

جاده‌ابریشم فرصتی نوین برای رونق گردشگری ایران

ندا ترابی فارسانی

دانشیار، گروه موزه و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

محمدتقی طفرایی*

استادیار، گروه موزه و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

مریم دانشور وثوقی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

محمدعلی رجایی ریزی

استادیار، گروه موزه و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۷

چکیده

ایران از کشورهایی است که جاده‌ابریشم را فرصتی استراتژیک برای منطقه خود (سطح خرد) و در پیرامون (سطح کلان) برای ایجاد توازن در روندهای اقتصاد سیاسی بین‌المللی تلقی می‌کند. توجه به اهمیت زنجیره ارزش علاوه بر انگیزه‌ها و اهداف اقتصادی و تجاری، ابعاد ژئواستراتژیک، ژئوپولیتیک، ژئواکونومیک و گردشگری نیز پیدا کرده است. طرح‌های مرتبط با سازمان جهانی گردشگری در دهه اخیر و طرح «ابتکار جاده‌ابریشم» چین (۲۰۱۳) با ۹۰۰ پروژه در ۶۵ درصد از سه قاره جهان جهان (شامل دو طرح «ساخت کمربند اقتصادی جاده‌ابریشم و جاده‌ابریشم دریایی قرن بیست و یکم») و طرح «جاده‌ابریشم» ایالت متحده آمریکا (۲۰۱۱) با ۴۰ مگا پروژه کلان و از طرفی توجه و اهمیت طرح‌های ملی به رونق گردشگری در راستای حفاظت و معرفی میراث‌های واقع در مسیر جاده‌ابریشم اهمیت بالای این جاده را نشان می‌دهد. در این راستا؛ با مطالعه ادبیات تحقیق هیچ یک از پژوهش‌های داخلی به بررسی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در جاده‌ابریشم نپرداخته‌اند و پژوهش حاضر توانسته است در راستای پر کردن این خلا پژوهشی گام مهمی بردارد. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در بخش مهمی از این جاده جهانی در ایران و اولویت‌بندی آنها است. سوال اصلی این است که کدام فرصت‌های کارآفرینی از طریق رونق گردشگری جاده‌ابریشم در ایران فراهم خواهد شد؟ ابزار گردآوری داده در پژوهش فرم مصاحبه بوده و داده‌ها به روش گلوله برفی جمع‌آوری شده است. به منظور شناسایی فرصت‌های کارآفرینی روش کیفی (کدگذاری باز و محوری) به کار رفته است. به علاوه با بهره‌گیری از آزمون‌های آماری (فریدمن) به اولویت‌بندی فرصت‌های هر دسته پرداخته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که فرصت‌های کارآفرینی به ۹ دسته بزرگ - فرصت‌های اقامتی؛ اوقات فراغت و گردشگری؛ عمومی؛ حمل‌ونقل؛ کسب و کار؛ فرهنگی؛ تندرستی و سلامتی؛ اداری و مالی - تقسیم‌بندی می‌گردد و اولویت فرصت‌های کارآفرینی شناخته شده متفاوتند.

واژگان کلیدی: جاده ابریشم، فرصت‌های کارآفرینی، کارآفرینی گردشگری، ایران.

مقدمه

مطابق آنچه از مسیرها و گذرهای اصلی و فرعی جاده ابریشم در دوره‌های مختلف حیات فعالیت این ماده مستفاد می‌شود، می‌توان اذعان کرد که جاده ابریشم تا قبل از اکتشافات جغرافیایی در سده‌های مدید و شناخت راه‌ها و مسیرهای نو، اصلی‌ترین حوزه‌های معیشت تمدن بشری در اعصار مختلف را شامل بوده و از این منظر می‌توان آن را یکی از شاخص‌ترین نمادها و نموده‌های مدنی دنیای قدیم معرفی کرد (Kamarani Far, 2013 & Estachy, 2023). این جاده طولانی و بزرگ باز مانده‌ها و میراث غنی پر باری را برای ملل مختلف در مسیر خود به یادگار گذاشته که میراث جهانی، خاصه از نوع فرهنگی و معنوی است که با قابلیت‌های فراقاره‌ای خود در یک گستره‌ی چند ملیتی و فراگیر، شهرتی عالم‌گیر دارد (Barton, 2021). جاده ابریشم یک مسیر تجاری بزرگ بین چین و اروپا بین قرن سوم قبل از میلاد تا قرن پانزدهم میلادی و شامل دو جاده ابریشم زمینی و جاده ابریشم دریایی بوده است (Fallon, 2015). به گفته سیمپفندورفر^۱، جاده ابریشم «یکی از قوی‌ترین برندهای جهان است، شاید حتی بزرگتر از دیزنی و کوکاکولا» (UNWTO, 2018). ویتر اعتقاد دارد که جاده ابریشم یک کمر بند، یک مسیر و یک میراث را خلق کرده است (Winter, 2016). شایان ذکر است که شیان (چین) اولین نقطه شروع جاده ابریشم و همچنین ایران یکی از قدیمی‌ترین کشورهای در آن است (Janardhan, 2020). امروزه گردشگری جاده ابریشم یک استراتژی برای احیای میراث در کشورهای حوزه جغرافیای جاده ابریشم است (Lane and Lewcock, 1996). وود^۲ (۲۰۰۲) معتقد است که جاده ابریشم نه تنها میراث‌های فرهنگی و طبیعی بسیاری را در بر گرفته، بلکه شامل امپراتوری‌های فراموش شده و تاریخ طولانی است (Estachy, 2023).

سازمان جهانی جهانگردی با برگزاری مجمع عمومی خود در کشور اندونزی در سال ۱۹۹۳ پروژه‌ی مهم گردشگری جاده ابریشم در کشورهای واقع در مسیر این جاده را مطرح نمود (Gholami, 2016). در سال ۱۹۹۴ نخستین نشست سازمان جهانی جهانگردی در حوزه جاده ابریشم در شهر سمرقند (ازبکستان) با حضور ۱۹ کشور (Qassimi, 2016) در غالب «بیانیه سمرقند» برای خلق و ایجاد تجربه‌ای تاریخی و ماندگار، گردشگری جاده ابریشم، را رقم زد (UNESCO Silk Road Program, 2016). در طول این سال‌ها؛ سازمان جهانی گردشگری با همکاری سازمان‌های مهمی مانند یونسکو و UNDP در جهت پیشرفت و رعایت الزامات توسعه پایدار در میان مناطق واقع در مسیر جاده ابریشم اقداماتی را داشته است (Redi, 2017). در سال ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ میلادی این سازمان با توجه به درخواست اعضا، برنامه کنونی جاده ابریشم را راه اندازی نمود که بر سه محور کلیدی افزایش بازاریابی، ظرفیت‌سازی و مدیریت و تسهیل سفر، در مسیر جاده ابریشم قرار داشت (Iqbali, 1400). هدف پروژه مذکور افزایش و بهبود توسعه گردشگری پایدار در امتداد کمر بند ابریشم؛ برای

¹ Simpfendorfer

² Wood

به حداکثر رساندن مزایای توسعه گردشگری برای جوامع محلی در طول مسیر؛ تحریک سرمایه‌گذاری و حفاظت از منابع طبیعی میراث فرهنگی و جاذبه‌های جاده‌ابریشم می‌باشد (Redi, 2017).

پروژه جاده‌ابریشم با عضویت ۳۴ کشور کاتالیزوری برای همکاری بیشتر بین طرف‌های درگیر (سازمان جهانی گردشگری، سازمان ملل متحد و کشورهای عضو در پروژه که دارای شهرهایی هستند که در مسیر جاده‌ابریشم قرار گرفته‌اند) در راستای تحریک سرمایه‌گذاری و کاهش فقر در جاده‌ابریشم و حفاظت از میراث‌های فرهنگی و محیطی است (Iqbali, 1400). بنابراین می‌توان گفت پروژه جاده‌ابریشم (۲۰۱۷/۲۰۱۶) تلاشی است برای رونق گردشگری در سرتاسر مسیر جاده.

بدیهی است که این پروژه نتایج مثبتی را به دنبال داشته که عبارت‌اند از: (۱) فعالیت شبکه‌ای بین اعضا (۲) مشارکت قوی بخش خصوصی و دولت (۳) افزایش آگاهی در مورد جاده‌ابریشم و معرفی آن به عنوان یک برند جهانی در گردشگری و سفر (۴) تنوع گردشگری، تحقیقات مشترک، ظرفیت‌سازی مشترک و تبادل اطلاعات گردشگری (UNWTO, 2018). علاوه بر این، تریپ ادویزر گرایش‌های سفر به جاده‌ابریشم را تا قبل از جریان کوئید ۱۹ بررسی کرد. نتایج نشان داد که ۶۱ درصد از گردشگران در مسیر جاده‌ابریشم به کشف کردن شهرهای باستانی خود علاقه مند هستند.

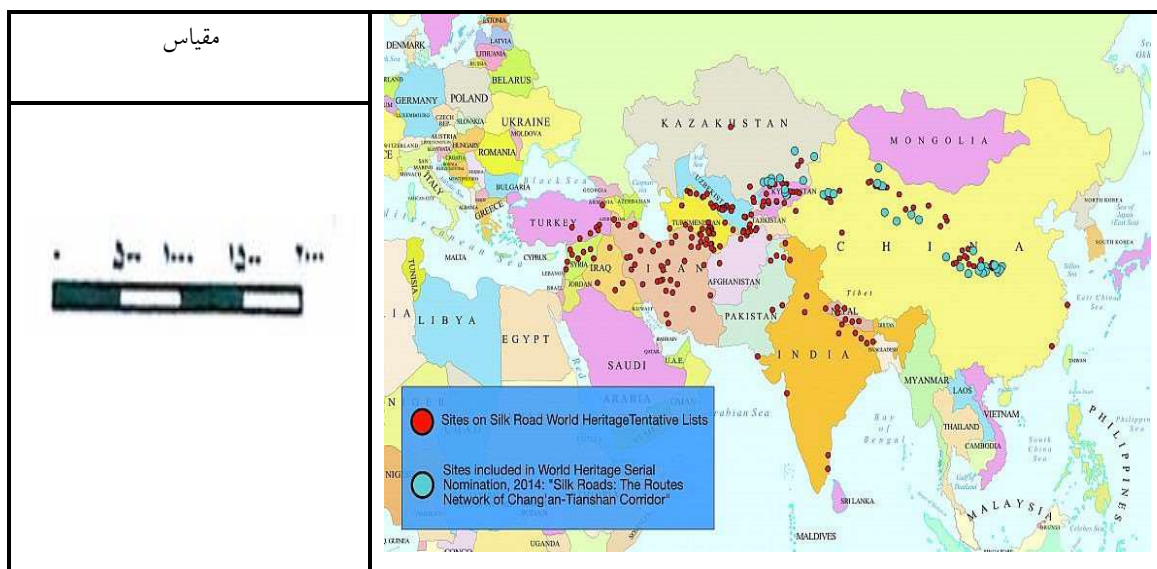
هرچند جریان کوئید ۱۹ پیامدهای زیانباری برای گردشگری کشورهای جاده‌ابریشم به دنبال داشت. ولی برنامه‌ها و پروژه‌های یاد شده در حال انجام است (Rajayi, 1401). لذا هشتمین نشست وزرای جاده‌ابریشم UNWTO در نمایشگاه تجارت سفر و گردشگری برلین (ITB) در سال ۲۰۲۳ (۱۶ تا ۱۸ اسفند ۱۴۰۱) با هدف اتخاذ چشم‌اندازی بلندمدت در رابطه با گردشگری در مسیرهای تاریخی جاده‌ابریشم و روش‌های معرفی جاده‌ای ابریشم به عنوان مهم‌ترین مسیر گردشگری بین‌المللی در قرن بیست‌ویکم برگزار گردید (Estachy, 2023). این رویداد، با موضوع «برنامه‌ی گردشگری راه ابریشم ۲۰۲۵» برگزار شد و وزرا گردشگری ملی، سیاست‌ها و ایده‌های مهم خود را در جمع بیش از ۳۴ کشور مطرح خواهند کرد. در این نمایشگاه بیش از ۶۰ کشور جهان تلاش کردند تا با احیای جاده‌ای ابریشم، از آن به عنوان یک مسیر مهم برای گردشگری بهره ببرند.

اقدامات UNWTO در خصوص جاده‌ای ابریشم (Iqbali, 1400) معطوف به کسب بیشترین سود از محل توسعه‌ی گردشگری برای جوامع محلی حوزه‌ی جاده‌ابریشم و تشویق سرمایه‌گذاری و حمایت از برنامه‌های حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی این مسیر است (Chhen, 2022). طرح‌ها و پروژه‌های جاده‌ابریشم نوین با مشارکت همه شهروندان، شرکت‌ها، دولت‌ها، مشارکتی نوآوری، به یک الگوی جهانی برای پایداری تبدیل خواهد کرد (Peter Seele, 2019) برای یک دنیای بسیار شبکه‌ای، جهانی شده، پیچیده و دیجیتالی شده با منابع محدود عناصر کلیدی برای موفقیت پایدار جاده‌ابریشم ۱۰ نکته هم‌اندیشی، هم‌کارکردن، یادگیری مشترک، ایجاد مشترک، نوآوری و کارآفرینی ترکیبی، مالکیت مشترک، هماهنگی، همکاری، تکامل مشترک و هوش جمعی با پیوند دادن همه اعضا با زیرساخت‌های دیجیتال و

سیستم‌های مدیریت داده‌های شرکتی،(Chhen,2022). منجر به اثرات مثبت بر مسئولیت اجتماعی و پایداری برای زنجیره‌های تامین، (Shariatnia,1395) مدیریت داده‌ها، گزارش‌های شرکتی و مسائل نظارتی همه اعضا شود(Amir Ahmadian ,1396).

ایران از کشورهایی است که جاده‌ابریشم را فرصتی استراتژیک برای منطقه خود و محیط پیرامونی(سطح کلان) برای ایجاد توازن در روندهای اقتصاد سیاسی بین‌الملل تلقی می‌کند. زیرا به طور تاریخی کشوری مهم در مسیر این جاده بوده است. احیای این موقعیت در قالب کلیه پروژه‌ها و طرح‌های کلان جاده‌ابریشم بین‌المللی و منطقه‌ای مانند طرح «ابتکار جاده‌ابریشم» چین(۲۰۱۳) و طرح «جاده‌ابریشم» ایالت متحده آمریکا (۲۰۱۱) و طرح‌های مرتبط با سازمان جهانی گردشگری(Barton,2021) و طرح‌های ملی و داخلی می‌تواند به احیای موقعیت ژئواکونومیک گردشگری ایران کمک نماید. بنابراین ایران در تمام سطوح، جاده‌ابریشم را به عنوان یک فرصت برای پیشبرد توسعه در منطقه و توسعه کشور از جمله توسعه گردشگری تلقی می‌کند (Shariatinia,1396). همچنین رویکرد کانکتوگرافی از ترکیب اتصال و جغرافیا تشکیل شده و به نوعی آینده امورات جهانی را شکل می‌دهند. استراتژی اتصال جغرافیایی چین را می‌توان در قالب ابرپروژه جاده ابریشم جدید از طریق سه راهبرد اصلی تعامل پیرامونی، تعامل اقتصادی و تعامل پترو-یوان تبیین نمود(Liu,2022) دیپلماسی جدید چین بیشتر با رهیافت نرم و انعطاف پذیری فزاینده شناخته شده است و رهبران این کشور در سیاست خارجی بیشتر دنبال راه حل های برد - برد با انگیزه های اقتصادی و سیاسی هستند. سبک دیپلماسی چین به طور فزاینده توسط جامعه بین‌المللی به رسمیت شناخته شده است و می‌تواند در آینده دستاورد مهمی برای این کشور به عنوان قدرت میانجی در تعارضات بین‌المللی به ارمغان بیاورد (Chhen,2022). عضویت ایران در پروژه راه ابریشم جدید، موجبات ارتقای قدرت مانور ایران را با تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در امنیت منطقه و فرامنطقه‌ای فراهم می‌آورد(Safdari et al,2023) همچنین توافقاتی سه جانبه ایران و عربستان و چین در اسفند ۱۴۰۱ نیز در همین راستا و می‌تواند به نفع سه کشور در همه حوزه‌ها از جمله گردشگری باشد (Chheang,2021).

ایران با بهره‌گیری از این مزیت می‌تواند منافع بسیاری را در بخش‌های متفاوت از جمله بخش گردشگری به دست آورد و جایگاه اقتصاد سیاسی گردشگری (Torabi,1398) خود را در سطوح منطقه‌ای و جهانی ارتقا بخشد. این مهم، مستلزم درک واقعیت‌ها، بهره‌گیری از فرصت‌ها از جمله فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری و کسب آمادگی‌های لازم برای رقابت با رقبای منطقه‌ای و بین‌المللی است(Iqbali,1400). براساس آمار و اطلاعات مرکز میراث جهانی یونسکو، ایران از مهم‌ترین کشورهای قاره آسیا و اروپا با رتبه ثبت سایت‌های میراثی، طبیعی و ترکیبی (میراث و طبیعی) با بیش از ۲۶ سایت با رتبه ۹ دنیا و تعداد ۶۱ سایت پیشنهادی ایران(شکل ۱)



شکل ۱: نقشه سایت‌های میراث جهانی یونسکو در جاده ابریشم

Source :Iqbali, 1400

درفهرست غیرقطعی یونسکو قرار گرفته است. از میان ۱۳۹ کشور جهان و از تعداد ۶۲۹ مورد از موضوعات ثبت شده در فهرست میراث ناملموس جهان در یونسکو، کشور ایران با ۱۷ اثر و موضوع ناملموس در رتبه ۵ جهان و چهارم قاره آسیا قرار دارد (Iqbali, 1400).

با توجه به ظرفیت‌های غنی ایران، در حوزه جاده ابریشم این ظرفیت‌ها نیز نادیده گرفته شده و سرمایه‌گذاری خاصی صورت نگرفته است. از آنجا که صنعت گردشگری تنها صنعتی در جهان است که می‌تواند زنجیره‌های مختلفی از صنایع، محصول، تولید کالا و خدمات را به یکدیگر متصل و اشتغال دائم ایجاد نماید، شناسایی اجزای زنجیره تأمین گردشگری و فرصت‌های مهم در حوزه جاده ابریشم می‌تواند به عرضه، تولید و توسعه محصول نهایی گردشگری مرتبط و ارائه راهکارهای لازم برای بهبود و ارتقای آن به ویژه در زمینه کارآفرینی بیانجامد.

در سال ۲۰۱۶ مجمع جهانی شهرهای جاده ابریشم، به عنوان مرکز بین‌المللی فرهنگی، اقتصادی و گردشگری در ایران تحت نظارت سازمان ملل متحد در کاروانسرای سعد السلطنه (قزوین) به منظور همکاری بین شهرها و کشورهایی که در جاده ابریشم جهانی قرار دارند احداث شد. بدیهی است، این رویداد توانست فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری را برای این مسیر فراهم کند (Tabriz International Silk Road Conference, 2017).

مبانی نظری

پارادایم‌های نوین جاده ابریشم

ارتباط جوامع با کانون‌های بزرگ؛ تمدن‌های بشری موجبات شکل‌گیری راه‌هایی را فراهم آورده است که بنا به دلیل تکوین و مهم‌ترین کاربردها، اسامی گوناگونی مانند راه شاهی؛ راه چای؛ راه ادویه (Shariatnia, 1396) و طولانی‌ترین و پراهمیت‌ترین آن، راه ابریشم را به وجود آورد. این راه؛ شبکه راه‌هایی بود که سرزمین‌های آسیایی را به یکدیگر می‌پیوست و از چین تا مدیترانه امتداد داشت. راه‌های ابریشم، تصویری جامع از تاریخ ارتباطات جوامع بشری ترسیم می‌کند و درحقیقت تاریخ تبادل فرهنگ، تمدن‌ها است (Takmil Homayun, 2015).

اگرچه شکل‌دهی به پارادایم‌ها، نظریات و مدل نوینی از همگرایی اقتصادی و اجتماعی و میان طیف وسیعی از کشورها را به عنوان هدف کلیدی دنبال می‌کند، اما فارغ از نیت دولت‌ها، این جاده ابعاد سیاسی، ژئوپلیتیک و ژئواستراتژیک و ژئواکونومیک (Clinton, 2011) و گردشگری نیز یافته است. لذا در کنار دیدگاه‌های کلاسیک مرتبط با جاده ابریشم؛ نظریات و پارادایم‌های جدیدی از نقطه‌نظرهای متفاوت در کشورها مطرح می‌شود. آنچه در این چارچوب مهم است بحث توسعه گردشگری و فرصت‌هایی است که در ایران نسبت به این مزیت از بعد ملی و منطقه‌ای در مسیر جاده باستانی در حال احیا مطرح می‌شود.

جاده ابریشم برپایه جاده ابریشمی قرار دارد که صدها سال چین را به کشورهای اروپایی متصل می‌کرد. به واقع جاده ابریشم، شبکه راه‌های به هم پیوسته‌ای با هدف بازرگانی در آسیا بود که شرق و غرب و جنوب آسیا را به شمال آفریقا و شرق اروپا پیوند می‌داد؛ مسیری که تا سده پانزدهم میلادی به مدت ۱۷۰۰ سال، بزرگ‌ترین شبکه بازرگانی دنیا بود (Amir Ahmadian et al, 2016). به همین دلیل دولت‌ها تلاش دارند با استفاده از اهمیت تاریخی و امروزی جاده ابریشم بهترین فرصت را در اقتصاد و تجارت جهانی کسب کنند. کشورهای مانند ترکیه و چین و بعضاً کشورهای آسیای میانه در منطقه و حتی اتحادیه اروپا و آمریکا با ارائه نظریات و طرح‌های کلان در دهه گذشته پیشقدم شدند.

نظریه مهم نسبت به جاده ابریشم نوین؛ مفهوم بندی وضعیت رونق جاده ابریشم در قالب زنجیره جهانی ارزش و زمینه را برای درکی متفاوت از آن برای تجارت، اقتصاد و گردشگری از جمله کارآفرینی را فراهم آورد. زنجیره ارزش بنابر تعریف، به مجموعه فعالیت‌هایی که هر مرحله آن به ایجاد ارزش منجر می‌شود اطلاق می‌گردد (Elms, 2013) و فعالیت‌هایی چون تحقیق، توسعه، طراحی، تولید، بازاریابی، برندینگ، توزیع و خدمات و فروش و از همه مهمتر نوآوری و خلاقیت کارآفرینانه در تجارت و گردشگری است (Shariatnia, 1395). فعالیت‌هایی که در درون زنجیره ارزش شکل می‌گیرد، می‌تواند در یک شرکت یا در مجموعه‌ای از شرکت‌ها در یک جغرافیای محدود یا در یک منطقه جغرافیایی و یا در پهنه جهانی صورت گیرد (OECD, 2013).

مهم‌ترین جلوه اهمیت روزافزون زنجیره ارزش در اقتصاد جهانی امروز، نقش روزافزون کالاهای واسطه‌ای و محصولات خدماتی از جمله در بخش گردشگری در تجارت جهانی است (Elms, 2013). منطقه‌ای شدن زنجیره ارزش، موقعیت ژئواکونومیک کشورها را بازتعریف می‌نماید. بدین معنا که دیگر کشورها نمی‌توانند تنها به مزیت‌های نسبی خود توجه کنند؛ بلکه در روند سیاست‌گذاری‌های تجاری خود باید به مزیت‌های نسبی محیط همسایگی نیز توجه نمایند (Economic World, 2012). به بیان دیگر، هنوز جغرافیا در سیاست‌گذاری صنعتی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و با منطقه‌ای شدن زنجیره عرضه، کشورها در سیاست‌گذاری صنعتی، نه تنها باید مزیت نسبی خود، بلکه باید مزیت نسبی همسایگان را نیز در نظر بگیرند.

شاهد این مدعا آنکه ترکیه تا اواخر سال ۲۰۲۳ به هاب منطقه‌ای در فناوری‌های تکنولوژی و محصولات با فناوری متوسط در اوراسیا تبدیل خواهد شد (Justice and Development Party, 2023) و هند بربخش نرم افزاری زنجیره ارزش فناوری اطلاعات متمرکز شده است (Departement of Industrial Policy and promotion, 2020) و امارات متحده عربی می‌کوشد تا به دروازه مطمئنی برای ورود همسایگان این کشور به اقتصاد جهانی تبدیل شود و در بخش‌های لجستیکی و مالی زنجیره جهانی ارزش، یک بازیگر مهم شود (Prime Minister's Office 2022).

چین از جاده‌بریشم برمبنای اصلاح و تعمیق مشارکت این کشور در این زنجیره و صعود به حلقه‌های بالاتر آن صورت می‌گیرد (JinPing, 2012) و جدیداً قطر و عربستان نیز خود را در بخش گردشگری ورزشی زنجیره جهانی ارزش و بخش صنعت نفت و گاز زنجیره جهانی ارزش قرار دادند (Rajayi, 1401). متأسفانه با وضعیت و جایگاه اقتصادی فعلی ایران در جهان؛ ایران در هیچ کدام از زنجیره جهانی ارزش بین‌المللی و منطقه از جمله صنعت گردشگری قرار ندارد و از فرصت‌های این زنجیره به خصوص در زمینه خلق مزیت کارآفرینی در ارتباط با جاده‌بریشم نیز هیچ‌گونه استفاده نکرده است.

توجه و تمرکز به ظرفیت بازار بزرگ منطقه، پیشران تحقق برون‌گرایی سیاست‌های اقتصادی و تجاری کشور خواهد بود. دستیابی به بازار کشورهای همسایه، در کنار نقش‌آفرینی همه نهادهای دولتی، تکالیف و وظایف سنگینی را متوجه وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، امور خارجه و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و گردشگری ایران می‌کند (Safdari et al, 2023).

تحول در تجارت خارجی ایران از الزامات مهم تلقی می‌شود. عدم توازن، عدم انسجام و ناپایداری، ضعف‌های مهم تجارت خارجی ایران از جمله در صنعت گردشگری محسوب می‌گردد و باید برطرف شوند (Safdari et al, 2023). مهم‌ترین رئوس کلی برای نظریه پردازی و ایجاد تحول در بخش گردشگری جاده‌بریشم ایران، ارتقای مزیت رقابتی، تقویت جنبه‌های تجاری‌سازی و کارآفرینی، ارتقای استانداردهای کیفی و ایمنی محصولات و خدمات گردشگری ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های فعال در گردشگری، تمرکز بر برندینگ محصولات گردشگری و ارتقای جایگاه ایران در

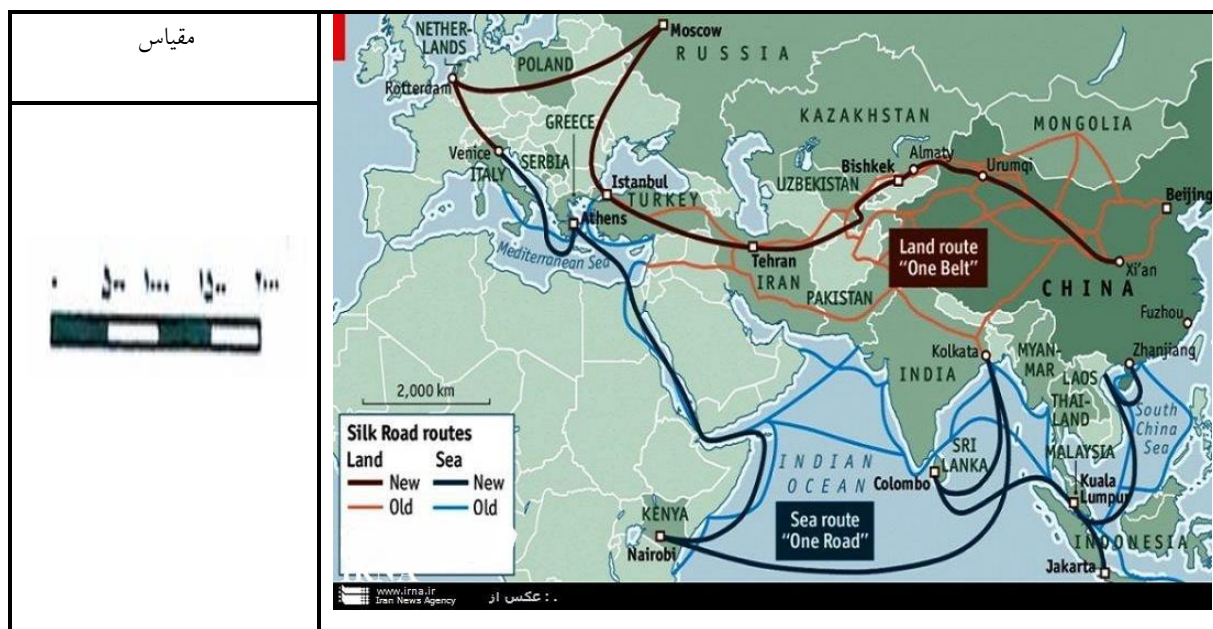
زنجیره ارزش افزوده و رقابت پذیری جهانی گردشگری و در نهایت نقش آفرینی در سطوح بالاتر اقتصاد جهانی مورد تاکید قرار گیرد.

با توجه به نظریات و نسبت به مگا پروژه‌های نوین، ابتدا طرح جاده ابریشم آمریکا در سال ۲۰۱۱ (Clinton, 2011)، که زیرساخت‌های روسیه (جاده‌ها، خطوط آهن و خطوط انتقال انرژی) را به کشورهای آسیای مرکزی و پس از آن به افغانستان، پاکستان و هند متصل می‌نماید (Hussain, 2021). این طرح سعی دارد با بیرون نگاه داشتن ایران و نادیده انگاشتن اهمیت ژئوپلیتیک و ژئواستراتژیک آن به نوعی از ایفای نقش ایران در منطقه بکاهد (Esteban and Otero, 2015) و راه‌های جدیدی را برای دسترسی به شرق پایه گذاری نماید.

طرح جاده ابریشم جدید چین (شکل ۲) که مکمل تمام طرح های توسعه جاده ابریشم می باشد نیز با دو گونه خشکی - دریایی بر آن است تا شرق آسیا را به آسیای مرکزی، آسیای مرکزی را به غرب آسیا و غرب آسیا را به مدیترانه و شرق اروپا متصل سازد، (Hussain, 2021) همچنین طرح «جاده ابریشم دریایی در قرن ۲۱»، بر آن است تا دریای جنوبی چین را به دریای مدیترانه متصل نماید (Vander Putten & Meijnders, 2015). نام «ابتکار جاده ابریشم»، از سابقه تاریخی مثبت آن به عنوان ابزاری در جهت تحقق اهداف کلان اقتصادی خود از جمله تعاملات اجتماعی و گردشگری استفاده کند (Waugh, 2017) ابتکار جاده ابریشم جدید ۶۵ کشور و ۶۰ درصد از جمعیت کل جهان در سه قاره آسیا، آفریقا و اروپا را پوشش داده و هدف آن بازسازی مسیرهای تجاری برای صادرات تجارت می‌باشد (Griffiths, 2017) از یک سو کمر بند اقتصادی جاده ابریشم از مسیر زمینی چین را از طریق کشورهای آسیای مرکزی به اروپا می‌رساند. چین با توافق با اتحادیه اروپا؛ چین چیزی بالغ بر ۴ تریلیون دلار را در بیش از ۹۰۰ پروژه در کشورهای مختلف سرمایه گذاری کند. این رقمی فراتر از پروژه‌های تجاری کنونی با رقمی به ارزش ۲۳۰ میلیون دلاری باشد (Miner Djankov, 2016). لذا در کنار تمام طرح های قدیمی تر توسعه جاده ابریشم و منطبق با آنها، فرصت‌های مهم گردشگری به ویژه با رویکرد کارآفرینانه از مهم‌ترین مزیت‌های اصلی این طرح محسوب می‌گردد.

محور اصلی سرمایه گذاری‌ها در «طرح ابتکار» و «راه و کمر بند» در زیرساخت‌های حمل و نقل به سوی اروپا، برای اتصال آسیا به اروپا با راه آهن، جاده‌ها، بنادر، پارک‌های صنعتی و مراکز پشتیبانی می‌باشد (Waugh, 2017). این بهترین فرصت برای برنامه ریزی‌های توسعه گردشگری و سفر را برای کلیه کشورهای مشارکت کننده در این طرح از جمله ایران مطرح می‌کند (Weidong, 2016) به علاوه صندوق جاده ابریشم در زمینه ساخت هتلها، هتل آپارتمان‌ها و زیرساخت‌های گردشگری اقدام کرده است (Peter, 2015) اقدامات فوق می‌تواند علاوه بر متفع کردن تجارت جهانی، زیرساخت‌های کشورهای مختلف را ارتقاء و زمان و هزینه‌های سفر و گردشگری را کاهش داده و بیشترین فرصت‌های کارآفرینی در همه بخش‌ها از جمله بخش گردشگری را برای کشورهای مشارکت کننده از جمله ایران فراهم نماید. تنها یکی از قسمت‌های آن ۸۱۰۰۰ کیلومتر راه آهن سریع السیر را توسعه خواهد داد که رقمی دو برابر مجموع راه آهن سریع السیر

جهان است (Weidong,2016) با گسترش طرح یادشده، تجارت بیشتر بین اقتصادهای مرتبط تسهیل شده و می‌تواند به حل منازعات قدیمی، منازعات در حال ظهور بین کشورها کمک نماید (Djankov,2016).



شکل ۲: نقشه جاده ابریشم جدید

Source :Neba khabar

ابتکار «کمربند و جاده» برنامه‌های یونسکو و سازمان جهانی گردشگری و همچنین اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار سازمان ملل از روندهای مهم در زمینه فرصت‌های کارآفرینی و ایده پردازی با نگاهی خلاقانه برای توسعه تفکر و فرهنگ کارآفرینی در جاده ابریشم می‌باشد. با این وجود فعالیت‌های کارآفرینی در این مسیر کمتر مورد توجه قرار گرفته اند. این در حالی است که در جهان مبتنی بر فناوری امروز، بی شک یکی از راهکارهای کاربردی در احیاء جاده ابریشم، حرکت از اقتصاد سنتی مبتنی بر تجارت کالا به کالا به سمت اقتصاد مدرن مبتنی بر کارآفرینی از جمله در حوزه وسیع گردشگری است.

پیشینه تحقیق

با عنایت بر ماهیت میان رشته‌ای پژوهش حاضر، در این زمینه تحقیقات جامع و کاملی در رشته مختلف؛ صورت گرفته است. هال و کرولیکوفسکی (۲۰۲۲) با مرور وضعیت اخیر چین در پروژه‌های اقتصادی و امنیتی جهان، پیامدهای آن را برای همه کشورها از جمله ایران تبیین کرده است (Hall & Krolkowski,2023). نبی پور (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان عضویت ایران در سازمان همکاری شانگهای (SCO) اموراتصادی، بازرگانی و سیاسی بیان کرد که ایران با پیوستن به

سازمان همکاری شانگهای می‌تواند نقش مهمی در احیا جاده ابریشم داشته باشد (Nabipour, 2022). جمشیدی و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای اهمیت نقش ایران در بازآفرینی جاده ابریشم به ویژه اقتصاد گردشگری را از الزامات احیای این جاده برشمرده است (Jamshidi, 2020). در بند چهارم قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین (۱۴۰۱) همکاری‌های گردشگری، علمی-آکادمیک، فناوری و تبادل تجارب در آموزش نیروی انسانی و ارتقای نقش ایران در بزرگراه، خط آهن و اتصالات دریایی در ابتکار کمربند- جاده را بیان می‌کند.

نورعلی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای تحت عنوان «بازنمایی چالش‌های ژئوپلیتیکی طرح ابتکاری جاده ابریشم» به این نتیجه رسید که چالش‌های ژئوپلیتیکی بر سر راه ابتکار ابریشم باعث کاهش اهمیت اقتصاد گردشگری و از بین رفتن فرصت‌های مهم این جاده را مورد به ویژه برای ایران می‌گذرد. شیرزادی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای تحت عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در کوتاه‌مدت و بلندمدت در کشورهای منتخب جاده ابریشم» به این نتیجه رسید که نوسانات و متغیرهای نرخ ارز بر گردشگری در کوتاه مدت و بلندمدت دارای اثر منفی و مثبت است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز و جلوگیری از نوسان‌های نرخ ارز به بهبود فرصت‌های کارآفرینی گردشگری و تقاضای گردشگری در این کشورها کمک می‌کند. رجایی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله تحت عنوان «بررسی توسعه جاده ابریشم دریایی با تأکید بر هویت و نام تاریخی خلیج فارس از دیدگاه اندیشمندان» به اهمیت جاده ابریشم دریایی برای ایران پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که برای تثبیت نقش ایران در منطقه و مسیر جاده ابریشم، ضرورت توجه بیشتر احیاء جاده در مسیرهای ایران بیش از پیش ضرورت دارد. ترابی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «ابتکار جاده ابریشم؛ ابتکار چین برای هژمونی» که یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند این طرح با موانع و مشکلات جدی مواجه است و در نهایت اهداف به شکل حداکثری محقق نخواهد شد.

جی ام کو و او جی کوک (۲۰۱۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «فرصت‌های پیش‌روی منطقه آسیای مرکزی در زمینه رونق گردشگری و نقش پراهمیت» سازمان همکاری‌های شانگهای در ایجاد اتحاد و توسعه گردشگری خصوصاً گردشگری راه ابریشم در کشورهای عضو می‌پردازد. یافته‌ها حاکی از این است که اتحاد بزرگ منطقه‌ای در آسیای مرکزی موجب همکاری و تعامل نزدیک کشورهای عضو در همه حوزه‌ها و ایجاد فرصت‌هایی خوبی را در توسعه گردشگری برای این کشورها فراهم آورده است. پرویندر^۱ (۲۰۱۶) در تحقیق خود در مورد کشور هند به نتایجی در مورد مزایا و فرصت‌های توسعه گردشگری جاده ابریشم از نظر دسترسی به بازارهای منطقه، همکاری و مشارکت همه کشورها در توسعه گردشگری جاده ابریشم را از الزامات توسعه می‌داند. گرابوسکی (۲۰۱۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «رضایت گردشگران جاده ابریشم در خصوص کیفیت خدمات در مسیر جاده ابریشم (شهر شیان به ارومچی)^۲ کشور چین» مورد بررسی قرار

^۱ Parvinder

^۲ Urumqi

گرفت. در این راستا ۲۰ راهنمای تور مورد مصاحبه قرار گرفتند و نتایج نشان می‌دهد که رونق گردشگری جاده‌ابریشم در چین نیاز به تحقیقات بخش بندی بازار و طراحی محصولات ویژه و آموزش راهنمایان تور دارد (Grabowski and Geng, 2000). منهاس، کوور و بهاگاتا (۲۰۱۴) در پژوهش با عنوان «راه ابریشم در پرتوی گردشگری چرخشی: درآمدی بر بین‌المللی‌سازی گردشگری» که یافته‌ها نشان می‌دهد رونق گردشگری چرخشی در بین کشورهای واقع در مسیر راه ابریشم می‌تواند به مسئولین کمک کند تا با انجام اقداماتی مشارکتانه به حفظ و توسعه مقصدهای جاده ابریشم پرداخته شده و به عبارتی اصطلاح بین‌المللی‌سازی گردشگری تحقق یابد.

دانشور وثوقی (۱۳۹۶) به بررسی فرصت‌های کارآفرینی گردشگری ابریشم و اولویت‌های آن در استان آذربایجان شرقی و اردبیل پرداختند و نتایج روش کیفی ۹ فرصت کارآفرینی برای گردشگری جاده‌ابریشم به شرح زیر شناسایی کرد: فرصت‌های اقامتی؛ اوقات فراغت و گردشگری؛ عمومی؛ حمل‌ونقل؛ کسب و کار؛ فرهنگی، بهداشت و سلامتی؛ اداری و مالی. به علاوه، تجزیه و تحلیل بیشتر با استفاده از روش کمی نشان داده شده است که در میان فرصت‌های کارآفرینی، کسب و کار، اوقات فراغت و گردشگری و فرصت‌های اقامتی بالاترین اولویت را داشتند.

امیراحمدیان (۱۳۹۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «ابتکار جاده‌ابریشم جدید» به این نتیجه رسید که در غالب عرصه رقابت چین و آمریکا در اقتصاد بین‌الملل، احیای جاده‌ابریشم و ترسیم یک کمربند اقتصادی، دسترسی بازارهای جهانی را تسهیل و گسترش یک کریدور حمل‌ونقل بین‌المللی برای توسعه همه جانبه کشورهای مختلف از جمله ضروری است. سلیمی پور (۱۳۹۵) به بررسی نگرش گردشگران داخلی به توسعه گردشگری جاده‌ابریشم در مطالعه موردی استان سمنان و شاهرود (ایران) با استفاده از روش کمی پرداخته است. نتایج نشان داد که گردشگران داخلی علاقه مند به ترویج گردشگری جاده‌ابریشم هستند. گردشگران همچنین معتقد بودند که رونق گردشگری در این منطقه می‌تواند به توسعه اقتصادی، اشتغال و درآمد منجر گردد.

براساس مطالعات انجام گرفته توسط تعدادی از پژوهشگران مانند کیز^۱، (۱۹۸۸)؛ لانزبری و گلین^۲، (۲۰۰۱)؛ کبلیرو دانل و ماگامبا^۳، (۲۰۰۷)؛ آتلجوچ^۴، (۲۰۰۹)؛ کلاین^۵ و همکاران، (۲۰۱۰)؛ لیچ و ملیچر^۶، (۲۰۱۱)؛ گریب و تریپچ^۷، (۲۰۱۲)؛ پرسیک و ینکاوچ^۱، (۲۰۱۲)؛ برنز^۲، (۲۰۱۶)، فرصت‌های کارآفرینی را می‌توان به دسته‌های زیر طبقه بندی کرد (۱) اداری؛

1 Keys

2 Lounsbury and Glynn

3 Caballero-Danell and Mugomba

4 Ateļjevič

5 Klein et al

6 Leach and Melicher

7 Grzyb and Trzepacz

(۲) گردشگری؛ (۳) عمومی؛ (۴) زیرساخت‌های حمل‌ونقل؛ (۵) کسب و کار؛ (۶) فرهنگی؛ (۷) سلامت؛ و (۸) مالی. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی است که توسط رونق گردشگری جاده‌ابریشم در ایران فراهم می‌گردد. علاوه بر این پروژه جهانی سازمان ملل فرصت‌های متعددی را برای بخش‌های خصوصی مانند اقامت، کروز، خدمات زمینی، (جلسات، مشوق‌ها، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها) و فروش بلیط‌های جاده‌ابریشم دریایی فراهم کرده است.

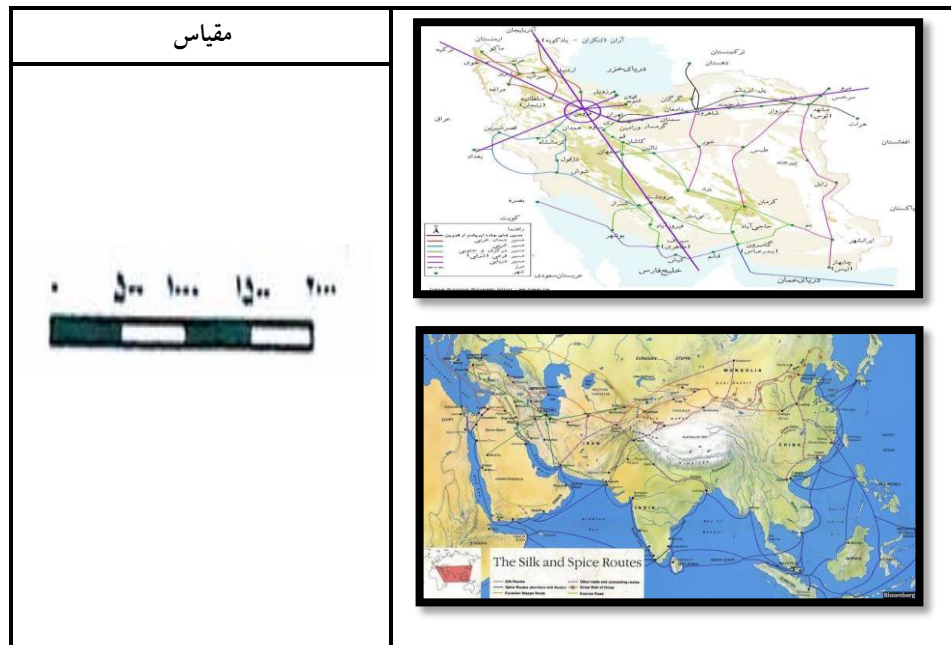
نوآوری تحقیق

نوآوری اصلی این تحقیق شامل ادغام دو مقوله کارآفرینی و گردشگری جاده‌ابریشم به منظور گسترش ادبیات تحقیق است. علاوه بر این، معرفی جاده‌ابریشم ایران و میراث فرهنگی آن به عنوان مقصد گردشگری هدف بعدی پژوهش حاضر است. ابتدا تلاش بر آن است که اولویت‌های فرصت‌های کارآفرینی گردشگری جاده‌ابریشم در ایران کشف گردد. مطالعات ادبیات و پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که تا این زمان، در زمینه کارآفرینی گردشگری و جاده‌ابریشم، پژوهش قابل توجهی انجام نشده است.

محدوده مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه در پژوهش حاضر محدوده تاریخی جاده ابریشم در ایران است که منطبق با طرح‌های جدید ابریشم است. جاده ابریشم یکی از راه‌های با اهمیت از نظر اقتصادی، تجاری، ارتباطی بوده که در فاصله‌ی ده هزار کیلومتر بین چین تا دریای روم - نه فقط یک خط شرقی - غربی - بلکه در یک حد جغرافیایی بین ۳۲ تا ۳۸ درجه عرض شمالی مسیر این راه را تشکیل می‌دهد است (Vaspor Consulting Engineers, 2019). در گذشته جاده‌ابریشم، امپراتوری‌های قدرتمند باستانی مانند رم، پارس، کوشان و چین را به هم متصل می‌کرده است (شکل ۳) امروزه با گسترش جغرافیایی طولی و عرضی زمینی و همچنین محور جاده‌ابریشم دریایی از اهمیت بالایی در سه قاره مهم دنیا برخوردار است (Omidvarnia, 2016).

براساس محور شرق و غرب، جاده‌ابریشم از خراسان وارد ایران می‌شد و شامل شهرهای طوس، نیشابور، سبزوار، شاهرود، دامغان، سمنان، شهرری تا قزوین بود. از قزوین، جاده‌ابریشم به دو شاخه تقسیم می‌شد: (۱) از قزوین، یک راه به شمال غرب به سمت سراب، تبریز، مرند و سپس خوی و از سوی دیگر؛ (۲) به سمت غرب به سمت همدان، کرمانشاه و ترک کشور می‌شد. این مسیر اصلی جاده ابریشم است که براساس منابع تاریخی مهم و منابع جهانی مانند یونسکو تایید شده است. قابل توجه است که جاده‌ابریشم دارای بسیاری از زیر مسیرها در ایران بوده است مانند مسیرهایی که ایران را با جهان از طریق خلیج فارس متصل می‌کرد، مهم‌ترین آنها مسیری است که از شهرری باستان به اصفهان، شیراز و بوشهر می‌رفت و سپس از طریق مسیر دریا از ایران خارج می‌شد (Sifi, 2016).



شکل ۳: موقعیت بین‌المللی جاده‌ابریشم و موقعیت ایران در جاده‌ابریشم

Source: Rajayi, 2018

بسیاری از جغرافیدانان معروف همچون دکارت اهلرز، گیرشمن، گنجی، پاپلی یزدی تمدن ایرانی را حاصل انطباق بسیار هوشمندانه با طبیعت چند گانه فلات ایران دانسته‌اند که مظاهر آنرا می‌توان در پیدایش منابع و جاذبه‌های متنوع طبیعی و انسانی از استان‌های خراسان، سمنان، تهران، قزوین، زنجان، آذربایجان شرقی و غربی و اردبیل مشاهده کرد (Rahmani, 1399) این منابع و توانمندی‌های جغرافیایی مؤثر در توسعه گردشگری می‌تواند بهترین فرصت‌های کارآفرینانه در مسیر روستاها و شهرهای جاده‌ابریشم ایران به وجود بیاورد.

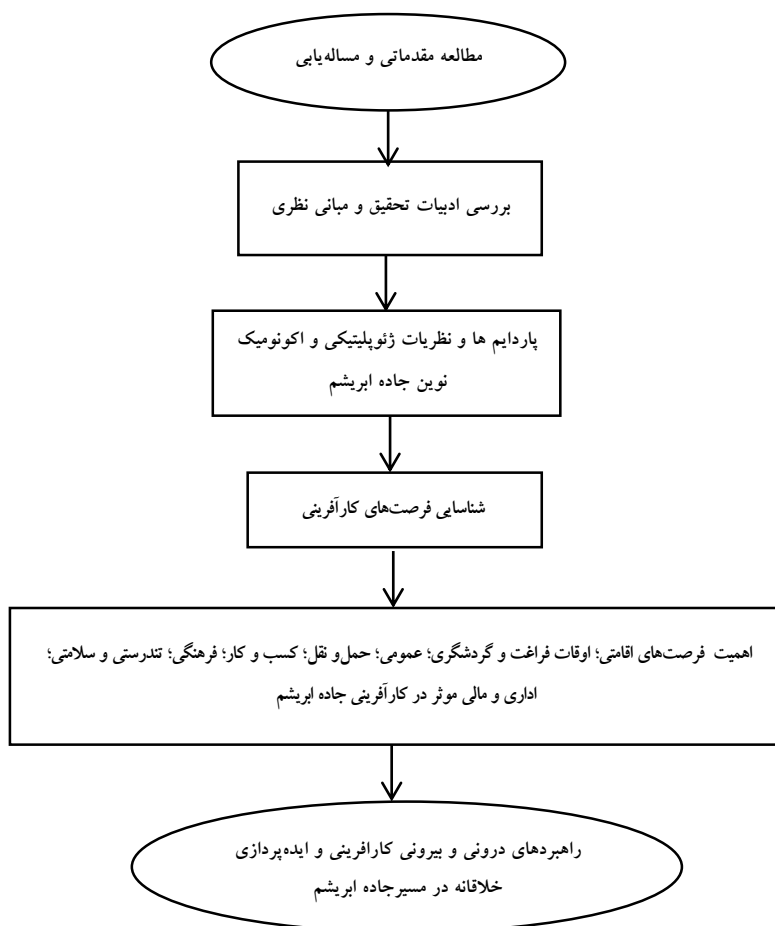
علاوه بر سایت‌های میراثی، طبیعی و ترکیبی (میراث و طبیعی) ایران، مسیر ایرانی جاده‌ابریشم ایران که در طرح زنجیره جهانی ارزش بین‌المللی و منطقه قرار دارد و فرصت‌های این زنجیره در ارتباط با جاده‌ابریشم می‌تواند در کارآفرینی موثر باشد و همچنین محور اصلی سرمایه‌گذاری‌ها در «طرح ابتکار» و «راه و کمر بند» و اسناد سازمان‌های جهانی مانند یونسکو و سازمان جهانی گردشگری قرار دارد (Waugh, 2017). دارای قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی در زمینه انواع پدیده‌های طبیعی بی‌نظیر مورفولوژیکی مانند کویر مرکزی ایران و پارک ملی کویر (Shurshi, 2015) توانمندی‌های محیط

زیستی با بیش از ۳۰ منطقه تحت حفاظت سازمان محیط‌زیست و یونسکو، پناهگاه حیات‌وحش و وجود سه منطقه ذخیره‌گاه زیست‌کده (ارسباران، پارک ملی کویر، دریاچه ارومیه) و بیش از ۴۰ شکارگاه، بیش از ۱۰۰ چشمه، تالاب و دریاچه‌های متعدد، پهنه کوهستانی البرز با چشم‌اندازهای جغرافیای زیبا به موازات مسیر متنوع اقلیمی مانند دماوند ... (Estragon, 2016) در زمینه گردشگری مبتنی بر آب با ۲۳ آبراهه اصلی و ۱۵ دریاچه در مسیر جاده ابریشم و بیلاقات پیراشهری (Rahmani, 1399) و تنوع زیستی نشان می‌دهد که مسیر جاده ابریشم یکی از مهم‌ترین محورهای توسعه گردشگری کارآفرینانه در محدوده ایران محسوب می‌شود.

مواد و روش‌ها

روش تحقیق

هدف از مطالعه حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی برای گردشگری جاده ابریشم و اولویت‌بندی آن است. در این راستا از روش‌های کیفی - کمی بهره‌گیری شده است. در مرحله اول، فرم مصاحبه‌ای طراحی و برای جمع‌آوری دیدگاه کارشناسان در راستای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی که رونق جاده ابریشم در ایران می‌تواند فراهم کند به روش گلوله‌برفی در اختیار کارشناسان حوزه گردشگری، تاریخ، میراث فرهنگی، کارآفرینی و اقتصاد قرار گرفت. در پژوهش حاضر از روش مصاحبه رودررو استفاده شده است و داده‌ها در ۳۰ مصاحبه به نقطه اشباع رسید. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش کدگذاری باز و بسته انجام شده است. در مرحله بعد، براساس نتایج حاصل از فرم‌های مصاحبه، یک پرسشنامه (با استفاده از مقیاس طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای که از بسیار کم تا بسیار زیاد است) برای بررسی اولویت‌های کارآفرینی طراحی و در اختیار کارشناسان قبلی قرار گرفت. آلفای کرونباخ ۰/۹۳۸ است که سطح بالایی از قابلیت اطمینان را ارائه می‌دهد. در نهایت، آزمون فریدمن برای بررسی اولویت‌های فرصت‌های کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفت. آزمون فریدمن، یک آزمون ناپارامتریک است، لذا برای این آزمون‌ها؛ چه داده‌ها نرمال باشد و چه غیرنرمال، می‌توانیم این آزمون را انجام دهیم. بنابراین نیازی به آزمون نرمالیته نیست.



شکل ۴: مدل مفهومی تحقیق

یافته‌های تحقیق

مطابق جدول (۱) ۳۰ فرم مصاحبه جمع‌آوری و داده‌های حاصل به روش کدگذاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تجزیه و تحلیل آمار توصیفی جمعیت شناسی افراد مورد مصاحبه نشان می‌دهد که ۳۳٪ از مصاحبه‌شونده‌ها زن (۱۰ نفر) و ۶۷٪ (۲۰ نفر) مرد بودند و اکثر مصاحبه‌شونده‌ها دارای میانگین سنی ۳۱ تا ۴۰ (۳۹/۵٪) سال بودند.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناسی افراد مورد مصاحبه

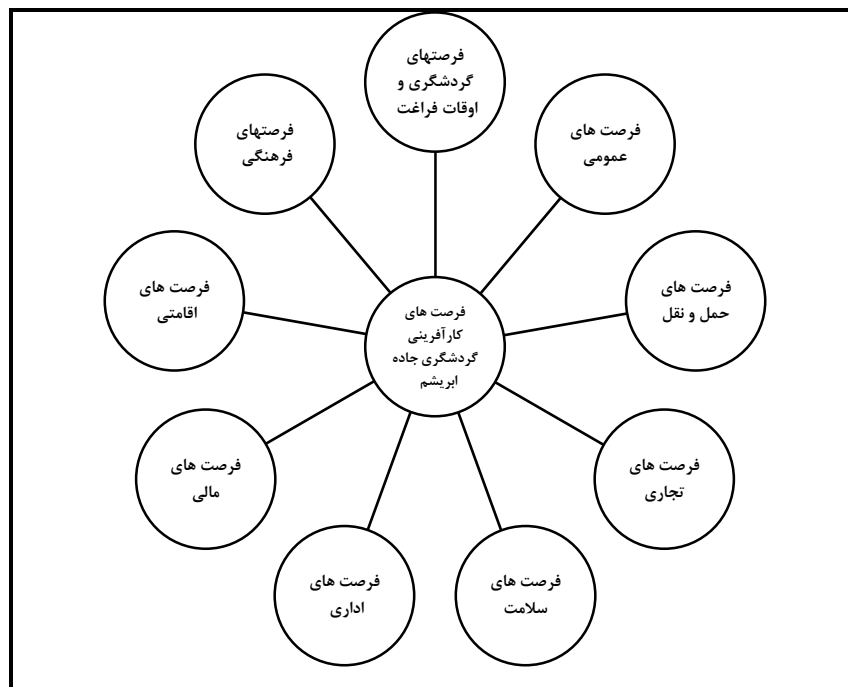
Table 1: Demographic characteristics of the interviewed people

جنسیت	درصد	سن	درصد	تحصیلات	درصد
مرد	۶۷	۲۰-۳۰	۲۹/۵	کارشناسی	۸
زن	۳۳	۳۱-۴۰	۳۹/۵	کارشناسی ارشد	۶۰
		۴۱-۵۰	۱۵/۷	دکتر	۳۲
		۵۱-۶۰	۱۵/۳		

هدف اول پژوهش حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی گردشگری جاده‌ابریشم در ایران است. از این رو، با استفاده از تکنیک کدگذاری، مقوله‌ها شناسایی شد و نتایج براساس برخی از تحقیقات نویسندگان مانند کیز، (۱۹۸۸)؛ لانزبری و گلین، (۲۰۰۱)؛ کبلیرو دانل و ماگامبا، (۲۰۰۷)؛ آتلجوج، (۲۰۰۹)؛ کلاین و همکاران، (۲۰۱۰)؛ لیچ و ملیچر، (۲۰۰۱)؛ گریب و تریپچ، (۲۰۱۲)؛ پرسیک و ینکاوایچ، (۲۰۱۲)؛ برنز، (۲۰۱۶)؛ کدگذاری گردید؛ کدهای باز به هشت دسته بزرگ فرصت‌های اوقات فراغت و گردشگری؛ عمومی؛ حمل‌ونقل؛ کسب و کار؛ فرهنگی؛ تندرستی و سلامتی؛ اداری و مالی تقسیم‌بندی گردیدند. قابل توجه است که پژوهشگران با توجه به نظر کارشناسان و خبرگان مورد مصاحبه یک دسته بزرگ دیگر نیز اضافه کردند - فرصت‌های اقامت - طبق (شکل ۵) در نهایت متغیرها به ۹ دسته طبقه‌بندی شدند. در گام بعدی به منظور تعیین اولویت فرصت‌های شناسایی شده از آزمون فریدمن استفاده گردید. در این راستا فرضیه زیر طراحی شد:

H1: دست کم دو اولویت فرصت‌های کارآفرینی شناخته شده متفاوتند.

H0: اولویت‌های فرصت‌های کارآفرینی شناخته شده یکسان است.



شکل ۵: فرصت‌های کارآفرینی شناسایی شده برای رونق گردشگری جاده‌ابریشم در ایران

Source:: authors, 1401

نتایج حاصل از کدگذاری باز و محوری فرم‌های مصاحبه و آزمون فریدمن برای بررسی اولویت فرصت‌های کارآفرینی گردشگری راه ابریشم در (جداول ۲ الی ۱۰) طبقه‌بندی شدند.

اولویت‌های فرصت‌های اقامت:

نتایج آزمون فریدمن (جدول ۲) نشان می‌دهد که از میان فرصت‌های اقامتی تغییر کاربری کاروانسراها به هتل، احداث اقامتگاه‌های بوم‌گردی و دوستدار طبیعت در مسیر جاده‌ابریشم و احداث اکوکمپ در مسیر جاده‌ابریشم بالاترین اولویت را دارند.

جدول ۲: نتایج حاصل از کدگذاری باز و محوری فرم‌های مصاحبه و آزمون فریدمن برای بررسی اولویت فرصت‌های کارآفرینی گردشگری راه

ابریشم (فرصت‌های اقامتی)

Table 2: Results of open and central coding of Friedman's interview and test forms to examine the priority of Silk Road Tourism Entrepreneurship Opportunities (Residential Opportunities)

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های اقامتی	تغییر کاربری کاروانسراها به هتل	۴/۴۳	آماره پیرسون = ۵۵/۴۱۸
	ساخت هتل‌های سنتی در شهرهای واقع بر جاده‌ابریشم	۲/۱۵	درجه آزادی = ۴
	احداث اقامتگاه‌های بومگردی و دوستدار طبیعت در مسیر جاده‌ابریشم	۳/۷۵	مقدار معناداری = ۰
	احداث اکوکمپ در مسیر جاده‌ابریشم	۲/۹۳	
	احداث مجتمع‌های گردشگری با تاکید بر معماری سنتی	۱/۷۵	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های گردشگری و اوقات فراغت:

از میان فرصت‌های گردشگری و اوقات فراغت فراهم کردن شرایط برای کسب تجربه سفر تاریخی بر روی جاده ابریشم، گوش دادن به روایت‌های میراث جاده‌ابریشم مانند گوش دادن به خاطرات ذکر شده در سفر نامه‌ها و شنیدن خاطرات مسافران، بازرگانان و شنیدن تاریخ مربوط به جاده‌ابریشم، بازدید و اقامت در کاروانسراها به ترتیب دارای اهمیت بیشتری هستند و این تاکید کارشناسان به تمایل به کسب تجربه جدید و متفاوت در این نوع گردشگری را نشان می‌دهد (جدول ۳).

جدول ۳: بررسی اولویت فرصت‌های گردشگری و فراغت کارآفرینی راه ابریشم

Table 3: Investigating the priority of tourism and leisure entrepreneurship opportunities of the Silk Road

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های گردشگری و اوقات فراغت	بازدید و اقامت در کاروانسراها	۴/۸۳	آماره پیرسون = ۴۳/۳۱۶
	گوش دادن به روایت‌های میراث جاده‌ابریشم مانند گوش دادن به خاطرات ذکر شده در سفر نامه‌ها و شنیدن خاطرات مسافران، بازرگانان و شنیدن تاریخ مربوط به جاده‌ابریشم	۴/۹۵	درجه آزادی = ۶
	فراهم کردن شرایط برای کسب تجربه سفر تاریخی بر روی جاده‌ابریشم	۵/۰۵	مقدار معناداری = ۰
	بازدید از بازارهای تاریخی که در شهرهای واقع در مسیر جاده‌ابریشم واقع هستند مانند بازار تبریز و ...	۳/۷۳	
	بازدید از میراث‌های فرهنگی و بناهای واقع بر مسیر جاده‌ابریشم	۱/۷۵	

برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای ادبی، فرهنگی و هنری با تاکید بر میراث‌های فرهنگی و هنر کشور ۳۴ عضو در پروژه جهانی گردشگری جاده ابریشم	۴/۲۸
رونق گردشگری خرید در بازارهای مرزی و مناطق آزاد تجاری	۳/۴۳

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های عمومی:

از میان فرصت‌های عمومی، احداث رستوران در مسیر جاده ابریشم و سرو غذاهای تاریخی (با بررسی و مطالعه نسخ خطی) که در زمان شکوفایی جاده ابریشم رونق داشته است، فراهم کردن زیر ساخت‌های مورد نیاز و احداث چایخانه سنتی و کافه تریا در مسیر جاده ابریشم سه اولویت اول شناسایی شده بودند (جدول ۴).

جدول ۴: اولویت فرصت‌های عمومی کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 4: Priority of general opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های عمومی	احداث رستوران در مسیر جاده ابریشم و سرو غذاهای تاریخی (با بررسی و مطالعه نسخ خطی) که در زمان شکوفایی جاده ابریشم رونق داشته است	۳/۱۳	آماره پیرسون = ۱۲/۳۶۷ درجه آزادی = ۳ مقدار معناداری = ۰/۰۰۶
	احداث چایخانه سنتی و کافه تریا در مسیر جاده ابریشم	۲/۱۵	
	احداث استراحتگاه‌های بین راهی در مسیر جاده ابریشم (که پارکینگ، پمپ بنزین، سرویس بهداشتی و... است)	۲/۰۸	
	فراهم کردن زیر ساخت‌های مورد نیاز مانند جاده و...	۲/۶۵	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های حمل و نقل:

شایان ذکر است که توسعه پروژه‌های راه آهن در مسیر جاده ابریشم، توسعه خطوط پرواز بین شهرها و کشورهای واقع در مسیر جاده ابریشم و احیای حمل و نقل تاریخی در جاده ابریشم مانند کالسکه‌ها، کاروان‌ها، اسب سواری، شتر سواری و غیره از اولویت‌های فرصت‌های کارآفرینی حمل و نقل ذکر شده از دیدگاه کارشناسان بوده است (جدول ۵).

جدول ۵: اولویت فرصت‌های حمل و نقل کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 5: Priority of transportation opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های حمل و نقل	توسعه پروژه‌های راه آهن در مسیر جاده ابریشم	۳/۹۳	آماره پیرسون = ۲۱/۲۵۶ درجه آزادی = ۴ مقدار معناداری = ۰
	توسعه خطوط پرواز بین شهرها و کشورهای واقع در مسیر جاده ابریشم	۳/۲۳	
	توسعه تاکسی و شرکت‌های کرایه اتومبیل	۲/۴۵	
	ساماندهی تورهای دوچرخه و مسابقه ماراثن بر روی جاده ابریشم	۲/۲۳	
	احیای حمل و نقل تاریخی در جاده ابریشم مانند کالسکه‌ها، کاروان‌ها، اسب سواری، شتر سواری و غیره	۳/۱۸	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های تجاری

بازاریابی و تبلیغات برای ترویج گردشگری جاده ابریشم، استفاده تجاری از بناهای واقع در جاده ابریشم، مانند برگزاری گالری‌ها، معرفی آثار هنری و ارائه محصولات تجاری فرهنگی در آنها و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری برای معرفی جاذبه‌های جاده ابریشم از مهم‌ترین فرصت‌های تجاری شناخته شده هستند (جدول ۶).

جدول ۶: اولویت فرصت‌های تجاری کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 6: Priority of business opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
	بازاریابی و تبلیغات برای ترویج گردشگری جاده ابریشم	۵/۴۰	آماره پیرسون = ۲۳/۸۰۱
	ایجاد ارزش افزوده برای محصولات محلی	۳/۶۵	درجه آزادی = ۷
	ساخت و مدیریت یک برند گردشگری برای جاده ابریشم و ساماندهی تورها، حمل و نقل، اقامت، صادرات محصولات زیر چتر برند ساخته شده	۵	مقدار معناداری = ۰/۰۰۱
	ایجاد امکانات برای فرصت‌های تجاری در مناطق آزاد تجاری (منطقه آزاد ارس) و مناطق ویژه اقتصادی (سرخس) واقع در مسیر جاده ابریشم مانند معافیت مالیاتی و غیره	۴/۳۳	
	ایجاد تفاهم‌نامه‌های همکاری در حوزه گردشگری و تجارت با کشورهای واقع در جاده ابریشم	۳/۸۵	
	استفاده تجاری از بناهای واقع در جاده ابریشم، مانند برگزاری گالری‌ها، معرفی آثار هنری و ارائه محصولات تجاری فرهنگی در آنها	۵/۳۳	
	شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری برای معرفی جاذبه‌های جاده ابریشم	۵/۱۰	
	سازماندهی رویدادها و راه اندازی استارت‌آپ‌ها برای طراحی گردشگری جاده ابریشم و کسب و کارهای کوچک مقیاس در آن زمینه	۳/۳۵	

فرصت‌های تجاری

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های سلامت

از میان فرصت‌های سلامت شناسایی شده، ساماندهی تورهای سلامت و تندرستی بر روی جاده ابریشم، توسعه مرکز آب معدنی درمانی و نمک درمانی (سمنان) در مسیر جاده ابریشم و ایجاد سالن تندرستی و سلامتی در کاروانسراهای واقع در جاده ابریشم و ارائه طب سنتی و طب گیاهی ایرانی به گردشگران از مهم‌ترین فرصت‌های شناسایی شده هستند (جدول ۷).

جدول ۷: فرصت‌های سلامت کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 7: health opportunities of Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های سلامت	ایجاد سالن تندرستی و سلامتی در کاروانسراهای واقع در جاده ابریشم و ارائه طب سنتی و طب گیاهی ایرانی به گردشگران	۳/۳۳	آماره پیرسون = ۱۷/۳۳۸ درجه آزادی = ۴ مقدار معناداری = ۰/۰۰۲
	ساخت یک مرکز تندرستی بین‌المللی در مسیر جاده ابریشم و ارائه خدمات تندرستی کشورهای واقع در جاده ابریشم مانند طب سنتی ایرانی، طب سنتی چینی و ...	۲/۷۰	
	احداث عطاری و داروخانه در مسیر جاده ابریشم	۲/۰۸	
	توسعه مرکز آب معدنی درمانی و نمک درمانی (سمنان) در مسیر جاده ابریشم	۳/۴۳	
	ساماندهی تورهای سلامت و تندرستی بر روی جاده ابریشم	۳/۴۸	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های فرهنگی:

از میان فرصت‌هایی فرهنگی نیز سازماندهی تورهای فرهنگی و تاریخی با موضوع جاده ابریشم، ارائه فرصت برای تبادلات فرهنگی بین کشورهای واقع در جاده ابریشم و سازماندهی رویدادهای فرهنگی و جشنواره‌ها بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده اند (جدول ۸).

جدول ۸: اولویت فرصت‌های فرهنگی کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 8: priority of cultural opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های فرهنگی	سازماندهی رویدادهای فرهنگی و جشنواره‌ها	۴/۹۳	آماره پیرسون = ۱۹/۸۸۰ درجه آزادی = ۷ مقدار معناداری = ۰/۰۰۶
	برگزاری سمینارها، جلسات و کنفرانس‌ها در مورد میراث جاده ابریشم	۴/۷۵	
	ایجاد خانه‌های فرهنگی، انجمن‌ها و سازمان‌های غیر دولتی در زمینه گردشگری و جاده ابریشم	۳/۳۳	
	برگزاری کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌هایی برای توانمندسازی جوامع محلی ساکن بر جاده ابریشم	۴/۹۰	
	برگزاری تورهای معماری برای معرفی سبک معماری ساختمان‌های تاریخی در جاده ابریشم	۳/۸۵	
	سازماندهی تورهای فرهنگی و تاریخی با موضوع جاده ابریشم	۵/۳۵	
	انجام تحقیقات فرهنگی در مورد شهرها و کشورهایی که بر روی جاده ابریشم واقع شده اند	۳/۶۵	
	ارائه فرصت برای تبادلات فرهنگی بین کشورهای واقع در جاده ابریشم	۵/۲۵	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های اداری (منابع انسانی):

، ایجاد یک دبیرخانه جاده‌ابریشم و تامین منابع انسانی اجرایی برای رونق گردشگری جاده ابریشم، توسعه خدمات روادید، ارتباطات و خدمات ویزا برای سفر در مسیر جاده‌ابریشم و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای آموزش راهنماهای تور برای جاده‌ابریشم از اولویت‌دارترین فرصت‌های اداری معرفی شدند (جدول ۹).

جدول ۹: اولویت فرصت‌های اداری کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 9: The priority of administrative opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های اداری	برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای آموزش راهنماهای تور برای جاده‌ابریشم	۲/۶۳	آماره پیرسون = ۲۵/۲۵۴ درجه آزادی = ۳ مقدار معناداری = ۰*
	ایجاد یک دبیرخانه جاده‌ابریشم و تامین منابع انسانی اجرایی برای رونق گردشگری جاده‌ابریشم	۳/۰۵	
	توسعه خدمات روادید، ارتباطات و خدمات ویزا برای سفر در مسیر جاده‌ابریشم	۲/۸۲	
	ایجاد ساختار سازمانی در بخش‌های گردشگری	۱/۵۰	

Source: (researchers' findings, 1401)

اولویت‌های فرصت‌های مالی:

از میان فرصت‌های مالی نیز کارشناسان بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای پروژه‌های گردشگری جاده‌ابریشم، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در پروژه‌های گردشگری جاده‌ابریشم و ایجاد تعاونی‌های کارآفرینی ملی و روستایی در مسیر جاده‌ابریشم تاکید داشتند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: اولویت فرصت‌های مالی کارآفرینی گردشگری راه ابریشم

Table 10: Priority of financial opportunities for Silk Road tourism entrepreneurship

فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری محوری)	فرصت‌های کارآفرینی (کد گذاری باز)	میانگین رتبه	آماره‌های آزمون فریدمن
فرصت‌های مالی	ایجاد تعاونی‌های کارآفرینی ملی و روستایی در مسیر جاده‌ابریشم	۳/۷۳	آماره پیرسون = ۳۱/۶۵۷ درجه آزادی = ۵ مقدار معناداری = ۰*
	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای پروژه‌های گردشگری جاده‌ابریشم	۴/۶۸	
	ایجاد امکانات برای وام‌های بانکی برای راه اندازی کسب و کارهای کوچک مقیاس در حوزه گردشگری جاده ابریشم	۳/۳۳	
	سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در پروژه‌های گردشگری جاده‌ابریشم	۴/۲۰	
	احداث صرافیه‌ها برای مبادله ارز گردشگران در مسیر جاده‌ابریشم با توجه به تحریم‌های موجود	۲/۷۸	
	ایجاد خدمات بیمه	۲/۳۰	

Source: (researchers' findings, 1401)

بحث و نتیجه‌گیری

براساس نظرات کارشناسان و متخصصان گردشگری جهانی، جاده‌ابریشم قوی‌ترین برند گردشگری جهان است. اتصال ابرکردور سواحل شرقی چین تا سواحل غربی اروپا، ایران را به عنوان عنصر مرکزی کمربند اقتصادی جاده‌ابریشم و به

کانون جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی-تجاری-اقتصادی، دیپلماسی و گردشگری، در سطح منطقه‌ای و جهانی تبدیل می‌نماید. با توجه به نقش ژئوپلیتیک ایران و گستردگی نفوذ فرهنگی آن، امروزه فراگیر شدن گردشگری و میل فزاینده ملت‌ها به گردشگری، ارزش‌های جغرافیایی گردشگری را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهد. ژئوپلیتیک گردشگری رقابت قدرت‌ها را در جذب گردشگر در سطح منطقه‌ای و جهانی و در راستای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی با هدف توسعه فضای سرزمینی و کسب منابع ملی و توسعه پایدار گردشگری تبیین می‌کند. بنابراین، شکل‌گیری مجدد منطقه‌ای جاده ابریشم متشکل از کشورهای حوزه ابریشم، همگرایی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای را می‌تواند در حوزه گردشگری افزایش می‌دهد. لذا، ژئوپلیتیک گردشگری با احیای جاده ابریشم در افزایش توان اقتصادی و قدرت ملی کشورمان تاثیرگذار و با استفاده از فرصت‌های کارآفرین راهگشای توسعه اقتصادی کشور در وضعیت فعلی خواهد بود. مطالعات تعدادی از پژوهشگران (ترابی و همکاران ۱۳۹۸) و صفدری و همکاران (۱۴۰۱) تاییدی بر این نتایج و همخوانی و همسویی دارد.

از سوی دیگر در سال‌های اخیر سازمان جهانی گردشگری و یونسکو توجه ویژه‌ای به میراث جهانی تجاری و کشورهای واقع بر جاده ابریشم داشته و با ساماندهی پروژه‌هایی سعی در رونق فعالیت شبکه‌ای بین شهرهای واقع بر روی این جاده تاریخی دارد. و این انگیزه‌ای بود که پژوهشگران بر روی مسیر گردشگری جاده ابریشم در ایران و معرفی گردشگری جاده ابریشم به عنوان استراتژی برای احیاء این مسیر تاریخی متمرکز شوند. بدیهی است که در جاده ابریشم ایران که بخش مهمی از جاده ابریشم جهانی را تشکیل می‌دهد. میراث‌هایی از دوران شکوفایی و رونق این مسیر باقی مانده که می‌توانند جاذبه‌ای برای کشش گردشگران علاقه‌مند به حوزه تاریخ باشند. تعدادی از پژوهشگران (لین و لوکک^۱ ۱۹۹۶ و ورنر^۲، ۲۰۰۳ و پرویندر، ۲۰۱۶) معتقدند که گردشگری می‌تواند استراتژی برای شکوفایی اقتصادی و احیا میراث‌های جاده ابریشم باشد.

ایران یکی از کشورهای غنی در زمینه برخورداری از آثار و سایت‌های تاریخی و فرهنگ و رسوم متنوع در میان مردم جهان می‌باشد که جذابیت‌های فراوانی برای گردشگران خارجی بویژه گردشگران فرهنگی سراسر دنیا دارد. جاذبه‌های گردشگری نظیر پیشینه تاریخی و تنوع فرهنگی در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی، آثار و سایت‌های تاریخی و معماری منحصر به فرد، کشورمان را به یک مقصد منحصر بفرد در حوزه گردشگری فرهنگی تبدیل نموده است. بنابراین، با توجه به فرصت‌ها و ظرفیت‌های عظیمی که در این حوزه وجود دارد، نگاه ویژه و برنامه‌ریزی وزارتخانه متبوع به این بخش در راستای توسعه گردشگری حائز اهمیت است.

هدف اصلی مطالعه حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی گردشگری جاده ابریشم در ایران است. در ابتدا به روش کیفی ۹ دسته فرصت شناسایی شدند که عبارت بودند از: فرصت‌های اقامتی، اوقات فراغت و گردشگری، عمومی،

¹ Lane and Lewcock

² Werner

حمل‌ونقل، تجاری، فرهنگی، تندرستی و سلامت، اداری و مالی. کاربرد آزمون فریدمن گواه آن است که اولویت فرصت‌های کارآفرینی شناخته شده متفاوتند و سازمان‌های متولی برای اجرای رونق گردشگری جاده‌ابریشم باید بر این اولویت‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند.

مطالعه اولویت‌های فرصت‌های اقامتی نشان می‌دهد که تغییر کاربری کاروانسراها به هتل از اولویت‌دارترین فرصت‌ها است و این خود تاییدی است بر مطالعه شادپور (۱۳۸۶) که تاکید ویژه‌ای بر کاروانسراهای واقع بر جاده‌ابریشم ایران دارد. به علاوه، بازاریابی و تبلیغات برای ترویج گردشگری جاده ابریشم، استفاده تجاری از بناهای واقع در جاده‌ابریشم، مانند برگزاری گالری‌ها، معرفی آثار هنری و ارائه محصولات تجاری فرهنگی در آنها و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری برای معرفی جاذبه‌های جاده‌ابریشم از اولویت‌دارترین فرصت‌های تجاری شناخته شده هستند.

بدیهی است که ایجاد تسهیلات برای توسعه خدمات روادید، ارتباطات و خدمات ویزا برای سفر در مسیر جاده‌ابریشم از دیگر اولویت‌های ذکر شده برای رونق گردشگری در این مسیر است که یافته‌ها، پژوهش‌های ورنر (۲۰۰۳) و سوچنگ و همکاران (۲۰۱۵) را تایید می‌کند. این نتایج به نویسندگان این امکان را می‌دهد که نتیجه‌گیری کنند که ترویج گردشگری در جاده‌ابریشم فقط یک استراتژی برای احیای میراث و حفاظت از جاده‌ابریشم نیست بلکه می‌تواند فرصت‌های کارآفرینی و توسعه اقتصاد محلی را فراهم کند. در این راستا بررسی طرح جامع ملی گردشگری جاده‌ابریشم با تاکید بر شهرهای واقع بر مسیر تاریخی جاده‌ابریشم که مورد تایید یونسکو است توصیه می‌گردد. به علاوه مطالعه گرایش گردشگران داخلی و خارجی به سفر به جاده‌ابریشم از پژوهش‌هایی است که در آتی به پژوهشگران توصیه می‌گردد. نتایج این تحقیق با مطالعات انجام گرفته توسط پژوهشگران پرسیک و ینکاوویچ، (۲۰۱۲)؛ برنز، (۲۰۱۶)، که فرصت‌های کارآفرینی را با فرصت‌هایی مانند اداری؛ گردشگری؛ عمومی؛ زیرساخت‌های حمل‌ونقل؛ کسب و کار؛ فرهنگی؛ سلامت؛ و مالی سنجش کردند، همخوانی و همسویی دارد.

با توجه به ظرفیت‌های غنی کشورمان در حوزه جاذبه‌های گردشگری که ابنیه تاریخی، طبیعی و آیین و رسوم فرهنگی بخشی از آن می‌باشد، به نظر می‌رسد سرمایه‌ای که از این صنعت برای کشور حاصل می‌شود برابر با انتظارات نمی‌باشد. در حوزه جاده‌ابریشم این ظرفیت‌ها نیز نادیده گرفته شده و سرمایه‌گذاری خاصی صورت نگرفته است. از آنجا که صنعت گردشگری تنها صنعتی در جهان است که می‌تواند زنجیره‌های مختلفی از صنایع، محصول، تولید کالا و خدمات را به یکدیگر متصل و اشتغال دائم ایجاد نماید، شناسایی اجزای زنجیره تأمین گردشگری در حوزه جاده‌ابریشم می‌تواند به عرضه، تولید و توسعه محصول نهایی گردشگری مرتبط و ارائه راهکارهای لازم برای بهبود و ارتقای آن بیانجامد. توسعه یک استراتژی مقاصد گردشگری در حوزه جاده‌ابریشم یکی از مهم‌ترین اقدامات است که باید به آن توجه ویژه‌ای شود. بازاریابی و سیاست‌گذاری در جلب و جذب گردشگران این حوزه نیازمند برنامه‌ریزی کارآمد و بلندمدت است و عدم وجود آن باعث می‌گردد که کشور ما به عنوان نگین مسیر طلایی جاده‌ابریشم نتواند جایگاه خود را در توسعه گردشگری

این مسیر تثبیت نماید. باید توجه داشت، راهبرد افزایش مدت اقامت گردشگران در مکان‌های تاریخی در مسیر جاده ابریشم به تنهایی کارآمد نخواهد بود و در کنار آن ایجاد امکانات و ظرفیت‌های متناسب مانند فروشگاه‌ها، امکانات رفاهی، رستوران و... که مشتمل بر طرح استراتژی مقصد مورد نظر حائز اهمیت خواهد بود. نتایج تحقیق فوق با مطالعات اقبالی (۱۴۰۰) همخوانی و همسویی دارد.

پیشنهادات

- مهم‌ترین شاخص راهبرد تنظیمی تغییر نگرش مدیران کلان نسبت به اهمیت اقتصادی و بحث درآمد و فرصت‌های کارآفرینی جاده ابریشم است، لذا پیشنهاد می‌شود طبق فرصت‌های ۹ گانه مسائل مربوط به گردشگری و فرصت‌های بی‌شمار کارآفرینی مسیرهای جاده ابریشم در ایران توسط مدیران کلان مورد توجه و شرایط کامل عبور از مرحله دولتی به خصوصی مشخص گردد.
- با توجه به با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های تجاری کارآفرینی، ضرورت ارزیابی نقش بازاریابی و تبلیغات از طریق مولفه‌های مختلف برندسازی با هدف افزایش تمایل گردشگران و جذب آنها برای سفر به ایران، نیازمند سیاست‌گذاری و تبیین راهبردهای اجرایی می‌باشد. لذا توسعه و ارتقای استراتژی‌های مقاصد و بازاریابی گردشگری در حال حاضر یکی از این سیاست‌ها در کشورهای مربوطه برای استفاده از ظرفیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینی بالای گردشگری جاده ابریشم می‌باشد. البته برندسازی گردشگری جاده ابریشم به ویژه برندسازی شهرها و روستاهای مسیر یکی از راه‌های تحقق اولویت فرصت‌های کارآفرینی اقامتی؛ اوقات فراغت و گردشگری؛ عمومی؛ حمل و نقل؛ کسب و کار؛ فرهنگی؛ تندرستی و سلامتی؛ اداری و مالی می‌باشد.
- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های حمل و نقل کارآفرینی طرح‌ها و پروژه‌های جهانی جاده ابریشم یک فرصت استثنایی و بی‌نظیر اقتصادی و تجاری و گردشگری برای ایران است؛ لذا با توجه به اهمیت فرصت طلایی احداث خطوط آهن از جمله خط آهن چابهار - سرخس، بازسازی راه آهن تفتان-کوئته در پاکستان برای اتصال شبکه‌های راه آهن سراسری ایران و پاکستان و اتصال ایران و جمهوری آذربایجان از طریق راه آهن (قزوین-رشت-انزلی-آستارا) و خط آهن چابهار-سرخس، که جنوب شرق ایران را از بندر چابهار (تنها بندر اقیانوسی ایران) به سرخس در شمال شرق به عنوان یک مزیت برجسته برای ایران می‌تواند بهترین اولویت فرصت‌های کارآفرینی و کسب و کارهای گردشگری و توسعه گردشگری را در بیشتر مناطق شهری و روستایی ایران به وجود بیاورد.
- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های مالی کارآفرینی و کسب و کارهای مرتبط برای سرمایه‌گذاران را در راهبردهای شناختی جهت توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرهای مسیر باید تمام تلاش خود را در معرفی هر چه بهتر و بیشتر کسب و کارها و فرصت‌های مرتبط با گردشگری به سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی انجام دهد.

برنامه‌های تشویقی و تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای بین‌المللی جهت ارتباط بیشتر با پروژه‌های جهانی گردشگری جاده‌ابریشم و سرمایه‌گذاری به منظور جذب سرمایه‌گذاران خارجی در جاده‌ابریشم پیشنهاد می‌شود.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های تجاری کارآفرینی و در حوزه صنایع دستی، ثبت ملی و جهانی شهرها و روستاهای صنایع دستی در مسیر جاده‌ابریشم و معرفی موارد موجود و برند محور نمودن محصولات صنایع دستی و هنرهای سنتی در مقاصد اصلی مسیر جاده‌ابریشم کشور.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های مالی کارآفرینی، برنامه‌ریزی به منظور برگزاری نمایشگاه دائمی در مقاصد گردشگری جاده‌ابریشم و همکاری در تولید محتوا، ایجاد و راه‌اندازی پلتفرم جاده‌ابریشم با هدف معرفی ظرفیت‌های موجود در مورد صنایع دستی خاصی که در روستاها تولید می‌شوند با هدف معیشت پایدار جوامع محلی و اهمیت کسب و کارهای کوچک گردشگری و حمایت مالی از طرح‌ها و فعالیت‌هایی که منجر به ایجاد ساختارهای نوین در کسب کارهای مرتبط با صنایع دستی.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های کارآفرینی ضرورت دارد صندوق احیاء و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی با هدف مرمت، احیاء و بهره‌برداری بناهای تاریخی و فرهنگی با استفاده از ظرفیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داخلی و خارجی بررسی و اعطای مجوز کاربری یا واگذاری و بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی و فرهنگی مرمت شده از طریق سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی داخلی و خارجی در محدوده جاده‌ابریشم فرصت‌های ۹ گانه را مورد توجه قرار دهد.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های مالی کارآفرینی کانون جهانگردی و اتومبیل‌رانی جمهوری اسلامی ایران نسبت به تهیه نقشه گردشگری جاده‌ابریشم کشور، نقشه سافاری، کمپینگ و طبیعت‌گردی راه ابریشم در ایران و ساماندهی وسایل نقلیه به منظور برگزاری تورهای زمینی در مقاصد گردشگری جاده‌ابریشم کشور اقدام نماید.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های اداری کارآفرینی وزارت امور خارجه؛ ضمن توجه به تسهیل در صدور روادید گروهی ضرورت و اهمیت رفع موانع برای روادید مسافران و گردشگران از کشورهای ثالث که مبنای اصلی کار در حوزه جاده‌ابریشم است.

- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های کارآفرینی وزارت راه و شهرسازی بررسی عاجل سیاست‌گذاری‌های ترانزیتی و رفع محدودیت‌های موجود در مسیر جاده‌ابریشم و مبادی ورودی زمینی و ریلی جهت توسعه و ارتقای زیرساخت‌های گردشگری از جمله جاده‌های داخلی شهری و روستایی به خصوص در مسیر جاده‌ابریشم.

- ایجاد نهادهای تأثیرگذار در امر توسعه شهری و روستایی در زمینه‌های زیست بوم، اقتصادی و تجارت الکترونیک در مسیر جاده ابریشم.
- نهادینه کردن کارآفرینی گردشگری در بخش جاذبه‌های طبیعی، بخش تسهیلات واسطه‌ای، بخش اسکان و اقامتگاه، بخش تبلیغات و اطلاع‌رسانی، بخش حمل‌ونقل، بخش زیرساخت‌های کل مسیر جاده ابریشم، مکلف کردن تمامی دستگاه‌های دولتی برای همکاری به منظور اجرای این طرح در حوزه گردشگری جاده ابریشم می‌تواند به ژئوپلیتیک گردشگری ایران را احیا نماید. لذا ۳۹ شهر در مسیر جاده ابریشم، لذا سرمایه‌گذاری در زیربنای اقتصادی صنعت گردشگری مرتبط با کسب‌وکارهای کارآفرینانه در جاده ابریشم در مسیر اصلی و راه‌های فرعی می‌تواند ارزآوری، اشتغال و توسعه پایدار جوامع محلی و بومی شهرها به وجود بیاورد.
- برگزاری تورهای آشناسازی برای حوزه‌های مختلف رسانه‌ای، اینفلوئنسرها و فعالین گردشگری و نشست‌های شهرهای هدف و برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی موضوعی و خاص شهرهای جاده ابریشم ایران نظیر خوراک و غذا و برگزاری نمایشگاه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی راه ابریشم زمینی و دریایی.
- تقویت پلتفرم سفر میراث جهانی و اولین پلتفرم آنلاین سفر یونسکو در گستره جغرافیایی جاده ابریشم ایران.
- کمک به تأسیس شرکت‌های گردشگری تخصصی با ماهیت کارآفرینی گردشگری در شهرهای مهم در مسیر گردشگری و راه اندازی استارت‌آپ‌های گردشگری جاده ابریشم به عنوان یک مرکز ترویج کسب‌وکارهای دانش بنیان در راستای اکوسیستم کارآفرینی.
- ایجاد مراکز و دفاتر اطلاع‌رسانی گردشگری در شهرهای گردشگر فرست از جمله شهرهای گردشگر فرست حوزه جاده ابریشم و تخصیص بودجه‌ای برای تبلیغات موثر و معرفی اماکن توریستی شهرها و روستاهای ایران و تهیه بروشورها و فیلم‌های تبلیغاتی به زبان انگلیسی در حوزه جاده ابریشم.
- در حوزه میراث، توجه ویژه به مقوله گردشگری با محوریت سایت‌های میراث جهانی در کریدور جاده ابریشم و مرمت و احیای سایت‌ها و بناهای تاریخی واقع در مسیر جاده ابریشم و شناسایی، معرفی و ثبت بناها، آثار تاریخی، سایت‌های دارای ارزش و میراث ناملموس در مسیر جاده ابریشم در یونسکو و بررسی و امکان‌سنجی ایجاد و راه‌اندازی موزه جاده ابریشم در شهرهای مربوطه.
- با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد فرصت‌های مرتبط با منابع انسانی کارآفرینی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری وظیفه دارد امکان‌سنجی به منظور جذب دانشجویان از کشورهای جاده ابریشم بویژه کشورهای آسیای میانه، برقراری تعامل با مراکز آموزشی و دانشگاهی سایر کشورهای جاده ابریشم به ویژه در حوزه گردشگری را مورد توجه قرار دهد. و برنامه‌های مربوط به آموزش‌های تخصصی در زمینه فرصت‌های اداری و منابع انسانی برای جوامع محلی به منظور آموزش نیروی انسانی.

منابع فارسی

- استراگون، پل (۱۳۹۶) راه‌های ابریشم و ادویه - اکتشافات از طریق زمین‌ها، ترجمه: محمد جواد امیدوار نیا، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- اقبال، حمید (۱۴۰۰) میز گردشگری جاده ابریشم، معاونت گردشگری، دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی.
- امیراحمدیان، بهرام و صالحی دولت آباد، روح الله (۱۳۹۶)، ابتکار جاده ابریشم جدید، اهداف، موانع و چالش‌ها، فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل، سال نهم، شماره ۳۶ زمستان.
- ترابی، قاسم و صانعی، راضیه (۱۳۹۸) ابتکار جاده ابریشم؛ ابتکار چین برای هژمونی، فصل نامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، شماره ۳۸، صص ۱۰۱-۱۲۸.
- تکمیل همایون، ناصر، (۱۳۹۸) جاده ابریشم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- دانشور وثوقی، مریم (۱۳۹۷) شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه برای رونق گردشگری راه ابریشم (مورد پژوهی: استان اردبیل و استان آذربایجان شرقی)، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر اصفهان. گروه موزه گردشگری، صفحه: ۲۰-۵۲.
- رجایی، محمد علی و همکاران (۱۳۹۸) بررسی توسعه جاده ابریشم دریایی با تأکید بر هویت و نام تاریخی خلیج فارس از دیدگاه اندیشمندان، اولین کنفرانس بین‌المللی دانشمندان جاده ابریشم، دانشگاه تهران.
- رجایی، محمد علی، (۱۴۰۱) درسنامه محیط‌های ملی و بین‌المللی تجارت گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان.
- سلیمی پور، شراره (۱۳۹۵) بررسی نگرش گردشگران داخلی نسبت به موقعیت گردشگری جاده ابریشم در جهت توسعه (مورد مطالعاتی: مسیر سمنان - شاهرود). پایان نامه کارشناسی ارشد. مؤسسه‌های آموزش عالی غیردولتی - غیرانتفاعی - مؤسسه آموزش عالی مازیار - دانشکده حسابداری و مدیریت، صفحه: ۱-۱۵.
- شادپور، حسن (۱۳۸۶) جاده ابریشم و زمینه‌های احیا و قابلیت‌های توریستی و گردشگری موثر بر آن (با تکیه بر استان سمنان)، همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان. معاونت پژوهشی دانشگاه سمنان، سمنان. ایران، صفحه: ۸۳-۹۱.
- شریعتی نیا، محسن (۱۳۹۵) کمربند اقتصادی جاده ابریشم؛ زنجیره ارزش چین، فصل نامه روابط خارجی، سال ۸، شماره ۳، صص ۸۵-۱۱۳.
- شریعتی نیا، محسن، عزیزی، حمید رضا (۱۳۹۶) همکاری ایران و چین در کمربند اقتصادی جاده ابریشم، فصلنامه روابط خارجی، سال ۹، شماره ۴، صص ۷-۲۹.
- شورش، حمیدرضا (۱۳۸۵)، بررسی نقش عناصر اقلیمی بر ایمنی و تردد جاده‌ای با تأکید بر محور قزوین - زنجان، تهران، انتشارات: بی نام.

جاده ابریشم فرصتی نوین برای رونق گردشگری ایران... ۱۰۵

غلامی، علی و پناهی، لیلا (۱۳۹۵) راهکارهای احیاء کاروانسراهای تاریخی و تبدیل آنها به اقامتگاه‌های زنجیره‌ای گردشگری با برند کاروانسرا (کاروانسراهای جاده ابریشم در کاشان یزد)، همایش بین‌المللی افق‌های نوین در مهندسی عمران معماری و شهرسازی و مدیریت فرهنگی شهرها، صص ۸-۱.

فلاح تبار، نصرالله (۱۳۸۶) احیا جاده ابریشم در سمنان و تاثیر آن بر جذب توریسم. همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان. معاونت پژوهشی دانشگاه سمنان، سمنان. ایران، صفحه ۲۹۹-۳۰۸.

قاسمی، فرید (۱۳۹۴) اصول طراحی هتل دانشکده راه ابریشم با تأثیرپذیری از عملکرد کاروانسراها در این مسیر بین‌المللی، کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی، صص ۸۲-۴۹.

صفدری، امین و برزگر، کیهان و قوام، عبدالعلی و شاهنده، بهزاد (۱۴۰۱) تاثیر راهبرد اتصال جغرافیایی چین بر سیاست خارجی ایران با تاکید بر جاده ابریشم جدید، فصل نامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۴ شماره ۱۴، صص ۴۹-۲۷.

کارگر، بهمن، بحیرایی، حمید و رجایی، محمد علی رجایی (۱۳۹۱) بررسی و تحلیلی بر قابلیت‌ها و محدودیت‌های اقلیمی و زیست محیطی جاده ابریشم، جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای سازمان منطقه‌ای آزاد قشم، سال ۱ شماره ۳.

کامرانی، احمد و بهادری، علی (۱۳۹۱) نقش آفرینی جاده ابریشم در جابجایی ادیان و عقاید ملل، فصلنامه مسکویه، سال ۷، شماره ۲۲.

موسوی، فخرالسادات، (۱۳۸۸) موقعیت مسیر جاده ابریشم، نشریه بادیه، دوره دوم، صص ۳۸-۲۷.

مهندسین مشاور واسپور، (۱۳۸۰) طرح جامع جاده ابریشم، تهران.

References

- Amir Ahmadian, Bahram and Salehi Daulatabad, Ruhollah (2016), New Silk Road Initiative, Goals, Obstacles and Challenges, Quarterly Journal of International Relations Studies, 9th Year, No. 36, Winter(In Persian).
- Architecture and Urban Planning and Cultural Management of Cities pp. 1-8(In Persian).
- Ateljevic, J. (2009). Tourism entrepreneurship and regional development: Example from New Zealand. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(3), 282-308.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and Small Business*. Palgrave, London: UK, pp: 15-20.
- Caballero-Danell, S. , & Mugomba, C. (2007). Medical Tourism and its Entrepreneurial Opportunities-A conceptual framework for entry into the industry. Master Thesis. University of Gothenburg; School of Business, Economics and Law. Gothenburg, Sweden, pp: 1-15.
- Barton, B. (2021). The Belt-and-Road Initiative as a paradigm change for European Union-China security cooperation? The case of Central Asia. *ASIA EUROPE JOURNAL*, 19(3), 391-409.
- Cai, Peter (2017), Understanding China's Belt and Road Initiative.
- Chheang, V. (2021). Cambodia's Embrace of China's Belt and Road Initiative: Managing Asymmetries, Maximizing Authority
- Chen, D. , Song, D. , & Yang, Z. (2022). A review of the literature on the belt and road initiative with factors influencing the transport and logistics. *Maritime Policy & Management*
- Estachy, L. (2020). Power Struggle between China and the United States: Lessons of History. *MGIMO Review of International Relations*, 13(1), 82-99. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2020-1-70-82-99>
- Daneshvar Vosooghi, M. (2018). Identifying entrepreneurial opportunities for the development of Silk Road tourism (case study: Ardabil Province and East Azerbaijan Province. Master thesis. Department of Museum and Tourism; Art University of Isfahan, Isfahan, Iran, pp: 52-20, (In Persian).
- Departement of Industrial Policy and promotion(2022) *Industrial Policy*. New Delhi: Departement of Industrial Policy and promotion.
- Djankov, Simeon, Miner, Sean (2016), China's Belt and Road Initiative: Motives, Scope, and Challenges, the Peterson Institute for International Economics.
- Education Institute - Faculty of Accounting and Management, page. 1-15(In Persian).
- Estragon, Paul (2016), silk and spice roads - explorations through the lands, translated by: Mohammad Javad Omidar Nia, Tehran: Farhang Islamic Publishing House(In Persian).
- Falah Tabar, N. (2008). Restoration of Silk Road in Semnan and its effect on tourism attraction. National Conference on Capabilities, Barriers and Solutions for Tourism Development in Semnan Province. Semnan, Iran, 18 February 2008 (In Persian).
- Fallon, T. (2015). The new silk road: Xi Jinping's grand strategy for Eurasia. *American Foreign Policy Interests*, 37(3), 140-147.
- Ghasemi, Farid (2014) The design principles of the hotel of the Silk Road College with an influence on the performance of caravanserais in this international route, *International Science and Engineering Conference*, pp. 49-82(In Persian).
- Gholami, Ali and Panahi, Leila (2016) Strategies for revitalizing historical caravanserais and turning them into tourist accommodation chains with the Caravansara brand (Silk Road caravanserais in Kashan Yazd), *International Conference on New Horizons in Civil Engineering* (In Persian).
- Grabowski, C. P. , & Geng, W. (2000). European Silk Road Tourists' and Their Tour Guides' Perceptions of Product and Service Quality. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1(4), 97-106.
- Griffiths, Richard (2017), *Revitalising the Silk Road, China's Belt and Road Initiative*, Leiden: HIPE Publications.

- Grzyb, U. , & Trzepacz, P. Z. (2012). Investment in Transport Infrastructure as a Crucial Factor of Entrepreneurship Development in the New EU Member States–The Polish Case. *European Integration Studies*, (6), 94-100.
- Homayoun, Nasser, (2018), *Silk Road*, Publications of Cultural Research Office, Tehran(In Persian).
- Hussain, M. (2021). Cpec and Geo-Security Behind Geo-Economics: China’s Master Stroke to Counter Terrorism and Energy Security Dilemma. *East Asia*, 38(4), 313–332
- Iqbali, Hamid (1400), *Silk Road Tourism Desk*, Tourism Deputy, Foreign Tourism Marketing and Development Office (In Persian).
- Hall, T. H. , & Krolkowski, A. (2022). Making Sense of China’s Belt and Road Initiative: A Review Essay. *International studies review*, 24(3)
- Janardhan, N. (2020). Belt and Road Initiative: China’s Diplomatic-Security Tool in the Gulf? *Asian Journal of Middle Eastern And Islamic Studies*, 14(1), 1–17
- JinPing, X. (2014) *The Governance of China*. Beijing: Foreign Languages Press.
- Justice and Development Party (2023) *Political Vision of Ak Parti*. Ankara: Justice and Development Party.
- Jamshidi, H. , Mahkouii, H. , Godarzi, M. , & Momeni, M. (2020). Geopolitical Impact of National Interest of the Islamic Republic of Iran on Competition NATO and the Shanghai Cooperation Organization in Central Asia. *Strategy*, 29(3), 103-136.
- Kamrani, Ahmed and Bahadri, Ali (2012), *The Role of the Silk Road in the Movement of Nations' Religions and Beliefs*, *Moscow Quarterly*, Year 7, Number 22(In Persian.)
- Kargar, Bahman, Bahirai, Hamid and Rajaei, Mohammad Ali Rajaei (2013), a review and analysis of climatic and environmental possibilities and limitations of the silk road, geography and regional planning of Azad Qeshm Regional Organization, year 1, number 3(In Persian).
- Keys, P. R. (1988). Administrative entrepreneurship in the public sector. *Administration in Social Work*, 12(2), 59-68.
- Klein, , Mahoney, J, McGahan, A. , & Pitelis, C (2010). Toward a theory of public entrepreneurship. *European management review*, 7(1), 1-15.
- Lane, M. B & Lewcock R. B. (1996). *Rebuilding the Silk Road: Cultural Tourism and Revival of Heritage in Uzbekistan*. UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). Paris. France, pp: 9-11.
- Leach, , & Melicher, R. (2011). *Entrepreneurial finance*. Nelson Education Ltd. Toronto: Canada, pp: 15-20.
- Liu, Weidong(2016), *An Introduction to China’s Belt and Road Initiative*.
- Liu, Q, Yang, (2022). Structures of port connectivity, competition, and shipping networks in Europe. *Journal Of Transport Geography*, 102
- Lounsbury, M. , & Glynn, M. A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic management journal*, 22(6-7), 545-564.
- Mousavi, Fakhr al-Sadat, (1388), *the position of silk route, second period*, pp. 27-38(In Persian).
- Nastaran and Rezai Shahabi (2009). Analysis of multiplier coefficient model in the development of tourism industry in East Azarbaijan province. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 2(2):1-8 (In Persian).
- Nabipour, P. (2022). Iran’s membership in the Shanghai Cooperation Organization (SCO) Economic, Trade and Political Affairs. *National interest*, 2(6), 12-27.
- Oecd (2015)*Inclusive Global Value Chains*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

- Parvinder, K. (2016). Strategic Destination Branding of Silk Route for Maximizing its Tourism Potential in India. PhD thesis. University of Jammu; School of Hospitality and Tourism Management, India, 15-20.
- Peršić, M. , & Janković, S. (2012). The assessment of opportunities and assumptions of the Croatian health tourism development. *Journal of Business Management*, 6(2), 88-104.
- Prime Minister's Office(2010) *United in Destiny*. Abu Dhabi: Prime Minister's Office.
- Peter Seele Christoph D, Jia2 and Dirk Helbing (2019) *The new silk road and its potential for sustainable development: how open digital participation could make BRI a role model for sustainable businesses and markets* , *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*
- Rajaei, Mohammad Ali et al. (2018), *Research on the development of the Maritime Silk Road with an emphasis on the identity and historical name of the Persian Gulf from the perspective of scholars, the first international conference of Silk Road scholars, University of Tehran(In Persian)*.
- Rajaei, Mohammad Ali, (1401), *National and International Tourism Business Environments*, Isfahan Art University (In Persian).
- Redi, F. (2017). *Enhancing Coopetition Among Small Tourism Destinations by Creativity*. In Királová, A (Eds), *Driving Tourism through Creative Destinations and Activities* (pp. 223-244). IGI Global. Hershey, USA.
- Rezazadeh Amoo Zeinoddini, M. (2017). *Tabriz and the Silk Road*. Available at: <http://ishiq.net/moqalə/19710/>. html (accessed: 25 November 2018).
- Salimipour, Sh (2016). *Investigating the attitude of domestic tourists towards the tourism position of the Silk Road in the direction of development (case study: Semnan-Shahrood route)*. Master thesis. Faculty of Accounting and Management , Maziar University, Mazandaran Province, Iran , pp. 1-15 (In Persian).
- Selimipour, Sharare (2015), *investigating the attitude of domestic tourists towards the tourism position of the Silk Road in the direction of development (case study: Semnan - Shahroud route)*. Master thesis. Non-governmental non-profit higher education institutions - Maziar Higher (In Persian).
- Safdari, Amin and Barzegar, Kayhan and Qavam, Abdul Ali and Shahandeh, Behzad (2023) *The impact of China's geographical connection strategy on Iran's foreign policy with an emphasis on the new silk road, the chapter of New Attitudes in Human Geography*, year 14, number 14, pp. 49- 27. (In Persian).
- Shadpour, H. (2008). *Silk Road and areas of rehabilitation and its tourism potential (with emphasis on Semnan province)*. National Conference on Capabilities, Barriers and Solutions for Tourism Development in Semnan Province. Semnan, Iran, 18 February 2008 (In Persian).
- Shadpour, Hassan (2016), *Silk Road and its revitalization and tourism capabilities (based on Semnan Province)*, National Conference on Tourism Development Capabilities, Obstacles and Solutions of Semnan Province. Semnan University Research Deputy, Semnan. Iran, page: 83-91(In Persian).
- Shariati Nia, Mohsen, Azizi, Hamid Reza (2016), *Cooperation between Iran and China in the Silk Road Economic Belt*, *Foreign Relations Quarterly*, Year 9, Number 4, pp. 29-7(In Persian).
- Shariatinia, Mohsen (2015), *Silk Road Economic Belt; China's value chain*, *foreign relations journal*, year 8, number 3, pp. 113-85(In Persian).
- Shoorshi, Hamidreza (2016), *investigation of the role of climatic elements on road safety and traffic with an emphasis on the Qazvin-Zanjan axis*, Tehran, Publisher: Bayanam (In Persian).
- Suocheng, D. , Zehong, L. , Yu, L. , Guangyi, S. , Huilu, Y. , Juanle, W. , Jun, L, Qiliang, MAO & Yongbin, H. (2015). *Resources, environment and economic patterns and sustainable development modes of the Silk Road Economic Belt*. *Journal of Resources and Ecology*, 6(2), 65-72.
- Torabi, Qasim and Sanei, Razia (2018), *Silk Road initiative; China's Initiative for Hegemony*, *International Political Research Quarterly*, Shahreza Islamic Azad University, No. 38, pp. 101-128(In Persian).

- UNWTO. (2017). Silk Road Action Plan 2016/2017. World Tourism Organization. Available at: <http://silkroad.unwto.org/en/content/silk-road-action-plan> (accessed: 16 November 2018).
- UNWTO. (2018). 8th UNWTO International Meeting on Silk Road Tourism. (accessed: 18 November 2018).
- Vaspar Consulting Engineers, (1380), Silk Road Master Plan, Tehran (In Persian).
- Waugh, Daniel (2017), Richthofen's Silk Roads: Toward the Archaeology of a Concept.
- Werner, C. (2003). The new silk road: Mediators and tourism development in Central Asia. *Ethnology*, 42 (2): 141-159.
- Winter, T (2016). One Belt, One Road, One Heritage: Cultural Diplomacy and the Silk Road.
- Wood, F. (2002). The Silk Road: two thousand years in the heart of Asia. University of California Press. Los Angeles, California, USA, pp: 15-20.
- World Economic Forum. (2012) The Shifting Geography of Global Value Chains: Implications for Developing Countries and Trade Policy. Geneva: World Economic Forum.

Silk Road is a new opportunity for the prosperity of Iran's tourism

Neda Torabi Farsani

Associate Professor, Department of Museum and Tourism, Isfahan Art University, Isfahan, Iran.

Mohammad Taghi Taghraei*

Assistant Professor, Department of Museum and Tourism, Isfahan Art University, Isfahan, Iran.

Mariam Daneshvar

Master's degree student, Tourism Management, Isfahan University of Arts, Isfahan, Iran.

Mohammad Ali Rajaei Rizi

Assistant Professor, Museum and Tourism Department, Isfahan Art University, Isfahan, Iran.

Abstract

Introduction :The Silk Road was a major trade route between China and Europe between the third century B. C. and the fifteenth century A. D. In recent years, WTO and UNESCO attention to the heritage of the Silk Road has grown, and attempts are being made to find strategies to preserve and exploit heritage sites located on this historical route. Meanwhile, promoting tourism can be a strategy for flourishing and entrepreneurship on the Silk Road.

Methodology:The qualitative and quantitative method was used in this study and the Silk Road of Iran was selected as a case study. In the first step, an interview form was designed to identify entrepreneurial opportunities of Silk Road tourism of Iran. Data was gathered through snowball sampling method and analysed by using coding (open and axial coding) method. Finally, in order to determine priority of entrepreneurial opportunities of Silk Road tourism of Iran a Friedman test was applied.

Result & Discussion:The results demonstrated that entrepreneurial opportunities of Silk Road tourism of Iran can be classified into nine categories of opportunity – health & wellness, leisure and tourism, accommodation, public, transportation, business, cultural, administrative and financial. Also, the results of Friedman test revealed that among the accommodation opportunities restoration and changing caravanserai into hotels had the highest priority. In addition, experiencing historical travel style on the Silk Road of Iran was identified as the most important leisure and tourism opportunities. Furthermore, establishment of the restaurant on the Silk Road and serving the historical meals that flourished at the time of the flourishing Silk Road was mentioned by experts as an important public opportunities. It is noteworthy that, development of railway projects had the highest priority among transportation opportunities. And, commercial use of buildings on the Silk Road, such as holding galleries, introducing works of art, and offering commercially cultural products had the first priority among business opportunities. Besides, organizing cultural and historical tours was introduced as an important cultural opportunities. Moreover, among the identified health & wellness opportunities, arranging health and wellness tours on the Silk Road was the most significant opportunities. Creating a Silk Road secretariat and executive human resources was most attractive administrative opportunities. In addition, private investment for Silk Road tourism projects has the highest priority among financial opportunities.

Conclusion :The results of qualitative and quantitative method allow authors to conclude that promotion of tourism on the Silk Road of Iran is not just a strategy for preserving the heritage

and protecting the Silk Road, but it can provide opportunities for entrepreneurship and the development of local economy. Regarding this, the implementation of the National Tourism Plan of the Silk Road is recommended with emphasis on the cities located on the historical rout of the Silk Road, approved by UNESCO. In addition, the study of the tendency of domestic and foreign tourists to travel to the Silk Road is one of the research that researchers are advised to do in the future.

Keyword: Iran, Silk Road, Entrepreneurial opportunities, Tourism entrepreneurship, Iran.

***(Corresponding Author)** m.toghrayee@gmail.com