌سراها و هتل‌ها نیز ظرفیتی را برای کارآفرینی در صنعت گردشگری دارا است و هنوز اشباع نشده است	اقامتگاه‌های بومی، هتل، مهمان‌سرا، کاروانسرا	STA7	
۸	محل اسکان برای مسافران می‌تواند با کیفیت‌تر و بهتر باشد در این راستا می‌توان به هتل‌ها، مهمان‌پذیرها، اقامتگاه‌های کوچک خانوادگی و محل اقامت سنتی و ایجاد آلاچیق اشاره کرد	اقامتگاه‌های با کیفیت و متنوع	STA8	
۹	نیاز گردشگران به اقامتگاه‌های با کیفیت و هتل، خانه‌های روستایی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی احساس می‌شود	اقامتگاه‌های با کیفیت و بوم‌گردی و خانه‌های روستایی	STA9	

تفریح، سرگرمی و ماجراجویی	STA10	اقامتگاه‌های بوم‌گردی و مهمان‌سرا	ازجمله نیازهای اولیه گردشگران مسئله اقامتگاه است لذا می‌توان به کمبود اقامتگاه‌های بوم‌گردی و مهمان‌سرا اشاره کرد	۱۰
	STA11	خانه‌های قدیمی	با توجه به بافت قدیمی و تاریخی شهرستان، می‌توان از خانه‌های قدیمی برای ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی استفاده کرد	۱۱
	STA12	اقامتگاه باکیفیت	نبود هتل و اقامتگاه با کیفیت باعث کاهش تعداد گردشگران علاقه‌مند به سفر به این منطقه شده است	۱۲
	ENT1	امکانات تفریحی، شهر بازی و تئاتر و پارک بازی	در شهرستان تایباد، کمبود امکانات تفریحی و سرگرمی برای مثال پارک‌های تفریحی، رایج نبودن تئاتر و نبودن شهر بازی به چشم می‌خورد	۱۳
	ENT2	امکانات تفریحی برای کودکان	وجود شهر بازی، خانه‌های بازی برای کودکان و پارک‌های تفریحی می‌تواند موجب کارآفرینی در منطقه شود	۱۴
	ENT3	تورهای تفریحی و اسب‌سواری	برگزاری تورهای تفریحی و اسب‌سواری فرصت است	۱۵
	ENT4	پارک تفریحی و مکان بازی	ایجاد پارک‌های تفریحی و مکان‌های بازی برای کودکان در شهرستان نیاز است	۱۶
	ENT5	سایت ورزشی طبیعی	برای بزرگسالان نیز احداث سایت‌های ورزشی طبیعی می‌تواند فرصت کارآفرینی باشد	۱۷
	ENT6	تور کوهنوردی	با توجه به آب‌وهوای کوهستانی و مناظر طبیعی می‌توان تورهای کوهنوردی برگزار کرد	۱۸
	ENT7	جاذبه‌های طبیعی	بخش میان ولایت شهرستان تایباد از جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی به لحاظ گردشگری برخوردار است	۱۹
رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها (MICE)	ENT8	تور کوهنوردی	می‌توان تورهای کوهنوردی برگزار کرد	۲۰
	ENT9	پارک و فضای تفریحی	ایجاد پارک‌ها و فضاهای تفریحی برای گردشگران هم اهمیت دارد	۲۱
	ENT10	تورهای گردشگری و کوهنوردی	برگزاری تورهای گردشگری و کوهنوردی هم فرصت‌های دیگری هستند	۲۲
	MICE1	موسیقی محلی، کنسرت و جشنواره موسیقی	فرصت موسیقی محلی و برگزاری جشنواره و کنسرت محلی هم وجود دارد	۲۳
	MICE2	نمایشگاه هنری محلی	نمایشگاه‌های هنری محلی فرصت است	۲۴
	MICE3	کنسرت موسیقی محلی	با توجه به اینکه تایباد قطب موسیقی شرق خراسان است، فرصت‌های کارآفرینی گردشگری را از جهت کنسرت محلی فراهم می‌کند	۲۵
	MICE4	مناسبت‌های تاریخی، نمایشگاه‌های هنری محلی و غذاهای سنتی	ازجمله رویدادهای دیگر می‌توان به برگزاری مناسبت‌های تاریخی و برگزاری نمایشگاه‌های هنری محلی و غذاهای سنتی شهرستان اشاره کرد	۲۶
	MICE5	نمایشگاه‌های هنری محلی و غذاهای سنتی	برگزاری نمایشگاه‌های هنری، سنتی و غذاهای سنتی از فرصت‌های شهرستان است	۲۷
	MICE6	کنسرت موسیقی محلی	برگزاری کنسرت موسیقی محلی از فرصت‌های شهرستان است	۲۸
	MICE7	فستیوال موسیقی، جشنواره و همایش	فستیوال‌های موسیقی، جشنواره‌ها و همایش‌ها از مواردی هستند که قطب تجمع گردشگران هستند	۲۹
محیط زیستی	ENV1	مراقبت‌های زیست‌محیطی از جاذبه‌های طبیعی	به‌دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی همچون آبشار ارزنه و تنگل و بند استای در شهرستان تایباد نیاز به مراقبت‌های زیست‌محیطی بیشتر در این منطقه است	۳۰
	ENV2	جمع‌آوری و تصفیه زباله و خدمات بهداشتی	جمع‌آوری و تصفیه زباله و خدمات بهداشتی ازجمله فرصت‌های کارآفرینی است که به تبع ورود گردشگران در منطقه اهمیت می‌یابد و می‌توان اشتغال ایجاد کند	۳۱

غذا و نوشیدنی	ENV3	جاذبه‌های طبیعی برای دوستداران طبیعت	دره استای که شامل درختان میوه و درختان جنگلی است به‌طور کلی منطقه‌ای کوهستانی را به دوستداران طبیعت عرضه می‌کند	۳۲
	ENV4	خدمات بهداشتی، جمع‌آوری و جداسازی زباله	برای جاذبه‌های طبیعی نیاز به خدمات بهداشتی، جمع‌آوری و جداسازی زباله‌ها وجود دارد	۳۳
	FO1	احداث کافی‌شاپ، رستوران‌های مدرن و سنتی	فرصت‌های کارآفرینی برای گردشگری شهرستان تایباد در زمینه کافی‌شاپ، رستوران‌های مدرن و سنتی است به‌دلیل اینکه در این منطقه نیاز بیشتری در این زمینه مشاهده می‌شود	۳۴
	FO2	رستوران‌های مدرن و سنتی	شهرستان تایباد نیاز به احداث رستوران‌های سنتی و مدرن دارد	۳۵
	FO3	رستوران محلی	رستوران غذاهای محلی فرصت است	۳۶
	FO4	سفره‌خانه سنتی	احداث سفره‌خانه سنتی فرصت محسوب می‌شود	۳۷
	FO5	احداث کافی‌شاپ، رستوران‌های مدرن و سنتی	توسعه رستوران‌های سنتی و محلی، رستوران‌های مدرن و کافی‌شاپ‌ها نیز از جمله زمینه‌های مناسب برای کارآفرینی در این صنعت است	۳۸
	FO6	واحدهای پذیرایی بین‌راهی	توسعه واحدهای پذیرایی بین‌راهی نیاز دیگر در گردشگری است	۳۹
	FO7	رستوران محلی، فست‌فود و کافی‌شاپ	شهرستان باید از نظر رستوران‌های محلی، فست‌فود و کافی‌شاپ‌ها هم گسترش یابد	۴۰
	FO8	پذیرایی (رستوران، کافی‌شاپ و...)	با توجه به این‌که ازجمله نیازهای اولیه گردشگران مسئله پذیرایی است می‌توان به کمبود رستوران، کافی‌شاپ، فست‌فود، رستوران‌های سنتی محلی اشاره کرد	۴۱
حمل و نقل	TRA1	کرایه خودرو	ازجمله فرصت‌های دیگر برای کارآفرینی مشاغلی مثل کرایه خودرو است	۴۲
	TRA2	وسایل نقلیه کرایه‌ای	کرایه تاکسی، دوچرخه، کرایه تاکسی‌های گردشگری فرصت‌های دیگر هستند	۴۳
	TRA3	وسایل نقلیه کرایه‌ای	کرایه ماشین و دوچرخه فرصت کارآفرینی به شمار می‌رود	۴۴
	TRA4	کرایه خودرو	برای دسترسی راحت‌تر گردشگران به تمام نقاط می‌توان کرایه خودرو و تاکسی را به‌عنوان فرصت در نظر گرفت	۴۵
	TRA5	وسایل نقلیه همگانی با کیفیت	گردشگران معمولاً تمایل دارند به‌طور گروهی از جایی به جای دیگر بروند، بنابراین اتوبوس‌های با کیفیت نقش مهمی در ارائه خدمات دارند	۴۶
	TRA6	دسترسی آسان به وسایل حمل و نقل متنوع	وسایل نقلیه همچنین برای انتقال گردشگران از محل اقامت به مقصد ضروری هستند	۴۷
	TRA7	تاکسی و ون	تاکسی‌ها و ون‌ها هم برای گروه‌های کوچک، زن و شوهرها و کسانی که تنها سفر می‌کنند مناسب هستند	۴۸
	GEN1	کارواش و تعمیرگاه	ازجمله فرصت‌های کارآفرینی مرتبط با وسایل نقلیه کارواش‌ها و تعمیرگاه‌ها هستند	۴۹
	GEN2		تعمیرگاه و کارواش جزء فرصت‌های کارآفرینی به شمار می‌روند	۵۰
	GEN3	آژانس گردشگری	با توجه به اینکه تمام خدمات گردشگری اگر در یک پکیج باشد برای گردشگران راحت‌تر است می‌توان به آژانس‌های خدمات گردشگری برای کارآفرینی اشاره کرد	۵۱
ارتباطی و اطلاعاتی	INF1	اپلیکیشن‌های گردشگری	با توجه به زمینه تاریخی شهرستان تایباد می‌توان به ساخت اپلیکیشن‌های گردشگری هم به‌عنوان فرصت نگاه کرد	۵۲
	INF2	تور مجازی گردشگری	می‌توان تورهای مجازی گردشگری هم برگزار کرد	۵۳
	INF3	بانک اطلاعاتی و دسترسی آنلاین	می‌توان بانک اطلاعاتی برای مقصد گردشگری در شهرستان تایباد فراهم کرد تا گردشگران به‌صورت آنلاین به این خدمات دسترسی داشته باشند	۵۴

کشاورزی	INF4	تورهای مجازی گردشگری	با توجه به آثار باستانی متعدد می‌توان رویدادهای مجازی برگزار کرد که در آن به معرفی این آثار پرداخت	۵۵
	INF5	طراحی اپلیکیشن و سایت گردشگری	طراحی اپلیکیشن‌ها و سایت‌های گردشگری برای معرفی شهرستان تایباد و جاذبه‌های آن از فرصت‌های دیگر کارآفرینی در صنعت گردشگری می‌باشند که اشباع هم نشده است	۵۶
کشاورزی	AG1	باغ‌های میوه	باغات فراوان میوه، وجود آسیاب‌های آبی تاریخی و واقع شدن روستاها در بین جاده‌های و کوه اهمیت آن را چند برابر کرده و بر زیبایی آن افزوده است	۵۷
	AG2	فروش محصولات کشاورزی و برداشت گندم	برداشت گندم و فروش محصولات کشاورزی فرصت است	۵۸
آموزش	TEA1	آموزش موسیقی محلی	آموزش موسیقی محلی فرصت کارآفرینانه است	۵۹
	TEA2	دوره‌های آموزشی برای افراد محلی	برای آشنایی بیشتر محلی‌ها می‌توان دوره‌های آموزشی را برای افراد محلی ارائه داد	۶۰
	TEA3	آشنایی با فرهنگ شهرستان تایباد	می‌توان دوره‌های آشنایی با فرهنگ تایباد را برای گردشگران برگزار کرد تا با فرهنگ این شهرستان آشنا شوند	۶۱
	TEA4	دوره‌های آشنایی با فرهنگ	می‌توان به برگزاری دوره‌های آشنایی گردشگران با فرهنگ اقدام کرد	۶۲
	TEA5	دوره‌های تورلیدری، نقشه‌خوانی و صنایع دستی	می‌توان دوره‌های تورلیدری، نقشه‌خوانی و صنایع دستی محلی برگزار کرد	۶۳
	TEA6	آموزش موسیقی محلی	برای موسیقی محلی می‌توان دوره‌های آموزشی برگزار کرد	۶۴
	TEA7	دوره‌های آموزشی راهنمای گردشگری	می‌توان دوره‌های راهنمای گردشگری ارائه داد چون با توجه به پتانسیل تاریخی منطقه احساس نیاز زیادی وجود دارد	۶۵
فرهنگی	CUL1	جشنواره موسیقی محلی	برگزاری جشنواره‌های مرتبط با موسیقی محلی فرصت کارآفرینی گردشگری به شمار می‌رود	۶۶
	CUL2	نمایشگاه فرهنگی هنری و موزه مردم‌شناسی	با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی می‌توان نمایشگاه‌های فرهنگی هنری و موزه مردم‌شناسی توسعه پیدا کند	۶۷
	CUL3	تشکیل گروه موسیقی	در شهرستان تایباد می‌توان گروه‌های موسیقی تشکیل داد	۶۸
	CUL4	نمایشگاه فرهنگی و هنری و موزه فرهنگی و مردمی	برگزاری نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری و موزه‌های فرهنگی و مردمی از فرصت‌های دیگر هستند	۶۹
	CUL5	فروشگاه صنایع دستی، محصولات محلی، موزه مردم‌شناسی، نمایشگاه فرهنگی هنری و برگزاری موسیقی محلی	ایجاد فروشگاه‌های صنایع دستی، محصولات محلی، موزه مردم‌شناسی، نمایشگاه‌های فرهنگی هنری و برگزاری موسیقی محلی فرصتی برای کارآفرینی پدید می‌آورد	۷۰
خدمات گردشگری	SERV1	راهنمای گردشگری آشنا به عرصه باستانی و کهن	برجسته‌ترین فرصت کارآفرینانه عرصه باستانی و کهن تایباد است که نیاز به راهنمایان تورهای گردشگری را آشکار می‌سازد.	۷۱
	SERV2	راهنمای گردشگری محلی	فرصت‌های مربوط به راهنمایان تورهای گردشگری محلی نیاز است	۷۲
	SERV3	راهنمای گردشگری متخصص	فرصت شغلی مربوط به راهنمایان تورهای گردشگری برای اطلاعات تخصصی برای این اماکن نیاز است	۷۳
	SERV4	راهنمای گردشگری	با توجه به آثار تاریخی مثل رباط عباس‌آباد، میل کرات و مزار ابوبکر تایبادی وجود راهنمایان تور گردشگری که به‌طور تخصصی این آثار را معرفی کنند مورد نیاز است	۷۴
	SERV5	راهنمایان گردشگری تحصیل کرده و متخصص	به‌دلیل اینکه این شهرستان از قدمت و آثار باستانی متعددی برخوردار است نیاز به خدمات گردشگری همچون راهنمایان تور متخصص و تحصیل کرده دارد	۷۵
	SERV6	راهنمای گردشگری آشنا به تاریخ و فرهنگ	با توجه به اینکه شهرستان تایباد از نظر فرهنگی تاریخی غنی است آشنایی با فرهنگ و تاریخ و آثار باستانی نیاز به راهنمای گردشگری دارد	۷۶

۷۷	می‌توان از بازاربانی بهره گرفت که برای شرکت‌های تورگردانی کار می‌کنند	بازاریابی شرکت‌های تورگردانی	SERV7
۷۸	راهنمای تور گردشگری نیز فرصت دیگری است که می‌تواند به صورت افراد محلی هم باشد	راهنمای گردشگری محلی	SERV8
۷۹	راهنمایان گردشگری می‌توانند به منظور آشنا کردن با فرهنگ و آثار منطقه استفاده شود	راهنمای گردشگری	SERV9
۸۰	نیاز به کلینیک‌های تخصصی شبانه‌روزی، داروخانه و آزمایشگاه‌های تخصصی نیز وجود دارد	کلینیک تخصصی شبانه‌روزی، داروخانه و آزمایشگاه	HEA1
۸۱	وجود درمانگاه و داروخانه‌های شبانه‌روزی برای صنعت کارآفرینی گردشگری می‌تواند مؤثر باشد	درمانگاه و داروخانه شبانه‌روزی	HEA2

بهداشت، سلامت و درمان

۳-۲. کدگذاری محوری (نظری)

در مرحله دوم یا همان کدگذاری محوری، بر اساس مدل پارادایمی کدگذاری محوری، یک مقوله اصلی از فهرست طبقات (مرحله قبل) انتخاب شد و در مرکزیت فرایند کدگذاری محوری قرار گرفت و بدین ترتیب، براساس ماهیت طبقات ایجادشده و همچنین روابط نهفته در بین آن‌ها، مدل نهایی شکل گرفت (شکل ۱).



شکل ۱. مدل فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان تایباد

مدل نهایی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. ابعاد و مؤلفه‌های فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری

ردیف	ابعاد	مؤلفه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
۱	اقامت	اسکان با کیفیت	۶	۳۵/۲۹
۲		هتل‌ها و مهمانسراها	۳	۱۷/۶۴
۳		اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۴	۲۳/۵۲
۴		اقامتگاه‌های روستایی	۲	۱۱/۷۶
۵		کاروانسراها	۱	۵/۸۸
۶		خانه‌های قدیمی	۱	۵/۸۸
۸		شهربازی و پارک	۲	۱۶/۶۶
۹		تئاتر	۱	۸/۳۳
۱۰		خانه بازی	۳	۲۵
۱۱	تفریح، سرگرمی و ماجراجویی	اسب‌سواری	۱	۸/۳۳
۱۲		سایت ورزشی طبیعی	۱	۸/۳۳
۱۳		تور کوهنوردی	۳	۲۵
۱۵		جاذبه‌های طبیعی	۱	۸/۳۳
۱۶		کنسرت موسیقی محلی	۳	۳۷/۵
۱۷		جشنواره‌ها و همایش‌ها	۲	۲۵
۱۸		نمایشگاه هنری محلی و غذای سنتی	۳	۳۷/۵
۱۹		مراقبت‌های زیست‌محیطی از جاذبه‌ها	۱	۱۴/۲۸
۲۰	محیط زیستی	جمع‌آوری و تصفیه زباله	۲	۲۸/۵۷
۲۱		خدمات بهداشتی	۲	۲۸/۵۷
۲۲		جداسازی زباله	۲	۲۸/۵۷
۲۳		کافی‌شاپ	۴	۳۰/۷۶
۲۴		رستوران سنتی و مدرن	۷	۵۳/۸۴
۲۵		واحد‌های پذیرایی بین‌راهی	۱	۷/۶۹
۲۶		فست‌فود	۱	۷/۶۹
۲۷		کرایه خودرو	۲	۲۸/۵۷
۲۸		وسیله نقلیه همگانی	۳	۴۲/۸۵
۲۹	حمل و نقل	تاکسی و ون	۱	۱۴/۲۸
۳۰		دسترسی آسان به وسایل نقلیه	۱	۱۴/۲۸
۳۱		کارواش	۲	۴۰
۳۲		تعمیرگاه	۲	۴۰
۳۳		آژانس‌های گردشگری	۱	۲۰
۳۴		اپلیکیشن و سایت گردشگری	۲	۴۰
۳۵		تور مجازی	۲	۴۰
۳۶		بانک اطلاعاتی	۱	۲۰
۳۷	فرصت‌های عمومی	باغات میوه	۱	۳۳/۳۳
۳۸		فروش محصولات کشاورزی	۱	۳۳/۳۳
۳۹		برداشت گندم	۱	۳۳/۳۳
۴۰		آموزش موسیقی محلی	۲	۴۰
۴۱		دوره برای افراد محلی	۱	۲۰
۴۲		دوره برای گردشگران	۱	۲۰
۴۳		دوره راهنمای گردشگری، نقشه‌خوانی و صنایع دستی	۱	۲۰
۴۴		جشنواره موسیقی محلی	۲	۱۸/۱۸

۲۷/۲۷	۳	نمایشگاه‌های فرهنگی هنری	۴۵
۲۷/۲۷	۳	موزه مردم‌شناسی	۴۶
۹/۰۹	۱	تشکیل گروه موسیقی	۴۷
۹/۰۹	۱	صنایع دستی	۴۸
۹/۰۹	۱	محصولات محلی	۴۹
۶۶/۶۶	۶	راهنمای گردشگری متخصص	۵۰
۲۲/۲۲	۲	راهنمای گردشگری محلی	۵۱
۱۱/۱۱	۱	بازاریابی شرکت‌های تورگردانی	۵۲
۱۰۰	۱	داروخانه، درمانگاه شبانه‌روزی و آزمایشگاه	۵۳
		بهداشت، درمان و سلامت	
		خدمات گردشگری	

طبق نتایج جدول ۲، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت، همه ۵۳ مؤلفه شناسایی شده، مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری در شهرستان تایباد می‌باشند.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری، مفهوم بسیار گسترده‌ای در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که به‌عنوان صنعت تلقی می‌شود و این صنعت پویا به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی شناخته شده است، لذا توسعه مناطق گردشگری نیز به‌طور فزاینده‌ای مستلزم کارآفرینی است که به‌صورت یک نیروی مرکزی رشد و توسعه اقتصادی در نظر گرفته شده است. از مهم‌ترین تأثیرات اقتصادی گردشگری، ایجاد اشتغال، کسب درآمد برای کشور میزبان و افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالعکس و بالاخره جلوگیری از برون کوچی روستاییان است. گردشگری، اشتغال‌زا است و طیف وسیعی از مشاغل تولیدی و خدماتی را در برمی‌گیرد. گردشگری به‌عنوان یک صنعت پردرآمد و اشتغال‌زا در صحنه جهانی و بین‌المللی اهمیت زیادی پیدا کرده است و توسعه اقتصادی و تعاملات انسانی و همچنین در کانون‌های غیرشهری، کاهش مهاجرت به شهرها را به همراه دارد و هر کشوری سعی دارد با به‌وجود آوردن امکانات رفاهی و تفریحی در شهرها و مناطق اطراف آن از مزایای اقتصادی صنعت گردشگری بهره‌برد.

لازم به ذکر است که گردشگری در شمار سه صنعت عمده جهان محسوب می‌شود و در مدتی کوتاه توانسته است ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد. بر همین اساس می‌توان گفت که گردشگری به‌منزله یک عامل مهم در ایجاد اشتغال، سرمایه‌گذاری و توسعه منطقه‌ای و یک عامل انگیزشی در اقتصاد عمومی تلقی می‌شود. بنابراین، یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان موردتوجه قرار گرفته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است. توسعه صنعت گردشگری به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. همچنین، کارآفرینی نیروی اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می‌آید که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به‌وجود می‌آورد.

گردشگری، یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری، نیازمند تنوع خدمات و محصولات توریستی است که این موضوع، فرصت‌های بیشتری را برای گردشگری پایدار فراهم می‌کند. یکی از شهرهای استان خراسان رضوی، تایباد است که در نزدیکی مرز ایران و افغانستان قرار دارد. تایباد شهری باستانی و کهن است که دارای آثار تاریخی شکوهمندی است. این شهر در طول تاریخ، دستخوش تغییرات زیادی شده است و از این رو دیدنی‌های آن نیز ارزشمند می‌باشند. بنابراین، دارای جاذبه‌های گوناگون گردشگری است که می‌تواند برای مردم محلی، فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری را فراهم نماید.

همچنین، فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری شهرستان تایباد شامل اقامتگاه‌های بوم‌گردی است که با توجه به طبیعت زیبا و فرهنگ غنی تایباد، می‌تواند جذابیت زیادی برای گردشگران ایجاد کند و تجربه‌ای نزدیک به زندگی محلی را فراهم آورد.

طراحی و ارائه تورهای ویژه برای بازدید از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهرستان، مانند بناهای تاریخی، مساجد قدیمی و بازارهای محلی، می‌تواند جذب گردشگران را به همراه داشته باشد. تولید و فروش صنایع دستی محلی، مانند فرش، سفال و محصولات چوبی، به‌منزله یک منبع درآمد برای کارآفرینان و همچنین ترویج فرهنگ محلی عمل می‌کند. راه‌اندازی رستوران‌ها و کافه‌هایی که غذاهای سنتی و محلی را ارائه می‌دهند، می‌تواند تجربه‌ای لذت‌بخش برای گردشگران باشد و به رونق اقتصادی منطقه به همراه داشته باشد. ایجاد امکاناتی برای فعالیتهای تفریحی مانند کوهنوردی، دوچرخه‌سواری و گردشگری ماجراجویی می‌تواند به جذب گردشگران علاقه‌مند به طبیعت کمک کند. برگزاری جشنواره‌های محلی، نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری نیز می‌تواند موجب آگاهی از ظرفیتهای گردشگری و جذب گردشگران گردد. ارائه خدمات مشاوره و راهنمایی برای گردشگران به‌منظور آشنایی با جاذبه‌ها و فعالیتهای محلی، بهبود تجربه گردشگران را به همراه دارد.

با توجه به این فرصت‌ها، کارآفرینان می‌توانند با نوآوری و همکاری با نهادهای محلی، به توسعه صنعت گردشگری در تایباد کمک کنند، لذا این پژوهش درصدد است الگویی برای فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان تایباد ارائه دهد. در این پژوهش محقق در گام نخست، اقدام به بررسی ادبیات موضوع (مبانی نظری و پیشینه موضوع) در داخل و خارج ایران و الگوبرداری درست پرداخته است. این کار با دو هدف عمده دستیابی به فهرست جامعی از فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری و فراوانی هرکدام از آن‌ها صورت می‌گیرد. گام دوم، اختصاص به مصاحبه با مدیران و خبرگان گردشگری دارد که اهداف و مزایای اجرای این گام عبارت‌اند از کمک نمودن به پژوهشگر در جهت دستیابی به فهرستی از مؤلفه‌ها و ابعاد فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری که از منظر صاحب‌نظران تهیه شده است. ابتدا در مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان گردشگری، مقولات و مفاهیمی به دست آمد که با تحلیل محتوای این مفاهیم و مقولات به مؤلفه‌هایی دست پیدا کردیم که در عامل مهمی در فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری هستند. مؤلفه‌های به‌دست‌آمده مورد بررسی و ارزیابی به روش کدگذاری سه مرحله‌ای قرار گرفت. سپس، ابعاد که با توجه به ادبیات نظری شناسایی شده بود و مرتبط با هرکدام از این مؤلفه‌ها براساس تحلیل محتوا مشخص شده بود، همراه با هم قرار گرفتند. در این مورد، بعضی از مفاهیم مشابه حذف گردید و لزوم قرار گرفتن در ابعادی بود که رابطه معنایی قوی‌تری میان مؤلفه‌ها با ابعاد بود. در گام سوم به بیان فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری پرداخته شد و مدل نهایی به‌دست‌آمده از این ابعاد و مؤلفه‌ها ارائه شد. مدل نهایی مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. بر اساس مصاحبه‌هایی که با خبرگان در حوزه گردشگری به دست آمد موارد زیر به‌عنوان فرصت شناسایی شد:

- ۱- اقامت ۲- تفریح، سرگرمی، ماجراجویی ۳- رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها ۴- محیط زیستی ۵- غذا و نوشیدنی ۶- حمل‌ونقل ۷- فرصت‌های عمومی ۸- ارتباطی و اطلاعاتی ۹- کشاورزی ۱۰- آموزش ۱۱- فرهنگی ۱۲- خدمات گردشگری ۱۳- بهداشت، سلامت و درمان.

فرصت اقامتگاه، دربردارنده گزینه‌های با کیفیت اسکان، هتل‌ها و مهمانسراهای باکیفیت، اقامتگاه برای گردشگران عبوری در روستاها، مکان‌های استراحت، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و سبک زندگی، کاروانسراها، خانه‌های روستایی و خانه‌های قدیمی است. این نتایج با تحقیق‌های حسنگلی‌پور و همکاران (۲۰۱۸)، ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸)، آقاجانی و علیزاده (۲۰۱۶)، مانالو و همکاران (۲۰۲۳)، آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲)، آفنیو و آگبه (۲۰۲۰) و کویتامت و جاگانگو (۲۰۱۸) مشابهت دارد.

بعد دیگر فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری در شهرستان تایباد عامل تفریح، سرگرمی و ماجراجویی بوده است که دربرگیرنده امکانات تفریحی، شهربازی، تئاتر و پارک‌های بازی، امکانات تفریحی برای کودکان، مکان‌های بازی برای کودکان، سایت‌های ورزشی طبیعی، تورهای کوهنوردی، جاذبه‌های طبیعی و تورهای گردشگری است. همچنین، بند استای نیز آگیری است که در ۵۳ کیلومتری غرب شهر تایباد واقع است و به سبب آن، محوطه پیرامون این گردشگاه آبی دارای آب‌وهوای مطبوعی برای استفاده گردشگران است. از جاذبه‌های تاریخی روستای استای به بقایای قلعه‌ای سنگی، مسجد جامع، آب‌انبار، تپه استای و زیارتگاه استای اشاره کرد. لذا کارآفرینان گردشگری می‌توانند تفریحات و سرگرمی‌های مهیج متناسب با اقلیم این شهرستان با توجه به جامعه گردشگرانی که به این شهرستان سفر می‌کنند و تجربه‌ای که از تفریح دارند، دست به کسب‌وکاری برای رفع این نیاز بزنند. این نتایج با تحقیق‌های ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸)، مانالو و همکاران (۲۰۲۳) و آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲) مشابهت دارد.

فرصت دیگر، رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها است. گردشگری رویداد به یک روند سیستماتیک متشکل از برنامه‌ریزی، توسعه و ایجاد و بازاریابی رویداد در رابطه با گردشگری گفته می‌شود. استراتژی‌های گردشگری رویداد باید بر روی بخش‌هایی همچون سفر به مقصد رویدادها و یا کسانی که می‌توان آن‌ها را برای حضور در رویدادها در فاصله‌ای دور از خانه‌هایشان جلب کرد، تمرکز کند. به‌طور کلی، رویدادهایی که انگیزش سفر ایجاد می‌کنند را می‌توان در سه دسته رویدادهای فرهنگی، رویدادهای ورزشی و رویدادهای تجاری تقسیم کرد. دادوستد، گسترش فعالیت‌های تجاری، جبران تقاضا در فصولی که کمتر توریست مراجعه می‌کند، رونق چرخه اقتصادی و ... ازجمله مزایایی است که می‌توان برای مایس توریسم برشمرد. مایس توریسم با مطرح کردن بسیاری از نیازها و تقاضاها، فرصت‌های شغلی گسترده‌ای را به همراه می‌آورد. این صنعت، بستر مناسبی برای کارآفرینی و نوآوری است و می‌تواند شرایط خوبی را برای بهره‌برداری مؤثر از سرمایه فراهم سازد. رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها بر پایه موسیقی محلی، کنسرت و جشنواره‌های موسیقی، کنسرت موسیقی محلی، مناسبت‌های تاریخی، نمایشگاه‌های هنری محلی و غذاهای سنتی و فستیوال موسیقی، جشنواره و همایش است. این نتایج با تحقیق‌های مانالو و همکاران (۲۰۲۳)، آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲) مشابهت دارد.

فرصت دیگر در زمینه محیط زیستی است که بر پایه مراقبت‌های زیست‌محیطی از جاذبه‌های طبیعی، جمع‌آوری و تصفیه زباله‌های بهداشتی و خدمات بهداشتی، مراقبت از جاذبه‌های طبیعی از دوستداران طبیعت است. فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری در زمینه زیست‌محیطی، نیاز به اجرای یک برنامه مدیریت زیست‌محیطی دارد. دو برنامه برای مدیریت محیط زیست باید اجرا شود، برنامه بهبود کیفیت و دسترسی به اطلاعات منابع طبیعی و محیط زیست. هدف این برنامه، بهبود کیفیت و دسترسی به اطلاعات در مورد منابع طبیعی و محیط زیست به‌منظور حمایت از برنامه‌ریزی برای استفاده از منابع طبیعی و محیط زیست است. مراقبت زیست‌محیطی مکان‌های تاریخی، رودخانه‌ها، منابع طبیعی و ... ازجمله فرصت‌های محیط زیستی به شمار می‌رود. این نتایج با پژوهش ریاحی و روشنعلی (۱۳۹۸) مشابهت دارد.

فرصت دیگر کارآفرینی گردشگری شامل غذا و نوشیدنی است که دربرگیرنده احداث کافی‌شاپ، رستوران‌های مدرن و سنتی، رستوران محلی، سفره‌خانه سنتی، واحدهای پذیرایی بین‌راهی و فست‌فود است. این نتایج با تحقیق‌های حسینی پور و همکاران (۲۰۱۸)، ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸)، مانالو و همکاران (۲۰۲۳)، آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲) و آفنیو و آگبه (۲۰۲۰) مشابهت دارد.

فرصت دیگر شامل حوزه حمل‌ونقل است که دربرگیرنده کرایه خودرو، وسایل نقلیه کرایه‌ای، وسایل نقلیه همگانی با کیفیت، دسترسی آسان به وسایل نقلیه متنوع و تاکسی و ون است. بخش حمل‌ونقل، نقش مهمی در تجارت گردشگری دارد. این تجارت شامل انتقال گردشگران بین مناطق محلی و بین منطقه‌ای می‌شود. این نتایج با تحقیق‌های ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸)، مانالو و همکاران (۲۰۲۳)، آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲) و جاگونگو (۲۰۱۸) مشابهت دارد. عامل دیگر شامل فرصت‌های عمومی می‌شود که دربرگیرنده کارواش، تعمیرگاه و آژانس گردشگری است. فرصت دیگر کارآفرینانه گردشگری شامل فرصت ارتباطی و اطلاعاتی دربرگیرنده اپلیکیشن‌های گردشگری، تورهای مجازی گردشگری، بانک اطلاعاتی و دسترسی آنلاین و طراحی اپلیکیشن و سایت گردشگری است. همچنین، افراد می‌توانند با تولید محتوا از جاذبه‌های گردشگری مناطق مختلف، گردشگران را به یک مقصد خاص گردشگری ترغیب کنند. از این رو مشاغل وبلاگ‌نویسی می‌تواند ازجمله فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در حوزه اطلاعات و ارتباطات به شمار رود. اگر وبلاگ‌نویسان به زبان انگلیسی مسلط هستند، بهتر است یک وب‌سایت برای گردشگران خارجی بسازند. این نتیجه با تحقیق‌های مهدی لویی و همکاران (۲۰۲۳)، ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸) و مانالو و همکاران (۲۰۲۳) مشابهت دارد.

گردشگری کشاورزی یکی از شاخه‌های گردشگری در جهان است که این روزها مورد توجه بسیاری از جوامع، به‌خصوص جوامع روستایی قرار گرفته است. برگزاری جشنواره‌ها، آداب و آیین‌های سنتی و برداشت محصولات کشاورزی ازجمله راهکارهای نیل به اهداف توسعه پایدار گردشگری است و می‌تواند در اشتغال‌زایی، جذب سرمایه، ایجاد درآمد، جلوگیری از مهاجرت، متنوع سازی اقتصاد در جوامع روستایی جایگاه مهم و بالارزشی داشته باشد. این نتیجه با تحقیق‌های حسینی پور و همکاران (۲۰۱۸) و آقاجانی و علیزاده (۲۰۱۶) مشابهت دارد. فرصت کارآفرینانه دیگر شامل آموزش است که دربرگیرنده آموزش موسیقی محلی، دوره‌های آموزشی برای افراد محلی، آشنایی با فرهنگ شهرستان تایباد، دوره‌های آشنایی با فرهنگ، دوره‌های تورلیدری، نقشه‌خوانی و

صنایع دستی و دوره‌های آموزشی راهنمای گردشگری است. این نتیجه با تحقیق ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸) مشابهت دارد. وجود این فرصت نشان می‌دهد در زمینه آموزش دوره‌های آموزش محلی برای مشارکت، دوره‌های آشنایی با فرهنگ مقصد گردشگری و دوره‌های تولیدری، نقشه‌خوانی و صنایع دستی و محلی می‌تواند موجب اشتغال‌زایی برای افراد محلی شود. ایجاد برنامه‌های آموزشی، خدمات مشاوره‌ای یا آکادمی‌های متمرکز بر مدیریت هتلداری، آموزش مهمان‌نوازی و توسعه مهارت در بخش گردشگری از جمله فرصت‌های کارآفرینی گردشگری است که می‌تواند در زمینه آموزش ارائه شود.

فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری شامل حوزه فرهنگی نیز می‌شود که دربرگیرنده جشنواره موسیقی محلی، نمایشگاه فرهنگی هنری و موزه مردم‌شناسی، تشکیل گروه موسیقی، موزه فرهنگی و مردمی و فروشگاه صنایع دستی، محصولات محلی، موزه مردم‌شناسی، برگزاری موسیقی محلی است. این نتیجه با تحقیق‌های حسنقلی‌پور و همکاران (۲۰۱۸)، آقاجانی و عزیزاده (۲۰۱۶) و آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲) مشابهت دارد. فرصت کارآفرینی دیگر شامل خدمات گردشگری می‌شود که دربرگیرنده راهنمای گردشگری آشنا به عرصه باستانی و کهن، راهنمای گردشگری محلی، راهنمای گردشگری متخصص، راهنمای گردشگری تحصیل کرده و متخصص، راهنمای گردشگری آشنا به فرهنگ و تاریخ و بازاریابی شرکت‌های تورگردانی است. تولیدرها در شهرهای تاریخی مثل تایباد به‌خوبی استفاده می‌شود و در مکان‌های تاریخی این شهرستان، تعداد زیادی راهنما می‌توانند مشغول به کار باشند، این فرصت شغلی با هماهنگی اداره میراث فرهنگی می‌تواند فرصت خوبی برای راهنماهای گردشگری باشد. نوع دیگری از خدمات گردشگری تولیدرها هستند که همراه با تور در تمام مراحل سفر همراهی می‌کنند. این نتیجه با تحقیق‌های ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸)، آنگباشیم و آبا (۲۰۲۲)، آفنیو و آگبه (۲۰۲۰) و کویتامت و جاگونگو (۲۰۱۸) مشابهت دارد.

فرصت‌های دیگر کارآفرینی گردشگری در زمینه بهداشت، درمان و سلامت است که دربرگیرنده کلینیک تخصصی شبانه‌روزی، داروخانه و آزمایشگاه است. ازجمله زمینه‌هایی که مربوط به فرصت‌های کارآفرینی در درمان و سلامت به آن اشاره می‌شود شامل جراحی‌های زیبایی، کاشت مو، جراحی قلب، درمان ناباروری، چشم‌پزشکی، دندان‌پزشکی، پیوند اعضا، ارتوپدی، جراحی لاغری، جراحی مغز و اعصاب است. در نقاط طبیعی هم که هدف درمان است، در زمینه‌های آب‌درمانی، لجن‌درمانی، نمک درمانی و طب سنتی ایرانی فرصت‌های شغلی ایجاد کرد. همچنین مشاوره‌های مربوط به سلامت و درمان در شهرستان تایباد هم می‌تواند در این زمینه فرصت به شمار رود. این نتایج با تحقیق‌های حسنقلی‌پور و همکاران (۲۰۱۸)، ریاحی و روشنعلی (۲۰۱۸) و مانالو و همکاران (۲۰۲۳) مشابهت دارد.

جهت پاسخ به سؤال تحقیق که عبارت است از «فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان تایباد کدام است؟»، از روش کیفی استفاده شد به عبارت دیگر، مدل تحقیق از روش کیفی با کدگذاری استخراج شده است. فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان تایباد شامل موارد زیر است:

- اقامتگاه: وجود این بعد نشان می‌دهد برای گردشگرانی که بیش از یک روز در شهرستان تایباد قصد اقامت دارند، گزینه‌های با کیفیت مهمان‌سراها، مهمان‌پذیرها و سوییتهای اندکی وجود دارد و در حوزه اسکان با کیفیت مسافران، هنوز فرصت‌های زیادی وجود دارد. به‌علاوه، روستاهایی که در مسیر منطقه گردشگری سد و تنگل استای قرار گرفته‌اند می‌توانند پتانسیل مناسبی برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری بوم‌گردی و سبک زندگی و کاروانسراهای سنتی فراهم کند.
- تفریح، سرگرمی و ماجراجویی: شهر تایباد با داشتن جاذبه‌های طبیعی همچون تنگه‌ها و بندهای گوناگون و اقلیم ویژه‌اش که در کنار آثار تاریخی می‌تواند جاذب گردشگر باشد و استفاده کردن از این موهبت‌های خدادادی می‌تواند سودآور باشد. بیشتر گردشگران داخلی که به تایباد سفر می‌کنند از شهرها و استان‌های مجاور هستند که تجربه این آثار تاریخی و اقلیم برای آن‌ها جذاب خواهد بود. از جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی بخش میان ولایت شهرستان تایباد، تنگل استای از اهمیت ویژه‌ای به لحاظ گردشگری برخوردار است. دره استای (تنگل خور) که شامل درختان میوه و درختان جنگلی است، به‌طور کلی منطقه‌ای کوهستانی را به دوستداران طبیعت عرضه می‌کند.

- رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها: وجود این فرصت نشان می‌دهد، فرهنگ و رفتار و آداب‌ورسوم خاص می‌تواند گردشگری رویدادگونه در منطقه باشد که به‌دلیل قدمت تاریخی و ارزش فرهنگی برای گردشگران از اهمیت خاصی برخوردار است و در این

زمینه می‌تواند موجب کارآفرینی شود. به علاوه، نمایشگاه‌های بین‌المللی مشاغل مختلف، فستیوال‌های موسیقی، جشنواره‌ها و همایش‌های بین‌المللی از مواردی هستند که می‌تواند قطب تجمع گردشگران را در این منطقه ایجاد کند. کارآفرینان می‌توانند در برگزاری تورها در سطح محلی، استانی، کشوری و حتی بین‌المللی فعالیت کنند. یک برنامه‌ریز کنفرانس به جزئیات دقیق‌تر برنامه‌ریزی یک رویداد کمک می‌کند.

- محیط زیستی: در فرصت‌های زیست‌محیطی از آسیب‌های زیست‌محیطی، فرهنگی، تاریخی مقصد همچون آسیب‌های اکولوژیکی به تالاب‌ها و دریاها، جنگل‌ها و ... آلودگی‌های آب‌وهوا، از بین رفتن آبزیان و جانوران بومی، کم شدن درختان و پرندگان، دریاخواری و تالاب خواری مردم محلی، ساخت‌وسازهای غیرمجاز و تغییرات فرهنگی می‌توان جلوگیری کرد. همچنین برای جاذبه‌های طبیعی رودخانه، آبشار، بندها، تنگه‌ها و ... که این‌ها جزء محیط زیست به شمار می‌آیند، می‌توان به فرصت کارآفرینی در خصوص مدیریت این منابع اشاره کرد.

- غذا و نوشیدنی: از سفرهای تفریحی گرفته تا سفرهای کاری و تجاری، غذا و نوشیدنی هیچ‌گاه از سفرها جدا نمی‌شود و درواقع، کشف و شناخت غذاهای جدید همیشه بخشی از انگیزه سفرها بوده است. فرصت‌های کارآفرینی که در صنعت گردشگری در حوزه غذا و نوشیدنی ایجاد می‌شود می‌تواند شامل ایجاد رستوران‌های سنتی، راه‌اندازی رستوران‌های مدرن، ایجاد رستوران‌های بین‌راهی، سیستم غذای آماده برای تحویل در مکان اقامت، فست‌فود، قهوه‌خانه، فروش یخ و رستوران غذاهای محلی است.

- حمل‌ونقل: بازدیدکنندگانی که به‌سختی به منطقه گردشگری می‌آیند، می‌توانند از خدمات حمل‌ونقل برای رسیدن به منطقه استفاده کنند. همچنین، برای رشد گردشگری لازم است که زیرساخت‌های این صنعت از جمله حمل‌ونقل آماده شود. صنعت گردشگری علاوه بر حمل‌ونقل به راه، ریل و توسعه وسایل مسافرت دریایی و هوایی نیازمند است و همه این‌ها به نیروی انسانی نیاز دارند. به علاوه، نیاز جابه‌جایی گردشگران بالاخره باید با هواپیما، قطار، اتوبوس، مینی‌بوس، ون، خودروهای سواری و ... برآورده شود.

- فرصت‌های عمومی: فرصت‌های عمومی از جمله پارکینگ‌ها، عکاسی، تعمیرگاه وسایل نقلیه، خرده‌فروشی و سوپر مارکت، فروش لوازم و تجهیزات مورد نیاز افراد می‌تواند در شهرستان تایباد، ایجاد اشتغال کند. پارکینگ خوب، توقف را برای وسایل نقلیه آسان‌تر می‌کند. اگر پارکینگ به‌درستی مدیریت شود، می‌تواند برای جامعه محلی نیز درآمد ایجاد کند. عکاسان برای ثبت لحظه‌های به‌یادماندنی دیگران می‌توانند در مقاصد گردشگری فعالیت کنند.

- ارتباطی و اطلاعاتی: می‌توان در زمینه خدمات پستی، خدمات دسترسی آنلاین و بانک اطلاعاتی، اشتغال‌زایی کرد. مدیر روابط عمومی نیز به‌عنوان سخنگوی شرکت فعالیت می‌کند. در محیط گردشگری و مهمان‌نوازی، یک مدیر روابط عمومی می‌تواند برای یک هتل یا یک شرکت سفر دریایی کار کند. این کار شامل نوشتن بیانیه‌های مطبوعاتی مثبت در مورد برند تجاری، ترتیب دادن رویدادها در هتل از جمله کنفرانس‌های مطبوعاتی، نمایشگاه‌ها و ارتباط با تأثیرگذاران مرتبط در صنعت است.

- کشاورزی: گردشگری کشاورزی معمولاً در مزارع و کشتزارهایی اتفاق می‌افتد که در مناطق روستایی جذاب واقع شده‌اند و در کنار محیط‌های کاری، موقعیت‌های جذابی برای شهرنشینان نیز فراهم کرده و از این طریق ایجاد درآمد می‌کنند و یا ارزش افزوده‌ای را برای کشاورز ایجاد می‌نمایند. امروزه می‌توان در راستای گردشگری روستایی از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در بخش‌های مختلف بخصوص کشاورزی به‌عنوان یکی از انواع جاذبه‌های گردشگری روستایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی استفاده کرد.

- فرهنگی: فرهنگ مردم محلی، از فرصت‌های کلیدی در فرایند کارآفرینی است که در اکثر پژوهش‌ها از آن به‌عنوان یکی از عناصر مهم و مؤثر نام برده شده است؛ زیرا کارآفرینی در محیط فرهنگی - اجتماعی مقصد و توسط افراد صورت می‌گیرد و فرهنگ یک جامعه می‌تواند محیطی حمایتی ایجاد کند که منجر به رشد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز و مخاطره‌محور شود. زمانی که سنت‌ها، جشن‌ها، آیین‌ها و باورها باز زنده شده و به مخاطبان امروزی معرفی دوباره می‌شود می‌تواند به میراث فرهنگی و معنوی منجر شود و این امر می‌تواند الگوهای فرهنگی فراموش‌شده را احیا نموده و چهره دیگری به نسل امروز معرفی نماید.

- خدمات گردشگری: خدمات گردشگری می‌تواند در این شهرستان اشتغال‌زایی کند. برای مثال، اطلاع از اماکن و گرفتن اطلاعات از افراد آگاه، نیازی است که وجود آن در سفر می‌تواند به استفاده هرچه بهتر و کامل‌تر از فرصتی که در سفر فراهم شده منجر گردد. راهنمای گردشگر، هماهنگی‌های لازم را با وسیله نقلیه، محل اقامت، رستوران و... انجام می‌دهد؛ همچنین زمان‌بندی، انتخاب مسیر و... را مدیریت و برنامه‌ریزی می‌کند.
- بهداشت، درمان و سلامت: کارآفرینان و خلاقانی که تمایل به فعالیت یا توسعه کسب‌وکار خود در صنعت گردشگری سلامت دارند، می‌توانند از طریق تدوین تأیید و اجرای طرح کسب‌وکار به‌طور میدانی وارد دنیای گردشگری در حوزه بهداشت، سلامت و درمان شوند. صنعت گردشگری سلامت به‌عنوان نوع خاصی از گردشگری یکی از صنایع مهم جهان و از درآمدزاترین صنایع به شمار می‌رود که علاوه بر درآمدزایی و ایجاد اشتغال، ابزار مناسبی برای توسعه و انتقال دانش و تکنولوژی، معرفی فرهنگ‌ها و حتی ایجاد منافع سیاسی برای کشورها است. در راستای نتایج حاصل پیشنهادهای زیر ارائه شده است:
- ۱- به کارآفرینان توصیه می‌شود با توجه به اینکه هتل‌های سنتی اخیراً مورد توجه گردشگران قرار گرفته است، در این زمینه سرمایه‌گذاری کنند. به‌علاوه توصیه می‌گردد کارآفرینان ساخت اقامتگاه‌های کوچک و استفاده از خانه‌های بومی و روستایی را برای اقامت مدنظر قرار دهند.
- ۲- تجربه ایجادشده از دیدار با ایستگاه‌های مختلف ورزشی و نیز تفریحاتی که در اطراف آن‌ها وجود دارد، می‌تواند برای گردشگران از جنبه‌های فرهنگی و تفریحی جالب باشد. بنابراین به کارآفرینان در عرصه گردشگری توصیه می‌شود در راستای اشتغال‌زایی و کارآفرینی در زمینه‌های ذکر شده، گام بردارند. علاوه بر فرصت‌های سرگرمی ذکر شده در بالا، فرصت‌هایی همچون کنسرت موسیقی و کافه موسیقی نیز فرصت بسیار خوبی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان تایباد است زیرا سرگرمی، مکمل صنعت گردشگری است.
- ۳- کارآفرینان و مدیران صنعت گردشگری با استفاده از زیبایی‌های طبیعی و جاذبه‌های تاریخی شهرستان تایباد، می‌توانند امکانات خوبی را برای میزبانی از نشست‌های رویدادی فراهم آورند. همچنین به کارآفرینان توصیه می‌شود در جهت برگزاری رویدادها و کنفرانس‌های خاص در زمینه کنسرت موسیقی محلی و غذاهای سنتی و نیز صنایع دستی اقدام به برگزاری جشنواره و همایش نمایند.
- ۴- پیشنهاد می‌شود تورهایی با هدف گردشگری سبز و سفر مسئولانه، اقدام به جذب گردشگر می‌کنند، برگزار شود. در راستای تورهایی گردشگری کارآفرینان می‌توانند خدمات خود، ارائه گزینه‌های غذایی سازگار با محیط زیست و ارگانیک را تعریف کنند تا هم‌مسیر با این سبک گردشگری باشند. به‌طور کلی این ویژگی از گردشگری سبز، سبب ایجاد حس خوب مفید بودن و مؤثر بودن برای طبیعت خواهد شد و می‌توان اقدامات کارآفرینی را با این رویکرد، اتخاذ کرد.
- ۵- با وجود کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌های امروزی، هنوز هم بسیاری از مردم علاقه‌مند به رفتن به سفره‌خانه‌های سنتی هستند. سفره‌خانه‌های سنتی در شهرهای کوچک و بزرگ، بازده خوبی برای سرمایه‌گذار دارند، لذا توصیه می‌شود با ایجاد ظاهری متفاوت برای سفره‌خانه‌های سنتی و سرو غذا و صبحانه، مشتریان ورودی به این سفره‌خانه‌ها را چندین برابر کرد. سفره‌خانه سنتی جزء طرح‌های گردشگری زودبازده محسوب می‌شود، چراکه بسیاری از مردم علاقه زیادی برای مراجعه به این سفره‌خانه‌ها به‌ویژه در شهرهای کوچک همچون شهرستان تایباد دارند.
- ۶- به کارآفرینان توصیه می‌شود در زمینه حمل‌ونقل گردشگران، ایستگاه‌های کرایه دوچرخه را مدنظر قرار دهند. در شهرستان تایباد چنین مکان‌هایی وجود ندارد و می‌تواند فرصتی برای کار محسوب شود. تاکسی مخصوص گردشگر نیز می‌تواند در حوزه حمل‌ونقل به‌عنوان فرصت محسوب شود.
- ۷- یک روز خسته‌کننده از فعالیت‌ها باعث می‌شود که مهمانان نیاز به آرامش داشته باشند. خدمات ماساژ بدن، رفلکس و اسپا فرصتی نویدبخش در شهرستان تایباد در زمینه فرصت‌های عمومی که به کارآفرینان توصیه می‌شود. همچنین، ایجاد و اداره خرده‌فروشی و سوپرمارکت از جمله فرصت‌های عمومی در زمینه گردشگری به شمار می‌رود. با توجه به بافت عمومی گردشگران

که بخش عمده‌ای از آن‌ها از سایر مناطق استان جذب می‌شوند، ایجاد خرده‌فروشی و سوپرمارکت، توصیه دیگری است که به کارآفرینان ارائه می‌شود.

۸- با پیشرفت تکنولوژی، فروشنده تور مجبور نیست به فروش مستقیم در خارج از کشور مانند شرکت در نمایشگاه مسافرتی برود و قادر است به وسیله فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با فروشنده تور خارج از کشور همکاری داشته باشد. این پتانسیل همچنین فرصت‌هایی را برای اپراتورهای تور جدید ایجاد می‌کند، پیشنهاد می‌شود کارآفرینان نوآوری‌هایی را در خدمات گردشگری ارائه دهند که توجه بازدیدکنندگان را به خود جلب کند، مانند ارائه خدمات عکاسی رایگان که هزینه‌ها در پکیج تور گنجانده شده باشد.

۹- گردشگری کشاورزی تقاضای بسیاری از مردم نیست و شاید تعداد محدودی از مردم علاقه‌مند به آن باشند. با این حال می‌توان با تبلیغات مناسب مردم را به این طرح گردشگری جذب کرد، لذا به کارآفرینان توصیه می‌شود به‌ویژه در نقاط روستایی که شهرستان تایباد، پتانسیل لازم را در این زمینه دارند تدابیر لازم را به عمل آورند.

۱۰- به کارآفرینان توصیه می‌شود اقدام به برگزاری کلاس‌های آموزشی زیر نظر میراث فرهنگی و اساتید زده و کارآفرینان برتر گردشگری استان در جهت پرورش کارآفرینان جوان گردشگری نمایند. کارآفرینان می‌توانند در زمینه برگزاری دوره‌های آموزش محلی برای مشارکت، دوره‌های آشنایی با فرهنگ مقصد گردشگری و دوره‌های تولیدری، نقشه‌خوانی و صنایع دستی و محلی اقدام کنند.

۱۱- فروشگاه‌های بسیار اندکی وجود دارد که سوغاتی‌های محلی را در این منطقه می‌فروشد. بسیاری از صنایع دستی هنوز جایگاه ویژه خود را برای عرضه پیدا نکرده است، بنابراین چیزی منحصر به فرد وجود ندارد که گردشگران بتوانند به‌عنوان چیزی به یادماندنی که از این مکان دیدن کرده‌اند به خانه بیاورند. بنابراین، توصیه می‌شود سرمایه‌گذاران و کارآفرینان در زمینه فرهنگی اقدام به احداث فروشگاه‌هایی با این محتوا انجام دهند.

۱۲- توصیه می‌شود کارآفرینان با تکیه بر شبکه، چندین خدمات ارائه شده از طریق اقامت، حمل‌ونقل، راهنمای تور، غذا و نوشیدنی را ترکیب کنند، سپس در یک بسته تور ارزشمند بسته‌بندی شود. افزایش علاقه گردشگران خارجی به پکیج‌های تور شهرستان تایباد و سایر موارد، به‌طور فزاینده‌ای فرصت ایجاد یک استارت‌آپ فروشنده تور را ایجاد می‌کند.

۱۳- به کارآفرینان توصیه می‌شود اقدام به برگزاری دوره‌های گردشگری سلامت‌محور کنند. همچنین، در این زمین توصیه می‌شود برنامه‌ریزی‌های راهبردی صورت گیرد، خدمات پشتیبانی همچون بیمه، دسترسی به مراکز درمانی با کیفیت، ارائه خدمات با کیفیت، بازاریابی و تبلیغات مناسب در زمینه گردشگری سلامت برای شهرهای نزدیک این شهرستان می‌تواند موجب فرصت‌های کارآفرینی گردشگری شود. همچنین، توسعه مراکز آب‌درمانی به‌منظور جذب گردشگران با انگیزه‌های بهبود فیزیکی، درمان‌های زیبایی، آرامش، استراحت و

References

- Afenyo-Agbe, E. A. (2020). Tourism entrepreneurship in rural Ghana: Opportunities and concerns. In *International Conference: Universities, Entrepreneurship and Enterprise Development in Africa* (pp. 63–73). https://doi.org/10.18418/978-3-96043-083-4_63
- Aghajani, A. A., & Alizadeh, M. (2016). Identifying entrepreneurial opportunities in rural tourism. *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 4(7), 57–65. (In Persian). <https://doi.org/10.29252/jea.4.7.57>
- Al Mamun, A., Ibrahim, M., Yusoff, M., & Fazal, S. (2018). Entrepreneurial leadership, performance, and sustainability of micro-enterprises in Malaysia. *Sustainability*, 10, 1591. <https://doi.org/10.3390/su10051591>
- Anabestani, A. A., Moini, A., & Fasih Jalali, A. (2021). Spatial analysis of job creation and activity of rural entrepreneurship credits in Razavi Khorasan province. *Spatial Economics and Rural Development*, 1(10), 43–68. (In Persian). <https://doi.org/20.1001.1.23222131.1400.10.35.2.0>
- Angbashim, B. B., & Abba, J. (2022). Identification of tourism entrepreneurship opportunities in Nasarawa State, Nigeria. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(9), 1734–1743. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7225537>
- Antunes, M., Dias, Á., Gonçalves, F., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Measuring sustainable tourism lifestyle entrepreneurship orientation to improve tourist experience. *Sustainability*, 15, 1201–1212. <https://doi.org/10.3390/su15021201>
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Dai, L., Wan, L., Xu, B., & Wu, B. (2017). How to improve rural tourism development in Chinese suburban villages? Empirical findings from a quantitative analysis of eight rural tourism destinations in Beijing. *Area*, 49(2), 156–165. <https://doi.org/10.1111/area.12308>
- Delawar, A. (2009). Qualitative methodology. *Strategy*, 19(54), 307–329. (In Persian). <https://doi.org/20.1001.1.10283102.1389.18.1.11.6>
- Dobryagina, N. (2019). Agricultural entrepreneurship motivation policies: European Union experience and decision theory application. *International Journal of Rural Management*, 15(1), 97–115. <https://doi.org/10.1177/0973005219834739>
- Faisal, M., Banwet, D. K., & Shankar, R. (2010). Supply chain risk mitigation: Modelling the enablers. *Business Process Management Journal*, 12(4), 535–552. <https://doi.org/10.1108/14637150610678113>
- Ghayor Baghbani, S. M., Pourang, A., & Tavassali, A. (2019). Identifying factors affecting the development of organizational entrepreneurship (Case study: Khorasan Razavi education). *Education*, 1(43), 29–51. (In Persian). <https://doi.org/20.1001.1.10174133.1399.36.3.2.0>
- Hapsari, V. R., Usman, U., & Sitomorang, D. M. (2020). Analysis of entrepreneur opportunities in tourist potential and management environment of the Siang mountain Sekiny Hamlet. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i1.152>
- Hasanqolipour, T., Seyed Amiri, N., & Rahmani, Z. (2018). Providing a framework for identifying and commercializing entrepreneurial opportunities in the health tourism industry. *Tourism and Development*, 8(2), 1–22. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.129875.1401>
- Ibănescu, B. C., Stoleriu, O. M., Munteanu, A., & Iațu, C. (2018). The impact of tourism on sustainable development of rural areas: Evidence from Romania. *Sustainability*, 10(10), 3529–5339. <https://doi.org/10.3390/su10103529>
- Jani, S., Nikpey Pesian, V., & Safizadeh, S. (2019). Investigating the impact of the tourism industry on the employment of the country's provinces with a panel spatial econometric approach. *Economic Research and Policies*, 28(93), 233–266. (In Persian). <https://doi.org/10.52547/qjerp.28.93.233>
- Katekhaye, D., Magda, R., & Naz, F. (2020). Entrepreneurial motivation and their impact on work competency in Indian rural area. *Social & Economic Review*, 18(2), 20–28. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.2.18>
- Koitamet, L. K., & Jagongo, A. (2018). Entrepreneurial opportunities in tourism environment and entrepreneurship development of host community in Maasai Mara National Game Reserve in Narok County, Kenya. *IOSR Journal of Business and Management*, 20(1), 68–78. <https://doi.org/10.9790/487X-2001036878>

- Li, Y., Westlund, H., & Liu, Y. (2019). Why some rural areas decline while some others not: An overview of rural evolution in the world. *Journal of Rural Studies*, 68, 135–143. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.03.003>
- Manalu, S. A., Simatupang, T. M., & Novani, S. (2023). Tourism entrepreneurship opportunities in Indonesia's cultural and natural tourism. *Journal of Namibian Studies*, 34(2), 1053–1066. <https://doi.org/10.59670/jns.v34i.2073>
- Mehdi Loui, R., Iranzadeh, S., Modares Khabani, F., & Faqhi Farahmand, N. (2023). The policy of entrepreneurial opportunities in the tourism industry of East Azerbaijan province. *Public Policy in Management*, 14(49), 75–92. (In Persian). <https://doi.org/10.30495/ijpa.2022.67768.10918>
- Muñoz, P., & Kimmitt, J. (2019). Rural entrepreneurship in place: An integrated framework. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9–10), 842–873. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1609593>
- Penco, L., Ivaldi, E., Bruzzi, C., & Musso, E. (2020). Knowledge-based urban environments and entrepreneurship: Inside EU cities. *Cities*, 96, 102–115. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102443>
- Pirayesh, R., Amiri, V., & Jafari, M. (2019). Investigating the effect of organizational entrepreneurship and entrepreneurial orientation on organizational performance with the mediating role of strategic entrepreneurship. *Productivity Management*, (52), 23–45. (In Persian). <https://www.sid.ir/paper/181953/fa>
- Pu, B., Ji, S., Sang, W., & Tang, Z. (2022). Entrepreneurial leadership and entrepreneurial performance in start-ups: A moderated serial mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13, 831555. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.831555>
- Riahi, V., & Roshan Ali, M. (2018). Evaluating the effects of tourism in the development of entrepreneurship in rural areas (Case study: Gharib Mahaleh village). *Geography of Tourism Space*, 8(30), 83–98. (In Persian). <https://doi.org/20.1001.1.22518827.1398.8.30.6.0>
- Safari, S., & Mohammad Mirzaei Bafghi, M. (2013). Identifying and prioritizing entrepreneurial opportunities in the tourism industry of Yazd city. *Tourism Management Studies*, 8(26), 127–149. (In Persian). <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1393.9.26.6.0>
- Salim, M., & Anis, J. (2021). Has female entrepreneurship been a formidable engine of economic and social development in Tunisia? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 11(1), 489–503. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00280-3>
- Shaliza, A., Syafiqah, W. N., & Sharida, N. (2023). The impact of tourism industry on local economy: Case of Malaysia. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, 8(53), 361–374. <https://doi.org/10.55573/JISED.085331>
- Shamudeen, K., Keat, O. Y., & Hassan, H. (2017). Entrepreneurial success within the process of opportunity recognition and exploitation: An expansion of entrepreneurial opportunity recognition model. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 107–111. <https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/3292>
- Sharif, N. M., & Lonik, K. A. T. (2017). Sustaining the entrepreneurship in rural tourism development. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 4(6), 31–42. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v4i6.122>
- Soelaiman, L., & Liediana, L. (2020). Factors affecting entrepreneurial opportunity recognition among food and beverage SMEs. In *Advances in Economics, Business and Management Research*, 174, 501–507. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.074>
- Supekar, S., & Dhage, S. K. (2022). Rural entrepreneurship through Khadi and village industries. *Small Enterprises Development, Management & Extension Journal*, 49(3), 219–226. <https://doi.org/10.1177/097084642211112>