

مقاله پژوهشی

شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد

صدیقه مجتبابی^۱، حسنعلی پیش‌بین^۲، علی خوشاب^{۳*}

۱. کارشناس ارشد گردشگری مذهبی، مؤسسه عالی غیر انتفاعی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران.

۲. گردشگری مذهبی، مؤسسه عالی غیر انتفاعی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران.

۳. گردشگری مذهبی، مؤسسه عالی غیر انتفاعی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۰۷ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۱

چکیده | نظر به تحریم‌های بین‌المللی و همه‌گیری کووید ۱۹، کسب و کارهای وابسته به گردشگری کلان‌شهر مشهد بیشتر از سایر صنایع دیگر تحت تأثیر عوامل مستقیم قرار گرفته است. تحقیق پیش رو سعی دارد به بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد بپردازد تا بتواند علاوه بر بهبود وضعیت شرایط موجود راهکارهایی برای آینده در جهت بهبود این صنعت ارائه دهد. این پژوهش با استفاده از روش ترکیبی کمی و کیفی به جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل یافته‌ها پرداخته و براساس روش نمونه‌گیری ترکیبی سازمان‌دهی شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه با ۲۰۴ کارآفرین در حوزه‌های گردشگری سلامت بود که با استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. از آنجا که رویکرد داده‌بنیاد مبنای تحلیل بود عوامل مؤثر شناسایی و در قالب ۶ دسته، ۱۲ جزء، ۱۶ شاخص و ۶۶ کد، میزان توافق به‌دست‌آمده با استفاده از آزمون تامس کوهن سنجیده شد. پس از تأیید یافته‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخت تنظیم و در دور مجدد در اختیار متخصصان و کارآفرینان قرار گرفت. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، داده‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد شد و با استفاده از آزمون اولویت‌بندی کمی فریدمن مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که مهم‌ترین اولویت‌های مؤثر بر حوزه کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد در بردارنده چهار شاخص اصلی تبلیغ و ترویج فرهنگ کارآفرینی، مدیریت حمل‌ونقل عمومی، آموزش و جمعیت است. در نهایت پیشنهادهایی در جهت بهبود وضعیت گردشگری سلامت شهر مشهد از منظر کارآفرینی داده شده است.

واژگان کلیدی | تئوری داده‌بنیاد، فرصت‌های کارآفرینانه، گردشگری سلامت، شهر مشهد.

گردشگری، سفر راهی برای فرار از زندگی روزمره و فرصتی مناسب برای آرامش و مواجهه با یک فرهنگ جدید ارائه می‌دهد. در گردشگری سلامت، گردشگران در درجه اول به دنبال درمان پزشکی و پس از آن ایجاد یک تجربه گردشگری متعارف‌تر در رابطه با اوقات فراغت و استراحت در مکان‌های گردشگری هستند (ChowdhuryPrayag, Orchiston & Spector, 2019). فرهنگ سفر به خارج از کشور برای جراحی زیبایی به روشی رایج تبدیل شده است که معمولاً با بازاریابی و ترویج آن در اشکال رسانه‌ای همراه شده است. اغلب از گردشگری سلامت

مقدمه | امروزه گونه‌های گردشگری زیادی وجود دارند و این دیدگاه سطحی که گردشگران تنها برای لذت سفر می‌کنند تا حدی بی‌اعتبار مانده است؛ ورزش، تفریحات، مذهب یا امور مرتبط با زائران، محیط‌زیست، تجارت و بسیاری از موارد دیگر انگیزه‌هایی هستند که مردم برای سفر انتخاب می‌کنند؛ بنابراین به‌طور گسترده اذعان می‌شود که دلایل پیچیده‌ای برای سفر مردم وجود دارد (Lee, 2016). برای برخی از گونه‌های

* نویسنده مسئول: khoshab_ali@yahoo.com. ۰۹۱۳۴۴۸۴۶۵۶

و امکانات هر جامعه است و جامعه را از متأثر شدن از ابعاد وجودی آن نمی‌توان برکنار دانست چراکه در پی آن کارآفرینی ظهور می‌یابد. کارآفرینی نقش مؤثری در توسعه اقتصادی-اجتماعی، صنعتی و سیاسی دارد و از سویی به‌عنوان مهم‌ترین راهکار رفع معضل بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی محسوب می‌شود (TRAM, 2008).

طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری به ازای جذب هر ۷ گردشگر خارجی یک شغل در هر کشور ایجاد می‌شود که این عدد برای گردشگری سلامت به ازای هر ۴ نفر یک شغل است (World Tourism Organization, 2019). طبق برنامه‌مدون سازمان توسعه تجارت کشور و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در افق ۱۴۰۰ ایران باید بتواند هر سال ۵۵۰ هزار نفر گردشگر سلامت و در افق ۱۴۰۴ سالیانه بین ۱ الی ۳ میلیون نفر جذب کند که در این صورت بیش از ۱۳۷ هزار شغل در کشور از این راه ایجاد خواهد شد و درآمد کشور از جذب گردشگران سلامت به بیش از یک میلیارد دلار خواهد رسید (رحمانی، عرب، سعیدپور، رجبی واسوکلانی و میرزایی، ۱۳۹۹).

با توجه به افزایش جمعیت جوان کشور، نیاز به افزایش فرصت‌های شغلی و لزوم افزایش درآمدهای ارزی غیرنفتی، توجه به این زمینه می‌تواند بسیار راهگشا باشد. لزوم شناخت و بررسی توان‌های گردشگری منطقه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ بنابراین ضمن توجه به زیرساخت‌های موجود آن به برخی از اثرات و توان‌های گردشگری که می‌توانند نقش مؤثری در جهت توسعه اقتصادی ایفا کنند باید توجه کرد، زیرا به همان میزان که بازار گردشگری دارای سودی سرشار و مضاعف است به همان میزان باوجود بحران‌ها سست و شکننده است که نمونه بارز آن را می‌توان سایه اپیدمی کووید ۱۹ بر سطح جهان و به‌خصوص کشور ایران دانست.

مطابق آمارهای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۷ این آمار در حدود ۵۵۰ هزار گردشگر سلامت بوده است، اما با وجود همه‌گیری بیماری و تضعیف بازار گردشگری سلامت، مراکز تشخیصی-درمانی و شرکت‌های تسهیل‌گری با تنگنای مالی روبه‌رو شده‌اند؛ اما پس از بحران کووید ۱۹ فرصت‌های مناسبی برای ایجاد زیرساخت‌های گردشگری، از قبیل سایت‌های اینترنتی مناسب، فعالیت‌های مجازی، مدیریت سیستم پذیرش و نوبت‌دهی، تسهیل فرایندهای مربوط به بیماران بین‌المللی و سیاست‌های بازار کارآفرینی گردشگری ایجاد شده است، به‌طوری‌که بر اساس آمار اداره گردشگری سلامت وزارت بهداشت در ۹ ماهه اول سال ۱۳۹۸ حدود ۱۲۵ هزار گردشگر به مراکز تشخیصی-درمانی مراجعه کرده‌اند اما در ایام شروع بیماری (بهمن ۹۸) تا پایان خرداد

به‌عنوان یک شکل منحصربه‌فرد گردشگری و به‌عنوان یک مفهوم گردشگری لوکس که با اوقات فراغت نیز همراه است، یاد می‌شود. با این وجود به نظر می‌رسد ترکیب سلامت و گردشگری نوع نسبتاً جدیدی از جهانگردی غیر انحصاری است. پیش‌بینی می‌شود طی چند سال آینده این نوع از گردشگری رشد چشمگیری داشته باشد. این افزایش مورد انتظار در گردشگری سلامت عمدتاً به دلیل افزایش هزینه‌های مراقبت‌های پزشکی در کشورهای پیشرفته‌تر، لیست انتظار طولانی‌مدت برای درمان و وخیم‌تر شدن استانداردهای سلامت در بسیاری از کشورهای پیشرفته به دلیل کاهش سطح کارکنان و افزایش فشار بر دستگاه‌های درمان فعلی است. پیرشدن جمعیت نیز یک دلیل مهم برای افزایش سطح گردشگری سلامت در حال حاضر است. از طرف دیگر جهانی‌سازی و فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز به اهمیت وجود چشمه‌های آب‌گرم، تورهای پیاده‌روی (اگرچه ممکن است در بخش گردشگری ورزشی نیز وجود داشته باشد)، تورهای یوگا و مدیتیشن، مزارع سلامت برای کاهش وزن و ... دامن زده است (Brown, Smith & Assaker, 2016).

تحقیقات قابل‌توجهی در مورد بازارهای مربوط به گردشگری سلامت به‌خصوص در سوئیس و آلمان وجود دارد که ارائه‌دهنده خدمات سنتی و بسته‌های درمانی آب‌گرم هستند که خود اهمیت این نوع از گردشگری را در کشورهای مختلف نشان می‌دهد (Lee, 2016). از ده کشور برتر در زمینه گردشگری سلامت، هفت کشور در قاره آسیا هستند (Health at a Glance, 2020). متأسفانه علی‌رغم قابلیت‌ها و توانمندی‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی ایران، هنوز از فرصت‌های بسیار در شاخه‌های متنوع گردشگری به‌منظور درآمدزایی استفاده نشده است. طبق آمارهای سازمان جهانی جهانگردی، ایران رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی، رتبه دهم جاذبه‌های تاریخی و باستانی، رتبه بیستم علم پزشکی و رتبه شانزدهم علم داروسازی را دارد. این آمارها در کنار قابلیت‌هایی همچون وجود پزشکان کارآفرین در رشته‌های مختلف، تجهیزات پزشکی قابل‌قبول، هزینه‌های پایین درمان برای گردشگران کشورهای مجاور، برخورداری از چشمه‌های آب‌گرم و معدنی متعدد، دریاچه‌های نمک، لجنزارهای طبیعی و طبی، کویر و گنبد‌های نمکی می‌تواند کشورمان را به مقصدی برای گردشگران دائمی سلامت تبدیل کند، چراکه افراد می‌توانند علاوه بر دریافت خدمات درمانی و کسب سلامت جسمانی با استفاده از جاذبه‌های طبیعی، دوران نقاهت خود را سپری کرده و سلامت روح خود را بازیابند (Moghimehfar & Nasr-Esfahani, 2011).

یکی از مباحث اصلی برای دستیابی به توسعه گردشگری، تدوین الگوی پیشرفت بر مبنای استعدادها، توانایی‌ها

۱۵۳۱۶ نفر اشتغال در سطح منطقه ایجاد می‌کند که از این میان ۵۳۴ نفر شغل در صنعت گردشگری (معادل ۳/۵ درصدی کل اشتغال ایجاد) ایجاد خواهد شد. همچنین اشتغال ایجاد برای افزایش یک درصدی در ارزش افزوده صنعت گردشگری بیانگر سهم ۵۸ درصدی اشتغال در خود بخش گردشگری و ۴۲ درصد در سایر فعالیت‌ها خواهد شد.

با توجه به جایگاه معنوی و مذهبی مشهد، جمعیت بیش از ۲۴۷ میلیون نفری کشورهای عربی به نظر می‌رسد گردشگری سلامت در شهر مشهد نتوانسته است تمامی فرصت‌ها و ظرفیت‌های مربوطه را فعال کند و این چالش در زمینه فرصت‌های کارآفرینی بیشتر نمود یافته است؛ به طوری که به اذعان کارشناسان و خبرگان حوزه گردشگری سلامت شهر مشهد کمتر از ۵۰ درصد از ظرفیت حجم گردشگری سلامت در کشور را جذب کرده و شهرهای رقیب منطقه (از جمله شهرهای کشور ترکیه) در سال‌های اخیر برنامه مدونی برای جذب، بهره‌برداری و اشتغال در این صنعت داشته‌اند. در حال حاضر حوزه گردشگری سلامت در شهر مشهد منجر به اشتغال ۱۰۰۰ و کارآفرینی مستقیم بیش از ۲۰۰۰ لیدر و اشتغال ۱۰۰۰ پزشک و پرستار و عوامل درمانی در ۲۰ کلینیک پوست و مو، ۳۰ شرکت گردشگری سلامت، ۱۲ بیمارستان و ۲ مرکز جراحی شده است (ملکی و توانگر، ۱۳۹۸). بنا به اذعان بسیاری از کارآفرینان کلانشهر مشهد دارای ظرفیت‌های بسیار خوبی در زمینه گردشگری سلامت است اما از این ظرفیت‌ها در زمینه کارآفرینی گردشگری به درستی استفاده نشده است؛ این در حالی است که وجود تحریم‌های بین‌المللی و همه‌گیری کووید ۱۹ اثرات مخربی بر وضعیت کسب‌وکار و اشتغال کارآفرینان در سال‌های اخیر (۹۸-۱۴۰۰) داشته است و شرایط این شهر را در زمینه کارآفرینی گردشگری سلامت محور تحت تأثیر قرار داده است. از این رو تحقیق سعی دارد به بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد بپردازد تا بتواند علاوه بر توصیف وضعیت موجود راهکارهایی برای آینده در جهت بهبود این صنعت ارائه دهد از این رو مهمترین سؤالات تحقیق به شرح ذیل‌اند:

- عوامل نهادی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت با تمرکز بر شهر مشهد کدام‌اند؟
- نقش هر یک از عوامل بر وضعیت کارآفرینی حوزه سلامت در شهر مشهد چگونه تحلیل و اولویت‌بندی می‌شود؟

مروری بر ادبیات نظری • گردشگری سلامت

گردشگری سلامت از زمان بسیار کهن و هزاره سوم قبل از میلاد وجود داشته است. در واقع مردم در بین‌النهرین باستان برای درمان اختلالات چشمی به معبد یک خدا یا الهه شفابخش

۱۳۹۹ تعداد ۲۵۰ هزار گردشگر سلامت وارد کشور شده‌اند که ارزآوری معادل ۲ الی ۳ هزار دلاری را در برداشته است که با احتساب این مبلغ ۶۲۵ میلیون دلار به این صنعت آسیب مالی رسیده و پیش‌بینی می‌شود ایران ۳۰ درصد از این بازار را از دست بدهد. این در حالی است که بر اساس گزارش دیگری از شورای جهانی سفر و گردشگری، نسبت سهم گردشگری ایران از تولید ناخالص داخلی ۹/۲ درصد و تولید اشتغال مستقیم به ترتیب ۲/۲ درصد بوده که این آمار بیانگر ۱،۳۴۴،۰۰۰ فرصت شغلی یعنی چیزی حدود ۵/۴ درصد از کل اشتغال کشور بوده است. در حالی که میانگین سهم گردشگری کشورهای جهان از تولید ناخالص داخلی و ایجاد شغل مستقیم (به ترتیب ۱۰/۲ و ۱۰ درصد) بوده که این آمارها به درستی نشان می‌دهند که بهره‌برداری از فرصت‌های گردشگری به درستی در کشور ما شکل نگرفته است (سعیدبخش، کاظمی، نعمت‌بخش و رنجبریان، ۱۳۹۹). این در حالی است که ایران در میان کشورهای منطقه بالاترین توانایی را در بخش گردشگری سلامت داراست و این مشکلات را می‌توان در تمامی استان‌های آن از جمله استان خراسان رضوی و شهر مشهد مشاهده و بررسی کرد. مشهد به‌عنوان پایتخت معنوی ایران، سالانه ۲۰ میلیون نفر زائر داخلی و خارجی دارد که مقصد بیش از ۳۰ کشور در زمینه گردشگری سلامت بوده‌اند. این رقم همواره در حال افزایش چشمگیر بوده است. در این میان گردشگران عراقی به دلیل نزدیکی و مجاورت پیشنهاد می‌کنند. در مجموع در سال‌های اخیر با عادی‌شدن روابط میان دو کشور ایران و عراق، مردم عراق استقبال زیادی از سفر به ایران کرده‌اند در حالی که قبلاً برای درمان بیشتر به کشورهای ترکیه و اردن سفر می‌کردند. بر طبق اظهارات سرکنسول کشور عراق در شهر مشهد، در سال ۱۳۹۷، دو میلیون زائر عراقی برای زیارت به این شهر سفر کرده‌اند که ۲۰۰ هزار نفر از آنان به‌عنوان گردشگر سلامت در بیمارستان‌های شهر تحت خدمات درمانی قرار گرفته‌اند. در سال ۹۶ کل گردشگران سلامت در مشهد ۱۲۰ هزار نفر بوده‌اند. علاوه بر عراقی‌ها به ترتیب کشورهای افغانستان، جمهوری آذربایجان، ترکمنستان و کشورهای حاشیه خلیج فارس بیشترین آمار را در میان گردشگران سلامت مشهد داشته‌اند (ملکی و توانگر، ۱۳۹۸).

طبیعی است این افراد برای گذراندن دوران نقاهت نیازمند به اقامت طولانی‌تری هستند. علاوه بر آن کشورهای حوزه خلیج فارس عادت به سفرهای خانوادگی با جمعیت زیاد دارند و عموماً هتل یا خانه‌ای را برای مدت طولانی اجاره می‌کنند که این عامل باعث تقاضای خدمت و شکل‌گیری کار و کارآفرینی در حوزه‌های مرتبط می‌شود.

نتایج رفیعی دارانی و براتی (۱۳۹۳) نشان داد شهر مشهد افزایش یک درصدی در سرمایه‌گذاری صنعت گردشگری معادل

هنوز نیاز به تحقیقات بیشتر دارند (Busenitz, Plummer, Klotz, 2014, Shahzad & Rhoads). در مراحل بسیار اولیه تحقیقات کارآفرینی کارلند و همکاران (Carland et al., 1984) تمایزی بین کارآفرینی و تجارت کوچک ایجاد کرده‌اند. چندین مطالعه ماهیت، اهداف و ویژگی‌های کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. در این زمینه، اهمیت فرهنگ و تأثیر عوامل فرهنگی بر قصد کارآفرینی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. از طرف دیگر، در طی دو دهه گذشته، از مفهوم نوآوری در تحقیقات کارآفرینی جهانگردی استفاده شده است.

«پنج دسته مهم از نوآوری‌های گردشگری، به جستجوی عوامل اصلی در این رفتار ابتکاری کمک می‌کنند. علاوه بر این، تعدادی از مطالعات، رابطه بین کارآفرینی، نوآوری، عملکرد باکیفیت و رشد اقتصادی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. جریان دیگری از تحقیقات به اصطلاح «سرمایه اجتماعی» اختصاص یافته است» (Ram & Barrett, 2020). در این تحقیق سعی شده است از نظریه کارآفرینی براساس فرصت استفاده شود. در این نظریه، پس از شناسایی فرصت‌های مناسب و قبل از تصمیم‌گیری برای وارد شدن به بازار و بهره‌برداری از فرصت، با صرف زمان و جمع‌آوری اطلاعات، عدم اطمینان را کاهش و منابع شرکت و قابلیت‌ها را ایجاد می‌کنند. زمان انجام کار به دوره‌ای انحصاری برای اولین واردشونده قبل از اینکه رقبا وارد صنعت شوند، اشاره دارد. طولانی کردن زمان انجام کار می‌تواند مزایای عملکردی مهمی از جمله کمک به تقویت نام تجاری شرکت، گسترش خط تولید محصول، دستیابی به مزیت‌های هزینه از طریق اثرات تجربه و حفظ حاشیه‌های سود بالاتر در نبود قیمت رقابتی ایجاد کند. در اینجا فرد کارآفرین با ارائه ایده مناسب سعی در ارائه راه‌حلی برای پر کردن خلأهای ناشی از نیاز، مشکل یا تقاضا می‌کند. در مرحله بعد با ارزیابی و سبک‌وسنگین کردن ایده‌های نوآورانه و در نهایت غربالگری آنها به انتخاب بهترین راه‌حل موجود یا بهترین ایده می‌پردازد (Kirzner, 1979).

• وضعیت کارآفرینی در صنعت گردشگری سلامت شهر مشهد

بر اساس برآوردها سالانه افزون بر ۲۰۰ هزار گردشگر سلامت وارد ایران می‌شوند که در این میان خراسان رضوی با جاذبه‌ها و ظرفیت‌های مختلف در جذب گردشگر سلامت پیشگام است. سالانه حدود سه میلیون زائر و مسافر خارجی به مشهد سفر می‌کنند و این نشان از ظرفیت رو به افزایش این حوزه دارد. مطابق با گزارش انجمن حرفه‌ای گردشگری سلامت خراسان رضوی، در سال ۱۳۹۹ شهر مشهد بعد از تهران بیشترین گردشگر سلامت در کشور را به خود اختصاص داده است. هم‌اکنون ۱۲ بیمارستان و سه مرکز جراحی محدود، مجوز پذیرش گردشگران سلامت در شهر مشهد را دارند و چهار

در تل براک سوریه سفر می‌کردند. یونانی‌ها و رومی‌ها نیز با پای پیاده یا قایق به چشمه‌های آب معدنی در سرتاسر دریای مدیترانه سفر می‌کردند و امروزه مردم از اقصی نقاط جهان به اتحادیه اروپا سفر می‌کنند تا تحت درمان‌های پزشکی قرار گیرند و بازاری به نام گردشگری سلامت ایجاد کنند.

گردشگری سلامت شکلی از گردشگری است که مربوط به بیمارانی است که برای دریافت درمان یا کمک به کشورهای دیگر سفر می‌کنند. این موضوع شامل تمام خدمات مرتبط با گردشگری مانند حمل‌ونقل، اقامت و مهمان‌نوازی است. گردشگری سلامت شامل سه دسته گردشگری پزشکی، گردشگری سلامتی (به منظور ارتقای سلامت) و گردشگری آب‌گرم (اسپاهایی است که اجزای پزشکی و سلامتی را با هم ترکیب می‌کنند) می‌شود. این سه دسته متفاوت هستند اما اشتراک‌هایی نیز دارند. گردشگری سلامتی یک مفهوم گسترده است و معنای آن به فرهنگ و جغرافیا بستگی دارد. به عنوان مثال، در جنوب اروپا، گردشگری سلامت به ساحل دریا، رژیم غذایی مدیترانه‌ای و سرعت پایین‌تر زندگی مرتبط است. در اسکاندیناوی، تمرکز تندرستی بر فعالیت‌های خارج از منزل مانند پیاده‌روی و شناسست. از این رو می‌توان گفت تعریف گردشگری سلامت متنوع بوده و باعث همپوشانی انواع گردشگری سلامت می‌شود (Tsvetkov, 2018).

در مجموع، تعریف گردشگری سلامت واضح نیست و گنجاندن آن در انواع گردشگری را دشوار می‌کند. در نتیجه اندازه‌گیری اهمیت، رشد و تأثیر گردشگری سلامت بر صنعت گردشگری و اقتصاد به طور کلی را نیز مشکل می‌کند. با این حال، بازار گردشگری سلامت در سال‌های اخیر به طور تصاعدی رشد کرده و به اشکال جدیدی از گردشگری سلامت مانند گردشگری باروری و گردشگری دندان‌پزشکی منجر شده است.

• کارآفرینی گردشگری

در سال‌های اخیر مفهوم «کارآفرینی» به عنوان حوزه‌ای در ارتباط با تحقیقات مدیریت مورد تأیید قرار گرفته است. اخیراً تعداد رو به رشدی از تحقیقات در مورد جنبه‌های مختلف کارآفرینی و ایجاد درک جامع از این واژه انجام شده و به این ترتیب پیش‌شرط‌های مناسب برای کارآفرینی به عنوان یک حوزه مستقل تحقیق ارائه شده است.

در تحلیل پیشرفت تحقیقات کارآفرینی که بین سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۹ منتشر شده، بوزینتز و دیگران (۲۰۱۴) استدلال می‌کنند که این حوزه در حال ظهور دانشگاهی است. با توجه به دیدگاه سورنسن، توصیه می‌شود فرایند کارآفرینی به عنوان یک پدیده پویا مورد مطالعه قرار گیرد که در زمینه گسترده‌تری از ساخت‌وساز مفهومی فردی و اجتماعی شکل می‌گیرد. موضوعات اصلی در زمینه مطالعات کارآفرینی به طور گسترده مورد بررسی قرار می‌گیرد، در حالی که سایر موضوعات

روش داده بنیاد به تحلیل سؤالات و اهداف تحقیق پرداخته شد.

نظریه داده بنیاد برخاسته از داده‌ها، نظریه زمینه‌ای و نظریه بنیادی نیز شناخته می‌شود و یک راهبرد پژوهشی عام، استقرایی و تفسیری است که در سال ۱۹۶۷ توسط گلنزر و اشتراوس^۱ به وجود آمد. این راهبرد عموماً به‌عنوان بهترین نمونه رویکرد استقرایی به شمار می‌رود. نظریه داده بنیاد یکی از راهبردهای پژوهش محسوب می‌شود که از طریق آن، نظریه بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده‌ها شکل می‌گیرد. یعنی روند شکل‌گیری نظریه در این راهبرد حرکت از جزء به کل است (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). این‌گونه خلق نظریه، «قفسه‌ای و کتابخانه‌ای» نیست بلکه بر اساس داده‌های مشارکت‌کنندگان که فرایندی را تجربه کرده‌اند، ایجاد می‌شود (کرسول، ۱۳۹۱). تعریفی دیگر نظریه داده بنیاد را یک روش استقرایی رفت‌وبرگشتی، تعاملی و مقایسه‌ای برای ایجاد یک نظریه می‌داند؛ یعنی نظریه داده بنیاد بین گردآوری داده‌ها و مفهوم‌سازی در حال رفت‌وبرگشت و اصلاح است. نظریه‌ای که از روش نظریه داده بنیاد تولید می‌شود دارای ویژگی‌هایی به شرح زیر است:

- پژوهشگر را قادر به توضیح و تشریح موضوع مورد مطالعه می‌سازد و امکان پیشگویی در مورد رخداد‌های ممکن در زمینه پژوهش را فراهم می‌آورد؛

- در پیشرفت مبانی نظری موضوع مورد مطالعه مؤثر است و در آن مشارکت می‌کند؛

- علاوه بر مبانی نظری در زمینه‌های عملی موضوع مورد مطالعه نیز کاربرد دارد؛

- رویکرد تازه‌ای برای نگرش به موضوع مورد مطالعه فراهم آورده و پژوهشگر را به مرحله‌ای از شناخت نسبت به داده می‌رساند که بتواند به داده گردآوری شده معنا و مفهوم ببخشد؛

- پژوهش‌های آتی در زمینه مورد نظر را تسهیل می‌کند (منصوریان، ۱۳۸۶).

این نظریه به پژوهشگر در حوزه‌های موضوعی گوناگون امکان می‌دهد تا به‌جای اتکا به نظریه‌های موجود و از پیش تدوین‌شده خود به تدوین نظریه و گزاره اقدام نماید. واژه گرداند^۲ در این موضوع نشانگر آن است که هر نظریه و گزاره‌ای که بر اساس این روش تدوین می‌شود بر زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی بنیان نهاده شده است. در واقع گرداند راهبردی است برای کسب شناخت پیرامون موضوع مورد مطالعه و موضوع یا موضوعاتی که قبلاً در مورد آن‌ها پژوهش جامع و عمده‌ای نشده و دانش ما در آن زمینه محدود است (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶).

سه رهیافت مسلط در نظریه‌پردازی داده بنیاد، مطرح هستند: رهیافت نظام‌مند که با اثر اشتراوس و کوربین^۳ شناخته

بیمارستان و چهار مرکز جراحی محدود نیز مراحل نهایی اخذ مجوز مربوطه را می‌گذرانند و صدور ۱،۱۰۰ مجوز موقت برای مترجمان و راهنمایان گردشگری سلامت در این استان در جهت حذف واسطه‌ها در حوزه گردشگری سلامت به همراه برنامه‌ریزی برای آموزش و ساماندهی، آغاز شده است. این طرح برای راهنماها و مترجمان زبان‌های عربی، روسی، انگلیسی و فرانسه در حال اجراست و علاوه بر آن، طرح آموزش کارکنان مراکز درمانی و شرکت‌های گردشگری سلامت و راهنمایان زائر باجه‌های شهرداری مشهد هم در دستور کار است که تاکنون بیش از هزار نفر در این زمینه ثبت‌نام کرده‌اند (رفیعی و غمخوار، ۱۳۹۵).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت ترکیبی است. به طوری که در زمینه جمع‌آوری داده‌ها از رویکرد پژوهش کیفی- کمی استفاده می‌کند و مهم‌ترین روش‌های کیفی برای جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش تحلیل متن با استفاده از مقالات و مصاحبه‌هایی است که برداشت شده است و در زمینه کمی برداشت اطلاعات از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساختی است که از رویکرد کیفی به دست آمده است. برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش از روش پیمایشی-تحلیلی استفاده شده است. داده‌های کمی از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری و داده‌های کیفی از طریق مصاحبه و مشاهده مستقیم در رابطه با نقش کارآفرینان در توسعه گردشگری گردآوری شد.

با توجه به اینکه جامعه این تحقیق شامل خبرگان (گردشگران سلامت) بود؛ لذا برای انجام نمونه‌گیری در ابتدا لیست جامعه هدف تدوین شد (جدول ۱) و سپس براساس روش‌های نمونه‌گیری کیفی (مصاحبه) و کمی (توزیع پرسش‌نامه)، نمونه‌ها تنظیم گردید:

پس از تدوین لیست جامعه تحقیق در نهایت تعداد اعضای نمونه، نوع نمونه‌برداری، فن برداشت نمونه و مدت زمان هر یک از اعضا مطابق با جدول ۱ تدوین شده است.

بهترین روش برای اتخاذ افراد تحت نمونه در مصاحبه روش کیفی گلوله‌برفی و میزان تا مرحله اشباع در نظر گرفته شد. با توجه به اهمیت تحقیق و با تأکید و مشورت‌های اساتید و مشاورین و همچنین با توجه به روش انباشت نمونه که در مقالات کیفی و مبتنی بر نمونه‌های مقالات و پایان‌نامه‌های مشابه انجام شده است این میزان ۱۰ درصد کل نمونه انتخاب شد.

سپس در گام دوم با استفاده از روش برداشت اطلاعات و مصاحبه‌های انجام‌شده در نهایت تمامی یافته‌ها وارد نرم‌افزار تحلیل متن مکس کیودا قرار گرفته و با استفاده از

وضعیت اعضا	تعداد جامعه	درصد تحت نمونه	نوع نمونه‌برداری	فن برداشت نمونه	مدت زمان مصاحبه (دقیقه)
رستوران	۸۰۰				۸۰۰
هتل	۲۴۰				۲۴۰
اقامتگاه بوم‌گردی	۱۰۳				۱۰۰
آژانس مسافرتی	۴۸۰	۱۰%	کیفی-گلوله‌برفی	مصاحبه نیمه‌ساختاریافته	۴۸۰
راهنمای تور	۴۰۰				۴۰۰
مراکز درمانی	۱۵				۲۰
مجموع	۲۰۳۸				۲۰۴۰

مقوله‌های عمده با ارجاع به یادداشت‌ها، خلاصه‌ها و استناد به نقل‌قول‌های افراد مورد مطالعه.

در کدگذاری گزینشی بر اساس مدل مرحله قبل، گزاره‌ها یا توضیحاتی ارائه داده می‌شود که طبقات مدل را به یکدیگر مرتبط ساخته یا داستانی را شکل می‌دهد که طبقات مدل را به یکدیگر مرتبط می‌سازد. در حالت پیشرفته پژوهشگر کار را با ارائه ماتریس وضعیت به پایان می‌برد (کرسول، ۱۳۹۳).

در نهایت یافته‌های تحقیق که از مرحله کیفی به دست آمده بود تبدیل به پرسش‌نامه محقق ساخت و در دور مجدد در بین متخصصان و کارآفرینان توزیع شد. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، داده‌ها در نرم افزار SPSS وارد شد. پایایی به دست آمده با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه طراحی شده بالای ۰/۷ بود که این مسئله نشان‌دهنده پایایی بالای سؤالات پرسش‌نامه و همبستگی درونی سؤالات برای سنجش متغیرهای تحقیق بود. سپس با استفاده از آزمون اولویت‌بندی کمی فریدمن نتایج مورد تحلیل قرار گرفت و مهم‌ترین اولویت‌های مؤثر بر حوزه کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد شناسایی شد.

تحلیل یافته‌های تحقیق

در این زمینه سعی شده با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با کارآفرینان حوزه گردشگری عوامل مؤثر بر روند گردشگری سلامت شهر مشهد شناسایی شوند. آنچه که در ادامه قابل بررسی است یافته‌هایی از طریق مصاحبه و تجزیه و تحلیل این اطلاعات مبتنی بر روش تحلیل داده‌بنیاد در نرم افزار مکس کیودا است.

• تحلیل شرایط علی و اثرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان یکی از دلایل مهم و تأثیرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر مشهد موقعیت

می‌شود؛ رهیافت ظاهرشونده که مربوط به اثر گلیزر^۴ است و رهیافت ساخت‌گرایان که توسط چارماز^۵ پشتیبانی می‌شود. این راهبرد بر سه عنصر: «مفاهیم»، «مقوله‌ها» و «قضیه‌ها» استوار است. مفاهیم واحدهای بنیادی تحلیل هستند. مقوله‌ها را می‌توان به‌طور خلاصه طبقه‌ای از مفاهیم تعریف کرد. یعنی ترکیب یا کنار هم قرار گرفتن چند مفهوم تشکیل یک مقوله یا طبقه را می‌دهد. مقوله‌ها شالوده‌های تدوین نظریه‌اند. سومین عنصر نیز «قضیه‌ها» هستند که بیانگر روابط تعمیم‌یافته بین یک مقوله و مفاهیم آن و بین مقوله‌های معین است (همان). در کدگذاری محوری، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد، یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرایندی که در حال بررسی آن است قرار داده (به‌عنوان پدیده مرکزی) و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌های دیگر عبارت‌اند از: «شرایط علی»، «راهبردها»، «شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر» و «پیامدها». این مرحله شامل ترسیم یک نمودار است که «الگوی کدگذاری» نامیده می‌شود. در این الگو، شش جعبه (یا مقوله) از اطلاعات وجود دارد:

- شرایط علی: مقوله‌هایی مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند،
- زمینه: شرایط خاصی که بر راهبردها اثر می‌گذارند؛
- مقوله محوری: یک صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرایند است؛
- شرایط مداخله‌گر: شرایط زمینه‌ای عمومی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند؛
- راهبردها: کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی که از پدیده محوری منتج می‌شود؛
- پیامدها: خروجی‌های حاصل از استخدام راهبردها.

در مرحله کدگذاری محوری، توضیح و بیان منطقی مقوله‌ها امری حیاتی است. این کار از طریق خط داستان صورت می‌گیرد. خط داستان عبارت است از توضیح مفصل و جزءبه‌جزء

مدیریت و انجام کارآفرینی محسوب شود. سومین عامل تأثیرگذار که در حوزه سازمانی و شرایط علی می‌تواند تأثیرگذار باشد محصول و خدمات است. در این بین تنوع و جذابیت در ارائه خدمات سلامت محور، رضایت مشتری، منحصر به فرد بودن خدمات سلامت و درمان، وجود بیمارستان‌ها و مراکز درمانی - اقامتی و سلامت با وجهه بین‌المللی، کوتاه‌بودن لیست انتظار برای دریافت خدمات، حضور کارآفرینان سلامت محور با مدرک بین‌المللی، وجود طب جایگزین جهت درمان بیماری‌های صعب‌العلاج، فراگیر شدن زبان‌های عربی و انگلیسی به جای فارسی در زمینه ارائه خدمات، پیاده‌سازی متدهای جدید سلامت و درمان و وجود زیرساخت‌های قوی در حوزه گردشگری سلامت از کدهای تأثیرگذار شناخته شده‌اند.

• تحلیل شرایط مداخله‌گر و اثرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد

در مقوله شرایط مداخله‌گر دو مؤلفه عوامل تسهیل کننده و

سوق‌الجیشی و شرایط خاص منطقه‌ای و جغرافیایی آن است که عوامل مهمی همچون بزرگ‌ترین شهر شمال شرق در کشور بودن، وجود بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) تعامل منطقه‌ای و راهبردی، موقعیت شبکه حمل‌ونقلی (که بعد از تهران بیشترین ترانزیت سفر را داراست) و فاصله و موقعیت جغرافیایی آن در مرزهای شرقی و کشوری که در این محور قرار گرفته‌اند نقش مهمی را در سطح محیطی و کلان گردشگری سلامت مشهد ایفا می‌کنند.

عوامل مالی و مادی و نحوه سرمایه‌گذاری و قیمت‌گذاری دومین عامل مؤثری است که روند کارآفرینی شهر مشهد را در حوزه گردشگری سلامت تحت تأثیر قرار داده است (جدول ۲). در این زمینه ایجاد نهادهای مالی و واسطه‌ای در زمینه گردشگری که به‌عنوان کاتالیزور می‌تواند در شرایط بحرانی زمینه‌ساز شوند و همچنین وجود بیمه‌های درمانی و تسهیلات و کمک‌های مالی در زمینه گردشگری سلامت می‌تواند یکی از عوامل سازمانی مهم و تأثیرگذار بر نحوه

جدول ۲. عوامل علی اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
شرایط علی	علل محیطی	موقعیت سوق‌الجیشی برای جذب گردشگر	- شرایط ملی و بین‌المللی شهر مشهد با توجه به جایگاه بارگاه ملکوتی حضرت رضا (ع)
			- تعامل منطقه‌ای شهر مشهد با کشورهای پیرامون به خصوص در بازارچه‌های مرزی در کشورهای هدف منطقه (افغانستان، پاکستان، ترکمنستان و ...)
شرایط علی	علل سازمانی	تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و کاهش بهای تمام‌شده	- برخورداری از جایگاه شبکه حمل‌ونقلی مناسب (دومین شهر ترانزیتی مسافر در ایران)
			- موقعیت مکانی مناسب و فاصله جغرافیایی مطلوب با سایر کشورهای هدف (۳۱۶ کیلومتر با هرات، ۲۲۰ کیلومتر تا عشق‌آباد)
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- ایجاد واحدها و نهادهای واسطه مالی در زمینه گردشگری سلامت
			- وجود بیمه‌های درمانی برای گردشگران سلامت در کشورهای هدف خاص
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- ایجاد تسهیلات و کمک‌های مالی در زمینه رونق گردشگری سلامت
			- به‌کارگیری زبان‌های انگلیسی و عربی به جای فارسی در زمینه ارائه خدمات
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- پیاده‌سازی روش‌های جدید سلامت و درمان با استانداردهای روز دنیا
			- جذب و به‌کارگیری کارآفرینان سلامت محور با مدرک بین‌المللی از سایر کشورهای هدف
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- کوتاه‌کردن لیست و زمان انتظار برای دریافت خدمات گردشگران سلامت
			- راه‌اندازی هتل‌ها و اقامتگاه‌های سلامت با وجهه بین‌المللی
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- ارائه خدمات انحصاری درمان و سلامت
			- اجرای برنامه‌هایی در جهت ارتقای رضایت گردشگران سلامت محور
مقوله	مؤلفه	محصول و خدمت	- تنوع در محصول و جذابیت در ارائه خدمت
			- ایجاد زیرساخت‌های قوی بین‌المللی در زمینه ارائه خدمات حوزه گردشگری سلامت

بازدارنده بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد دخیل بوده‌اند (جدول ۳). عوامل تسهیلگر همان عواملی هستند که در اجرای راهبردها می‌توانند نقش اساسی داشته باشند. بنا به مصاحبه انجام‌شده، سیاست‌گذاری و سیاسی‌کاری دو عامل مؤثر هستند که راهبردهای کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر مشهد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. مهم‌ترین کدهای شناخته‌شده در سیاست‌گذاری، تدوین استراتژی‌های مناسب با ظرفیت گردشگری سلامت شهر مشهد، حمایت از ورود بخش خصوصی در گردشگری سلامت، ارتباطات دیپلماتیک و رایزنی‌های مختلف داخلی و خارجی هستند که می‌توانند سیاست‌های عمده تسهیلگر در زمینه عوامل مداخله‌گر شناخته شوند.

در همین زمینه نیز لازم است تا عوامل مداخله‌گر بازدارنده از راهبرد نیز معرفی شوند. به نظر مصاحبه‌شوندگان گردشگری سلامت محور شهر مشهد در زمینه کارآفرینی با عامل سیاسی‌کاری روبه‌روست که از مهم‌ترین آن‌ها تحریم‌هایی است که در سطح کلان و خرد کشور و همچنین در زمینه گردشگری و سلامت روی داده است، عدم ثبات سیاسی در کشور که معمولاً با تغییر مسئولان ملی (انتخابات ریاست جمهوری) و محلی (انتخابات شورای شهر) به کلی سیاست‌های گردشگری نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ نوسانات نرخ ارز که خود موجب بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران و گردشگران سلامت محور می‌شود، این در حالی است که استان خراسان رضوی به دلیل قرارداشتن در پهنه شرقی کشور و به خصوص هم‌جواری با کشورافغانستان کانون اولیه مهاجران آن کشور بوده که همین عامل تا حدودی امنیت این شهر را تحت تأثیر قرار داده است؛ تمامی این عوامل می‌توانند بازار اشتغال و کارآفرینی گردشگری سلامت شهر مشهد را تحت تأثیر منفی قرار دهند.

در زمینه محدودیت‌ها نیز به زعم مصاحبه‌شوندگان موانع قانونی می‌توانند شرایط مداخله‌ای را تحت تأثیر قرار دهند. از مهم‌ترین نشانه‌های این امر می‌توان به بوروکراسی پیچیده اداری، ناکارآمدی و قدیمی بودن قوانین و عدم ساختار قانونی هماهنگ اشاره کرد.

• تحلیل پدیده اصلی و اثرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد

پدیده اصلی یا محوری در زمینه کارآفرینی گردشگری شهر مشهد در دو بعد عوامل حساسیت راهبردی و سیال تقسیم‌بندی شده‌اند که مؤلفه سیال بودن خود دارای دو شاخص ذهنیت و جمعیت و مؤلفه حساسیت راهبردی به شاخص توسعه پایدار گردشگری تقسیم‌بندی شده است.

هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده نیز خود دارای متغیرها و شواهدی است که جزئیات آنها در جدول ۵ آمده است: مؤلفه سیال بودن و حساسیت راهبردی که هر دو جزئی از

جدول ۳. عوامل مداخله‌گر اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

جدول ۳. عوامل مداخله‌گر اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

جدول ۳. عوامل مداخله‌گر اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
شرایط مداخله‌گر	عوامل تسهیل‌کننده	سیاست‌گذاری	- تدوین استراتژی مناسب با گردشگری سلامت
			- حمایت از ورود بخش خصوصی به گردشگری سلامت محور
			- ارتباط دیپلماتیک
عوامل بازدارنده	سیاسی‌کاری	سیاسی‌کاری	- تحریم
			- عدم ثبات سیاسی
			- نوسانات نرخ ارز
			- عدم امنیت

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
عوامل تشویق‌کننده	عوامل تشویق‌کننده	آموزش	- حمایت از پژوهش‌های بین‌رشته‌ای با تأکید بر گردشگری سلامت نوین - آموزش تخصصی و کاربردی فعالان حوزه گردشگری سلامت - ارتقای آگاهی عمومی از ظرفیت‌های گردشگری سلامت - راه‌اندازی دانشگاه، دانشکده، انستیتوی مجازی با رویکرد گردشگری کارآفرین سلامت‌محور
			تبادل و به‌اشتراک‌گذاشتن دانش در حوزه گردشگری سلامت
شرایط زمینه‌ای	هماهنگی و همکاری ذینفعان سازمانی	آموزش	- مدیریت هماهنگ با مشاغل گردشگری سلامت (اقامتی، درمانی، حمل‌ونقلی و ...) - یکپارچه‌سازی گردشگری سلامت‌محور - اعمال مدیریت یکپارچه هماهنگ در گردشگری سلامت‌محور با تمامی ذینفعان و صاحب‌نفوذان - حمایت نهادهای کلان از گردشگری سلامت‌محور - عدم ساختار قانونی و هماهنگ در زمینه گردشگری سلامت‌محور - ناکارآمدی یا قوانین منسوخ و قدیمی در زمینه کارآفرینی و گردشگری سلامت
			عوامل محدودکننده
عوامل محدودکننده	عوامل محدودکننده	موانع قانونی	- بروکراسی پیچیده اداری در زمینه محورهای کار و کارآفرینی گردشگری سلامت‌محور

در داخل، برگزاری دوره آموزشی، تبلیغ گردشگری سلامت و فرهنگ کار در این حوزه در تیزرهای تبلیغاتی تلویزیون داخلی و خارجی، توسعه موزه‌ها و پارک‌های مرتبط با گردشگری سلامت و شرکت در اجلاس‌های مطرح اشاره کرد.

مدیریت حمل‌ونقل نقش بسیار اساسی در حوزه گردشگری سلامت ایفا می‌کند. از یک‌سو حیات اشتغال بسیاری از شرکت‌ها و تورهای هوایی، زمینی و دریایی وابسته به این صنعت است و کوچک‌ترین تحولاتی می‌تواند پایداری شغل آنان را تحت تأثیر قرار دهد و از سوی دیگر گردشگران از بدو سفر در مقصد با این پدیده در ارتباط هستند و هرگونه نقطه قوت یا ضعفی می‌تواند بر کل روند اشتغال و کارآفرینی کارآفرینان این حوزه اثرگذار باشد. از مهم‌ترین شاهد این بخش می‌تواند به اتخاذ تدابیری در زمینه نوسازی ناوگان حمل‌ونقلی، متنوع ساختن نرخ خدمات حمل‌ونقلی و ارتقای رقابت‌پذیری صنعت حمل‌ونقلی در مقابل مدهای رقیب و همچنین طبقه‌بندی فرودگاه‌های کشور بر اساس میزان تقاضا باشد.

استانداردسازی خدمات نیز یکی دیگر از شاخص‌های برون‌سازمانی در راهبردهای حمل‌ونقلی محسوب می‌شود این شاخص خود دارای شواهدی همچون استانداردسازی خدمات و فعالیت‌ها، استقرار ضوابط کیفی و ایزو در شرکت‌ها و نهادهای وابسته به گردشگری و ارسال گزارش‌های کمی و کیفی به مراجع و کسب استانداردهای بین‌المللی فعالیت در حیطه

پدیده‌های محوری محسوب می‌شوند، دارای سه شاخص ذهنیت، جمعیت و حساسیت راهبردی هستند. این شاخص‌ها نیز تحت تأثیر شواهد و متغیرهایی همچون بینش گردشگر از خدمات و محصول، برآوردن نیاز، جمعیت سالخورده، روند رشد جمعیت، پایدارسازی منابع طبیعی، بهره‌برداری پایدار از ظرفیت‌ها و حفظ تعادل اکولوژیکی هستند که هر یک به نحوی قادرند تا روند توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر مشهد را دگرگون سازند.

• تحلیل راهبرد اثرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد

راهبردها گام مهمی برای پیاده‌سازی مدل و اقدامات محسوب می‌شوند و تمام عوامل زمینه‌ای مداخله‌گر در واقع به این مقوله ختم می‌شوند. این جنبه بیشتر از منظر پیاده‌سازی مطلوب و مهم است. مصاحبه‌شوندگان دو عامل اصلی اقدامات درون‌سازمانی و اقدامات برون‌سازمانی را اولین گام برای پیاده‌سازی راهبرد گردشگری بر شمرده‌اند (جدول ۵). از منظر آنان شاخص‌هایی همچون ترویج و تبلیغ فرهنگ کار و کارآفرینی سلامت‌محور در گردشگری و مدیریت حمل‌ونقل گردشگری مهم‌ترین عوامل برون‌سازمانی و استانداردسازی فعالیت‌ها و خدمات مهم‌ترین گام در پیاده‌سازی اقدامات درون‌سازمانی هست (جدول ۶).

در زمینه شاخص ترویج فرهنگ کار و کارآفرینی می‌توان به شواهدی همچون حمایت از صنایع وابسته به گردشگری سلامت

جدول ۵. عوامل اصلی اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
پدیده اصلی	سیال بودن	ذهنیت	- ذهنیت و بینش گردشگری به عوامل، خدمات و محصول گردشگری سلامت در مقصد
		جمعیت	- برآوردن نیاز گردشگر سلامت از سفر خود شهر مقصد - وجود جمعیت سالخورده در کشور - روند رشد جمعیت
	حساسیت راهبردی	توسعه پایدار گردشگری سلامت	- پایدارسازی منابع طبیعی در گردشگری سلامت - بهره‌برداری پایدار از منابع و ظرفیت‌های محیطی-محلی - حفظ تعادل اکولوژیکی منطقه

جدول ۶. عوامل راهبردی اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت محور. مأخذ: نگارندگان.

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
راهبرد	اقدامات برون‌سازمانی	تبلیغ فرهنگی، ترویج و توسعه فضای کار و کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت	- حمایت از صنایع وابسته در حوزه گردشگری سلامت - برگزاری دوره‌های گردشگری سلامت محور
	مدیریت حمل‌ونقل گردشگری با رویکرد سلامت محور		- حضور کارآفرینان موفق در حوزه گردشگری سلامت در رسانه‌های بین‌المللی، ملی و محلی - ترویج فرهنگ کارآفرینی با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و مطبوعاتی کشور - توسعه محورها و پارک‌های موضوعی-موضوعی با حوزه سلامت - برگزاری و شرکت در کنفرانس‌های علمی و بین‌المللی معتبر - نوسازی ناوگان حمل‌ونقل برون و درون شهری - ایجاد رقابت در صنعت حمل‌ونقل زمینی و هوایی - متنوع‌سازی نرخ‌های خدمات حمل‌ونقل - طبقه‌بندی مسیرها-فرودگاه‌ها-ایستگاه‌ها و ... متناسب با حجم خدمت، تقاضا و ... - استانداردسازی تجهیزات حمل و نقلی
	اقدامات درون‌سازمانی	استانداردسازی فعالیت و خدمت	- استقرار ضوابط ایزو و پیاده‌سازی استانداردهای به‌روز در حوزه گردشگری سلامت - استقرار متخصصان فنی در کلیه واحدها و حوزه‌های وابسته به گردشگری سلامت محور - اخذ استانداردهای بین‌المللی در حوزه درمان

باشد می‌توان شاهد پیامدها و نتایج خاص از کار بود. در این زمینه مصاحبه‌شوندگان معتقد بوده‌اند که با شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در گردشگری شهر مشهد می‌توان شاهد تحولاتی در سطح کلان و خرد بود (جدول ۷).
شواهد به‌دست‌آمده (جدول ۷) از تحلیل شاخص‌های

گردشگری که منجر به ارتقای اشتغال و بهبود کیفیت کار می‌شود اشاره کرد.

• تحلیل پیامدهای اثرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه گردشگری سلامت شهر مشهد

در این بخش در صورتی که مدل بنیادی به‌درستی تدوین شده

عوامل محیطی کمترین تأثیر را دارا بوده‌اند. عوامل سیال بودن و تشویق‌کننده نیز تأثیر متوسطی را در برداشته‌اند.

• اولویت‌بندی شاخص‌ها

جدول ۱۰ به اولویت‌بندی شاخص‌ها پرداخته است و ضریب کا به دست آمده برابر با ۵۶/۲۳۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ بوده است که این میزان سطح آماری با اطمینان ۹۵ درصد در بازه قابل قبولی قرار گرفته است. برای سنجش این اولویت از **جدول ۱۱** اولویت‌بندی فریدمن استفاده شده است.

طبق **جدول ۱۱** اولویت‌بندی شاخص‌ها نیز نشان داد که شاخص محصول و خدمت، سیاست‌گذاری، موانع قانونی، هماهنگی و همکاری دینفغان، توسعه پایدار گردشگری، جمعیت و تبلیغ و ترویج فرهنگ کار بر نتایج کلان (اشتغال) کارآفرینی گردشگری تأثیرگذار خواهند بود و شاخص‌هایی همچون موقعیت سوق‌الجیشی برای جذب گردشگر، تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و کاهش قیمت تمام‌شده و آموزش نیز بر روند توسعه کارآفرینی خرد (رفاه اقتصادی جامعه محلی) تأثیرگذارند.

نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد بود. در این مقاله با استفاده از ابزارهای کمی و کیفی به دو سؤال عمده تحقیق پاسخ داده شده است. مهم‌ترین ابزار برای جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه با ۲۰۴ نفر از کارآفرینان در حوزه خدمات درمان به شهر مشهد در سال ۱۴۰۰ بود.

سؤال ابتدایی تحقیق در جهت سنجش مؤلفه‌های تأثیرگذار بر روند کارآفرینی گردشگری سلامت است با استفاده از مصاحبه و تحلیل متن مکس کیودا به دست آمد که در نهایت تمامی

اشتغال‌زایی و رفاه‌محوری گویای تأثیرگذاری عواملی همچون پیشرفت گروه‌های اقتصادی هدف، کارآفرینی پایدار، بهبود اشتغال، جذب تعداد بیشتر گردشگر سلامت، مونتاژ فناوری‌های جدید و رفاه اقتصادی جوامع محلی در حوزه کارآفرینی سلامت‌محور گردشگری شهر مشهد بوده است.

در زمینه تأثیر عوامل خرد نیز می‌توان شاهد رفاه اقتصاد محلی در میراث فرهنگی استان خراسان رضوی بود، چراکه هر قدر میراث فرهنگی از رفاه اقتصادی بیشتری برخوردار باشد شغل‌های جدید به وجود می‌آید و موقعیت فعلی تمامی کارآفرینان در حوزه اشتغال گردشگری سلامت‌محور، از پزشک و پرستار گرفته تا رانندگان ناوگان حمل‌ونقلی صاحبان هتل‌ها و ... تقویت می‌شود.

• اولویت‌بندی بر اساس نظر کارآفرینان

برای تعیین اولویت از آزمون فریدمن استفاده شده است که در واقع نتایج نهایی پرسش‌نامه توزیع شده در بین کارآفرینان است (**جدول ۸-۱۱**).

جدول ۸ با تحلیل نتایج ۲۰۴ پرسش‌نامه نشان می‌دهد میزان تأثیرگذاری مؤلفه‌ها بر وضعیت کارآفرینی گردشگری سلامت در نمره بین ۱ تا ۵ قرار گرفته است. ضریب کای به دست آمده برابر با ۴۵/۵۶۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۱ بوده است که این میزان سطح آماری با اطمینان ۹۵ درصد در بازه قابل قبولی قرار گرفته است. برای سنجش این اولویت از **جدول ۹** اولویت‌بندی فریدمن استفاده شده است.

طبق **جدول ۹** اولویت‌بندی مؤلفه‌ها نیز نشان داد که عوامل سازمانی، راهبردی و برون‌سازمانی سه مؤلفه مهم و اثرگذار بر وضعیت کارآفرینی گردشگری خواهند بود. این در حالی است که مؤلفه‌های عوامل تسهیل‌کننده، عوامل محدودکننده و

جدول ۷. عوامل پیامدی اثرگذار بر کارآفرینی گردشگری سلامت‌محور. مأخذ: نگارندگان.

مقوله	مؤلفه	شاخص	شاهد
پیامد	نتایج در سطح کلان	اشتغال‌زایی	- پیشرفت اقتصادی در گروه‌های هدف - ایجاد اشتغال و کارآفرینی - جذب تعداد بیشتر گردشگر
	نتایج در سطح خرد	رفاه‌محوری	- مونتاژ فناوری‌های جدید - رفاه اقتصاد جوامع محلی

جدول ۸. بررسی ضریب آماری فریدمن (اولویت‌بندی مؤلفه‌ها). مأخذ: نگارندگان.

ضریب آماری	تعداد	ضریب کا	میزان معناداری
۲۰۴			
۴۵/۵۶۲			
۰/۰۰۱			

جدول ۹. نتایج نهایی اولویت‌بندی مؤلفه‌ها در پرسش‌نامه توزیع شده میان کارآفرینان. مأخذ: نگارندگان.

نوع شاخص	میانگین تأثیر در نتایج کلان (اشتغال)	میانگین تأثیر در نتایج خرد (رفاه اقتصاد محلی)	اولویت
علل محیطی	۱۴/۶۳	۱۸/۶۴	ششم
علل سازمانی	۱۲/۰۳	۲۱/۸	اول
عوامل تسهیل‌کننده	۸/۱۶	۱۴/۳	هشتم
عوامل محدودکننده	۱۸/۴	۱۶/۷	هفتم
عوامل تشویق‌کننده	۱۸/۹	۱۸/۷	پنجم
حسیاست راهبردی	۱۶/۹	۲۱/۲	دوم
سیال‌بودن	۱۹/۴	۱۸/۳	چهارم
اقدامات برون سازمانی	۲۰/۴	۱۷/۶۹	سوم

جدول ۱۰. بررسی ضریب آماری فریدمن (اولویت‌بندی شاخص‌ها). مأخذ: نگارندگان.

ضریب آماری	
تعداد	۲۰۴
ضریب کا	۵۶/۲۳۴
میزان معناداری	۰/۰۰۰

جدول ۱۱. نتایج نهایی اولویت‌بندی شاخص‌ها در پرسش‌نامه توزیع شده میان کارآفرینان. مأخذ: نگارندگان.

نوع شاخص	میانگین تأثیر در نتایج کلان (اشتغال)	میانگین تأثیر در نتایج خرد (رفاه اقتصاد محلی)	اولویت
موقعیت سوق‌الجیشی برای جذب گردشگر	۱۴/۶۳	۱۸/۶۴	پنجم
محصول و خدمت	۱۵/۱۸	۱۴/۸	یازدهم
تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و کاهش قیمت تمام‌شده	۱۶/۵	۱۸/۳	هفتم
سیاست‌گذاری	۱۶/۸	۱۴/۳	دهم
موانع قانونی	۱۸/۴	۱۴/۷	ششم
آموزش	۱۷/۲	۱۹/۸	سوم
هماهنگی و همکاری ذینفعان	۱۷/۴	۱۷	هشتم
توسعه پایدار گردشگری	۱۶/۹	۲۱/۲	نهم
جمعیت	۱۹/۴	۱۸/۳	چهارم
مدیریت حمل‌ونقل گردشگری	۲۰/۲	۲۳/۳	دوم
تبلیغ و ترویج فرهنگ کار	۲۶/۱	۲۰/۱۸	اول

مقوله‌های اصلی تحت تأثیر این عوامل شناخته می‌شوند و این عوامل می‌توانند مفاهیم و شاخص‌های متفاوتی را خلق کنند. در مجموع از بین این ۱۲ مؤلفه ۱۶ شاخص اصلی به دست آمده است؛ شاخص موقعیت سوق‌الجیشی برای جذب گردشگر، محصول و خدمت، تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و کاهش قیمت

عوامل در قالب ۶ مقوله، ۱۲ مؤلفه، ۱۶ شاخص و ۶۶ کد شناسایی شد.

مهم‌ترین مؤلفه‌ها عبارت‌اند از علل محیطی، سازمانی، تسهیل‌کننده، بازدارنده، محدودکننده، تشویق‌کننده، راهبردی، سیال، برون‌سازمانی، درون‌سازمانی، نتایج کلان و خرد. در واقع

بیشتری برخوردار بوده‌اند که برای سنجش این اولویت از جدول اولویت‌بندی فریدمن استفاده شده است. بررسی و اولویت‌بندی مؤلفه‌ها از منظر کارشناسان نشان می‌دهد که مؤلفه‌ها بیشترین تأثیر را بر حوزه اشتغال و کارآفرینی داشته‌اند و حوزه رفاه اقتصاد محلی کمتر تأثیری از عوامل مداخله‌گر می‌پذیرد. در واقع تأثیر مؤلفه‌های محیطی و راهبردی بیشتر بر وضعیت اقتصاد محلی تأثیرگذار خواهد بود و علل سازمانی، تسهیل‌کننده، محدودکننده، تشویق‌کننده، سیال و اقدامات برون‌سازمانی بر وضعیت رفاه اقتصاد محلی گردشگری اثرگذار خواهند بود.

اولویت‌بندی مؤلفه‌ها نیز نشان داد که عوامل سازمانی، راهبردی و برون‌سازمانی سه مؤلفه مهم و اثرگذار بر وضعیت کارآفرینی گردشگری خواهند بود. این در حالی است که مؤلفه‌های عوامل تسهیل‌کننده، عوامل محدودکننده و عوامل محیطی کمترین تأثیر را دارا بوده‌اند.

نتایج این تحقیق با مقاله «اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری سلامت ایران در افق ۱۴۱۴ با رویکرد مدل‌سازی ساختار تفسیری» قرابت مفهومی و معنایی دارد (پلویی، فضلی، درویشی سه‌تانی، بیات و قادری، ۱۳۹۸).

پیشنهادها

با توجه به اینکه شاخص‌هایی همچون موقعیت سوق‌الجیشی شهر مشهد، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری مدیریت حمل‌ونقل گردشگری و آموزش شاخص‌هایی هستند که با رفاه اقتصادی در جوامع محلی بیشترین اثرگذاری و همخوانی را دارا هستند، توصیه می‌شود تفاهم‌نامه‌ای بین وزارت گردشگری و وزارت راه و شهرسازی و وزارت کشور در زمینه توسعه و ساماندهی وسایل حمل‌ونقل گردشگری درون و برون شهری اجرا شود. زیرا به علت فرسودگی ناوگان و عدم اعتبارات مالی و سرمایه‌گذاری در این بخش کیفیت ناوگان از وضعیت استاندارد برخوردار نیست و بنا به نظر بسیاری از متخصصان، بسیاری از گردشگران به دلیل ترس از همین ناوگان تمایلی به گردشگری سلامت در کشور ایران و شهر مشهد ندارند. با توجه به نتایج به دست آمده در این تحقیق توصیه می‌شود توافق‌نامه‌ای بین وزارت گردشگری و سازمان صداوسیما منعقد شود تا علاوه بر پخش مستندها و برنامه‌هایی در این زمینه تبلیغاتی به صورت رایگان و یا نیم‌بها از کسب‌وکارهای این حوزه از شبکه‌های ملی و استانی پخش شود. از طرف دیگر می‌توان تارنماهایی ایجاد کرد و یا بزرگداشت‌هایی برای کارآفرینان برتر این حوزه ترتیب داد.

تمام‌شده، سیاست‌گذاری، سیاسی‌کاری، موانع قانونی، آموزش، هماهنگی و همکاری ذینفعان، توسعه پایدار گردشگری سلامت، جمعیت، ذهنیت، مدیریت حمل‌ونقل گردشگری، تبلیغ و ترویج فرهنگ کار و کارآفرینی سلامت‌محور، استانداردسازی فعالیت و خدمات، کارآفرینی و اشتغال و رفاه اقتصاد محلی را شامل شده است. در واقع کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر مشهد تحت تأثیر این شاخص‌ها قرار دارد و این شاخص‌ها بر روند کارآفرینی سلامت‌محور تأثیرگذار هستند.

نتایج این تحقیق با مطالعه ثانوی ثانوی گروسیان، میرابی، کردلویی و حسن‌پور (۱۳۹۸) همخوانی دارد، نتایج این تحقیق نشان داد که ۱۳ عامل قیمت و هزینه‌ها، برنامه‌ریزی مدون و اجرایی، کیفیت فنی و اجرایی خدمات درمانی، سیستم اطلاعاتی، فرایند پذیرش و نوبت‌دهی، وفاداری مشتری، پایداری و تداوم، قوانین و مقررات، حضور در سطح بین‌الملل، برند پزشک، خدمات اقامتی، مکان جغرافیایی، برند مرکز درمانی، سرعت ارائه خدمات به ترتیب بیشترین تا کمترین اهمیت را در جذب گردشگر سلامت در شهرستان مشهد دارند.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود تمامی عوامل مطرح‌شده در این پژوهش در زمینه شاخص‌هایی همچون قیمت، کیفیت فنی، مشتری، پایداری، قوانین، برند، پزشک، اقامت، مکان جغرافیایی و سرعت ارائه خدمات با پژوهش ثانوی گروسیان، میرابی و همکاران (۱۳۹۸) همخوانی دارد و در زمینه شناسایی عوامل کاملاً همسوست. یافته‌های مطالعات متعدد نشان می‌دهد که به دلیل رقابت شدید در عرصه جهانی در ارائه خدمات در سطح بین‌المللی کشور باید ظرفیت‌های گردشگری خود را بشناسد و متناسب با این ظرفیت‌ها برنامه‌ریزی کند؛ بنابراین گردشگری سلامت باید به دنبال راه‌هایی برای ارزیابی کیفیت خدمات و ارتقای آن‌ها باشد. دقت ابعاد مختلف و شناسایی این عوامل می‌تواند بسیاری از مشکلات احتمالی را برطرف سازد.

برای پاسخگویی به سؤال دوم تحقیق نیز از آزمون کمی اولویت‌بندی فریدمن استفاده شد. این آزمون در جهت اولویت‌بندی مؤلفه‌ها بیشترین کارایی را در نرم‌افزار آماری SPSS دارد. داده‌های این مرحله از توزیع پرسش‌نامه‌ها در گروه هدف متخصصان به دست آمده است.

مقایسه میانگین رتبه‌ها برابر با ۴۵،۵۶۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۱ بوده است و می‌توان گفت که مؤلفه‌های تأثیرگذار بر وضعیت کارآفرینی سلامت‌محور در حوزه گردشگری تأثیر یکسانی نداشته‌اند، بلکه بعضی از مؤلفه‌ها از درجه اهمیت

پی‌نوشت

۳. Strauss & Corbin
۴. Glaser
۵. Charmaz

۱. Glaser & Strauss
۲. Grounded

فهرست منابع

- event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism management*, (55), 160-172.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., et al. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of Management Review*, (9), 354-359.
 - Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C. & Spector, S. (2019). Postdisaster social capital, adaptive resilience and business performance of tourism organizations in Christchurch, New Zealand. *Travel Research*, 58(7), 1209-1226.
 - *Health at a Glance: Europe 2020: State of Health in the EU Cycle*. (2020). Belgium: OECD Publishing.
 - Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. Chicago: The University of Chicago.
 - Lee, C. (2016). Medical Tourism, an Innovative Opportunity for Entrepreneurs. *Asia Entrepreneurship and Sustainability*, (3), 117-121.
 - Busenitz, L. W., Plummer, L. A., Klotz, A. C., Shahzad, A. & Rhoads, K. (2014). Entrepreneurship research (1985-2009) and the emergence of opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(5), 1-20.
 - Moghimehfar, F. & Nasr-Esfahani, M. H. (2011). Decisive factors in medical tourism destination choice: A case study of Isfahan, Iran and fertility treatments. *Tourism Management*, (32), 1431-1434.
 - Ram, M. & Barrett, G. (2020). Ethnicity and enterprise. In S. Carter & D. JonesEvans (Eds.), *Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy*. Harlow: Pearson Education.
 - Tourism Research and Marketing (TRAM). (2008). *Volunteer Tourism: a global analysis*. Arnhem: ATLAS.
 - Tsvetkov, T. (2018). Health Tourism in the EU: Facts and Figures. Retrieved from <https://pro.regiondo.com/health-tourism-eu/>
 - World Tourism Organization. (2019). *Draft Manual of a Satellite Account for Tourism*. Retrieved from statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/parti.pdf.
 - پلویی، کیوان؛ فضل‌ی، صفر؛ درویشی سه‌تلائی، فرهاد؛ بیات، روح‌الله و قادری، اسماعیل. (۱۳۹۸) اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری سلامت ایران در افق ۱۴۱۴ با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. گردشگری و توسعه، ۳(۸)، ۱-۲۹.
 - ثانوی گروسبیان، وحید؛ میرابی، وحیدرضا؛ کردلویی، حمیدرضا و حسن‌پور، اسماعیل. (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بازاریابی خدمات در حوزه توریسم سلامت شهر مشهد با استفاده از تکنیک تاپسیس فازی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴(۱۵)، ۲۴۹-۲۶۹.
 - دانایی‌فرد، حسن و امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. *اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)*، ۱(۲)، ۶۹-۷۹.
 - رحمانی، حجت؛ عرب، محمد؛ سعیدیپور؛ جلال؛ رجبی واسوکلانی، قاسم و میرزایی، هیوا. (۱۳۹۹). بازار گردشگری سلامت ایران در پاندمی کرونا و بعد از آن: نامه به سردبیر. *راهبردهای مدیریت در نظام سلامت*، ۵(۳)، ۱۶۵-۱۶۸.
 - رفیعی دارانی، هادی و براتی، جواد. (۱۳۹۳). نقش صنعت گردشگری در ایجاد اشتغال در استان خراسان رضوی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۸(۲۵)، ۱۳۴-۱۳۹.
 - رفیعی، فاطمه و غمخوار، سعید. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت گردشگری سلامت در کلان‌شهر مشهد. در اولین کنفرانس ملی تحول و نوآوری سازمانی با رویکرد اقتصاد مقاومتی. ایران، مشهد.
 - سعیدبخش، سعید؛ کاظمی، علی؛ نعمت‌بخش، محمد و رنجبریان، بهرام. (۱۳۹۹). طراحی مدل بازاریابی گردشگری پزشکی جمهوری اسلامی با رویکرد سیستم‌های پیشنهاددهنده. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۱۰(۲)، ۱۰۵-۱۲۸.
 - ملکی، سعید و توانگر، معصومه. (۱۳۹۸). بررسی و تحلیل چالش‌های گردشگری سلامت مشهد از منظر بیماران خارجی. *جغرافیا و توسعه فضای شهری*، ۲(۲)، ۱۵۳-۱۶۵.
 - Brown, G., Smith, A. & Assaker, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment,

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

مجتبیایی، صدیقه؛ پیش‌بین، حسنعلی و خوشاب، علی. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در شهر مشهد. *گردشگری فرهنگ*، ۳(۸)، ۵-۱۸.

DOI: 10.22034/TOC.2022.322526.1063

URL: http://www.toc-sj.com/article_147237.html

