

تحلیل راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی (مطالعه موردی شهرستان کرمانشاه)

بیژن رضایی*، نادر نادری و سحر رستمی^۱

(دریافت: ۹۶/۱۰/۱۱؛ پذیرش: ۹۷/۰۲/۰۳)

چکیده

امروزه توسعه کارآفرینی سبز می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات زیست‌محیطی، کاهش بیماری‌های ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم و بهره‌وری بیشتر زمین‌های کشاورزی داشته باشد. لذا هدف اصلی پژوهش تحلیل راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود. این پژوهش از لحاظ نوع هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت، در گروه تحقیقات توصیفی-تحلیلی با استفاده از رویکرد ترکیبی (SWOT-AHP) می‌باشد. در بخش کیفی از نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی بهره گرفته شد که پس از انجام ۱۴ مصاحبه از متخصصان حوزه کارآفرینی سبز و کشاورزی، اشباع نظری حاصل گردید و در بخش کمی نیز به ۵ نفر از همان متخصصان بخش کیفی، پرسشنامه مقایسات زوجی داده شد تا به هر یک از عوامل SWOT و راهبردهای استخراج شده وزن بدهند. نتایج به دست آمده نشان داد که فرآیند توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه نیازمند راهبرد محافظه‌کارانه و رقابتی است و به ترتیب راهبردهای "ترویج محصولات ارگانیک و سالم از طریق رسانه‌های جمعی و گروهی و آموزش‌های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی"، "تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان" و "آموزش کشاورزان درباره کارآفرینی سبز" بیشترین اهمیت را برای توسعه کارآفرینی سبز داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سبز، کشاورزی پایدار، تحلیل راهبردی، شهرستان کرمانشاه.

^۱ به ترتیب، استادیاران و دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت کار آفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

* مسئول مکاتبات، پست الکترونیک: rezaee61@yahoo.com

بخش کشاورزی یکی از منابع اصلی اشتغال و تأمین درآمد در بسیاری از کشورهای جهان به خصوص در کشورهای در حال توسعه محسوب می شود و در این زمینه عهده دار تأمین امنیت و سلامت غذایی به عنوان هدف ملی است. در سال های گذشته، به خاطر افزایش درآمد و افزایش جمعیت جهان (DESA, 2009) تقاضا برای غذا به شدت افزایش پیدا کرد و از این رو کشاورزی برای برآورد این تقاضا نیازمند تغییر و افزایش بهره‌وری (Dobermann & Nelson, 2013)، از طریق استفاده گسترده از نهاده‌های خارج از مزرعه و توجه کمتری به از بین رفتن منابع، کیفیت محصولات تولیدی و در نهایت کشاورزی پایدار شد (Foresi et al., 2016). مطالعات مختلف آزمایشگاهی و اپیدمیولوژیک طی چندین دهه، ارتباط بین انواع کاربرد آفت کش‌ها و بروز بیماری‌هایی نظیر انواع حساسیت‌ها، مسمومیت غذایی و سرطان‌های سینه، روده، پانکراس و تیروئید (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۰)، بروز انواع نقایص مادرزادی، تولد نوزادان با وزن کم، سقط جنین، بلوغ زودرس و یا دیررس و کاهش باروری و یا ناباروری را در انسان نشان می‌دهد (مجردی و همکاران، ۱۳۹۳). بر این مبنا حرکتی پویا و پایدار در جهت استفاده بهینه از منابع موجود، افزایش کیفیت و کمیت تولید محصولات با تأکید بر حفظ و احیا محیط‌زیست، ضروری است (هادیزاده بزاز و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه به مطالب مذکور اجرای کارآفرینی سبز می‌تواند بهترین گزینه برای حل بحران‌های موجود باشد. روستاییان کارآفرین در راستای توسعه کارآفرینی سبز می‌توانند عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه رونق کسب و کارهای 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 کسب و کارهای سبز را در مناطق روستایی خلق کنند. در واقع کارآفرینی سبز از ارزش‌های زیست‌محیطی به عنوان جزء اصلی هویت خود استقبال می‌کنند و به آن به عنوان مزیت رقابتی شرکت خود در بازار می‌نگرند (Ivan & Sascha, 2012).

بسیاری از فرایندهای بخش کشاورزی که در حال حاضر تعریف می‌شوند و در حال توسعه هستند، جزء مشاغل سبز قرار دارند؛ از قبیل کشاورزی ارگانیک، تولید مواد غذایی با سیستم پایدار، تولید غذای سالم، مدیریت تلفیقی آفات که همگی بر اساس اصول توسعه پایدار و حفظ و نگهداری و

پایداری محیط‌زیست بنا شده‌اند؛ بنابراین در پژوهش حاضر از بین استراتژی‌های مختلف مزرعه‌داری و کشاورزی که ذکر گردید، کشاورزی دقیق، کشاورزی ارگانیک و مواد غذایی گواهی شده سالم به منظور چگونگی تولید غذا، به حداقل رساندن اثرات زیست‌محیطی و کاهش هزینه‌ها، در راستای تحقق اهداف کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی مورد توجه قرار گرفته است. کشاورزی دقیق جدیدترین فناوری در عرصه کشاورزی می‌باشد که برای رسیدن به پایداری و حل مشکلات زیست‌محیطی ایجاد شد تا به کمک آن، کشاورز این توانایی را پیدا کند که مزرعه خود را کاملاً مکانیزه مدیریت نماید (ایزدی و حیاتی، ۱۳۹۱). کشاورزی دقیق در راستای تحقق اهداف کارآفرینی سبز از طریق به دست آوردن خواص متغیر خاک و محصول، نقشه‌برداری، تحلیل متغیرها و پذیرش روش‌های مناسب مدیریتی می‌تواند منجر به حداکثر سازی عملکرد، بهینه‌سازی استفاده از نهاده‌ها، کاهش تأثیرات منفی محیطی (Mishra et al., 2003)، کاهش هزینه‌های کشاورزی، توسعه پایدار کشاورزی، افزایش بهره‌وری و مدیریت و تصمیم‌سازی قوی‌تر بر پایه اطلاعات شود (Du et al., 2008). در نگاه اول به نظر می‌رسد که کشاورزی دقیق در کشورهای در حال توسعه، به دلیل وجود کشاورزان فقیر، سیستم کشاورزی معیشتی، زمین‌های کوچک زراعی، کمبود دانش فنی و نرم‌افزاری در میان کشاورزان و تولیدکنندگان و هزینه‌های بالای آن، قابل اجرا نیست؛ در حالی که این رهیافت پتانسیل‌های عظیمی در کشورهای در حال توسعه، جهت بهبود تولیدات کشاورزی دارا می‌باشد (Mondal & Basu, 2009). مالزی، فیلیپین، آرژانتین، برزیل، مکزیک، آفریقای جنوبی، اروگوئه، کاستاریکا و غیره شروع به پذیرش و کاربرد مؤلفه‌های کشاورزی دقیق به‌ویژه در مزارع تحقیقاتی خود کرده و سودآوری این سیستم را از سیستم متداول بیشتر ارزیابی کرده‌اند (Silva et al., 2007). ایران نیز به‌عنوان یک کشور در حال توسعه از قابلیت‌های فراوانی برای بهره‌برداری از کشاورزی دقیق، به‌ویژه برای محصولاتی مانند نیشکر، خرما، گندم و برنج دارا می‌باشد (نیکبخت و ذکی دیزجی، ۱۳۸۵). کشاورزی ارگانیک نیز نوعی کشاورزی است که هدفش ایجاد نظام‌های تولید یکپارچه، نظام‌یافته و انسانی است که با منافع زیست‌محیطی و اقتصادی تضاد ندارد (فاطمی و شاه ولی، ۱۳۹۲). در تعریف مختلف، از کشاورزی ارگانیک بر عدم استفاده از سموم و کودهای شیمیایی تأکید شده است. تأثیرات مثبت بر

نشان می‌دهد که برای بهبود امور در راستای توسعه کارآفرینی سبز چه راهبردهایی را اتخاذ کنند. از این رو با توجه به اهمیت موضوع توسعه کارآفرینی سبز در راستای پیشبرد اهداف توسعه پایدار کشاورزی در زمینه‌ی تولید محصولات غذایی سالم، کاهش اثرات سوء زیست‌محیطی، افزایش بهره‌وری اقتصادی، افزایش عملکرد زمین‌های زراعی و بهبود معیشت کشاورزان و جامعه روستایی، پژوهش حاضر به تحلیل راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی پرداخته است.

مطالعات مختلفی در این زمینه توسط محققین در داخل و خارج از کشور انجام شده است. عبدالله زاده و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی موانع کاربرد عملیات مبارزه بیولوژیک در مزارع برنج شهرستان ساری نشان دادند که "ضعف خدمات حمایتی- ترویجی"، "ضعف امکانات فنی"، "مشکلات محیطی" و "ناسازگاری محیطی" مجموعاً ۷۱/۰۴ درصد واریانس مشکلات استفاده از مبارزه بیولوژیک را تبیین می‌کنند. هوشمندان مقدم و شمس (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای به این نتیجه دست یافتند که میزان مصرف سموم، با سن، سابقه کار و درآمد گلخانه رابطه مثبت، ولی با دانش، استفاده از رسانه‌های جمعی و تعداد دوره آموزشی رابطه منفی و معنی‌داری دارد. نتایج حاصل از پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۶) 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. سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2012) به بررسی مشاغل سبز برای توسعه پایدار در اسپانیا به این نتایج به رسیدند که اقتصاد سبز فرصت‌های عظیمی برای ایجاد شغل در اقتصاد اسپانیا فراهم نموده است. در ایالات متحده، یی (Yi, 2013)، در پژوهشی نشان داد که هر یک از سیاست‌های انرژی پاک متناسب با ۱٪ کار سبز بیشتر است. یی (Yi, 2014)، در تحقیق دیگری نشان داد که استفاده از خط‌مشی‌های انرژی تجدید پذیر، اجازه صادر کردن انرژی تجدید پذیر، وضع قانون محدودیت حداقل دستمزد و حضور شرکت‌های تجاری انرژی سبز از اصلی‌ترین عوامل محرک تجارت سبز در ایالات متحده آمریکا است. در تحقیقات کوبوتا (Kubota, 2014) راهکارهایی در جهت توسعه کارآفرینی سبز که شامل: همکاری وزارتخانه‌ها، تدوین برنامه‌های عملیاتی، اختصاص بودجه مناسب به کسب و

محیط‌زیست، بهبود وضعیت روستاییان و جامعه روستایی کشاورزی ارگانیک را به لحاظ اقتصادی توجیه‌پذیر می‌نماید و با اجرای صحیح آن می‌توان غذای مردم را به‌صورت سالم و پایدار تأمین نمود (Eyhorn et al., 2007; Gabriel & Tschamtk, 2007) که این مزایا با اهداف کارآفرینی سبز هم‌سو و هم‌راستا است. محصولات غذایی سالم را می‌توان محصولاتی دانست که در پروسه تولید آن‌ها از نهاده‌های شیمیایی و روش‌های اصلاحی در دز غیر خطرناک و کنترل شده‌ای استفاده شده است، به طوری که هیچ‌گونه خطری مصرف‌کننده این مواد غذایی را تهدید نمی‌کند (Kristallis & Christopher, 2005). تولید محصولات سالم نیز ارتباط مستقیمی با توسعه اهداف کارآفرینی سبز دارد. در تولید این محصولات به دلیل استفاده از روش‌های جایگزین کنترل آفات از قبیل کنترل زراعی و بیولوژیکی و استفاده از کودهای آلی و سازگار با طبیعت از قبیل ورمی‌کمپوست، پایداری محیط‌زیست تا حد فراوانی تضمین و در واقع گامی مهم در جهت حرکت به کشاورزی پایدار برداشته می‌شود. در کشور ما با توجه به شرایط محیطی و آب و هوایی مناسب همچنین فراوانی نیروی کار، تولید محصولات سبز اقتصادی‌تر و آسان‌تر از بسیاری از مناطق جهان به نظر می‌رسد. همچنین شهرستان کرمانشاه دارای مزیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه در جهت توسعه کسب و کارهای سبز است. استان کرمانشاه 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. همچنین اولین اقدامات تحقیقی و آزمایشی در این زمینه در کرمانشاه انجام شده است (عباسی، ۱۳۹۰). لذا این پژوهش در راستای تبیین جایگاه کارآفرینی سبز، به‌عنوان حوزه جدیدی در حفاظت از محیط‌زیست که به دنبال رفع مشکلات اجتماعی، محیط‌زیستی و اقتصادی می‌باشد و از بین استراتژی‌های مختلف مزرعه‌داری و کشاورزی، به‌کارگیری هم‌زمان کشاورزی دقیق، کشاورزی ارگانیک و 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 مثر واقع شود. همچنین به مسئولان سازمان‌های جهاد کشاورزی، سازمان حفاظت محیط‌زیست، سازمان بهداشت و درمان، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی استان کرمانشاه

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.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نوع هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت در گروه تحقیقات توصیفی - تحلیلی با استفاده از رویکرد ترکیبی (SWOT-AHP) است. برای گردآوری داده‌ها از دو روش اسنادی و میدانی استفاده شد. در روش میدانی برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته (Semi-structured) بهره گرفته شد که به صورت ملاقات حضوری انجام گردید. به منظور نمونه‌گیری، همسو با تحقیقات کیفی که از نمونه‌گیری آماری پیروی نمی‌کنند با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند (Purpose foul sampling) و گلوله برفی با ۱۴ نفر طبق جدول ۱ مصاحبه به عمل آمد. در نمونه‌گیری هدفمند، اصولاً هدف محقق انتخاب نمونه‌هایی است که اطلاعات زیادی (Information-rich) در مورد موضوع تحقیق داشته باشد (سرمد و همکاران، ۱۳۹۴). در این راستا، نخست یک گروه اولیه به منظور مصاحبه توسط محقق، انتخاب شد و سپس گروه‌های خبره‌ی 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 (Theoretical saturation) ادامه یافت. اشباع داده‌ها با انجام دادن ۱۰ مصاحبه مشاهده شد اما برای اطمینان بیشتر و تأیید یافته‌ها تا نفر چهاردهم مصاحبه‌ها ادامه یافت. در بخش کمی نیز به منظور وزن دهی و امتیازدهی عوامل به ۵ نفر از متخصصان حوزه کشاورزی و کارآفرینی سبز، پرسشنامه مقایسات زوجی داده شد تا به هر یک از عوامل SWOT، روابط آن‌ها و راهبردهای استخراج شده وزن بدهند. از آنجا که پرسشنامه مقایسات زوجی باید در اختیار خبرگان و کارشناسانی قرار گیرد که بر همه معیارها و گزینه‌های مسأله اشراف داشته باشند و گاهی ممکن است در جامعه آماری مورد نظر بیشتر از ۳ یا ۵ نفر خبره وجود نداشته باشد، از این بابت هیچ مشکلی وجود ندارد و نتایج به دست آمده نیز کاملاً علمی و قابل اکتفا است. در پژوهش حاضر به منظور بررسی اعتبار پژوهش در بخش کیفی 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 پژوهش حاضر تلاش گردید که بیش از یک مشاهده‌گر، مصاحبه‌گر و تحلیلگر برای کاهش سوگیری در جمع‌آوری، گزارش دهی، کدگذاری و تحلیل داده‌ها به کار برده شود و اطلاعات از منابع مختلف مانند بررسی اسناد و مدارک و مصاحبه با افراد مختلف و متخصص در این حوزه به عمل آید. در بخش کمی نیز تحلیل‌های به دست آمده از مرور ادبیات و پیشینه تحقیق با یافته‌های حاصل از مصاحبه تطبیق داده شد و پرسشنامه از این بخش حاصل گردید که روایی محتوای آن توسط اساتید دانشگاه رازی گروه مدیریت و کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در تحلیل سلسله مراتبی، احتمال ناهماهنگی در قضاوت‌ها وجود دارد؛ بنابراین، از آماره‌ای به نام «نرخ ناسازگاری» برای تعیین میزان ناهماهنگی در داوری‌ها استفاده می‌شود. این ضریب مقدار این احتمال را که ماتریس مقایسه‌ی زوجی کاملاً به صورت تصادفی پر شده است مشخص می‌کند. نرخ ناسازگاری ۰/۱ به عنوان پیشینه‌ی قابل قبول معرفی شده است (Hafeez et al., 2002). به منظور تحلیل داده‌ها از روش تحقیق تحلیل محتوا و تکنیک سوات (SWOT) در بخش کیفی و از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در بخش کمی استفاده شد. برای مقایسات زوجی از مشارکت‌کنندگان درخواست شد که میزان اهمیت و ارجحیت عوامل، زیر عوامل و راهبردها را (با توجه به نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها) بر روی یک طیف ۹ درجه‌ای مشخص نمایند. به طوری که در این طیف عدد ۱ نشان‌دهنده اهمیت مساوی دو راهبرد، عدد ۳ نشان‌دهنده اهمیت کمی بیش‌تر راهبرد یکم نسبت به راهبرد دوم، عدد ۵ نشان‌دهنده اهمیت بیش‌تر راهبرد یکم نسبت به راهبرد دوم، عدد ۷ نشان‌دهنده اهمیت بالای راهبرد یکم نسبت به راهبرد دوم و عدد ۹ نشان‌دهنده اهمیت کامل راهبرد یکم نسبت به راهبرد دوم بود، سایر اعداد (۲، ۴، ۶ و ۸) ترجیحات یا اهمیت بین فواصل فوق را نشان می‌دادند. جهت سهولت در انجام محاسبات روش تحلیل فرآیند سلسله مراتبی، از نرم‌افزار EXPERT CHOICE استفاده شد که ورودی‌های این نرم‌افزار داده‌ها و جداول مقایسه زوجی می‌باشد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط کارشناسان، با استفاده از نرم‌افزار، وزن عوامل و راهبردها مشخص شد و راهبردها اولویت‌بندی شدند.

جدول ۱- جامعه و نمونه مورد مطالعه

تعداد نمونه	جامعه
۵ نفر	اعضای هیأت علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی
۳ نفر	مدیران سازمان جهاد کشاورزی و سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی استان کرمانشاه
۳ نفر	واحدهای کشاورزی مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمانشاه
۱ نفر	انجمن تولید کنندگان ارگانیک استان کرمانشاه
۲ نفر	سازمان حفاظت محیط‌زیست استان کرمانشاه

یافته‌ها و بحث

کدگذاری باز شامل دو فعالیت کلیدی مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی است (اشتراوس و کوربین، ۱۳۸۵). طی کدگذاری باز، داده‌های کدگذاری شده در هر دسته از عوامل (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) 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 استخراج شده 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 قرار داد و سپس مفاهیم مرتبط با یک مقوله را نیز در سطحی انتزاعی‌تر، در یک مقوله قرار داد. در مجموع تعداد ۱۷۶ کد باز، ۶۷ مفهوم و ۲۱ مقوله از متن مصاحبه‌ها استخراج شد. در نهایت، تعداد ۴ نقطه قوت، ۵ نقطه ضعف، ۶ فرصت و ۶ تهدید شناسایی شدند. به‌طور کلی بر اساس نتایج حاصل از این مرحله، تعداد ۱۰ مورد به‌عنوان عوامل داخلی و تعداد ۱۱ مورد به‌عنوان عوامل خارجی به دست آمد (جدول ۲).

فرآیند سلسله مراتبی AHP: ابتدا مسأله را به یک ساختار سلسله مراتبی تبدیل کردیم، به نحوی که توسط AHP قابل اندازه‌گیری باشد. در سطح اول هدف، در سطح دوم گروه‌های SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) و در سطح سوم زیر عوامل SWOT قرار گرفتند.

در مرحله بعد گروه‌های SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) بر اساس درجه اهمیت و تأثیرشان برای رسیدن به هدف وزن دهی می‌شوند. داده‌های حاصل از مقایسات زوجی صورت گرفته جهت انجام مراحل تجزیه و تحلیل و تعیین درجه اهمیت هر گروه وارد نرم‌افزار Expert Choice¹¹ (نرم‌افزار مخصوص تحلیل سلسله‌مراتبی) گردید.

با توجه به نمودار ۱ و نمودار تارنکبوتی ۲، مشاهده می‌شود که نقاط قوت، سپس نقاط ضعف و فرصت‌ها و در آخر تهدیدها به ترتیب بیشترین اهمیت را در تدوین راهبردها برای توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی دارند؛ بنابراین، به‌منظور تدوین راهبردهای مناسب توسعه‌ی

کارآفرینی سبز بر روی نقاط مهم‌تر بیشترین توجه شده است.

به‌منظور تعیین فضای راهبردی عوامل داخلی و خارجی توسعه‌ی کارآفرینی سبز از نمودار تارنکبوتی بهره گرفته شد (نمودار ۲). این نمودار، اهمیت و جایگاه نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را در تعیین راهبردهای موضوع مورد مطالعه مشخص می‌کند.

در مرحله بعد، مقایسات زوجی بین زیر عوامل هر یک از گروه‌های SWOT برای به دست آوردن اهمیت نسبی هر کدام از زیر عوامل در انتخاب و شکل‌دهی به هدف صورت گرفت و سپس نمودار تارنکبوتی برای شفاف‌سازی اولویت‌های برتر عوامل داخلی و عوامل خارجی توسعه کارآفرینی سبز رسم گردید (نمودار ۳).

بر اساس نتایج ارائه شده از جدول ۳ که از محاسبه‌ی اولویت نهایی زیرگروه‌های SWOT در چارچوب مدل AHP به دست آمده است و همچنین نمودار تارنکبوتی ۳، مشاهده می‌شود در گروه نقاط قوت، "تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست" با وزن نهایی ۰/۱۸۸، اولویت اول را به خود اختصاص داده است. همچنین در گروه نقاط ضعف، "عدم آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی در زمینه‌ی توسعه کارآفرینی سبز" با وزن نهایی ۰/۰۸۵، بالاترین اولویت را در این گروه دارا می‌باشند. "جهانی‌شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز" با وزن نهایی ۰/۰۵۸ به‌عنوان مهم‌ترین فرصت مشخص گردید؛ و در نهایت "عدم وجود قوانین و مقررات تعریف شده" با وزن نهایی ۰/۰۶۱ مهم‌ترین تهدید به شمار آمد.

بنابراین، با تلفیق نتایج حاصل از ماتریس SWOT در مدل AHP و اولویت نهایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، اطلاعات مورد نیاز برای تدوین استراتژی‌ها مشخص شد. در این مرحله با استفاده از ماتریس SWOT و توازن بین عوامل داخلی و خارجی، می‌توان چهار نوع استراتژی ارائه داد (جدول ۴).

تحلیل راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی....

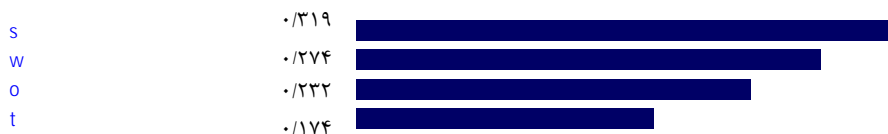
کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه و انتخاب مناسب‌ترین راهبرد از بین آن‌ها از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شد. به این منظور، راهبردهای شناسایی شده برای توسعه کارآفرینی سبز در قالب پرسشنامه مقایسات زوجی تدوین شد. پرسشنامه مقایسات زوجی در اختیار پنج تن از متخصصان حوزه کشاورزی و کارآفرینی سبز قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد که بر اساس عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) نسبت به اولویت‌بندی راهبردهای شناسایی شده اقدام نمایند. با توجه به این که نرخ سازگاری در مطالعه‌ی حاضر ۰/۰۲ به دست آمد و از مقدار معیار ۰/۱ خیلی کوچک‌تر بود؛ لذا، می‌توان گفت سازگاری قضاوت‌ها در ماتریس مقایسه‌ی زوجی رعایت شده است و بین نتایج همگرایی وجود دارد (جدول ۳).

در ادامه سه مورد از هر یک از گروه‌های SWOT، به‌عنوان مهم‌ترین موارد از هر کدام جدا گردید، سپس با ترکیب نقاط قوت (S) و فرصت‌ها (O)، راهبردهای SO با ترکیب نقاط ضعف (W) و فرصت‌ها (O)، راهبردهای WO، با ترکیب نقاط قوت (S) و تهدیدها (T)، راهبردهای ST و با ترکیب نقاط ضعف (W) و تهدیدها (T)، راهبردهای WT تدوین و ارائه می‌گردند (جدول ۵).

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۵، مشاهده می‌شود که دو راهبرد تهاجمی (SO)، چهار راهبرد محافظه‌کارانه (WO)، چهار راهبرد رقابتی (ST) و چهار راهبرد تدافعی (WT) به‌منظور توسعه کارآفرینی سبز ارائه شده است. به دلیل محدودیت‌های مالی، زمانی و سایر منابع و شرایط محیطی داخلی و خارجی اجرایی کردن تمام راهبردهای پیشنهادی به‌طور هم‌زمان ممکن نیست؛ بنابراین به‌منظور اولویت‌بندی راهبردهای شناسایی شده برای توسعه

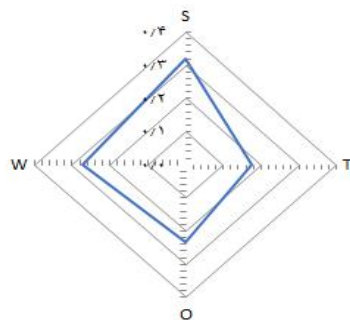
جدول ۲- ماتریس SWOT

عوامل بیرونی	عوامل درونی
<p>فرصت‌ها (O)</p> <p>O۱- موقعیت راهبردی شهرستان کرمانشاه</p> <p>O۲- وجود عوامل محیطی و طبیعی در راستای توسعه کارآفرینی سبز</p> <p>O۳- وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز</p> <p>O۴- وجود نیروی انسانی برای به‌کارگیری در بخش کارآفرینی سبز</p> <p>O۵- جهانی‌شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز</p> <p>O۶- وجود زمینه‌هایی در تغییر عملکرد سازمان‌ها و ارگان‌ها</p>	<p>قوت‌ها (S)</p> <p>S۱- تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست</p> <p>S۲- ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی</p> <p>S۳- وجود تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین در بخش کارآفرینی سبز</p> <p>S۴- وجود کارشناسان خبره در بخش کارآفرینی سبز</p>
<p>تهدیدها (T)</p> <p>T۱- عدم توانایی در تمایز محصولات</p> <p>T۲- عدم یکپارچگی زمین‌های کشاورزی</p> <p>T۳- عدم وجود قوانین و مقررات تعریف شده</p> <p>T۴- عدم برنامه‌ریزی در زمینه‌ی تأیید و فروش محصولات سبز</p> <p>T۵- حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی</p> <p>T۶- برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های مغایر با کارآفرینی سبز</p>	<p>ضعف‌ها (W)</p> <p>W۱- مشکلات رقابتی ناشی از به‌کارگیری کارآفرینی سبز</p> <p>W۲- فقدان مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی</p> <p>W۳- کمبود ترویج و فرهنگ‌سازی در بخش کارآفرینی سبز در تولیدکننده و مصرف‌کننده</p> <p>W۴- کمبود تشکل‌ها و NGO ها و ناکارآمدی NGO های موجود در حمایت از تولید محصولات سالم</p> <p>W۵- عدم آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی در زمینه‌ی توسعه کارآفرینی سبز</p>

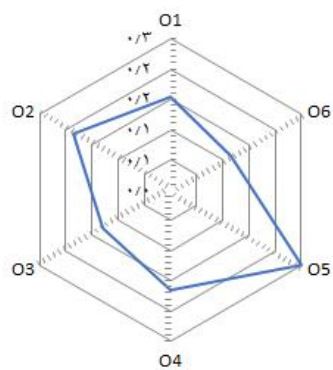
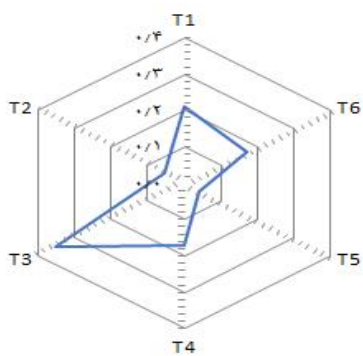
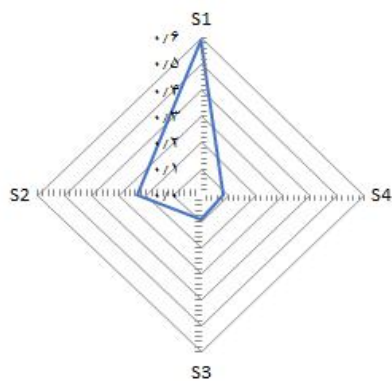
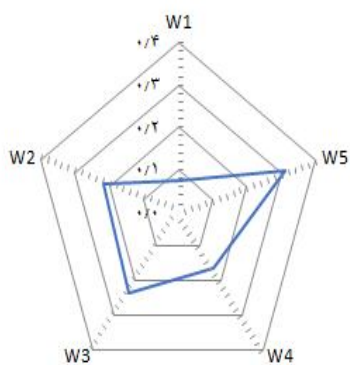


Inconsistency = 0.00437
with 0 missing judgments.

نمودار ۱- رتبه‌بندی نهایی گروه‌های SWOT



نمودار ۲- تحلیل فضای راهبردی عوامل داخلی و خارجی



نمودار ۳- نمودار تار عنکبوتی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

تحلیل راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی....

جدول ۳- محاسبه اولویت نهایی و رتبه‌بندی نهایی زیر عوامل SWOT

گروه‌های SWOT	اولویت گروه‌های SWOT	نرخ ناسازگاری	زیر عوامل SWOT	اولویت نسبی		اولویت نهایی زیر عوامل
				رتبه نهایی	زیر عوامل	
نقاط قوت (S)	۰/۳۱۹	۰/۰۰	S _۱ : تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست	۱	۰/۵۹۰	۰/۱۸۸
			S _۲ : ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی	۲	۰/۲۳۴	۰/۰۷۴
			S _۳ : وجود تجهیزات کشاورزی و روش‌های جایگزین در بخش کارآفرینی سبز	۳	۰/۰۹۴	۰/۰۲۹
			S _۴ : وجود کارشناسان خبره در بخش کارآفرینی سبز	۴	۰/۰۸۲	۰/۰۲۶
نقاط ضعف (W)	۰/۲۷۴	۰/۰۲	W _۱ : مشکلات رقابتی ناشی از به‌کارگیری کارآفرینی سبز	۵	۰/۰۷۳	۰/۰۲۰
			W _۲ : فقدان مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی	۳	۰/۲۱۸	۰/۰۵۹
			W _۳ : کمبود ترویج و فرهنگ‌سازی در بخش کارآفرینی سبز در تولید کننده و مصرف کننده	۲	۰/۲۳۴	۰/۰۶۴
			W _۴ : کمبود تشکل‌ها و NGO ها و ناکارآمدی NGO های موجود در حمایت از تولید محصولات سالم	۴	۰/۱۶۴	۰/۰۴۴
			W _۵ : عدم آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز	۱	۰/۳۱۱	۰/۰۸۵
فرصت‌ها (O)	۰/۲۳۲	۰/۰۲	O _۱ : موقعیت راهبردی شهرستان کرمانشاه	۴	۰/۱۵۳	۰/۰۳۵
			O _۲ : وجود عوامل محیطی و طبیعی در راستای توسعه کارآفرینی سبز	۲	۰/۱۸۶	۰/۰۴۳
			O _۳ : وجود زمینه‌های صادرات محصولات سبز	۵	۰/۱۲۸	۰/۰۲۹
			O _۴ : وجود نیروی انسانی برای به‌کارگیری در بخش کارآفرینی سبز	۳	۰/۱۶۶	۰/۰۳۸
			O _۵ : جهانی شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز	۱	۰/۲۵۰	۰/۰۵۸
			O _۶ : وجود زمینه‌هایی در تغییر عملکرد سازمان‌ها و ارگان‌ها به سوی توسعه کارآفرینی سبز مانند جهاد کشاورزی، دانشگاه‌ها، سازمان استاندارد و صدا و سیما	۶	۰/۱۱۵	۰/۰۲۶
تهدیدها (T)	۰/۱۷۴	۰/۰۳	T _۱ : عدم توانایی در تمایز محصولات	۲	۰/۲۱۱	۰/۰۳۶
			T _۲ : عدم یکپارچگی زمین‌های کشاورزی	۵	۰/۰۵۳	۰/۰۰۹
			T _۳ : عدم وجود قوانین و مقررات تعریف شده	۱	۰/۳۵۱	۰/۰۶۱
			T _۴ : عدم برنامه‌ریزی در زمینه تأیید و فروش محصولات سبز	۴	۰/۱۷۰	۰/۰۲۹
			T _۵ : حمایت از تولیدکنندگان سموم شیمیایی	۶	۰/۰۴۲	۰/۰۰۷
			T _۶ : برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های مغایر با کارآفرینی سبز	۳	۰/۱۷۲	۰/۰۲۹

جدول ۴- ماتریس SWOT و نحوه تدوین استراتژی‌ها

عوامل داخلی		ماتریس SWOT	عوامل خارجی
نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)		
استراتژی‌های محافظه‌کارانه WO	استراتژی‌های تهاجمی SO	فرصت‌ها (O)	عوامل خارجی
استراتژی‌هایی که از فرصت‌ها برای کمینه کردن ضعف‌ها بهره می‌برند	استراتژی‌هایی که از قوت‌ها برای بیشینه کردن فرصت‌ها استفاده می‌کنند		
استراتژی‌های تدافعی WT	استراتژی‌های رقابتی ST	تهدیدها (T)	عوامل خارجی
استراتژی‌هایی که ضعف‌ها را کمینه و از تهدیدها دوری می‌کنند	استراتژی‌هایی که از قوت‌ها برای کمینه‌سازی تهدیدها استفاده می‌کنند		

جدول ۵- ماتریس راهبردی توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی (شهرستان کرمانشاه)

نقاط قوت S		نقاط ضعف W	عوامل داخلی
S _۱ : تضمین سلامتی انسان و محیط زیست		W _۵ : عدم آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز	عوامل خارجی
S _۲ : ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی		W _۳ : کمبود ترویج و فرهنگ سازی در بخش کارآفرینی سبز در تولیدکننده و مصرف کننده	
S _۳ : وجود تجهیزات کشاورزی و روش های جایگزین در بخش کارآفرینی سبز		W _۴ : فقدان مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی	
استراتژی های تهاجمی SO		استراتژی های محافظه کارانه WO	فرصت ها O
SO _۱ : نظارت مداوم کارشناسان کشاورزی بر فعالیت های مزرعه		WO _۱ : آموزش کشاورزان درباره کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول از طریق ارائه دوره های عملی آموزشی- ترویجی	O _۵ : جهانی شدن و اجتناب ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز
SO _۲ : اصلاح الگوی مصرف آب		WO _۲ : ترویج محصولات ارگانیک و سالم از طریق رسانه های جمعی و گروهی و آموزش های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی برای تمام سنین	O _۶ : وجود عوامل محیطی و طبیعی در راستای توسعه کارآفرینی سبز
		WO _۳ : حمایت از تولیدکنندگان کودها و سموم بیولوژیک	O _۴ : وجود نیروی انسانی برای به کارگیری در بخش کارآفرینی سبز
		WO _۴ : سرمایه گذاری روی تحقیقات دانشگاهی	
استراتژی های رقابتی ST		استراتژی های تدافعی WT	تهدیدها t
ST _۱ : تغییر سیاست ها از توجه به کمیت و خودکفایی در تولیدات کشاورزی به کیفیت در تولید (توجه به امنیت و ایمنی مواد غذایی با هم و در کنار هم)		WT _۱ : دادن مجوز و شناسه تولید به فعالیت هر مزرعه	T _۳ : عدم وجود قوانین و مقررات تعریف شده
ST _۲ : تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان		WT _۲ : ایجاد بازار فروش مطمئن برای محصولات ارگانیک و سالم	T _۱ : عدم توانایی در تمایز محصولات
ST _۳ : تعریف کردن استاندارد برای تولیدکنندگان و ملزم کردن آنان به رعایت استانداردها		WT _۳ : اختصاص تسهیلاتی از طرف دولت به تولیدکنندگان محصولات سبز	T _۶ : برنامه ریزی ها و سیاست های مغایر با کارآفرینی سبز
ST _۴ : برچسب زدن روی محصولات ارگانیک، سالم و ترانس ژیک		WT _۴ : خرید تضمینی محصولات ارگانیک با قیمت بالاتر از کشاورز	

جدول ۶- اولویت‌بندی راهبردهای توسعه‌ی کارآفرینی سبز شهرستان کرمانشاه

اولویت	اهمیت نسبی	راهبردها
۱	۰/۱۶۶	WO _۶ : ترویج محصولات ارگانیک و سالم از طریق رسانه‌های جمعی و گروهی و آموزش‌های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی برای تمام سنین
۲	۰/۱۶۵	ST _۲ : تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان
۳	۰/۱۵۷	WO _۱ : آموزش کشاورزان درباره کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول از طریق ارائه دوره‌های عملی آموزشی- ترویجی
۴	۰/۱۲۰	WT _۴ : خرید تضمینی محصولات ارگانیک با قیمت بالاتر از کشاورز
۵	۰/۰۹۳	WT _۳ : اختصاص تسهیلاتی از طرف دولت به تولیدکنندگان محصولات سبز
۶	۰/۰۷۹	WT _۲ : ایجاد بازار فروش مطمئن برای محصولات ارگانیک و سالم
۷	۰/۰۵۷	WT _۱ : دادن مجوز و شناسه تولید به فعالیت هر مزرعه
۸	۰/۰۴۰	ST _۳ : تعریف کردن استاندارد برای تولیدکنندگان و ملزم کردن آنان به رعایت استانداردها
۹	۰/۰۳۱	SO _۱ : نظارت مداوم کارشناسان کشاورزی بر فعالیت‌های مزرعه
۱۰	۰/۰۲۶	SO _۲ : اصلاح الگوی مصرف آب
۱۱	۰/۰۱۸	WO _۴ : حمایت از تولیدکنندگان کودها و سموم بیولوژیک
۱۱	۰/۰۱۸	ST _۱ : تغییر سیاست‌ها از توجه به کمیت و خودکفایی در تولیدات کشاورزی به کیفیت در تولید (توجه به امنیت و ایمنی مواد غذایی با هم و در کنار هم)
۱۲	۰/۰۱۷	WO _۴ : سرمایه‌گذاری روی تحقیقات دانشگاهی
۱۳	۰/۰۱۴	ST _۴ : برجسب زدن روی محصولات ارگانیک، سالم و ترانس ژیک

کاهش بیماری‌ها و امراض ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم، دستیابی به کشاورزی پایدار، استفاده بیشتر از نیروی کارگری در کشت ارگانیک و سالم، ایجاد واحدهایی برای تولید علف‌کش‌ها، قارچ‌کش‌ها، کودها و حشرات بیولوژیک همچنان استفاده بیشتر و کاربردی از کارشناسان و مهندسان کشاورزی بر سر مزارع برای حمایت فنی از کشاورزان و نظارت بر رعایت استانداردهای تولید کشاورزان، بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این یافته‌ها با مطالعه‌ی سپه پناه و موحدی (۱۳۹۴)، حسین زاده و همکاران (۱۳۹۴)، جین تانگ و همکاران (Jintong et al., 2002)، سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2012)، روث (Roth, 2012) و آسلینو (Aceleanu, 2016) هم‌راستا است.

بر اساس این پژوهش در گروه نقاط ضعف، "عدم آموزش کشاورزان و دانشجویان کشاورزی در زمینه‌ی توسعه کارآفرینی سبز"، "کمبود ترویج و فرهنگ‌سازی در بخش کارآفرینی سبز در تولیدکننده و مصرف‌کننده" و "فقدان مسائل حمایتی از نظر فنی و اقتصادی"، به‌عنوان

با توجه به جدول ۶، مشاهده می‌شود که به ترتیب راهبردهای "ترویج محصولات ارگانیک و سالم از طریق رسانه‌های جمعی و گروهی و آموزش‌های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی برای تمام سنین" با اهمیت نسبی ۰/۱۶۶، "تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان" با اهمیت نسبی ۰/۱۶۵ و "آموزش کشاورزان درباره کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول از طریق ارائه دوره‌های عملی آموزشی- ترویجی" با اهمیت نسبی ۰/۱۵۷ بیشترین اهمیت را برای توسعه کارآفرینی سبز داشته‌اند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس نتایج به دست آمده از محاسبه اولویت‌های نهایی زیرگروه‌های SWOT در چارچوب مدل AHP، در گروه نقاط قوت، "تضمین سلامتی انسان و محیط‌زیست" و "ایجاد اشتغال در بخش کشاورزی" به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه انتخاب شد؛ که به علت حل مشکلات زیست‌محیطی،

محصولات ارگانیک است. این یافته‌ها با نتایج مطالعه حسینی و جاویدنیا (۱۳۹۴) هم‌راستا است.

نتایج حاصل از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی نشان داد که به ترتیب راهبردهای "ترویج محصولات ارگانیک و سالم از طریق رسانه‌های جمعی و گروهی و آموزش‌های هدفمند در تمام مقاطع تحصیلی برای تمام سنین"، "تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان" و "آموزش کشاورزان درباره کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول از طریق ارائه دوره‌های عملی آموزشی-ترویجی" بیشترین اهمیت را برای توسعه کارآفرینی سبز داشته‌اند. این راهبردها در ناحیه محافظه‌کارانه و رقابتی قرار داشتند. این نتایج در تعیین فضای استراتژیک عوامل داخلی و خارجی توسعه کارآفرینی سبز نیز به دست آمد؛ به طوری که در این تحلیل نقاط قوت، ضعف و فرصت‌ها و در آخر تهدیدها به ترتیب از بیشترین اهمیت در تعیین راهبردها برای توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه برخوردار بودند. این یافته‌ها با نتایج کوباتا (Kubota, 2014) و جمشیدی و همکاران (۱۳۹۵) سازگاری دارد. در این راستا پیشنهاد‌های کاربردی مرتبط با این راهبردها ارائه می‌گردد:

- دادن مجوز و شناسه تولید به فعالیت هر مزرعه و ایجاد پرونده برای هر زمین کشاورزی توسط سازمان جهاد کشاورزی که محصولات قابل ردیابی باشند و تعریف کردن استاندارد برای تولیدکنندگان و ملزم کردن آنان به رعایت استانداردها 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.

- تشکیل سازمان متولی و تأیید کننده محصولات ارگانیک و سالم با قدرت اجرایی کردن مصوباتشان و نظارت دقیق بر زمین‌های ارگانیک از سه تا ۵ سال قبل، سپس دادن مجوز یک سال تولید محصول ارگانیک و نظارت در تمام مراحل کاشت تا برداشت، با تعریف وظایف، مسئولیت‌ها، اختیارات، ابزار و امکانات.

- اختصاص تسهیلاتی از طرف دولت به تولیدکنندگان محصولات سبز (مانند وام با بهره بانکی خیلی کم و دوره بازپرداخت طولانی، امکانات، بذر با قیمت پایین) و تسهیلگری دولت در بحث کارآفرینی سبز (مانند حفظ

مهم‌ترین نقاط ضعف کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی بیان شده است که علت اصلی آن از دید متخصصان این حوزه، عدم آموزش کشاورزان برای استفاده از کنترل بیولوژیک، عدم آموزش کشاورزان در استفاده از سیستم مدیریت IPM برای تولید محصول سالم، عدم وجود برنامه‌های آموزشی-نمایشی برای بالا بردن سطح کیفی اطلاعات کشاورزان، عدم آموزش بازاریابی موفق محصولات ارگانیک و سالم به کشاورزان، عدم آموزش کشاورزان برای به‌کارگیری کشاورزی دقیق، عدم آموزش عملی به دانشجویان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز، ناکافی بودن آموزش مصرف‌کننده توسط رسانه‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و سیستم اجتماعی در مورد ضرر محصولات شیمیایی و مزایای محصولات ارگانیک و سالم، عدم فرهنگ‌سازی در میان کشاورزان برای آموزش ضرورت کشت محصولات ارگانیک، عدم ورود دولت به‌عنوان حامی کشاورزی دقیق، نبود حمایت از تحقیقات دانشگاهی، ندادن تسهیلات به کشاورزان ارگانیک‌کار و عدم حمایت فنی و دادن یارانه به واحدهای تولیدکننده کود و سم بیولوژیک، می‌باشد. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های استوب بلار و همکاران (Stobbelaar, 2006)، سالازر (Salazar, 2005)، بابایی (۱۳۹۴) و لارسون و همکاران (Larsson et al., 2013) هم سو است. در گروه فرصت‌ها در مطالعه حاضر، "جهانی‌شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن گرایش مردم به مصرف محصولات سبز" و "وجود عوامل محیطی و طبیعی در راستای توسعه کارآفرینی سبز" مهم‌ترین فرصت‌ها به شمار می‌رود. دلایل انتخاب این موارد از دید متخصصان، تغییر نگرش آحاد جامعه به مصرف محصولات سبز و حفظ محیط‌زیست و جهانی‌شدن ارتباطات و اتصال مردم به شبکه‌های اجتماعی، وجود اقلیم، خاک و آب مناسب و وجود نور خورشید کافی می‌باشد. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات صالحی و پازوکی‌نژاد (۱۳۹۵) و لی (Lee, 2008) هم‌راستا می‌باشد.

در گروه تهدیدها نیز مهم‌ترین تهدیدها، "عدم وجود قوانین و مقررات تعریف شده" و "عدم توانایی در تمایز محصولات" می‌باشد. دلایل انتخاب این مورد توسط متخصصان، عدم وجود یک سازمان متولی برای کارآفرینی سبز، عدم الزام برای رعایت استانداردهای سازمان استاندارد، نبود مجوز برای فعالیت هر مزرعه و عدم اطمینان مردم از واقعی بودن

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 زیست‌محیطی، پیامدهای منفی کشاورزی متداول و خطرات کاربرد بی‌رویه کودها و سموم شیمیایی برای سلامتی انسان را نیز در برداشته باشد. به‌منظور ارتقا سطح آگاهی کشاورزان در ارتباط با کشاورزی دقیق، کلاس‌های آموزشی برگزار شود تا علاوه بر آموزش در جهت آشنایی با این تکنولوژی، 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 اهمیت زیادی هستند که از طریق ارائه خدمات حمایتی و توصیه‌های کارشناسی، به تسهیل این امر کمک خواهند نمود.

- گسترش برنامه‌های آموزش ضمن خدمت، برگزاری سمینارهای علمی، کارگاه و همایش‌های متعدد و قرار دادن بازدیدهای علمی در برنامه‌های کاری مروجان برای افزایش دانش و مهارت آن‌ها درباره‌ی مؤلفه‌های کشاورزی ارگانیک، سالم و دقیق در سطوح مختلف پیشنهاد می‌گردد.

حقوق مالکیت، ایجاد فضای امن اقتصادی، جلوگیری از رقابت‌های ناسالم، جلوگیری از رانت)

- 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 گنجاندن 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 بیلبرد در اتوبوس‌ها یا قرار دادن پیام‌های طنز در پشت صندلی‌های اتوبوس، می‌تواند مثر واقع شود.

- آموزش کشاورزان برای استفاده از سیستم ICM (مدیریت تلفیقی محصول) و سایر ساز و کارها و روش‌های مکانیکی و فیزیکی در تولید محصولات سالم؛ وزارت جهاد کشاورزی با برگزاری دوره‌های "مدیریت تلفیقی محصول" برای کشاورزان و مروجان و محققان در رفع موانع آموزشی و فرهنگی موجود 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

منابع

- اشتراوس، آ.، و کوربین، ج. (۱۳۸۷). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌ی مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه‌ی بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ایزدی، ن.، و حیاتی، د. (۱۳۹۱). *سازه‌های موثر بر دانش کشاورزی دقیق: مورد مطالعه: اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای ترویج شهرستان شیراز*. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، جلد ۸، شماره ۲، صص ۴۸-۳۵.
- بابایی، ح. (۱۳۹۴). *نقش رسانه‌های جمعی در توسعه کار شایسته و مشاغل سبز*. همایش ملی کار شایسته و مشاغل سبز، گیلان، ۱۵ آذر، صص ۴۰۷-۳۹۳.
- جمشیدی، ا.، اسدی، ع.، و مطیعی، ن. (۱۳۹۵). *تحلیل ساز و کارهای توسعه پایدار در واحدهای تولید گلخانه‌ای استان البرز*. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی/ ایران*، دوره ۲- ۴۷، شماره ۱، صص ۱۹۵-۱۸۱.
- حسین‌زاده، ع.، یوسف‌پور، م.، و احدزاده، س. (۱۳۹۴). *نقش آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی در توسعه مشاغل سبز و پایدار روستایی*. همایش ملی و کار شایسته و مشاغل سبز، گیلان، ۱۵ آذر، صص ۳۵۲-۳۴۶.

- حسینی، ج. و جاویدنیا، م. (۱۳۹۴). راهکارهای اجرایی کارآفرینی و تداوم مشاغل سبز و تأثیر آن در ایجاد اشتغال پایدار. همایش ملی کار شایسته و مشاغل سبز، گیلان، ۱۵ آذر، صص ۳۱۸-۳۰۳.
- حیاتی، ب.، پیش بهار، ا. و حق جو، م. (۱۳۹۰). تحلیل تعیین کننده‌های تمایل به پرداخت اضافی مصرف‌کنندگان برای میوه-ها و سبزیجات عاری از آفت‌کش در شهر مرند، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، دوره ۲۵، شماره ۴، صص ۴۷۹-۴۶۹.
- رضایی، ب.، نجفیپور، ه. و نادری، ن. (۱۳۹۶). موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۶، شماره ۲، صص ۵۹-۷۸.
- سرمد، ز.، بازرگان، ع. و حجازی، ا. (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه.
- سپه‌پناه، م. و موحدی، ر. (۱۳۹۴). کارآفرینی پایدار و رویکردی نو در کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۲، شماره ۱، صص ۳۶-۱۹.
- عباسی، ع. (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.
- عبداللّه‌زاده، غ. ح.، شریف‌زاده، م. ش.، احمدی گرجی، ح.، نامجویان شیرازی، ز. و دهقانپور، م. (۱۳۹۴). موانع کاربرد عملیات مبارزه بیولوژیک در مزارع برنج شهرستان ساری (موردکاوی زنبور تریکوگراما در مبارزه با آفت ساقه‌خوار)، علوم ترویج و آموزش کشاورزی، جلد ۱۱، شماره ۱، صص ۲۲۷-۲۱۱.
- صالحی، ص. و پازوکی نژاد، ز. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر گرایش روستاییان به کشاورزی پایدار (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان بابلسر). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۵، شماره ۱، صص ۸۱-۶۷.
- فاطمی، م. و شاه‌ولی، م. (۱۳۹۲). تبیین نظام ارتباطات و اطلاع‌رسانی ترویج کشاورزی ارگانیک بر مبنای حکمت توحیدی. مدرس علوم انسانی- برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۴، صص ۱۵۵-۱۲۹.
- مجردی، غ. ر.، گلباز، ش. و عطایی، ح. (۱۳۹۳). تحلیل سازه‌های پیش‌برنده و بازدارنده پذیرش کشاورزی ارگانیک از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی زنجان. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، جلد ۱۰، شماره ۲، صص ۱۵-۱.
- نیکبخت، م. و ذکی دیزجی، ح. (۱۳۸۵). کشاورزی دقیق، چالش‌ها و چشم‌اندازها در ایران. نشریه کشاورزی و منابع طبیعی، دوره ۱۰، صص ۴۰-۳۴.
- هادیزاده بزاز، م.، بوزرجمهری، خ.، شایان، ح. و نوغانی دخت بهمنی، م. (۱۳۹۴). ارزیابی عملکرد تعاونی‌های تولید روستایی با رویکرد توسعه کشاورزی پایدار (مطالعه موردی: شهرستان نیشابور). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۲۵-۱۱۱.
- هوشمندان مقدم، ز. و شمس، ع. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کننده شیمیایی توسط گلخانه‌داران استان زنجان، علوم ترویج و آموزش کشاورزی، جلد ۱۲، شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۱۹.

- Acelandu, M.I. (2016). Sustainability and competitiveness of Romanian farms through organic agriculture. *Sustainability*, 8 (3), 245.
- Chrystopher, G., and Kristallism J. (2005). Consumer willingness to pay for organic food. *British Food Journal*, 107, 320-334
- The Department of Economic and Social Affairs (DESA), U. (2009). *World population prospects: The 2008 revision*, New York: Department for Economic and Social Affairs.
- Dobermann, A., and 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. Available at: <<http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2014/02/130112-HLP-TG7-Solutions-for-sustainable-food-production.pdf>>
- Du, Q., Chang, N., Yang, Ch., and Srilakshmi, K.R. (2008). Combination of multispectral remote sensing, variable rate technology and environmental modeling for citrus pest management. *Journal of Environmental Management*, 86 (1), 14-26.
- Eyhorn, F., Ramakrishnan, M., Mäder, P. (2007). The viability of cotton-based organic agriculture systems in India. *International Journal of Agricultural Environmental Sciences*, 6 (3), 23-30.

- Foresi, L., Schmutz, U., Anton, A., Vieweger, A., Bavec, M., Meier, M., and Vukamanic, T. (2016). Sustainability assessment tools for organic greenhouse horticulture. BioGreenhouse COST Action FA 1105, Available at: <www.biogreenhouse.org>.
- Gabriel, D., and Tschardtke, T. (2007). Insect pollinated plants benefit from organic agriculture. *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 118, 43-48.
- Hafeez, K., Zhang, Y., and Malak, N. (2002). Determining key capabilities of a firm using analytic hierarchy process. *Int. J. Prod. Econ.* 79, 39-51.
- International Labour Organization (ILO). (2012). Built environment and labour: Formulating projects and studies concerning labour issues in greening the sectors of the built environment, Geneva.
- Ivan, M., and Sascha, K. (2012). Green entrepreneurship: Definitions of related concepts. *International Journal of Strategic Management*, 12 (2), 1-12.
- Jintong L, Caihong, X, Gaodi and S, Ninomiya. (2002). *Generality for precision agriculture and practice in China. Derived from the book "Generality for precision agriculture"*. China: Liu J et al., China meteorology press.
- Kubota, N. (2014). *Green Employment: a Literature Survey for the Ministry of Environment, Japan*.
- Larsson, M., Morin, L., Hahn, T., and Sandahi, J. (2013). Institutional barriers to organic farming in central and eastern European countries of the Baltic Sea region. *Agricultural and Food Economics*. (1), 1-20.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers, *Marketing intelligence & planning*, 26 (6), 573-586.
- Mishra, A., Sundaramoorthi, K., Chdambara, R., and Balaji, D. (2003). Operationalization of precision farming in India. Map India conference, Available at: <http://www.gisdevelopment.net/application/agriculture/overview/pdf/127.pdf>.
- Mondal, P., and Basu, M. (2009). Adoption of precision agriculture technologies in India and in some developing countries: Scope, present status, and strategies, *Journal of Progress in natural science*, 19 (6), 659-666
- Roth, D.F. (2012) The elusive and expensive green job. *Journal of Energy Economics*, 34 (1), 43- 52.
- Salazar, R.C. (2005). Social and institutional opportunities and constraints of organic agriculture in the Philippines. Conference on International Agriculture Research for Development, October 11th -13th , Stuttgart-Hohenheim, Germany.
- Silva, C.B., Do Vale, S.M.L.R., Pinto, F.A. C., Muller, C.A. S., and Moura, A.D. (2007). The economic feasibility of precision agriculture in Mato Grosso do Sul State, Brazil: A case study. *Journal of Precision Agric*, 8 (6), 255-265.
- Stobbelaar, D.J., Casimir, G. Borghuis, J. Marks, I. Meije, L. & Zebeda. S. (2006). Adolescents attitudes toward organic food :A survey of 15-to16 years old school children. *Internatinal Journal of Consumer studies*.21, 45-60.
- 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.

Strategic Analysis of Green Entrepreneurship Development in Agriculture (Case Study: Kermanshah County)

B. Rezaei*, **N. Naderi** and **S. Rostami¹**

(Received: Dec, 01. 2018; Accepted: Apr, 23. 2018)

Abstract

Green entrepreneurship development could have a main role in sustainable employment, reduction of environmental problems, reduction of diseases caused by unhealthy food consumption as well as agricultural lands productivity increase. Therefore, strategic analysis of green entrepreneurship development in agriculture of Kermanshah was the main purpose of the study. This applicable research was done using the mixed method (SWOT, AHP). The qualitative phase was conducted based on purposeful sampling method, snowball, and the required data was gathered through the 14 interviews of the agricultural entrepreneurship experts. The quantitative phase was also conducted asking five individuals of the same expert groups in order to fill the paired-comparison questionnaire. The results showed that the green entrepreneurship development process in Kermanshah requires a conservative and competitive strategy. According to the findings, “promotion of organic and healthy products through mass media and purposeful education for different groups”, “establishment of the trustee organization for healthy and organic productions with the power to enforce their approvals” and “farmers’ training about green entrepreneurship” were the main strategies in order to green entrepreneurship development, respectively.

Keywords: Green Entrepreneurship, Sustainable Agriculture, Strategic Analysis, Kermanshah County.

¹ Assistant Professors and M.A. Student, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, respectively, Kermanshah, Iran.

* Corresponding author, Email: rezaee61@yahoo.com