

طراحی مدل توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی (مطالعه موردی: شهرستان کرمانشاه)

*بیژن رضایی^۱، نادر نادری^۲، سحر رستمی^۳

۱. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۳. دانشجوی دکتری آینده‌پژوهی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

(دریافت: ۱۳۹۷/۰۳/۱۶ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۲۷)

Developing a Green Entrepreneurship Model in Agricultural Sector (Case Study: Kermanshah County)

*Bijan Rezaee¹, Nader Naderi², Sahar Rostami³

1. Assistant Professor of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran

2. Assistant Professor of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran

3. Ph.D. Student of Future Studies, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

(Received: 2018.06.06 Accepted: 2018.09.18)

Abstract:

Green entrepreneurship is now recognized as an effective strategy for the socio-economic development of countries, and its development can play an important role in sustainable employment creation, reducing environmental problems, reducing illnesses caused by unhealthy food and fertilizing more agricultural land. The main purpose of the present research is Developing a Green entrepreneurship model in agricultural sector (Case Study: Kermanshah County). This research is based on the Practical purpose and The overall approach is qualitative and Grounded Theory has been done. using Purpose foul and snowball sampling methods, Deep and semi-structured interviews were conducted with 14 experts from the field of agriculture and green entrepreneurship. The data from the interviews were analyzed through open, Axial and selective coding. Paradigm pattern of green entrepreneurship development from the causal conditions (scientific capacity of universities, strategic position of Kermanshah city, existence of environmental and natural factors, human resources, availability of agricultural equipment and alternative methods, presence of expert experts), factors of existence Export fields, globalization), interventional variables (development of technical and economic support issues, planning and policy development for the development of green entrepreneurship, stopping protection from chemical pesticide producers), strategies (promotion) And culture, training farmers, creating the ability to differentiate products, creating rules and regulations, and Letter-writing on the approval and sale of green products, the formation of associations, the integration of agricultural land) and the consequences (employment creation, human and environmental health, sustainable rural development, innovation and value creation, and fostering a generation Healthy children and adolescents) for the city of Kermanshah.

Keyword: Entrepreneurship, Sustainable Agriculture, Green Entrepreneurship, Kermanshah Township, Grounded Theory.

چکیده:

امروزه کارآفرینی سبز به‌عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها شناخته شده است و توسعه آن می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات محیط‌زیستی، کاهش بیماری‌ها و باروری بیشتر زمین‌های کشاورزی داشته باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی مدل توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود. این پژوهش برحسب هدف کاربردی و رویکرد کلی آن کیفی بوده و با استفاده از روش نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. در این پژوهش، با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی، با ۱۴ نفر از متخصصان حوزه کشاورزی و کارآفرینی سبز مصاحبه عمیق و نیمه- ساختارمند به عمل آمد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تجزیه و تحلیل شد. الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی سبز از شرایط علی (ظرفیت علمی- پژوهشی دانشگاه‌ها، موقعیت راهبردی شهرستان کرمانشاه، وجود عوامل محیطی و طبیعی، وجود نیروی انسانی، وجود تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین، وجود کارشناسان خبره)، عوامل زمینه (وجود زمینه‌های صادرات، جهانی شدن)، متغیرهای مداخله‌گر (گسترش مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در جهت توسعه کارآفرینی سبز، توقف حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی)، راهبردها (ترویج و فرهنگ‌سازی، آموزش کشاورزان، ایجاد توانایی در تمایز محصولات، ایجاد قوانین و مقررات تعریف شده، برنامه‌ریزی در زمینه تأیید و فروش محصولات سبز، ایجاد تشکل‌ها، یکپارچه کردن زمین‌های کشاورزی) و پیامدها (ایجاد اشتغال، تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست، توسعه پایدار روستایی، نوآوری و ارزش آفرینی و بسترسازی برای پرورش نسل سالم کودکان و نوجوانان) برای شهرستان کرمانشاه تشکیل شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کشاورزی پایدار، کارآفرینی سبز، شهرستان کرمانشاه، نظریه داده بنیاد.

* نویسنده مسئول: بیژن رضایی (این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه رازی می‌باشد)

*Corresponding Author: Bijan Rezaee

E-mail: Rezaee61@yahoo.com

مقدمه

بخش کشاورزی و مناطق روستایی با مشکلات بی‌سابقه محیط‌زیستی، به‌خصوص در طول دو دهه گذشته مواجه شده است؛ بنابراین هرچند کشاورزی نقش بسیار مهمی در اقتصاد ایفا می‌کند، اما در کارآمد بودن این بخش برای کاهش فقر در مناطق روستایی، ایجاد امنیت غذایی و درآمد پایدار برای کشاورزان و سایر روستاییان نگرانی‌هایی به وجود آمده است (Tatlidil et al., 2009). در ایران، بخش کشاورزی مهم‌ترین بخش تولیدی غیرنفتی در اقتصاد محسوب می‌شود که ۶/۹۷ درصد از کل وزن صادرات کالاهای غیرنفتی و ۱۸/۹۵ درصد از ارزش کل کالاهای صادراتی غیرنفتی را در سال ۱۳۹۳ (وزارت جهاد کشاورزی ۱۳۹۳) و ۲۳ درصد اشتغال (معادل ۳/۵ میلیون نفر) را فراهم نموده است (Motaharif, 2014).

در آینده، به خاطر افزایش درآمد و افزایش دو تا سه میلیارد نفر به جمعیت جهان (DESA, 2009) تقاضا برای غذا به‌شدت افزایش پیدا خواهد کرد و از این رو کشاورزی برای پاسخ مناسب به این تقاضا نیازمند تغییر و افزایش بهره‌وری است (Dobermann & Nelson, 2013)؛ اما توجه به این نکته ضروری است که صرف افزایش بهره‌وری بدون توجه به پایداری نه تنها مشکل را حل نخواهد کرد؛ بلکه مسایل متعدد محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی دیگری را نیز ایجاد می‌کند. در دهه‌های اخیر تحقیقات توسعه کشاورزی عمدتاً معطوف به حداکثر سازی درآمد کشاورزان از طریق استفاده گسترده از نهاده‌های خارج از مزرعه بوده، در حالیکه توجه کمتری به حفظ و نگهداری منابع، کیفیت محصولات تولیدی و در نهایت کشاورزی پایدار شده است (Foresi et al., 2016). آسلینو^۱ (۲۰۱۶) نیز معتقد است که فشارهای محیط‌زیستی ناشی از تولید متعارف باعث افزایش نگرانی‌ها در تمام جنبه‌های فعالیت‌های کشاورزی و مسائل محیط‌زیستی شده است. مطالعات مختلف آزمایشگاهی طی چندین دهه، ارتباط بین انواع کاربرد آفت‌کش‌ها و بروز بیماری‌هایی نظیر انواع حساسیت‌ها، مسمومیت غذایی و سرطان‌های سینه، روده، پانکراس و تیروئید (Hayati et al., 2010)، بروز انواع نقایص مادرزادی، تولد نوزادان با وزن کم، سقط‌جنین، بلوغ زودرس و یا دیررس، کاهش باروری و یا ناباروری، تغییر در سرعت متابولیسم،

اختلال در سیستم غدد داخلی، ضعف عضلانی، کاهش حافظه، آسیب به سیستم عصبی و مغز و کاهش کارایی سیستم ایمنی بدن را در انسان نشان می‌دهد. آمار بالای سرطان به‌ویژه سرطان دستگاه گوارش در ایران نسبت به سایر کشورها به وجود کادمیم و نیترات بیش از سطح استاندارد جهانی در محصولات کشاورزی و سبزی‌ها مربوط می‌باشد. زیرا ۸۰ درصد کودهای مصرفی در کشاورزی ایران را کودهای اوره و فسفر تشکیل می‌دهد (Chaechi, 2009). بر این مبنای حرکتی پویا و پایدار در جهت استفاده بهینه از منابع موجود، افزایش کیفیت و کمیت تولید محصولات با تأکید بر حفظ احیا محیط‌زیست، ضروری است و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبردی برای پیشبرد توسعه پایدار یکی از دغدغه‌های اصلی کنشگران نهادی این بخش به شمار می‌رود.

از سوی دیگر، ضرورت مطالعه کارآفرینی به علت نقش آن در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، افزایش بهره‌وری، نوآوری فنی و تغییرات ساختاری است (Shane, 1996). در دهه‌های اخیر رویکرد کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهبردهای توسعه روستایی مورد توجه است و نظریه‌پردازان و مجریان دولتی درصد برآمده اند تا با ارائه راهکارها و روش‌های جدید از معضلات و مسائلی که نواحی روستایی گریبان گیر آن هستند، بکاهند (Chowdhury, 2007). کارآفرینی سبز نیز می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی گردد، چراکه از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه رونق کسب‌وکارهای سبز گرد هم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت‌های زیست اقتصادی مبتنی بر کسب‌وکارهای سبز را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به پیشینه‌سازی بازده اقتصادی و کمینه‌سازی ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود (Dekamin, 2013). کارآفرینی سبز شامل مشاغل‌اند که در فعالیت‌های اقتصادی درگیرند و به حفاظت یا بازیابی محیط‌زیست و یا حفظ منابع طبیعی کمک می‌کنند (Roth, 2012). در واقع، وجود برخی نقص‌ها در بازار باعث ایجاد مشکلات محیط‌زیستی شده که خود باعث ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه برای کارآفرینان جدید در جهت رفع این مشکلات می‌شود (Dean & McMullen, 2007)؛ بنابراین تخریب محیط‌زیست منجر به ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه جدید می‌شود. در

نشان می‌دهد که برای بهبود امور در راستای توسعه کارآفرینی سبز چه راهبردهایی را اتخاذ کنند. در این پژوهش سعی شده است که به کمک نظریه داده بنیاد، مدلی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز برای شهرستان کرمانشاه طراحی و تدوین گردد. در ادامه مبانی نظری پژوهش و در نهایت پیشینه مرتبط با آن-ها بیان شده است.

کارآفرینی سبز

بنت^۱ (۱۹۹۱)، برله^۲ (۱۹۹۱) و بلو^۳ (۱۹۹۰) برای اولین بار از عبارات «کارآفرین محیط‌زیستی»، «کارآفرین سبز»، «کارآفرین سازگار با محیط‌زیست» و «کارآفرین بوم‌شناختی» در مطالعات خود استفاده نمودند. بر اساس مرور این دست منابع، خصوصیات بنیادی کارآفرینان سبز به‌قرار زیر است:

کارآفرینان سبز از فرصت‌های جدید کسب‌وکار استفاده و بر آن سرمایه‌گذاری می‌کنند که معمولاً شامل ریسک بسیار بالایی می‌باشد و نتیجه این سرمایه‌گذاری‌ها در کسب‌وکار غالباً غیرقابل پیش‌بینی است. کارآفرینان سبز از انگیزه ذاتی برخوردارند، همچنین فعالیت‌های کسب‌وکار آنها اثر کلی مثبت بر محیط‌زیست طبیعی و پایداری اقتصادی داشته و به‌طور آگاهانه معطوف به تضمین آینده‌ای پایدارتر است.

کارآفرینی سبز شکلی نو از فعالیت کسب‌وکار است که با نیازهای شرکت برای سودآوری و توسعه با در نظر گرفتن ابعاد محیط‌زیستی تطابق دارد (Marios et al., 2011) و از ارزش‌های محیط‌زیستی به‌عنوان جزء اصلی هویت خود استقبال می‌کنند و به آن به‌عنوان مزیت رقابتی شرکت خود در بازار می‌نگرند (Ivan & Sascha, 2012). کارآفرینی سبز را می‌توان به‌عنوان عمل شروع کسب‌وکار جدید در پاسخ به یک فرصت شناخته‌شده برای دستیابی به سود و ایجاد (حداقل سازی) اثر جانبی محیط‌زیستی تعریف نمود (Wallenberg, 2012). به‌طور کلی کارآفرینی سبز می‌تواند:

- شغل ایجاد کند و فرصت‌های کارآفرینی ارائه دهد.
- کارایی انرژی را افزایش دهد، در نتیجه از منابع طبیعی حفاظت کند و هزینه‌ها را کاهش دهد.
- و سبب تشویق مصرف‌کنندگان به استفاده از کالاهای سازگار با محیط‌زیست شود (Allen & Malin, 2008).

نگاهی ایده‌آل به موضوع می‌توان گفت که در بنگاه‌ها برای دستیابی به حداکثر سود، فقط باید مسائل بنگاه مورد ملاحظه قرار گیرد اما توجه به این نکته ضروری است که بنگاه‌ها علاوه بر سود می‌توانند با ملاحظه جنبه‌های اخلاقی، اجتماعی و اکولوژیکی به شهرت و اعتبار عمومی نیز دست یابند. بنابراین کارآفرینی سبز فرصتی برای بنگاه‌های اقتصادی است تا خود را از سایر بنگاه‌ها متمایز نمایند و فرصتی طلایی برای پیشرفت خود فراهم نمایند (Kyro, 2001).

استان کرمانشاه یکی از قطب‌های کشاورزی کشور است و طی سال‌های اخیر سرطان دستگاه گوارش به یکی از پنج سرطان شایع استان تبدیل شده است. این امر می‌تواند به‌صورت ویژه به مسئله امنیت غذایی بیش‌ازپیش پرداخته شود و به‌موازات این مسئله موضوع سلامت غذا نیز مورد توجه مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی قرار گیرد. از طرفی استان کرمانشاه دارای مزیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه در جهت توسعه کسب‌وکارهای سبز است مانند وجود اقلیم متنوع و تنوع گیاهی، خاک و آب مناسب و وجود نور خورشید و در نتیجه امکان کاشت محصولات کشاورزی متنوع؛ همچنین وجود تعداد زیادی تحصیل‌کردگان بخش کشاورزی و اشتغال جمعیت زیادی از مردم استان کرمانشاه در بخش کشاورزی. استان کرمانشاه هم‌اکنون به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید محصولات ارگانیک در کشور مطرح است و در سال‌های اخیر با وجود کمبود بارندگی و خشکسالی‌ها جایگاه خود را حفظ کرده است و اولین اقدامات تحقیقی و آزمایشی در این زمینه در کرمانشاه انجام شده است (Abbasi, 2011). لذا مسئله اصلی در این پژوهش طراحی مدل توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه است. این پژوهش در راستای تبیین جایگاه کارآفرینی سبز، به‌عنوان حوزه جدیدی در حفاظت از محیط‌زیست، به دنبال رفع مشکلات اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی است و به‌کارگیری هم‌زمان کشاورزی دقیق، کشاورزی ارگانیک و تولید محصول سالم را به‌عنوان راه‌حلی برای کاهش استفاده از نهاده‌های شیمیایی با هدف سلامت و کیفیت محصولات تولیدی درون مزرعه مدنظر قرار می‌دهد. علاوه بر این، این پژوهش در فرهنگ‌سازی مردم برای استفاده از محصولات سبز می‌تواند مثرتر واقع شود همچنین به مسئولان سازمان‌های جهاد کشاورزی، حفاظت محیط‌زیست، غذا و دارو، استاندارد و تحقیقات صنعتی در استان کرمانشاه

1. Bennett
2. Berle
3. Blue

عوامل اثرگذار درونی و بیرونی برای توسعه کارآفرینی سبز: الف) از جمله عوامل اثرگذار بیرونی که باعث توسعه کارآفرینی سبز می‌شوند: (Polonsky & Rosenberger, 2009)

۱- ارضای تقاضای مصرف‌کنندگان: امروزه شرکت‌ها و سازمان‌ها مجبورند به خاطر ارضای نیازهای مشتریان و عمل به مسئولیت اجتماعی و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مسائل مربوط به حفظ محیط‌زیست را در فعالیت‌های خود جای دهند. مثلاً مک‌دونالد نمونه بارزی است که به خاطر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و ارضای تقاضای آنها ترکیب بسته‌بندی‌های خود را عوض کرده است.

۲- واکنش نسبت به اقدامات رقبا: هنگامی که یک شرکت در تولید محصولاتش ملاحظات محیط‌زیستی را مدنظر قرار می‌دهد، شرکت‌های دیگر بایستی استراتژی‌های خود را در تولید محصولاتشان تغییر دهند، در غیر این صورت سهم بازارشان را از دست خواهند داد.

۳- دخالت روزافزون دولت: در کشورهای مختلف دولت‌ها برای حفظ محیط‌زیست سالم از راه‌های مختلف استفاده می‌کنند (Kotler & Gary, 1999).

۴- افزایش آلودگی محیط‌زیست: با توجه به آلوده‌تر شدن محیط‌زیست، شرکت‌ها بایستی برای جلوگیری از این امر در راستای نهضت سبز گام بردارند. آلودگی محیط‌زیست باعث شده است که فشارهای اجتماعی از جانب مصرف‌کنندگان، خط‌مشی‌های دولت و شرکت‌ها را به سوی کارآفرینی سبز تغییر جهت دهند (Kotab & Helsen, 2004).

ب) برخی از عوامل اثرگذار درونی در جهت توسعه کارآفرینی سبز:

۱- اولین دلیل و یا به عبارت دیگر مهم‌ترین دلیل، عامل هزینه است. بدین معنی که سبز بودن می‌تواند به کارایی بیشتر منافع و صرفه‌جویی‌های مالی منجر شود؛ یعنی اینکه از ورودی کمتری استفاده می‌شود و بنابراین زباله کمتری تولید خواهد شد و آلودگی کاهش خواهد یافت (Polonsky & Rosenberger, 2009).

۲- دومین عامل درونی، فلسفه شرکت است. زمانی که شرکت‌ها به اهداف محیطی همانند دیگر اهداف شرکت اهمیت می‌دهند و مسائل محیطی را در فلسفه شرکت می‌گنجانند، بحث سبز بودن با استراتژی‌های شرکت گره می‌خورد و سپس آن را با فعالیت‌های تاکتیکی‌اش در هم می‌آمیزد.

۳- سومین عامل درونی، ایجاد موضع رقابتی در بازار است. شرکت‌هایی که مسائل محیطی را در فرایندهای بازاریابی و تولید محصول در نظر دارند نسبت به رقبای موضع رقابتی بهتری برای خود ایجاد می‌کنند. پس می‌توان گفت، رعایت اصول بازاریابی سبز باعث می‌شود که مصرف‌کنندگان دید بهتری نسبت به شرکت داشته باشند (Kotler & Gary, 1999).

انواع کارآفرینی سبز

کارآفرین‌های سبز به‌عنوان عوامل تغییر اجتماعی عمل می‌کنند (Anderson, 1998)، که ناشی از دیدگاه منحصر به فرد و مشتاقشان برای شکوفایی هنجارهای جامعه است (Keogh & Polonsky, 1998). اندرسون استدلال می‌کند که در درون، کارآفرین‌ها و محیط زیست‌گرایان به‌اندازه‌ای که به‌صورت ظاهری نشان می‌دهند متفاوت نیستند (Anderson, 1998).

پژوهش‌های اخیر «نوع‌شناسی» به خصوصی را ایجاد کرده است که به‌طور وسیعی کارآفرینان زیست‌محیطی را طبقه‌بندی می‌کند (Taylor & Walley, 2004؛ Kyro, 2001). تیلبور و والی تأکید دارند که تفاوت درونی انگیزه‌ها و اجبارات ساختاری بیرونی روی کارآفرین‌های زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد. آن‌ها ۴ طبقه زیر از کارآفرین‌های سبز را معرفی کردند: کارآفرین‌های نوآور، کارآفرینان زیست‌محیطی غیررسمی، افراد مستقل پایبند به اخلاق، تأثیرپذیر از فشارهای ساختاری. طبقه تأثیرپذیر از فشارهای ساختاری، بیشترین قابلیت تغییر را دارند و به‌عنوان

یک رابط بین دو گرایش دیده می‌شود (Taylor & Walley, 2004).

مطابق با انواع اخیر، اسحاق بین انواع کارآفرینی سبز «سبز» و «سبز سبز» فرق قائل شده است. مشاغل «سبز» نسبت به نگرانی‌های زیست‌محیطی واکنشی نشان نمی‌دهند، اما در حین فعالیت ابتکاراتی را به دلیل مزیت‌های بازار یا به دلیل فشارهای ساختاری ایجاد می‌کنند. به عبارت دیگر، «نوع ایده‌آل» کارآفرین سبز «مشاغل سبز سبز» را ایجاد خواهد کرد، که از آغازشان کاملاً سبز هستند. نکته بسیار مهمی است که کارآفرین‌های زیست‌محیطی دارای این بینش، به این دلیل کسب‌وکاری را ارائه می‌کنند که ساختار بازار را در هر بخشی از آن که شرکت کرده‌اند؛ در بخش صنعتی، توریسم و تفریح،

سبز سبز؛ به کسب‌وکارهایی اطلاق می‌شود که علاوه بر کسب سود و منافع مادی، با تغییر فرهنگ کارآفرینان و همچنین فشار اجتماعی، آنان را نسبت به مسائل زیست‌محیطی مسئولیت‌پذیر می‌کند (Issak, 2002).

خرده‌فروشی، یا هر بخش دیگری دگرگون سازند. شغل سبز؛ به کسب‌وکارهای پایداری اطلاق می‌شود که کارآفرینان بدون توجه به مسائل اخلاقی حاکم بر این مشاغل صرفاً به بررسی هزینه، سود و نوآوری در کسب‌وکار توجه می‌کنند؛ اما مشاغل

گرایش‌های اقتصادی Economic Tendencies			
اثرات ساختاری کم Low structural effects	کارآفرین محیط‌زیستی غیررسمی Unofficial environmental entrepreneur	فرصت طلب نوآور Innovative Opportunity	اثرات ساختاری زیاد High structural effect
(شبکه‌های شخصی، تجارب گذشته، خانواده و دوستان، تحصیلات و غیره) (Personal network, Past experiences, family and friends, education and ...)	مستقبل مبتنی بر اخلاقیات Independent Ethics	تأثیرپذیری از فشارهای ساختاری Impact of pressures	ناظرها، گروه‌های فشار زیست‌محیطی، بازار و مصرف‌کنندگان سبز و غیره) (look at it, Environmental pressure group, Marcet and Green Consumers and ...)
تمایل به پایداری Tendency to Sustainable			

شکل ۱. نوع شناسی کارآفرینی سبز
Figure 1. Green Entrepreneursh typology

بیشتر بخش اقتصاد سبز متوقف شد و سرمایه‌گذاری در فناوری انرژی جایگزین، شدیداً کاهش یافت (OECD, 2011). همین مسئله برای تقویت تولید پایدار در کشاورزی اتفاق افتاد. سرمایه‌گذاری‌های عظیم بخش خصوصی در تحقیقات و توسعه کشاورزی حین دوره جنگ جهانی اتفاق افتاد؛ اما وقتی تهدید کمونیست در انتهای دهه ۱۹۸۰ از بین رفت، بیشتر دولت‌ها تمایلی به سرمایه‌گذاری بیشتر در کشاورزی نشان نداده و آن را به بخش خصوصی سپردند. بحران جهانی غذا به همراه روش‌های غیر پایدار کشاورزی تا حد زیادی نتیجه این غفلت نسبت به کشاورزی در دو دهه اخیر بوده است (Aerni, 2008). امروزه بسیاری از نواحی روستایی در سطح جهانی، به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند که از جمله دلایل آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است. در نتیجه هرروز در این مناطق با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله توسعه‌ای بین شهر و روستا کمبود منابع انسان‌ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پسرفت‌های محیط‌زیستی و غیره و بحران‌هایی (بحران آب و خشکسالی، بحران خاک و کاهش

کارآفرینی سبز در کشاورزی

کارآفرینی سبز می‌تواند درآمد و فرصت‌های اشتغال قابل‌ملاحظه‌ای در خارج از شهرهای بزرگ ایجاد نماید و از این طریق به اهداف کلی دولت در کاستن از عدم تعادل اقتصادی بین مناطق باری رساند. بی‌تردید کارآفرینی سبز نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایداری همه جوامع دارد. دستیابی به آرمان‌های توسعه پایدار کشور که جایگاه شایسته‌ای در اقتصاد جهانی فراهم می‌کند تنها از طریق اجرای راهبرد توسعه کارآفرینی سبز امکان‌پذیر است (Goharshahi, 2014). کارآفرینان سبز به علت تعهد بی‌ثبات از جانب بخش خصوصی اغلب در تلاش برای بقا هستند، چراکه حمایت مالی این بخش به‌سادگی با تغییرات هرروزه در سیاست و لابی‌ها دستخوش تغییر می‌شود. برای نمونه، کسب‌وکار انرژی خورشیدی و بادی در دهه ۱۹۷۰ و بیشتر در ایالات‌متحده به علت واکنش دولت نسبت به بحران نفت پدیدار شد. بهبودهای عظیم در فناوری انرژی خورشیدی و بادی در تحقیقات بخش خصوصی اتفاق افتاد و محرک‌های سیاسی منجر به سرمایه‌گذاری بیشتر بخش خصوصی در تجاری‌سازی این فناوری‌های نوظهور گشت؛ اما وقتی نفت دوباره ارزان شد، عمده اقدامات دولت برای تقویت

فرآوری، انرژی و دام به خود اختصاص داده است (Hosainzadeh et al., 2014).

بابایی (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای با عنوان نقش رسانه‌های جمعی در توسعه کار شایسته و مشاغل سبز به این نتایج دست‌یافت که رسانه‌های جمعی می‌توانند در مرحله اول با اعلام و تبیین مفاهیم کار شایسته و مشاغل سبز افکار عمومی را با آن آشنا سازند و در ادامه با استفاده از شیوه‌های متعدد اطلاع‌رسانی و بهره‌مندی از روش‌های هنری و جذابیت‌های خاص، موجبات شکل‌گیری و تثبیت آن را به‌عنوان یک ارزش فراهم نمایند. حسین زاده و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان نقش آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی در توسعه مشاغل سبز و پایدار روستایی، بیان می‌کنند که آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی، متناسب با کسب‌وکارهای سبز مانند کشاورزی ارگانیک، تولید غذای سالم، صنایع فرآوری و مدیریت تلفیقی آفات باید مورد توجه قرار گیرد و فرهنگ اقتصاد سبز و بازده اقتصادی درازمدت آن در مناطق روستایی نهادینه شود. نتایج حاصل از پژوهش رضایی و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه نشان دادند موانع اقتصادی، موانع زیرساختی، موانع ترویجی - آموزشی، موانع فنی و مدیریتی و موانع حمایتی عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی است. لی^۱ در تحقیق خود در سال ۲۰۰۸، به شناسایی عوامل مهم مؤثر بر رفتار خرید سبز مشتریان جوان پرداخت. یافته‌ها نشان داد مهم‌ترین عوامل به ترتیب شامل: تأثیر جامعه، اهمیت محیطی، محافظت محیطی و مسئولیت محیطی است. سازمان بین‌المللی کار^۲ (۲۰۱۲) به بررسی مشاغل سبز برای توسعه پایدار در اسپانیا پرداخته است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، اقتصاد سبز فرصت‌های عظیمی برای ایجاد شغل در اقتصاد اسپانیا فراهم نموده است. در یک تحقیق که با عنوان «شغل-های پرزیننه و دشوار سبز» در ایالات متحده در سال 2012 توسط روث^۳ صورت گرفته است و بر این نکته تأکید شده است که اگر مشاغل سبز مشمول کمک‌های دولتی باشند باعث مزیت این مشاغل نسبت به سایر شغل‌ها می‌شود. یی^۴ (۲۰۱۳)، در پژوهشی با عنوان سیاست‌های انرژی پاک و مشاغل سبز

حاصلخیزی آن، آلاینده‌های محیط‌زیستی، تخریب منابع طبیعی، تغییر کاربری اراضی، خرد شدن اراضی کشاورزی، تغییر آب‌وهوا و اقلیم، مواجه هستند که زمینه نارضایتی اکثریت روستاییان از شرایط زندگی و زیست اقتصادی در روستاها مخصوصاً در مناطق حفاظت‌شده را به همراه داشته است. در این ارتباط تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر محیط‌زیست در روستاها بر اساس توان و ظرفیت‌های موجود و فرصت‌های پیش‌رو در آنها می‌تواند تقویت‌کننده توسعه اقتصادی روستاها باشد. در این زمینه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و در کل رونق کسب‌وکارهای سبز می‌شود و تقویت کارآفرینی سبز و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت و توسعه کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید، زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری، حفظ محیط‌زیست) می‌شود. به‌ویژه توجه به کارآفرینی سبز می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی گردد، چراکه از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه رونق کسب‌وکارهای سبز گرد هم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر کسب‌وکارهای سبز را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به پیشینه‌سازی بازده اقتصادی و کمینه‌سازی ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود (Dekamin, 2013).

کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی از طیف وسیعی برخوردار است که هم به توسعه بخش کشاورزی و هم به حل بحران‌های موجود کمک می‌کند. بخش کشاورزی با کارآفرینی سبز بسیار عجین شده است و تعامل بین انسان و محیط‌زیست را نشان می‌دهد. به عبارتی گفته می‌شود بخش کشاورزی ذاتاً سبز است، اما در کنار آن بسیاری از فرایندهای بخش کشاورزی که در حال حاضر تعریف می‌شود و در حال توسعه است، جزء مشاغل سبز قرار دارد؛ از قبیل کشاورزی ارگانیک، تولید مواد غذایی با سیستم پایدار، تولید غذای سالم که همگی بر اساس اصول توسعه پایدار و حفظ و نگهداری و پایداری محیط‌زیست بنا شده‌اند. مشاغل سبز زمینه‌های رو به رشدی را در موضوعات علوم خاک، تولید محصولات غذایی، صنایع

1. Lee

2. ILO

3. Roth

4. Yi

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نوع هدف کاربردی و بر اساس ماهیت در گروه تحقیقات کیفی است و با استفاده از روش نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. روش گراند تئوری یا نظریه داده بنیاد یک شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. به طوری که این نظریه در یک سطح وسیع، یک فرآیند، عمل یا تعامل را تبیین می‌کند. در این روش، پژوهش را هرگز از یک نظریه شروع نمی‌کنند و بعد آن را به اثبات برسانند، بلکه پژوهش از یک دوره مطالعاتی شروع و فرصت داده می‌شود تا آنچه متناسب و مربوط به آن است خود را نشان دهد (Bazargan, 2007). در پژوهش حاضر از دو روش اسنادی و میدانی برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. در روش میدانی برای دستیابی به اطلاعات موردنیاز از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته^۵ بهره گرفته شد که در آن محقق از قبل موضوعات و عناوین لازم برای پوشش دادن به اطلاعات را آماده می‌کند، ولی پرسش‌ها به صورت باز و کلی هستند؛ یعنی از قبل تهیه نمی‌شوند و جریان مصاحبه تا حد زیادی متکی بر پرسش‌هایی است که خودبه‌خود در تعامل مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده پیش می‌آیند. این مصاحبه‌ها به صورت ملاقات حضوری انجام گردید و مدت‌زمان آن‌ها به‌طور میانگین ۵۲ دقیقه بود که با اخذ وقت قبلی و هماهنگی صورت گرفت و در مجموع حدود ۷ ماه غیر متوالی به طول انجامید.

به‌منظور نمونه‌گیری، همسو با تحقیقات کیفی که از نمونه‌گیری آماری پیروی نمی‌کنند با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند^۶ و گلوله برفی با ۱۴ نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی، مدیران سازمان جهاد کشاورزی و سازمان نظام‌مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی استان کرمانشاه، واحدهای کشاورزی مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمانشاه، مدیران انجمن تولیدکنندگان ارگانیک استان کرمانشاه و مدیران سازمان حفاظت محیط‌زیست استان کرمانشاه مصاحبه به عمل آمد. در نمونه‌گیری هدفمند، اصولاً هدف محقق انتخاب نمونه‌هایی است که اطلاعات زیادی^۷ در مورد موضوع تحقیق داشته باشد (Sarmad et al., 2014).

نشان داد که هر یک از سیاست‌های انرژی پاک متناسب با ۱٪ کار سبز بیشتر است. بی (۲۰۱۴)، در تحقیق دیگری با تحلیل آماری از مجموعه داده‌های طولی به‌دست‌آمده از ۴۸ ایالت نشان داد که استفاده از خط‌مشی‌های انرژی تجدیدپذیر، اجازه صادر کردن انرژی تجدیدپذیر، وضع قانون محدودیت حداقل دستمزد و حضور شرکت‌های تجاری انرژی سبز از اصلی‌ترین عوامل محرک تجارت سبز در ایالات‌متحده آمریکا است. در تحقیقات کوباتا^۱ (۲۰۱۴) راهکارهایی در جهت توسعه کارآفرینی سبز که شامل: همکاری وزارتخانه‌ها، تدوین برنامه‌های عملیاتی، اختصاص بودجه مناسب به کسب‌وکارهای سبز، ارائه برنامه‌های آموزشی، ایجاد تعاونی‌ها و صندوق‌های حمایتی مردمی، مطالعه گسترده و پژوهش درباره مشاغل سبز و تمرکز روی بازار برای کنترل تقاضا ارائه نمود. دمیر و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که قوانین انگیزشی مانند تخفیف‌های مالیاتی یا معافیت‌های مالیاتی همچنین حمایت از ادارات توسعه منطقه‌ای برای پشتیبانی از کارآفرینان وجود دارد که می‌تواند فرصتی برای راه‌اندازی کسب‌وکار سبز برای کارآفرینان محلی نیز باشد. باین‌حال کارآفرینی سبز نمی‌تواند به سطح مطلوبی از توسعه در کشور ترکیه برسد که یکی از دلایل آن عدم وجود اطلاعات کافی در مورد کارآفرینی سبز است. برندت و اسوندسن^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی از لحاظ نظری چهار مهارت کارآفرینی را در نظر می‌گیرند و مطرح می‌کنند که حداقل دو مورد از این مهارت‌ها برای تحقق کارآفرینی سبز باید وجود داشته باشد. در جزیره سامسو برای معرفی انرژی تجدیدپذیر سه مورد از این مهارت‌ها شامل سود، ارتباطات و اعتماد وجود دارد. باین‌حال قادر به فعال کردن مهارت چهارم توانایی متقاعد کردن کنشگران محلی در مورد ارزش کارآفرینی سبز نیستند؛ بنابراین نتیجه اصلی پژوهش ضرورت توجه به متقاعد کردن مردم محلی غیر سبز در مورد سودآوری مدیریت محیط‌زیستی محلی است. در تحقیق آسلینو^۴ (۲۰۱۶) پایداری و رقابت‌پذیری مزارع رومانی از طریق کشاورزی پایدار موردبررسی قرار گرفت. در این تحقیق استفاده از روش‌های کشاورزی ارگانیک به‌عنوان سازوکاری برای افزایش پایداری کشاورزی ذکر شده است.

1. Kubota
2. Demir Aslu et al
3. Brandt & Svendsen
4. Aceleanu

5. Semi-structured
6. Purpose foul sampling
7. Information-rich

پژوهش حاضر تلاش گردید که بیش از یک مشاهده‌گر، مصاحبه‌گر و تحلیلگر برای کاهش سوگیری در جمع‌آوری، گزارش دهی، کدگذاری و تحلیل داده‌ها به‌کاربرده شود و اطلاعات از منابع مختلف مانند بررسی اسناد و مدارک و مصاحبه با افراد مختلف و متخصص در این حوزه به عمل آید.

یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت شناختی

از ۱۴ نفر جامعه مورد مطالعه، ۱۱ نفر مرد و ۳ نفر زن بودند. از لحاظ وضعیت سنی، ۵ نفر بین ۴۰-۳۰ سال، ۶ نفر بین ۵۰-۴۰ سال، ۱ نفر بین ۶۰-۵۰ و ۲ نفر بالای ۶۰ سال بوده‌اند. از لحاظ مدرک تحصیلی نیز ۱ نفر کارشناسی، ۶ نفر کارشناسی ارشد و ۷ نفر دکتری بوده‌اند.

کدگذاری باز

کدگذاری باز شامل دو فعالیت کلیدی مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی است. طی کدگذاری باز، داده‌ها چندین بار مرور شدند و از طریق فهرست کردن نکات کلیدی توسط پاسخگویان، به هر نکته یک برچسب یا کد نسبت داده شد. محقق با مراجعه به کدهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها و با مطالعه عمیق متن مصاحبه‌ها، کدهایی را که به یک مفهوم اشاره داشتند و در یک طبقه قرار می‌گرفتند، در یک مفهوم قرارداد و سپس مفاهیم مرتبط با یک مقوله را نیز در سطحی انتزاعی‌تر، در یک مقوله قرار داد. در این مرحله، ۱۷۴ کد اولیه استخراج‌شده از نکات کلیدی مصاحبه‌ها، به ۶۶ مفهوم تبدیل شدند و از مقایسه و طبقه‌بندی مفاهیم ۲۳ مقوله تعیین شدند که به‌طور کامل در کدگذاری محوری تبیین شدند.

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده بنیاد است. هدف از این مرحله برقراری رابطه بین طبقه‌های تولیدشده (در مرحله کدگذاری باز) است. این کار بر اساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا فرآیند نظریه را به سهولت انجام دهد. در این مرحله، با بارها مطالعه و بررسی مجدد و فرایند رفت و برگشت بین مفاهیم و مقوله‌های مربوط، اجزای کدگذاری محوری به‌صورت زیر مشخص شدند:

در این راستا، نخست یک گروه اولیه به‌منظور مصاحبه توسط محقق، انتخاب شد و سپس گروه‌های خبره بعدی برای مصاحبه، توسط آن کارشناسان معرفی شدند. برای تعیین حجم نمونه در مطالعات کیفی معیار دقیقی وجود ندارد. در این پژوهش نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری^۱ ادامه یافت. استرابرت و کارپنتر^۲ (۱۹۹۹)، می‌نویسند: اشباع^۳ عبارت است از اینکه با ادامه جمع‌آوری داده‌ها، داده‌های جمع‌آوری‌شده تکرار داده‌های قبلی باشد و اطلاعات جدیدی حاصل نگردد. اشباع داده‌ها با انجام دادن ۱۰ مصاحبه مشاهده شد اما برای اطمینان بیشتر و تأیید یافته‌ها تا نفر چهاردهم مصاحبه‌ها ادامه یافت. در نظریه داده بنیاد، تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری انجام می‌گیرد. روند تجزیه و تحلیل حاصل از پژوهش، هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها در سه مرحله انجام گرفت: کدگذاری باز^۴، کدگذاری محوری^۵، کدگذاری انتخابی^۶. در مرحله کدگذاری باز، با مراجعه به کدهای اولیه استخراج‌شده از مصاحبه‌ها (کدگذاری نکات کلیدی)، کدهایی که به موضوعی مشترک اشاره داشتند، گروه‌بندی شدند و مفاهیم را ساختند و از مقایسه و طبقه‌بندی آن‌ها نیز مقوله‌ها تعیین شدند. در مرحله کدگذاری محوری، به‌منظور مرتبط کردن مقوله‌های اصلی به مقوله‌های فرعی، از الگوی پارادایمی استفاده شد تا شرایط علی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، متغیرهای مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها که اجزای کدگذاری محوری هستند، مشخص شوند. سپس از طریق کدگذاری انتخابی و بر اساس الگوی ارتباط شناسایی‌شده بین مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها در کدگذاری باز و محوری، مقوله‌ها به هم مرتبط شدند و نظام نظری مربوط ارائه شد. خروجی نهایی حاصل از نظریه بنیانی می‌تواند یک عبارت، مدل، تصویر و یا یک جدول باشد (Mansorian, 2007).

در پژوهش حاضر به‌منظور بررسی قابلیت اعتبار پژوهش از روش «مثلث سازی تیم پژوهش»، «درگیری طولانی مدت و مشاهده مداوم»، «انتخاب نمونه‌های مناسب»، «جمع‌آوری و تحلیل هم‌زمان داده‌ها» و «بازنگری مشارکت‌کنندگان» بهره گرفته شد. مثلث سازی تیم پژوهش شامل سه مورد: اجماع داده‌ها، اجماع پژوهشگران و اجماع روش‌ها است که در

1. Theoretical saturation
2. Streubert & Carpenter
3. Saturation
4. Open Coding
5. Axial Coding
6. Selective Coding

جدول ۱. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط علی

Table 1. Concepts and categories identified in accordance with the causal conditions

مقوله اصلی The main category	مقوله فرعی Sub category	مفهوم Concept
	وجود عوامل محیطی و طبیعی Existence of environmental and natural factors	عوامل محیطی Environmental factors وجود باغات دیم و سنتی و محصولات ذاتاً ارگانیک The existence of rain and traditional gardens and intrinsically organic products
	وجود نیروی انسانی Existence of human resources	وجود تعداد زیادی افراد جویای کار There are a lot of job seekers وجود تعداد زیادی از تحصیل کردگان بخش کشاورزی The large number of educated agricultural sector اشتغال جمعیت زیادی از مردم استان کرمانشاه در بخش کشاورزی Employment of a large population of Kermanshah province in agriculture
	موقعیت راهبردی شهرستان کرمانشاه Strategic Position of Kermanshah city	وسعت عرصه تولید در شهرستان کرمانشاه (۳۰٪ تولید استان) The scope of production in Kermanshah township (30% production of the province) دسترسی به بازار شهرستان کرمانشاه نسبت به بقیه شهرهای استان حتی برای انتقال به شهرهای پرجمعیت مثل تهران Access to the market of Kermanshah city compared to other cities of the province, even for transfer to populated cities such as Tehran دسترسی آسان‌تر شهرستان کرمانشاه نسبت به سایر شهرهای استان به متخصصین حوزه کارآفرینی سبز Easier access to Kermanshah city than other provincial cities to Green entrepreneurship experts
	ظرفیت علمی- پژوهشی دانشگاه‌ها Academic-Research Capacity of Universities	نقش دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی The Role of Razi University College of Agriculture نقش دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه The role of Kermanshah University of Medical Sciences
	وجود تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین The availability of agricultural equipment and alternative methods	وجود تکنولوژی‌ها و آزمایشگاه‌ها برای آنالیز و تأیید محصولات ارگانیک و سالم The existence of technologies and laboratories to analyze and validate organic products وجود آزمایشگاه‌های آزمون خاک The existence of soil test labs وجود تعدادی از تجهیزات موردنیاز کشاورزی دقیق Existence of a number of precision agricultural equipment کاربرد سم و کود بیولوژیک و کود حیوانی به جای کود و سم شیمیایی Use of poison and biological fertilizers and animal manure instead of fertilizers and chemical toxins
	وجود کارشناسان خبره Experienced experts	وجود متخصصان دلسوز و مراکز تحقیقاتی The presence of compassionate experts and research centers وجود کارشناسان خبره در حوزه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه Experts Experienced in Green Entrepreneurship in Kermanshah

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

Table 2. Concepts and categories identified in accordance with the Background conditions

مقوله اصلی The main category	مقوله فرعی Sub category	مفهوم Concept
شرایط زمینه‌ای Background conditions	جهانی شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز Globalization and the inevitability of people's tendency to consume green products	جهانی شدن ارتباطات و اتصال مردم به شبکه‌های اجتماعی Globalization of communication and connecting people to social networks بکر و مثبت بودن موضوع کارآفرینی سبز Pristine and positive Green entrepreneurship topic
	وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز Existence of Green products Exporting Fields	استقبال کشورهای خارجی و سهولت در صادرات Welcoming foreign countries and ease of export توانایی متصل شدن سازمان متولی محصولات ارگانیک با سازمان‌های بین‌المللی و رعایت استانداردهای آنان برای انجام صادرات The ability to connect organic organizations with international organizations and comply with their standards for export

۱- شرایط علی^۱

نداریم. زمانی که عوامل محیطی فراهم است معنایش این است که سایر عوامل را می‌توانیم فراهم کنیم.»

۲- پدیده اصلی

پدیده محوری همواره در داده‌ها ظاهر می‌شود و تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن مربوط می‌شود (Corbin & Strauss, 1990). در این پژوهش، پدیده همان توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه می‌باشد.

۳- شرایط زمینه‌ای

مجموعه ویژگی‌های خاص مربوط به پدیده است. به عبارت دیگر این مقوله‌ها بیانگر زنجیره‌ای از شرایط محیطی هستند که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند. از بین مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده در این پژوهش، ۱۲ کد باز، ۴ مفهوم در ۲ مقوله جزء شرایط زمینه‌ای قلمداد شدند که در جدول ۲ مشاهده می‌گردد:

به عنوان نمونه، در ادامه یکی از روایات مربوط به مفهوم وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز آمده است:

«بعدازاینکه سازمان متولی محصولات سبز مشخص شد، می‌توانند به سازمان‌های بین‌المللی متصل شوند که مجوز صادر شده مورد تأیید آنها نیز باشد. به این منظور که مجوز صادر شده تنها بردش داخل کشور نباشد و بحث صادرات نیز مطرح شود. چراکه اگر بخواهیم محصولی را به خارج از کشور صادر کنیم ملزم به رعایت استانداردهای کشور مبدأ هستیم و این استانداردها را کشور مبدأ تأیید می‌کند. بعدازاینکه مجوزی که صادر می‌شود برد بین‌المللی داشته باشد، سازمان صنعت و

منظور از شرایط علی حوادث، رویدادها و اتفاقاتی هستند که منجر به رخداد یا توسعه یک پدیده می‌شوند. پدیده به معنای ایده، حادثه، رویداد و واقعه اصلی است که مجموعه‌ای از کنش‌ها یا واکنش‌ها برای اداره کردن آن هدایت می‌شوند یا مجموعه‌ای از کنش‌ها به آن مربوط است. از بین مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده در این پژوهش، ۳۴ کد باز، ۱۶ مفهوم در ۶ مقوله جزء شرایط علی قلمداد شدند که در جدول ۱ قابل مشاهده است.

به عنوان نمونه، در ادامه یکی از روایات مربوط به عوامل محیطی و طبیعی، آمده است:

«یکی از عواملی که نقش اساسی در کشاورزی دارد، اقلیم، خاک، آب و نور کافی است. البته در کنار این‌ها بعد نیروی انسانی، بعد دانش، بعد تجهیزات و امکانات و ... نیز مطرح است اما عوامل پیش گفته به عنوان عوامل طبیعی نقش خیلی زیادی در کشاورزی دارند. در استان کرمانشاه چند اقلیم متفاوت داریم طوری که فائو کرمانشاه را به عنوان نقاط با تنوع اقلیمی مناسب انتخاب کرده است برای انجام برخی آزمایش‌ها، در شهرستان کرمانشاه بارندگی حدود ۴۵۰ تا ۵۰۰ میلی‌لیتر به صورت سالانه داریم و همچنین به دلیل بارش‌هایی که در مناطق کوهستانی وجود دارد تأمین کننده آب‌های سفره‌های آب‌های زیرزمینی هستند و محدودیت خاک اصلاً وجود ندارد؛ بنابراین ما در شهرستان کرمانشاه به لحاظ آب، خاک، هوا و اقلیم مشکلی

1. Causal Conditions

شرایط مداخله‌گر شرایطی کلی و عمومی هستند که راهبردها از آنها متأثر می‌شوند. شرایط مداخله‌گر، شرایط ساختاری هستند که مداخله سایر عوامل را تسهیل یا محدود می‌کنند. از بین مفاهیم و مقوله‌های استخراج‌شده در این پژوهش، ۳۹ کد باز، ۱۲ مفهوم در ۳ مقوله جزء شرایط مداخله‌گر قلمداد شدند که در جدول ۳ نشان داده می‌شود.

معدن و تجارت و اتاق بازرگانی نیز برای صادرات محصولات به کمک می‌آیند و این خود کمک بزرگی به تولیدکننده است که محصول بیشتری تولید کند. هم‌اکنون در شهرستان کرمانشاه یک مرکز محصولات ارگانیک، تولیدات خود را به خارج از کشور صادر می‌کند.»

۴- شرایط مداخله‌گر

جدول ۳. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با شرایط مداخله‌گر

Table 3. concepts and categories Identified in accordance with the interventional conditions

مقوله اصلی The main category	مقوله فرعی Sub category	مفهوم Concept
		سرمایه‌گذاری و داشتن برنامه بلندمدت توسط دولت Investing and having a long-term program by the government
		ورود دولت به‌عنوان حامی کشاورزی دقیق The entry of the government as a precision farming supporter
		حمایت مالی و دادن تسهیلات به تولیدکنندگان سبز Grant financial support and facilities to green producers
	گسترش مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی	حمایت دولت و دادن یارانه به فعالان بخش خصوصی Government support and subsidies to private sector activists
	Support issues Development of technical and economic	حمایت فنی و دادن یارانه و تسهیلات به واحدهای تولیدکننده کود و سم بیولوژیک، کودهای آلی و تولیدکنندگان موجودات پارازیت Technical support and subsidies to units producing fertilizers and biological poison, organic fertilizers and parasite creatures
		حمایت فنی از کشاورزان ارگانیک‌کار Technical support of organic farm workers
		حمایت و سرمایه‌گذاری بر روی تحقیقات علمی Supporting and investing in scientific research
		اصلاح برداشت بی‌رویه از منابع آب از طریق اصلاح الگوی کاشت، رعایت تناوب‌ها و کاشت محصولات با نیاز کم به آب Improvement of uncontrolled harvesting of water resources by modify the pattern of planting, observe the rotations and planting products with low water requirements
	برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در جهت توسعه کارآفرینی سبز	تقویت دام‌پروری در نتیجه افزایش کود حیوانی Strengthening animal husbandry as a result of increasing animal manure
	Plans and policies for the development of green entrepreneurship	تغییر رویه سیاست جهاد کشاورزی مبتنی بر کیفیت تولیدات کشاورزی Agricultural Policy Jihad based on the quality of agricultural production
	توقف حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی	عدم حمایت از کمپانی‌های بزرگ غیراستاندارد و منفعت‌طلب تولیدکننده سم و کود در دنیا Lack of support from Non-standard and interest-generating large companies producers of poison and fertilizers
	Stop supporting producers of chemical pesticides	عدم حمایت از کارخانه‌های پتروشیمی برای فروش کود اوره تولیدی آنها به کشاورزان Failure to support petrochemical plants for the sale of urea crops to farmers

ها شده اما در کشور ما نه تنها مردم عادی بلکه مسئولین نیز متوجه نشده‌اند که تحقیق می‌تونه مشکلات جامعه را حل کند.»

۵- راهبردها

در یک بستر و با شرایط مداخله‌گر مشخص، مجموعه مشخصی از راهبردها یا اقدامات امکان‌پذیر ارائه می‌شود که شامل راهبردهایی برای کنترل و اداره پدیده محوری است. در این پژوهش، ۶۴ کد باز، ۲۳ مفهوم در ۷ مقوله به شرح جدول ۴، جزء راهبردها قلمداد شدند.

به‌عنوان نمونه، یکی از روایات مربوط به مفهوم گسترش مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی، در ادامه آمده است: «هنوز بازار مطمئنی برای تولیدکنندگان در حوزه کشاورزی سبز محصولات زراعی و باغی وجود ندارد. اگر تولیدکننده محصولات را با سم و کود حداقل تولید کند یا اصلاً سم و کود استفاده نکند، با عملکرد کمتری مواجه می‌شود و درآمد کمتری خواهد داشت و اگر دولت یا سازمانی وجود نداشته باشد که با قیمت تضمینی بالاتر محصولاتش را خریداری کند هیچ تولیدکننده‌ای حاضر به تولید محصولات سالم نخواهد بود.» «عدم توجه به سیستم تحقیقاتی یکی از موانع اصلی توسعه کارآفرینی سبز است. در کشورهای پیشرفته تحقیق وارد خونه-

جدول ۴. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

Table 4. concepts and categories Identified in accordance with the strategies

مقوله اصلی The main category	مقوله فرعی Sub category	مفهوم Concept
راهبردها Strategies	ترویج و فرهنگ‌سازی Promotion and culture	توجه به آموزش مصرف‌کننده توسط رسانه‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و سیستم اجتماعی Attention to consumer education by the media, schools, universities, research centers and the social system فرهنگ‌سازی در کشاورزان برای ضرورت کشت محصولات ارگانیک Culture in farmers for the necessity of cultivating organic products
	ایجاد تشکلهای کارآمد Create effective organizations	تشکیل NGO هایی برای معرفی مداوم محصولات ارگانیک به مردم در بطن جامعه و احیای فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست Formation of NGOs for the continuous introduction of organic products to the public in the community and the revival of the culture of environmental protection کارآمد کردن NGO های موجود در حمایت از تولید محصولات سالم Efficient NGOs to support the production of healthy products
	آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی Farmer and Student Education Training	آموزش کشاورزان درباره بیولوژی گیاهان و کنترل بیولوژیک Farmer Training on Plant Biology and Biological Control آموزش استفاده از تکنیک‌های مختلف کشاورزی پایدار به صورت عملی و استفاده از شبکه کشاورزان برای آموزش سایرین Teaching various sustainable farming techniques in practice and using farmers' network to train others آموزش کشاورزان در به کارگیری سیستم مدیریت ICM Farmer training in applying ICM management system برپایی برنامه‌های آموزشی- نمایشی Setting up educational-dramatic programs آموزش بازاریابی موفق محصولات ارگانیک و سالم به کشاورزان Training of The successful marketing of organic products to farmers آموزش کشاورزان برای به کارگیری کشاورزی دقیق Farmer training for precise agricultural use

آموزش عملی به دانشجویان کشاورزی در زمینه توسعه کشاورزی سبز
Practical training for agricultural students in the field of green
agricultural development

<p>تشخیص پذیر شدن محصولات ارگانیک Identification of organic products</p> <p>ایجاد توانایی در تمایز محصولات Creating the ability to differentiate products</p>	<p>ایجاد شناسنامه برای محصولات ارگانیک Create an ID for organic products</p> <p>بسته‌بندی و دادن برچسب برای تمامی محصولات کشاورزی (ارگانیک، سالم و تراژیک) Packing and labeling for all agricultural products (Organic, Healthy and Tragic)</p>
<p>یکپارچه کردن زمین‌های کشاورزی Integrating agricultural land</p>	<p>ایجاد زون، دهکده یا مناطق ارگانیک Create zones, villages or organic areas</p> <p>اصلاح قانون ارث مبنی بر قطعه‌قطعه شدن زمین‌های کشاورزی Amendments to the inheritance law on the division of agricultural land</p>
<p>ایجاد قوانین و مقررات تعریف‌شده Create defined terms and conditions</p>	<p>ایجاد سازمان متولی برای کارآفرینی سبز با ضمانت اجرایی مصوباتشان Creating a Green Entrepreneurship Organization With their executive approvals</p> <p>تعلق مجوز به مزارع و الزام به رعایت استانداردهای سازمان استاندارد Licensing to farms and the requirement to comply with Standards Organization Standards</p>
<p>برنامه‌ریزی در زمینه تأیید و فروش محصولات سبز Planning for the approval and sale of green products</p>	<p>تشکیل سازمان تأییدکننده محصولات ارگانیک Establishing an Organic Approval Organization</p> <p>تشکیل سیستم نظارتی بر تولید محصولات ارگانیک Establishing a regulatory system for the production of organic products</p> <p>دسترسی به محصولات ارگانیک، سالم و عادی در یک مغازه Access to organic, healthy, and organic products in a shop</p> <p>تعیین قیمت تضمینی بالاتر برای محصولات بایو و ارگانیک Determine the higher guarantee price for bio and organic products</p> <p>ایجاد بازار فروش مطمئن برای محصولات ارگانیک و سالم Creating a safe sales market for organic and healthy products</p>

پزشکی آن مجوز را به رسمیت نمی‌شناسد و تولیدکننده اجازه تبلیغات نمی‌گیرد.»

«سازمان استاندارد هم‌اکنون برای بسیاری از محصولات کشاورزی، استاندارد تعیین کرده‌اند اما متأسفانه الزامی برای رعایت این استانداردها وجود ندارد. یکی از موانع عدم رعایت این استانداردها این است که تولیدکنندگان ما تحت برند نیستند و شناسه تولید برای محصولات کشاورزی وجود ندارد و محصولات قبل ردیابی نیستند.»

۶- پیامدها

برخی از مقوله‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ

به‌عنوان نمونه، یکی از روایات مربوط به مفهوم ایجاد قوانین و مقررات تعریف‌شده، در ادامه آمده است:

«کشاورزی سبز و ارگانیک هنوز به خوبی نهادینه نشده است. خیلی از سازمان‌ها و ارگان‌ها خودشان را متولی کشاورزی سبز می‌دانند اما مجوزهایی که صادر می‌کنند برای سازمان‌های دیگر قابل قبول نیست. برای مثال در استان کرمانشاه در حال حاضر انجمن ارگانیک، سازمان استاندارد، دانشگاه علوم پزشکی، سازمان جهاد کشاورزی در این زمینه فعال هستند، اما هنوز مشخص نیست که کدام متولی صدور مجوز محصولات ارگانیک هستند؛ که این مورد خود باعث ایجاد سردرگمی شده است. برای مثال یک تولیدکننده از یکی از سازمان‌ها مجوزی برای تولید کسب می‌کند اما از سوی دیگر دانشگاه علوم

راهبرد حاصل می‌شوند. پیامدها، برون‌دادها یا نتایج کنش و واکنش هستند. از بین مفاهیم و مقوله‌های استخراج‌شده در این پژوهش، ۲۵ کد باز، ۱۱ مفهوم در ۵ مقوله، جزء پیامدها قلمداد شدند که به شرح جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با پیامدها

Table 5. Concepts and categories identified in accordance with the consequences

مقوله اصلی The main category	مقوله فرعی Sub category	مفهوم Concept
پیامدها consequences	تضمین سلامتی انسان و محیط-زیست Guarantee of human and environmental health	جلوگیری از بروز بیماری‌هایی مثل سرطان روده و معده و پیشگیری از انتقال بیماری‌های ژنتیکی Preventing the development of diseases such as bowel and stomach cancer and preventing the transmission of genetic diseases
		جلوگیری از آلوده شدن منابع آب‌و خاک Avoid contamination of water and soil resources
	اشتغال‌زایی Employment	استفاده بیشتر از نیروی کارگری در کشت ارگانیک و سالم More use of labor in organic and healthy farming
		تشکیل واحدهایی برای تولید علف‌کش، قارچ‌کش و کودهای بیولوژیک Formation of units for the production of herbicides, fungicides and biological fertilizers
	توسعه پایدار روستایی Sustainable rural development	بسترسازی دستیابی به کشاورزی پایدار Establishment of sustainable agriculture
		رشد نسبی تولیدات کشاورزی The relative growth of agricultural production
		کاهش مهاجرت روستاییان به شهر Reducing the migration of villagers to the city
	نوآوری و ارزش‌آفرینی Innovation and Value Creation	ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه در عرصه کشاورزی Creating Innovative Business in Agriculture
		ایجاد ارزش‌های مادی و معنوی Creating material and spiritual values
	بسترسازی برای پرورش نسل سالم کودکان و نوجوانان Fostering the education of a healthy generation of children and adolescents	آشنا شدن کودکان و نوجوانان با مصرف محصولات سبز Getting to know Kids using green products
	آشنا شدن والدین با مصرف محصولات سبز Familiarizing parents with the consumption of green products	

چارچوب یک روایت ارایه کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می‌کند. در این مرحله پژوهشگر برحسب فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه، یا چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه می‌کند یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نشان می‌دهد. مقوله‌های زیر نتیجه کدگذاری انتخابی مربوط به پدیده توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی در

نظریه پردازی (کدگذاری انتخابی)

همان‌گونه که گفته شد، هدف نظریه‌پردازی بنیادی، تولید نظریه است نه توصیف صرف پدیده. برای تبدیل تحلیل‌ها به نظریه، طبقه‌ها باید به طور منظم به یکدیگر مربوط شوند. کدگذاری انتخابی (بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری) مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به این ترتیب که طبقه محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر طبقه‌ها ربط داده و آن روابط را در

شهرستان کرمانشاه است:

کارآفرینی سبز شکلی نو از ایجاد کسب‌وکار است که با نیازهای شرکت برای سودآوری با در نظر گرفتن ابعاد محیط‌زیستی هم‌راستا است و از ارزش‌های محیط‌زیستی به‌عنوان مزیت رقابتی شرکت خود در بازار می‌نگرند. با بررسی و تحلیل مطالب می‌توان کارآفرینی سبز را به‌عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها محسوب کرد که با توسعه آن گام بلندی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات محیط‌زیستی، کاهش بیماری‌های ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم و بهره‌وری بیشتر زمین‌های کشاورزی برداشت. در واقع تأکید این پژوهش بر توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی در شهرستان کرمانشاه به‌عنوان مقوله محوری است.

برخی از عوامل مانند «وجود عوامل محیطی و طبیعی» که دارای تنوع گیاهی، نور و آب کافی و خاک مناسب است شرایط مناسب برای کاشت انواع گیاهان و توسعه کارآفرینی سبز را فراهم می‌کند. «موقعیت راهبردی شهرستان کرمانشاه» نیز شرایط لازم را برای دسترسی به بازار فروش و متخصصان را در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهد. «وجود نیروی انسانی» برای به‌کارگیری در بخش کشاورزی و کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه که دارای تخصص کشاورزی نیز هستند به تعداد زیادی یافت می‌شود و در پایان «وجود تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین و کارشناسان خبره و همچنین ظرفیت علمی- پژوهشی دانشگاه‌ها در راستای توسعه کارآفرینی سبز» از دیگر عواملی است که رشد توسعه کارآفرینی سبز را فراهم می‌کند.

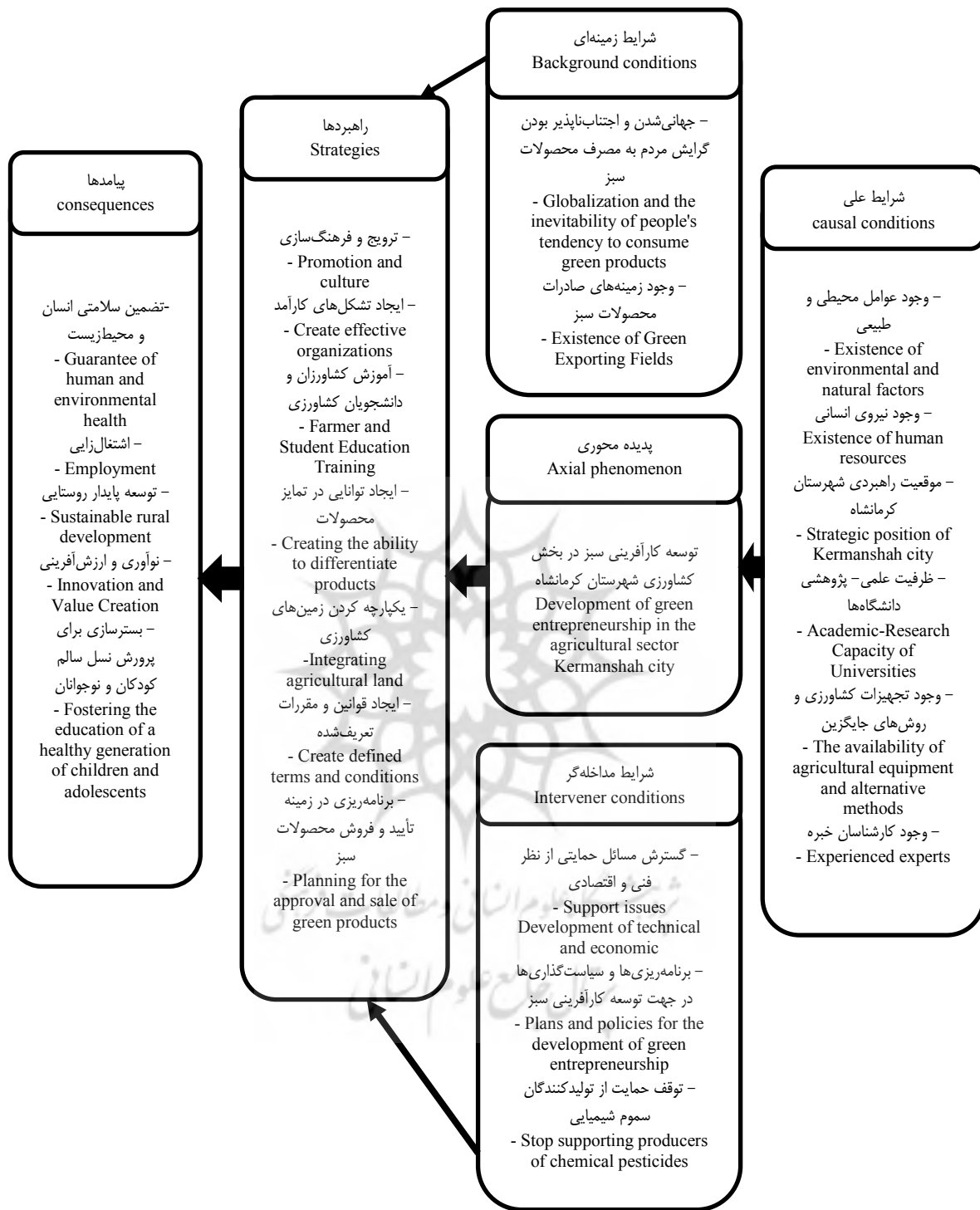
برای ظهور پیامدهای رشد کارآفرینی سبز، باید راهبردهایی اتخاذ شود که در این چارچوب شامل مؤلفه‌های «آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی»، «ایجاد قوانین و مقررات تعریف‌شده»، «ترویج و فرهنگ‌سازی»، «برنامه‌ریزی در زمینه تأیید و فروش محصولات سبز»، «ایجاد توانایی در تمایز محصولات»، «ایجاد تشکلهای کارآمد» و «یکپارچه کردن زمین‌های کشاورزی» است. مؤلفه آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی به دنبال آشنا کردن آنان به صورت عملی با استفاده از برنامه‌های آموزشی- نمایشی با سیستم مدیریت ICM و کشاورزی دقیق و سایر تکنیک‌های کشاورزی پایدار است. مؤلفه ایجاد قوانین و مقررات تعریف‌شده به دنبال ایجاد

سازمان متولی برای کارآفرینی سبز است که مصوباتشان ضمانت اجرایی داشته باشد؛ چراکه هم‌اکنون چندین سازمان متولی در این زمینه فعالیت دارند که هرکدام از سازمان‌ها مصوبات سازمان دیگر را نقض می‌کنند و سازمان‌دهی مناسبی شکل نگرفته است. مؤلفه برنامه‌ریزی در زمینه تأیید و فروش محصولات سبز و ایجاد توانایی در تمایز محصولات به دنبال تعیین قیمت تضمینی بالاتر برای محصولات سبز و ایجاد بازار فروش مطمئن و ایجاد شناسنامه برای محصولات کشاورزی است. مؤلفه ترویج و فرهنگ‌سازی به دنبال آموزش مصرف‌کننده توسط رسانه‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی است؛ و در نهایت مؤلفه یکپارچه کردن زمین‌های کشاورزی به دنبال ایجاد زون و دهکده ارگانیک و اصلاح قانون ارث مبنی بر قطعه‌قطعه کردن زمین‌های زراعی است.

در این میان مؤلفه‌های، «وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز» و «جهانی‌شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز» به‌عنوان عوامل زمینه‌ای در توسعه کارآفرینی سبز مطرح شده است. شایان‌ذکر است با توجه به استقبال کشورهای خارجی از محصولات سبز، صادرات این نوع محصولات بسیار آسان است.

مؤلفه‌های «گسترش مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی» که در آن حمایت مالی دولت و دادن تسهیلات به تولیدکنندگان محصولات سبز و واحدهای تولیدکننده سم و کود بیولوژیک، حمایت فنی از کشاورزان ارگانیک کار و سرمایه- گذاری بر روی تحقیقات علمی موردتوجه قرار گرفته است. همچنین «برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در جهت توسعه کارآفرینی سبز» با تغییر رویه سیاست جهاد کشاورزی مبتنی بر کیفیت تولیدات کشاورزی بیان شده است؛ و در نهایت «توقف حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی» به‌عنوان مقوله مداخله‌گر، بر ارتباط مقوله‌ها تأثیر می‌گذارد.

در پایان ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی سبز، تضمین سلامتی انسان (جلوگیری از بروز بیماری‌هایی مثل سرطان روده و معده و پیشگیری از انتقال بیماری‌های ژنتیکی) و محیط‌زیست و دستیابی به توسعه پایدار روستایی، نوآوری و ارزش‌آفرینی و بسترسازی برای پرورش نسل سالم کودکان و نوجوانان از پیامدهای توسعه کارآفرینی سبز برای شهرستان کرمانشاه محسوب می‌شود.



شکل ۲. مدل توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه (محقق ساخته)

Figure 2. Green entrepreneurship development model in Kermanshah (Researcher)

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر طراحی مدل توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه انجام شده که از روش تحقیق نظریه داده بنیاد برای ارائه نظریه بهره گرفته شده است. شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر برای توسعه کارآفرینی سبز شهرستان کرمانشاه تبیین شده و راهبردها و پیامدها نیز در الگوی پارادایمی (شکل ۲) ارائه شده است.

همان‌گونه در شکل ۲ نمایش داده شده است، یافته‌های مرتبط با مقوله راهبردها، در این پژوهش به صورت موردی، با برخی از آثار پیشین همخوانی و تفاوت‌هایی دارد. در پژوهش‌های برنندت و اسونسون (۲۰۱۶) و بابایی (۲۰۱۴) بیشتر بر ترویج و فرهنگ‌سازی در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز تأکید شده و در پژوهش‌های کوباتا (۲۰۱۴) و حسین زاده و همکاران (۲۰۱۴) بیشتر برنامه‌های آموزشی در زمینه تولید محصولات سبز مورد توجه قرار گرفته است. در پژوهش حاضر علاوه بر همخوانی با نتایج پژوهش‌های نام‌برده شده، بر تدوین قوانین و مقررات تعریف‌شده، ایجاد توانایی در تمایز محصولات، ایجاد تشکلهای و کارآمد کردن آن‌ها و یکپارچه کردن زمین‌های کشاورزی نیز تأکید شده است.

توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه، به عواملی مانند عوامل محیطی و طبیعی مناسب، نیروی انسانی و تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین و کارشناسان خبره، نیاز دارد. در بسیاری از مناطق به دلیل عدم وجود شرایط محیطی مناسب مانند خاک مناسب، نور خورشید و آب کافی، بسیاری از محصولات ارگانیک قابل کشت نیست؛ اما استان کرمانشاه از تنوع گیاهی بالایی برخوردار است و دارای شرایط مناسبی برای کاشت انواع محصولات است. همچنین در استان کرمانشاه به دلیل نیروی انسانی تحصیل کرده در بخش کشاورزی و تعداد زیاد شاغلین بخش کشاورزی در خصوص نیروی انسانی برای توسعه کارآفرینی سبز کمبودی موجود نیست.

سازمان بین‌المللی کار (۲۰۱۲)، یی (۲۰۱۳) و آسلینو (۲۰۱۶)، محصول نهایی کارآفرینی سبز را اشتغال‌زایی و توسعه پایدار می‌دانند، اما تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست، نوآوری و ارزش‌آفرینی و بسترسازی برای پرورش نسل سالم کودکان و نوجوانان در ادبیات کارآفرینی سبز کمتر به آن

پرداخته شده است.

مقوله گسترش مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی با پژوهش‌های روث (۲۰۱۲)، یی (۲۰۱۴)، کوباتا (۲۰۱۴) و دمیر و همکاران (۲۰۱۵) مطابقت دارد؛ و بر این نکته تأکید دارند که اگر مشاغل سبز مشمول کمک‌های دولتی باشند باعث مزیت این مشاغل نسبت به سایر شغل‌ها می‌شود. همچنین در این پژوهش به برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در جهت توسعه کارآفرینی سبز و توقف حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی نیز مورد توجه قرار گرفته است.

تمامی این عوامل در محیطی در تعامل است که تأثیر جهانی‌شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز و وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز در ایران و در شهرستان کرمانشاه به دلیل موقعیت راهبردی این استان، آشکار و قابل لمس است.

در این راستا پیشنهادهای کاربردی زیر نیز ارائه می‌گردد: به منظور توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی ترویج و فرهنگ‌سازی در تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه باعث نهادینه شدن استفاده از محصولات سبز و افزایش تقاضا در جامعه می‌گردد؛ که این مهم از طریق فعالیت‌های مختلف از جمله تغییر اهداف برنامه‌های تبلیغاتی از اهداف کوتاه‌مدت (تحت تأثیر قرار دادن احساسات) به اهداف بلندمدت (اطلاع‌رسانی و آموزش)؛ ترویج کشاورزی ارگانیک و سالم از طریق رسانه‌های جمعی و گروهی مثل رادیو و تلویزیون و سایر کانال‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی جهت ارتقاء سطح آگاهی‌های عمومی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محصولات ارگانیک، آموزش‌های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی برای تمام مقاطع سنی، به‌ویژه سنین پایین‌تر جهت فرهنگ‌سازی مصرف و تولید این محصولات در جامعه و گنجانیدن واحدهای درسی اجباری با موضوع محصولات ارگانیک، ایجاد یک تبلیغ خاص برای جا انداختن کارآفرینی سبز (تبلیغاتی مانند دیرین دیرین که در ذهن عموم باقی بماند)، نصب بیلورد در اتوبوس‌ها یا قرار دادن پیام‌های طنز در پشت صندلی‌های اتوبوس و غیره می‌باشد. آموزش و نظارت بر کشاورزان برای سم‌پاشی در زمان مناسب و استفاده از سیستم ICM (مدیریت تلفیقی محصول) و سایر سازوکارها و روش‌های مکانیکی و فیزیکی در تولید محصولات سالم از اهمیت بالایی برخوردار است؛ وزارت جهاد کشاورزی با برگزاری دوره-

اهمیت زیادی هستند که از طریق ارائه خدمات حمایتی و توصیه‌های کارشناسی، به تسهیل این امر کمک خواهند نمود. بعد از فرهنگ‌سازی و آموزش در زمینه کارآفرینی سبز باید سازمان متولی و تأییدکننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان تشکیل شود و نظارت دقیق بر زمین‌های ارگانیک از سه تا ۵ سال قبل داشته باشد، سپس مجوز و شناسه تولید به فعالیت هر مزرعه اختصاص داده شود و برای هر زمین کشاورزی توسط سازمان جهاد کشاورزی پرونده‌ای تشکیل شود که محصولات قابل‌ردیابی باشند و برای تولیدکنندگان استاندارد تعریف شود و آنان به رعایت استانداردها ملزم کرد مانند جریان حاکم بر اداره کارخانه‌ها؛ بنابراین تمام مدیریت مزرعه به صورت خودکار بهبود می‌یابد و با ایجاد نیاز در تولیدکنندگان به کارشناس، اشتغال‌زایی برای کارشناسان کشاورزی نیز رخ می‌دهد؛ و در نهایت قیمت‌گذاری و خرید تضمینی محصولات ارگانیک با قیمت بالاتر برای جبران افت عملکرد در سال‌های اولیه و ترغیب کشاورزان به کشت محصولات ارگانیک و ایجاد بازار فروش مطمئن برای محصولات ارگانیک و سالم به منظور دسترسی آسان مردم به آن‌ها انجام گیرد.

های «مدیریت تلفیقی محصول» برای کشاورزان و مروجان و محققان در رفع موانع آموزشی و فرهنگی موجود باید بکوشد. برنامه‌ریزی لازم برای بازدید کشاورزان از مزارع نمایشی که در آنها، مدیریت تلفیقی محصول اجرا شده است، انجام گیرد تا از این رهگذر، کشاورزان با دستاوردها و توانمندی‌ها و نیز نتایج مفید مدیریت تلفیقی محصول (ICM) آشنا شوند. باید اطلاعات درباره کشاورزی ارگانیک را در میان کشاورزان بالا برد که این عمل از طریق ارائه دوره‌های آموزشی- ترویجی در زمینه کشاورزی ارگانیک برای کشاورزان و تشویق آنان به شرکت در این کلاس‌ها و همچنین برگزاری مزارع نمایشی، توزیع بروشورها و مجلات در میان کشاورزان، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، جشنواره‌ها و غیره می‌باشد. برنامه‌های آموزش باید ارائه آگاهی در مورد مشکلات محیط‌زیستی، پیامدهای منفی کشاورزی متداول و خطرات کاربرد بی‌رویه کودها و سموم شیمیایی برای سلامتی انسان را نیز در برداشته باشد. به منظور ارتقا سطح آگاهی کشاورزان در ارتباط با کشاورزی دقیق، کلاس‌های آموزشی برگزار شود تا علاوه بر آموزش در جهت آشنایی با این فناوری، نحوه عملکرد فنی نیز عملاً آموزش داده شود. پس از آن زمینه‌های اقتصادی برای اجرا را مهیا نمود که از آن جمله می‌توان به تأمین یارانه‌ها برای تهیه تجهیزات اشاره کرد. عوامل فنی نیز در تکمیل کار دارای

References

- Abbasi, A. (2011). "Identification of factors Affecting Organic Farming Development in Kermanshah Province from the Viewpoint of Agricultural Jihad Experts". Masters Degree in Agricultural Management, Islamic Azad university, Shushtar Unit. [In Persian]
- Acelandu, M. I. (2016). "Sustainability and Competitiveness of Romanian Farms through Organic Agriculture". *Sustainability*, 8(3), 245.
- Aerni, P. (2008). "A New Approach to Deal with the Global Food Crisis". *African Technology Development Forum Journal*. 5(1-2), 16-32.
- Allen, J. C. & Malin, S. (2008). "Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources? Department of Sociology, Social Work, and Anthropology". *Utah State University, Logan, Utah*, 21(9), 828-844.
- Anderson, A. (1998). "Cultivating the garden of eden: Environmental entrepreneuring". *Journal of Organizational Change Manage*, 11(2), 135-144.
- Babaei, H. (2014). "The role of mass media in developing decent work and green jobs". *National conference on decent work and green jobs*, Gilan, Labor and Social Security Institute and Cooperative Directorate General, 393-407. [In Persian]
- Bazargan, A. (2007). "Introduction to qualitative and mixed research methods, Common Approaches to Behavioral Sciences". Tehran: Didar. [In Persian]

- Bennett, S. J. (1991). "Ecopreneuring: The Complete Guide to Small Business Opportunities from the Environmental Revolution". Wiley: New York.
- Berle, G. (1991). "The Green Entrepreneur: Business Opportunities That Can Save the Earth and Make You Money". Liberty Hall Press, Blue Ridge Summit Pennsylvania.
- Blue, J. (1990). "Ecopreneuring: Managing For Results". Scott Foresman: London.
- Brandt, U., Svendsen, S. & Gert, T. (2016). "When can a green entrepreneur manage the local environment?". *Journal of Environmental Management*, 183. 622-629.
- Chaechi, B. (2009). "Organic Agriculture, Organic Soil, Healthy Plant, Healthy Man". *Monthly Journal of Animal, Crop and Industry*, 117: 49-50. [In Persian].
- Chowdhury, M. S. (2007). "Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(3), 240-251.
- Corbin, J. & Struss, A. (1990). "Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria". *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- 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.
- Dekamin, M. (2013). "The Paper of the Rural Green Business Growth". *the Electronic Society of the Environment System* [In Persian] <http://greensocial.ir>.
- Demir, U., Yeter, H.Y. & Demir, E. (2015). "Applicability to Green Entrepreneurship in Turkey: A Situation Analysis, World Conference on Technology". *Innovation and Entrepreneurship*, 195, 1238-1245.
- DESA, U. (2009). "World population prospects: the 2008 revision". New York: *Department for Economic and Social Affairs*.
- Dobermann, A., & Nelson, R. (2013). "Opportunities and Solutions for Sustainable Food Production". *Prepared by the co-chairs of the Sustainable Development Solutions Network Thematic Group on Sustainable Agriculture and Food Production*
- Foresi, L., Schmutz, U., Anton, A., Vieweger, A., Bavec, M., Meier, M., & Vukamanic, T. (2016). "Sustainability assessment tools for organic greenhouse horticulture". *BioGreenhouse COST Action FA 1105*, www.biogreenhouse.org
- Goharshahi, Gh. A. (2014). "Green Entrepreneurship in the Village with Sustainable Development Approach (Case Study: Southern Khorasan Province Village Villages)". *National conference on decent work and green jobs*, Gilan, Labor and Social Security Institute and Cooperative Directorate General, 393-407. [In Persian]
- Hayati, B., Peshbahar, E., & Haghjoo, M. (2010). "The determinants of the willingness to pay extra pounds for pesticide-free fruits and vegetables in Marand". *Journal of Agricultural Economics and Development (Science and Agriculture industry)*, 25(4), 469-479. [In Persian]
- Hosainzadeh, A., Yousefpour, M. R. & Ahadzadeh, S. (2014). "Role of skills training and entrepreneurship in the development of green and sustainable rural businesses". *National conference and decent work and green jobs*, Gilan, Labor and Social Security Institute and Cooperative Directorate General, 346-352. [In Persian]
- ILO. (2012). "Built environment and labour: Formulating projects and studies concerning labour issues in greening the

- sectors of the built environment". Geneva.
- Isaak, R. (2002). "The making of the ecopreneur". *Green Manage, Int. Special Edition*, 38, 81-91.
- Ivan, M. & Sascha, K. (2012). "Green entrepreneurship: definitions of related concepts". *International Journal of Strategic Management*, 12 (2), 1-12.
- Keogh, P. D. and M. J. Polonsky. (1998). "Environmental commitment: A basis for environmental entrepreneurship?". *J. Organizational Change Manage*, 11(1), 38-49.
- Kotab, M., & Helsen, H. (2004). "Global Marketing Management". John Wiley & Son.
- Kotler, P. & Armstrong G. (1999). "Principles of Marketing Prentice". Hall International Inc, 361-364.
- Kubota, N. (2014). "Green Employment: a Literature Survey for the Ministry of Environment". Japan.
- Kyro, P. (2001). "To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development". *International J. Sustainable Development and World Ecology*, 8 (1), 15-28.
- Lee, K. (2008). "Opportunities for green marketing: young consumers". *Marketing intelligence & planning*, 26(6), 573-586.
- Mansorian, Y., (2007). "Grounded theory and what it is, Special Issue of the Information Science and Information Society Conference". Esfahan, Esfahan Youniversity. [In Persian]
- Marios, T., Ioannis, P., Konstantina, T. (2011). "Green entrepreneurship in Greek furniture enterprises, 1Technological Educational Institute of Larissa – Karditsa branch Department of Wood and Furniture Technology and Design". *conference, Serres, Greece*.
- Motaharifar, H. (2014). "Agriculture education in primary schools is a strategy for sustainable development". *Animal and Farming Monthly*, No. 173.
- OECD. (2011). "Sustainable Manufacturing and Eco-innovation: Framework, Practices". U.S: OECD.
- Polonsky, M. J. & Rosenberger, P. (2009). "Reevaluating Green Marketing Strategic Approach". *Business Horizons*, 44(5), 21-30.
- Rezaee, B., Najafpoor, H., Naderi, N. (2016). "Obstacles and Solutions for Developing Green Entrepreneurship in Kermanshah". *Journal Space Economy & Rural Development*, 6(2), 59-78. [In Persian]
- Roth, D.F. (2012). "The elusive and expensive green job". *Journal of Energy Economics*, 34 (1), 43 52.
- Sarmad, Z., Bazrgan, A., & Hejazi, E. (2014). "Research Methods in Behavioral Sciences". Print thirteenth, Tehran: Agah Publishing. [In Persian]
- Shane, S. (1996). "Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899-1988". *Journal of Management*, 22(5), 747-781.
- Streubert, H. J., Carpenter, D. R. (1999). "Qualitative researches in nursing". advancing the humanistic imperative. Philadelphia, Lippincott.
- Tatlidil, F.F., Boz, I. & Tatlidil, H. (2009). "Farmers Perception of Sustainable Agriculture and Its Determinants: A Case Study in Kahramanmaras Province of Turkey". *Environment, Development and Sustainability*, 11, 1091-1106.
- Taylor, D. W. & Walley, E. E. (2004). "The green entrepreneur: Opportunist, maverick, orvisionary?". *International J. Entrepreneurship and Small Business*, 11(1-2), 56-97.
- Wallenberg P. (2012). "Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship: An Exploratory Study, Thesis to obtain the degree of Master of Science in Economics and

- Business Economics, specialisation Entrepreneurship and Strategy Economics". *ERASMUS University Rotterdam Erasmus School of Economics*.
- Yi, H. (2013). "Clean energy policies and green jobs: An evaluation of green jobs in U.S. metropolitan areas". *Journal of Energy Policy*, 56, 644–652.
- Yi, H. (2014). "Green businesses in a clean energy economy: Analyzing drivers of green business growth in U.S. states". *Journal of Energy*, 68(15), 922-929.

