



## Identification and Prioritization of Factors Affecting Health Tourism Entrepreneurship Development (Case Study: Yazd City)

Fatemeh Azizi<sup>1</sup> | Faezeh Asadian Ardakani<sup>2✉</sup>

1. Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran.

E-mail: azizi.fatemeh@yazd.ac.ir

2. Corresponding Author, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: faezehasadian@yazd.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p><b>Article type:</b> Research Article</p> <p><b>Article history:</b> Received: 05. 08. 2024 Revised: 01. 02. 2025 Accepted: 02. 02. 2025</p> <p><b>Keywords:</b> Entrepreneurial Opportunities, Health-Oriented Tourism, Fuzzy Delphi, Health Entrepreneurship.</p>	<p><b>Introduction:</b> In light of increasing global competition and rapid transformations in the healthcare industry, health tourism has emerged as a dynamic market with significant economic potential. This field not only generates substantial value and wealth for entrepreneurs but also offers extensive opportunities for innovation and entrepreneurial activity. This study aims to identify and prioritize the key factors influencing the development of entrepreneurship in health tourism, using Yazd, Iran -a major hub for this industry- as a case study. With its robust medical infrastructure, unique historical and cultural attractions, and natural assets, Yazd possesses considerable potential to become a leading health tourism destination. This research analyzes these factors to propose strategies for strengthening entrepreneurship and promoting sustainable development in the sector.</p> <p><b>Methodology:</b> This research employed a mixed-methods (qualitative-quantitative) approach. First, factors affecting health tourism entrepreneurship development were identified through a literature review and refined using the fuzzy Delphi method. These factors were then prioritized using the WASPAS technique. The study's statistical population consisted of health tourism experts, from whom data were collected from 10 participants via purposive sampling. The primary data collection tool was a questionnaire, the content validity of which was confirmed through expert consultation. To ensure reliability, the questionnaire was designed with simple, clear, and unambiguous questions.</p> <p><b>Findings:</b> The fuzzy Delphi analysis led to the exclusion of two factors: "entrepreneurial culture at the destination" and "provision of alternative and innovative treatments". Consequently, eighteen key factors were confirmed. The WASPAS prioritization for Yazd city revealed the following as the most significant factors, in descending order of importance: Cultural and historical attractions, Provision of lower-cost services, Private sector participation, Competitive pricing, Destination reputation in health tourism, Profitability of health tourism activities, Special services for tourist transportation, Effective entrepreneurship training, Short waiting times for health services, Provision of professional health services, Preparation of a list of available medical services, Marketing and advertising activities, Investment in facilities for health tourists, Health tourism insurance, Collaboration with travel agencies and tour operators, Training and empowerment of employees, Establishment of associations and advisory groups, and Government support.</p> <p><b>Conclusion / Implications:</b> The findings underscore that cultural-historical attractions and the provision of low-cost services are paramount for developing health tourism entrepreneurship in Yazd. Capitalizing on these factors requires comprehensive planning, the optimal use of local capabilities, and effective cross-sectoral cooperation. Furthermore, active private sector involvement, enhanced medical infrastructure, and competitive pricing are essential measures for accelerating progress toward establishing Yazd as a premier health tourism destination.</p>
<p><b>Cite this article:</b></p>	<p>Azizi, F., &amp; Asadian Ardakani, F. (2025). Identification and Prioritization of Factors Affecting Health Tourism Entrepreneurship Development (Case Study: Yazd City). <i>Journal of Entrepreneurship Research</i>, 4 (3), 21-34. DOI: <a href="https://doi.org/10.22034/jer.2025.2037600.1171">https://doi.org/10.22034/jer.2025.2037600.1171</a></p> <p>© The Author(s).</p> <p style="text-align: right;"><b>Publisher:</b> Ilam University Press.</p>



## شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت (مورد مطالعه: شهر یزد)

فاطمه عزیزی<sup>۱</sup> | فائزه اسدیان اردکانی<sup>۲</sup>

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: azizi.fatemeh@yazd.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: faezehasadian@yazd.ac.ir

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**مقدمه:** با توجه به رقابت فزاینده در سطح جهانی و تحولات سریع در صنعت پزشکی، گردشگری سلامت به‌عنوان بازاری با پتانسیل اقتصادی بالا مطرح شده است. این حوزه نه تنها نقش مهمی در ایجاد ارزش افزوده و ثروت برای کارآفرینان ایفا می‌کند، بلکه فرصت‌های گسترده‌ای را برای فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه فراهم می‌سازد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت، با تأکید بر شهر یزد به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم این صنعت در ایران، انجام شده است. یزد با دارا بودن زیرساخت‌های درمانی مناسب، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی منحصربه‌فرد و همچنین ظرفیت‌های طبیعی، پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به مقصدی برتر در زمینه گردشگری سلامت دارد. این مطالعه تلاش می‌کند تا با تحلیل این عوامل، راهکارهایی برای تقویت کارآفرینی و توسعه پایدار این صنعت ارائه دهد.

### نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

**روش‌شناسی:** برای دستیابی به هدف پژوهش، از رویکرد آمیخته کیفی-کمی استفاده شده است. بدین صورت که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت با بررسی ادبیات پژوهش و به‌کارگیری روش دلفی فازی شناسایی و سپس با استفاده از روش ارزیابی حاصل ضرب تجمعی وزنی، اولویت‌بندی شدند. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان و متخصصان صاحب‌نظر در صنعت گردشگری سلامت است که با استفاده روش نمونه‌گیری هدفمند، نظرات ده نفر از آنان مورد استفاده قرار گرفت. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود که روایی محتوای آن از طریق مشورت با خبرگان تأیید گردید.

### تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۵/۱۵

### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۱/۱۳

### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۱۴

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش حاکی از این بود که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد به‌ترتیب اهمیت شامل «جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقصد»، «ارائه خدمات با هزینه کمتر»، «مشارکت بخش خصوصی» و «قیمت‌گذاری رقابتی»، «شهرت مقصد در حوزه گردشگری سلامت»، «سود حاصل از فعالیت‌های گردشگری سلامت»، «خدمات ویژه برای حمل‌ونقل گردشگران»، «آموزش‌های اثربخش فنون کارآفرینی»، «زمان انتظار کم برای دریافت خدمات سلامت در مقصد»، «ارائه خدمات حرفه‌ای سلامت»، «تهیه لیستی از خدمات پزشکی ارائه‌شده در مقصد»، «فعالیت‌های مربوط به بازاریابی و تبلیغات»، «سرمایه‌گذاری جهت ایجاد امکانات برای جذب گردشگران سلامت»، «بیمه گردشگری سلامت»، «مشارکت با آژانس‌های مسافرتی و تورگردان‌ها»، «آموزش و توانمندی شاغلان»، «ایجاد انجمن‌ها و گروه‌های مشاوره» و «حمایت دولت» بودند.

### کلیدواژه‌ها:

فرصت‌های کارآفرینی، گردشگری سلامت‌محور، دلفی فازی، کارآفرینی سلامت.

**نتیجه‌گیری / دستاوردها:** به‌طورکلی، نتایج تحقیق حاکی از آن است که توجه به جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی و ارائه خدمات با هزینه کم، نقشی بسیار مهم در توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت یزد دارند که این امر نیازمند برنامه‌ریزی جامع، استفاده بهینه از توانمندی‌های محلی و ایجاد همکاری مؤثر بین بخش‌های مختلف است. مشارکت فعال بخش خصوصی، ارتقای زیرساخت‌های درمانی و تعیین قیمت‌های رقابتی، از جمله اقدامات اساسی هستند که می‌توانند دستیابی به این هدف را تسریع کنند.

عزیزی، فاطمه. و اسدیان اردکانی، فائزه. (۱۴۰۴). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت (مورد مطالعه: شهر یزد). *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۴ (۳)، ۳۴-۲۱.

### استناد:

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2037600.1171>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



## مقدمه

گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین بخش تجاری جهان، با ایجاد اشتغال برای بیش از دویست میلیون نفر و سهم بیش از هشت درصدی از مشاغل جهانی، به یکی از پنج منبع اصلی تولید ارز در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه تبدیل شده است (Xu et al., 2023; Khazaei Aliabad & Hasani, 2023). این صنعت نقشی اساسی در اقتصاد بسیاری از کشورها ایفا می‌کند و رشد مستمر آن در گرو توانایی ارائه محصولات و تجربیات نو به گردشگران است (Zaragoza-Sáez et al., 2024). در قرن حاضر، اهمیت گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع فزونی یافته و این صنعت، یکی از سریع‌ترین حوزه‌های در حال رشد جهان شناخته می‌شود (Hassani & Khadem, 2024). در این میان، گردشگری سلامت به‌عنوان یکی از شاخه‌های تخصصی و پویای این صنعت، به دلیل رقابت جهانی، تحولات سریع در حوزه بهداشت و درمان و فرایند جهانی‌شدن مراقبت‌های بهداشتی، ظهور یافته است (Kim & Lee, 2019). این شکل نوین از گردشگری، بازاری در حال گسترش است که در بسیاری از کشورها منبعی بالقوه برای تنوع‌بخشی و رشد اقتصادی قلمداد می‌شود (Ganguli & Ebrahim, 2017). گردشگری سلامت که از نظر درآمدزایی در رتبه‌های برتر جهانی قرار دارد، شبکه‌ای وسیع از مشاغل مرتبط از جمله بیمارستان‌ها، مراکز درمانی، شرکت‌های بیمه و آژانس‌های مسافرتی را در بر می‌گیرد (Xu et al., 2023). انگیزه‌های اصلی گرایش به این نوع گردشگری را می‌توان در عواملی چون مقرون‌به‌صرفه بودن خدمات پزشکی در مقصد، کیفیت برتر درمان، دسترسی به فناوری‌های نوین پزشکی و کاهش زمان انتظار جست‌وجو کرد (Sarhadi et al., 2023). رشد شمار بیماران متقاضی سفرهای درمانی، پیشرفت فناوری پزشکی و افزایش آگاهی جهانی، همگی بر رونق این بازار افزوده‌اند (Ridderstaat et al., 2019).

تحقق پتانسیل‌های عظیم اقتصادی گردشگری سلامت و پاسخ‌گویی به تقاضای فزاینده آن، مستلزم نقش‌آفرینی فعال کارآفرینان است. کارآفرینی که در ذات خود فرایند شناسایی فرصت‌های جدید و بهره‌برداری از آن‌ها است (Booth et al., 2020)، نقشی حیاتی در توسعه و گسترش این صنعت ایفا می‌کند (Amanjan et al., 2022). توجه به کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت می‌تواند محرک نوآوری، افزایش توان رقابتی و تثبیت جایگاه مقاصد در عرصه بین‌المللی باشد (Najjari et al., 2021). در حقیقت، رفتار کارآفرینانه در این حوزه به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که به شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های نو در بستر کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری سلامت منجر می‌شود (Kahrobai, 2016). از این‌رو، کارآفرینی گردشگری در توسعه مقاصد و تجربه رضایت‌بخش گردشگران عاملی تعیین‌کننده است (Soofi & Daylami, 2022).

ایران با برخورداری از مزیت‌هایی همچون هزینه‌های نسبتاً پایین خدمات درمانی، پزشکان مجرب شناخته شده در سطح بین‌المللی، موفقیت در انجام جراحی‌های پیچیده و زمان انتظار کوتاه برای دریافت خدمات، از پتانسیل بسیار بالایی در جذب گردشگر سلامت برخوردار است (Momeni et al., 2018). با این حال، علیرغم قرارگیری در میان ده کشور نخست جهان از نظر جاذبه‌های گردشگری، سهم ایران از درآمد جهانی گردشگری سلامت تنها ۰/۳۵ درصد و رتبه آن در این زمینه ۵۳ است. در راستای بهره‌برداری از این پتانسیل، سند چشم‌انداز ملی، ورود یک میلیون و چهارصد هزار گردشگر پزشکی به ایران را تا سال ۱۴۰۵ هدف‌گذاری کرده است (Amanjan et al., 2022). دستیابی به این هدف و به‌طور کلی توسعه اقتصادی پایدار، نیازمند تقویت جدی کارآفرینی به‌عنوان فرایندی حیاتی است (Imani et al., 2024). در این راستا، شهر یزد به‌عنوان نخستین شهر تاریخی جهان با بافت منحصربه‌فرد خشتی و نیز یکی از قطب‌های مهم درمانی کشور (Azizi & Zahedi, 2016)، نمونه‌ای بارز از یک مقصد با پتانسیل عالی اما توسعه‌نیافته در حوزه گردشگری سلامت است. این شهر با دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی بین‌المللی و زیرساخت‌های درمانی قابل توجه، هنوز نتوانسته است سهم متناسبی از این بازار را به خود اختصاص دهد. از این‌رو، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در این حوزه، گام اول و ضروری برای طراحی راهبردهای عملی و سیاست‌گذاری‌های کارآمد است. هدف اصلی این پژوهش، پاسخ به همین نیاز در بافت جغرافیایی شهر یزد می‌باشد.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

انتقال دانش پزشکی و آشنایی با مکاتب مختلف درمانی در جهان، به پیدایش شاخه‌ای تخصصی در صنعت گردشگری به نام گردشگری سلامت انجامیده است. این نوع گردشگری، به سفری سازمان‌یافته از محل زندگی فرد به مقصدی دیگر به منظور حفظ، بهبود یا بازیابی سلامت جسمی و روانی اطلاق می‌شود (Izadi et al., 2012). امروزه گردشگری سلامت به عنوان یکی از صنایع پرسود و بسیار رقابتی در سطح جهانی مطرح است و بسیاری از دولت‌ها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه آسیایی، برای بهره‌مندی از منافع اقتصادی آن، رقابتی فزاینده را برای جذب گردشگران سلامت آغاز کرده‌اند (Hoseinpour & Riyahi, 2018). این صنعت که سریع‌ترین نرخ رشد را در میان زیر بخش‌های گردشگری دارد، بازاری بزرگ محسوب می‌شود و حدود ۱۵ درصد از درآمد کل گردشگری جهان را به خود اختصاص می‌دهد (Pirnar & Ozan, 2024). گردشگری سلامت، خدمات درمانی و بهداشتی را با بالاترین کیفیت، کمترین هزینه و کوتاه‌ترین زمان انتظار در اختیار بیماران قرار می‌دهد (Oveisi et al., 2023). همین مزایا باعث شده تا بازار آن در جهان شدیداً رقابتی شود (Shayegh & Karampour, 2021). در واقع، گردشگری سلامت شکلی از برون‌سپاری خدمات درمانی و بازاری در حال رشد برای کشورهای در حال توسعه است؛ جایی که پیشرفت در زیرساخت‌های پزشکی، هزینه‌های پایین‌تر و زمان انتظار کوتاه‌تر، بیماران کشورهای توسعه‌یافته را ترغیب می‌کند تا برای معالجه به خارج از کشور سفر کنند (Kim & Lee, 2019). توسعه این صنعت، طیف وسیعی از خدمات پشتیبانی از جمله تسهیلات ویژه، خدمات فرودگاهی، حمل‌ونقل مناسب، تفریح و تضمین ایمنی در کشور مقصد را در بر می‌گیرد. کشورهای مختلف با هدف کسب سهم بیشتری از این بازار، به ساخت کلینیک‌های تخصصی، هتل‌های باکیفیت و ارتقای مستمر امکانات درمانی و گردشگری روی آورده‌اند. پیشرفت فناوری‌های اطلاعاتی، حمل‌ونقل و درمان نیز، تعاملات جهانی را افزایش داده و بستر مناسبی برای رشد این صنعت فراهم کرده است (Momeni et al., 2018).

از دیدگاه جامعه‌شناسی گردشگری، کوهن (Cohen, 2008) گردشگران سلامت را در یک طیف به چهار دسته تقسیم‌بندی می‌کند: ۱. گردشگر دارویی<sup>۱</sup> (دریافت‌کننده خدمات درمانی به دلیل بروز مشکل در طول سفر)، ۲. گردشگر پزشکی مناسب<sup>۲</sup> (ترکیب گردشگری و درمان برای مشکلات بی‌ارتباط با سفر)، ۳. بیماری که به تعطیلات می‌رود<sup>۳</sup> (هدف اصلی درمان است و از فرصت‌های گردشگری در دوره نقاهت استفاده می‌کند) و ۴. بیماران<sup>۴</sup> (سفر منحصراً برای درمان و بدون بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری). این تقسیم‌بندی نشان می‌دهد که گردشگران سلامت می‌توانند ترکیبی از افرادی باشند که صرفاً برای دریافت خدمات درمانی سفر می‌کنند یا کسانی که درمان را با لذت بردن از جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی مقصد تلفیق می‌نمایند (Ridderstaat et al., 2019; Kim & Lee, 2019). صنعت گردشگری به‌طور عام و گردشگری سلامت به‌طور خاص، به دلیل ماهیت خدماتی و نیازمند نوآوری، قابلیت بالایی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، اشتغال‌زایی و کارآفرینی دارند (Dimitrov et al., 2016; Delbari, 2023). کارآفرینی که پیتر دراگر آن را «موتور توسعه اقتصادی» می‌نامد، برای بخش گردشگری ضروری است و فرصت‌های ناشی از آن به پایداری این صنعت کمک شایانی می‌کند (Rezvani & Najjarzadeh, 2009). تلفیق دو مقوله گردشگری و کارآفرینی، به دلیل تأثیر متقابل و هم‌افزایی آن‌ها در توسعه اقتصادی-اجتماعی، موضوعی مهم برای پژوهش و بررسی قلمداد می‌شود (Safari & Mohammad Mirzaei Bafghi, 2014).

در حوزه گردشگری سلامت، کارآفرینی فعالیت‌های متنوع و مکملی را در حوزه خدمات پزشکی و گردشگری ایجاد کرده است. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به ارائه خدمات حمل‌ونقل ویژه برای گردشگران سلامت، فعالیت آژانس‌های مسافرتی و

1 Medicated Tourist  
2 Medical Tourist Proper  
3 Vacationing Patient  
4 the more patient

تورگردان‌های تخصصی، ایجاد دفاتر گردشگری در بیمارستان‌ها، ارائه خدمات حرفه‌ای نرم‌افزاری و پشتیبانی، راه‌اندازی شرکت‌های آموزشی برای توانمندسازی کارکنان و نیز فعالیت شرکت‌های روابط عمومی برای ترویج و تصویرسازی مثبت از این صنعت اشاره کرد (Badulescu & Badulescu, 2014). بر اساس گزارش بانک جهانی، گردشگری سلامت سومین حوزه بزرگ سرمایه‌گذاری در جهان است و پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار آن از ۱۶/۷۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به ۲۷/۲۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ برسد (Dehghan et al., 2021). این امر نشان‌دهنده فرصت‌های گسترده کارآفرینی و اشتغال‌زایی در این صنعت است. از این‌رو، دولت‌ها در سطح کلان و فعالان بخش خصوصی در سطح خرد برای افزایش سهم بازار در رقابتی جدی هستند (Pishgoi, 2016). با توجه به ظرفیت بالای ارزآوری و اشتغال‌زایی این صنعت، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری سلامت ضرورتی انکارناپذیر است. در ادامه، این عوامل با استناد به ادبیات پژوهش در جدول (۱) ارائه شده‌اند.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت

منبع	عوامل مؤثر
Kurniawan, 2017; Pishgoi, 2016; Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019	فعالیت‌های مربوط به بازاریابی و تبلیغات برای جذب گردشگران و اطلاع از نیازهای بازار
Baker, 2015	شهرت مقصد در حوزه گردشگری سلامت
Kurniawan, 2017; Lee, 2007; Badulescu & Badulescu, 2014; Kurd et al, 2019	مشارکت با آژانس‌های مسافرتی و تورگردان‌ها در برگزاری تورهای پزشکی و به‌منظور دریافت اطلاعات در مورد نیازهای خدمات سلامت گردشگران و طراحی، توسعه و فروش محصولات و خدمات به گردشگران
Kurniawan, 2017	تهیه لیستی از خدمات پزشکی ارائه شده در مقصد
Badulescu & Badulescu, 2014; Baker, 2015	خدمات ویژه برای حمل‌ونقل گردشگران (مانند دسترسی آسان به مقصد)
Badulescu & Badulescu, 2014; Pishgoi, 2016; Kurniawan, 2017; Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019	آموزش و توانمندی شاغلان در حوزه گردشگری سلامت (مانند آموزش زبان انگلیسی)
Lee, 2007; Pishgoi, 2016	قیمت‌گذاری رقابتی
Badulescu & Badulescu, 2014; Chugan et al., 2009; Baker, 2015	ارائه خدمات حرفه‌ای: نرم‌افزار رزرواسیون و پزشکی از راه دور
Badulescu & Badulescu, 2014; Baker, 2015; Kurd et al, 2019; Nawazani et al, 2015	ارائه درمان‌های جایگزین و نوآورانه (در مجاورت محل‌های اقامتی گردشگری یا در نزدیکی آن‌ها و استفاده از برخی سنت‌ها یا منابع طبیعی محلی، طب سنتی)
Chugan et al., 2009; Baker, 2015; Pishgoi, 2016; Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019	سرمایه‌گذاری جهت فراهم کردن امکانات لازم برای جذب گردشگران سلامت (به‌ویژه در مورد گردشگران سالمند)
Chugan et al., 2009; Baker, 2015; Pishgoi, 2016; Dastranj et al, 2019	حمایت دولت از کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت (برای نمونه از طریق وجود مشوق‌ها و بودجه مناسب برای گردشگری سلامت و سیاست‌های مالی مناسب (مانند در نظر گرفتن نرخ کلی مالیاتی پایین‌تر برای کارآفرینان)
Baker, 2015; Pishgoi, 2016; Nawazani et al, 2015	ارائه خدمات سلامت با هزینه کم نسبت به سایر مقصدها
Baker, 2015; Hassani Buoki S, Nadr Esfahani, 2019	بیمه گردشگری سلامت (به‌ویژه برای گردشگران خارجی)
Baker, 2015; Pishgoi, 2016; Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019; Nawazani et al, 2015	زمان انتظار کم برای دریافت خدمات سلامت در مقصد (از طریق ایجاد زیرساخت‌های مناسب)
Baker, 2015; Nawazani et al, 2015	مشارکت بخش خصوصی
Baker, 2015	سود حاصل از فعالیت‌های حوزه گردشگری سلامت
Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019; Pirdadeh Beyranvand et al, 2019	ایجاد انجمن‌ها و گروه‌های مشاوره در حوزه گردشگری سلامت
Nawazani et al, 2015; Dastranj et al, 2019	جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی مقصد
Pishgoi, 2016	وجود فرهنگ کارآفرینی در مقصد
Pishgoi, 2016; Pirdadeh Beyranvand et al, 2019	آموزش‌های اثربخش فنون کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری

حوزه گردشگری سلامت، به‌ویژه در بستر کارآفرینی، به عنوان یک عرصه اقتصادی-اجتماعی پویا و چندبعدی شناخته می‌شود که در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. مطالعات پیشین عمدتاً بر مزایا، فرصت‌ها یا ابعاد محدودی از این حوزه تمرکز داشته و نقش فناوری‌های نوین مانند بلاک‌چین، عوامل مؤثر بر توسعه سیستم‌ها و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه را بررسی کرده‌اند. در این راستا، سرحدی و همکاران (Sarhadi et al., 2023)، در مطالعه خود اثر مزایای فناوری بلاک‌چین بر قابلیت‌های کارآفرینی، بازاریابی و عملکرد بازاریابی بیمارستان‌های فعال در گردشگری سلامت را بررسی نمودند. یافته‌ها حاکی از تأثیر مثبت و قابل توجه بلاک‌چین بر این قابلیت‌ها بود و اهمیت به‌کارگیری آن را برای مدیران و کارآفرینان بیمارستان‌ها و شرکت‌های گردشگری سلامت برجسته ساخت. آمانجان و همکاران (Amanjan et al., 2022)، در مطالعه‌ای کیفی با ۱۹ نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه علوم پزشکی گلستان به بررسی تجربیات آنان در زمینه کارآفرینی در گردشگری سلامت پرداختند. تحلیل داده‌ها با رویکرد داده‌بنیاد نشان داد که اتخاذ رویکرد کارآفرینانه در این حوزه می‌تواند ظرفیت‌های پرستاری و علوم پزشکی استان گلستان را به شکوفایی برساند. دهقان و همکاران (Dehghan et al., 2021)، در مطالعه‌ای به بررسی توسعه سیستم گردشگری سلامت ایران بر اساس مدل مدیریت کارآفرینی استیونسون و تعیین فرصت‌های کارآفرینی در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ پرداختند. نتایج نشان داد بر اساس مؤلفه‌های این مدل، «جهت‌گیری استراتژیک» و «تعهد به فرصت‌ها» بیشترین تأثیر و «فلسفه پاداش» کمترین تأثیر را بر توسعه صنعت گردشگری سلامت داشته‌اند. نجاری و همکاران (Najjari et al., 2021)، در پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد گردشگری درمانی با تأکید بر کارآفرینی فناورانه پرداختند. بر اساس نظر خبرگان، مهم‌ترین ابعاد شناسایی‌شده شامل هزینه‌های درمانی، کیفیت خدمات، عوامل فردی و دولتی، اطلاع‌رسانی، نگرش کادر پزشکی، فرهنگ، امنیت و شرایط کشور بودند. نتایج نشان داد این شاخص‌ها می‌توانند راهگشای توسعه و افزایش درآمد صنعت گردشگری درمانی باشند. حسنی بیوکی و نصر اصفهانی (Hassani Buoki & Nadr Esfahani, 2019)، در مطالعه‌ای به شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری پزشکی در بیمارستان‌های خصوصی و مراکز نابرووری پرداختند. در این پژوهش، ۱۱ فرصت کلیدی از جمله ایجاد بیمه‌های درمانی برای بیماران خارجی، توسعه زیرساخت‌ها به‌منظور کاهش زمان انتظار برای دریافت خدمات، به‌کارگیری روش‌های نوین درمانی مانند سلول‌های بنیادی، واردات تجهیزات پزشکی پیشرفته و احداث بیمارستان‌ها و مراکز درمانی با اعتبار بین‌المللی شناسایی شد. دیمیتروف و همکاران (Dimitrov et al., 2016)، نیز در تحقیقی به بررسی نقش کارآفرینی مدرن در توسعه گردشگری سلامت جمهوری مقدونیه پرداختند. نتایج این پژوهش گویای اهمیت مفهوم کارآفرینی در شرکت‌های فعال این حوزه و سهم آن‌ها در توسعه گردشگری سلامت بود.

با مرور مطالعات صورت گرفته در داخل و خارج از کشور، مشهود است که اکثر پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر بررسی نقش کارآفرینی در توسعه گردشگری سلامت متمرکز بوده و به جنبه‌هایی محدود از این حوزه پرداخته‌اند و رویکرد غالب این پژوهش‌ها، جزئی‌نگر و فاقد نگاه جامع و سیستمی به همه عوامل درهم‌تنیده مؤثر بر توسعه کارآفرینی در این صنعت است. این مطالعات اغلب به تأثیرات و مزایای کارآفرینی در ارتقای گردشگری سلامت توجه کرده‌اند، اما از بررسی جامع و عمیق عوامل چندبعدی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در این عرصه غفلت ورزیده‌اند. به‌عبارت دیگر، کمتر پژوهشی به تحلیل موضوع کارآفرینی در گردشگری سلامت با در نظر گرفتن هم‌زمان طیف وسیعی از عوامل مؤثر بر توسعه این نوع گردشگری پرداخته است. از این‌رو، انجام پژوهش‌هایی با دیدگاه سیستمی و کل‌نگر که عوامل مرتبط با کارآفرینی در گردشگری سلامت را به‌طور جامع بررسی و تبیین کنند، ضروری به نظر می‌رسد. به‌منظور پر کردن این شکاف پژوهشی، بررسی جامع عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت و تحلیل این عوامل در شهر یزد به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری سلامت ایران، در کانون توجه مطالعه حاضر قرار گرفته است. نوآوری و وجه تمایز اصلی این تحقیق، به‌کارگیری روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ارزیابی حاصل‌ضرب

تجمعی وزنی<sup>۱</sup> برای اولویت‌بندی دقیق این عوامل است. پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با شناسایی عوامل مؤثر و تعیین اولویت‌های آن‌ها در شهر جهانی یزد، ابزار تحلیلی مناسبی در اختیار تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران حوزه گردشگری سلامت قرار دهد.

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، توصیفی؛ از نظر نتایج، کاربردی؛ و از منظر شیوه گردآوری داده‌ها، پیمایشی است. هدف اصلی، شناسایی و سپس اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر یزد می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان صاحب‌نظر در حوزه گردشگری و متخصصان فعال در صنعت گردشگری سلامت شهر یزد تشکیل می‌دهند. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند (قضاوتی) استفاده شد. این روش زمانی به کار می‌رود که پژوهشگر نیازمند انتخاب افرادی است که به‌طور خاص نسبت به پدیده مورد مطالعه آگاهی و تجربه غنی دارند (Erzberger et al., 2003). با توجه به همگن بودن اعضای جامعه در این حوزه، حجم نمونه معمولاً بین ۵ تا ۱۰ نفر در نظر گرفته می‌شود (Kardaras et al., 2013)؛ بنابراین، در این تحقیق پس از مشورت با پاسخ‌گویان کلیدی و با توجه به توانایی و همگنی آنان، تعداد ۱۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ویژگی‌های نمونه عبارتند از: دارا بودن تخصص علمی و سابقه اجرایی در حوزه گردشگری سلامت، داشتن مدرک کارشناسی ارشد یا دکتری، میانگین سنی حدود ۵۰ سال، توزیع برابر جنسیتی (۵ مرد و ۵ زن) و داشتن میانگین سابقه کاری ۱۵ سال در حوزه گردشگری با تأکید بر گردشگری سلامت.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه بود. برای اطمینان از روایی محتوایی، محتوای پرسشنامه با چندین نفر از متخصصان و خبرگان حوزه مورد بحث، بررسی شد و نظرات آنان اعمال گردید. به‌منظور رعایت پایایی و جلوگیری از تهدید ناشی از ابهام، گویه‌های پرسشنامه به‌گونه‌ای طراحی شدند که ساده، قابل درک و عاری از هر گونه ابهام باشند (Kenan, 2015). فرایند پژوهش در دو مرحله اصلی طراحی و اجرا شد:

۱. **شناسایی عوامل کلیدی:** در مرحله اول، با بررسی ادبیات پژوهش، فهرست اولیه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت استخراج شد. سپس برای دستیابی به اجماع نظر خبرگان و تعیین نهایی مهم‌ترین عوامل، از روش دلفی فازی استفاده گردید. این روش به‌دلیل توانایی مدیریت اطلاعات ناقص و تلفیق نظرات ذهنی خبرگان با استفاده از اعداد فازی، گزینه مناسبی برای رسیدن به توافق گروهی تشخیص داده شد.

۲. **اولویت‌بندی عوامل:** در مرحله دوم، پرسشنامه‌ای نهایی شامل ۱۸ عامل تأیید شده، در اختیار خبرگان قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اولویت‌بندی نهایی عوامل، از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ارزیابی حاصل ضرب تجمعی وزنی استفاده شد. این روش که از جمله روش‌های نوین و قدرتمند در حل مسائل تصمیم‌گیری چند شاخصه محسوب می‌شود، هدف آن انتخاب بهترین گزینه بر اساس ترکیب وزن‌دار شاخص‌ها است و به‌عنوان یکی از کاربردی‌ترین روش‌ها در این حوزه شناخته شده است (Chakraborty & Zavadskas, 2014; Bagočius, 2013).

## یافته‌ها

در مرحله اول، با بررسی ادبیات پژوهش، فهرست اولیه‌ای از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت استخراج شد. سپس، به‌منظور تعیین مهم‌ترین عوامل و دستیابی به اجماع نظر خبرگان، از روش دلفی فازی استفاده گردید. در این فرایند، خبرگان میزان موافقت خود با هر عامل را بر اساس یک طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد) اعلام کردند. نتایج

این مرحله نشان داد که از نظر خبرگان، کلیه عوامل استخراج شده از ادبیات تحقیق، مناسب و مرتبط هستند و نیازی به افزودن عامل جدیدی در خصوص توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد وجود ندارد. با این حال، از میان همه عوامل ارائه شده، دو عامل «وجود فرهنگ کارآفرینی در مقصد» و «ارائه درمان‌های جایگزین و نوآورانه» به تأیید نهایی خبرگان نرسیدند. در نتیجه این غربالگری، تعداد ۱۸ عامل به‌عنوان عوامل نهایی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد مورد اجماع قرار گرفت و شناسایی شد. این ۱۸ عامل که حاصل ترکیب بررسی ادبیات پژوهش و اجرای روش دلفی فازی هستند، در جدول (۲) ارائه شده‌اند.

جدول ۲. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد

۵	۴	۳	۲	۱
خدمات ویژه برای حمل‌ونقل گردشگران	تهیه لیستی از خدمات پزشکی ارائه شده در مقصد	مشارکت با آژانس‌های مسافرتی و تورگردان‌ها	شهرت مقصد در حوزه گردشگری سلامت	فعالیت‌های مربوط به بازاریابی و تبلیغات
۱۰	۹	۸	۷	۶
حمایت دولت از کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت	سرمایه‌گذاری جهت فراهم کردن امکانات لازم برای جذب گردشگران سلامت	ارائه خدمات حرفه‌ای: نرم‌افزار رزرواسیون و پزشکی از راه دور	قیمت‌گذاری رقابتی	آموزش و توانمندی شاغلان در حوزه گردشگری سلامت
۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱
سود حاصل از فعالیت‌های حوزه گردشگری سلامت	مشارکت بخش خصوصی	زمان انتظار کم برای دریافت خدمات سلامت در مقصد	بیمه گردشگری سلامت	ارائه خدمات سلامت با هزینه کم نسبت به سایر مقصدها
		۱۸	۱۷	۱۶
		ایجاد انجمن‌ها و گروه‌های مشاوره در حوزه گردشگری سلامت	جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصد	ایجاد انجمن‌ها و گروه‌های مشاوره در حوزه گردشگری سلامت

به‌منظور اولویت‌بندی عوامل با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ارزیابی حاصل ضرب تجمعی وزنی، پس از تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری، ماتریس بی‌مقیاس شده (رابطه ۱) محاسبه می‌شود. سپس برای هر عامل میزان اهمیت کلی آن ( $Q_i^{(1)}$ ) بر اساس رابطه (۲)، محاسبه می‌شود (Zavadskas et al., 2012; Chakraborty et al., 2014). مقادیر ( $Q_i^{(1)}$ ) در جدول (۳)، نشان داده شده است.

$$\bar{x}_{ij} \equiv \frac{x_{ij}}{\max_i x_{ij}} \quad \text{رابطه ۱}$$

$$Q_i^{(1)} \equiv \left| \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} \partial w_j \right| \quad \text{رابطه ۲}$$

در این رابطه  $\bar{x}_{ij}$  مقادیر بی‌مقیاس شده وضعیت گزینه نام در شاخص زام است و  $w_j$  وزن شاخص زام می‌باشد.

جدول ۳. مقادیر محاسبه شده  $Q_i^{(1)}$  برای تمام عوامل

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
مقدار $Q_i^{(1)}$	۰/۵	۰/۶۲	۰/۴۲	۰/۵۵	۰/۵۹	۰/۴۲	۰/۶۳	۰/۵۹	۰/۴۶
عوامل	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
مقدار $Q_i^{(1)}$	۰/۲۹	۰/۷۱	۰/۴۵	۰/۶	۰/۶۳	۰/۶۳	۰/۳۸	۱	۰/۵۸

در گام سوم میزان اهمیت نسبی هر عامل  $(Q_i^{(2)})$  (رابطه ۳) محاسبه شده است (جدول ۴) (Zavadskas et al., 2012; Chakraborty et al., 2014).

$$Q_i^{(2)} \cong \max_{j \cong 1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \quad \text{رابطه ۳}$$

جدول ۴. مقادیر محاسبه شده  $Q_i^{(2)}$  برای تمام عوامل

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
مقدار $Q_i^{(2)}$	۰/۴۵۳	۰/۵۷۷	۰/۳۹۴	۰/۵۳۳	۰/۵۶۵	۰/۳۹۴	۰/۶۱۲	۰/۵۲۱	۰/۴۲۸
عوامل	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
مقدار $Q_i^{(2)}$	۰/۲۷۵	۰/۶۹۴	۰/۴۰۴	۰/۵۵۱	۰/۶۱۲	۰/۵۶۵	۰/۳۴۳	۱	۰/۵۶۵

در گام آخر برای رتبه‌بندی و تعیین اهمیت هر عامل از رابطه (۴) استفاده شده است.

$$Q_i \cong oQ_i^{(1)} \cdot (10 \ o)Q_i^{(2)} \cong o \prod_{j \cong 1}^n \bar{x}_{ij}^{w_j} \cdot (10 \ o) \cdot \prod_{j \cong 1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \quad \text{رابطه ۴}$$

پس از محاسبه مقدار  $Q_i$  مربوط به هر عامل، برای رتبه‌بندی نهایی عوامل مقدار  $Q_i$  برای هر گزینه محاسبه می‌شود. هر چه مقدار  $Q_i$  به‌دست آمده به یک نزدیک‌تر باشد، نشان دهنده درجه برخورداری بیشتر و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان دهنده درجه برخورداری کمتر است؛ به عبارتی بیشترین ارزش، بالاترین اولویت را دارد (Zavadskas et al., 2012). مقادیر  $Q_i$  و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد در جدول (۵)، نشان داده شده است.

جدول ۵. مقادیر  $Q_i$  و رتبه‌بندی عوامل

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
$Q_i$	۰/۴۷۲	۰/۵۹۵	۰/۴۰۶	۰/۵۴۱	۰/۵۷۶	۰/۴۰۶	۰/۶۲۰	۰/۵۴۸	۰/۴۴۲
رتبه‌بندی	۱۱	۴	۱۴	۱۰	۶	۱۴	۳	۹	۱۲
عوامل	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
$Q_i$	۰/۲۸۲	۰/۷۰۲	۰/۴۲۲	۰/۵۷۲	۰/۶۲۰	۰/۵۹۲	۰/۳۵۸	۱	۰/۵۷۲
رتبه‌بندی	۱۶	۲	۱۳	۸	۳	۵	۱۵	۱	۷

در جدول (۵)، مقدار  $Q_i$  نشان دهنده رتبه نهایی هر گزینه است. هر اندازه این مقدار بالاتر باشد، بدین معنی است که عامل مورد نظر از اولویت بالاتری برخوردار است؛ بنابراین از بین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر یزد عوامل «جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقصد»، «ارائه خدمات با هزینه کمتر نسبت به سایر مقصدها» و «مشارکت بخش خصوصی» و «قیمت‌گذاری رقابتی» به ترتیب از رتبه اول تا سوم برخوردارند.

در جدول (۵)، ستون  $Q_i$  بیانگر رتبه نهایی هر یک از عوامل (گزینه‌ها) است. مقدار این شاخص ارتباط مستقیم با میزان اولویت دارد؛ به این معنا که هرچه مقدار  $Q_i$  برای یک عامل بزرگ‌تر باشد، آن عامل از اولویت بالاتری در توسعه کارآفرینی

گردشگری سلامت برخوردار است. بر این اساس، از میان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت در شهر یزد، چهار عامل زیر به ترتیب دارای بالاترین اولویت (رتبه‌های اول تا سوم) شناخته شدند:

۱. جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقصد
۲. ارائه خدمات با هزینه کمتر نسبت به سایر مقاصد
۳. مشارکت بخش خصوصی و قیمت‌گذاری رقابتی (دارای رتبه مشترک سوم).

### بحث و نتیجه‌گیری

توسعه گردشگری سلامت می‌تواند زمینه‌ساز کارآفرینی، ایجاد مشاغل مرتبط و نیز سودآوری ارزی باشد. پژوهش حاضر با هدف کمک به تصمیم‌گیران حوزه گردشگری سلامت، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در این حوزه را در شهر یزد شناسایی کرده است. این شهر با برخورداری از ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی و اقلیمی منحصر به فرد، از ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به یک مقصد برتر گردشگری سلامت برخوردار است. رویکرد این تحقیق، تحلیل عوامل مؤثر با نگاهی جامع و سیستمی است که عمق و دقت تحلیلی آن را افزایش می‌دهد. در این مطالعه پس از مرور ادبیات پژوهش، ۲۰ عامل مؤثر استخراج شد. نتایج روش دلفی فازی نشان داد که از میان این عوامل، دو عامل «وجود فرهنگ کارآفرینی در مقصد» و «ارائه درمان‌های جایگزین و نوآورانه» توسط خبرگان تأیید نشدند و ۱۸ عامل دیگر مورد اجماع قرار گرفت. سپس با به‌کارگیری روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ارزیابی حاصل ضرب تجمعی وزنی، این عوامل اولویت‌بندی شدند. استفاده از این روش چندمعیاره، دقت رتبه‌بندی و اثربخشی تصمیم‌گیری را افزایش می‌دهد. یافته‌های نهایی اولویت‌بندی نشان داد که عوامل «جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی مقصد»، «ارائه خدمات با هزینه کمتر نسبت به سایر مقاصد»، «مشارکت بخش خصوصی» و «قیمت‌گذاری رقابتی» به ترتیب از بالاترین اولویت در توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد برخوردارند. ترکیب این عوامل با ظرفیت‌های محلی و رویکردهای کارآفرینانه می‌تواند به توسعه پایدار این صنعت بیانجامد. توجه و برنامه‌ریزی هدفمند برای تقویت آن‌ها نه تنها جذب گردشگر را افزایش می‌دهد، بلکه به اشتغال‌زایی و رشد درآمدهای محلی نیز کمک خواهد کرد. این پژوهش ابزار و اطلاعات لازم را در اختیار کارآفرینان، سیاست‌گذاران و مدیران قرار می‌دهد تا در جهت توسعه گردشگری سلامت یزد از آن بهره‌برداری نمایند.

بر اساس نتایج، «جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی مقصد» دارای بالاترین اهمیت در توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد است. این یافته با نتایج تحقیقات دسترنج و همکاران (Dastranj et al., 2019)، کهربائی (Kahrobai, 2016) و دهقان و همکاران (Dehghan et al., 2021) که این عامل را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری سلامت برشمرده‌اند، هم‌سو است. یزد با معماری سنتی منحصر به فرد، بافت تاریخی ارزشمند، ثبت در میراث جهانی یونسکو و فرهنگ غنی، همواره مقصدی جذاب برای گردشگران بوده است. این جاذبه‌ها می‌توانند برای گردشگران سلامت که در پی تجربه‌ای آرامش‌بخش و خاص هستند نیز بسیار جذابیت داشته باشند. در این راستا پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

ترکیب گردشگری سلامت با گردشگری فرهنگی: پیشنهاد می‌شود با تلفیق این دو حوزه، فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینی ایجاد شود. برای نمونه، می‌توان اقامتگاه‌های سنتی سلامت را راه‌اندازی کرد که علاوه بر ارائه خدمات درمانی و آرامش‌بخش، معماری و فضای تاریخی شهر را به گردشگران معرفی کنند. همچنین طراحی تورهای ترکیبی که بازدید از جاذبه‌های تاریخی را همراه با خدمات سلامت و درمانی ارائه می‌دهند، می‌تواند جذابیت یزد را به‌عنوان مقصدی منحصر به فرد افزایش دهد.

ارتقای زیرساخت‌های گردشگری پیرامون مراکز درمانی: به‌منظور بهبود تجربه گردشگران سلامت، توسعه زیرساخت‌های رفاهی و خدماتی (مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز خرید) در مجاورت مراکز درمانی پیشنهاد می‌شود. همچنین آموزش راهنمایان محلی برای ارائه اطلاعات تخصصی به گردشگران سلامت می‌تواند به افزایش رضایت و مدت اقامت آن‌ها کمک کند.

تبلیغات هدفمند بین‌المللی: برای جذب گردشگران سلامت از دیگر کشورها، ضروری است از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به صورت مؤثر استفاده شود تا همزمان ظرفیت‌های درمانی و میراث فرهنگی-تاریخی شهر یزد معرفی گردد. تبلیغات دیجیتال می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد، این ترکیب بی‌نظیر را به مخاطبان جهانی بشناساند. یکی از مزیت‌های رقابتی کلیدی یزد در توسعه گردشگری سلامت، ارائه خدمات درمانی و اقامتی با هزینه‌های به صرفه در مقایسه با بسیاری از مقاصد داخلی و خارجی است. این عامل که در پژوهش‌هایی مانند ناوازانی و همکاران (Nawazani et al., 2015) و بیکر (Baker, 2015) نیز بر آن تأکید شده، می‌تواند به‌ویژه برای گردشگران سلامت از کشورهای همسایه جذابیت قابل توجهی ایجاد کند. پیشنهادهای زیر می‌تواند به ارائه خدمات با هزینه کمتر نسبت به سایر مقصدها کمک کند:

طراحی و عرضه بسته‌های درمانی اقتصادی: با توجه به برخورداری یزد از خدمات پزشکی با کیفیت مطلوب و هزینه‌های نسبتاً پایین‌تر، طراحی بسته‌های درمانی-اقامتی اقتصادی پیشنهاد می‌شود. این بسته‌ها باید شامل مجموعه کاملی از خدمات ضروری درمانی و اقامتی با قیمت رقابتی و کیفیت تضمین شده باشند تا برای گردشگران منطقه (به‌ویژه کشورهای همسایه) جذابیت داشته باشند. همکاری با آژانس‌های مسافرتی بین‌المللی برای بازاریابی و فروش این بسته‌ها می‌تواند دامنه دسترسی را افزایش دهد.

بهینه‌سازی فرآیندها از طریق فناوری‌های نوین: بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و درمانی در بیمارستان‌ها و کلینیک‌های یزد با استفاده از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، سیستم‌های یکپارچه اطلاعاتی و اتوماسیون اداری می‌تواند به کاهش هزینه‌های عملیاتی و در نتیجه کاهش قیمت خدمات منجر شود، بی آنکه کیفیت تحت تأثیر قرار گیرد.

راه‌اندازی پلتفرم مقایسه خدمات و قیمت‌ها: ایجاد یک سامانه آنلاین شفاف که امکان مقایسه خدمات درمانی، کیفیت و قیمت‌های مراکز درمانی یزد را با سایر مقاصد داخلی و بین‌المللی فراهم کند، به گردشگران سلامت در تصمیم‌گیری آگاهانه کمک خواهد کرد. این پلتفرم می‌تواند علاوه بر ارائه اطلاعات مقایسه‌ای، شامل نظرات و تجربیات بیماران گذشته نیز باشد.

حمایت‌های هدفمند دولت برای ایجاد تعرفه‌های رقابتی: پیشنهاد می‌شود دولت از طریق سیاست‌های تشویقی مالیاتی، اعطای تسهیلات کم‌بهره و حمایت‌های بیمه‌ای، زمینه ارائه خدمات با قیمت‌های رقابتی‌تر توسط مراکز درمانی فعال در حوزه گردشگری سلامت یزد را فراهم آورد. این حمایت‌ها می‌تواند هزینه‌های سرمایه‌گذاری و عملیاتی آن‌ها را کاهش داده و قیمت نهایی خدمات را برای گردشگران جذاب‌تر نماید.

عوامل «مشارکت بخش خصوصی» و «قیمت‌گذاری رقابتی» که به صورت مشترک در رتبه سوم اولویت‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری سلامت شهر یزد قرار دارند، نقش تعیین‌کننده‌ای در برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و ایجاد بسترهای لازم برای رشد این صنعت ایفا می‌کنند. اهمیت این دو عامل در پژوهش‌هایی همچون ناوازانی و همکاران (Nawazani et al., 2015) و بیکر (Baker, 2015) نیز مورد تأکید قرار گرفته است. در ادامه، پیشنهادهای کاربردی برای تقویت این دو محور ارائه می‌شود.

طراحی بسته جامع مشوق‌های سرمایه‌گذاری: به منظور جذب و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های درمانی و گردشگری سلامت، پیشنهاد می‌شود بسته جامعی از مشوق‌های مالی و غیرمالی شامل معافیت‌ها یا تخفیف‌های مالیاتی بلندمدت، اعطای تسهیلات بانکی کم‌بهره و تضمین‌های دولتی برای سرمایه‌گذاری‌های پرریسک طراحی و اجرا شود.

تسهیل تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی: برای ایجاد هماهنگی و ارتقای کیفیت خدمات، تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی متشکل از بیمارستان‌ها، کلینیک‌های تخصصی، هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی و ارائه‌دهندگان خدمات لجستیکی پیشنهاد می‌گردد. این کنسرسیوم‌ها می‌توانند با طراحی و عرضه بسته‌های خدماتی یکپارچه و رقابتی، ارزش افزوده بالاتری برای گردشگر سلامت ایجاد کرده و برند مقصد یزد را تقویت نمایند.

حمایت هدفمند از استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای فناورانه: جهت بهره‌گیری از نوآوری و افزایش کارایی، حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه سلامت و گردشگری (مانند پلتفرم‌های نوبت‌دهی هوشمند، سامانه‌های مقایسه قیمت و کیفیت، یا خدمات پزشکی از راه‌دور) از طریق صندوق‌های خطرپذیر، شتاب‌دهنده‌های تخصصی و تسهیل مقررات، پیشنهاد می‌شود.

استقرار نظام قیمت‌گذاری شفاف و رقابتی: برای تقویت موقعیت رقابتی یزد، پیشنهاد می‌شود نظام قیمت‌گذاری شفاف و استاندارد با مشارکت نهادهای دولتی، انجمن‌های صنفی و مراکز درمانی طراحی شود. این نظام باید ضمن پوشش هزینه‌های کیفی خدمات، قیمت‌های رقابتی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی را هدف قرار دهد و از طریق پلتفرم‌های رسمی اطلاع‌رسانی شود.

کاهش موانع اداری و حقوقی: تسهیل و کاهش فرآیندهای طولانی‌اخذ مجوزها، رفع تداخلات قانونی و ایجاد پنجره‌های واحد خدمت برای سرمایه‌گذاران خصوصی در حوزه گردشگری سلامت می‌تواند به سرعت بخشی به مشارکت آنان و کاهش هزینه‌های غیرمستقیم منجر شود.

عامل «قیمت‌گذاری رقابتی» که در مطالعاتی همچون پیشگوی (Pishgoi, 2016) و دیمیتروف و همکاران (Dimitrov et al., 2016) بر آن تأکید شده، از عوامل تعیین‌کننده در جذب گردشگر سلامت است. برای به‌کارگیری مؤثر این مزیت در شهر یزد، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

تحلیل مستمر بازار و رقبا: انجام تحلیل دوره‌ای از قیمت‌ها و کیفیت خدمات مقاصد رقیب داخلی و منطقه‌ای (مانند ترکیه و هند) به منظور شناسایی نقاط تمایز و تعیین تعرفه‌های رقابتی و جذاب.

اجرای برنامه‌های تخفیفی هوشمند: طراحی و اجرای طرح‌های تخفیفی پلکانی و فصلی برای خدمات درمانی و اقامتی، به‌ویژه در دوره‌های کم‌تقاضا، جهت تعدیل نوسانات گردشگری و افزایش جذب در تمام سال.

شفاف‌سازی کامل قیمت‌ها: الزام مراکز درمانی و خدماتی به انتشار شفاف و دقیق تمام هزینه‌های مرتبط (شامل خدمات اصلی، جانبی و احتمالی) از طریق وبسایت‌ها و پلتفرم‌های رسمی به منظور ایجاد اعتماد و جلوگیری از ابهام برای گردشگر. طراحی بسته‌های هدفمند برای بازارهای خارجی: تدوین بسته‌های درمانی-اقامتی با قیمت‌های رقابتی آشکارا پایین‌تر نسبت به مقاصد پرطرفدار منطقه‌ای، به‌ویژه برای جذب گردشگران سلامت از کشورهای همسایه.

ترویج نوآوری خدماتی از طریق مشوق‌های رقابتی: ایجاد سازوکارهای تشویقی (مانند جوایز یا اعطای نشان کیفیت) برای مراکزی که از طریق نوآوری در خدمت‌رسانی یا بهینه‌سازی فرآیندها، کیفیت بالاتری با قیمت رقابتی ارائه می‌دهند.

برای تثبیت شهر یزد به‌عنوان یک مقصد برجسته گردشگری سلامت، تدوین و اجرای سیاست‌های دقیق و هدفمند ضروری است. این پژوهش با شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در این حوزه نشان داد که موفقیت مستلزم برنامه‌ریزی جامع، بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی و تعامل سازنده همه ذی‌نفعان است. در این مسیر، مشارکت فعال بخش خصوصی، ارتقای زیرساخت‌های درمانی و استقرار نظام قیمت‌گذاری رقابتی از اقدامات کلیدی به‌شمار می‌روند. توسعه کارآفرینی در گردشگری سلامت نه تنها فرصتی اقتصادی برای یزد ایجاد می‌کند، بلکه می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی جامعه محلی، ایجاد اشتغال پایدار و تقویت جایگاه بین‌المللی شهر بینجامد؛ بنابراین، توجه به این حوزه باید در کانون سیاست‌گذاری‌های توسعه‌ای محلی و ملی قرار گیرد. با توجه به تمرکز این پژوهش بر شهر یزد، امکان تعمیم نتایج به سایر مناطق با ویژگی‌های فرهنگی و اقتصادی متفاوت محدود است. پیشنهاد می‌شود مطالعات مشابهی در سایر شهرها و مناطق ایران انجام شود تا امکان مقایسه‌ای جامع فراهم آید. همچنین برای تعمیق یافته‌ها، در پژوهش‌های آینده می‌توان از روش‌های تحلیلی تکمیلی (مانند مدل‌سازی معادلات ساختاری یا تحلیل شبکه) برای بررسی روابط علی و اثرات متقابل میان عوامل شناسایی‌شده استفاده کرد.

## References

- Amanjan, A., Saeidi, P., Azma, F., & Nasiri, M. (2022). Health Tourism: Entrepreneurial Strategy of Nursing and Medical Sciences. *Journal of Research Development in Nursing and Midwifery*, 19 (1), 42-45. doi: [10.61186/jgbfnm.19.1.42](https://doi.org/10.61186/jgbfnm.19.1.42) [In Persian]
- Azizi, F., & Zahedi, S. (2016). Assessment of the barriers to the development of health tourism in Yazd Province, Iran. *Health information management*, 12 (6), 799-806. [In Persian]
- Badulescu, D., & Badulescu, A. (2014). Medical tourism: between entrepreneurship opportunities and bioethics boundaries: narrative review article. *Iranian journal of public health*, 43 (4), 406. PMID: PMC4433721.
- Bagočius, V., Zavadskas, K. E., & Turskis, Z. (2013). Multi-criteria selection of a deep-water port in Klaipeda. *Procedia Engineering*, 57, 144-148. doi: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2013.04.021>
- Baker, D. M. (2015). Medical Tourism Development, Challenges and Opportunities for Asia. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6 (12), 193-210. doi: [10.6092/issn.2036-5195/5315](https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/5315)
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>
- Chakraborty, S., & Zavadskas, E. K. (2014). Applications of WASPAS method in manufacturing decision making. *Informatica*, 25 (1), 1-20. doi: [10.15388/Informatica.2014.01](https://doi.org/10.15388/Informatica.2014.01)
- Chugan, P. K., Dhar, U., & Bhatt, S. (2009). Medical Tourism under Mode II of GATS (WTO): Opportunities, Challenges and Entrepreneurial Strategies in Gujarat. *Nirma University Journal of Business and Management Studies*, 3 (3), 23-36. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1780878>
- Dastranj, H., Kazemi, M., Kord, B., Kamaliyan, A., & Roushan, S. A. (2019). Study of Dimensions and Components of Tourism Entrepreneurship Development using the Grounded Theory Methodology (Case Study: Qeshm Island). *Geography (Regional Planning)*, 9 (34), 97-111. doi: [20.1001.1.22286462.1398.9.2.7.3](https://doi.org/10.22286/462.1398.9.2.7.3) [In Persian]
- Dehghan, R., Reshadatjoo, H., Talebi, K., & Dargahi, H. (2021). Health Tourism System Development Using Entrepreneurial Management Approach in the COVID-19 Pandemic Era. *Journal of Research and Health*, 11 (4), 251-260. doi: [10.32598/JRH.11.4.1860.1](https://doi.org/10.32598/JRH.11.4.1860.1) [In Persian]
- Delbari, S. M. (2023). Entrepreneurial Capacities in Religious Tourism and its Cultural and Social Benefits. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (2), 71-85. doi: [10.22034/jer.2023.1972620.1012](https://doi.org/10.22034/jer.2023.1972620.1012) [In Persian]
- Dimitrov, N., Magdinceva Sopova, M., & Josheski, D. (2016). Role of the modern entrepreneurship in the development of the health tourism in Republic of Macedonia. *International Journal of Business and Management Invention*, 5 (10), 102-106.
- Erzberger, C., Kelle, U., Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). Handbook of mixed methods in social & behavioral research. *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*, 457-90.
- Ganguli, S., & Ebrahim, A. H. (2017). A qualitative analysis of Singapore's medical tourism competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 21, 74-84. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.12.002>
- Hassani Buoki, S., & Nadr Esfahani, A. (2019). *Identifying and Prioritizing Entrepreneurial Opportunities in Medical Tourism in Yazd (Case Study: Private Hospitals and Infertility Centers)*. National Congress of New Findings in Humanities. [In Persian]
- Hassani, A. & Khadem, F. (2024). The Role of Factors Affecting the Development of Rural Women's Entrepreneurship in Sustainable Tourism Economy (A Case Study: Kandovan Village). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (4), 15-32. doi: [10.22034/jer.2023.2013241.1056](https://doi.org/10.22034/jer.2023.2013241.1056) [In Persian]
- Hoseinpour, R., & Riyahi, L. (2018). Relationship between medical therapy tourism and the rate of tourism attraction in Ardabil province. *Journal of Health*, 9 (2), 159-71. doi: [10.29252/j.health.9.2.159](https://doi.org/10.29252/j.health.9.2.159) [In Persian]
- Imani, A., Sedaghati Mokhtari, S., & Mohammadi, Z. (2024). Formulating an Entrepreneurship Development Policy Model in Imam Khomeini Relief Foundation of Sistan and Baluchestan Province. *Journal of Entrepreneurship Research*, doi: [10.22034/jer.2024.715355](https://doi.org/10.22034/jer.2024.715355) [In Persian]
- Izadi, M., Ayoobian, A., Nasiri, T., Joneidi, N., Fazel, M., & Hosseinpourfard, M. J. (2012). Situation of health tourism in Iran; opportunity or threat. *Journal of Military Medicine*, 14 (2), 69-75. [In Persian]
- Jones, C. A., & Keith, L. G. (2006). Medical tourism and reproductive outsourcing: the dawning of a new paradigm for healthcare. *International journal of fertility and women's medicine*, 51 (6), 251-255. PMID: 17566566.
- Kahrobai, Z. (2016). *Identifying and Prioritizing Medical Tourism Entrepreneurship Opportunities in Shiraz*. M.Sc. Thesis, Sistan and Baluchestan University. [In Persian]
- Kardaras, D. K., Karakostas, B., & Mamakou, X. J. (2013). Content presentation personalisation and media adaptation in tourism web sites using Fuzzy Delphi Method and Fuzzy Cognitive Maps. *Expert Systems with Applications*, 40 (6), 2331-2342. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.10.031>
- Kenan, T. (2015). *Improving the Effectiveness of E-Learning Implementation in the School of Engineering at Tripoli University*. Doctoral dissertation, University of Huddersfield.
- Khazaei aliabad, M., & Hasani, A. (2023). Contributory Factors to the Success of the Health Tourism Supply Chain Case Study: The City of Shiraz. *Tourism and Leisure Time*, 8 (15), 169-181. doi: [10.22133/tlj.2023.392874.1090](https://doi.org/10.22133/tlj.2023.392874.1090) [In Persian]
- Kim, S., & Lee, W. S. (2019). Network text analysis of medical tourism in newspapers using text mining: The South Korea case. *Tourism Management Perspectives*, 31, 332-339. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.010>

- Kurd, B., Imani, A., & Seyed Alavi, S. J. (2019). *Identification and Prioritization of Small and Medium Entrepreneurship Opportunities in the Development of Domestic Religious Tourism*. National Conference on Economics, Development Management and Entrepreneurship with the Approach of Supporting Iranian Goods. [In Persian]
- Kurniawan, L. L. (2017). *Health and Wellness Tourism: A Strategic Plan for Tourism Entrepreneurship*. In: Proceeding The 14th UBAYA International Annual Symposium on Management. Department of Management, Faculty of Business & Economics, Universitas Surabaya, Surabaya. ISBN 978-602-73852-1-4
- Lagiewski, R., & Myers, W. (2008). Medical tourism: Perspectives and applications for destination development. *J Vacation Marketing*, 10 (2), 122-37. <https://repository.rit.edu/other/683>
- Lee, C. (2007). Medical tourism, an innovative opportunity for entrepreneurs. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (1), 110-122.
- Momeni, K., Janati, A., Imani, A., & Khodayari-Zarnaq, R. (2018). Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, Iran: A qualitative study. *Tourism Management*, 69, 307-316. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.007>
- Najjari, H., Didekhani, H., Mostaghimi, M., & Hosseini, S. M. (2021). Identifying and prioritizing the dimensions of medical tourism with emphasis on technological entrepreneurship. *Journal of health Administration*, 24 (1), 11-22. doi: 10.52547/jha.24.1.11 [In Persian]
- Nawazani, B., Jalilian, N., & Asgari, F. (2015). *Globalization of Medical Tourism with Emphasis on Entrepreneurship Opportunities in Iran*. the Second Scientific Conference on New Findings in Management, Entrepreneurship and Education in Iran. [In Persian]
- Nilashi, M., Samad, S., Manaf, A. A., Ahmadi, H., Rashid, T. A., Munshi, A., & Ahmed, O. H. (2019). Factors influencing medical tourism adoption in Malaysia: A DEMATEL-Fuzzy TOPSIS approach. *Computers & Industrial Engineering*, 137, 106005. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106005>
- Oveisi, L., Karoubi, M., & oveisi, M. (2023). Identifying and prioritizing the empowering factors of women in the health tourism industry of Yazd province. *Tourism and Leisure Time*, 8 (15), 131-144. doi: [10.22133/tlj.2023.415288.1117](https://doi.org/10.22133/tlj.2023.415288.1117) [In Persian]
- Pirdadeh Beyranvand, K., Ahmadvand, M., & Sharafi Sarabi, V. (2019). The Human Driving Forces of Entrepreneurship Development in Tourism Sector: A Case Study of the Village of Istgah Bisheh in Khorramabad County. *Journal of Rural Research*, 9 (4), 564-579. doi: [10.22059/jrur.2018.256555.1248](https://doi.org/10.22059/jrur.2018.256555.1248) [In Persian]
- Pirnar, İ., & Ozan, H. (2024). Systematic Literature Review of Health Tourism Innovation. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22 (2), 383-398. doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.026>
- Pishgoi, R. (2016). *Identification and ranking the factors affecting the development of entrepreneurship in the field of health tourism in Kerman province*. Master Thesis, Shahid Bahonar University of Kerman. [In Persian]
- Rezvani, M. R., & Najjarzadeh, M. (2009). Study and Analysis of Villagers, Background Knowledge on Entrepreneurship In the Process of Rural Development Case study: South Baraan District (Isfahan County). *Journal of Entrepreneurship Development*, 1 (2), 161-182. [In Persian]
- Ridderstaat, J., Singh, D., & DeMicco, F. (2019). The impact of major tourist markets on health tourism spending in the United States. *Journal of destination marketing & management*, 11, 270-280. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.05.003>
- Safari, S., & Mohammad Mirzaei Bafghi, M. (2014). Identification and prioritization of entrepreneurial opportunities in the tourism industry (Case study: city of Yazd). *Tourism Management Studies*; 9 (26), 131-147. doi: [10.1016/j.tms.2014.09.006](https://doi.org/10.1016/j.tms.2014.09.006) [In Persian]
- Sánchez-Medina, A. J., Arteaga-Ortiz, J., Naumchik, R. M., & Pellejero, M. (2019). The intention to quit entrepreneurship in tourism SMEs: The effect of work addiction. *International Journal of Hospitality Management*, 102400. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102400>
- Sarhadi, A., Akbarnia, M., Bagh Shirin, L., Daronkola, H. K., Shabankareh, M., & Aznab, E. (2023). Blockchain revolutionizes entrepreneurial and marketing capabilities in health tourism. *Anatolia*, 35 (4), 1-14. doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2023.2295326>
- Shayegh, A. H., & Karampour, A. H. (2021). Investigating the Factors Related to Entrepreneurship Development in Rural Health Tourism Innovation Case Study: Qalat Village. *Tourism and Leisure Time*, 6 (11), 91-99. doi: [10.22133/tlj.2021.140656](https://doi.org/10.22133/tlj.2021.140656) [In Persian]
- Soofi, L., & daylamiDaylami, S. (2022). The Role of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, and Mental Norms on Entrepreneurship Intention in the Tourism Industry (Case Study: A Survey of Students' Perspectives of the Faculty of Tourism, University of Science and Culture). *Tourism and Leisure Time*, 7 (13), 51-65. doi: [10.22133/tlj.2022.343597.1047](https://doi.org/10.22133/tlj.2022.343597.1047) [In Persian]
- Xu, A., Johari, S. A., Khademolomoom, A. H., Khabaz, M. T., Umurzoqovich, R. S., Hosseini, S., & Semiromi, D. T. (2023). Investigation of management of international education considering sustainable medical tourism and entrepreneurship. *Heliyon*, 9 (1). doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12691>
- Zaragoza-Sáez, P., Marco-Lajara, B., Úbeda-García, M., & Manresa-Marhuenda, E. (2024). Exploratory and co-exploratory innovation. The mediating role of digitalization on competitiveness in the hotel industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 199, 123069. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123069>
- Zavadskas, E. K., Turskis, Z., Antucheviciene, J., & Zakarevicius, A. (2012). Optimization of weighted aggregated sum product assessment. *Elektronika ir elektrotechnika*, 122(6), 3-6. doi: [10.5755/j01.eee.122.6.1810](https://doi.org/10.5755/j01.eee.122.6.1810)