

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، پیاپی ۲۰  
صفحات ۷۸-۵۹

## موانع و راهکارهای توسعه کار آفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه

بیژن رضایی\*؛ استادیار مدیریت و کار آفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
هدا نجف پور؛ دانشجوی کارشناسی ارشد کار آفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.  
نادر نادری؛ استادیار مدیریت و کار آفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۲۰

پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۲/۲۱

### چکیده

دنیای امروز با چالش‌ها و بحران‌های عظیمی همچون تهی شدن منابع طبیعی، تراکم و انباشت مواد زاید و خطرناک و انواع آلودگی‌های محیطی زیستی به خصوص در زمینه محصولات کشاورزی مواجه است. از سوی مجامع بین‌المللی، حرکت به سمت توسعه پایدار و تغییر به سمت کار آفرینی سبز در بخش کشاورزی به عنوان یک تفکر جدید که همزمان رشد اقتصادی و حفاظت محیط زیست را دنبال می‌نماید، مطرح است. پژوهش حاضر در نظر دارد با شناسایی موانع و چالش‌های توسعه کار آفرینی سبز در بخش کشاورزی و ارائه راهکارهای مناسب در جهت توسعه کار آفرینی سبز گام بردارد. برای دستیابی به اهداف مورد نظر از روش تحقیق آمیخته (تلفیق روش کیفی و کمی) و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری شامل کارشناسان جهاد کشاورزی، کارشناسان سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی در استان کرمانشاه و اعضای انجمن تولیدکنندگان ارگانیک شهرستان کرمانشاه به تعداد ۱۹۰ نفر بوده است. برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش گلوله‌برفی و در بخش کمی از روش تصادفی ساده (به تعداد ۱۸۱ نفر) استفاده شده است. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش کدگذاری باز و محوری و در بخش کمی با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام شده است. نتایج نشان داد موانع اقتصادی، موانع زیرساختی، موانع ترویجی - آموزشی، موانع فنی و مدیریتی و موانع حمایتی عمده‌ترین موانع توسعه کار آفرینی سبز در بخش کشاورزی است. از سوی دیگر حمایت دولت، مردم را در سرمایه‌گذاری‌ها و مشارکت‌ها شرکت داده و احساس مسئولیت مردم را نسبت به تولید محصولات سبز بر می‌انگیزد. همچنین افزایش اهمیت تشریح تأثیر الگوی برچسب زیست محیطی و فرهنگ‌سازی در تغییر رفتار خرید و مصرف می‌تواند در جهت توسعه کار آفرینی سبز مفید باشد.

واژگان کلیدی: کار آفرینی سبز، کسب و کار پایدار، موانع توسعه کار آفرینی سبز.

\* b.rezaee@razi.ac.ir

## (۱) مقدمه

در عصر حاضر به دلیل پیشرفت‌های علمی و فنی و بازنمایی‌های ذهنی بشر، کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه‌های ارتباطی، بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت‌پذیری دانسته‌اند، نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید دائماً قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. برای دستیابی به این مهم پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینانی که بتوانند خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد (ملاحسینی، ۱۳۹۰: ۲۲۳). در واقع کارآفرینی می‌تواند مشکل کمبود سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی را از طریق نوآوری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، با جذب سرمایه‌های خصوصی، مؤسسات مالی و دولتی برطرف نماید و این دلیلی برای تأکید بر کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها است (شفقت و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۷۲).

در بیست سال اخیر، افزایش سریع جمعیت و بالا رفتن سطح زندگی و قدرت خرید مردم، سبب افزایش سطح کشت، گسترش استفاده از ماشین‌آلات کشاورزی و افزایش مصرف کودهای شیمیایی و سموم شده است (ملا حسینی، ۱۳۹۰: ۲۲۳)، به گونه‌ای که در یک دوره چهل ساله میزان مصرف مواد شیمیایی در دنیا ده برابر و میزان کاهش محصول ناشی از خسارت آفات به دو برابر افزایش یافته است. علاوه بر مسائل و بحران‌هایی نظیر ظهور آفات و امراض جدید، مقاوم شدن بیش از ششصد گونه آفات، تخریب و فرسایش‌های شیمیایی شدید خاک، بروز بیماری‌های پوستی، سرطان‌ها، مسمومیت‌های منجر به مرگ، بیماری‌های مزمن، تخریب محیط زیست و کشت بوم‌های طبیعی، کمیت تولید نیز با بحران مواجه شده است (ابراهیمی ورکیانی و شریفی مقدم، ۱۳۹۰: ۱۶). مشاهده این شرایط نمایانگر آن است، که برخلاف برنامه‌هایی که نشان از امنیت تولید محصولات غذایی بعد از ورود مواد و تکنولوژی به کشاورزی بود، اصلی‌ترین هدف کارآفرینی کشاورزی یعنی تولید کافی غذا به دلیل مخاطرات ناشی از مصرف بی‌رویه مواد شیمیایی به خطر افتاده و همین موضوع موجب شده که در دهه‌های اخیر سلامت محصولات کشاورزی و فرآیند کارآفرینی سبز به صورت قراردادهای بین‌المللی مورد توجه قرار گیرد (ملاحسینی، ۱۳۹۰: ۲۲۲).

به نظر می‌رسد آنچه لزوم گسترش این کشاورزی را در کشورهای در حال توسعه الزامی می‌کند این است که "تخریب منابع طبیعی و محیط زیست در کشورهای در حال توسعه به سرعت در حال افزایش است، کشاورزی پایدار و کارآفرینی سبز واردات انرژی این کشورها را محدود می‌کند". همچنین این نوع کشاورزی فعالیت نیروی انسانی زیادی را طلب می‌کند که می‌تواند امکانات مناسبی را در جذب و اشتغال و جلوگیری از مهاجرت فراهم آورد. در نهایت با به کارگیری نظام کارآفرینی سبز در کشاورزی امنیت غذایی در جامعه نهادینه شده و از بروز مشکلات و معضلات اقتصادی و سیاسی جلوگیری می‌شود (رکن الدین افتخاری و ساربان، ۱۳۸۵: ۸۹).

استان کرمانشاه به جهت داشتن مدیریت صحیح و مناسب خاک و گیاهان زراعی برای تطبیق در شرایط مزرعه و کمک در راستای رسیدن به توسعه پایدار، بیشترین میزان اجرای توسعه کارآفرینی سبز (به عنوان مثال کشاورزی ارگانیک) در سطح کشور داشته و اولین اقدامات تحقیقی و آزمایشی در این زمینه در کرمانشاه انجام شده است (عباسی، ۱۳۹۰: ۱۳۲)؛ بنابراین کارآفرینی سبز نیز همانند سایر موضوعات پیش‌روی بشر نیازمند تلاش همگانی است. بدون همراهی همه سازمان‌های مسئول در توسعه کشور نمی‌توان ادعا کرد بطور یک جانبه بتوان در این راه توفیقی به دست آورد. از طرفی دولت به عنوان یک نهاد تصمیم‌گیر در مسائل کلان باید در یک تعامل سازنده با سرمایه‌گذاران و اتحادیه‌های کارگری و کارفرمایی و نهادهای بین‌المللی مسئولیت خود را در قبال فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم برای کارآفرینی سبز را قبول نماید. از جمله این زیرساخت‌ها، مؤسسات آموزشی کارآمد و بروز است که بتوانند زمینه‌ساز آموزش متناسب با نیاز کارآفرینی سبز را به موقع در اختیار ذی‌نفعان اجتماعی قرار دهد. از طرف دیگر، بررسی موانع و چالش‌ها، چگونگی مقابله با این مشکلات و تغییر و اصلاح راهبردهای توسعه با هدف مدیریت پایدار منابع تولید، اصلاح روش‌های مدیریت تولید براساس شرایط اکوسیستم، بهره‌وری تولید، امنیت و سلامت غذا از جمله موارد کلی توسعه کارآفرینی سبز تعریف شده است که تحقق این فرایند در بخش توسعه کارآفرینی کشاورزی به عنوان مهم‌ترین بخش تولیدکننده‌ی غذا الزامی است. در این نهضت فراگیر، کارآفرینی سبز در کشاورزی، نماد امنیت و سلامت غذا، سودمندی اقتصادی، عدالت اجتماعی، حافظ محیط زیست و بهره‌وری در مصرف تولید در توسعه کشاورزی به شمار می‌رود. از این رو می‌توان گفت انجام این تحقیق می‌تواند راه‌حلی باشد برای حل مسئله ناشناخته ماندن کارآفرینی سبز در کشاورزی، ساده پنداشتن موضوع مصرف سموم شیمیایی و انباشته شدن این نهادهای شیمیایی در بدن انسان‌ها، انجام این تحقیق می‌تواند مسیر روشنی را به سازمان‌هایی مانند جهاد کشاورزی استان کرمانشاه، انجمن ارگانیک ایران، انجمن تولیدکنندگان ارگانیک، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی در استان کرمانشاه نشان دهد و همچنین پیشنهادها و راهکارهای مطلوبی را به مردم و مصرف‌کنندگان دهد.

## ۲) مبانی نظری

ضرورت مطالعه کارآفرینی به علت نقش آن در رشد اقتصادی، ایجاد شغل، افزایش بهره‌وری، نوآوری فنی و تغییرات ساختاری است. از دهه ۱۹۷۰ نیز بحث کارآفرینی سبز به عنوان یک هدف اجتماعی وسیع با تمرکز بر ضرورت تلفیق و پیگیری رفاه انسانی همراه با توقف تخریب محیط زیست مطرح شده است. در واقع در فرآیند توسعه کارآفرینی سبز، کسب و کارها باید برای اهداف محیط زیستی و اجتماعی در مقابل اهداف اقتصادی اهمیت یکسانی قائل شوند. هر چند پیش از این اقتصاد و محیط زیست به عنوان دو جنبه‌ی رقابت کننده با یکدیگر شناخته می‌شد، به نحوی رشد اقتصادی بدون تخریب محیط

زیست امکان پذیر نبود، اما در قالب کارآفرینی سبز فرصت‌های اقتصادی باید به نحوی سازگار با دو هدف دیگر توسعه یابد (Hull and et al, 2008: 782). با توجه به اینکه بخش کشاورزی مسئولیت تأمین امنیت غذایی جمعیت در حال افزایش را بر عهده دارد، با این وصف در بسیاری از مواقع، در اولویت قرار گرفتن تولید غذای کافی، موضوع سلامت محصولات کشاورزی تولید شده را تحت شعاع قرار می‌دهد. این عوامل سبب گردیده تا حفظ محیط زیست و امنیت بهداشت غذایی به یکی از چالش‌های بشر در عصر حاضر تبدیل شود و جوامع بین‌المللی در پی یافتن راهبردهای مناسبی برای حل معضلات و دستیابی به نظام‌های توسعه پایدار باشند. یکی از مهم‌ترین راهبردها توجه به جایگاه کارآفرینی سبز در کشاورزی است که هدف آن ضمن حفاظت از حاصلخیزی خاک، افزایش سود، کاهش هزینه‌ها، افزایش تولید محصول با کمترین تکیه بر استفاده از مواد شیمیایی است (مافی، ۱۳۸۷: ۳۶).

عموماً کارآفرینی سبز می‌تواند به دو طبقه اصلی تقسیم‌بندی شود و رویکردهای متفاوتی داشته باشد: الف) کسب و کارها موجود که عملیات مدیریت محیط زیستی یا فرآیندهای تولید پاک را می‌پذیرند و ب) کسب و کارهای جدید که بر مبنای حفاظت منابع طبیعی و اکولوژیکی ایجاد می‌شود (مانند شرکت‌های انرژی خورشیدی و اکوتوریسم). گروه اول می‌تواند به وسیله نظریه‌های تفکیک محصول تبیین شود. طبق این نظریه‌ها شرکت‌ها عملیات مدیریت محیط زیست را با هدف ایجاد نوآوری و کسب مزیت رقابتی انتخاب می‌کنند. رابطه مثبت بین عملیات مدیریت محیط‌زیست (که در قالب مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها یا نظام‌های مدیریت محیط زیست پذیرش و اجرا شده است) و کسب مزیت‌های رقابتی و نوآوری در مطالعات مختلف ثابت شده است (Nill & Kemp, 2009: 670).

به علاوه برخی پژوهش‌گران بیان کردند که کسب‌وکارهای سبز می‌توانند منابع ناملموس با ارزشی کسب کنند که در حالت عادی به دست آوردن آن توسط سایر شرکت‌ها بسیار مشکل است. آنها همچنین کارآفرینی مبتنی بر محیط زیست را به دو دسته: آنهایی که راهبردهای پیشرو محیط زیستی را برای شناسایی فرصت‌های جدید بازار به کار می‌گیرند و گروهی که موضوعات محیط زیستی در مرکز فعالیت‌های مدیریتی شرکت (مثلاً محیط زیست‌گرایی یا مدیریت بوم‌گرایی) قرار می‌دهند، تقسیم‌بندی کرده‌اند (Menguc & Ozanne, 2005: 431). همچنین کارآفرینی مبتنی بر محیط زیست را می‌توان به عنوان راهبردهای شرکت‌های فعال برای پذیرش عملیات مدیریت محیط زیست جهت ایجاد تمایز در محصولات و یا تغییر در فرآیندهای تولیدی به منظور کسب مزیت رقابتی و نوآوری تعریف کرد (Nikolaou et al, 2011: 4).

گروه دوم در برگیرنده سازمان‌ها و کسب و کارهای درگیر در جلوگیری از آلودگی (مثلاً سایت‌های کنترل آلودگی هوا، آب، تصویه فاضلاب و نوسازی معادن) و به کارگیرنده منابع طبیعی برای توسعه محصولات جدید (از خاک، آب، کوه‌ها، دریاچه‌ها، جنگل‌ها و مراتع) است. نمونه‌های مختلفی وجود دارد

که بیانگر ایجاد فرصت‌های جدید بازار برای خدمات محیط‌زیستی (مراکز اطلاعات هوا و اقلیم، گرد و غبار، نشر دی اکسید کربن) است (Dean & McMullen, 2007:52). به علاوه برخی نهادها منطقه‌ای و بین‌المللی (نهاد حمایت از کارآفرینان برای توسعه پایدار و نهاد بین‌المللی برای توسعه پایدار) نیز جهت اطلاع‌رسانی به کارآفرینان درباره موضوعات کارآفرینی سبز ایجاد شده‌اند. بنابراین کارآفرینی سبز را می‌توان به عنوان ایجاد محصول، خدمت یا سازمان جدید در راستای حفظ محیط زیست، در جهت استفاده از فرصت‌های بازار تعریف کرد (Lober, 1998: 28). بنابراین هرگونه صنعتی، خدمت یا کالایی که دارای ارزش افزوده بوده و در راستای حفاظت از محیط زیست باشد می‌تواند به عنوان فعالیت کارآفرینی سبز تعریف شود.

جستجو در مطالعات و نوشته‌های صورت گرفته در مورد کارآفرینی سبز نشان می‌دهد علی‌رغم اینکه طیف گسترده‌ای از مطالعات در زمینه بازاریابی و تولید سبز صورت گرفته اما تحقیقی که متمرکز بر شناسایی موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی باشد، تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است. براین اساس انجام پژوهش در این حوزه می‌تواند نقطه آغازی برای انجام مطالعات بیشتر باشد. در ادامه به برخی از نتایج مطالعات نزدیک به این موضوع اشاره می‌شود.

در تحقیقات کوباتا<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) راهکارهایی در جهت توسعه کارآفرینی سبز که شامل: همکاری وزارتخانه‌ها، تدوین برنامه‌های عملیاتی، اختصاص بودجه مناسب به کسب و کارهای 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. نتایج پژوهش غفوری (۱۳۹۴) در خصوص شناسایی پتانسیل کسب و کارهای سبز در استان گیلان؛ ایجاد بازارهای محلی برای عرضه سریع و ارزان، ارائه آموزش‌های کاربردی برای تولید، ایجاد حلقه‌های واسط بازاریابی و فروش محصولات، ایجاد صنایع بازیافت و چرخه تولید مجدد برای ضایعات محصولات، ایجاد صنایع تبدیلی قابل اعتماد که توجیه اقتصادی دارد، به عنوان راهبردهای پیشبرد کارآفرینی سبز در استان ذکر شده است. طبق نتایج پژوهش مهدی‌پور در سال ۱۳۹۴، مواردی همچون سرمایه‌گذاری‌های دولتی، تسهیل توسعه زیرساخت‌ها برای توسعه اقتصاد سبز، تمرکز بر دانش انباشته و مهارت‌های مورد نیاز برای توسعه مشاغل سبز، شبکه‌سازی مشاغل سبز و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی، وضع تعرفه‌های گمرکی پایین‌تر برای محصولات سبز، استراتژی منسجم توسعه سبز، تمرکز روی بازار برای کنترل تقاضا به جای عرضه، حوزه‌بندی فعالیت‌های سبز، هویت بخشی به کارکنان مشاغل سبز از جمله عوامل مؤثر بر پیشرفت کارآفرینی سبز معرفی شده است. ریموند<sup>۲</sup> و همکارانش در ۲۰۱۳ دریافتند که ناتوانی محیط کسب و کار برای توسعه کارآفرینی،

<sup>۱</sup> Kubota

<sup>۲</sup> Raymond et al

فقدان برنامه‌های آگاه‌سازی، کمبود خط‌مشی‌ها و قوانین مورد نیاز برای دستیابی به اهداف طرح و افزایش بوروکراسی اداری از جمله موانع ایجاد کسب و کارهای سبز و توسعه آنها در کشور است. نیکولاوا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، در پژوهشی پنج‌نقص عمده در بازار که باعث ایجاد مشکلات محیط زیستی شده است را شناسایی کرده‌اند که شامل: کالاهای عمومی، آثار خارج، مشکلات ترافیک و تردد، آلودگی محیط زیست که باعث کاهش رفاه مردم و افزایش هزینه صاحبان واحدهای تولیدی جهت رعایت استانداردهای محیط زیستی می‌شود (قدرت انحصاری فروش، مداخله نامناسب دولتی و اطلاعات ناقص).

پلونسکی و روزنبرگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) عواملی مثل حفاظت از محیط زیست، کارایی بیشتر منابع، صرفه‌جویی مالی، کاهش زباله و آلودگی، فشارهای درونی و بیرونی، مدیریت هزینه، مزیت رقابتی، تصویر مثبت از شرکت را مؤثر بر توسعه کسب و کار سبز دانسته‌اند. یافته‌های حاصل از پژوهشی دیگر توسط خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، نشان داد که برخلاف اغلب روش‌ها و فناوری‌های نوین، عوامل اقتصادی به تنهایی نقش اساسی در فرآیند پذیرش و توسعه کشاورزی ارگانیک ندارد؛ بلکه برای توسعه کشاورزی ارگانیک لازم است نقش سایر عوامل مانند: آگاهی و اطلاعات، گرایش و تمایلات فردی و مهارت‌های فنی، تکنولوژی و مدیریتی، مسایل اجتماعی، عوامل نهادی مانند، قوانین و مقررات، بازارها و حمایت‌های دولتی مورد توجه جدی دولت‌ها و سیاستگذاران قرار گیرد.

نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰) از فقدان دانش و مهارت لازم برای مدیریت مزرعه، فقدان بازار فروش، عدم اطمینان از درآمد اقتصادی مناسب، پیچیدگی فرایند تولید، نیاز به کارگر بیشتر، کنترل آفات و علف‌های هرز، دشواری گواهی نمودن محصولات ارگانیک، نیاز به سرمایه‌گذاری مالی بیشتر و شرایط سخت مدیریت مزرعه بدون کاربرد کودهای شیمیایی به عنوان مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی کشاورزان ایرانی در تولید محصولات ارگانیک نام برده‌اند. نتایج حاصل از مطالعه سمائی (۱۳۸۷) نشان داد که عدم تفاوت قیمت بین محصولات سبز و غیر سبز در کشاورزی، کاهش عملکرد محصولات به دلیل عدم مصرف کودهای شیمیایی و سایر مواد موثر در افزایش عملکرد، کاهش استقبال کشاورزان، بروز مشکلات مربوط به بیماری و علف‌های هرز در سال‌های اولیه کشت محصولات سبز، مهم‌ترین مشکلات مربوط به تولیدکنندگان است.

### ۳) روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و بر اساس ماهیت داده‌ها در گروه تحقیقات آمیخته اکتشافی (کیفی - کمی) قرار می‌گیرد. جامعه آماری این پژوهش، ۳ گروه اعضای هیأت علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی در استان کرمانشاه و متخصصین کشاورزی در زمینه

<sup>1</sup> Nikolaoua

<sup>2</sup> Polonsky & Rosenberger

ارگانیک انتخاب شده است. در بخش کیفی از روش مصاحبه نیمه ساختارمند به عنوان تکنیک جمع آوری داده‌ها استفاده شد و روش نمونه‌گیری با استفاده از روش گلوله برفی انجام شد. نمونه‌گیری در این بخش از پژوهش تا حد اشباع مقوله یعنی تا جایی که در جریان مصاحبه‌ها هیچ اطلاعات جدیدی به دست نیامده، ادامه یافت. در نهایت با ۱۲ تن از افراد خبره از نمونه تعیین شده در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختار یافته در زمینه شناسایی موانع و چالش‌های توسعه کارآفرینی سبز صورت گرفت که محقق تا نفر هشتم به اشباع دست یافت و برای اطمینان بیشتر و تأیید یافته‌ها، تا نفر دوازدهم نیز مصاحبه انجام شده است. در بخش کمی از روش توصیفی - پیمایشی و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای برازش مدل تدوین شده، پرسشنامه‌ای مبتنی بر مقوله‌های به دست آمده در روش کیفی، طراحی شد و به صورت میدانی مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری شامل افرادی بوده که به صورت مستقیم در زمینه کشاورزی ارگانیک فعالیت داشته‌اند و شامل کارشناسان جهاد کشاورزی و کارشناسان سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی در استان کرمانشاه بوده است. جامعه آماری جمعاً ۳۸۰ نفر بوده که از میان آنها، ۱۸۱ نفر به پرسشنامه پاسخ داده‌اند. به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد (پایایی) قسمت کمی پرسشنامه، با استفاده از روش آلفای کرونباخ، نمونه اولیه‌ای شامل ۲۰ پرسشنامه، پیش‌آزمون شد و سپس با استفاده از داده‌های این پرسشنامه، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد و عدد ۰/۹۱٪ به دست آمد که نشان از پایایی پرسشنامه تحقیق داشت. برای انجام عملیات تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ و همچنین نرم افزار LISREL 8/5 استفاده شد و در آخر به منظور ارائه راهکار مناسب جهت مقابله با موانع و چالش‌ها از تحلیل محتوای کیفی و مشابه روند قبل از تکنیک گلوله برفی برای تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

#### ۴) یافته‌های تحقیق

برای تحلیل داده‌های کیفی از روش کدگذاری باز و محوری استفاده شده است. مرحله اول کدگذاری باز است که گزاره‌های مفهومی اولیه حاصل از آن ۲۳ مورد بوده است. در مرحله بعد که شامل کدگذاری محوری بوده، پنج مقوله اصلی و ده مقوله فرعی مطابق با مدل مفهومی تحقیق شناسایی شده است (جدول ۱).

جدول شماره (۱): تحلیل محتوای کیفی داده‌های حاصل از مصاحبه با کارشناسان

مقولات عمده	مفاهیم ثانویه	مفاهیم کدگذاری شده
مسائل زیرساختی	فقدان برنامه‌های مشخص در زمینه فروش و کنترل محصولات سبز	۱- نبود یا محدودیت بازارهای مشخص برای فروش محصولات سبز ۲- نبود سازمان یا شرکت مشخص برای نظارت و تأیید محصولات سبز ۳- عدم خرید تضمینی محصولات توسط دولت در سطح استان
	مسائل مربوط به قوانین و چارچوب‌های تعریف شده	۴- نبود چارچوب‌های نهادی مناسب برای حمایت از کارآفرینی سبز ۵- نبود مقررات و استانداردهای خاص برای کنترل محصولات سبز ۶- وجود قوانین و نظارت‌های سخت گیرانه در فرآیند کسب مارک محصولات سبز
مسائل ترویجی-آموزشی	مشکلات ناشی از ترویج و اشاعه ناکافی در مورد کارآفرینی سبز	۷- پایین بودن سطح دانش و اطلاعات کارشناسان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز ۸- پایین بودن سطح آگاهی و آشنایی مصرف‌کنندگان در مورد محصولات سبز
	نبود اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی کافی	۹- عدم آشنایی با فناوری تولید محصولات سالم ۱۰- عدم اطلاع رسانی و تبلیغ مؤثر در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز
مسائل اقتصادی	عدم استفاده از ظرفیت موجود در جهت تمایز محصول	۱۱- دشواری تشخیص محصولات سبز از دیگر محصولات توسط مصرف‌کنندگان ۱۲- عدم بسته‌بندی‌های مناسب برای محصولات سبز ۱۳- عدم عرضه محصولات سبز با برندهای تجاری مشخص
	کاهش سهم بازار و مشکلات رقابتی	۱۴- پرداخت نکردن هزینه بیشتر برای خرید محصولات سبز ۱۵- نیازمند هزینه بالای سرمایه‌گذاری برای تولید محصولات سبز ۱۶- شرایط نابرابری رقابت با سایر حوزه‌ها
مسائل فنی و مدیریتی	فقدان مهارت‌های فنی لازم در زمینه کارآفرینی سبز	۱۷- مشکلات کنترل آفات و امراض محصولات به علت عدم استفاده از سموم شیمیایی ۱۸- نیاز به مدیریت و نگهداری بیشتر و مناسب‌تر نسبت به تولید محصولات سبز در کشاورزی
	کمبود مهارت‌های لازم در جهت برنامه‌ریزی صحیح تولید	۱۹- عدم تولید و عرضه کافی حشرات و موجودات مورد نیاز برای مبارزه بیولوژیک ۲۰- تولید و عرضه ناکافی محصولات سبز به نسبت رشد جمعیت
مسائل حمایتی	مشکلات آموزشی و خدماتی از سوی ارگان‌های مربوطه	۲۱- برگزار نشدن کلاس‌های آموزشی - ترویجی در زمینه مسائل مرتبط با کارآفرینی سبز ۲۲- عدم ارائه خدمات مناسب توسط سازمان جهاد کشاورزی و سایر سازمان‌های مرتبط
	کمبود تشکلهای و NGOها در حمایت از تولید محصولات سالم	۲۳- عدم تمایل تشکلهای تولیدی مثل اتحادیه‌ها به تولید محصولات سبز

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

پس از مدلسازی، ابتدا به بررسی شاخص‌های برازش مدل تحقیق پرداخته شده است که عبارتند از: نسبت کای دو بر درجه آزادی که باید کمتر از مقدار مجاز یعنی ۳ باشد، مقدار ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب که مقدار مجاز آن باید کوچکتر از ۰/۰۸ باشد و مقدار پی که باید کوچکتر از ۰/۰۵ باشد و شاخص برازش و برازش تعدیل یافته باید بزرگتر از ۰/۰۹ باشند. شاخص‌های تناسب مدل، حاکی



از مناسب بودن نسبی مدل اندازه گیری متغیرهای مربوطه دارد، چرا که نسبت کای دو بر درجه آزادی نزدیک به ۳ است، مقدار ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب برابر است با ۰/۰۶۹ است و مقدار پی کوچکتر از حد مجاز یعنی ۰/۰۵ است. در جدول زیر برخی از شاخص‌های برازش مدل نشان داده شده است.

جدول شماره (۲): نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازندگی

شاخص برازش	معیار استاندارد	نتایج در پژوهش	نتیجه آزمون
ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب <sup>۱</sup>	RMSEA < 0.08	۰/۰۶۹	تأیید
شاخص برازندگی <sup>۲</sup>	بالاتر از ۰/۰۹	۰/۹	تأیید
مقدار پی <sup>۳</sup>	۰/۰۰۵ < مقدار پی	۰/۰۰۰	تأیید
نسبت کای دو به درجه آزادی	$X^2/df < 3$	۱/۸۶۲	تأیید
شاخص برازش مقایسه‌ای <sup>۴</sup>	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۶	تأیید
شاخص برازش نرم شده <sup>۵</sup>	بالاتر از ۰/۰۹	۰/۹۳	تأیید

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

در گام بعد، به بررسی معنادار بودن روابط بین متغیرها پرداخته شده است. با بررسی معنی‌داری رابطه میان متغیرهای تحقیق می‌توان دریافت، رابطه میان کلیه متغیرهای مشاهده شده با متغیرهای مکنون در بخش اندازه گیری مدل معنی‌دار است، زیرا همه مقادیر بحرانی خارج از محدوده ۱/۹۶+ و ۱/۹۶- است. در بخش ساختاری مدل نیز همه روابط معنی‌دار است. شکل ۲ نشان‌دهنده مقادیر تی مدل تحقیق است سپس جهت معناداری روابط از ضریب مسیر استفاده شده است.

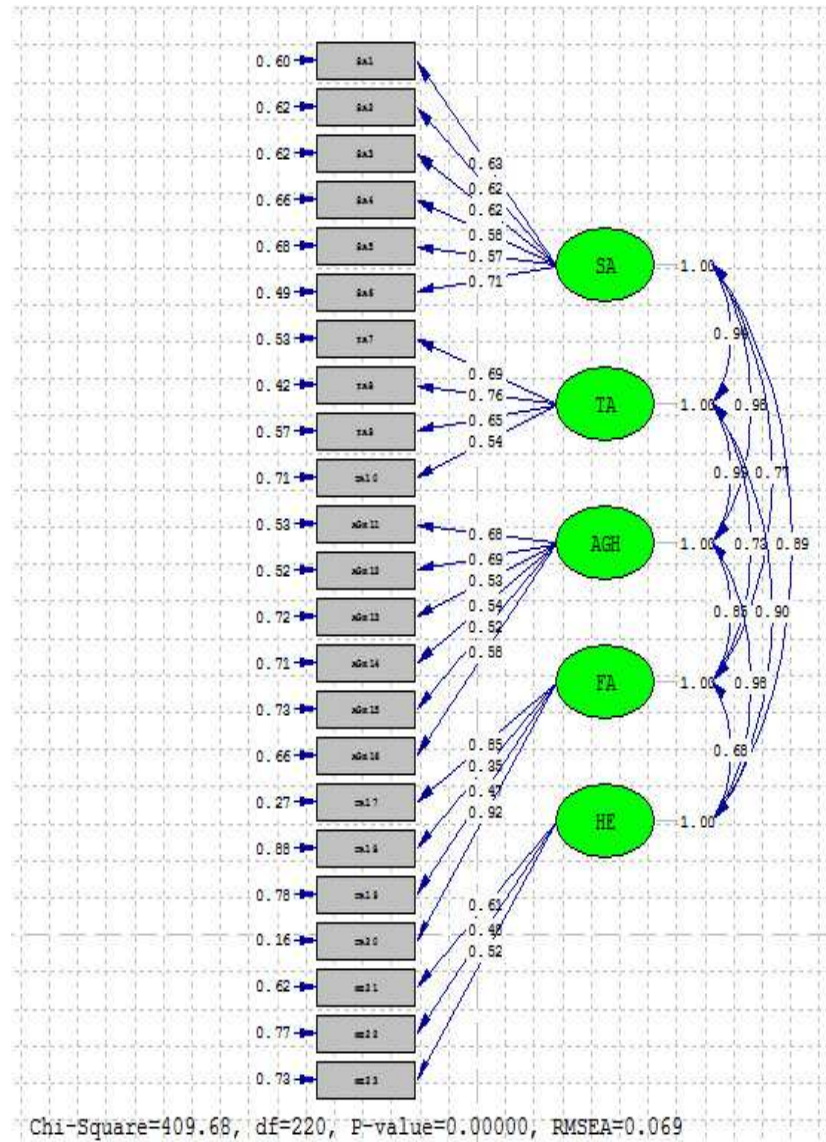
<sup>1</sup> RMSEA

<sup>2</sup> (Goodness of fit index) GFI

<sup>3</sup> p-value

<sup>4</sup> (Comparative fit index) CFI

<sup>5</sup> (Normed Fit Index) NFI



شکل شماره (۱): مدل ارتباطی مقولات عمده‌ی تحقیق

بر مبنای فرآیند تجزیه و تحلیل یافته‌های حاصل از داده‌های بخش کیفی نشان داد که موانع و چالش‌های توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شامل ۵ مانع اصلی (مسائل اقتصادی، مسائل حمایتی، مسائل فنی و مدیریتی، مسائل زیرساختی و مسائل ترویجی - آموزشی)، ۱۰ بعد شامل (فقدان برنامه‌های مشخص در زمینه فروش و کنترل محصولات سبز، مسائل مربوط به قوانین و چارچوب‌های تعریف شده، مشکلات ناشی از ترویج و اشاعه ناکافی در مورد کارآفرینی سبز، نبود اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی کافی، عدم استفاده از ظرفیت موجود در جهت تمایز محصول، کاهش سهم بازار و مشکلات رقابتی، فقدان مهارت‌های فنی لازم در زمینه کارآفرینی سبز، کمبود مهارت‌های لازم در جهت برنامه‌ریزی صحیح تولید، مشکلات آموزشی و خدماتی از سوی ارگان‌های مربوطه و کمبود تشکل‌ها و NGOها در حمایت از تولید محصولات سالم و ۲۳ جزء است. تجزیه و تحلیل یافته‌های حاصل از داده‌های بخش کمی نشان داد که هر ۵ مقوله اصلی و ۱۰ بعد شناسایی شده تأیید و دارای ضریب مسیر بالاتر از میانگین بوده است و به عنوان موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شناخته شده است.

نتایج حاصل از تحقیق در بخش کیفی نشان داد موانع زیرساختی شامل ۲ بعد فقدان برنامه‌های مشخص در زمینه فروش و کنترل محصولات سبز و مسائل مربوط به قوانین و چارچوب‌های تعریف شده و ۶ جزء است که شرح آن در جدول ۱ آمده است. نتایج حاصل از بخش کمی نشان داد که هر دو بعد و ۶ جزء موانع زیر ساختی دارای ضریب بالاتر از میانگین بوده و مورد تأیید هستند (جدول ۳). یافته‌های پژوهش نشان داد در میان موانع شناسایی شده، نبود سازمان یا شرکت مشخص برای نظارت و تأیید محصولات سبز، وجود قوانین و نظارت‌های سخت‌گیرانه در فرآیند کسب مارک محصولات سبز، عدم خرید تضمینی محصولات توسط دولت در سطح استان، نبود یا محدودیت بازارهای مشخص برای فروش محصولات سبز، نبود چارچوب‌های نهادی مناسب برای حمایت از کارآفرینی سبز و نبود مقررات و استانداردهای خاص برای کنترل محصولات سبز به ترتیب از مهمترین موانع زیرساختی به شمار می‌رود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد دولت‌ها می‌توانند از طریق تغییرات در زمینه نهادی، قوانین اقتصادی، تغییر نرخ سود و مالیات، کمک‌های مالی و غیره را ارتقا بخشند. این مشوق‌ها می‌توانند بر فرآیند تولید و همچنین نوع تولید شرکت‌ها تأثیر داشته باشند.

پارالوپز<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) علت دوری کردن از کارآفرینی سبز را به طور عمده به عوامل زیرساختی نسبت داد. همچنین، نتایج تحقیقات نارایانان<sup>۲</sup> (۲۰۰۵)، نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰)، استریت<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۵) و خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، که اهمیت مسائل زیرساختی در توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی را مورد تأیید قرار داده‌اند همچنین معتقدند رفع این مسائل، می‌تواند مشوقی برای کارآفرینان جهت سرمایه‌گذاری در محصولات، کالاها و خدمات جدید باشد.

جدول شماره (۳): موانع زیر ساختی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

مقدار t	بار عاملی برآورد شده	بار عاملی استاندارد شده	متغیر مشاهده شده
۸/۷۴	۰/۳۷	۰/۶۰	نبود یا محدودیت بازارهای مشخص برای فروش محصولات سبز
۸/۸۱	۰/۳۱	۰/۶۲	نبود سازمان یا شرکت مشخص برای نظارت و تأیید محصولات سبز
۸/۷۹	۰/۳۹	۰/۶۲	عدم خرید تضمینی محصولات توسط دولت در سطح استان
۸/۹۲	۰/۴۰	۰/۶۶	نبود چارچوب‌های نهادی مناسب برای حمایت از کارآفرینی سبز
۸/۹۷	۰/۴۸	۰/۶۸	نبود مقررات و استانداردهای خاص برای کنترل محصولات سبز
۸/۲۸	۰/۲۶	۰/۴۹	وجود قوانین و نظارت‌های سخت‌گیرانه در فرآیند کسب مارک محصولات سبز

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

<sup>1</sup> Parra Lopez et al

<sup>2</sup> Narayanan

<sup>3</sup> Sterrett et al

مسائل ترویجی - آموزشی شامل ۲ بعد مشکلات ناشی از ترویج و اشاعه ناکافی در مورد کارآفرینی سبز و نبود اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی کافی و ۴ جزء است (جدول ۱). نتایج حاصل در بخش کمی نشان داد که هر دو بعد تأیید و ۴ جزء مسائل ترویجی - آموزشی دارای ضریب بار عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۳ بوده و به عنوان مسائل ترویجی - آموزشی شناخته شده است (جدول ۴). موانعی همچون پایین بودن سطح دانش و اطلاعات کارشناسان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز (پدل و لامپ کین<sup>۱</sup>، ۱۹۹۴)، عدم آشنایی با فناوری تولید محصولات سالم، عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغ مؤثر در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز (خالدی و وزین، ۱۳۸۶) و (غفوری، ۱۳۹۴) و پایین بودن سطح آگاهی و آشنایی مصرف‌کنندگان در مورد محصولات در ارتباط با موانع آموزشی و اطلاع‌رسانی قابل ذکر است.

نتایج تحقیقات لکاس و کامن<sup>۲</sup> (۲۰۰۸)، میدمور<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) و ریموند و همکارانش در (۲۰۱۳) نیز به ضرورت دانش و اطلاعات برای توسعه کارآفرینی سبز (از جمله کشاورزی ارگانیک) در بین کشاورزی تأکید کرده‌اند و مطالب فوق را تأیید می‌کنند. با توجه به نتایج این بخش در جهت توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی باید توجه ویژه‌ای به مقوله‌ی آموزش و ترویج داشت. در توسعه کارآفرینی سبز، آموزش در کنار عوامل دیگر جایگاهی انکارناپذیر دارد. روش‌های آموزش شامل استفاده از روش‌های نوین، انجام پروژه‌های علمی، تناسب میان نیاز جامعه و بازار کار، قابلیت ایجاد خلاقیت و نوآوری، گرایش به کار گروهی، آموزش و مهارت‌های مورد نیاز جهت ورود به بازار کار و زمینه‌ای برای توسعه کارآفرینی سبز است.

جدول شماره (۴): مسائل ترویجی - آموزشی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

مقدار t	بار عاملی برآورد شده	بار عاملی استاندارد شده	گویه‌ها
۸/۳۸	۰/۳۲	۰/۵۳	پایین بودن سطح دانش و اطلاعات کارشناسان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز
۷/۶۰	۰/۳۰	۰/۴۲	پایین بودن سطح آگاهی و آشنایی مصرف‌کنندگان در مورد محصولات سبز
۸/۵۸	۰/۳۵	۰/۵۷	عدم آشنایی با فناوری تولید محصولات سالم
۹/۰۱	۰/۴۴	۰/۷۱	عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغ مؤثر در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

موانع اقتصادی شامل ۲ بعد عدم استفاده از ظرفیت موجود در جهت تمایز محصول و کاهش سهم بازار و مشکلات رقابتی و ۶ جزء است که نتایج در بخش کمی نشان داد همه ابعاد و ۶ جزء مسائل اقتصادی دارای ضریب بار عاملی استاندارد بالاتر از میانگین است و به عنوان موانع اقتصادی توسعه

<sup>1</sup> pedal et al

<sup>2</sup> Lukas et al

<sup>3</sup> Midmore et al

کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شناخته شده است (جدول ۵). نتایج پژوهش نشان می‌دهد در راستای محدودیت‌های اقتصادی در جهت توسعه کارآفرینی سبز می‌توان موانعی همچون پرداخت نکردن هزینه بیشتر برای خرید محصولات سبز، شرایط نابرابری رقابت با سایر حوزه‌ها، نیازمند هزینه بالای سرمایه‌گذاری برای تولید محصولات سبز، عدم عرضه محصولات سبز با برندهای تجاری مشخص، عدم بسته‌بندی‌های مناسب برای محصولات سبز و دشواری تشخیص محصولات سبز از دیگر محصولات توسط مصرف‌کنندگان نام برد. با توجه به اینکه افزایش درآمد و سود یکی از موارد مهم در پذیرش فناوریهای نوین در کشاورزان است و همچنین، با توجه به اینکه اکثر کشاورزان از نظر اقتصادی در وضعیت ضعیف و متوسطی هستند، این عامل می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین موانع و مشکلات توسعه کشاورزی سبز باشد.

نتایج تحقیقات پارالوپز<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، خالدی و وزین (۱۳۸۶)، نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰)، رویتنر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹) و خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، با این یافته‌ها همسو است. در شرایط امروز ایران، اهمیت توجه به اشتغال و نیروی انسانی در مسائل اقتصادی کشور و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با تکیه بر کاهش بیکاری و افزایش اشتغالزایی در بخش کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است سرمایه‌های مالی و اعتباری کافی، شرایط اقتصادی، دسترسی به سرمایه‌های موجود را می‌توان در حوزه رویکردهای اقتصادی مالی در توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی دانست.

جدول شماره (۵): موانع اقتصادی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

مقدار t	بار عاملی برآورد شده	بار عاملی استاندارد شده	گویه‌ها
۸/۸۸	۰/۳۵	۰/۵۳	دشواری تشخیص محصولات سبز از دیگر محصولات توسط مصرف‌کنندگان
۸/۸۴	۰/۳۱	۰/۵۲	عدم بسته‌بندی‌های مناسب برای محصولات سبز
۹/۲۹	۰/۴۲	۰/۷۲	عدم عرضه محصولات سبز با برندهای تجاری مشخص
۹/۲۷	۰/۳۱	۰/۷۱	پرداخت نکردن هزینه بیشتر برای خرید محصولات سبز
۹/۳۰	۰/۳۵	۰/۷۳	نیازمند هزینه بالای سرمایه‌گذاری برای تولید محصولات سبز
۹/۱۹	۰/۳۰	۰/۶۶	شرایط نابرابری رقابت با سایر حوزه‌ها

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

نتایج حاصل از تحقیق در بخش کیفی نشان داد که مسائل فنی و مدیریتی شامل ۲ فقدان مهارت‌های فنی لازم در زمینه کارآفرینی سبز کمبود مهارت‌های لازم در جهت برنامه‌ریزی صحیح تولید و ۴ جزء است که شرح آن در جدول ۱ آمده است. نتایج حاصل در بخش کمی نشان داد که ۳ جزء آن

<sup>1</sup> Parra Lopez et al

<sup>2</sup> Rointer et al

دارای ضریب بار عاملی استاندارد بالاتر از میانگین است و به عنوان مسائل فنی و مدیریتی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شناخته شده است (جدول ۶). نتایج حاصل از مصاحبه و نظرسنجی‌ها با افراد مورد مطالعه نشان داد از جمله موانع فنی و مدیریتی توسعه کارآفرینی سبز، نیاز به مدیریت و نگهداری بیشتر و مناسب‌تر نسبت به تولید محصولات سبز در کشاورزی، عدم تولید و عرضه کافی حشرات و موجودات مورد نیاز برای مبارزه بیولوژیک، مشکلات کنترل آفات و امراض محصولات به علت عدم استفاده از سموم شیمیایی و تولید و عرضه ناکافی محصولات سبز به نسبت رشد جمعیت است.

دی بوک و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۱)، در مطالعات خود چالش‌های فنی و نیاز به نیروی کار ماهر و اضافی و مسائل مرتبط با علف هرز را عنوان دلایل اصلی عدم توسعه کشاورزی ارگانیک عنوان کردند. سمائی (۱۳۸۷)، کالافاتیس<sup>۲</sup> و همکاران (۱۹۹۹)، استریت<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۵) و یعقوبی و جوادی (۱۳۹۳) اظهار کردند برای کنترل آفات و علف‌های هرز ناشی از عدم استفاده سموم شیمیایی و کسب تجربه مدیریت مزرعه بدون کاربرد کودهای شیمیایی نیازمند مهارت‌های فنی و مدیریتی بیشتری هستند. علاوه بر این موارد، نتایج تحقیقات نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰) و خالدی (۱۳۸۶) نیز به کارگیری تکنولوژی‌های مناسب و تکنیک‌های مدیریتی صحیح در راستای تولید کالاها و خدمات سازگار با محیط زیست و در جهت افزایش بهره‌وری و سوددهی را به عنوان عوامل مهم توسعه کارآفرینی سبز تأکید می‌کنند.

جدول شماره (۶): موانع فنی و مدیریتی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

مقدار t	بار عاملی برآورد شده	بار عاملی استاندارد شده	گویه‌ها
۶/۱۸	۰/۱۴	۰/۲۷	مشکلات کنترل آفات و امراض محصولات به علت عدم استفاده از سموم شیمیایی
۹/۳۵	۰/۴۳	۰/۸۸	نیاز به مدیریت و نگهداری بیشتر و مناسب‌تر نسبت به تولید محصولات سبز در کشاورزی
۹/۲۱	۰/۳۸	۰/۷۸	عدم تولید و عرضه کافی حشرات و موجودات مورد نیاز برای مبارزه بیولوژیک
۳/۸۸	۰/۰۹	۰/۱۶	تولید و عرضه ناکافی محصولات سبز به نسبت رشد جمعیت

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

نتایج در بخش کیفی نشان داد که مسائل حمایتی شامل ۲ بعد مشکلات آموزشی و خدماتی از سوی ارگان‌های مربوطه و کمبود تشکل‌ها و NGOها در حمایت از تولید محصولات سالم و ۳ جزء است (جدول ۱). نتایج حاصل در بخش کمی نشان داد که هر دو بعد تأیید و ۳ جزء مسائل حمایتی دارای ضریب بار عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۳ بوده و به عنوان مسائل حمایتی شناخته شده است (جدول ۷).

<sup>1</sup> De Buck et al

<sup>2</sup> Kalafatis Stavros et al

<sup>3</sup> Sterrett et al

نتایج تحقیق حاکی از آن است که در آخرین عامل یعنی موانع حمایتی مواردی مانند: عدم تمایل تشکل‌های تولیدی مثل اتحادیه‌ها به تولید محصولات سبز، برگزار نشدن کلاس‌های آموزشی - ترویجی در زمینه مسائل مرتبط با کارآفرینی سبز و عدم ارائه خدمات مناسب توسط سازمان جهاد کشاورزی و سایر سازمان‌های مرتبط به ترتیب اولویت توسعه کارآفرینی سبز را در هاله‌ای از ابهام قرار می‌دهد. یعقوبی و جوادی (۱۳۹۳) در مطالعه خود نشان دادند فقدان حمایت کافی دولت و سازمان‌های مربوطه به عنوان مانعی مهم در پذیرش و توسعه کارآفرینی سبز به شمار می‌رود. همچنین، نتایج مطالعات خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، میدمور<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۱)، مرادی و همکاران (۱۳۹۰)، پولونسکی<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، کریمی و جوهری (۲۰۱۳) و هاشمی نژاد و رضوانفر (۱۳۸۹) نیز از عدم حمایت از کشاورزان به عنوان مانعی در جهت توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی نام برده‌اند و این عوامل را تأیید می‌کنند. نکته‌ای که در ارتباط با مضمون اشاره شده از یافته‌های تحقیق منتج می‌شود این است که برای کاهش موانع حمایتی به عنوان یکی از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی سبز، فراهم بودن بسترهای لازم است این بسترسازی وظیفه دولت از طریق قانون‌گذاری، رفع موانع قانونی و اجرای سیاست‌های حمایتی صحیح و غیره است.

جدول شماره (۷): مسائل حمایتی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

مقدار t	بار عاملی برآورد شده	بار عاملی استاندارد شده	گویه‌ها
۷/۶۳	۰/۳۱	۰/۶۲	برگزار نشدن کلاس‌های آموزشی - ترویجی در زمینه مسائل مرتبط با کارآفرینی سبز
۸/۷۵	۰/۴۰	۰/۷۷	عدم ارائه خدمات مناسب توسط سازمان جهاد کشاورزی و سایر سازمان‌های مرتبط
۸/۵۳	۰/۳۳	۰/۷۳	عدم تمایل تشکل‌های تولیدی مثل اتحادیه‌ها به تولید محصولات سبز

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

پس از شناسایی موانع و چالش‌ها در این مرحله با استفاده از تحلیل محتوای کیفی از طریق مصاحبه با افراد مورد مطالعه، راهکارهای مناسب برای مقابله با موانع و چالش‌ها ارائه گردید. داده‌های حاصل از مصاحبه با افراد مورد به صورت پاراگراف به پاراگراف کدگذاری شدند. برای تحلیل داده‌های کیفی از روش کدگذاری باز و محوری استفاده شده است. مفاهیم تولید شده شامل ۱۵ عامل که در ۳ مقوله عمده طبقه‌بندی شدند. مقولات عمده شامل: تحولات ساختاری، نهادینه کردن کارآفرینی سبز و خدمات حمایتی - پشتیبانی دولت بودند (جدول ۸).

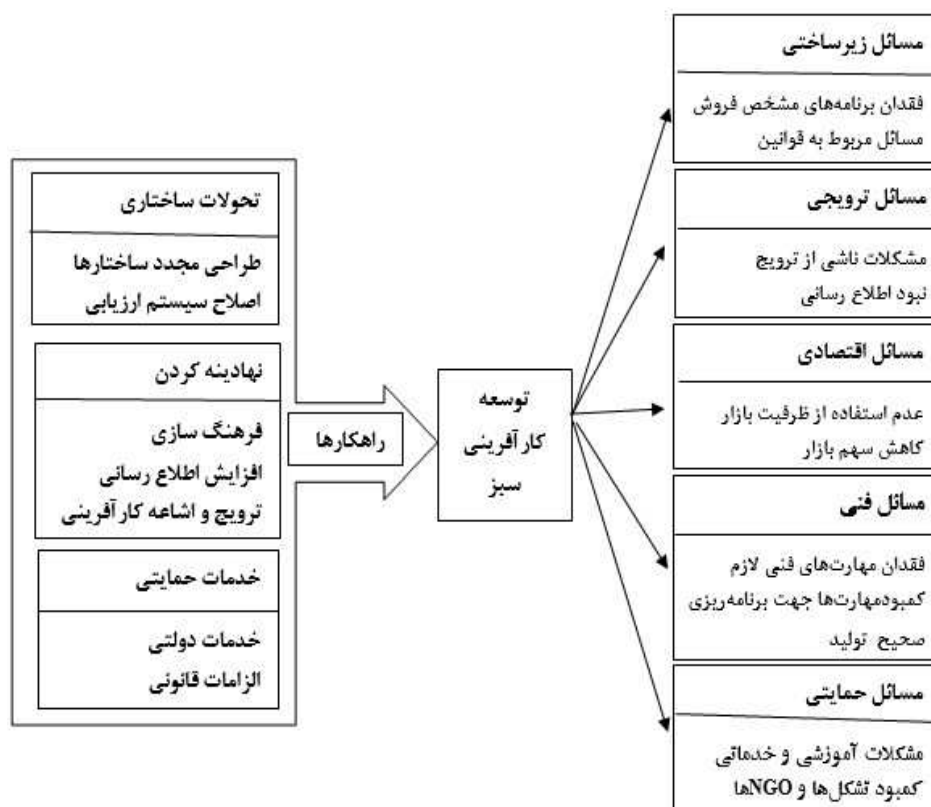
<sup>1</sup> Midmore et al

<sup>2</sup> Parra Lopez et al

جدول شماره (۸): تحلیل محتوای کیفی راهکارهای ارائه شده حاصل از مصاحبه با کارشناسان

مفاهیم کدگذاری شده	مفاهیم ثانویه	مقولات عمده
۱- تدوین برنامه‌ها، سیاست‌ها و اهداف ویژه توسعه کارآفرینی سبز ۲- ارتباط متناسب بین نهادهای اصلی برای رعایت ملاحظات زیست محیطی	طراحی مجدد فرآیندها و ساختارها	تحولات ساختاری
۳- ارتقاء مهارت‌های پیش‌بینی و برنامه‌ریزی مدیران کسب و کار ۴- تغییر و اصلاح سیستم‌های ارائه دهنده خدمات اداری به کشاورزان در جهت توسعه کارآفرینی سبز	اصلاح سیستم نظارت و ارزیابی	
۵- تشریح الگوی برچسب زیست محیطی بر روی محصولات ۶- فرهنگ‌سازی در تغییر رفتار مصرف کننده به سمت مصرف محصولات سبز	فرهنگ سازی	نهادینه کردن کارآفرینی سبز
۷- معرفی کارآفرینی سبز و منافع آن در رسانه‌ها و مجلات ۸- تهیه و روزآمد سازی اطلاعات مورد نیاز صنایع در مورد مزایای کارآفرینی سبز	افزایش اطلاع رسانی و آگاهی بخشی	
۹- ترویج رشته‌های منتهی به کارآفرینی سبز ۱۰- ترویج سلامت محصولات سبز و تأثیر آن بر سلامتی و محیط	ترویج و اشاعه کارآفرینی	
۱۱- تسهیلات اقتصادی دولت در حفاظت از محیط زیست ۱۲- ثبات اقتصادی، ثبات قیمت‌ها و چرخه کامل بازار ۱۳- تخصیص یارانه مناسب از طرف دولت به کسب و کارهای تولید محصولات سبز	خدمات دولتی	خدمات حمایتی - پشتیبانی دولت
۱۴- ضمانت اجرایی قوانین و لوائح زیست محیطی دولت و سازمان‌ها ۱۵- تعیین جایگاه مناسب حقوقی و سیاسی	الزامات قانونی	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.



شکل شماره (۲): چارچوب مفهومی چالش‌ها و موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی و ارائه راهکارها



**(۵) نتیجه‌گیری**

پژوهش حاضر به دنبال شناسایی موانع و چالش‌های توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی است و همچنین راهکارهایی برای کاهش این موانع ارائه داده شد. یافته‌های حاصل از تحقیق ۲۳ مانع را به عنوان موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شناسایی نموده است که با توجه به مدل به دست آمده در پنج دسته مسائل اقتصادی، مسائل حمایتی، مسائل فنی و مدیریتی، مسائل زیرساختی و مسائل ترویجی - آموزشی تقسیم شده است. همچنین راهکارهای مناسب جهت کاهش موانع را در قالب ۳ مقوله تحولات ساختاری، نهادینه کردن کارآفرینی سبز و خدمات حمایتی - پشتیبانی دولت دسته‌بندی شده است.

برای تثبیت کردن و جا انداختن کارآفرینی سبز نیازمند فرهنگ‌سازی، افزایش اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و ترویج و اشاعه کارآفرینی به سطوح مختلف جامعه از طریق افزایش اهمیت تشریح تأثیر الگوی برچسب زیست محیطی، فرهنگ‌سازی در تغییر رفتار خرید و مصرف تخصصی، معرفی کارآفرینی سبز و منافع آن در رسانه‌ها و مجلات، تهیه و روزآمدسازی اطلاعات مورد نیاز صنایع در مورد مزایای کارآفرینی سبز، ترویج رشته‌های منتهی به کارآفرینی سبز و ترویج سلامت محصولات سبز و تأثیر آن بر سلامتی و محیط هستیم همچنین ایجاد شبکه ارتباطی سراسری می‌تواند به تبادل اطلاعات تخصصی در زمینه کارآفرینی سبز به مراکز تحقیقاتی داخل و خارج از کشور کمک کند. همچنین دولت باید سیاست‌های حمایتی و تشویقی به منظور توسعه و ارتقای بخش کارآفرینی سبز در کشاورزی در چارچوب سیاست‌های مصوب اتخاذ نموده، ارائه تسهیلات اقتصادی دولت در حفاظت از محیط زیست، ثبات اقتصادی، ثبات قیمت‌ها و چرخه کامل بازار و ارائه یارانه مناسب از طرف دولت به کسب و کارهای تولید محصولات سبز، ضمانت اجرایی قوانین و لوائح زیست‌محیطی دولت و سازمان‌ها و تعیین جایگاه مناسب حقوقی و سیاسی می‌واند نقش اساسی را در روند توسعه کارآفرینی سبز ایفا کند. در واقع کارآفرینی سبز اگر از مدیریت صحیح برخوردار باشند می‌تواند مردم را در فعالیتهای جمعی سهیم کرده و با استفاده از حمایت دولت مردم را در سرمایه‌گذاری‌ها و مشارکت‌ها شرکت داده و احساس مسئولیت مردم را نسبت به تولید محصولات سبز بر می‌انگیزد و گامی اساسی در تولید و مصرف محصولات سبز و حل معضلات بیکاری و افزایش تولید ملی که نهایتاً منجر به اشتغال‌زایی و همچنین توسعه کارآفرینی می‌شود را در بردارند.

**(۶) منابع**

- ابراهیمی ورکیانی، علی و محمد شریفی مقدم، (۱۳۹۰)، الزامات و مبانی ترویج و توسعه کشاورزی ارگانیک در ایران، مجموعه مقالات سومین جشنواره محصولات غذایی طبیعی و ارگانیک ایران، صص ۳۰-۱۴.

- خالدی، محمد و افشین امجدی، (۱۳۹۰)، بررسی انگیزه ها و موانع تبدیل به کشاورزی ارگانیک: درس هایی از تجربه سایر کشورها، مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیرماه.
- خالدی، محمد، (۱۳۸۶)، نگرش کشاورزان متداول در خصوص موانع و انگیزه های تبدیل به کشاورزی ارگانیک، مجموعه مقالات دومین همایش ملی کشاورزی بوم شناختی ایران. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، مهرماه ۱۳۸۶. ص ۱۶.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدی پورطاهری، و وکیل حیدری ساریان، (۱۳۸۵)، نقش توانمندسازی در توسعه کشاورزی، نشریه جغرافیا، پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۶۹، صص ۱۰۴-۸۷.
- سمائی، مرجان، (۱۳۸۷)، بررسی وضعیت تولید محصولات زراعی ارگانیک، مشکلات و ارائه راهکارها در راستای حمایت و ارتقای کشاورزی ارگانیک، دومین همایش ملی کشاورزی بوم شناختی ایران، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، مهرماه ۱۳۸۶، ص ۱۳.
- شفقت، ابوطالب، حسن درویش،= علی نامدار، عباس آبادی و رمضان غلامی، (۱۳۸۹)، مجموعه مقالات همایش ملی توسعه پایدار روستایی با تأکید بر بخش کشاورزی، بجنورد، ص ۲۷۰.
- عباسی، علی، (۱۳۹۰)، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کشاورزی ارگانیک در استان کرمانشاه از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.
- غفوری، حبیب اله، (۱۳۹۴)، شناسایی پتانسیل مشاغل سبز در استان گیلان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی کارشایسته و مشاغل سبز. ص ۳۲-۴۷.
- کریمی، آصف و هادی جوهری، (۱۳۹۲)، شناسایی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مورد بررسی: دانشکده‌های کشاورزی دولتی استان تهران، نشریه توسعه کارآفرینی. تهران، دوره ۴، شماره ۶، ۱۵۱-۱۶۷.
- مافی، حسن، (۱۳۸۷)، کشاورزی ارگانیک (مبانی پایداری در کشاورزی)، موجود در: <http://www.crop.blogky.com>
- مرادی، ژیلا، حسین حیدری، مینو عزیزی و احمد یعقوبی فرانی، (۱۳۹۰)، تحلیل جایگاه کشاورزی ارگانیک به عنوان بستر توسعه پایدار کشاورزی از دیدگاه کشاورزان (مطالعه موردی شهرستان‌های دیواندره و قروه)، مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیرماه.
- ملاحسینی، حمید، (۱۳۹۰)، تولید محصول سالم در ایران، چالش‌ها و راهکارها، مجموعه مقالات سومین جشنواره محصولات غذایی طبیعی و ارگانیک ایران، صص ۲۳۱-۲۲۱.
- مهدی‌پور، فریده، (۱۳۹۴)، شناسایی عوامل کلیدی توسعه مشاغل سبز بر اساس تجارب کشورهای پیشتان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی کارشایسته و مشاغل سبز، صص ۳۸۴-۳۹۳.
- نادعلی، هاجر و ابوالفضل رنجبر، (۱۳۹۰)، توسعه کشاورزی ارگانیک در کشور. اولین همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار. دانشگاه پیام‌نور استان خوزستان. اهواز. ص ۵.

- هاشمی نژاد، آذر و احمد رضوانفر، (۱۳۸۹)، بررسی موانع و مشکلات کشاورزی ارگانیک از دیدگاه تولیدکنندگان محصولات ارگانیک شهرستان روانسر استان کرمانشاه، مجموعه مقالات شفاهی اولین کنگره چالش‌های کود در ایران: نیم قرن مصرف کود، ۱۰ و ۱۲ اسفند ماه.
- یعقوبی، جعفر و جوادی علی، (۱۳۹۳)، موانع تولید محصولات ارگانیک از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی، نشریه دانش کشاورزی و تولید پایدار/ جلد ۲۴ شماره ۱.
- De Buck, A. J., I. V. Rijn, N. G. Roling and A. A., Wossink, 2001, **Farmers reasons for changing or not changing to more sustainable practices: an exploratory study of arable farmers in the Netherlands**, The Journal for agricultural Extension and Education 7 (3), 153-166.
- Dean, T.J., and McMullen, J.S. 2007. **Toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action**. J Bus Venturing. 22: 50-76.
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). **Firm performance: the interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation**. Strateg Manage J, 29(89), 781-789.
- Kalafatis Stavros P., Pollard M., East R., Tsogas M. H.; "Green marketing and Ajzen's theory of planned behavior: A cross-market examinations"; Journal of Consumer Marketing, Vol. 16, No. 5, 1999.
- Lober, J. D. (1998). **Pollution prevention as corporate entrepreneurship**. J Org Change Manage, 22(1), 26-37.
- Kubota, N. 2014. **Green Employment: a Literature Survey for the Ministry of Environment**, Japan.
- Lukas, M. and M. Cahn, 2008, **Organic agriculture and rural livelihoods in Karnataka, India**, 16th IFOAM Organic World Congress, Modena, Italy, At <http://organits.org/view/projects/conference.html>.
- Menguc, B., & Ozanne, L. K. (2005). **Challenges of the 'green imperative': a natural resource-based approach to the environmental orientation – business performance relationship**. J Bus Venturing, 58(8), 430-438.
- Midmore, P. S., Padel, H., Mccalman, N., Lampkin, H., Fowler, S. and Isherwood, J. 2001. **Attitude to organic Production: a survey of producers**, Unpublished final report to MAFF, Institute of Rural Studies, University of Wales, Aberystwyth, Aberystwyth.
- Narayanan, S. 2005. **Organic Farming in India relevance, Problems and constraints**. Department of Economic Analysis and research National Bank for Agriculture and Rural Development.
- Nikolaou, E.I., Ierapetritis, D., and Tsagarakis, K.P. 2011. **An evaluation of the prospects of green entrepreneurship development using a SWOT analysis**. International Journal of Sustainable Development and World Ecology, 18(1): 1-16.
- Nill, J., & Kemp, R. (2009). **Evolutionary approaches for sustainable innovation policies**. Resour Policy, 38(3), 668-680.
- Padel, S and N. Lampkin, 1994, **Conversion to Organic Farming: An Overview**. In **The Economics of Organic Farming: An International Perspective**, Wallingford, CAB International: 295- 313.
- Parra Lopez, C. and Calatrava Requena, J. 2005. **Factors related to the adoption of organic farming in spanish olive orchards**, Spanish Journal of Agricultural Research 3 (1): 5- 16.

- Polonsky, M., and Rosenberger, p. 2009. **Reevaluating Green Marketing Strategic Approach**, Business Horizons, pp 21-290.
- Polonsky M. J. 2011. **Transformative green marketing: Impediments and opportunities**"; Journal of Business Research, 2011.
- Raymond,N.F., Svendsen,E., Campbell,L.K. 2013. **From job training to green jobs: A case study of a young adult employment program centered on environmental restoration in New York City, USA**. Journal of Urban Forestry & Urban Greening 12,287–295.
- Rointer SB, Darnhofer I, Somsook S and Vogl CR, 2009. **Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand**. Food policy 33(2):112-121.
- Sterrett, S., Groover G. E., Taylor, D. B and Mundy, K. 2005. **Describing Organic Agricultural Production in**.