

کاوش الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری با استفاده از نظریه داده بنیاد

سید احمد حسینی^۱، محمد ضیاءالدینی^۲، محمد رضا حسینی پور^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۳۰

چکیده

دستیابی به توسعه پایدار روستایی در گروی ایجاد کارآفرینی روستایی است، این پژوهش با هدف کاوش الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام شد. مشارکت کنندگان در این پژوهش از میان اساتید اقتصاد و مدیریت دانشگاه های کشور و کارآفرینان و مدیران شرکت های کارآفرینی و مدیران دولتی با حجم نمونه ۲۰ نفر انتخاب شدند و جمع آوری اطلاعات تا زمان اشباع نظری ادامه یافت. مجموعه ای از مفاهیم اولیه (۵۱۴ مفهوم) طی فرایند کدگذاری باز گردآوری شدند. از دل آنها مقوله هایی (۳۳ مقوله) استخراج گردید؛ سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله ها ذیل عناوین شرایط علی، پدیده محوری، راهبردهای کنش و کنش متقابل، بستر، شرایط مداخله گر و پیامدهای کارآفرینی اجتماعی در قالب پارادایم کدگذاری تعیین شد؛ در ادامه و در مرحله کدگذاری انتخابی، یکایک اجزای پارادایم کدگذاری تشریح، سیر داستان ترسیم و نظریه خلق شد. نتایج این تحقیق نشان داد اجرای طرح های کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی نقش مهمی بر توسعه پایدار دامپروری در روستاها دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی؛ کارآفرینی اجتماعی؛ توسعه پایدار؛ نظریه داده بنیاد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

^۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران (نویسنده مسئول)

Mziaaddini@yahoo.com

^۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

مقدمه

روستاها از گذشته به عنوان اجتماعات پایه، نقش اساسی در شکوفایی جوامع و تمدن‌ها داشته‌اند و با توجه به نقش‌های متعددی که در فرایند توسعه ملی، به ویژه در زمینه تأمین غذایی بر عهده دارند، رشد و توسعه آن‌ها، اهمیت و ضرورت زیادی دارد (میرکی اناری و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۷).

از آنجایی که طی دهه‌های اخیر در ایران، توسعه روستایی و ارتقاء سطح رفاه روستاییان از اهداف اصلی اجرای برنامه‌های توسعه‌ای بوده است و توسعه ارتباط تنگاتنگی با کارآفرینی دارد بنابراین با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد می‌توان نقش مؤثری در بهبود و وضعیت اقتصادی و معیشتی روستاها بوجود آورد. یکی از مشکلات اساسی کشور ما در سال‌های اخیر، عقب ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری بوده است که عامل اصلی آن، مسائل اقتصادی، بخصوص دسترسی به اشتغال می‌باشد (داوری و همکار، ۱۴۰۱: ۳۵۱).

بر این اساس، یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. از جدیدترین موضوعاتی که در عرصه کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، در محافل علمی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند (روستا و همکاران، ۱۴۰۲). کارآفرینی اجتماعی فرایند افزودن ایده‌های جدید و متفاوت با هدف ایجاد سرمایه اجتماعی با تمرکز بر اقداماتی است که توسط شاغلان بخش خصوصی انجام می‌گیرد. کارآفرین اجتماعی تنها به فکر کسب منفعت اقتصادی نبوده و به همین دلیل می‌تواند نقش مؤثری جهت از بین بردن مشکلات و تنگناهای اقتصادی و اجتماعی روستاها داشته باشد. بخش‌های کشاورزی و دامپروری یکی از اجزای تشکیل دهنده درآمد و تولید ملی در اکثر کشورهاست. نقش سرمایه‌گذاری در بخش دامپروری و تأثیر آن بر بازدهی این بخش از اهمیت بسزایی برخوردار است که معیارهای نظری و شواهد تجربی هم مؤید آن هستند. در ایران، سهم کشاورزی و دامپروری بیشترین سهم را در رشد اقتصادی و شاخص GDP داشته است. براساس گزارش بانک جهانی در فاصله ۲۰۰۱-۱۹۹۰ کشاورزی و دامپروری ایران، به طور متوسط، ۱۵/۲٪ از تولیدات ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده بود. همچنین سهم این بخش از درآمدهای حاصل از صادرات غیر نفتی معادل ۲۶٪ بوده است (فتوحی و همکاران، ۱۴۰۰). این در حالی است که کشاورزی و دامپروری سهم کوچکی از واردات ایران را به خود اختصاص می‌دهد. با توجه به اهمیت و ضرورت روزافزون به کارگیری صحیح دستاوردهای نوین علمی در فرآیند کشاورزی و دامپروری پایدار واضح است که کارآفرینی به عنوان یک عامل مهم نقش اساسی در توسعه پایدار روستایی ایفا می‌نماید. به این دلیل که هدف از توسعه بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی افراد است، پس در نتیجه کارآفرینی خواهد توانست با مزیت‌هایی که دربردارد به عنوان یکی از مهمترین و بهترین گزینه‌های توسعه یافتگی تلقی گردد. زیرا کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه افزایش درآمد مردم جامعه می‌گردد (یادگار، ۱۳۹۹).

از آنجا که بیشتر فعالیت‌های دامپروری در مناطق روستایی به منظور جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها انجام می‌شود شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در بخش دامپروری و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای گسترش سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی اهمیت زیادی دارد (محمدی و عرفان‌نیا، ۱۳۹۸). ایران به دلیل بهره‌مندی از منابع پایه و مناسب برای کشاورزی و دامپروری از امکانات بالقوه خوبی برای رشد و افزایش سریع محصولات باغی و دامی برخوردار

است. در این صورت، تحقق نرخ رشد ۴ تا ۶ درصدی لازم برای کاهش نابرابری درآمدهای شهری و روستایی امکان پذیر خواهد بود. همچنین به منظور کاهش نابرابری های درآمدی، دولت باید به کشاورزی و دامپروری توجه خاص نماید و اقدام به خرده سرمایه گذاری های گسترده در زمینه خدمات عمومی مورد نیاز کشاورزان و دام داران کند (علوی زاده، ۱۳۹۶). سوال اصلی پژوهش که این تحقیق به دنبال یافتن پاسخ مناسبی برای آن می باشد عبارت است از: الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری چگونه است؟

هدف غایی این پژوهش خلق نظریه ای داده بنیاد درباره «کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری» بوده است. به طور خاص و نظر به طرح نظام مند راهبرد پژوهشی نظریه داده بنیاد، اهداف پژوهش به شرح ذیل می باشد: (۱) شناسایی عناصر تشکیل دهنده الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری (مقوله اصلی، شرایط علی، زمینه، شرایط مداخله گر، راهبردهای کنش و کنش متقابل پیامدها) و نیز ارائه روابط علت و معلولی میان آنها. (۲) کاوش و معرفی الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری. از آنجا که پژوهش حاضر از نوع تفسیری است، لذا فرضیه وجود ندارد.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی به فرایند شناسایی فرصت های جدید و ایجاد کسب و کار در سازمان های جدید یا رشدیابنده، برای بهره برداری از فرصت های شناسایی شده گفته می شود که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی به جامعه عرضه شود (احمدپور داریانی و عزیزی، ۱۳۹۵). وانگ و همکاران (۲۰۱۳) بیان می کنند که کارآفرینی فرایندی است که در آن فرصت ها جهت ایجاد کالا و خدمات در آینده کشف، ارزیابی و مورد استفاده قرار می گیرند. کارآفرینی با ایجاد محصولات یا خدمات جدید و یا ورود به بازارهای جدید مرتبط است. کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت ها بیان می کند که چگونه افراد بصورت مستقل و یا در داخل سازمان ها، مسائل و چالش های ناشناخته را می بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می کنند تا از آن ها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می بیند و برای استفاده از آن برنامه ریزی می کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصت ها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می کنند که مشتری پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آن ها است. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات کاملی از بازار و محیط داشته باشند. فرآیند مبادله و تعامل با محیط می تواند این اطلاعات را فراهم کند (رید و همکاران، ۲۰۱۶).

توسعه پایدار

امروزه بحث توسعه پایدار یکی از بحث های بسیار مهم و رایج در سطح بین المللی است. سازمان ها و نهادهای طرفدار محیط زیست در جهان و هم چنین سازمان ملل از مهم ترین ارگان های دخیل در این امر هستند. توسعه پایدار به معنای

تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای حداکثر سازی رفاه انسان فعلی بدون آسیب به توانایی نسل های آتی برای برآوردن نیازهایشان است (بناتریس و همکاران؛ ۲۰۱۴).

بعد اقتصادی توسعه پایدار به رشد اقتصادی و سایر پارامترهای اقتصادی مرتبط است. و در آن رفاه فرد و جامعه باید از طریق استفاده بهینه و کارایی منابع طبیعی و توزیع عادلانه منافع حداکثر شود. در بعد اقتصادی توسعه پایدار، اقتصاد حاکم بر جامعه مورد بررسی قرار می گیرد. در فعالیت های تولیدی منابع و فن آوری هایی که در فعالیت های تولیدی استفاده می شود باید هماهنگ با مفهوم توسعه پایدار و سازگار با محیط زیست باشد. در نگاه گذشته فرایند تولید به صورت خطی بود و از منابع و محصولات ضایعات ایجاد می شود ولی در دیدگاه توسعه پایدار در فرایند تولید، منابع بازیافت شده و ضایعات دوباره در فرایند تولید قرار می گیرد (الوسی سواد کوهی، ۱۳۹۴).

کارآفرینی پایدار

کارآفرینی پایدار بیانگر این است که هنگام ایجاد، تحویل و کسب ارزش، در کنار جنبه های مالی، باید به مسائل اجتماعی و زیست محیطی نیز توجه شود. اما ایجاد، تحویل و کسب همزمان شکل های مختلف ارزش اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی کار ساده ای نیست. کارآفرینان پایدار در فرایندهای پیچیده و دشوار تصمیم گیری و تفکر سیستمی درگیر می شوند. این عناصر اضافی مستلزم داشتن انگیزه درونی قوی، داشتن دانش خاص از محیط و داشتن مشوق هایی که فراتر از اختصاص نتایج ملموس برای خودشان باشد برای افراد است. با این وجود واقعیت این است که کارآفرینان غالباً از تأثیرات زیست محیطی خود بی اطلاع هستند، منابع محدودی برای مقابله با مسائل زیست محیطی دارند و به دلیل محدودیت های زمانی و منابع، تمایلی به اقدام ندارند (رول و همکاران؛ ۲۰۱۰).

مفهوم کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به فرایندی اشاره دارد که طی آن کارآفرینان به ساخت یا تغییر نهادها در سطح اجتماع محلی می پردازند و با بیان راهکارهایی مفید، برای کاهش مسائل اجتماعی چون فقر، بی سوادی، تخریب های زیست محیطی و غیره اقدام می کنند. کارآفرینی اجتماعی با ساماندهی مجدد سرمایه ها و دارایی های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می دهد و به منزله پذیرش مسئولیت اجتماعی ناشی از توسعه سریع جوامع است (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴).

بسیاری از مسایل جامعه روستایی دارای ماهیت اجتماعی هستند و از این رو حل آنها نیازمند راهکارهای اجتماعی نوآورانه است. از این منظر، کارآفرینی اجتماعی می تواند به حل مسایل جامعه روستایی، بویژه فقر و نابرابری کمک نماید.

کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی مبین پیگیری مسایل اجتماعی از طریق طرح راهکارهای نوآورانه برای بسیج ایده ها، ظرفیت ها، منابع و نهادهای اجتماعی مورد نیاز برای گذر اجتماعی متوازن است. کارآفرینان اجتماعی می توانند به توسعه یک زیست بوم کارآفرینانه و الگوی توسعه کسب و کار پایدار در مناطق روستایی مبتنی بر بهره برداری از فرصت های خاص این مناطق در راستای نیازهای واقعی جوامع روستایی یاری رسانند. جهان تاکنون شاهد تجربه های موفقیت آمیز متعددی در زمینه کارآفرینی اجتماعی بوده است. بسیاری از این کسب و کارهای اجتماعی، موفقیت های قابل توجهی را

Beatriz et al

⁴ Revell et al

برای توانمندسازی جوامع فقیر محلی داشته‌اند. آگاهی از این تجربه‌ها می‌تواند الهام بخش سیاست‌گذاران در سیاست-گذاری توانمندسازی متناسب فقرا و نیز کارآفرینان و سرمایه‌گذاران در توسعه کسب و کارهای اجتماعی در مناطق محروم باشد (شریفی و پیش‌بین، ۱۳۹۴).

کارآفرینی اجتماعی در زمینه دامپروری

دامپروری و دامداری به عنوان یک بخش، یکی از پررونق‌ترین فعالیت‌های تولیدی بخش کشاورزی است. این بخش از کشاورزی، به دلیل ماهیت فعالیت‌های آن، اثرات و پیامدهای گوناگونی بر محیط زیست دارد؛ لذا، با توجه به تأثیرات متقابل پرورش دام و طیور و محیط زیست، تدوین راهبرد مناسب جهت دستیابی به توسعه پایدار در این زمینه و در نهایت کاهش اثرات منفی زیست محیطی این صنعت، بسیار ضروری است. پرورش دام و دامداری، دارای اهمیت اقتصادی و اشتغال‌زایی فراوانی نیز می‌باشد. از یک سو، جمعیت اصلی شاغل در دامپروری مناطق روستایی و عشایری و همچنین، بخش بزرگی از جمعیت شهرنشین و روستانشین به صورت مستقیم و غیرمستقیم در صنایع وابسته به تولیدات دامی از قبیل گوشت، شیر، پشم، لبنیات و کارخانه‌ها، تهیه خوراک و غیره مشغول می‌باشند (علیپور، ۱۳۹۱). به بیان دیگر، در کشورهای در حال توسعه، فرصتی منحصر به فرد برای استفاده از دام، به عنوان ابزاری برای رشد و تشدید پایداری و عبور از فقر وجود دارد. بنابراین، توسعه این بخش از یک سو مستقیماً به افزایش مواد غذایی در کشوری انجامد و از سوی دیگر، با ارتقاء کیفیت مواد غذایی و پایین آمدن قیمت‌ها به تقویت امنیت غذایی کمک می‌کند (ساعی و همکاران، ۹۸، ۱۴۰۰).

شناسایی فرصت‌های کسب و کار، توسعه ایده‌های نوآورانه، تشکیل و مدیریت کسب و کارهای مرتبط با دامپروری در اقتصاد امروز نقش بسزایی دارد. کارآفرینان در این صنعت با تمرکز بر بهبود و بهره‌وری از عملکرد دام‌ها، ارائه خدمات و محصولات متنوع و ایجاد ارتباطات مؤثر با بازار، نقش مهمی در توسعه این صنعت و ایجاد اشتغال دارند. راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار در صنعت دامپروری نیازمند شناخت دقیق از این صنعت، دانش فنی و مدیریتی، منابع مالی و بازاریابی است و البته چالش‌های قابل توجهی نیز پیشروی این صنعت قرار دارد. راه‌اندازی یک کسب و کار در صنعت دامپروری نیازمند سرمایه‌گذاری اولیه قابل توجهی است. این سرمایه‌گذاری می‌تواند برای خرید زمین، ساخت و تجهیزات فنی، تأمین نهاده‌های مورد نیاز و استخدام نیروی کار صورت گیرد که نبود حمایت‌های کافی در این راستا و رویکرد سنتی موانع مهمی در این حوزه است. برنامه ریزی مالی دقیق و جذب منابع مالی مناسب، به عنوان یک راهکار مهم در این زمینه مطرح است. مدیریت دقیق و بهره‌وری در استفاده از منابع موجود از جمله زمین، آب، خوراک، دام و نیروی کار از اهمیت بالایی برخوردار است. بهبود فرآیندهای تولیدی، کاهش هدررفت منابع، بهینه‌سازی هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری می‌تواند به تأمین پایداری و رشد کسب و کار کمک کند. تحقیق و تجزیه و تحلیل بازار، شناخت نیازها و تمایلات مشتریان، بازاریابی مناسب و ارتباط مؤثر با بازار نیز بسیار حائز اهمیت است. دامپروری نیز همچون کشاورزی و بسیاری از حوزه‌های دیگر هنوز در سنتی‌ترین شکل ممکن در حال اجراست و شاید واحدهای صنعتی که در این حوزه تولیدات قابل توجهی داشته باشند بسیار کم و انگشت‌شمارند. لزوم رویکردی نوین در این حوزه برای تحول و تعالی این صنعت و فعالیت‌های کارآفرینان این عرصه از ضروریات است و نگاه استراتژیک به این حوزه در ابعاد کلان امنیت غذایی کشور از اهمیت بسزایی برخوردار است.

پیشینه پژوهش

سلیمانی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود به «طراحی مدل توسعه کارآفرینی پایدار در کسب و کارهای نواحی روستایی همدان» پرداختند. به منظور تحلیل داده های حاصل از ۱۰ مصاحبه، تحلیل محتوا و سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت پذیرفت. کدهای باز، شامل ۲۲۹ مفهوم و کدهای محوری نیز شامل ۳۴ مقوله عمده بود که در مدل پارادایمی تحقیق، در قالب شرایط علی (عوامل فردی، ویژگی های کسب و کار، مدیریت منابع، عملکرد مالی)، شرایط واسطه ای (بستر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه، رسانه ها، فشار ذینفعان، محیط قانون گذاری، خودتنظیمی، قدرت سرمایه گذاران، مصرف گرایی اخلاقی جامعه، نقش حکومت ها، کیفیت و هماهنگی نهادی، آموزش)، شرایط زمینه ای (حاکمیت شرکتی، تعهدات اخلاقی، تعهدات زیست محیطی، پیوند مسئولیت اجتماعی با عملیات کسب و کار، مدیریت پایدارمحور)، راهبردها (از جمله راهبردهای آموزشی ترویجی، مشارکت ذینفعان، اصلاح قوانین و مقررات، تمهیدات حمایتی و تشویقی و فعالیت های تحقیق و توسعه) و پیامدها (مشمول بر پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، تعهد سازمانی، مزیت رقابت و پیامدهای سیاسی) نشان داده شده است.

علیزاده مشکانی و عاشوری (۱۴۰۰) در پژوهش خود به «تاثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی گری قابلیت بازاریابی» پرداختند. نتایج بدست آمده از این تحقیق نشان می دهد که کارآفرینی اجتماعی هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم از طریق قابلیت بازاریابی بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبتی دارد.

پتیام و حاجی علی اکبری (۱۴۰۰) در پژوهش خود به «تاثیر اجرای کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقای بازاریابی داخلی و کسب مزیت رقابتی بازاریابی بر توسعه بازار شرکت های کوچک و متوسط تجاری شهر زنجان» پرداختند. نتایج پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر نشان می دهند که اجرای کارآفرینی اجتماعی بر توسعه بازار شرکت تاثیر معناداری می گذارد، اجرای کارآفرینی اجتماعی بر ارتقاء بازاریابی داخلی و کسب مزیت رقابتی بازاریابی تاثیر معناداری می گذارد، اجرای کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقا بازاریابی و کسب مزیت رقابتی بر توسعه بازار شرکت تاثیر معناداری می گذارد، ارتقا بازاریابی داخلی بر توسعه بازار شرکت تاثیر معناداری می گذارد، همچنین کسب مزیت رقابتی بر توسعه بازار شرکت تاثیر معناداری می گذارد.

ساعی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه پایدار صنعت دامپروری در مناطق روستایی شمال استان کرمان به این نتیجه رسیدند که بیشترین تأثیر در برنامه های توسعه پایدار صنعت دامپروری، تقویت نگرش کارآفرینی بین دستگاه های اجرایی و بیشترین تأثیر در توسعه پایدار صنعت دامپروری؛ شناسایی و جذب منابع انسانی مستعد موجود در این زمینه برای اجرای طرح ها بوده است.

مسرور رودسری و یگانه فر (۱۴۰۰) در پژوهش خود به «تاثیر گرایش کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت های بیمه استان گیلان» پرداختند. نتایج تحقیق انجام شده تائید می کند که میزان کارآفرینی اجتماعی تاثیر مثبت و قابل توجهی بر عملکرد مالی شرکت های بیمه دارد. این ویژگی ها منجر به مزیت رقابت پایدار و شناسایی فرصت ها و تمایلات تجاری و همچنین آگاهی از ضعف هایی می شود که از طریق نوآوری و خلاقیت در شرکت، ارائه خدمات جدید و انتخاب نقطه فروش ایجاد شده اند.

مورالس و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در تحقیق خود به «اشکال ترکیبی کسب و کار: درک توسعه شیوه های کارآفرینی اجتماعی بومی» پرداختند. تجزیه و تحلیل مطالعه موردی چندگانه با استفاده از NVIVO، کشف کرد که شرکت های اجتماعی بومی به عنوان سازمان های ترکیبی عمل می کنند که تحت تأثیر شیوه های فرهنگی آنها، و همچنین اشکال غالب غربی که توسط هنجارها مشروعیت می یابند قابل تقلید هستند.

ژوان و همکاران^۲ (۲۰۲۰)، در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر سوابق تحصیلی و آموزشی بر قصد کارآفرینی» دریافتند که بین زمینه تحصیلات و فرصت های درک شده، ظرفیت های درک شده و قصد کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد، در حالی که سطح تحصیلات تأثیرات مثبتی بر فرصت های درک شده، ظرفیت های درک شده و قصد کارآفرینی دارد. علاوه بر این، آزمون های مجذور کای و کرامر V نشان می دهد که شواهد محکمی از تفاوت سطح تحصیلی در قصد کارآفرینی وجود دارد، اما هیچ تفاوتی بین رشته تحصیلی در قصد کارآفرینی وجود ندارد.

آگاروال و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به «رویکردی کیفی نسبت به عوامل حیاتی برای توسعه پایدار کارآفرینی اجتماعی زنان: موارد هندی» پرداختند. این تحقیق نشان داد زنان کارآفرین دارای قابلیت ها و مهارت های استثنایی مانند جهت گیری نوآورانه و خلاق، ویژگی های رهبری، خودآگاهی و آگاهی اجتماعی، توانایی شناسایی فرصت ها، ظرفیت ریسک پذیری مجهز به توانایی تجاری سازی منابع از طریق تولید کالا و خدمات برای رفع نیازهای بازار کنونی هستند. طی بررسی و تجزیه و تحلیل موارد مشاهده شده است که عوامل فردی، اجتماعی و محیطی بر توسعه یادگیری کارآفرینانه و شایستگی هایی که برای موفقیت زنان کارآفرین اجتماعی بسیار مهم است، تأثیر گذاشته است.

روش شناسی پژوهش

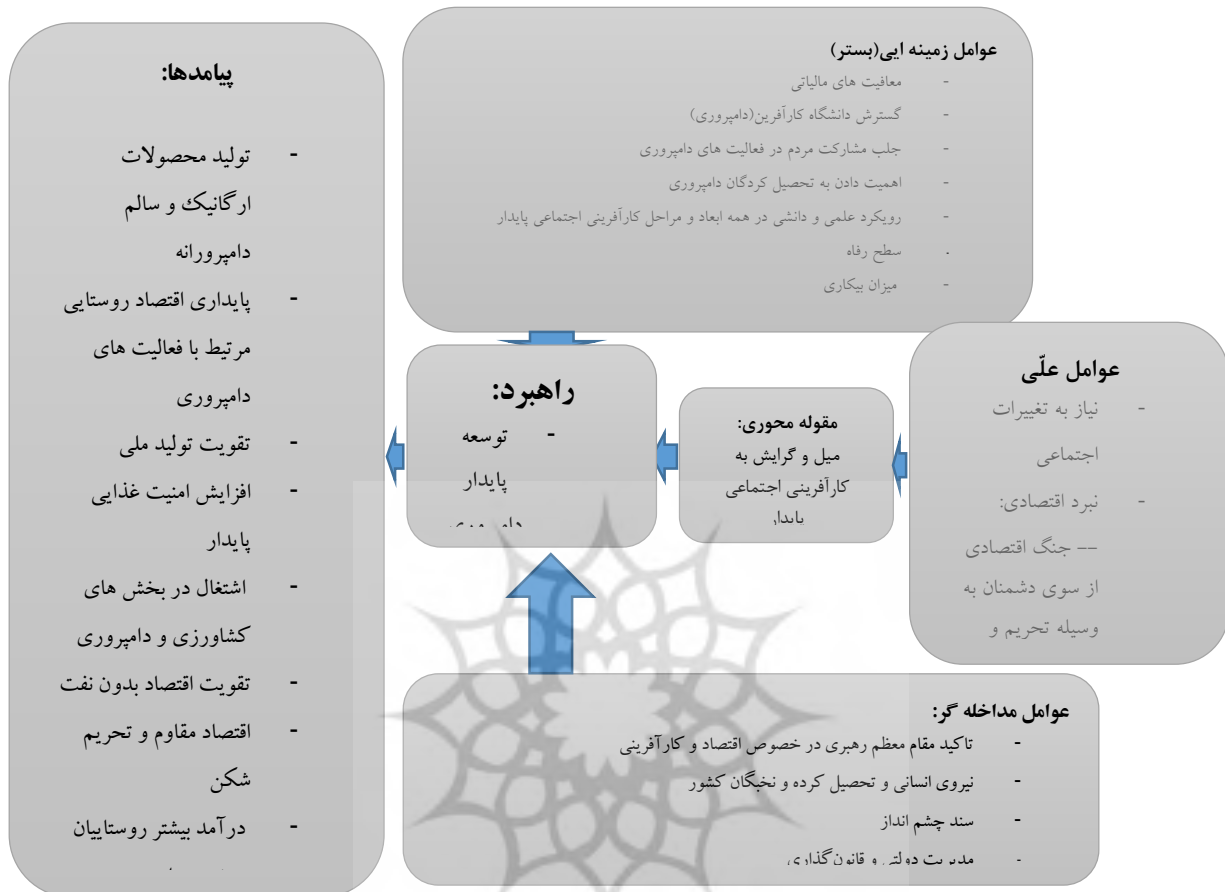
روش پژوهش مورد استفاده در این تحقیق، نظریه داده بنیاد است. در این پژوهش ۲۰ نفر از اساتید اقتصاد و مدیریت دانشگاه های کشور و کارآفرینان و مدیران شرکت های کارآفرینی و مدیران دولتی مرتبط، به عنوان خبرگان پژوهش انتخاب شدند. از نمونه گیری نظری استفاده شد. ابزار گردآوری داده ها در این مرحله از پژوهش، مصاحبه هایی رودررو و عمیق بود که با طرح پرسش هایی باز، بین ۳۰ تا ۸۰ دقیقه انجام شد؛ گاه مصاحبه ها به منظور به اشتراک گذاری یافته های مقدماتی، تکمیل و جرح و تعدیل داده ها تکرار نیز می شدند. از مشارکت کنندگان درباره پدیده مورد مطالعه، چگونگی تحقق و خروجی های آن سوال شد. پرسش های تکمیلی برای جهت دادن به مباحث و نیل مقوله های مرتبط با پدیده مورد بررسی طرح گردید. مصاحبه ها ضبط شد تا با مرور گفت و گوها، تحلیل و بررسی دقیق تری نسبت به دیدگاه های طرح شده مشارکت کنندگان انجام شود. نمونه گیری نظری تا رسیدن مقوله ها به اشباع نظری ادامه یافت. پس از انجام مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و گزینشی، ابعاد و مؤلفه های الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری نهایی شد و روابط بین آن ها مشخص گردید. مدل به دست آمده، در اختیار تعدادی از عاملین توسعه قرار گرفت که آنها پس از بررسی مدل، نظرات و پیشنهادات خود را در جهت بهبود مدل ارائه دادند که این موارد تا حد امکان در مدل اعمال شد. ضمناً، روابط بین اجزای مدل براساس

^۱Morales et al

^۲Xuan et al

^۳Agarwal et al

مبانی نظری، نظرخواهی از عاملین توسعه و منطقی بودن آنها مشخص شد. مدل نهایی این پژوهش براساس نظریه برخوردارانه از داده، در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل ۱- پارادایم کدگذاری محوری (الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری)

یافته های پژوهش

در مرحله نخست، به گردآوری داده های کیفی از خلال مصاحبه های عمیق با مشارکت کنندگان پژوهش پرداخته شد. در فرایند کدگذاری باز، مفاهیم و مضمون های بسیاری حاصل شد که طی فرایند رفت و برگشتی تحلیل داده ها، مجموعه این داده های کیفی اولیه به مقوله های کمتری تقلیل یافت. با توجه به طرح نظام مند نظریه داده بنیاد استراوس و کوربین، از دل تحلیل داده های کیفی، پارادایم کدگذاری محوری را تدوین و براساس آن، خط ارتباطی میان مقوله های پژوهش شامل شرایط علی، مقوله محوری، زمینه، شرایط مداخله گر، راهبرد کنش و کنش متقابل و پیامدها مشخص شد. شکل ۱ پارادایم کدگذاری محوری و به عبارت دیگر، مدل فرایند کیفی پژوهش را نشان می دهد. در ادامه کدگذاری انتخابی را پی ریزی و به بررسی و شرح اجزای مدل پژوهش پرداخته می شود.

شرایط علی

براساس نظرات مشارکت کنندگان این تحقیق، یافته‌ها نشان داد نیاز به تغییرات اجتماعی؛ نبرد اقتصادی - جنگ اقتصادی از سوی دشمنان به وسیله تحریم و فشارهای اقتصادی - نبرد رقابتی در روند توسعه اقتصادی به عنوان مولفه‌های شرایط علی و پدیده مورد مطالعه پژوهش شناسایی شدند.

مقام معظم رهبری در این زمینه چنین فرموده‌اند:

" ما باید یک اقتصاد داشته باشیم که هم روند رو به رشد توسعه اقتصادی در آن محفوظ بماند، هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش یابد. یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی جوری باشد که در مقابل ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل‌های مختلف خواهد بود، کمتر آسیب ببیند" (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار هیات دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

در این زمینه نتایج تحقیق ضیاءالدینی نشان داد بسته به این که این نبرد چگونه در حال رخ دادن است، نظرات متفاوتی داده شده؛ می‌توان این گفته یکی از اساتید را شاهد روشنی بر این مدعا دانست:

"مهم‌ترین خصومت‌هایی که در حوزه اقتصاد علیه ایران در سال‌های اخیر اتخاذ و اعمال شده، تحریم‌ها هستند، تحریم بنزین، تحریم بانکی، تحریم نفتی، تحریم کالایی، تحریم تکنولوژی، تحریم حمل‌ونقل، بیمه و کشتی‌رانی که این‌ها از مهم‌ترین موارد هستند" (ضیاءالدینی و همکاران، ۱۳۹۸) و به گفته تعدادی دیگر از مصاحبه‌شوندگان: "دشمن دست از تهدید و دشمنی بر نمی‌دارد؛ چون جنگ حق و باطل است و تمام شدنی نیست، پس توانمندی در مقابل تحریم‌ها و فشارها برای ما لازم است".

مقوله (پدیده) اصلی

از نظر خبرگان حوزه پژوهش، پدیده اصلی این پژوهش میل و گرایش به کارآفرینی اجتماعی پایدار شناسایی شد. در این زمینه تحقیق پتیام و حاجی علی اکبری (۱۴۰۰) با عنوان تاثیر اجرای کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقای بازاریابی داخلی و کسب مزیت رقابتی بازاریابی بر توسعه بازار شرکت‌های کوچک و متوسط تجاری شهر زنجان مؤید این مطلب است که اجرای کارآفرینی اجتماعی بر ارتقاء بازاریابی داخلی و کسب مزیت رقابتی بازاریابی تاثیر معناداری می‌گذارد، اجرای کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقاء بازاریابی و کسب مزیت رقابتی بر توسعه بازار شرکت تاثیر معناداری می‌گذارد.

راهبرد کنش و کنش متقابل

با توجه به نظرات خبرگان، راهبردهای کنش و کنش متقابل در این پژوهش شامل توسعه پایدار دامپروری مورد تایید قرار گرفت.

در این زمینه نتایج تحقیق ساعی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه پایدار صنعت دامپروری در مناطق روستایی شمال استان کرمان تایید می‌کند که تقویت نگرش کارآفرینی بین دستگاه‌های اجرایی و شناسایی و جذب منابع انسانی مستعد موجود در این زمینه بیشترین تأثیر را در برنامه‌های توسعه پایدار صنعت دامپروری داشته است.

بستر

معافیت‌های مالیاتی؛ گسترش دانشگاه کارآفرین (دامپروری)؛ جلب مشارکت مردم در فعالیت‌های دامپروری؛ اهمیت دادن به تحصیل کردگان دامپروری؛ رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کارآفرینی اجتماعی پایدار؛ سطح رفاه؛ میزان بیکاری؛ نظام آموزشی؛ تخصیص صحیح منابع مالی، غیر مالی و مشوق‌ها در خصوص دامپروری؛ زیست بوم کارآفرینی اجتماعی پایدار در زمینه دامپروری به عنوان عوامل بستر ساز (زمینه) تحقق کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری شناسایی شد.

شرایط مداخله گر

در این پژوهش، مشارکت کنندگان مولفه‌های: - تاکید مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد و کارآفرینی؛ - نیروی انسانی و تحصیل کرده و نخبگان کشور - سند چشم‌انداز - مدیریت دولتی و قانون‌گذاری - بی‌اعتمادی مردم به مسئولان و مدیران را به عنوان شرایط مداخله گر اعلام کردند.

پیامدها:

پیامدهای کارآفرینی اجتماعی پایدار (تولید محصولات ارگانیک و سالم دامپرورانه؛ پایداری اقتصاد روستایی مرتبط با فعالیت‌های دامپروری؛ تقویت تولید ملی؛ افزایش امنیت غذایی پایدار؛ اشتغال در بخش‌های کشاورزی و دامپروری؛ تقویت اقتصاد بدون نفت؛ اقتصاد مقاوم و تحریم شکن؛ درآمد بیشتر روستاییان در زمینه دامپروری؛ افزایش مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی؛ ابزاری برای تثبیت اقتصاد و محیط زیست سالم؛ استقلال اقتصادی؛ بهبود بهره‌وری در دامپروری؛ توسعه فن‌آوری در خصوص خوراک دام؛ جذب متخصصان دامپروری در داخل کشور؛ رقابت پذیری در اقتصاد جهانی؛ باور و اعتقاد بر ارتقا سطح خودکفایی روستاییان؛ دست‌یابی به مزیت رقابتی.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش، در راستای نیل به اهداف و نیز پاسخ به پرسش پژوهش، پس از اجرای راهبرد پژوهشی کیفی نظریه داده بنیاد، الگوی کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی در زمینه دامپروری و عناصر آن مطابق شکل ۱ با اجزای آن استخراج گردید. لازم به توضیح است از آنجا که در روش داده بنیاد، نظریه جدیدی بوجود آمده است لذا قابل مقایسه با ادبیات پیشین نبوده و برای بررسی کامل بایستی در پژوهش‌های آتی مورد بررسی کمی و ارزیابی قرار گیرند.

این تحقیق نشان داد کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی شامل مولفه‌های تعهدات اخلاقی و فرهنگی و تمدنی - تاریخی، تعهدات زیست محیطی، پایبندی به مولفه‌های مسئولیت اجتماعی در همه جنبه‌های عملیات کسب و کار و مدیریت پایدار محور است. در بحث تعهدات اخلاقی و فرهنگی و تمدنی - تاریخی، یک موضوع مهم مردود دانستن

هر گونه تبعیض قومیتی و جنسیتی و مذهبی و احترام به انتظارات متنوع و پیچیده ذی نفعان است. معمولاً در فعالیت های اجتماعی، تبعیض نژادی و همچنین مسائلی همچون دیدگاه های جنسیتی معنایی ندارد. بسیار دیده شده در روستاها زنان، بدون توجه به دیدگاه های جنسیتی پای به پای مردان به فعالیت می پردازند.

یافته های بدست آمده در پژوهش و نظریات مطرح شده در ابتدای پژوهش نشان می دهد رابطه منطقی بین پیامدها و مولفه های کارآفرینی اجتماعی وجود دارد و درستی الگوی بدست آمده در چارچوب مفاهیم کارآفرینی اجتماعی تقویت می شود. همچنین نظریه دیگری در این زمینه بدین گونه مطرح شده که مویده نتایج پژوهش حاضر است: دامنه تاثیرات کارآفرینی اجتماعی پایدار بسیار وسیع است. در این تحقیق بیان شده اثرات این پدیده بسیار گسترده و در ابعاد متفاوتی همچون پیامدهای اقتصادی، پیامدهای اجتماعی، پیامد زیست محیطی، ارتقای تعهد و سرمایه انسانی، دستیابی به مزیت رقابتی و پیامد سیاسی را به همراه دارد. بانک جهانی سرانجام به این باور رسیده که توسعه روستایی، راهبردی برای بهبود زندگی اجتماعی و اقتصادی روستایان فقیر و تلاشی همه جانبه برای کاهش فقر است که این امر با افزایش تولید و ارتقاء بهره‌وری در محیط روستائی میسر می گردد. چنانکه می دانیم اقتصاد کشورهای جهان سوم از جمله کشور ما اغلب بر تولیدات صنعت دامپروری متکی است. و فعالیت های صنعت دامپروری هم، غالباً در روستاها انجام می شود. لذا از یک طرف به خاطر بهبود بخشیدن به روش های سنتی تولیدات صنعت دامپروری و بهره برداری بهینه از زمین و منابع تولید و توزیع محصولات صنعت دامپروری و از سوی دیگر تخفیف گرسنگی و محو فقر و از طرف دیگر به منظور نوسازی اجتماعی و فرهنگی روستاها که خود منبعث از توجه به مسائل انسانی و ضرورت های سیاسی است، موضوع توسعه روستایی و اهمیت آن آشکار می گردد (خسروی پور و فروشانی، ۱۳۹۰). توسعه روستایی یا نوین سازی جامعه روستایی بایستی این جامعه را از انزوای سنتی بیرون آورده و با اقتصاد ملی عجین سازد. به همین جهت توسعه روستائی تلاشی فراگیر است که به محدوده یک بخش خلاصه نمیشود و کلیه بخش ها و زمینه های اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و ... توسعه را در بر می گیرد. بر مبنای نتایج پژوهش قضایای نظری (گزاره های حکمی)، بیانگر روابط تعمیم یافته بین یک طبقه و مفاهیم آن، با طبقات معین است. گزاره ها متضمن روابط مفهومی از منظر رویه دوم پنج قضیه یا گزاره به شرح زیر مطرح می شود که در اینجا به آنها اشاره می شود:

گزاره حکمی ۱: نیاز به تغییرات اجتماعی؛ نبرد اقتصادی؛ - جنگ اقتصادی از سوی دشمنان به وسیله تحریم و فشارهای اقتصادی - نبرد رقابتی در روند توسعه اقتصادی از شرایط علی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی هستند.

گزاره حکمی ۲: پدیده محوری: میل و گرایش به کارآفرینی اجتماعی پایدار

گزاره حکمی ۳: راهبردهای کنش و کنش متقابل (توسعه پایدار دامپروری)

گزاره حکمی ۴: بستر معافیت های مالیاتی؛ گسترش دانشگاه کارآفرین (دامپروری)؛ جلب مشارکت مردم در فعالیت های دامپروری؛ اهمیت دادن به تحصیل کردگان دامپروری؛ رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کارآفرینی

اجتماعی پایدار؛ سطح رفاه؛ میزان بیکاری؛ نظام آموزشی؛ تخصیص صحیح منابع مالی، غیر مالی و مشوق ها در خصوص دامپروری؛ زیست بوم کارآفرینی اجتماعی پایدار در زمینه دامپروری، زمینه و بستر خاص لازم برای بروز کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی را فراهم می کنند.

گزاره حکمی ۵: شرایط مداخله گر؛ تاکید مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد و کارآفرینی؛ نیروی انسانی و تحصیل کرده و نخبگان کشور؛ سند چشم انداز؛ مدیریت دولتی و قانون گذاری؛ بی اعتمادی مردم به مسئولان و مدیران بستری عام را برای بروز کارآفرینی اجتماعی پایدار روستایی را فراهم می کنند.

گزاره حکمی ۶: پیاده سازی کارآفرینی اجتماعی پایدار: تولید محصولات ارگانیک و سالم دامپرورانه؛ پایداری اقتصاد روستایی مرتبط با فعالیت های دامپروری؛ تقویت تولید ملی؛ افزایش امنیت غذایی پایدار؛ اشتغال در بخش های کشاورزی و دامپروری؛ تقویت اقتصاد بدون نفت؛ اقتصاد مقاوم و تحریم شکن؛ درآمد بیشتر روستاییان در زمینه دامپروری؛ افزایش مشارکت زنان در فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی؛ ابزاری برای تثبیت اقتصاد و محیط زیست سالم؛ استقلال اقتصادی؛ بهبود بهره وری در دامپروری؛ توسعه فن آوری در خصوص خوراک دام؛ جذب متخصصان دامپروری در داخل کشور؛ رقابت پذیری در اقتصاد جهانی؛ باور و اعتقاد بر ارتقا سطح خود کفایی روستاییان؛ دست یابی به مزیت را به همراه خواهد داشت.

پیشنهادها

همچنین با عنایت به نتایج پژوهش، پیشنهادهایی اجرایی استخراج می گردند:

الف) براساس شرایط علی مدل پژوهش:

- به مدیران و افراد خبره در زمینه دامپروری پیشنهاد می شود برای بهبود کارآفرینی اجتماعی، روابط سالم و دوستانه ای را با زیردستان خود داشته باشند تا شرایط تبادل نظر و انتقال دانش در بین افراد ایجاد شود.
- پیشنهاد می شود کسب و کارهای روستایی برای توسعه و اثربخشی، افرادی را به عنوان مدیر انتخاب کنند که دارای ویژگی تشخیص مسئله و تصمیم گیری استراتژیک باشند. در این راستا پیشنهاد می شود این افراد براساس آزمون های سنجش توانمندی های مدیریتی انتخاب شوند.
- پیشنهاد می شود دولت، با در نظر گرفتن طرح های حمایتی همچون معافیت های مالیاتی، شرایط لازم برای سرمایه گذاری در روستا را برای افراد غیربومی ایجاد کند.
- پیشنهاد می شود جهت افزایش و بهبود توانمندی های روستاییان، طی جلسات دوره ای، از افراد باتجربه دعوت شود تا از تجربیات خود برای سایر کارآفرینان جوان صحبت کنند.

ب) براساس بستر مدل پژوهش:

- پیشنهاد می شود بخش خصوصی با دامپروران روستایی همکاری و تعامل داشته باشد.

پیشنهاد می‌شود دولت مشوق‌های اقتصادی همچون کمک‌های کالایی و معافیت‌های مالیاتی و بیمه‌ای و تخفیف و بخشش کارمزد تسهیلات به تمام اجزای زنجیره محصولات کشاورزی و دامپروری اختصاص دهد.

- پیشنهاد می‌شود روستاییان برای گسترش فعالیت‌های خود بصورت دوره‌ای با سایر روستاییان در فعالیت‌های مشابه همکاری و ملاقات داشته باشند تا بتوانند از توانایی‌ها و تجربیات یکدیگر استفاده کنند.

ج) براساس شرایط مداخله گر مدل پژوهش:

- پیشنهاد می‌شود دست‌اندرکاران دولتی، با کاهش سود تسهیلات و اعطای تسهیلات بانکی حمایت‌کننده، از تولیدات روستایی حمایت کنند.

- پیشنهاد می‌شود جهت بهبود و تقویت مزارع، دولت امکانات لازم جهت دفع آفات، بهبود و تقویت را در اختیار روستاییان قرار دهد.

- پیشنهاد می‌شود دولت آموزش‌های لازم را جهت توانمندسازی روستاییان و استفاده از الگوهای جهانی موفق به روستاییان ارائه دهد.

- پیشنهاد می‌شود با گسترش امکان دسترسی روستاییان به اینترنت و ابزارهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی، روستاییان بتوانند جهت افزایش آگاهی و دانش خود با سایر افراد موفق در ارتباط باشند.

به منظور انجام پژوهش‌های آتی در راستای این مطالعه، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- جهت تعمیم‌پذیری بالای مدل تحقیق، پیشنهاد می‌شود این پژوهش در جامعه آماری دیگری صورت بگیرد و نتایج تحقیق با تحقیق حاضر مقایسه شود.

- پیشنهاد می‌شود مدل این پژوهش به صورت کمی مورد بررسی قرار بگیرد تا از اعتبار مدل اطمینان خاطر حاصل شود.

- پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری به بررسی روابط میان اجزای مدل پرداخته شده و میزان اثرگذاری مولفه‌ها مشخص شود.

فهرست منابع

- احمدپور داریانی، محمود و عزیزی، سید محمد (۱۳۹۵). **کارآفرینی**، محراب قلم.
- پتیام، حدیث و حاجی علی اکبری، فیروزه (۱۴۰۰). **تاثیر اجرای کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقای بازاریابی داخلی و کسب مزیت رقابتی بازاریابی بر توسعه بازار شرکت های کوچک و متوسط تجاری شهر زنجان**، هفتمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران.
- داوری، مریم؛ رنجبر، محسن؛ توکلان، علی (۱۴۰۲). کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصاد روستایی با تأکید بر نقش گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی). **مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین**. دوره ۷ شماره ۲، پیاپی ۱۶، تابستان ۱۴۰۲، صص ۳۵۱-۳۶۶.
- روستا، مریم؛ حیدری، محمد مهدی (۱۴۰۲). **کارآفرینی اجتماعی فراتر از کارآفرینی اقتصادی**. گرفته شده در تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۳۰، از آدرس سایت اینترنت: <https://vista.ir/m/a/ulmv5>
- ساعی، مهدیه؛ شاکری، پیروز؛ صالحی، اصغر و صفت الله رحمانی (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر توسعه پایدار صنعت دامپروری در مناطق روستایی شمال استان کرمان. **فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی**، سال دهم، شماره سوم، پیاپی ۳۷.
- شریفی، مهنوش، پیش بین، احمد رضا. (۱۳۹۴). پیشبرد توسعه روستایی از طریق کارآفرینی اجتماعی: آموزه های بانک گرامین. **مجله مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی**، ۲(۳)، ۷۷-۱۰۵.
- علوی زاده، سید امیر محمد. (۱۳۹۶). کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: استان ایلام). **فصلنامه علمی ترویجی فرهنگ ایلام**، ۱۸(۵۶ و ۵۷)، ۱۶۹-۱۵۴.
- علیپور، ب. (۱۳۹۱). برآورد ضرایب اقتصادی صفات مهم تولیدی بز لری لرستان. به راهنمایی جمال فیا ضی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، دانشکده علوم دام، پایان نامه کارشناسی ارشد، صص ۱۸-۲۴.
- علیزاده مشکانی، فغانه و عاشوری، سعیده (۱۴۰۰). **تاثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی گری قابلیت بازاریابی**، چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
- فتوحی، مجید، حسینی نیا، غلامحسین، سجادی، سید مجتبی. (۱۴۰۰). اثرات گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی با محوریت توسعه پایدار (مطالعه موردی: روستاهای شاخص استان یزد). **کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی**، ۲(۲)، ۲۴۵-۲۶۷.
- فیروزآبادی، سید احمد، دباغی، حمیده. (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی. **مجله توسعه محلی (روستائی- شهری)**، ۷(۱)، ۲۹-۵۸.
- محمدی خیاره، محسن و عرفان نیا، امین (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت بندی چالش ها و فرصت های کارآفرینی روستایی: مطالعه موردی دهستان های باقران، القورات و شاخن شهرستان بیرجند، **مجله روستا و توسعه**، ۲۲(۴)، ۹۱-۱۲۲.
- مسرور رودسری، آیه و یگانه فر، افشین (۱۴۰۰). **تاثیر گرایش کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت های بیمه استان گیلان**، چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار، تهران.

میرکی اناری، حسین؛ عنابستانی، علی اکبر؛ واعظ طبسی، علی (۱۴۰۱). عوامل اثرگذار بر زیست بوم کارآفرینی روستایی در شهرستان کاشمر. **مجله مطالعات مدیریت توسعه سبز (دوفصلنامه)**، سال اول، شماره دوم، پیاپی ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۱، صفحات ۵۸-۳.

الوسی سوادکوهی؛ حسین (۱۳۹۴). **بررسی اصول برنامه ریزی و طراحی شهر پایدار، کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در عمران، معماری و شهرسازی.**

یادگار، نسیم (۱۳۹۹). **بررسی رابطه گرایش کارآفرینانه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه در موسسات غیر انتفاعی**، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۳(۳)، ۴۶۱-۴۸۰.

- Agarwal ,Sucheta; Lenka ,Usha; Singh ,Kanhaiya; Agrawal ,Vivek; Agrawal ,Anand Mohan (2020). **A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian cases.** Journal of Cleaner Production , (5) , ۱۲۳۱۳۵.
- Beatriz ,L jabbour ,A jabbour ,C ,Jatan ,H. ,Teixeira ,A.A. ,& de oliveira ,J. H. C (2014). quality management ,environmental management maturity ,green supply chain practices and green performance of Brazilian companies with ISO 14001 cretification: direct and indirect effects, ” **transportation research** ,part E , ۳۹-۵۱.
- Revell ,A. ,Stokes ,D. and Chen ,H. ,(2010) **Small businesses and the environment : turning over a new leaf?** ,Business Strategy and the Environment , ۱۹ (۵): ۲۷۳-۲۸۸.
- Read ,S. ,Saravathy ,S. ,Dew ,N. ,& Wiltbank ,R. (2016). **Effectual entrepreneurship.** Routledge.
- Wang ,K. J. ,& Lestari ,Y. D. (2013). **Firm competencies on market entry success: evidence from a high-tech industry in an emerging market.** Journal of Business Research , ۶۶(۱۲) , ۲۴۴۴-۲۴۵۰ .
- Morales ,Andr s; Calvo ,Sara; Guaita Martínez ,José Manuel; Martín Martín ,José María (2021). Hybrid forms of business: Understanding the development of indigenous social entrepreneurship practices. *Journal of Business Research* , ۱۲۴() , ۲۱۲-۲۲۲.
- Xuan ,H. ,Trung ,T. ,Ngoc ,H. ,Phuong ,L. ,Cong ,D & Quynh ,T. (2020). **The effect of educational background on entrepreneurial intention.**Management Science Letters , ۱۰(۱) , ۹۱-۱۰۲.

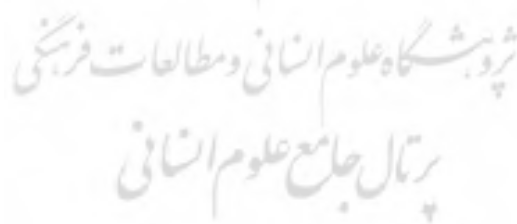
Explore the Pattern of Sustainable Social Entrepreneurship in Animal Husbandry Using Grounded Theory

Seyyed Ahmad Hosseini,¹ Mohammad Ziauddin,² Mohammad Reza Hosseinipour³

Abstract

The achievement of sustainable rural development is dependent on the creation of rural entrepreneurship. This research aimed to explore the pattern of sustainable social entrepreneurship in animal husbandry using grounded theory. Participants in this study were selected from among the country's economics and management professors, entrepreneurs and managers of entrepreneurial companies, and government officials, with a sample size of 20 individuals. Data collection continued until theoretical saturation was reached. Theoretical sampling was used for sampling purposes, a type of purposive sampling that helps the researcher create or discover theories or concepts that have a theoretical relationship with the evolving theory. In theoretical sampling, the sampling is deliberate (not probabilistic) and focuses on theory development. In the next step, a set of primary concepts (514) were collected through coding. From these, a set of themes (33 themes) were extracted. Then, in the axial coding stage, the links between these themes were categorized under the headings of causal conditions phenomenon-centered, action and interaction strategies, context, intervening conditions and social entrepreneurship consequences. These themes were determined in the form of a coding paradigm. In the next step, in the selective coding stage, each component of the coding paradigm was explained, the story was illustrated, and the theory was created.

Key words: Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Sustainable Development, Grounded Theory



¹. PhD student in public administration, Islamic Azad University, Rafsanjan branch, Rafsanjan, Iran

². Assistant Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Rafsanjan Branch, Rafsanjan, Iran (Corresponding author) Mziaaddini@yahoo.com

³. Assistant Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Rafsanjan Branch, Rafsanjan, Iran