

ارائه مدل نظری مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی برای سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست

محمد بیرجندی (دکتری تخصصی گروه آموزش محیط زیست، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران)

mohamadbirjandi@yahoo.com

مریم لاریجانی (استادیار، گروه آموزش محیط‌زیست، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

flarjani.research@yahoo.com

سیدمحمد شبیری (استاد، گروه آموزش محیط‌زیست، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران)

smshebeiri@yahoo.com

چکیده

امروزه، کارآفرینی عامل کلیدی رشد و توسعه شناخته شده است و از آن به‌عنوان مفهومی چندبعدی و دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی یاد می‌شود. کارآفرینی زیست‌محیطی به مفهوم اقدام کارآفرینانه‌ای است که به حفظ محیط‌زیست طبیعی کمک می‌کند. بررسی پژوهش‌ها مبین آن است که مشارکت‌های مردمی از طریق سازمان‌های مردم‌نهاد نقش مهمی در توسعه کارآفرینی برای حفظ زیست‌محیطی ایفا می‌کنند. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست ایران بود. روش پژوهش، تحلیل کیفی بود و جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگانی که در حوزه مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد و محیط‌زیست دارای تجربه و تخصص بودند، انجام شد. برای نمونه‌گیری از روش گلوله‌برفی و مصاحبه با خبرگان تا مرحله اشباع نظری استفاده شد. با استفاده از روش کدگذاری باز و محوری، ۱۱ مؤلفه اصلی با زیرمؤلفه‌های محوری مرتبط شناسایی شدند که بر توسعه کارآفرینی سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست ایران تأثیرگذار بودند. عوامل اصلی اثرگذار عبارت بودند از: اهداف سازمانی، قابلیت‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی، زیرساخت‌های سازمانی، منابع سازمانی، سطح بلوغ فناوری، فرایند سازمانی، ارتباط با شبکه‌های برون‌سازمانی، ساختار سازمانی، راهبردهای

سازمانی و مدیریت دانش سازمانی. نتایج این پژوهش برای همه سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست قابل‌کاربرد هستند.

کلیدواژه‌ها: مدل نظری، مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار، سازمان‌های مردم‌نهاد، توسعه کارآفرینی، محیط‌زیست.

۱. مقدمه

بشر، به عامل اصلی تغییرات جهانی محیط‌زیست تبدیل شده است و مشکلات زیست‌محیطی مختلفی مانند کاهش منابع، کاهش تنوع زیستی و گرمایش جهانی را به وجود آورده است (استفان، اولانر و استرایدا، ۲۰۱۵، ص. ۳۰۸). دانشمندان رشته‌های مختلف اتفاق نظر دارند که کسب‌وکار نه تنها عامل مهم این مسائل است، بلکه می‌تواند نقشی کلیدی در پرداختن به این مسائل نیز ایفا کند (شریواتاوا، ۱۹۹۵، ص. ۹۳۶؛ گیلز، ۲۰۱۱، ص. ۲۴، هیده، ۲۰۱۴، ص. ۲۲۹۰)؛ در نتیجه، نه تنها نقش شرکت‌های بزرگ توجه فزاینده‌ای را جلب کرده است (شریواتاوا، ۱۹۹۵، ص. ۹۳۶؛ گیلز، ۲۰۱۱، ص. ۲۴)؛ بلکه سؤال اینجا است که چگونه کارآفرینی می‌تواند به حل مسائل و مشکلات زیست‌محیطی کمک کند؟ (میسکنز و کارسرو، ۲۰۱۳، ص. ۷۳۹؛ کیرک و ودو والتون، ۲۰۱۰، ص. ۲۰۴؛ میک، پاچکو و یورک، ۲۰۱۰، ص. ۴۹۳). به‌طور ویژه، پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که کارآفرینی می‌تواند نقشی حیاتی در حرکت جامعه به سمت پایداری ایفا کند (هوریش، ۲۰۱۵، ص. ۲۸۳).

1. Stephan, Uhlener & Stride
2. Shrivatava
3. Geels
4. Heede
5. Meyskens & Carsrud
6. Kirkwood & Walton
7. Meek, Pacheco & York
8. Horisch

در پژوهش دین و مک‌مولن^۱ (۲۰۰۷، ص. ۵۸)، کارآفرینی زیست‌محیطی به‌عنوان فرایندهای کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی تعریف شده است که در حال حاضر، فعالیت‌های کارآفرینی در ارتباط با مسائل زیست‌محیطی شکست خورده‌اند. کارآفرینان زیست‌محیطی کسب‌وکارهای دوستدار محیط‌زیست را راه‌اندازی می‌کنند و سپس، جهت‌گیری سود را با آرزوی ایجاد کسب‌وکارهای جهانی سبز ترکیب می‌کنند (تامپسون، کیفر و یورک^۲، ۲۰۱۱، ص. ۲۰۱).

در ادبیات علمی، کارآفرینی زیست‌محیطی در شکل‌های مختلف کارآفرینی سبز^۳ (اسچاپر^۴، ۲۰۰۲، ص. ۲۶؛ تیلور و والی^۵، ۲۰۰۳، ص. ۸)، کارآفرینی اخلاقی^۶ (تیلور و والی، ۲۰۰۰، ص. ۸)، کارآفرینی زیست‌محیطی^۷ (کوقو پولونسکی^۸، ۱۹۹۸، ص. ۳۸) مطرح شده است. کارآفرینی زیست‌محیطی از ترکیب دو اصطلاح «محیط‌زیست»^۹ و «کارآفرینی» ساخته شده است که نشانگر ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه‌ای است که محصولات و خدمات دوستدار محیط‌زیست^{۱۰} را تولید می‌کنند. کارآفرینی زیست‌محیطی دربرگیرنده بازار دوستداران محیط‌زیست نیز است که نه فقط به‌خاطر کسب سود، بلکه به‌دلیل ارزش‌های قوی، اساسی و سبز در این حوزه فعالیت می‌کنند. کارآفرینی زیست‌محیطی ترکیبی از ارزش‌های قوی زیست‌محیطی و اجتماعی با نگرش‌های فعال کارآفرینانه است (گیبز^{۱۱}، ۲۰۰۹، ص. ۶۳). والر^{۱۲} کارآفرینی زیست‌محیطی را به‌عنوان مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی در کارآفرینی

1. Dean & McMullen
2. Thompson, Kiefer & York
3. green entrepreneurship
4. Schaper
5. Taylor & Walley
6. ethical entrepreneurship
7. environmental entrepreneurship
8. Keogh & Polonsky
9. ecological
10. environmentally friendly products and services
11. Gibbs
12. Volery

تعریف می‌کند (والری، ۲۰۰۲، ص. ۵۴۱)؛ در حالی که در نظر ایساک^۱ (۲۰۰۲)، کارآفرینی زیست‌محیطی یک شکل وجودی از رفتار کسب‌وکار است که متعهد به پایداری است. در یک دیدگاه، کارآفرینی زیست‌محیطی به مفهوم اقدام کارآفرینانه‌ای است که به حفظ محیط‌زیست طبیعی کمک می‌کند (اسچاپر، ۲۰۰۵، ص. ۳؛ پاستاکیا^۲، ۱۹۹۸، ص. ۹۳)؛ از این رو، کارآفرینی زیست‌محیطی کارآفرینی‌ای است که کسب‌وکار خود را بر مبنای اصول پایداری انجام می‌دهد (کیرک وود و والتون، ۲۰۱۰، ص. ۲۰۴) کارآفرینی زیست‌محیطی از کارآفرینی اجتماعی که بر تقویت رفاه اجتماعی جامعه تأکید می‌کند، متمایز است (زهرا، گداجلوویک، نویامو شولمن^۳، ۲۰۰۹، ص. ۵۱۹). همچنین، کارآفرینی زیست‌محیطی از پایداری کارآفرینی^۴ که سه ستون عمده توسعه پایدار (توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی و توسعه زیست‌محیطی) را یکپارچه می‌کند، متفاوت است. تایللی و یانگ^۵ در پژوهش سال ۲۰۰۹ خود بحث کرده‌اند که پایداری کارآفرینی فراتر از کارآفرینی زیست‌محیطی یا اجتماعی است و دربرگیرنده دامنه وسیعی از ابعاد پایداری است. با پدیده جهانی شدن، از یک طرف، برخی مقام‌های دولتی به تلاش‌های شفاف‌تر و سازمان‌های منطقه‌گرایش پیدا کرده‌اند و از طرف دیگر، مشاهده شده است که فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی ملی و بین‌المللی افزایش یافته‌اند (ارتورگات^۶، ۲۰۰۸، ص. ۵۰۵). در این آشفتگی جهانی، تشکل‌های اجتماعی و سازمان‌های مردم‌نهاد به دنبال بهبودی حقوق اساسی جوامع، فراهم کردن و توزیع کمک‌های بین‌المللی و حل تعارض‌های منطقه‌ای، مسائل زیست‌محیطی و موضوع‌های اجتماعی در مقیاس جهانی هستند (یلدیریم^۷، ۲۰۰۳، ص. ۵۶). امروزه، موضوع‌های آموزش

-
1. Isaak
 2. Pastakia
 3. Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman
 4. sustainability entrepreneurship
 5. Tilley & Young
 6. Erturgut
 7. Yildirim

اجتماعی و فردی در مورد فعالیت‌هایی از جمله حقوق مدنی، صلح جهانی، آینده محیط‌زیست، آب و هوا و کارآفرینی اجتماعی و زیست‌محیطی از فعالیت‌های اصلی سازمان‌های مردم‌نهاد هستند (ارتورگات، ۲۰۰۸، ص. ۵۰۵)؛ بنابراین، سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست، به‌تازگی به کارآفرینی زیست‌محیطی برای کمک به حل معضله‌های زیست‌محیطی گرایش یافته‌اند تا از این طریق هم به آگاهی‌بخشی جامعه کمک کنند و هم با روش پایدار استفاده از منابع طبیعی، تجدیدپذیر و تجدیدنناپذیر به حل مسائل و مشکلات بیکاری کمک کنند. در این ارتباط، سؤال اصلی این پژوهش این است که مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست کدام‌ها هستند؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. کارآفرینی در حوزه محیط‌زیست

ارتباط میان موضوع کسب‌وکار و محیط‌زیست موضوع جدیدی نیست. در طول دهه ۱۹۶۰، نگرانی‌های روبه‌گسترشی در اروپای غربی و آمریکای شمالی در زمینه تخریب محیط‌زیست شکل گرفتند که عامل آن گسترش دود و بخارهای شیمیایی سنگین لندن به واسطه توسعه کسب‌وکارهای صنعتی آن بود. این امر موجب آگاهی هرچه بیشتر مردم از پیامدهای منفی زیست‌محیطی فعالیت‌های کسب‌وکار شد. از آنجایی که مسئله صیانت از محیط‌زیست هزینه افزوده‌ای برای واحد کسب‌وکار ایجاد می‌کرد، از نظر مدیران کارخانه، این موضوع اولویت کمتری نسبت به توسعه کسب‌وکار در جامعه داشت (یوتینگ^۱، ۲۰۰۰، ص. ۲۰). آن‌ها نگرانی‌های زیست‌محیطی را مایه رنجش کسب‌وکارهایشان می‌دیدند و با هرگونه تلاش برای کنترل عملکردهایشان مخالفت می‌کردند (تیلری^۲، ۱۹۹۹، ص. ۲۳۸). جدول (۱) چرخه تکامل و رشد کارآفرینی زیست‌محیطی را بین دهه‌های ۱۹۶۰ تا ۲۰۱۶ نشان می‌دهد.

1. Utting
2. Tillery

جدول ۱. تکامل و رشد کارآفرینی زیست محیطی

سال	فعالیت‌ها با مرور ادبیات
دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰	افزایش نگرانی‌ها در زمینه تنزل محیط زیست، افزایش آگاهی از اثرهای منفی زیست محیطی فعالیت‌های کسب و کار و انتشار مقاله‌های پیشگام در نشریه مرور کسب و کار هاروارد که مطرح‌کننده جنبش اکولوژی بود تا بتواند بازارهای جدید را برای کسب و کارها فراهم کند و همچنین، تصویب قوانین مرتبط با محیط زیست به عنوان قانون هوای پاک و غیره (کوین ^۱ ، ۱۹۷۱).
دهه ۱۹۸۰	انتشار مقاله‌هایی با این استدلال که راه‌حل‌های نوآورانه کسب و کار محیط زیست را بهبود می‌بخشند و بنیانی برای چشم‌انداز کسب و کارهای نوین فراهم می‌کنند (الکینگتون و بورک ^۲ ، ۱۹۸۹).
دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۱۶	معرفی اصطلاح‌هایی مانند کارآفرین زیست محیطی، کارآفرین سبز و اکوکارآفرین (بنت، ۱۹۹۱؛ بارلی، ۱۹۹۱؛ بلو، ۱۹۹۰) ^۳ تمرکز مکاتب بر نوآوری‌های دوستدار محیط زیست و تأکید بر ظرفیت سود کارآفرینی (ایساک، ۱۹۹۸، کایرو ^۴ ، ۲۰۰۱؛ لارسون ^۵ ، ۲۰۰۰، شلتگر و ونگر ^۶ ، ۲۰۱۱)، انتشار موضوع‌های ویژه در نظریه مدیریت تحول سازمانی و مدیریت بین‌المللی کار (کروگر، اسچاپر، تیلری و پاریش ^۷ ، ۲۰۰۱)، ترکیب موضوع‌های زیست محیطی و پایداری درون ادبیات کارآفرینی (کائو، کائو و کوراتکو و هادگتس ^۸ ، ۲۰۰۲)، معرفی اعتبارهای خرد و برنامه‌های مالی دیگر، برای راه‌اندازی و رشد سرمایه برای کسب و کارهای سبز و معرفی اصول راهنما و خدمات مشاوره‌ای برای تشویق به مخاطره‌جویی زیست محیطی و پایداری کارآفرینی (اسچاپر ^۹ ، ۲۰۰۵) روی داد.

پژوهشگران بیان کرده‌اند که ادبیات کارآفرینی زیست محیطی هنوز نوپا است (پاستاکیا، ۱۹۹۸، ص. ۹۳؛ اسپالتگر^{۱۰}، ۲۰۰۵، ص. ۴۳؛ لینانن^{۱۱}، ۲۰۰۲، ص. ۷۲). در عین حال، از رشد کسب و کارهای مبتنی بر محیط زیست نیز در جهان به دلیل افزایش تقاضا برای تولیدات

1. Quinn
2. Elkington & Burke
3. Bennett, Berle & Blue
4. Kyrö
5. Larson
6. Schaltegger & Wagner
7. Krueger, Schaper, Tillery & Parrish
8. Kao, Kao & Kao, Kuratko & Hodgets
9. Schaper
10. Schaltegger
11. Linnanen

محصول سبز، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته حمایت شده است؛ به‌طوری‌که کارآفرینی زیست‌محیطی به یک رویکرد جدید با هدف شناسایی فرصت‌هایی برای بهبودی کیفیت زندگی، از طریق الگوهای شفاف زیست‌محیطی تبدیل شده است (اسچاپر، ۲۰۰۲، ص. ۲۶). دو دسته کارآفرینی زیست‌محیطی وجود دارد که دسته اول سازمان‌هایی هستند که دارای جهت‌گیری اقتصادی و به‌دنبال کسب سود هستند و دسته دوم سازمان‌هایی هستند که تلاششان در راستای کمک به ایجاد تحول و بهبودی محیط‌زیست است (آیساک، ۲۰۰۲، ص. ۸۱؛ تیلور و والی^۱، ۲۰۰۳، ص. ۸؛ کاستر^۲، ۲۰۱۱). اسچنیک، مارکسین و فریمان^۳ (۲۰۰۲) به این دو نوع سازمان به‌عنوان دو انتهای زنجیره محیط‌زیست محور اشاره می‌کنند که یکی کارآفرینی است که پیوسته الگوهای دوستدار محیط‌زیست را انتخاب می‌کند و دیگری کارآفرینی است که ملاحظات زیست‌محیطی را در کسب و کارها مدنظر قرار نمی‌دهد؛ از این رو، کارآفرینان زیست‌محیطی یا شروع‌کننده کسب و کار سبز هستند یا آن را به کسب و کار سبز تبدیل می‌کنند (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۱۱))^۴. در جدول (۲)، انواع مختلفی از کارآفرینان مربوط به هر دسته نشان داده می‌شود.

جدول ۲. گونه‌شناسی کارآفرین زیست‌محیطی

پژوهشگران	انواع کارآفرینی در محیط‌زیست
ولری ^۵ (۲۰۰۲)	- آگاه زیست‌محیطی که نوآوری‌هایی را توسعه می‌دهد که منابع آلاینده را کاهش می‌دهند و اثربخشی هزینه‌ها را بهبود می‌بخشند. - کارآفرین سبز که از مسائل زیست‌محیطی آگاه است و در حوزه زیست‌محیطی کسب و کار دارد.

1. Tillery & Valley
2. Koester
3. Schnick, Marxen & Freiman
4. Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)
5. Volery

ادامه جدول ۲

پژوهشگران	انواع کارآفرینی در محیط زیست
والی و تیلور ^۱ (۲۰۰۲)	- فرصت طلب خلاق و مبتدع ^۲ که کارآفرینی را با جهت گیری مالی، فرصت کسب و کار سبز هدف گذاری کرده است. - کارآفرین اتفاقی ^۳ که فرصت های سبز را نشانه گیری می کند؛ به جای اینکه در جست و جوی فرصت های سبز باشد. - کارآفرین رؤیاگرا ^۴ که کسب و کارهای خود را بر مبنای اصول پایدار می سازد.
لی نالن ^۵ (۲۰۰۲)	- خودکارفرما ^۶ که حامی بنگاه های طبیعت محور، به عنوان مثال، حفاظت از سکونتگاه های حیات وحش، اکوتوریسم و غیره است و به تغییر جهان تمایلی کم و انگیزه مالی کم دارد. - فرصت طلب ها که درگیر فناوری های زیست محیطی برای کمک به کسب و کار و جوامع هستند تا بار زیست محیطی بر آب، هوا و خاک را کاهش دهند. - کسب و کار غیرانتفاعی ^۷ که در این نوع کسب و کار، کارآفرین به تغییر جهان تمایلی زیاد دارد و محرک اقتصادی کم دارد. - ایده آل گرای موفق به کارآفرینی می گویند که انگیزه بالا و محرک های مالی زیادی برای تغییر جهان دارد.
آیساک (۲۰۰۲)	- کارآفرین کسب و کار سبز را از ابتدا آغاز نمی کند؛ بلکه در ادامه، مزایای سبز شدن کسب و کارهای موجود را کشف می کند. - کسب و کار سبز-سبز ^۸ ، کسب و کار را طوری طراحی می کند که در تولیدات و فرایندها از ابتدا سبز باشد.
اسچیک، مارکسن و فریمن ^۹ (۲۰۰۲)	- اختصاص یافته به محیط زیست ^{۱۰} که پیوسته الگوهای کسب و کار دوستدار محیط زیست را اتخاذ می کند.

1. Walley & Taylor
2. innovative opportunist
3. accidental entrepreneur
4. visionary entrepreneur
5. Linnanen
6. self-employer
7. non-profit Business
8. green-green Business
9. Schick, Marxen & Freiman
10. eco-dedicated

ادامه جدول ۲

پژوهشگران	انواع کارآفرینی در محیط زیست
اسچیک، مارکسن و فریمن ^۱ (۲۰۰۲)	- مختار نسبت به انتخاب کسب و کار محیط زیست ^۲ ، گاهی الگوهای کسب و کار دوستدار محیط زیست را اتخاذ می‌کند. - میل نسبت به انتخاب کسب و کار زیست محیطی ^۳ ، تنها زمانی الگوی کسب و کار دوستدار محیط زیست را اقتباس می‌کند که از نظر قانون به این کار مجبور شده باشد.

علاوه بر کارآفرینی زیست محیطی، امروزه بسیاری از مطالعات اخیر، اهمیت سازمان‌ها و نهادها را برای فعالیت‌های کارآفرینی مستند کرده‌اند (مک‌مولن، بگیو پالیچ^۴، ۲۰۰۸، ص. ۸۷۵؛ میک و همکاران، ۲۰۱۰، ص. ۴۹۳). استفان و همکاران (۲۰۱۵، ص. ۳۰۹) نهادها را به عنوان جنبه‌های عمیق ساختارهای اجتماعی تعریف می‌کنند که می‌توانند شکل راهنمایی توانمند به خود بگیرند یا به طور شفاف‌تر، شامل ارزش‌ها، هنجارها، قوانین و باورها هستند (بارلی و تولبرت^۵، ۱۹۹۷، ص. ۹۳). میک و همکاران (۲۰۱۰) تفکرات کسب شده از نظریه نهادی را در حوزه کارآفرینی زیست محیطی در صنعت انرژی خورشیدی ایالات متحده وارد کردند و اهمیت عوامل سازمانی را به عنوان عوامل تعیین کننده در فعالیت‌های کارآفرینانه دوستدار محیط زیست تأیید کردند. این پژوهش‌ها مطرح می‌کنند که نهادها و سازمان‌های مردم نهاد نقش مهمی در تبیین رفتار کارآفرینی و به ویژه، در درجه جهت گیری زیست محیطی انتخاب شده توسط کارآفرینان ایفا می‌کنند؛ با وجود این، اثرهای سازمان‌ها بر کارآفرینی زیست محیطی توجه اندکی را به خود جلب کرده‌اند؛ در نتیجه، میک و همکاران (۲۰۱۰) ضرورت انجام پژوهش‌های بیشتری را شناسایی کرده‌اند که در این پژوهش‌ها نظریه سازمانی در حوزه کارآفرینی زیست محیطی به کار گرفته شود. علاوه بر این، تامپسون و همکاران

1. Schick, Marxen & Freiman
2. eco-open
3. eco-reluctant
4. McMullen, Bagby & Palich
5. Barley & Tolbert

(۲۰۱۰) بر نیاز به انجام تحلیل‌های آماری و بزرگ‌مقیاس درمورد نقش کارآفرینی در سبز کردن اقتصاد تأکید کرده‌اند. برای شناسایی سازمان‌هایی که در حوزه کارآفرینی زیست‌محیطی مهم هستند، به تقسیم‌بندی اسکات^۱ (۱۹۹۵) در زمینه نهادهای رسمی و غیررسمی^۲ و انواع ساختارهای حقوقی سازمان‌ها مراجعه شده است. نهادهای رسمی از قوانین یا هنجارهای اجتماعی ساخته شده‌اند و به محدودیت‌های عینی اشاره دارند (بروتون^۳، آلستروم و لی^۴، ۲۰۱۰، ص. ۴۲۱؛ آرشد، کارتر و ماسون^۵، ۲۰۱۴، ص. ۶۳۹؛ استفان و همکاران، ۲۰۱۵، ص. ۳۰۸). در حوزه کارآفرینی، کنش‌های دولتی، به احتمال زیاد سازمان‌های رسمی مورد بحث هستند (استرین، میکی ویز و استفان^۶، ۲۰۱۳؛ آرشد و همکاران، ۲۰۱۴، ص. ۶۳۹). نهادهای غیررسمی به لحاظ اجتماعی ساخته می‌شوند و به لحاظ فرهنگی انتقال می‌یابند و در طول زمان نیز تکامل پیدا می‌کنند (آرشد و همکاران، ۲۰۱۴، ص. ۶۳۹؛ استفان و همکاران، ۲۰۱۵، ص. ۳۰۸). نظریه نوین نهادی، نه تنها بر اثرهای سازمان‌های رسمی و غیررسمی بر سطح جامعه تأکید می‌کند، بلکه الزام‌های سازمان‌ها بر سطح فردی را نیز تبیین می‌کند. در این حوزه، اهمیت ادراک فردی یا سازمانی از سازمان‌های اجتماعی، مهم تلقی می‌شود (ساه، چانگ و لیم^۷، ۲۰۱۲، ص. ۵۰۴). هنوز، از نظریه سازمانی به دلیل چشم‌پوشی از خصوصیات نهادی و فردی انتقاد می‌شود (آرشد و همکاران، ۲۰۱۴، ص. ۶۳۹). در این پژوهش، برای رفع این مشکل، خصوصیات فردی کارآفرینان بررسی و تحلیل می‌شوند.

-
1. Scott
 2. formal from informal institution
 3. Bruton
 4. Ahlstrom & Li
 5. Arshed, Carter & Mason
 6. Estrin, Mickiewicz & Stephan
 7. Suh, Chang & Lim

۲.۲. عوامل سازمانی توسعه کارآفرینی

پژوهشگران معتقدند که سازمان، نهادی اجتماعی است که هدف و سیستم دارد و به دلیل داشتن ساختاری آگاهانه، فعالیت‌های خاصی را انجام می‌دهد و مرزهای شناخته شده دارد (دافت^۱، ۱۹۹۲، ص. ۴۲). در تعریف دیگر، سازمان متشکل از دو یا چند نفر است که در محیطی با ساختار منظم و از قبل طراحی شده برای دستیابی به اهداف مشترک با همدیگر همکاری می‌کنند (تدبیری و رستمی، ۱۳۸۴). رابینز^۲ (۱۹۹۴) سازمان را پدیده‌ای اجتماعی می‌داند که آگاهانه هماهنگ شده است و دارای ابعاد و حدود نسبتاً مشخصی است و برای تحقق هدف یا انتقال فناوری و جهت‌یابی تجاری پژوهش ایجاد شده است (فریدمن و سیلبرمن^۳، ۲۰۰۳). اوام، دوآنته و لارسو^۴ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که عوامل سازمانی بر انتخاب راهبرد تجاری کردن پژوهش‌های دانشگاهی اثر دارند. آن‌ها عوامل سازمانی مؤثر در تجاری کردن پژوهش‌های دانشگاهی را کیفیت دانشکده، انضباط درونی مراکز پژوهشی، ماهیت پژوهش، تخصص، منبع انتقال فناوری و فرایند ثبت پتنت پژوهش معرفی کرده‌اند. اوشیا، چاق، آلن و توماس^۵ (۲۰۰۸) با تصریح نقش زیرساخت‌های سازمان در تجاری کردن و انتقال فناوری، بیان می‌کنند که برای ارتقای ارتباط دانشگاه با صنعت، برخی دانشگاه‌ها دفتر انتقال فناوری را راه‌اندازی کرده‌اند (اوشیا، ۲۰۰۸). چوی و فان^۶ (۲۰۰۶) افزون‌بر تأکید بر ایجاد سرریزهای اطلاعاتی میان شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های تحقیق و توسعه در سازمان، معتقد است که این سرمایه‌گذاری‌ها ذخیره سرمایه فناوریانه در یک سازمان را افزایش می‌دهند که به ایجاد فرصت‌های جدید برای شکل‌گیری بنگاه منجر می‌شود. کارآفرینی در سازمان، نه فقط به‌عنوان نیروی محرک رشد و رونق

1. Daft
2. Robins
3. Friedman & Silberman
4. Umum, Dhewanto & Larso
5. O'Shea, Chugh, Allen & Thomas
6. Choi & Phan

اقتصادی اثبات شده است، بلکه به عنوان شالوده‌ای برای دگرگونی اقتصاد جدید نیز به کار گرفته شده است (روجاس، مورالس و راموس^۱، ۲۰۱۴). در دهه‌های اخیر، کارآفرینی به عنوان پایه‌ای اصلی در عرصه سیاسی اغلب کشورها، صعود یافته است و یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی، در جهان امروز است (دیویدسون و گوردون^۲، ۲۰۱۱). از مرور ادبیات مشخص شد که پژوهش‌هایی در زمینه عوامل سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌ها و سازمان‌ها انجام شده‌اند. به دلیل ماهیت متفاوت ساختار جامعه‌شناختی و مأموریت‌های اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد با شرکت‌های تجاری، عوامل سازمانی اثرگذار بر سمن‌ها با توجه به زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ساختار محیط کسب و کار کشور، نتایج متفاوتی را ارائه خواهند کرد. پژوهش‌هایی اندک در زمینه عوامل سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زیست‌محیطی انجام شده‌اند و با اضافه کردن حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد به موضوع پژوهش، خلأ پژوهشی موجود در ادبیات پژوهش نمود عینی می‌یابد؛ بنابراین، نتایج این پژوهش چه از نظر موضوعی و چه از نظر کارکرد، در حوزه خاص سازمان‌های مردم‌نهاد ایران نوآوری خواهد داشت.



شکل ۱. چارچوب مفهومی و جنبه نوآوری پژوهش

1. Martín-Rojas, Morales & Ramos
2. Davidsson & Gordon

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، جزو پژوهش‌های اکتشافی است که در آن از روش پژوهش تحلیل کیفی استفاده شده است. جامعه آماری خبرگانی هستند که در حوزه مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد و محیط زیست دارای تجربه و تخصص هستند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند و از طریق روش گلوله برفی^۱ است. در این روش، پژوهشگر یک شرکت‌کننده را از طریق شخص دیگری پیدا می‌کند (بیрнаکی و والدورف^۲، ۱۹۸۱). تعداد افرادی که برای مصاحبه انتخاب شده‌اند، بر اساس اصل کفایت داده‌ها به دست آمده است. مصاحبه‌های کیفی به روش نیمه ساختاریافته با ۱۲ تن از خبرگانی انجام شد که در حوزه مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد و محیط زیست دارای تجربه و تخصص بودند. مصاحبه‌ها تا مرحله‌ای ادامه پیدا کردند که جنبه تکراری یافتند و در نتیجه، اشباع نظری حاصل شد. منطق کفایت داده‌های جمع‌آوری شده، به عنوان حد کامل بودن داده‌ها مطرح است. پس از کدگذاری باز و محوری، عوامل اصلی، محوری و فرعی شناسایی شدند. طی انجام فرایند مصاحبه، ابتدا پروتکل مصاحبه از طریق طراحی سؤال‌هایی هم‌راستا با هدف پژوهش، برای کشف عمیق نقطه‌نظرهای مصاحبه‌شونده‌ها آماده شد و سپس، سؤال‌ها با مصاحبه‌شونده‌ها مطرح شدند و پاسخ آن‌ها ضبط و یادداشت برداری شد. پس از جمع‌آوری داده‌های کیفی لازم، با استفاده از روش کدگذاری باز و محوری برگرفته از روش اشتراوس و کوربن^۳ (۱۹۹۹)، عوامل اصلی و محوری شناسایی شدند. در شکل (۲)، توالی فرایند از مرحله جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به کدهای محوری آورده شده است.

1. snowball sampling
2. Biernacki & Waldorf.
3. Strauss & Corbin



شکل ۲. فرایند جمع آوری داده‌ها

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. آمارهای توصیفی

توزیع پاسخ‌گویان بر حسب سن و تحصیلات

سطح تحصیلات و سن پاسخ‌گویان متغیرهای زمینه‌ای هستند که در پژوهش حاضر برای شناسایی دقیق‌تر سیمای پاسخ‌گویان ارزیابی شده‌اند. جدول (۴) توزیع جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان پرسش‌نامه کمی را بر حسب سن و سطح تحصیلات نشان می‌دهد.

جدول ۳. توزیع مصاحبه‌شوندگان بر حسب سن و تحصیلات

سن	موقعیت شغلی	فراوانی	درصد	میزان تحصیلات
۲۵ تا ۲۹ سال	مدیر سازمان مردم‌نهاد	۲	۱۶/۶۷	کارشناسی
۳۰ تا ۳۹ سال	کارشناس مطلع‌از سازمان‌های مردم‌نهاد	۶	۵۰	کارشناسی ارشد
۴۰ تا ۴۹ سال	استاد دانشگاه و خبره به موضوع	۴	۳۳/۳۳	دکتری
جمع		۱۲	۱۰۰/۰۰	جمع

در این بخش، نمونه‌ای از گزاره‌های کلامی و کدگذاری داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه با خبرگان، در قالب جدول (۵)، به عنوان نمونه‌های کدگذاری مولفه‌های سازمانی اثرگذار بر کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست، تلخیص، ارائه و تحلیل می‌شود.

جدول ۴. نمونه کدگذاری مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست

کد مصاحبه	فراوانی	گزاره کلامی مصاحبه‌شوندگان	مفاهیم کلیدی (کدگذاری باز)	کدگذاری محوری
۵، I _۴ ، I _۳ ، I _۲ ، I _۱ I _{۱۰} ، I _۹ ، I _۸ ، I	۸	<p>- اهداف سازمان‌های مردم‌نهاد، علاوه بر اهداف عام‌المنفعه، معنوی و خدایسندانه، باید بر استقلال سازمان‌های مردم‌نهاد و کسب درآمد اقتصادی برای توسعه فعالیت‌ها نیز متمرکز شود.</p> <p>- به اعتقاد من، از اهداف مهم دیگر سازمان‌های مردم‌نهاد، وجود اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی و نیز ارتقای اعتماد سطح اجتماعی جامعه در صیانت از محیط‌زیست است. از آنجایی که دولت به‌تنهایی نمی‌تواند از محیط‌زیست محافظت کند، سازمان‌های مردم‌نهاد که از انگیزه‌های اجتماعی برخوردارند، می‌توانند با هدف ارتقای اعتماد سطح اجتماعی جامعه در این حوزه گام بردارند.</p>	<p>- اهداف عام‌المنفعه</p> <p>- اهداف معنوی سازمان‌های مردم‌نهاد</p> <p>- اهداف اقتصادی سازمان‌های مردم‌نهاد</p> <p>- اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی</p> <p>- ارتقای اعتماد سطح اجتماعی جامعه در صیانت از محیط‌زیست</p>	اهداف سازمانی
۶، I _۵ ، I _۳ ، I _۲ ، I _۱ I _{۱۱} ، I _{۱۰} ، I _۹ ، I _۸ ، I	۹	<p>- سبک مدیریتی به‌شدت در عملکرد سازمان‌های مردم‌نهاد مؤثر است. تجربه مدیریتی و میزان دانش آن در حوزه محیط‌زیست و سطح دانش مدیریتی آن نیز بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد. در یک سازمان مردم‌نهاد، ارزش‌ها و باورهای مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد و درجه اشتیاق به کارآفرینی مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد در عملکرد آن اثر زیادی دارند.</p>	<p>- سبک مدیریتی</p> <p>- تجربه مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد</p> <p>- سطح دانش و آمادگی مدیریت در حوزه محیط‌زیست</p> <p>- ارزش‌ها و باورهای کارآفرینانه</p> <p>- مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد</p>	قابلیت‌های مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد

ادامه جدول ۴

کد مصاحبه	فراوانی	گزاره کلامی مصاحبه‌شوندگان	مفاهیم کلیدی (کدگذاری باز)	کدگذاری محوری
I _۱ , I _۲ , I _۳ , I _۴ , I _۵ , I _۶ , I _۷ , I _۸ , I _۹ , I _{۱۰} , I _{۱۱}	۹	<p>- عوامل مرتبط با سطوح آمادگی محیط کسب‌وکار و بازار در عملکرد آن تأثیر می‌گذارند. مدیر سازمان‌های مردم‌نهاد باید توانایی شبکه‌سازی و دسترسی به منابع مختلف را داشته باشد. یکی از شاخصه‌های مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه محیط‌زیست، اختصاص زمان مدیریت به انجام کارهای داوطلبانه است.</p>	<p>- درجه اشتیاق به کارآفرینی</p> <p>- مدیریت عوامل مرتبط با سطوح آمادگی</p> <p>- شناخت بازار و محیط کسب‌وکار</p> <p>- مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد</p> <p>- شبکه‌سازی، تعاملات و دسترسی به منابع</p> <p>- میزان اختصاص کارهای داوطلبانه</p> <p>- مدیریت در سازمان‌های مردم‌نهاد</p>	<p>قابلیت‌های مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد</p>

پس از بررسی مصاحبه‌ها و استخراج مفاهیم کلیدی در قالب کدگذاری باز و محوری، تعداد ۱۱ عامل محوری و ۶۵ عامل فرعی به‌عنوان مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست استخراج شدند که در جدول (۶) نمایش داده شده‌اند.

جدول ۵. مؤلفه‌ها و عوامل سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط زیست

مؤلفه‌های فرعی سازمانی		عوامل اصلی سازمانی
اهداف اجتماعی و زیست محیطی ارتقای اعتماد سطح اجتماعی جامعه در صیانت از محیط زیست	اهداف عام‌المنفعه اهداف معنوی سازمان‌های مردم‌نهاد اهداف اقتصادی سازمان‌های مردم‌نهاد	اهداف سازمانی سمن‌های مردم‌نهاد زیست محیطی
درجه اشتیاق به کارآفرینی مدیریت عوامل مرتبط با سطوح آمادگی و شناخت بازار و محیط کسب‌وکار مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد شبکه‌سازی، تعاملات و دسترسی به منابع مدیریت میزان اختصاص زمان انجام کارهای داوطلبانه مدیریت در سازمان‌های مردم‌نهاد	سبک مدیریتی تجربه مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد سطح دانش و آمادگی مدیریت در حوزه محیط زیست ارزش‌ها و باورهای کارآفرینانه مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد	قابلیت‌های مدیریتی سمن‌های زیست محیطی
فرهنگ احساس مسئولیت و دغدغه‌مند بودن نسبت به مسائل اجتماعی سطح بلوغ فرهنگ اعتمادسازی درون سازمانی استفاده از افراد راهنما در سازمان‌های مردم‌نهاد	تجربه و سابقه سازمان فرهنگ کار تیمی سمن‌ها فرهنگ ارزش آفرینی سازمانی فرهنگ نوآوری سمن‌ها ساختارهای هنجاری سازمان مردم‌نهاد تمرکز بر حل یک مشکل	فرهنگ سازمانی سمن های زیست محیطی
زیرساخت‌های فناوری اطلاعات زیرساخت‌های آموزشی زیرساخت‌های قانونی مجوزهای صلاحیت‌های حرفه‌ای	زیرساخت‌های فناورانه زیرساخت‌های سخت (شامل مکان اداری، تجهیزات و غیره)	زیرساخت‌های سازمانی در سمن‌های زیست محیطی
سرمایه اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد منابع اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد	منابع مالی منابع انسانی منابع اطلاعاتی	منابع سازمانی سمن‌های زیست محیطی
سطح آمادگی ساخت و تولید سازمان‌های مردم‌نهاد سطح آمادگی فناوری اطلاعات سازمان‌های مردم‌نهاد	سطح آمادگی فناوری سازمان‌های مردم‌نهاد	سطح بلوغ فناوری سازمان

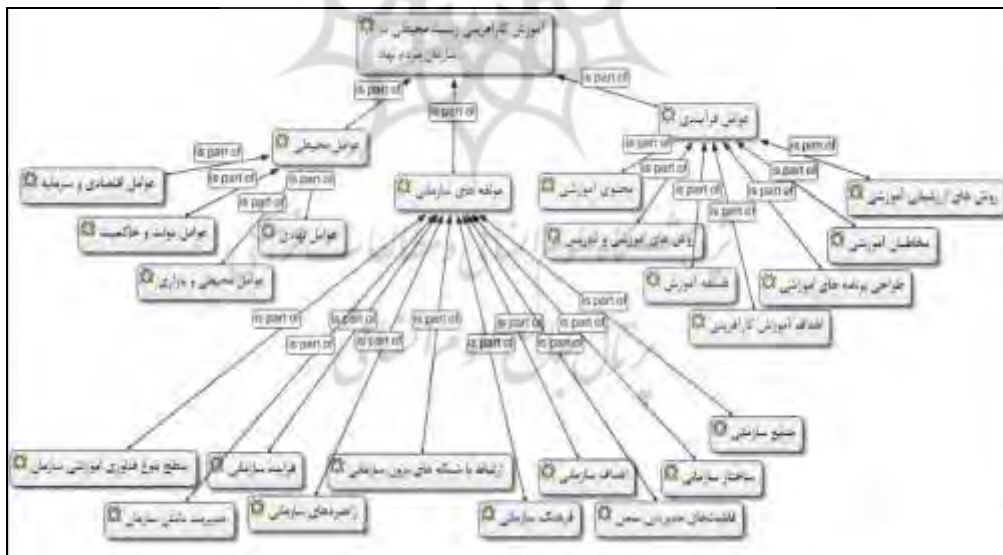
ادامه جدول ۵

مؤلفه‌های فرعی سازمانی		عوامل اصلی سازمانی
فرایند کسب اطلاعات محیط اجتماعی فرایندهای جذب داوطلب در گروه‌های هدف فرایندهای جذب منابع مالی و سرمایه مردمی فرایند شناخت مداخله‌های سازمان‌های مردم‌نهاد	فرایند تحقیق و توسعه فرایند طراحی و توسعه محصول و خدمات اجتماعی فرایند کسب و کار مبتنی بر فناوری اطلاعات	فرایند سازمانی در سمن‌های زیست‌محیطی
وجود شبکه‌های زنجیره ارزش سازمان‌های مردم‌نهاد ارتباط با شبکه‌ها و نهادهای سازمانی دولتی	وجود شبکه‌های ارتباطی حقیقی و مجازی وجود شبکه‌های اجتماعی بین گروه‌های همسان	ارتباط با شبکه‌های برون‌سازمانی
ساختار غیرانتفاعی و عام‌المنفعه ساختار غیرسیاسی و واقع‌گرا	ساختار سازمانی منعطف و مشارکتی ساختار سازمانی بوروکراتیک (عمودی) ساختار داوطلبانه و درون‌زا	ساختار سازمانی
راهبردهای بازار راهبردهای رقابتی راهبردهای زنجیره ارزش راهبردهای اجتماعی سازمان	راهبردهای نوآوری راهبردهای توسعه‌ای راهبردهای توسعه فناوری راهبردهای توسعه کسب و کار	راهبردهای سازمانی
مدیریت ذخیره و مستند کردن دانش مدیریت به‌کارگیری دانش	مدیریت خلق دانش مدیریت توسعه دانش	مدیریت دانش در سمن‌های محیط‌زیست

۲.۴. مدل نظری تحقیق

کارآفرینی زیست‌محیطی و نقش توسعه در آن، هنوز مقوله‌ای نوپا و در مراحل آغازین خود است. هرچند در زمینه کارآفرینی زیست‌محیطی فعالیت‌هایی انجام شده‌اند، ولی هنوز جایگاه قابل توجهی در ادبیات نظری نداشته است. در توسعه کارآفرینی زیست‌محیطی است سازمان‌های غیردولتی گروه‌های داوطلبانه فردی یا سازمانی عمدتاً غیرانتفاعی هستند که

معمولاً به هیچ دولتی وابسته نیستند و در سطوح محلی، ملی یا بین‌المللی برای خدمات‌رسانی و یا سیاست‌گذاری عمومی شکل گرفته‌اند (رازقی و لطفی، ۲۰۱۸). در سال‌های اخیر، با توجه به حساس‌شدن مقوله محیط‌زیست، سازمان‌های مردم‌نهاد به افزایش دانش و آگاهی‌بخشی زیست‌محیطی در بین جوامع محلی، توجه ویژه‌ای کرده‌اند. در ارتباط با آموزش و حفاظت از محیط‌زیست از طریق سازمان‌های مردم‌نهاد، مبانی قابل‌توجهی موجود است؛ ولی در زمینه توسعه کارآفرینی زیست‌محیطی، پیشینه نظری بسیار محدودی وجود دارد. نتایج پژوهش مطابق مدل مفهومی نشان می‌دهد که عوامل اصلی و پراهمیت در مدل آموزش کارآفرینی زیست‌محیطی برای سازمان‌های مردم‌نهاد، شامل عوامل فرایندی، سازمانی و محیطی هستند و هر عامل شامل مؤلفه‌های اصلی و فرعی است. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان مدل نظری مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست را در قالب مدل ارائه‌شده در شکل (۳) معرفی کرد.



شکل ۳. مدل نظری مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه

محیط‌زیست

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش، مؤلفه‌های سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست بررسی شدند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل سازمانی در قالب ۱۱ عامل محوری شامل اهداف سازمانی، قابلیت‌های مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد، فرهنگ سازمانی سازمان‌های مردم‌نهاد، زیرساخت‌های سازمانی، منابع سازمانی، سطح بلوغ فناوری سازمان، فرایند سازمانی، ارتباط با شبکه‌های برون‌سازمانی، ساختار سازمانی، راهبردهای سازمانی و مدیریت دانش سازمان هستند. با توجه به اینکه در حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد پژوهش مشابهی انجام نشده است، نتایج حاصل برای سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست از نوآوری میدانی برخوردارند. از طرفی، نتایج مطالعات قابل‌توجهی که درخصوص شرکت‌های کارآفرین انجام شده‌اند، درستی نتایج پژوهش را تأیید می‌کنند. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های پتی و ژانگ^۱ (۲۰۱۱) و جودگی، تامکینز، براون و پانگ پتی^۲ (۲۰۱۵) در زمینه نقش واحدهای تحقیق و توسعه، ایجاد شبکه‌های مجازی، ارتباط با شبکه‌های خارجی و مدیریت دانش هم‌خوانی دارند. به‌علاوه، نتایج این پژوهش با یافته‌های مطالعات بوجیکا و فوانتس (۲۰۱۲) و پتی و ژانگ (۲۰۱۴) در زمینه مؤلفه‌های سن سازمان و ظرفیت جذب نوآوری سازمان همسوست. از میان مؤلفه‌های شناسایی‌شده، در هیچ‌یک از پژوهش‌ها به مؤلفه سطح بلوغ فناوری سازمان مردم‌نهاد اشاره نشده است و جزو نوآوری‌های پژوهش حاضر محسوب می‌شود. افزون‌براین، عوامل فرعی شده شناسایی شده در پژوهش، ۶۵ مورد هستند که بسیاری از این مؤلفه‌ها در مطالعات سایر پژوهشگران ذکر نشده‌اند و از نوآوری‌های این پژوهش به‌شمار می‌آیند.

با توجه به نتایج پژوهش و با هدف توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های مردم‌نهاد توجهی ویژه به عوامل

1. Petti & Zhang

2. Judge, Thompkins, Brown & Pongpatipat

سازمانی داشته باشند. شایسته است که مدیران سمن‌ها در تبیین اهداف سازمانی سازمان مردم‌نهاد، شامل اهداف عام‌المنفعه و اهداف معنوی تلاش کنند و به اهداف اقتصادی سازمان‌های مردم‌نهاد توجهی ویژه داشته باشند. نظر به اینکه حوزه فعالیت سازمان مردم‌نهاد حوزه محیط‌زیست است، باید اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی و نیز ارتقای اعتماد سطح اجتماعی جامعه در صیانت از محیط‌زیست، جزو اهداف سازمانی سازمان‌های مردم‌نهاد لحاظ شوند. برای موفقیت بیشتر سازمان‌های مردم‌نهاد توصیه می‌شود که به تقویت قابلیت‌های مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست توجهی ویژه شود. همچنین، به بهبود سبک‌های مدیریتی سمن‌ها، تجربه مدیریتی سازمان‌های مردم‌نهاد، سطح دانش و آمادگی مدیریت در حوزه محیط‌زیست، ارزش‌ها و باورهای کارآفرینانه مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد، درجه اشتیاق به کارآفرینی مدیریت، عوامل مرتبط با سطوح آمادگی و شناخت بازار و محیط کسب‌وکار مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد، شبکه‌سازی اصولی و پایدار، تعاملات و دسترسی به منابع مدیریت و میزان اختصاص زمان انجام کارهای داوطلبانه مدیریت در سازمان‌های مردم‌نهاد توجه بیشتری شود. باید به فرهنگ سازمانی در سازمان‌های مردم‌نهاد، از طریق ارتقای تجربه و سابقه سازمان، تشویق فرهنگ کار تیمی و فرهنگ ارزش‌آفرینی سازمانی، توسعه فرهنگ نوآوری و توجه به ساختارهای هنجاری سازمان مردم‌نهاد و تمرکز بر حل یک مشکل، افزایش سطح فرهنگ احساس مسئولیت و دغدغه‌مند بودن نسبت به مسائل اجتماعی و بالابردن سطح بلوغ فرهنگ سازمان، اعتمادسازی درون‌سازمانی و استفاده از افراد راهنما در سازمان‌های مردم‌نهاد توجهی ویژه کرد. پیشنهاد می‌شود که برای بهبود فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد، به ارتقای وضعیت زیرساخت‌های سازمانی سمن‌ها از طریق توسعه زیرساخت‌های فناورانه و زیرساخت‌های سخت (شامل مکان اداری، تجهیزات و غیره)، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، زیرساخت‌های آموزشی و قانونی همت گمارد و مجوزهای صلاحیت‌های حرفه‌ای را دریافت کرد. افزون‌براین، شایسته است که منابع سازمانی در سازمان‌های مردم‌نهاد تقویت شوند؛ از این رو، باید منابع مالی، منابع

انسانی و اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی و منابع اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد افزایش یابند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که به افزایش سطح بلوغ فناوری سازمان توجه شود. این امر از طریق افزایش سطح آمادگی فناوری سازمان‌های مردم‌نهاد، سطح آمادگی ساخت و تولید سازمان‌های مردم‌نهاد و سطح آمادگی فناوری اطلاعات سازمان‌های مردم‌نهاد امکان‌پذیر خواهد شد. بهتر است که فرایند سازمانی در سازمان‌های مردم‌نهاد بهبود یابد یا طراحی شود. این امر از طریق اصلاح فرایند تحقیق و توسعه، استقرار فرایند طراحی و توسعه محصول و خدمات اجتماعی، بهبود فرایند کسب و کار مبتنی بر فناوری اطلاعات، فرایند کسب اطلاعات محیط اجتماعی، فرایندهای جذب داوطلب در گروه‌های هدف، ایجاد فرایندهای جذب منابع مالی و سرمایه مردمی و فرایند شناخت مداخله‌های سازمان‌های مردم‌نهاد می‌تواند روی دهد. پیشنهاد می‌شود که ارتباط با شبکه‌های برون‌سازمانی از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطی حقیقی و مجازی، شبکه‌های اجتماعی بین گروه‌های همسان، شبکه‌های زنجیره ارزش سازمان‌های مردم‌نهاد و ارتباط با شبکه‌ها و نهادهای سازمانی دولتی تقویت شود. بهتر است که ساختار سازمانی سازمان‌های مردم‌نهاد بررسی دقیق شود تا از رخوت و بروکراتیک‌شدن جلوگیری شود و به سازمانی چابک تبدیل گردد. اتخاذ راهبردهای سازمانی تأثیر زیادی بر موفقیت سازمان‌های مردم‌نهاد دارد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که این امر به درستی از طریق اتخاذ راهبردهای نوآوری و راهبردهای توسعه‌ای انجام شود. توجه به بحث مدیریت دانش در سازمان‌های مردم‌نهاد نیز برای ثبات مدیریتی و افزایش بهره‌وری، امری ضروری به نظر می‌رسد. نتایج این پژوهش برای بهبودبخشی عوامل سازمانی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه محیط‌زیست، قابل کاربرد است.

کتابنامه

1. Arshed, N., Carter, S., & Mason, C. (2014). The ineffectiveness of entrepreneurship policy: Is policy formulation to blame? *Small Business Economics*, 43(3), 639–659.

2. Barley, S. R., & Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and structuration: Studying the links between action and institution. *Organization Studies*, 18(1), 93–117.
3. Bennett, S. (1991). *Ecopreneurship: The complete guide to small business opportunities from the environmental revolution*. New York, NY: Wiley.
4. Berle, G. (1991). *The green entrepreneur: Business opportunities that can save the earth and make you money*. Blue Ridge Summit, PA: Liberty Hall Press.
5. Biernacki, P., Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods and Research*, 10(2), 141-163.
6. Blue, J. (1990). *Ecopreneuring: Managing for results*. London, England: Scott Foresman.
7. Bojica, A. M., & Fuentes, M. D. M. F. (2012). Knowledge acquisition and corporate entrepreneurship: Insights from Spanish SMEs in the ICT sector. *Journal of World Business*, 47(3), 397-408.
8. Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440.
9. Choi, Y. R., & Phan, P. H. (2006). The influences of economic and technology policy on the dynamics of new firm formation. *Small Business Economics*, 26(5), 493-503.
10. Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50-76
11. Elkington, J., & Burke, T. (1989). *The green capitalists*. London: Victor Gallancz.
12. Erturgut, R. (2008). The importance of disarmament from the point of view of providing global peace and contribution of ngo's to this process. *International NGO's Conference Proceedings* (pp. 505-513). Çanakkale: UNIDIR. Retrieved from https://www.peacepalacelibrary.nl/ebooks/files/UNIDIR_pdf-art2580.pdf
13. Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 479–504.
14. Friedman, J. & Silberman, J. (2003). University technology transfer: do incentives, management, and location matter? *Journal of Technology Transfer*, 28(1), 17–30, 2003.
15. Geels, F. W. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1, 24–40.

16. Gibbs, D. (2009). Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs, and the development of a sustainable economy. *Greener Management International*, 55, 63-78.
17. Heede, R. (2014). Tracing anthropogenic carbon dioxide and methane emissions to fossil fuel and cement producers, 1854–2010. *Climatic Change*, 122(1–2), 229–241.
18. Horisch, J. (2015). The role of sustainable entrepreneurship in sustainability transitions: A conceptual synthesis against the background of the multi-level perspective. *Administrative Sciences*, 5, 286–300.
19. Isaak, R. (2002). The making of the ecopreneur. *Greener Management International*, 38, 81-91.
20. Judge, W. Q., Liu Thompkins, Y., Brown, J. L., & Pongpatipat, C. (2015). The impact of home country institutions on corporate technological entrepreneurship via R&D investments and virtual world presence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(2), 237-266.
21. Kao, R. W. Y., Kao, K. R., & Kao, R. R. (2002). *Entrepreneurism: A philosophy and a sensible alternative for the market economy*. London: Imperial College Press.
22. Keogh, P. D., & Polonsky, M. J. (1998). Environmental commitment: A basis for environmental entrepreneurship. *Journal of Organizational Change Management*, 11(1), 38-49.
23. Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16(3), 204–228.
24. Koester, E. (2011). *Green entrepreneur handbook*. Boca Raton, Florida: CRC Press, Taylor and Francis Group.
25. Kuratko, D. F., & Hodgets, R. M. (2002). *Entrepreneurship: A contemporary approach*. Fort Worth, TX: Dryden Press, 5th edition.
26. Kyro, P. (2001). To grow or not to grow: Entrepreneurship and sustainable development. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 8(1), 15-28.
27. Larson, A. L. (2000). Sustainable innovation through an entrepreneurial lens. *Business Strategy and the Environment*, 9(5), 304-17.
28. Linnanen, L. (2002). An insider's experiences with environmental entrepreneurship. *Greener Management International*, 38, 71-80.
29. Martín-Rojas, R., García-Morales, V. J., & Bolívar-Ramos, M. T. (2013). Influence of technological support, skills and competencies, and learning on corporate entrepreneurship in European technology firms. *Technovation*, 33(12), 417-430.

30. McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875–895.
31. Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493–509.
32. O'Shea, R. P., Chugh, H., & Allen, T. J. (2008). Determinants and consequences of university spinoff activity: a conceptual framework. *The Journal of Technology Transfer*, 33(6), 653-666.
33. OECD. (2008). Eco-innovation policies in the United States. Retrieved from <http://www.oecd.org/unitedstates/44247543.pdf>
34. Pastakia, A. (1998). Assessing ecopreneurship in the context of a developing country: The case for India. *Greener Management International*, 38, 93-108.
35. Petti, C., & Zhang, S. (2011). Factors influencing technological entrepreneurship capabilities: Towards an integrated research framework for Chinese enterprises. *Journal of Technology Management in China*, 6(1), 7-25.
36. Petti, C., & Zhang, S. (2014). Factors influencing technological entrepreneurship in Chinese firms: evidence from Guangdong. *International Journal of Technology Management*, 65(1-4), 70-95.
37. Quinn, J. B. (1971). Next big industry: Environmental improvement. *Harvard Business Review*, 49(5), 120-131.
38. Razeghi, N., & Lotfi Khachaki, B. (2018). A sociological analysis on the survival challenges and sustainability of NGOs active in social problems: With an emphasis on their relationship with the state. *Sociology of Social Institutions*, 5(11), 97-128. doi:10.22080/ssi.2018.1910
39. Schaltegger, S. (2005). The framework and typology of ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship. In M. Schaper (Ed.), *Making entrepreneurs: Developing sustainable entrepreneurship* (pp. 43-60). Hampshire, GU11 3HR: Ashgate Publishing Limited.
40. Schaltegger, S. (2005). The framework and typology of ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship. In M. Schaper (ed.), *Making Ecopreneurs* (pp. 95-114). London, England: Routledge.
41. Schaper, M. (2002). The essence of ecopreneurship. *Greener Management International*, 38, 26-30.
42. Schaper, M. (2005). Understanding the green entrepreneur. In M. Schaper (Eds.), *Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship* (pp. 3-12). Hampshire, UK: Ashgate Publishing Limited.
43. Schnick, H., Marxen, S., & Freiman, J. (2002). Sustainability issues for startup entrepreneurs. *Greener Management International*, 38, 59-70.

- 44.Scott, W. R. (1995). *Organization theory: from Chester Barnard to the present and beyond*. New York, NY: Oxford University Press.
- 45.Shrivatava, P. (1995). The role of corporations in achieving ecological sustainability. *Academy of Management Review*, 20, 936–960.
- 46.Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 46(3), 308–331.
- 47.Strauss, A. L., & Corbin, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*.
- 48.Suh, C. S., Chang, P. Y., & Lim, Y. (2012). Spill-up and spillover of trust: An extended test of cultural and institutional theories of trust in South Korea. *Sociological Forum*, 27(2), 504–526.
- 49.Tadbiri S. R. A. (2005). *Management and Organization*. Tehran, Iran: Islamic Azad University Press.
- 50.Taylor, D. W., & Walley, E. E. (2003). *The green entrepreneur: visionary, maverick or opportunist?* Retrieved from <http://econwpa.repec.org/eps/mic/papers/0307/0307002.pdf>
- 51.Thompson, N., Kiefer, K. and York, J. (2011), Distinctions not dichotomies: Exploring social, sustainable, and environmental entrepreneurship. In G. Lumpkin, & J. Katz (eds.), *Social and sustainable entrepreneurship (advances in entrepreneurship, firm emergence and growth)* (pp. 201-229, Vol. 13). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- 52.Tillery, F. (1999). The gap between the environmental attitude and the behavior of small firms. *Business Strategy and the Environment*, 8(4), 238-248.
- 53.Umam, K. K., Dhewanto, W., & Larso, D. (2008). Higher education institution and technology transfer. *Proceedings of the 5th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange, Melbourne* (pp. 461-474). AGSE
- 54.Utting, P. (2000). Business responsibility for sustainable development, Retrieved from <https://www.econstor.eu/handle/10419/148835>
- 55.Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale, current issues and future challenges. In U. Figlisteraller, H. J. Pietner, T. Volery, & W. Weber. (Eds.), *Radical change in the world: Will SMEs soar or crash?* (pp. 541-553). St. Gallen: KMU Verlag.
- 56.Yildirim, A. (2003). Instructional planning in a centralized school system: Lessons of a study among primary school teachers in Turkey. *International Review of Education*, 49(5), 525-543.
- 57.Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.