

طراحی مدلی برای شناسایی فرصت های کارآفرینی در مناطق بندری

مهدی کاظمی^۱، محمد مهدی پورسعید^۲، علی توسلی^{۳*}

۱- دانشیار گروه آموزشی مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان

۲- استادیار گروه آموزشی مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان

چکیده

کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادی می کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می شود. در این تحقیق به دنبال شناسایی و اولویت بندی فرصت های کارآفرینانه در مناطق بندری هرمزگان پرداخته شده است که بدین منظور با توجه به مرور ادبیات و تجزیه و تحلیل نظرات کارشناسان، خبرگان و مدیران و استفاده از روش دلفی چهار معیار صنعتی، بازرگانی، تولیدی و خدماتی به عنوان شاخص های کلان در ایجاد فرصت های کارآفرینانه شناسایی شدند و همچنین زیر معیارهای هر بخش نیز بر همین اساس نهایی شد و در انتها مدل نهایی ترسیم گردید.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، مناطق بندری، بازرگانی و تولیدی

۱- مقدمه

در سالیان اخیر و با گسترش تحقیقات کارآفرینی، شناسایی فرصت نیز به عنوان نقطه تمرکز کارآفرینی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت. به اعتقاد بسیاری از پژوهشگران حوزه ی کارآفرینی، تشخیص فرصت مهم ترین گام در فعالیت های کارآفرینانه است. شناسایی فرصت های کارآفرینانه یکی از مراحل فرایند کارآفرینانه است که در کنار ارزیابی و بهره برداری، سه جزء اصلی این فرایند را تشکیل می دهند. از نظر کورنر و هو، فرصت قلب کارآفرینی است. تشخیص فرصت یکی از مهم ترین توانایی های کارآفرینان موفق در دنیای امروز شناخته شده است. بنابراین، بدون وجود فرصت کارآفرینی رخ نمی دهد. بی شک شناسایی فرصت بدون ارتباط یافتن با فرایند کارآفرینی آن را از قالب مورد نظر ما خارج می کند؛ به همین دلیل می توانیم ارتباط غیر قابل گسست آن را با کارآفرینی در تعاریف انجام شده از شناسایی فرصت ببینیم. تأکید بر توجه به فرصت و شناسایی فرصت تا آنجا پیش رفت که شناسایی فرصت را قلب کارآفرینی نامیدند. بسیاری از کشورهای جهان معتقدند کارآفرینی نقش اجتناب ناپذیری در بهبود بهره وری و رشد اقتصادی ایفا کرده و در واقع مترادف با موفقیت فردی، سازمانی و ملی است (صفری و میرزایی بافقی، ۱۳۹۳). گیوزاردی و مازوکچی معتقدند اهمیت کارآفرینی در توسعه ی اقتصادی کشورها و افزایش منابع، آن را به همراه کار، زمین و سرمایه تبدیل به یکی از چهار نهاده ی اصلی اقتصادی کرده است. این فرایند در محیط ها و نظام های اقتصادی متفاوت توسط افرادی روی می دهد که فرصت های اقتصادی ارزش آفرینی برای افراد و جامعه را در می یابند (گیوزاردی و مازوکچی^۱، ۲۰۱۳). توانایی کشف فرصت ها، تأمین منابع مالی مورد نیاز، شناسایی اماکن و سایت های برتر، استخدام طراحان به

^۱- Guizzardi & Mazzocchi

منظور توسعه فیزیکی، تأمین منابع انسانی مورد نیاز برای مدیریت تاسیسات فیزیکی و خدماتی جهت شناسایی و توسعه کارآفرینی می تواند بسیار مهم باشد. کارآفرینانی که به دانش و تجربه اکتسابی خود واقف اند، می توانند فرصت های کسب و کار واقع شده را برابند. این فرصت ها اغلب از دانش وسیعی در مورد صنعت خاص، بازار های خاص، مشتریان و رقبای ویژه و مهارت های گوناگون ناشی می شود (تنگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۲).

کارآفرینی نقش مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی و ایجاد اشتغال داشته و در نتیجه بسیاری از دولت ها به دنبال ارتقای کارآفرینی هستند. تشخیص و بهره برداری از فرصت ها تعریف اصلی کارآفرینی بوده و مطالعه ها نشان می دهد که بسیاری از تعاریف جدید کارآفرینی به طور قابل ملاحظه ای بر تشخیص فرصت به عنوان مهم ترین گام در فرایند کارآفرینی تمرکز کرده اند. تشخیص فرصت به عنوان یکی از مهم ترین توانایی های کارآفرینان موفق موضوع اصلی تحقیق های کارآفرینی و عامل ایجاد ثروت های فردی و اجتماعی محسوب می شود. همچنین از طرف دیگر با توجه به موقعیت جغرافیایی شهرستان بندرعباس که از سمت شمال به شهرستان حاجی آباد و از سمت شرق به شهرستان های میناب و رودان، از غرب به شهرستان های بندر خمیر و بندر لنگه و از جنوب به خلیج فارس و جزیره قشم محدود می باشد. همچنین در زمینه بندر تجاری؛ بندر شهید رجایی و بندر شهید باهنر به دلیل موقعیت مناسب جغرافیایی، به عنوان نقطه اتکای بندرعباس در جهت جابه جایی کالا و سرمایه در اشکال مختلف، نتایج اقتصادی به سزایی برای استان هرمزگان به همراه داشته و بندرعباس را به منطقه ویژه اقتصادی معادن، فلزات، کشتی سازی و صادرات و واردات کالا تبدیل کرده است. راه آهن از دیگر محورهای ارتباطی که از نظر حجم مسافر و حمل و نقل کالا به کلیه نقاط ایران درصد بالایی را به خود اختصاص داده است. بندرعباس به دلیل موقعیت خاص تجاری و توریستی خود دارای هتل های بزرگی نظیر هتل هرمز، هما، خلیج فارس و آتیلار است. شهر بندرعباس دارای یک فرودگاه بین المللی است. این فرودگاه یکی از ۶ فرودگاه بین المللی ایران است و پروازهای زیادی را در خود می بیند. پروازهای بین المللی این فرودگاه به کشورهای حوزه ی خلیج فارس، پاکستان و هند انجام می شود. بنابراین شهرستان بندرعباس با توجه به ظرفیت بالا با توجه به موقعیت جغرافیایی در جذب توریست و همچنین داشتن فرودگاه بین المللی و محصولات کشاورزی برای صادرات و دیگر فرصت های بی نظیر در کارآفرینی می تواند یکی از بهترین شهرستان ها برای شناسایی و توسعه کسب و کار و فرصت های کارآفرینانه در ایران باشد. در این پژوهش، محققان با توجه به نقش لجستیک و حیاتی بندر هرمزگان به طراحی مدلی برای شناسایی فرصت های کارآفرینی پرداخته اند.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱ کارآفرینی

واژه کار آفرینی در اصل از زبان فرانس ه " اینترپرنیورشیپ " گرفته شده و به سایر زبان ها راه یافته است. انگلیسی ها سه اصطلاح متفاوت را در خصوص کار آفرینی بکار گرفته اند : ماجراجو، متعهد، کارفرما. از کارآفرینی تعاریفات دیگری نیز شده است که در ذیل آمده است:

کارآفرینی فرآیندی از ارائه اندیشه های تازه و نو، بهره گیری از امکانات و فرصت های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است (رحیمی، ۱۳۸۰)

کارآفرینی پلی میان زایش ایده، تولید و انجام خدمات، مبادله اطلاعات و کالا است. کارآفرینی عاملی است که عوامل گوناگون را در کنار یکدیگر قرار می دهد تا بهره برداری از منابع و فعال شدن آن ها در جهت بهره وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و مؤسسات بهره ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه جانبه باشند (هاشمی، ۱۳۸۰)

کارآفرینی فرآیندی است که فرد کارآفرین به ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور و رشدیابنده می کند. این فرآیند که مستلزم پذیرش خطر و ریسک است، منجر به عرضه محصول یا خدمت تازه به جامعه می شود (مقیمی، ۱۳۸۱).

^۱ -Tang & et al

۲-۲ اهمیت گردشگری در جهان

بدون شک امروزه صنعت توریسم به عنوان مهم‌ترین صنعت جهان، رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته که در نتیجه افزایش نرخ رشد سالانه در تولید ناخالص ملی در سطح جهان، صادرات، تجارت جهانی و خدمات، سهم گردشگران بین‌المللی در فعالیت اقتصادی جهان نیز به طور مداوم بالا رفته است. یکی از اثرات مهم اقتصادی این رشد سریع اشتغالزایی می‌باشد که در توسعه و گسترش فرصت‌های شغلی برای اقشار مختلف جامعه مؤثر بوده است. براساس داده‌های سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۳، بیش از ۶۹۴ میلیون نفر گردشگر بین‌المللی در سطح جهانی به گردشگری پرداخته و بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده‌اند که پیش‌بینی می‌شود این رقم تا سال ۲۰۱۰ به دو برابر برسد. (سازمان جهانی جهانگردی، گزارش گردشگران بین‌المللی، ژانویه ۲۰۰۴، مادرید اسپانیا)، گردشگری روستایی در مناطق توریستی اهمیت ویژه‌ای یافته و توسعه این نوع گردشگری وسیله‌ای برای رفاه جوامع محلی تلقی می‌شود. بررسی‌های درک حال و رابرت در زمینه گردشگری روستایی نشان می‌دهد که گردشگری در مناطق روستایی ۱۰ تا ۲۰ درصد تمامی فعالیت‌های جهانگردی را شامل می‌شود (گودال و آشورث^۱، ۲۰۱۳). به طور کلی گردشگری را می‌توان بر مبنای عوامل مختلفی تعریف نمود و در بررسی آن از این تعاریف استفاده نمود ولی پیرامون این تعاریف باید این نکته را مدنظر داشت که گردشگری صرفاً یک پدیده یک بعدی نیست که در تعاریف خطی قابل بحث باشد، بلکه در برگیرنده ابعاد بسیاری در زمینه‌های مختلفی همچون ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و نظیر این‌ها می‌باشد. همچنین عوامل دیگری همچون طول مدت اقامت، وسیله سفر، مقاصد، تقاضا و نظیر این‌ها نیز باید در تعریف گردشگری مدنظر قرار گیرد. در کشور جمهوری اسلامی ایران نیز علی‌رغم اینکه دارای تنوع جاذبه‌های روستایی است و ۳۶۵ روستای هدف گردشگری مشخص شده است، (خبرگزاری ایلنا، تاریخ ۸۵/۲/۳) اما تاکنون به دلایل متعددی نتوانسته به جایگاه شایسته در صنعت توریسم دست یابد، لذا توسعه گردشگری روستایی در ایران یک ضرورت اجتناب ناپذیر بوده و بایستی با رعایت کلیه امکانات و منابع موجود، بررسی و راهکارهای عملی ارائه گردد، توسعه گردشگری فرهنگی، احیای غرور ملی است.

۲-۳ فرصت‌های کارآفرینانه

منابع طبیعی و فرهنگی که پایه و اساس گردشگری و تفریح را در ساحل شکل می‌دهند، شامل مسائل عمده ذیل می‌شوند:

- الف) آب و آبزیان
- ب) پوشش گیاهی
- ج) توپوگرافی
- د) زمین شناسی و خاک
- هـ) اقلیم
- و) ویژگی‌های تاریخی
- ز) ویژگی‌های نژادی، اطلاعات و راهنماها
- ح) فعالیت‌های ساختمانی
- ط) صنعت و تأسیسات

گردشگری و تفریح در نواحی ساحلی، دارای جایگاهی است که در چهار زیر منطقه موازی با ساحل، قرار دارد.

۱) منطقه آب‌های ساحلی

این منطقه دریایی اکولوژیکی نزدیک ساحل، از فلات قاره شروع می‌شود و تا ساحل ادامه دارد. این منطقه غنی‌ترین منطقه برای ماهیگیری است و غالباً شامل صخره‌ها و ستون‌های سنگی جالب توجه می‌باشد. این قسمت برای سفر به جزایر نزدیک نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲) منطقه ساحل

هم محدوده ای از دریا و هم محدوده ای از خشکی را در بر می‌گیرد. به خصوص اگر گسترده و شنی باشد، بسیاری از بازی‌ها و ورزش‌های آبی گروهی را حمایت می‌کند.

^۱ Goodall, B., & Ashworth

۳) منطقه پهله کرانه ای

این منطقه به ناحیه پشت منطقه ساحل اطلاق می‌شود و بسیاری از تفریحات دریایی را حمایت می‌کند. مانند چادر زدن، پیک نیک و گردش بیرون شهر. در برخی مکان‌ها، این منطقه هتل‌ها و برخی مشاغل را در بر می‌گیرد. چشم انداز مهم این منطقه منظره دریاست.

۴) منطقه پس کرانه

اراضی پشت مناطق ساحلی عموماً شامل مناطقی است که خدماتی را برای فعالیت‌های تفریحی در بر می‌گیرد. منظره ساحلی توسط پستی‌ها و بلندی‌ها و پوشش گیاهی شکل گرفته است. چند نوع فعالیت ساختاری وجود دارد که بر تغییر فیزیکی خط ساحلی تأثیر می‌گذارد و شامل خانه سازی، توسعه صنعتی، بنادر، مسیرهای کشتیرانی، خاکریزها، گذرگاه‌های خشکی، دیوارهای دریا، موج شکنها، پروژه‌های استوار سازی شن‌ها و ساحل، موانع نگهدارنده طوفان‌های دریایی و امواج و غیره می‌شود (زیگلر^۱ و همکاران، ۲۰۱۲).

وجود مواد معدنی کمیاب در کف اقیانوس‌ها و بالا بودن عیار آن‌ها نسبت به موادی که از معدن زمینی استخراج می‌شود سبب شده تا کشورهای صنعتی و پیشرفته با وجود اینکه اکتشاف و استخراج در کف دریا و اقیانوس‌ها سرمایه بسیاری را می‌طلبند به سمت استخراج و استحصال از این مواد معدنی سوق یابند. در این زمینه کشورهایی همچون چین، آمریکا، ژاپن و آلمان با اتکا بر فناوری‌های نوین پیشقدم بوده و توانسته‌اند به مواد معدنی ارزشمندی دست یابند. البته باید توجه داشت که موقعیت این نوع معدنکاری برای هر کشوری وجود نداشته و تنها دسترسی به آب‌های آزاد و دریا امکان اکتشاف و استخراج وجود خواهد داشت. این در حالی است که کشور ما نیز با دسترسی به آب‌های آزاد خلیج فارس، دریای عمان، دریای خزر می‌تواند از ذخایر معدنی دریایی بهره برده و نیاز صنایع را به مواد معدنی همچون پتاسیم، منیزیم و لیتیوم برطرف کرد. درحال حاضر استحصال مواد مختلف از آب دریاها یا دریاچه‌ها در مقیاس‌های مختلف در سراسر دنیا در حال انجام است که البته این بخش را معمولاً به عنوان معدنکاری دریایی اطلاق نمی‌کنند. آنچه امروزه در ارتباط با معدنکاری دریایی شناخته شده است به‌طور عمده شامل برداشت رسوبات بستر دریاها در بخش‌های ساحلی یا فراساحلی است. این برداشت‌ها به منظور استحصال مواد معدنی مختلف شامل شن و ماسه، فسفریت، طلا، گرهک‌ها و پوسته‌های منگنز، کبالت، مس یا سولفیدهای فلزی مختلف تشکیل شده در مظهر دودکش‌های سیاه و سفید بستر اقیانوس انجام می‌شود. اگرچه سرمایه‌گذاری‌ها و هزینه معدنکاری دریایی بسیار بالاست اما میزان درآمد نیز قابل ملاحظه است. برای مثال درآمد سالانه بخش منابع معدنی فراساحلی آمریکا در سال ۲۰۱۱م افزون بر ۱۲۵ هزار و ۵۰۰ دلار بوده که نسبت به بخش‌های دیگر بسیار قابل توجه است. در اکتشاف منابع معدنی در بستر و زیر بستر دریا، به دلیل وجود ضخامت‌های مختلفی از آب، از چند متر تا چند هزار متر، شرایط کاری بسیار سخت‌تر از خشکی است این کار به دلیل نبود امکان استفاده از ابزارهای رایج دورسنجی نوین است که در خشکی استفاده می‌شود.

ابزارهای دورسنجی مربوط به محیط‌های دریایی بسیار پرهزینه و دارای محدودیت‌های کاربردی زیاد هستند. برداشت نمونه‌های مربوط به مرحله اکتشاف نیز بسیار پرهزینه است و نیاز به فناوری‌های خاص دارد. در این ارتباط هر قدر عمق آب بیشتر باشد تجهیزات پیشرفته تری مورد نیاز است. برداشت مستقیم نمونه از رسوبات بستر دریا یا حفیاتی که خود هزینه‌های سنگینی می‌طلبند، اندازه‌گیری پارامترهای فیزیکی و شیمیایی آب در بستر دریا و مقایسه آن با سطوح بالاتر، انجام مطالعات ژئوفیزیک دریا (لرزه‌ای، صوتی، ثقلی، مغناطیسی، جریان حرارتی و بررسی‌های بصری)، انجام مطالعات آزمایشگاهی رسوب شناسی یا شیمیایی و ژئوشیمیایی، فرآیندهای رایج در اکتشاف مواد معدنی دریایی هستند. وجود چگالی‌های مناسبی از برداشت‌ها و نمونه‌برداری‌ها مقدار ریسک اکتشافی را کاهش می‌دهد. نکته قابل توجه درباره مرحله اکتشاف منابع معدنی دریایی ریسک اکتشافی است. معمولاً ریسک اکتشافی مواد معدنی در محیط خشکی حدود ۹۵ درصد و بیشتر تعریف می‌شود. این موضوع در محیط دریایی بسیار بیشتر است و شاید بالای ۹۹ درصد دور از منطق نباشد. البته همانند اکتشاف در خشکی، در محیط دریایی نیز وجود اطلاعات زمین‌شناسی دریایی و در بسیاری موارد زمین‌شناسی خشکی مجاور در برنامه‌ریزی‌های اکتشافی بسیار با اهمیت است. مرحله استخراج نیز در معدنکاری دریایی با توجه به عمق‌های مختلفی از آب که با آن سروکار دارند دارای پیچیدگی‌های خاص است. سه روش کلی استخراجی در معدنکاری دریایی وجود دارند که شامل استخراج افقی، قائم و استفاده از نقاله هوایی است.

^۱ Ziegler

۳- روش تحقیق

در این پژوهش جامعه آماری متشکل از ۳۸ متخصص و خبره در زمینه صنعت گردشگری و کارآفرینی در چهار بخش تولیدی، خدماتی، بازرگانی و صنعتی در بندر هرمزگان می باشد که برای هر معیار چهار زیر معیار مشخص شد. همچنین در این پژوهش برای رتبه بندی از روش تحلیل سلسله مراتب گروهی یا AHP استفاده شده است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج بعد از تکمیل پرسشنامه و استخراج معیارها و زیر معیارها در بخش های مختلف به شرح زیر می باشد: در بخش تولیدی چهار زیر معیار به شرح جدول زیر برگزیده شد:

بخش تولیدی	
پرورش آبزیان	زیر معیارها
پرورش جلبک های دریایی	
صنایع کوچک مثل توربافی	
طرح تولید و ساخت الکتروود های دریایی	

در بخش خدماتی چهار زیر معیار به شرح جدول زیر برگزیده شد:

بخش خدماتی	
احداث ترمینال لجستیکی بار	زیر معیارها
احداث مجتمع تامین آذوقه، روغن و تعمیرات کشتی	
ایجاد بازرچه های خرید و فروش کالا	
گردشگری - تفریحی دریایی	

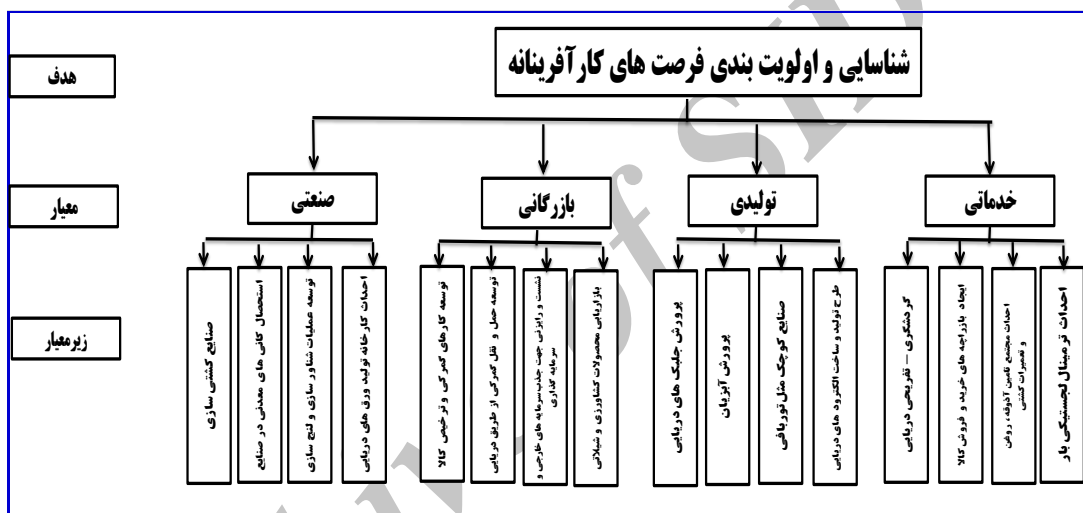
در بخش بازرگانی چهار زیر معیار به شرح جدول زیر برگزیده شد:

بخش بازرگانی	
بازاریابی محصولات کشاورزی و شیلاتی	زیر معیارها
نشست و رایزنی جهت جذب سرمایه های خارجی و سرمایه گذاری	
توسعه حمل و نقل گمرکی از طریق دریایی	
توسعه کارهای گمرکی و ترخیص کالا	

در بخش صنعتی چهار زیر معیار به شرح جدول زیر برگزیده شد:

بخش صنعتی	
صنایع کشتی سازی	زیر معیارها
استحصال کانی های معدنی در صنایع	
توسعه عملیات شناور سازی و لنج سازی	
احداث کارخانه تولید ورق های دریایی	

باتوجه به نتایج به دست آمده و همچنین نظر خبرگان و صاحب نظران مدل نهایی تحلیل سلسله مراتب گروهی (AHP)، به صورت زیر ترسیم می شود:



کارآفرینی نقش مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی و ایجاد اشتغال داشته و در نتیجه بسیاری از دولت ها به دنبال ارتقای کارآفرینی هستند. تشخیص و بهره برداری از فرصت ها تعریف اصلی کارآفرینی بوده و مطالعه ها نشان می دهد که بسیاری از تعاریف جدید کارآفرینی به طور قابل ملاحظه ای بر تشخیص فرصت به عنوان مهم ترین گام در فرایند کارآفرینی تمرکز کرده اند. تشخیص فرصت به عنوان یکی از مهم ترین توانایی های کارآفرینان موفق موضوع اصلی تحقیق های کارآفرینی و عامل ایجاد ثروت های فردی و اجتماعی محسوب می شود. همچنین از طرف دیگر با توجه به موقعیت جغرافیایی شهرستان بندرعباس که از سمت شمال به شهرستان حاجی آباد و از سمت شرق به شهرستان های میناب و رودان، از غرب به شهرستان های بندر خمیر و بندر لنگه و از جنوب به خلیج فارس و جزیره قشم محدود می باشد. همچنین در زمینه بندر تجاری؛ بندر شهید رجایی و بندر شهید باهنر به دلیل موقعیت مناسب جغرافیایی، به عنوان نقطه اتکای بندرعباس در جهت جابه جایی کالا و سرمایه در اشکال مختلف، نتایج اقتصادی به سزایی برای استان هرمزگان به همراه داشته و بندرعباس را به منطقه ویژه اقتصادی معادن، فلزات، کشتی سازی و صادرات و واردات کالا تبدیل کرده است. راه آهن از دیگر محورهای ارتباطی که از نظر حجم مسافر و حمل و نقل کالا به کلیه نقاط ایران درصد بالایی را به خود اختصاص داده است. بندرعباس به دلیل موقعیت خاص تجاری و توریستی خود دارای هتل های بزرگی نظیر هتل هرمز، هما، خلیج فارس و آتیلار است. شهر بندرعباس دارای یک فرودگاه بین المللی است. این فرودگاه یکی از ۶ فرودگاه بین المللی ایران است و پروازهای زیادی را در خود می بیند. پروازهای بین المللی این فرودگاه به کشورهای حوزه ی خلیج فارس، پاکستان و هند انجام می شود. بنابراین شهرستان بندرعباس با توجه به ظرفیت بالا با توجه به موقعیت جغرافیایی در جذب توریست و همچنین داشتن فرودگاه بین المللی و محصولات کشاورزی برای صادرات و دیگر فرصت

های بی نظیر در کارآفرینی می تواند یکی از بهترین شهرستان ها برای شناسایی و توسعه کسب و کار و فرصت های کارآفرینانه در ایران باشد.

منابع

۱. صفری، سعید؛ محمدمیرزایی بافقی، ملیحه (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی فرصت های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۶، صص: ۱۴۹-۱۲۷
۲. رحیمی، حسین (۱۳۸۰). ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها، چکیده مقالات چهل و چهارمین نشست روسای دانشگاه ها و مراکز علمی، تهران: موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، ص: ۶۱
۳. هاشمی، حمید (۱۳۸۰). سرمایه های جاودان، ویژه نامه همایش کارآفرینی و فناوری های پیشرفته، تهران: موسسه توسعه دانش و پژوهش ایران، ص: ۱۲۶
۴. مقیمی، فضل الله (۱۳۸۱). کارآفرینی، سنجش و پژوهش، گاهنامه مرکز مطالعات سازمان سنجش آموزش کشور، ص: ۷
۵. Andrea Guizzardi, Mario Mazzocchi, (۲۰۱۳) Tourism demand for Italy and the business cycle, *Tourism Management*, N:۳۱, pp: ۳۶۷-۳۷۷
۶. Tang, Jintong; Tang, Zhi; and Marino, Louis, (۲۰۰۸) "Exploring an inverted u-shaped relationship between entrepreneurial orientation and performance in Chinese ventures. *Wiley-Blackwell*, Accessed from <http://scholarworks.rit.edu/article/۶۰۱>
۷. Goodall, B., & Ashworth, G. (Eds.). (۲۰۱۳). *Marketing in the Tourism Industry (RLE Tourism): The Promotion of Destination Regions*. Routledge.
۸. Ziegler, J., Dearden, P., & Rollins, R. (۲۰۱۲). But are tourists satisfied? Importance-performance analysis of the whale shark tourism industry on Isla Holbox, Mexico. *Tourism Management*, ۳۳(۳), ۶۹۲-۷۰۱