

Identifying and Prioritizing the Factors Influencing the Development of Entrepreneurship in Tourism Cooperatives (A Case Study of Tourism Cooperatives in Gilan Province)

Tahmine Daniali¹, Ali Motie Jahani²

1. Department of Geography and Rural Planning, Islamic Azad University, Yadegar Imam (RA) Branch, Shahr-e Ray. Email: tahmine.daniali@gmail.com

2. Department of Geography and Rural Planning, Islamic Azad University, Yadegar Imam (RA) Branch, Shahr-e Ray. Email: alimotijahani@yahoo.com

ARTICLE INFO

Abstract

Article type:
Research Paper

Article history:

Received: October 31, 2025

Revised: April 22, 2026

Accepted: July 2, 2026

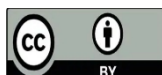
Published: July 2, 2026

Keywords:

Entrepreneurship, Rural Tourism Cooperative, Gilan Province

The present study aimed to identify and prioritize the factors affecting the development of entrepreneurship in rural tourism cooperatives in Gilan Province. In terms of purpose, this research was applied and employed a mixed-methods, descriptive-survey design with a cross-sectional time horizon. In the qualitative phase, the statistical population consisted of entrepreneurial experts and managers in rural tourism, selected through snowball sampling until theoretical saturation was reached. In the quantitative phase, managers of tourism cooperatives in Gilan Province whose cooperatives had remained active during the previous three years were selected to prioritize the identified factors. Data were collected through library and field methods. In the qualitative phase, literature review and semi-structured interviews with open-ended questions were employed, while a structured questionnaire with closed-ended questions was used in the quantitative phase. Instrument validity was confirmed using Newman's validation approach in the qualitative phase and face and construct validity in the quantitative phase. Reliability was assessed through test-retest and Cronbach's alpha methods. Data were analyzed using thematic analysis in the qualitative phase and one-sample t-test and analysis of variance (ANOVA) in SPSS in the quantitative phase. The findings indicated that eleven factors influence the development of entrepreneurship in tourism cooperatives in Gilan Province, including infrastructural, cultural, environmental, security, individual, managerial, economic, institutional and organizational, political and legal, industrial, and social factors.

How to cite: Daniali, T and Motie Jahani, A. (2026). Identifying and Prioritizing the Factors Influencing the Development of Entrepreneurship in Tourism Cooperatives (A Case Study of Tourism Cooperatives in Gilan Province). *Geography and Regional Planning*, 16(2).588-608. <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2026.588718.4486>



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights
DOI: <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2026.588718.4486>

Publisher: Qeshm Institute of Higher Education

Introduction

Rural tourism has emerged as a vital strategy for economic diversification, job creation, and sustainable development in many regions. In Iran, tourism cooperatives are viewed as key instruments for fostering local entrepreneurship and achieving national development goals, as highlighted in the country's five-year development plans. However, despite their potential, a significant number of these cooperatives remain inactive. The province of Gilan, with its abundant natural, historical, and cultural attractions, has a high concentration of registered tourism cooperatives. Yet, these cooperatives have not been able to effectively leverage local resources to stimulate sustainable economic growth and empower local communities. The core problem is the lack of a clear and actionable framework for developing entrepreneurship within these cooperatives. While numerous studies have identified general factors affecting tourism development or rural entrepreneurship, there is a noticeable research gap concerning the specific determinants that influence the success of cooperatives as entrepreneurial entities, particularly in the context of Gilan Province. The mere existence of cooperatives does not guarantee entrepreneurial success or job creation. Therefore, there is an urgent need to identify, prioritize, and understand the complex interplay of factors—ranging from infrastructural and economic to cultural and managerial—that either facilitate or hinder the development of entrepreneurial activities within Gilan's tourism cooperatives. Addressing this gap is crucial for formulating effective policies to revitalize these cooperatives and unlock their full potential for regional development.

Methodology

This study employed a mixed-methods, descriptive-survey design with a cross-sectional time horizon. In the qualitative phase, 17 entrepreneurial experts and rural tourism managers were selected through snowball sampling until theoretical saturation. Semi-structured interviews and thematic analysis were used to identify key factors. In the quantitative phase, 90 managers from active tourism cooperatives in Gilan Province

were surveyed using a structured questionnaire. Validity was confirmed through Newman's validation (qualitative) and face/construct validity (quantitative). Reliability was established via test-retest and Cronbach's alpha. Data were analyzed using one-sample t-tests and ANOVA in SPSS to prioritize the identified factors.

Results and Discussion

The qualitative findings identified eleven key factors influencing the development of entrepreneurship in tourism cooperatives in Gilan Province: infrastructural, cultural, environmental, security, individual, managerial, economic, institutional/organizational, political/legal, industrial, and social factors. Through thematic analysis, each factor was further broken down into sub-components, such as road quality, natural attractions, government subsidies, entrepreneurial personality traits, and inter-organizational coordination. In the quantitative phase, one-sample t-tests were conducted to prioritize these factors. The results revealed that infrastructural factors ranked as the most influential, followed by cultural, environmental, security, and individual factors. Conversely, social factors were identified as the least impactful. Interestingly, these findings diverge from earlier studies. For instance, Roknoddin Eftekhari et al. (2014) and Bozorgmehri et al. (2012) emphasized economic factors as the primary drivers, while Mashhadi et al. (2013) highlighted managerial factors. The present study, however, underscores the critical role of physical infrastructure (e.g., roads, ICT, utilities) and cultural elements (e.g., local customs, cultural acceptance) as foundational prerequisites for entrepreneurial success in this context. The discussion suggests that without adequate infrastructure and cultural readiness, even strong economic or managerial support may prove insufficient. Therefore, policymakers should prioritize infrastructure development and cultural promotion while addressing security, individual capacity-building, and managerial effectiveness to foster sustainable entrepreneurial growth in tourism cooperatives.

Conclusion

This study aimed to identify and prioritize the factors influencing the development of entrepreneurship in tourism cooperatives in Gilan Province. Using a mixed-methods approach, the research revealed that eleven factors play a significant role, with infrastructural, cultural, environmental, security, and individual factors emerging as the top five priorities. These findings underscore that entrepreneurial success in tourism cooperatives is not solely dependent on economic or managerial inputs but is deeply rooted in the availability of physical infrastructure, cultural readiness, and environmental assets. The results deviate from earlier studies that often emphasized economic and managerial factors as the primary drivers. Instead, this research highlights that in Gilan—a region rich in natural and cultural attractions—the absence of robust infrastructure (e.g., roads, ICT, utilities) and weak cultural acceptance can severely hinder

Ethical considerations

Following the principles of research ethics

The authors have observed the principles of ethics in conducting and publishing this scientific research, and this is confirmed by all of them.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

First author: Preparation of samples, conducting experiments and collecting data, performing calculations, statistical analysis of data, analysis and interpretation of information and results, preparing a draft of the article.

Second author: Preparation of samples, conducting experiments and collecting

cooperative performance. Therefore, policymakers and local authorities should focus on upgrading rural infrastructure, promoting local traditions, ensuring tourist safety, and fostering entrepreneurial skills among cooperative members. Practically, it is recommended that the government provide incentives for infrastructure investment, organize cultural events to strengthen local identity, and establish training programs to enhance individual competencies. Additionally, cooperatives should adopt participatory management approaches and leverage social media to showcase regional potentials. By addressing these prioritized factors, tourism cooperatives in Gilan can become powerful engines for sustainable rural development, job creation, and economic diversification. Future research should explore comparative studies across provinces to validate these findings and examine the dynamic interplay of these factors over time.

data, performing calculations, statistical analysis of data, analysis and interpretation of information and results, preparing a draft of the article.

Ethical Considerations

The authors affirm that they have adhered to ethical research practices, avoiding plagiarism, misconduct, data fabrication or falsification, and have provided their consent for this article's publication.

Funding

This research was conducted without any financial support from Payam Noor University.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest



انجمن ژئوپلیتیک ایران

فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه‌ای

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳

Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری (مورد مطالعه: تعاونی های گردشگری استان گیلان)

تهمینه دانیالی^۱، علی مطیع جهانی^۲

۱. نویسنده مسئول. رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهر ری. رایانامه: tahmine.daniali@gmail.com

۲. رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهر ری. رایانامه: alimotijahani@yahoo.com

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی های گردشگری روستایی استان گیلان بوده است. این تحقیق از نظر هدف در زمره پژوهش های کاربردی و از نظر ماهیت، پژوهشی آمیخته (کیفی- کمی) است که به شیوه توصیفی-پیمایشی و در مقطع زمانی مشخص انجام شد. در بخش کیفی، با بهره گیری از رویکرد نمونه گیری گلوله برفی (ارجاع زنجیره ای)، خبرگان حوزه کارآفرینی و مدیران گردشگری روستایی تا رسیدن به اشباع نظری مشارکت کردند. در بخش کمی، جامعه آماری متشکل از مدیران تعاونی های گردشگری استان گیلان بود که در سه سال اخیر فعالیت مستمر داشته اند. گردآوری داده ها با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و ابزارهای میدانی شامل پرسشنامه نیمه ساختاریافته (برای مصاحبه با خبرگان) و پرسشنامه بسته (برای سنجش کمی) انجام شد. روایی ابزارها به روش اعتباریابی نیومن (در بخش کیفی) و روایی صوری و سازه (در بخش کمی) تأیید گردید. همچنین، پایایی پژوهش از طریق روش بازآزمون و ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش و تأیید قرار گرفت. داده های حاصل از بخش کیفی با روش تحلیل تم و داده های کمی با استفاده از آزمون تی تک نمونه و آنالیز واریانس در نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. یافته های نهایی نشان می دهد که توسعه کارآفرینی در تعاونی های گردشگری روستایی استان گیلان متأثر از یازده عامل کلیدی شامل زیرساختی، فرهنگی، زیست محیطی، امنیتی، فردی، مدیریتی، اقتصادی، نهادی و سازمانی، سیاسی و قانونی، صنعتی و اجتماعی است. نتایج این پژوهش می تواند نقشه راهی برای سیاست گذاران جهت تقویت کارآفرینی در این بخش باشد.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۸/۱۰</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۲/۲</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۱۱</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۱۱</p> <p>کلیدواژه ها: کارآفرینی تعاونی گردشگری روستایی استان گیلان</p>

استناد: دانیالی، تهمینه و مطیع جهانی، علی. (۱۴۰۵). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری (مورد مطالعه: تعاونی های گردشگری استان گیلان). *جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای*، ۱۶(۲)، ۵۸۸-۶۰۸.

DOI:10.22034/jgeoq.2026.588718.4486.



© نویسندگان.

ناشر: موسسه آموزش عالی قشم

مقدمه

کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روستایی گردد. چرا که از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه گردشگری فراهم آورده و با تلاش و کوشش فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی ایجاد می‌کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳). تنوع بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص‌های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها به ویژه شهرهای بزرگ، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها، حفظ محیط‌زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبه‌رو است. هر یک از کشورها در هر سطحی از توسعه در تلاشند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند (اسدالهی، ۱۳۹۸).

در این میان، کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک‌پایه‌ای برهانند در جستجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌ها و روش‌های جدیدند. یکی از این روش‌ها، گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهای که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه ملی خود را سرعت بخشند (هاویت و ماسون، ۲۰۱۸). تاجایی که برخی از گردشگری، به عنوان یک کاتالیزور اقتصاد ملی و منطقه‌ای، توسعه، احیای جوامع و ارائه کمک هزینه به مرد محلی یاد می‌کنند. در این گذار با توجه به تأکیدات صورت گرفته در سند برنامه چهارم و پنجم، سند چشم‌انداز و اصل ۴۴ بخش تعاونی جایگاه ویژه‌ای یافته است که در خود قابلیت ایجاد مشاغل جدید را داراست، ولی مسأله این است که صرف تأکید بر تعاونی، شغل ایجاد نمی‌شود و بایستی سیاست‌ها و راهکارهایی به‌منظور تشویق افراد برای سرمایه‌گذاری و مشارکت در نظر گرفته شود تا توسعه و اشتغال‌زایی تعاونی‌ها در چارچوب برنامه‌های توسعه ملی قرار گیرد (اسدالهی، ۱۳۹۸).

پس مسأله اصلی نبود چشم‌انداز روشنی از برنامه اقدامات در زمینه اشتغال‌زایی در تعاونی‌هاست، آیا با توسعه تعاونی‌ها و گسترش آنها اشتغال ایجاد می‌شود؟ جواب این سوال روشن است و مطالب زیادی در این زمینه نگاشته شده است و همه این موارد تأکید بر این دارد که هر اقدامی کارآفرینانه نیست. یافته‌ها نشان می‌دهد تمامی شرکت‌ها به تعاونی کارآفرین نیاز ندارند. بعضی از شرکت‌ها کسب‌وکار خود را به نحو احسن و مؤثر و برنامه‌ریزی شده به پیش می‌برند، اما بعضی دیگر به یک شوک و القای خلاقیت نیاز دارند (لی، ۲۰۲۲). خصوصاً اگر در محیط‌های ناآرام و محیط‌هایی که دچار تغییرات سریع و آبی شده‌اند کار کنند، زیرا چنین محیط‌هایی غیرقابل پیش‌بینی هستند و برنامه‌ریزی برای آنها مبهم است. خودباوری، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و ... از ویژگی‌های کارآفرینی در بخش تعاونی است، ولی گروهی از کارشناسان حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت را عامل مهمی در موفقیت کارآفرینان در بخش تعاونی کشورهای در حال توسعه می‌دانند (جمعه‌پور، ۲۰۱۷). در حال حاضر برابر آمارهای منتشره ۱۹۸ هزار تعاونی ثبت شده در کشور وجود دارد که ۴۳ درصد آنها غیر فعال و راکد هستند.

این امر نشان می‌دهد که مزیت‌های اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌ها و تعریف صحیح از فعالیت و کارکرد تعاونی باید فرهنگ‌سازی شود؛ همچنین ۴۵ میلیون نفر در کشور عضو شبکه تعاونی‌ها هستند که ایران را جزو کشورهای پیشرو در این زمینه قرار داده است (مرکز آمار، ۱۳۹۵). تعاونی‌های گردشگری و هتلداری از انواع تعاونی‌ها در رشته خدمات هستند که تاکنون نتوانسته‌اند با وجود تحرک و پویایی بالا به واسطه مردمی بودن، نقش مهمی را در عرصه گردشگری ایران ایفا کنند. مطابق اطلاعات اخذ شده از سامانه ثبتی وزارت تعاون تاکنون تعداد ۱۲۰۰ شرکت تعاونی در رشته خدمات گردشگری و هتلداری در کشور با اشتغال‌زایی بیش از ۱۵ هزار و ۵۰۰ نفر فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده‌اند. براساس این گزارش واحد آمار و برنامه‌ریزی اتاق تعاون ایران، استان‌های مازندران و گیلان با ۱۹۴ و ۱۱۱ شرکت تعاونی با گرایش گردشگری و هتلداری بیشترین تعداد ثبت تعاونی‌های

¹ Howitt & Mason

² Li

³ Jomehpour

گردشگری و هتلداری را در بین استان‌ها داراست. یکی از مهمترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است (اسدالهی، ۱۳۹۸).

مدیریت دربرگیرنده یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. به عبارت دیگر هم‌اکنون گردشگری بزرگ‌ترین صنعت در جهان محسوب می‌شود و پتانسیلی باورنکردنی برای رشد اقتصادی دارد (کیم و جمال، ۱، ۲۰۱۵). این صنعت می‌تواند اثرات منفی اجتماعی و محیطی مهمی داشته باشد. هنر فراگرد مدیریت توازن بین هزینه‌ها و مزایای جوامع است. مدیریت گردشگری باید در چهارچوب راهبردهای مطلوبی شکل گیرد و بر مبنای آن خطمشی و سیاست‌های مناسبی برای توسعه گردشگری در نظر گرفته شود که مانع برخورد منافع گردشگری و دیگر کارکردها گردند. در روندی از چشم‌انداز گردشگری، مدیریت گردشگری می‌تواند با افزایش تعداد گردشگران جذب سرمایه را افزایش دهد و بر قابلیت توسعه گردشگری و بهبود بازسازی محیط بیفزاید. استمرار گردشگری، پایدار بازار گردشگری را سبب می‌شود و افزایش سطح اشتغال و درآمد را فراهم می‌آورد (سقای و همکاران، ۱۳۹۴).

راهبردهای توسعه تعاونی‌های گردشگری را می‌توان در بازاریابی داخلی و خارجی، تعاونی‌های بازاریابی یک جاذبه خاص، تعاونی‌های اماکن تفریحی عمومی، تعاونی‌های بازاریابی توسط آژانس‌ها، هتل‌ها، مراکز تفریحی و نهادهای محلی جهت حضور در بازارهای خارجی، تشکیل تعاونی‌های ارائه خدمات اقامتی و تورگردانی، تقویت ائتلاف بین بخش‌های حمل‌ونقل و گردشگری، ایجاد تعاونی‌های گردشگری به منظور حفظ محیط‌زیست و توسعه منابع اکوتوریسم، ایجاد تعاونی‌های گردشگری روستایی در حوزه‌های صنایع دستی، ایجاد تعاونی‌های گردشگری کشاورزی، تشکیل تعاونی‌های گردشگری ورزشی، تشکیل تعاونی برای ایجاد مناطق نمونه گردشگری، تشکیل تعاونی‌های مقصد توسط شوراهای شهر و روستا جهت تقویت تلاش‌های بازاریابی برای مقصد و تشکیل تعاونی برای اداره موزه‌ها و سایت موزه‌ها دانست (اسدالهی، ۱۳۹۸).

براین اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر نقش عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های گردشگری و رتبه‌بندی آن‌ها با توجه به بسترهای فعلی فعالیت تعاونی‌ها و نقاط قوت و ضعف، همچنین چالش‌های موجود بصورت راهکارهای سیاستی، هدایتی، نظارتی و حمایتی خواهد بود. از آنجا که جامعه آماری این تحقیق استان گیلان می‌باشد نتایج این تحقیق برای استان گیلان که دارای جاذبه‌های گردشگری متعدد و ظرفیت‌های گردشگری بالقوه می‌باشد بسیار مفید واقع می‌گردد و در واقع با گسترش تعاونی‌های گردشگری در این استان امید است که ابزاری توانمند برای افزایش درآمد این استان ایجاد گردد و نقش عمده‌ای را در توانمندسازی مردم محلی استان گیلان و توسعه منابع انسانی و تنوع‌بخشی و رشد اقتصادی و همچنین خل فرصت‌های شغلی در آن استان را ایفا نماید. بنابراین سوال اصلی این پژوهش این است که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری در تعاونی‌های گردشگری استان گیلان کدامند؟

چارچوب نظری پژوهش

تعاونی‌های گردشگری: در تعریف شرکت تعاونی ابتدا باید وظیفه و کارکرد یک شرکت تعاونی را مشخص و بیان نمود. به این طریق می‌توان آن را از بسیاری از نهادها و سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی مجزا کرد. یک شرکت تعاونی عبارت است از انجام فعالیت‌هایی به منظور رسیدن به اهداف مشترک اعضای شرکت، به صورت دسته‌جمعی. ولی چنانچه تنها این خصوصیت را ضابطه تعریف شرکت تعاونی بدانیم، کافی نیست و از سازمان‌های مشابه که وظیفه و نحوه عمل نسبتاً یکسانی دارند متمایز نمی‌گردد (کیانو و همکاران، ۲، ۲۰۲۲). برای رفع این نقص باید از گروه دوم اصول که متمایزکننده شرکت تعاونی از انواع همکاری‌های سنتی و سایر اشکال همکاری‌های گروهی است، بهره گرفت. این اصول متحد و متنوع بوده و به صورت‌های مختلف بیان شده‌اند که لزوماً نمی‌توان به کلیه اصول تعاون که در این تعریف شرکت تعاونی را از سازمان‌های مشابه دیگر متمایز می‌سازد، اشاره کرد

¹ Kim & Jamal

² Qiao et al.

(والری و باگیو، ۲۰۲۲). شرکت‌های تعاونی، سازمانی است اقتصادی، اجتماعی که از تجمیع آزادانه و داوطلبانه افراد به منظور مشارکت هرچه بیشتر در فعالیت‌های خاصی برای رسیدن به هدف مشترک اعضا به وجود آمده است (اسدالهی، ۱۳۹۸). چنین سازمانی به صورت دموکراتیک اداره می‌شود. امر آموزش به اعضا مورد توجه قرار گرفته و سرمایه لازم توسط اعضا با توجه به امکانات مالی آن‌ها تأمین می‌گردد و به سرمایه فوق سود محدود تعلق می‌گیرد. مابقی سود به نصف منصفانه بین اعضا تقسیم می‌شود. تعاونی‌های گردشگری یکی از انواع تعاونی‌ها هستند که برای شناساندن مکان‌های گردشگری به افراد راه‌اندازه می‌شوند. از وظایف این تعاونی‌ها معرفی مکان‌های گردشگری به خصوص مکان‌هایی است که افراد از وجود آن‌ها اطلاع ندارند. (ویلیک و همکاران، ۲۰۱۹).

کارآفرینی گردشگری: کارآفرینی توسط بسیاری از محققان و از دیدگاه‌های مختلف تفسیر شده است. اهداف (یعنی سودآوری) و اقدامات (ابتکار عمل) دو عنصر اساسی کارآفرینی هستند (کیم و همکاران، ۲۰۲۰). صاحب‌نظران متعددی در تحقیقات خود به تعریف کارآفرینی پرداخته و آن را به تناسب زمینه پژوهش خویش به کار بسته‌اند، در این خصوص، برخی از تعاریف کارآفرینی به‌طور عام بدین شرح می‌باشد، واژه کارآفرینی به معنای «متعهد شدن» است، طبق تعریف واژه‌نامه دانشگاهی کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کند (رئسی، ۱۳۹۶). به‌طور کلی در مورد کارآفرینی سه دیدگاه وجود دارد: اول، دیدگاه مبتنی بر نوآوری در مورد کارآفرینی اشاره به کار شومپیتر (۱۹۳۴) دارد. وی کارآفرینان را عمدتاً مبتکرانی می‌داند که منابع را به روش‌های جدید برای ایجاد نوآوری و معرفی به بازار ترکیب می‌کنند و از این طریق خود را از سایر شرکت‌ها متمایز می‌کنند. دوم، دیدگاه شکل‌گیری کسب‌وکار، کارآفرینی را ایجاد سازمان‌های تجاری جدید می‌داند. در این دیدگاه، کارآفرینی به‌عنوان فرآیندی از تصمیم کارآفرینی به‌عنوان توسعه و ایجاد سازمان‌های جدید در نظر گرفته می‌شود.

سوم دیدگاه مبتنی بر فرصت که کارآفرینی را به عنوان کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های شغلی تعریف می‌کند. کارآفرینی یک عامل کلیدی در گردشگری است و یک فاکتور اصلی برای موفقیت مستمر و توسعه صنعت گردشگری به حساب می‌آید اما اینکه چه عواملی می‌تواند سبب توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی‌های گردشگری شود امری است که در پژوهش‌های پیشین بطور پراکنده مورد بررسی قرار گرفته است (جاجرمی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). در جدول (۱) به بررسی پژوهش‌های موجود در این زمینه پرداخته شده است و عوامل اثرگذار در این پژوهش‌ها بیان گردیده.

جدول ۱. بررسی پژوهش‌های پیشین و عوامل اثرگذار در توسعه کارآفرینی تعاونی‌های گردشگری

محقق و سال	عنوان پژوهش	عوامل شناسایی شده
پیشینه‌های داخلی		
سعیدی کیا (۱۳۸۵)	اصول و مبانی کارآفرینی	داشتن شرایط اقتصادی و بازار (شامل منابع مالی، نیروی کار، تسهیلات فیزیکی، زیرساخت اقتصادی، خدمات تخصصی و محیط اقتصادی)، داشتن ساختار پویای صنعت (شامل اندازه، رشد و ساختار بازار، صنعت و استراتژی تعاونی‌ها)، ایجاد چارچوب قانون و مقررات (شامل سیستم مالیاتی، سیستم حقوقی و سیاست حمایتی دولت)، داشتن سرمایه اجتماعی (شامل فرهنگ مشوق کارآفرینی، نهادهای پشتیبان، سیستم آموزشی)، جنبه‌های شخصیتی (شامل تجربه کاری، تحصیلات، تمایل به مخاطره و کار سخت و غیره)
ثبوتی (۱۳۸۵)	بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری	تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امکانات زیربنایی و ساختاری، آموزش مسئولان و کارگزاران، امنیت

¹ Valeri & Baggio

² Wilke et al.

³ Schumpeter

بخش‌های زیربنایی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، وجود نیروی کار	چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی	توکلی و هدایتی (۱۳۸۷)
داشتن جاذبه‌های طبیعی مناسب، وجود جاده‌ها و مسیرهای قابل دسترس، وسایل حمل و نقل مناسب	تحلیلی بر گردشگری روستایی پیرامون کلانشهرها	مافی و سقایی (۱۳۸۶)
عوامل ساختاری، عوامل اجتماعی فرهنگی، مراکز آموزشی، سیستم ارتباطی، تسهیلات رفاهی و خدماتی، تبلیغات، پذیرش فرهنگ، وجود برنامه جامع و یکپارچه، عوامل زیربنایی	تحلیل موانع مؤثر در توسعه گردشگری روستایی سرابه	حیدری ساریان (۱۳۹۰)
مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، مدیریتی و بوم شناختی	امکان‌سنجی پیاده‌سازی، توسعه و تقویت طبیعت‌گردی روستایی	آگلی مرزبجرائی و همکاران (۱۳۹۰)
سرمایه فرهنگی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سازمان‌های حمایت‌کننده مالی، آموزشی، محیط اقتصادی، محیط اجتماعی و فرهنگی، محیط اداری و قانونی، محیط جغرافیایی	ارائه مدل مفهومی موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی	کیاکجوری و همکاران (۱۳۹۱)
برنامه‌ریزی دولتی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل بهداشتی، محیط‌زیست، امنیت و آرامش، سودمندی تبلیغات	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال بختیاری	کریمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱)
عوامل اجتماعی- فرهنگی، زیرساخت‌ها، فرهنگ، امکانات تاریخی، عوامل مدیریتی، حمایت دولتی، عوامل طبیعی (محیطی)، عوامل اقتصادی، امکانات رفاهی، بازاریابی، سیاست‌های کلان دولت، عناصر اقلیمی	عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری روستایی	مشهدی و همکاران (۱۳۹۲)
عوامل اجتماعی، کاهش اضطراب‌های اجتماعی، عوامل زیست-محیطی، کاهش مخاطرات محیطی، استفاده مناسب از منابع محیط، افزایش تولیدات بخش کشاورزی، افزایش کیفیت خدمات برای بازاریابی، گسترش شبکه‌های اجتماعی، بهره‌گیری از استعدادهای نیروهای انسانی، همبستگی با طبیعت و استفاده مفید از فضاهای آن، بهره‌گیری از تولیدات کشاورزی و صنایع دستی، بهره‌برداری از منابع ملی، افزایش همکاری بین سازمان و نهادهای مشارکت مردمی، اشتغال، مسائل زیست محیطی، عوامل اقتصادی، نهادی، انگیزه نیروی انسانی، قبول مسئولیت متقابل	بررسی عوامل مؤثر برای رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار	بوزجمهری رومیانی و اسماعیلی (۱۳۹۳)
ابعاد اقتصادی (سرمایه‌های مالی کافی، بارانه‌های دولتی، معافیت‌های مالیاتی)، ابعاد اجتماعی (آشنایی با قوانین، نیروی انسانی، کیفیت حمل و نقل، فاصله از شهرها، وجود میراث طبیعی و فرهنگی، خطرپذیری)، ابعاد نهادی (کیفیت جاده‌ها)، ابعاد محیطی (اقلیم مناسب گردشگری)	تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی	رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳)
گروه‌های پشتیبان، فرصت‌های منطقه‌ای، بسترهای مناسب	پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری	رستمی‌قبادی و احسان‌فر (۱۳۹۷)
ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، نیت کارآفرینانه	پتانسیل گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار نواحی روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان همدان)	رحمانی و همکاران (۱۳۹۷)
شاخص‌های زیرساختی و نهادی، شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌های فردی و شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی	بررسی شاخص‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار در	اسدالهی (۱۳۹۸)

	تعاونی‌های گردشگری استان کرمانشاه	
عوامل صنعتی، سیاسی، قانونی، اقتصادی، نهادی، سازمانی، مدیریتی، اجتماعی، امنیتی، زیست‌محیطی و فرهنگی	ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان فارس با استفاده از روش فراترکیب	جاجرمی‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)
پیشینه‌های خارجی		
عوامل اقتصادی، عوامل غیراقتصادی، تحریکات اجتماعی، مخاطره-پذیری، مزیت‌های بازار، فراهم بودن سرمایه، امنیت	کارآفرینی	ویلکن (۱۹۹۲)
رویه‌ها و سیاست‌های دولت، شرایط اجتماعی اقتصادی، حمایت‌های مالی	فناوری، کارآفرینی و توسعه ملی؛ شواهدی از سنگاپور	تانگ و یو (۱۹۹۵)
نوآوری فنی، عوامل اجتماعی، تحولات کلان اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل اداری	نوید کارآفرینی به عنوان یک زمینه تحقیقاتی.	شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰)
وجود سازمان‌های دولتی و نیمه دولتی حامی کارآفرینی	نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری: پتانسیلی برای توسعه تجارت محلی	تسنر و هرلاو (۲۰۰۳)
ذهن خلاق و آگاهی و بینش کارآفرین در جنبه‌های کاربردی، عوامل اقتصادی	هوش موفق به عنوان مبنایی برای کارآفرینی	استنبرگ (۲۰۰۴)
تسهیلات رفاهی و خدماتی، وجود ادارات عمومی، آگاهی مردم، تبلیغات و اطلاع‌رسانی	توسعه گردشگری روستایی	اپرمن (۲۰۰۶)
قوانین و مقررات، پایداری محیطی، ایمنی و امنیت، سلامتی و بهداشت، زیرساخت‌های حمل و نقل، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت فناوری اطلاعات، منابع انسانی، منابع فرهنگی	مطالعه‌ای درباره کارآفرینی زنان در مالزی	جنیفر بلانک و همکاران (۲۰۰۹)
جنبه‌های شخصیتی کارآفرین (اعتماد به نفس و استقلال)، میزان آموزش کارآفرینان، میزان آموزش مسئولان	ویژگی‌های کارآفرینی مدیران هتل‌های کوچک و متوسط.	جعفر و همکاران (۲۰۱۰)
گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی، بهبود بهداشت، بهبود خطوط ارتباطی	نقش گردشگری بر توسعه روستایی	کاپور (۲۰۱۰)
دانش، تغییر در ساختارها، تحولات جمعیتی، تغییر در سلیقه‌ها	نوآوری و کارآفرینی	دراکر (۲۰۱۴)
زیرساخت‌های فیزیکی، فضای اجتماعی، میزان اعتماد به نفس، دسترسی به آموزش، مهارت و دانش، نوآوری، بازاریابی	سنجش وضعیت توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی بخش الریجان شهرستان آمل	حسام و همکاران (۲۰۱۴)
وجود نوآوری، تعهد و ریسک‌پذیری در کارآفرین	بررسی نقش ویژگی‌های کارآفرینان در توسعه توریسم روستایی (مطالعه موردی در فنلاند)	کومپولا (۲۰۱۴)
عوامل فردی و شخصیتی کارآفرین	شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری	بردولد و اسکالن (۲۰۱۶)
عوامل اجتماعی و زیست‌محیطی	نقش کارآفرینان اجتماعی در توسعه روستایی	موتیارا و همکاران (۲۰۱۸)
عوامل زیست‌محیطی، فرهنگی (حضور زنان در فرآیند کارآفرینی)	نقش تعاونی‌ها در توسعه گردشگری روستایی: نمونه کویوجاک	آکتورک و سن دمیر (۲۰۲۱)

لی (۲۰۲۲)	تحلیل SWOT توسعه تجارت الکترونیک تعاونی های حرفه ای کشاورزان گردشگری روستایی در عصر داده های بزرگ.	توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک
-----------	--	--

تحلیل پژوهش های انجام شده بیانگر آن است که مجموع پژوهش های موجود برحسب هدف پژوهش خود چند دسته عوامل را در توسعه کارآفرینی گردشگری موثر می دانند که این عوامل می تواند توسط تعاونی ها مورد توجه و تأکید قرار گیرد. این عوامل عبارتند از: عوامل فردی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل زیست محیطی (طبیعی)، عوامل نهادی (زیرساخت ها)، عوامل بازاریابی (تبلیغات)، عوامل مدیریتی و غیره. اما اینکه کدام یک از این عوامل توسط خبرگان نیز مورد تأیید قرار می گیرد و هر عامل شامل چه مؤلفه هایی است امری است که در ادامه به آن پرداخته شده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است، از نظر ماهیت آمیخته، روش گردآوری داده ها توصیفی پیمایشی و از نظر افق زمانی مقطعی است. جامعه آماری در بخش کیفی، خبرگان کارآفرین و مدیران در زمینه گردشگری روستایی می باشد که با استفاده از رویکرد نمونه گیری گلوله برفی (ارجاع زنجیره ای) تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب گردیدند. همچنین نمونه گیری تا رسیدن به کفایت نظری داده ها ادامه داده شد که در نهایت تعداد ۱۷ نفر انتخاب شدند. این افراد با مدرک های تحصیلی لیسانس به بالا و با تجربه مدیریتی یا کارشناسی بالای ۱۵ سال در فعالیتهای بخش گردشگری می باشند. در بخش کمی پژوهش به منظور اولویت بندی عوامل از مدیران تعاونی های گردشگری استان گیلان که تعاونی آن ها در ۳ سال اخیر فعال بوده است، استفاده شد. در این بخش به روش در دسترس تعداد ۹۰ مدیر مشارکت داشتند. جمع آوری داده به دو روش کتابخانه ای و میدانی انجام شد. ابزار جمع آوری داده در بخش کیفی، مطالعات کتابخانه ای و پرسشنامه نیمه ساختاریافته با سؤالات باز به منظور مصاحبه با خبرگان بود. همچنین در بخش کمی نیز برای جمع آوری داده از پرسشنامه با سؤالات بسته بر مبنای طیف لیکرت پنج گزینه ای استفاده شد. روایی ابزار سنجش داده ها در بخش کیفی، به شیوه اعتباریابی نیومن و روایی داده های بخش کمی به شیوه روایی صوری و سازه بررسی شد و مورد تأیید قرار گرفت. برای محاسبه پایایی بخش کیفی از روش پایایی باز آزمون و جهت سنجش پایایی در بخش کمی از ضریب آلفا کرونباخ استفاده و تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی از روش تحلیل تم و در بخش کمی از آزمون تی تک نمونه با کمک نرم افزار Spss بهره گرفته شد.

یافته ها

یافته های پژوهش در دو بخش یافته های توصیفی و استنباطی به شرح زیر است:
 یافته های توصیفی: وضعیت جمعیت شناختی مدیران (پاسخ دهندگان بخش کمی) بر اساس شاخص های سنجیده شده مطابق جدول (۲) می باشد. یافته ها بیانگر آن است که اغلب مدیران مرد هستند و در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار دارد. تحصیلات اغلب آن ها نیز فوق لیسانس می باشد.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت شناختی مدیران در بخش کمی

شاخص	آیتم ها	فراوانی	درصد فراوانی
سن	زیر ۳۰ سال	۱۶	۱۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۱	۴۵
	۴۱ تا ۵۰ سال	۲۴	۲۷
	بالای ۵۱ سال	۹	۱۰
	جمع	۹۰	۱۰۰
	زن	۱۴	۱۶

۸۴	۷۶	مرد	جنسیت
۱۰۰	۹۰	کل	
۹	۸	فوق دیپلم و پایین‌تر	تحصیلات
۳۵	۳۱	لیسانس	
۵۳	۴۸	فوق لیسانس	
۳	۳	دکتری	
۱۰۰	۹۰	جمع	

یافته‌های استنباطی: برای شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی‌های گردشگری از روش تحلیل تم استفاده شد. به منظور کدگذاری اولیه، عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی‌های گردشگری مشخص شد و مقوله‌های اصلی و فرعی بیان گشت که مطابق جدول (۳) می‌باشد.

جدول ۳. مقوله‌های اصلی و فرعی شناسایی شده

عامل اصلی	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد مشارکت کنندگان	فراوانی	
عوامل اقتصادی	شرایط اقتصادی و بازار	توزیع کارآمد	۱۳، ۱۱، ۹، ۷، ۴، ۳، ۱	۷	
		تجارت	۱۳، ۱۱، ۱۰، ۴، ۳، ۲	۶	
		بازار مصرف	۱۶، ۱۴، ۱۰، ۸، ۵، ۳، ۲، ۱	۸	
		سطح عمومی قیمت‌ها	۱۷، ۱۴، ۱۳، ۷، ۶، ۵، ۲	۷	
	ساختار بازار	ساختار رقابتی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۹، ۷، ۶، ۴	۱۰	
	سرمایه مالی	سرمایه‌های دولتی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۶، ۵، ۳	۸	
		سرمایه‌های شخصی	۱۱، ۹، ۸، ۷، ۳	۵	
	فرصت‌های شغلی	اشتغال‌زایی	۱۷، ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹	۷	
		درآمدزایی	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۱، ۹، ۷، ۵، ۲	۸	
	عوامل مرتبط با صنعت	نوآوری فنی	بکارگیری فناوری‌های جدید	۱۴، ۱۱، ۱۰، ۷، ۵، ۳	۶
عوامل خدمات		نیروی انسانی توانمند	۱۷، ۱۵، ۱۳، ۷، ۶، ۲	۶	
عوامل سیاسی و قانونی	ساختار صنعت	وجود صنایع دستی	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۰، ۹، ۷، ۳، ۲	۸	
		سیاست‌های مادی	یارانه‌های دولتی	۱۷، ۱۶، ۱۴، ۱۲، ۸، ۲	۶
		حمایت‌گر دولت	معافیت‌های مالیاتی	۱۷، ۱۵، ۱۳، ۸، ۶، ۷، ۵، ۴، ۲	۹
	عوامل سیاسی و قانونی	حمایت‌گر دولت	اهداء وام‌های دولتی کم بهره	۱۶، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۳، ۱	۹
			حمایت زیرساختی	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۹، ۶، ۴، ۲	۱۰
			حمایت از سرمایه‌گذاری (در این بخش)	۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۶، ۳، ۱	۷
		سیاست‌های غیر مادی حمایت‌گر دولت	کمک به برنامه‌های ارتقاء کیفیت خدمات	۱۲، ۱۰، ۷، ۴، ۲، ۱	۶
عوامل اجتماعی	سرمایه اجتماعی	حمایت از تحقیق، توسعه و نوآوری	۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۱	۸	
		حمایت بازاریابی	۱۳، ۱۱، ۱۰، ۸، ۵، ۴، ۲	۷	
		اعتماد عمومی	۱۳، ۱۱، ۸، ۶، ۴، ۳	۶	
	سرمایه انسانی	هنجارهای اجتماعی	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۸، ۳، ۲	۶	
		شبکه‌های اجتماعی	۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۹	۵	
	استعداد	۱۶، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۸، ۷، ۳	۸		
	بهره‌وری	۱۷، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۸، ۷، ۴، ۱، ۲	۹		

۷	۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۶، ۳، ۲	انگیزه	ویژگی های شخصیتی	عوامل فردی
۶	۱۱، ۱۴، ۸، ۷، ۳، ۱	تمایل به مخاطره و کار سخت		
۷	۱۵، ۱۳، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۱	انعطاف پذیری		
۵	۱۳، ۹، ۱۰، ۷، ۴	اعتماد به نفس		
۸	۱۳، ۱۲، ۱۱، ۹، ۷، ۶، ۵، ۳	استقلال		
۷	۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۸، ۷، ۳	ذهن خلاق		
۶	۱۲، ۹، ۷، ۵، ۲، ۱	تحصیلات	دانش و آگاهی	
۸	۱۵، ۱۴، ۱۱، ۱۲، ۹، ۷، ۶، ۳	آگاهی و بینش		
۸	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۱، ۱۰، ۹، ۶، ۵	تحلیل ذهنی مسائل	مهارت و توانایی	
۷	۱۷، ۱۶، ۱۳، ۸، ۷، ۴، ۳	سن و جنسیت		
۶	۱۳، ۱۱، ۸، ۵، ۳، ۴	تجربه کاری		
۹	۱۷، ۱۳، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۴، ۳، ۱	شرایط اقلیمی	جاذبه های طبیعی	عوامل زیست محیطی
۱۰	۱۷، ۱۶، ۱۳، ۱۰، ۸، ۷، ۵، ۴، ۲	منابع طبیعی		
۸	۱۵، ۱۲، ۱۱، ۹، ۸، ۷، ۶، ۴	مکان های تاریخی	جاذبه های تاریخی	
۷	۱۶، ۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۲	موزه ها		
۸	۱۷، ۱۴، ۱۲، ۹، ۶، ۴، ۲، ۱	همیاری، دگریاری، خودیاری	مشارکت سازمان ها و نهادی	
۹	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۵، ۱	گردهمایی		
۱۰	۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۰، ۹، ۸، ۶، ۵، ۳، ۲	هماهنگ سازی و ائتلاف		
۷	۱۲، ۱۱، ۸، ۶، ۵، ۴، ۳	قبول مسئولیت متقابل	نهادهای پشتیبانی	
۵	۱۶، ۱۵، ۱۴، ۱۲، ۱۱	نهادهای ارائه خدمات و پشتیبانی در حوزه گردشگری		
۸	۱۵، ۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۶، ۵، ۴	کارگاه آموزشی	سیستم آموزشی	
۷	۱۳، ۱۲، ۹، ۸، ۶، ۳، ۱	وجود کارشناسان آموزش		
۶	۱۴، ۱۱، ۹، ۷، ۵، ۴	مراکز اداری مانند اصناف، پست، بانک و غیره	مراکز رشد	
۷	۱۱، ۹، ۷، ۴، ۳، ۲، ۱	عوامل کمی امنیت (سرمایه، امکانات)		
۶	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۶، ۴، ۳	عوامل کیفی امنیت (نیروی انسانی)	میزان امنیتی	
۸	۱۷، ۱۶، ۱۲، ۱۴، ۱۱، ۱۰، ۹، ۸	عوامل کمی در حوزه حوادث غیرمترقبه (سرمایه، امکانات)		
۷	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۸، ۶، ۵، ۲	عوامل کیفی حوادث غیرمترقبه (نیروی انسانی)		
۸	۱۱، ۱۰، ۹، ۷، ۴، ۲، ۳، ۱	کیفیت جاده ها	زیرساخت های ارتباطی	
۵	۱۵، ۱۳، ۸، ۳، ۲	وجود جاده ها و مسیرهای قابل دسترسی		
۹	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۳، ۲، ۱	جاده های و ریلی	کیفیت حمل و نقل	
۷	۱۶، ۱۱، ۱۴، ۸، ۷، ۳، ۱	برق، لوله کشی آب و گاز، فاضلاب و غیره		
۹	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۳، ۵، ۱	امکانات پزشکی	عوامل بهداشتی	عوامل زیرساختی
۸	۱۰، ۹، ۷، ۸، ۴، ۲، ۳، ۱	امکانات تفریحی		

۶	۱۱، ۱۰، ۸، ۶، ۵، ۳	وجود رستوران‌ها و هتل‌ها	تسهیلات رفاهی	فناوری اطلاعات و ارتباطات
۵	۹، ۷، ۴، ۲، ۱	امکانات ارتباطی مناسب		
۵	۱۱، ۹، ۷، ۱، ۴	وجود اینترنت، سیستم ماهواره‌ای و غیره		
۷	۱۱، ۱۰، ۸، ۶، ۴، ۵، ۳	آداب و رسوم	منابع گردشگری	عوامل فرهنگی
۵	۱۱، ۹، ۸، ۷، ۳	امکانات فرهنگی		
۶	۱۳، ۱۰، ۹، ۶، ۲، ۱	برگزاری تورهای تفریحی		
۷	۱۶، ۱۵، ۱۲، ۹، ۸، ۳، ۲	فرهنگ‌سازی	پذیرش فرهنگ	
۶	۹، ۸، ۷، ۳، ۴، ۱	فرهنگ پذیری (تعامل و تبادل فرهنگی)	گردشگر	
۷	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۸، ۷، ۱، ۲	وجود برنامه جامع		
۵	۱۰، ۸، ۷، ۶، ۵	اهداف مشخص		
۶	۱۱، ۹، ۵، ۴، ۳، ۱	اجرای اهداف		
۷	۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۰، ۷، ۴، ۲	کنترل	برنامه‌ریزی	عوامل مدیریتی
۵	۱۱، ۱۰، ۹، ۷، ۱	برنامه‌ریزی (از پایین به بالا، از بالا به پایین)		
۶	۱۵، ۱۳، ۱۰، ۸، ۶، ۲	وجود واحدهای مستقل		
۵	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۷، ۴	میزان هماهنگی و انسجام دستگاه‌های اداری	سازمان‌دهی و هماهنگی	
۶	۱۷، ۱۶، ۱۴، ۱۱، ۷، ۱	هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم‌گیری		
۵	۱۶، ۱۲، ۸، ۶، ۳	تمرکز بخش‌های اداری مرتبط با گردشگری		
۸	۱۶، ۱۵، ۱۳، ۱۰، ۸، ۶، ۳، ۱	وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری		عوامل مدیریتی
۵	۱۴، ۱۱، ۸، ۶، ۳	ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم	رهبری و هدایت	
۷	۱۴، ۱۲، ۹، ۷، ۵، ۲، ۱	ایجاد انگیزه در مردم		
۵	۱۱، ۸، ۵، ۳، ۲	رفع تضادها و تنش‌ها		
۶	۱۷، ۱۶، ۱۵، ۱۰، ۵، ۱	هدایت مردم برای رسیدن به هدف		
۸	۱۲، ۸، ۱۰، ۷، ۳، ۶، ۱	شناخت مستمر موانع و آسیب‌های توسعه گردشگری	کنترل (نظارت)	
۹	۱۶، ۱۳، ۱۵، ۱۲، ۱۰، ۸، ۵، ۴، ۱	وجود معیارهای ارزیابی و کنترل		

به منظور بررسی پایایی عوامل شناسایی شده از ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. این ضریب به‌نوعی میزان توافق نظر پژوهشگر و یک فرد خبره را در طبقه‌بندی مورد سنجش قرار می‌دهد. به این صورت که خبره دیگری که دارای علم و تخصص در حوزه مورد بررسی باشد انتخاب شده و بدون اطلاع از طبقه‌بندی پژوهشگر، دسته‌بندی جداگانه‌ای را انجام می‌دهد و سپس پژوهشگر دسته‌بندی انجام شده توسط خبره و خود را مقایسه می‌کند. میزان ضریب کاپای برابر ۹۲٪ محاسبه شد که نشان می‌دهد طبقه‌بندی انجام شده همخوانی قابل قبولی با نظر خبره داشته و با تأیید خبره، طبقه‌بندی دارای اعتبار است. با شناسایی عوامل

مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان، محقق درصد است تا به هدف دوم تحقیق یعنی اولویت بندی این عوامل دست یابد لذا در راستای پاسخ به این سؤال که اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان چگونه است؟ عوامل و مؤلفه های شناسایی شده رتبه بندی شده اند. برای رتبه بندی عوامل و مؤلفه های شناسایی شده ابتدا آزمون کولموگراف اسمیرنوف انجام شد و با مشخص شدن نرمال بودن داده ها از آزمون تی تک نمونه برای نشان دادن وضعیت موجود تک تک شاخص ها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی های گردشگری که بر پایه معیار مقایسه بالاتر از متوسط میانگین ۳/۵ استفاده شد (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج آزمون تی تک نمونه

شاخص	تی تک نمونه	معناداری	میانگین	حد پایین	حد بالا
توزیع کارآمد	-۷/۲۶۶	۰/۰۰۰	۲/۷۷۶	-۰/۹۲۱	-۰/۵۲۶
تجارت	-۶/۲۱۴	۰/۰۰۰	۲/۸۳۵	-۰/۸۷۷	-۰/۴۵۲
بازار مصرف	-۷/۲۴۶	۰/۰۰۰	۲/۷۴۱	-۰/۹۶۷	-۰/۵۵۵
سطح عمومی قیمت ها	-۳/۲۶۸	۰/۰۰۴	۳/۱۸۸	-۰/۵۰۱	-۰/۱۲۲
ساختار رقابتی	-۷/۷۸۱	۰/۰۰۰	۲/۷۵۳	-۰/۹۳۸	-۰/۵۵۶
سرمایه های دولتی	-۱۸/۶۴۱	۰/۰۰۰	۱/۸۸۲	-۱/۷۹۲	-۱/۴۴۳
سرمایه های شخصی	۰/۵۷۳	۰/۵۶۸	۳/۵۶۵	-۰/۱۶۰	۰/۲۸۹
اشتغال زایی	-۱۲/۴۴۸	۰/۰۰۰	۲/۶۹۳	-۰/۹۶۰	-۰/۶۷۶
درآمدزایی	-۱۶/۵۳۸	۰/۰۰۰	۲/۶۲۴	-۰/۹۹۶	-۰/۷۵۷
بکارگیری فناوری های جدید	-۸/۳۸۸	۰/۰۰۰	۲/۶۲۴	-۰/۹۹۶	-۰/۷۵۷
نیروی انسانی توانمند	-۸/۹۲۷	۰/۰۰۰	۲/۴۰۰	-۱/۳۴۵	-۰/۸۵۵
وجود صنایع دستی	-۵/۹۱۵	۰/۰۰۰	۲/۸۴۷	-۱/۸۷۲	-۰/۴۳۳
پارانه های دولتی	-۲۵/۴۹۰	۰/۰۰۰	۱/۶۷۱	-۱/۹۷۲	-۱/۶۸۷
معافیت های مالیاتی	-۱۹/۱۸	۰/۰۰۰	۲/۰۱۵	-۱/۶۴۳	-۱/۳۳۴
اهداء وام های دولتی کم بهره	-۱۲/۶۱۸	۰/۰۰۰	۲/۳۶۵	-۱/۳۰۱	-۰/۹۶۹
حمایت زیرساختی	-۳/۸۴	۰/۰۰۰	۳/۱۱۸	-۰/۵۸۰	-۰/۱۸۴
حمایت از سرمایه گذاری (در این بخش)	-۱۲/۰۸	۰/۰۰۰	۲/۴۶	-۱/۲۱۳	-۰/۸۷۰
کمک به برنامه های ارتقاء کیفیت خدمات	-۱۵/۱۰	۰/۰۰۰	۲/۳	-۱/۴۰۵	-۱/۰۷۸
حمایت از تحقیق، توسعه و نوآوری	-۱۱/۸۹۱	۰/۰۰۰	۲/۵۱	-۱/۲۰۹	-۰/۸۶۲
حمایت بازاریابی	-۱۷/۲۱۴	۰/۰۰۰	۲/۰۸	-۱/۵۸۱	-۱/۲۵۴
اعتماد عمومی	-۱/۶۶۷	۰/۰۹۹	۳/۳۳	-۰/۳۴۷	۰/۰۳۳
هنجارهای اجتماعی	۱/۰۰۹	۰/۳۱۶	۳/۵۸۹	-۰/۰۸۶	۰/۲۶۲
شبکه های اجتماعی	-۰/۱۸۵	۰/۸۵۴	۳/۴۸۳	-۰/۲۰۸	۰/۱۷۲
استعداد	-۸/۹۳۸	۰/۰۰۰	۲/۶	-۱/۱۰۰	-۰/۷۰۰
بهره وری	-۱۰/۹۹	۰/۰۰۰	۲/۴۸۲	-۱/۲۰۲	-۰/۸۳۴
انگیزه	۳/۰۴۱	۰/۰۰۳	۳/۷۸	۰/۱۰۰	۰/۴۷۷
تمایل به مخاطره و کار سخت	-۳/۸۴۱	۰/۰۰۰	۳/۰۸۲	-۰/۶۳۴	-۰/۲۰۱

^۱ بر مبنای طیف لیکرت پنج گزینه ای متوسط میانگین ۳ است و در این پژوهش به منظور سنجش دقیق تر از معیار بالاتر از متوسط میانگین (۳/۵) استفاده شده است.

۰/۱۴۰	-۰/۲۲۲	۳/۴۵۹	۰/۶۵۲	-۰/۴۵۳	انعطاف‌پذیری
۰/۰۸۹	-۰/۲۶۵	۳/۴۱۲	۰/۳۲۴	-۰/۹۹۱	اعتماد به نفس
-۰/۱۲۸	-۰/۴۷۲	۳/۳	۰/۰۰۱	-۳/۴۶۲	استقلال
-۰/۰۷۲	-۰/۴۵۸	۳/۳۳	۰/۰۰۹	-۲/۷۲۸	ذهن خلاق
-۰/۲۱۱	-۰/۵۵۱	۳/۱۲	۰/۰۰۰	-۴/۴۶۴	تحصیلات
-۰/۱۵۷	-۰/۴۶۶	۳/۱۹	۰/۰۰۰	-۴/۰۲	آگاهی و بینش
-۰/۲۹۴	-۰/۶۳۶	۳/۰۴	۰/۰۰۰	-۵/۳۹	تحلیل ذهنی مسائل
۰/۱۴۹	-۰/۴۷۶	۳/۱۸۸	۰/۰۰۰	-۴/۰۱۸	سن و جنسیت
-۰/۳۷۵	-۰/۷۴۲	۲/۹۵	۰/۰۰۰	-۶/۰۶	تجربه کاری
۰/۹۸۰	۰/۶۷۹	۴/۴۲	۰/۰۰۰	۱۰/۹۸	شرایط اقلیمی
۰/۸۶۵	۰/۵۵۹	۴/۲۱۴	۰/۰۰۰	۹/۲۷	منابع طبیعی
۰/۴۷۱	۰/۱۰۶	۳/۷۹	۰/۰۰۲	۳/۱۳۹	مکان‌های تاریخی
-۱/۶۹۷	-۲/۰۶۵	۱/۶۲	۰/۰۰۰	-۲۰/۳۰۸	موزه‌ها
-۰/۱۳۶	-۰/۵۳۵	۳/۱۶۶	۰/۰۰۱	-۳/۳۵	همیاری، دگریاری، خودیاری
-۰/۶۵۰	-۰/۹۶۲	۲/۷	۰/۰۰۰	-۱۰/۲۶	گردهمایی
-۰/۷۱۰	-۱/۰۴۳	۲/۶۲۴	۰/۰۰۰	-۱۰/۴۷۹	هماهنگ‌سازی و ائتلاف
-۰/۷۶۶	-۱/۰۵۸	۲/۵۸۸	۰/۰۰۰	-۱۲/۴۰۲	قبول مسئولیت متقابل
-۱/۱۳۱	-۱/۴۴۰	۲/۲۱۴	۰/۰۰۰	-۱۶/۵۳۷	نهادهای ارائه خدمات و پشتیبانی در حوزه گردشگری
-۰/۷۴۷	-۱/۱۷۱	۲/۵۴۲	۰/۰۰۰	-۸/۹۹۶	کارگاه آموزشی
-۱/۰۱۸	-۱/۴۴۱	۲/۲۷۴	۰/۰۰۰	-۱۱/۵۵۹	وجود کارشناسان آموزش
-۰/۳۹۲	-۰/۸۶۷	۲/۸۷۱	۰/۰۰۰	-۵/۲۷۷	مراکز اداری مانند اصناف، پست، بانک و غیره
۰/۵۱۶	۰/۱۰۸	۳/۸۱۴	۰/۰۰۳	۳/۰۴۲	عوامل کمی امنیت (سرمایه، امکانات)
-۰/۴۰۸	-۰/۸۰۶	۲/۸۹۳	۰/۰۰۰	-۶/۰۵۹	عوامل کیفی امنیت (نیروی انسانی)
-۰/۴۰۸	-۰/۸۰۶	۲/۸۹۳	۰/۰۰۰	-۶/۰۵۸	عوامل کمی در حوزه حوادث غیرمترقبه (سرمایه، امکانات)
-۰/۱۹۶	-۰/۵۶۹	۳/۱۲	۰/۰۰۰	-۷/۳۶	عوامل کیفی حوادث غیرمترقبه (نیروی انسانی)
-۰/۱۹۶	-۰/۵۶۹	۳/۱۱۸	۰/۰۰۰	-۴/۰۷۶	کیفیت جاده‌ها
۰/۱۳۵	-۰/۲۳۰	۳/۴۵۲	۰/۰۰۰	-۰/۵۱۸	وجود جاده‌ها و مسیرهای قابل دسترسی
-۲/۱۳۶	-۲/۳۴۰	۲/۳۰۷	۰/۰۰۰	-۴۳/۷۶	جاده‌ای و ریلی
۰/۱۵۱	-۰/۲۵۷	۳/۴۵	۰/۶۰۷	-۰/۵۱۷	برق، لوله‌کشی آب و گاز، فاضلاب و غیره
-۰/۷۶۵	-۱/۲۰۰	۲/۴۳۳	۰/۰۰۰	-۸/۹۹۲	امکانات پزشکی
-۱/۳۳۷	-۱/۶۶۳	۲/۷۷	۰/۰۰۰	-۷/۱۶	امکانات تفریحی
-۰/۴۱۴	-۰/۸۹۲	۲/۸۴۷	۰/۰۰۰	-۵/۴۳۶	وجود رستوران‌ها و هتل‌ها
۰/۴۷۳	۰/۱۵۰	۳/۷	۰/۰۰۰	۳/۸۴۴	امکانات ارتباطی مناسب
-۰/۶۰۹	-۰/۹۷۹	۲/۸۷	۰/۰۰۰	-۸/۵۴۷	وجود اینترنت، سیستم ماهواره‌ای و غیره
۰/۹۲۸	۰/۶۱۳	۴/۲۷۴	۰/۰۰۰	۹/۷۳۱	آداب و رسوم
۰/۹۳۹	۰/۶۳۳	۴/۲۸۶	۰/۰۰۰	۱۰/۲۲۸	امکانات فرهنگی
۰/۸۲۷	۰/۶۰۳	۴/۲۷۱	۰/۰۰۰	۹/۷۳۱	برگزاری تورهای تفریحی
-۰/۰۹۳	-۰/۵۰۷	۳/۲	۰/۰۰۵	-۲/۸۷	فرهنگ‌سازی
۰/۹۳۹	۰/۶۳۳	۴/۲۹	۰/۰۰۰	۱۰/۲۲۸	فرهنگ‌پذیری (تعامل و تبادل فرهنگی)

-۰/۸۷۱	-۱/۲۱۴	۲/۴۵۹	۰/۰۰۰	-۱۲/۰۸۶	وجود برنامه جامع
-۰/۴۵۷	-۰/۸۰۲	۲/۸۷۲	۰/۰۰۰	-۷/۲۶۷	اهداف مشخص
-۰/۰۶۰	-۰/۵۱۷	۳/۲۱۲	۰/۰۱۴	-۲/۵۱	اجرای اهداف
-۰/۵۲۱	-۰/۸۷۹	۲/۸	۰/۰۰۰	-۷/۷۹۴	کنترل
-۰/۱۵۰	-۰/۵۹۱	۳/۱۲۸	۰/۰۰۱	-۳/۳۴۶	برنامه ریزی (از پایین به بالا، از بالا به پایین)
-۱/۵۷۰	-۱/۹۰۱	۱/۷۶۵	۰/۰۰۰	-۲۰/۸۸۵	وجود واحدهای مستقل
-۰/۳۴۶	-۰/۷۲۵	۲/۹۶۵	۱/۰۰۰	-۵/۶۱۵	میزان هماهنگی و انسجام دستگاه های اداری
۰/۰۱۵	-۰/۳۲۵	۳/۳۴۵	۰/۰۷۴	-۱/۸۱	هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم گیری
-۰/۲۵۵	-۰/۶۹۷	۳/۰۳	۰/۰۰۰	-۴/۲۸۹	تمرکز بخش های اداری مرتبط با گردشگری
۰/۳۶۱	-۰/۰۲۸	۳/۶۶۷	۰/۰۹۲	۱/۷۰۴	وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری
۰/۱۶۱	-۰/۲۱۹	۳/۴۷۱	۰/۷۵۹	-۰/۳۰۸	ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم
۰/۱۰۴	-۰/۲۵۷	۳/۴۲۴	۰/۴۰۲	-۰/۸۴۳	ایجاد انگیزه در مردم
۰/۵۹۱	۰/۱۷۳	۳/۸۸۲	۰/۰۰۰	۳/۶۳۹	رفع تضادها و تنش ها
۰/۱۱۳	-۰/۲۴۲	۳/۴۳۵	۰/۴۷۱	-۰/۷۲۵	هدایت مردم برای رسیدن به هدف
-۰/۳۴۷	-۰/۶۷۶	۲/۹۸۸	۰/۰۰۰	-۶/۱۷۸	شناخت مستمر موانع و آسیب های توسعه گردشگری
-۰/۳۱۲	-۰/۶۸۸	۳	۱/۰۰۰	-۵/۲۸۱	وجود معیارهای ارزیابی و کنترل

در جدول ۴ مقدار معناداری برخی مواردی بالاتر از ۰/۰۵ است. بدین معنا که با معیار مورد آزمون تفاوت معناداری ندارند و میانگین آن به میانگین حد مرزی که ۳/۵ می باشد نزدیک بوده و حذف می شود. در جدول ۵ نیز نتایج آزمون تی تک نمونه ای بر پایه میانگین ۳/۵ برای عوامل اصلی اثرگذار آورده شده است.

جدول ۵. آزمون تی تک نمونه برای عوامل اصلی

شاخص	تی تک نمونه	معناداری	میانگین	حد بالا	حد پایین
عوامل اقتصادی	-۱۵/۶۵	۰/۰۰۰	۲/۷۸۴	-۰/۸۰۸	-۰/۶۲۶
عوامل صنعتی	-۲۶/۵۶	۰/۰۰۰	۲/۳۵۴	-۱/۲۳۳	-۱/۰۶۱
عوامل سیاسی و قانونی	-۱۹/۶۱	۰/۰۰۰	۲/۴	-۱/۲۴۳	-۱/۰۱۴
عوامل اجتماعی	-۵/۱۱	۰/۰۰۰	۲/۲۴۸	-۰/۳۵۰	-۰/۱۵۴
عوامل فردی	-۴/۷۹	۰/۰۰۰	۳/۱۹	-۰/۳۹۹	-۰/۱۶۵
عوامل زیست محیطی	-۰/۱۳۸	۰/۰۰۹	۳/۴۹۲	-۰/۱۲۱	۰/۱۰۵
عوامل نهادی و سازمانی	-۱۷/۱۱	۰/۰۰۰	۲/۶۱۴	-۰/۹۹۰	-۰/۷۸۴
عوامل امنیتی	-۱/۷	۰/۰۰۳	۳/۳۵۴	-۰/۳۱۹	۰/۰۲۵
عوامل زیرساختی	-۱۲/۱	۰/۰۰۰	۲/۹۷۳	-۰/۶۵۴	-۰/۴۷۰
عوامل فرهنگی	۵/۹۹	۰/۰۰۰	۳/۹۱	۰/۲۷۴	۰/۵۴۶
عوامل مدیریتی	-۷/۲۶	۰/۰۰۰	۳/۰۸۹	-۰/۴۸۴	-۰/۲۷۶

با توجه به خروجی نرم افزار و مقدار میانگین به دست آمده می توان بیان کرد که رتبه بندی عوامل به شرح زیر است:

- (۱) عوامل زیرساختی
- (۲) عوامل فرهنگی
- (۳) عوامل زیست محیطی

- ۴) عوامل امنیتی
- ۵) عوامل فردی
- ۶) عوامل مدیریتی
- ۷) عوامل اقتصادی
- ۸) عوامل نهادی و سازمانی
- ۹) عوامل سیاسی و قانونی
- ۱۰) عوامل صنعتی
- ۱۱) عوامل اجتماعی

نتیجه‌گیری

امروزه توسعه پایدار روستایی از مهمترین چالش‌های برنامه‌ریزان و سیاست‌گزاران کشور به‌شمار می‌آید. به عبارت دیگر، توسعه پایدار روستایی از اصول و اهداف غایی پروژه‌ها، سیاست‌ها و طرح‌های توسعه‌ای در مناطق روستایی است. برنامه توسعه ملی روستایی که توسط معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۳ نگارش شد، در راستای دستیابی به توسعه روستایی، افزایش درآمدزایی، فاصله کاهش طبقاتی بین شهر و روستا و غیره، ساخت مناطق کلیدی گردشگری و توسعه قالب‌ها و محصولات گردشگری خلاق را به منظور تقویت رونق صنعت روستایی پیشنهاد کرد. به این ترتیب، گردشگری روستایی کلید فعال‌سازی عوامل تولید روستایی، افزایش درآمد روستایی و دستیابی به نشاط روستایی شده است. با هدایت سیاست‌های ملی، دولت‌ها ابتکارات مختلفی را برای توسعه روستایی انجام داده‌اند، که در میان آنها تعاونی‌های گردشگری روستایی به دلیل شروع زودهنگام و پیشرفت سریع، توجه زیادی را از سوی مسئولان و محققان به خود جلب کرده‌اند. از آن جهت که تعاونی‌های گردشگری به مثابه رابط بین دولت و مردم عمل می‌کنند. تعاونی‌های گردشگری زیرمجموعه‌ای از کل تعاونی‌ها، جوامع کوچک و بزرگی از انسان‌های متعهد و مسئول هستند که به حفظ ارزش‌های اخلاقی در تمامی جنبه‌های تجارت اعتقاد دارند. تعاونی‌های گردشگری به‌عنوان تشکل‌های غیردولتی در بسیاری از کشورها نقش خود را در توسعه گردشگری به خوبی ایفا کرده‌اند. این تعاونی‌ها کلیه مراحل گردشگری مشتمل بر تبلیغات، پذیرش، راهنمایی، اسکان، مسافرت و غیره مرتبط با گردشگران را به خوبی ساماندهی و برگزار می‌کنند.

لذا حضور این تعاونی‌ها در استان‌های گردشگرخیز از جمله گیلان و شهرهای دارای منابع (طبیعی) این استان، می‌تواند راه‌حل بسیاری از مشکلات صنعت گردشگری در این استان و مقدمه‌ای برای توسعه بیشتر آن‌ها باشد. لذا پژوهش حاضر به شناخت و اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی‌های گردشگری در استان گیلان پرداخت. پژوهش به روش آمیخته و ترکیبی از روش‌های کیفی (روش تحلیل تم) و کمی (روش تی تک نمونه) انجام شد. با بررسی اولیه تعدادی از مؤلفه‌ها شامل سرمایه شخصی، اعتماد عمومی، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، انعطاف‌پذیری، اعتماد به نفس، برق، لوله‌کشی آب و گاز، فاضلاب و غیره، اجرای اهداف، هماهنگی میان مردم و مراکز تصمیم‌گیری، وجود رهبر و مسئول در حوزه گردشگری، ارتباط عاطفی و صمیمی رهبران با مردم، ایجاد انگیزه در مردم، هدایت مردم برای رسیدن به هدف به دلیل بالا بودن مقدار معناداری آن‌ها از ۰/۰۵ حذف شدند. با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی‌های گردشگری استان گیلان، محقق درصدد برآمد تا به هدف دوم تحقیق یعنی اولویت‌بندی این عوامل دست یابد لذا در راستای پاسخ به این سؤال که اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی‌های گردشگری استان گیلان چگونه است؟ عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده رتبه‌بندی شدند. برای رتبه‌بندی عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده ابتدا آزمون کولموگراف اسمیرنوف انجام شد و با مشخص شدن نرمال بودن داده‌ها از آزمون تی تک نمونه برای نشان دادن وضعیت موجود تک تک شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری توسط تعاونی‌های گردشگری که بر پایه معیار مقایسه بالاتر از متوسط میانگین ۳/۵ استفاده شد.

بر اساس نتیجه آزمون تی و میانگین به دست آمده، محقق به رتبه بندی عوامل اصلی پرداخت و نتایج نشان داد که پنج عامل مهم اثرگذار بر توسعه کارآفرینی توسط تعاونی های گردشگری به ترتیب عوامل زیرساختی، عوامل فرهنگی، عوامل زیست محیطی، عوامل امنیتی و عوامل فردی تشخیص داده شد. نتیجه به دست آمده متفاوت با پژوهش های پیشین است. برای مثال، رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) چهار عامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی و محیطی را به عنوان عوامل تأثیرگذار معرفی نمودند که در این میان عامل اقتصادی قوی ترین و عامل محیطی کم تأثیرترین عامل بود. بوذرجمهری و همکاران (۱۳۹۱) سهم عامل اقتصادی را نیز بیش از سایر عوامل بیان کردند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۷) عوامل اقتصادی، اجتماعی، طبیعی و سازمانی را در ایجاد توسعه مؤثر دانسته و ضعف شرایط فردی را به عنوان یک عامل تأثیرگذار تلقی کردند. مشهدی و همکاران عامل مدیریتی و اقتصادی را به ترتیب قوی ترین و ضعیف ترین عامل دانستند. در پژوهش حاضر مشخص شد که عامل زیرساختی مهم ترین عامل و عامل اجتماعی ضعیف ترین عامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری استان گیلان است. لذا نتایج پژوهش حاضر متفاوت با پژوهش های پیشین می باشد.

با توجه به آنکه عوامل زیرساختی مهمترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی تعاونی های گردشگری هستند لذا پیشنهاد می شود مسئولان برای تقویت سیستم های مخابراتی و اینترنتی برای برقراری ارتباطات مناسب تلاش نمایند. همچنین دولت برای جلب مشارکت و سرمایه گذاری بیشتر سیاست های تشویقی و حمایتی اتخاذ نماید. با توجه به آنکه عوامل فرهنگی در جایگاه دوم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مردم روستاها به حفظ آداب و رسوم و فرهنگ بومی خود تشویق شوند و مکان هایی برای به نمایش گذاردن فرهنگ روستا و شناساندن آن به گردشگران فراهم شود. همچنین برای برقراری ارتباط مناسب با گردشگران و ارائه فرهنگ روستایی، آموزش هایی در این زمینه داده شود. با توجه به آنکه عوامل زیست محیطی در جایگاه سوم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران و مسئولان تعاونی ها جهت حفظ منابع طبیعی و تاریخی فرهنگ سازی کنند و از طریق رسانه های اجتماعی پتانسیل های طبیعی و شرایط اقلیمی مناسب به گردشگران شناسانده شود. همچنین پیشنهاد می گردد موزه های طبیعی در روستاها ایجاد شود تا گردشگران از این طریق با ویژگی های فرهنگی، اسناد تاریخی و جغرافیایی مناطق آشنا شوند. با توجه به آنکه عوامل امنیتی در جایگاه چهارم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران تعاونی ها برای ارتقای امنیت گردشگران تدابیری مناسب بیندیشند بدین ترتیب که خطرات احتمالی را شناسایی و تدابیری جهت جلوگیری از آن ها بیندیشند. با توجه به آنکه عوامل فردی در جایگاه پنجم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود مدیران تعاونی ها افرادی با ذهنی خلاق و تحلیل گر باشند تا بتوانند مسائل را به راحتی حل کنند و از نظرات افراد با تجربه در زمینه گردشگری استفاده نمایند. با توجه به آنکه عوامل مدیریتی در جایگاه ششم اثرگذاری قرار دارند لذا پیشنهاد می شود گردهمایی هایی عمومی بین مردم روستا و مسئولان تعاونی ها برای حل مشکلات و رفع تنش ها و درگیری ها برگزار شود. همچنین مدیران تعاونی ها باید توانایی شناخت مشکلات و انحرافات در فعالیت های گردشگری را داشته باشند و بتوانند تدابیری جهت حل و اصلاح آنان ارائه دهند.

منابع

- اسدالهی، س. (۱۳۹۸). بررسی شاخص های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار: در تعاونی های گردشگری استان کرمانشاه، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی، دانشگاه رازی.
- آگلی مرزيجرانی، ا؛ قلی نیا، ج؛ تقدیسی، ا. (۱۳۹۰). امکان سنجی پیاده سازی، توسعه و تقویت طبیعت گردی (اکوتوریسم) روستایی توسط تشکل های تعاونی در سطح استان. *نشریه تعاون، سال بیست و دوم، شماره هفت، ۶۵-۸۷*.
- بوذرجمهری، خ؛ رومیانی، ا؛ اسماعیلی، آ. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر برای رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار، همایش ملی چشم انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور، دانشگاه فردوسی
- توکلی، م؛ هدایتی، ص. (۱۳۸۷). چالش های گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه موردی: سیستان)، *فضای جغرافیایی، شماره بیست و دو، ۱-۲۰*.

- ثبوتی، ح. (۱۳۸۵). بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری، برگرفته از سایت مدیریت جامع بازاریابی جاجرمی‌زاده، م؛ دهدارزاده، ب؛ نیکبخت، ا. (۱۴۰۰). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان فارس با استفاده از روش فراترکیب، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ده، شماره بیست و نه، ۱۹۶-۱۶۳.
- حیدری ساریان، و. (۱۳۹۰). تحلیل موانع مؤثر در توسعه گردشگری روستای سرابه، جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱ (۱)، ۸۱-۶۸.
- سعیدی کیا، م. (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات کیا، ۴۳-۲۳.
- سقای، م؛ امینی نژاد، غ؛ صوحی، غ. (۱۳۹۴). تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعه اجتماعی - فرهنگی شهر بوشهر. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۸ (۱)، ۱۴۰-۱۳۱.
- رحمانی، بیژن؛ مریدسادات، پگاه؛ شاهد، سید حسین. (۱۳۹۷). پتانسیل گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار نواحی روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان همدان). مدیریت شهری، ۱۷ (۵۰)، ۹۷-۶۵.
- رستمی قبادی، فرحناز؛ احسانی فر، تهمینه. (۱۳۹۷). پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵ (۲)، ۸۲-۷۱.
- رکن‌الدین افتخاری، ع؛ پورطاهری، م؛ فضلی، ن. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۱)، ۸۷-۱۰۷.
- رئیس، ا. (۱۳۹۶). تحلیل استراتژیک توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان سرپاز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- کریمی دهکردی، م؛ میرک زاده، ع؛ غیاثوند غیائی، ف. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستائیان استان چهارمحال بختیاری، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۱ (۲۳)، ۹۹-۱۱۲.
- کیاکجوری، ک؛ رودگر نژاد، ف؛ پورعیسی، ف. (۱۳۹۱). ارائه مدل مفهومی موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی، همایش ملی توسعه روستایی، دانشگاه آزاد واحد بندرانزلی.
- مافی، ع؛ سقای، م. (۱۳۸۷). تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان‌شهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دهم، ۴۰-۲۱.
- مشهدی، س؛ بورقانی فراهانی، س؛ فرهنگی، ع. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری روستایی، دانشگاه مدیریت دانشگاه تهران، ۱ (۵)، ۴۴-۴۱.

References

- Asadollahi, S. (2019). *Investigating the Indicators of Rural Tourism Entrepreneurship Development with an Emphasis on Sustainable Tourism in Tourism Cooperatives of Kermanshah Province. Master's Thesis in Entrepreneurship, Razi University. {in persian}*
- Aghelī Marzījārānī, A., Gholīniā, J., & Taghdīsī, A. (2011). *Feasibility Study of Implementation, Development and Strengthening of Rural Ecotourism by Cooperative Organizations at the Provincial Level. Cooperative Journal, 22(7), 65-87. {in persian}*
- Bozorgmehrī, Kh., Rūmiānī, A., & Esmā'īlī, A. (2014). *Investigating the Effective Factors for the Growth of Entrepreneurship in Strengthening Rural Communities in Line with Sustainable Development. National Conference on the Vision of Sustainable Rural Development in the Sixth Development Plan, Ferdowsi University. {in persian}*
- Tavakolī, M., & Hedāyatī, S. (2008). *Challenges of Tourism in Border Regions (Case Study: Sistan). Geographical Space, 22, 1-20. {in persian}*
- Saboutī, H. (2006). *Investigating the Influential Factors in Tourism Development. Retrieved from the Comprehensive Marketing Management Website. {in persian}*
- Jājarmīzādeh, M., Dehdārzādeh, B., & Nikbakht, A. (2021). *Providing a Model for the Development of Rural Tourism Entrepreneurship in Fars Province Using a Meta-Synthesis Method. Journal of Tourism Planning and Development, 10(29), 163-196. {in persian}*

- Heidarī Sārbān, V. (2011). *Analysis of Effective Barriers to Rural Tourism Development in Sarabeh Village. Geography and Environmental Studies*, 1(1), 68-81. {in persian}
- Sa'īdīkīā, M. (2006). *Principles and Foundations of Entrepreneurship*. Kia Publications, pp. 23-43. {in persian}
- Saghā'ī, M., Amīnīnejād, Gh., & Sabūhī, Gh. (2015). *The Impacts of the Tourism Industry on the Socio-Cultural Development of Bushehr City. Regional Planning*, 5(18), 131-140. {in persian}
- Rahmānī, B., Morīdsādāt, P., & Shāhed, S. H. (2018). *Tourism Potential in the Development of Sustainable Entrepreneurship in Rural Areas (Case Study: Central District of Hamadan County). Urban Management*, 17(50), 65-97. {in persian}
- Rostamī Qobādī, F., & Ehsānīfar, T. (2018). *Drivers of Rural Tourism Entrepreneurship Development. Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development Studies*, 5(2), 71-82. {in persian}
- Roknoddin Eftekhārī, A., Pūrtāherī, M., & Fazlī, N. (2014). *Analysis of Effective Factors in the Development of Rural Tourism Entrepreneurship. Tourism Planning and Development*, 3(8), 87-107. {in persian}
- Ra'īsī, A. (2017). *Strategic Analysis of Rural Tourism Entrepreneurship Development in Sarbaz County. Master's Thesis, University of Sistan and Baluchestan*. {in persian}
- Karami Dehkordī, M., Mīrkzādeh, A., & Ghīāsvand Ghīā'ī, F. (2012). *Factors Affecting Rural Tourism Development from the Perspective of Rural Residents in Chaharmahal and Bakhtiari Province. Journal of Geography and Environmental Planning*, 1(23), 99-112. {in persian}
- Kiākojūrī, K., Rūdgarnējād, F., & Pūre'īsī, F. (2012). *Providing a Conceptual Model of Barriers Affecting Rural Entrepreneurship Development. National Conference on Rural Development, Islamic Azad University, Bandar Anzali Branch*. {in persian}
- Māfī, A., & Saghā'ī, M. (2008). *An Analysis of Rural Tourism Around Metropolises (Case Study: Mashhad Metropolis). Journal of Geography and Regional Development*, 10, 21-40. {in persian}
- Mashhadī, S., Būrqānī Farāhānī, S., & Farhangī, A. (2013). *Factors Affecting the Rural Tourism Industry. Journal of Management, University of Tehran*, 1(5), 41-64. {in persian}
- Akturk, O., & Şen demir, Ş. (2021). *The role of cooperatives in the development of rural tourism: The example of Kuyucak*. *Journal of Tourism Theory and Research*, 7 (2), 58 – 69.
- Bredvold, R, Skålen, P.(2016), *Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry*, *Tourism Management*, 56.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge
- Howitt, J., & Mason, C. W. (2018). *Ecotourism and Sustainable Rural Development in Pérez Zeledón, Costa Rica*. *Journal of Rural and Community Development*, 13 (1).
- Jaafar, M., Maideen, S. A., & Sukarno, S. M. (2010). *Entrepreneurial characteristics of small and medium hotel ownermanagers. World Applied Sciences Journal*, 10(Special Issue of Tourism and Hospitality), 54-62.
- Jennifer, H.M. B. A., Jahangir, N., & Nur-Al-Ahad, M. (2009). *A Study on Female Entrepreneurs in Malaysia*.
- Jomehpour, M. (2017). *Identifying Strategic Priorities for the Sustainable Development of Rural Areas Based on Local Community Planning. Journal of Sustainable Rural Development*, 1 (2), 161-170.
- Qiao, G., Ding, L., Zhang, L. and Yan, H. (2022), "Accessible tourism: a bibliometric review (2008–2020)", *Tourism Review*, 77(3), 713-730.
- Kapur, H. (2010). *The role of tourism on rural development. The Yale Law Journal*, 89(5).
- Kim, S., & Jamal, T. (2015). *The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. Journal of Sustainable Tourism*, 23 (8/9), 1363-1385.
- Kim, J., Tang, L. R., & Wang, X. (2020). *The uniqueness of entrepreneurship in the sharing accommodation sector: Developing a scale of entrepreneurial capital. International Journal of Hospitality Management*, 84, 102321.
- Li, K. (2022). *SWOT analysis of e-commerce development of rural tourism farmers' professional cooperatives in the era of big data. IET Communications*, 16, 592-603.

- Mottiara, Bolukb , K &KlinecL, C(2018). *The roles of social entrepreneurs in rural destination development. Annals of Tourism Research*, 68, 77-88.
- Opperman, C. (2006) .*Cultivating Rural Tourism, Policy Study Journal*, 5 (11).
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Sternberg, R. J. (2004). *Successful intelligence as a basis for entrepreneurship. Journal of Business Venturing*, 19(2), 189-201.
- Tang ,H. K. & Yeo, K. T.(1995). *Technology, entrepreneurship and national development: Lesson from Singapore, International Journal of Technology Management*, 10(7):797-810.
- Tetzschner, H., & Herlau, H.(2003). *Innovation and Social Entrepreneurship in Tourism A Potential for Local Business Development (No. 49). IME Working Paper*
- Valeri, M; Baggio, R. (2021). *Italian tourism intermediaries: A social network analysis exploration, Current Issues in Tourism*, 24 (9), 1270-1283.
- Wilke, EP.; Costa, BK; Freire, OBDL; Ferreira, MP. (2019). *Interorganizational cooperation in tourist destination: Building performance in the hotel industry, Tourism Management*, 72, 340-351.
- Wilken, (1992). *Entrepreneurship*,p:57.