دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

نگرش کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز در مناطق روستایی

سمیه مرادحاصلی[۱]، پوریا عطائی[۲] و سمیه خسروی[۳]

۱- دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس ،
۲- دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، (نویسنده مسوول: pouria.ataei@modares.ac.ir)
۳- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه کارآفرینی و توسعه روستایی دانشگاه ایلام
تاریخ ارسال: ۹۸/۰۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۴
صفحه: ۱ تا ۱۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف کلی شناسایی نگرش کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز با استفاده از روش‌شناسی کیو انجام شد. جامعه آماری، شامل ٦٨ نفر از کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی در بخش ماهیدشت شهرستان کرمانشاه می‌باشد که ۳۰ نفر از آنها به‌صورت هدفمند و با تکنیک بحث گروهی متمرکز انتخاب شدند. بر اساس مصاحبه‌های انجام‌شده با کارشناسان در قالب گروه‌های بحث متمرکز تعداد ۳٦ عبارت استخراج شد که در قالب یک پرسشنامه متشکل از ۳٦ کارت و یک پاسخنامه (نمودار کیو) در اختیار کارشناسان مورد مطالعه قرار گرفت که میزان موافقت یا مخالفت خود را با آن‌ها مشخص نمایند. تجزیه‌وتحلیل داده‌های پژوهش با انجام تحلیل عاملی اکتشافی نوع کیو با استفاده از نرم‌افزار $SPSS_{win20}$ در سال ۱۳۹٦ انجام شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نگرش‌های کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز دارای چهار بعد شامل نگرش آگاهانه، نگرش مهارتی- کارآفرینی، نگرش فرهنگی- اعتقادی سبز و نگرش فنی- زیرساختی سبز می‌باشد. نتایج این مطالعه بیانگر این است که توسعه کارآفرینی روستایی به‌عنوان یک رویکرد اساسی و موازی با اهداف توسعه‌ی پایدار روستایی می‌تواند کمک قابل توجهی به توسعه و پیشرفت روستاها بنماید چراکه کارآفرینی سبز بسترساز کاهش بیکاری، فقر و حفظ محیط زیست می‌گردد که در این میان باید برای ایجاد و توسعه‌ی کارآفرینی سبز علاوه‌بر آگاهی و نگرش مساعد کارشناسان کشاورزی به ترویج این امر مهم، زیرساخت‌ها و عوامل حمایتی فراهم گردد.

واژه‌های کلیدی: نگرش سبز، کارآفرینی سبز، روش‌شناسی کیو، توسعه‌ی روستایی

مقدمه

دانشمندان و صاحب‌نظران در امر توسعه معتقدند ریشه بسیاری از مشکلات کشورهای درحال‌توسعه و جهان سوم ازجمله مشکلات شغلی و بیکاری در توسعه‌نیافتگی روستاهای آن‌ها قرار دارد (۳،۳۴). باید توجه داشت که امروزه مناطق روستایی با نبود فرصت‌های شغلی، وجود بیکاری و همچنین فقر روستایی بیش‌ازپیش روبه‌رو می‌باشند که به مهاجرت‌های روستا-شهری منجر شده و این امر مشکلاتی را هم برای شهرها و هم روستاها و درواقع برای کل کشور فراهم آورده است (۱۵). ازجمله راهکارهای برون‌رفت از وضعیت بحرانی اشتغال و توسعه‌ی روستایی جوامع محلی روی‌آوردن به مقوله‌ی کارآفرینی و ازجمله کارآفرینی سبز می‌باشد زیرا کارآفرینی می‌تواند منجر به توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی و بالطبع دستیابی به توسعه پایدار روستایی شود (۳۲،۴۱). محققان نیز کارآفرینی را یکی از ابزارهای مهم در کاهش بیکاری و توسعه‌ی اقتصادی جامعه داشته‌اند (۳،۶،۲۱،۳۱،۴۴).

کارآفرینی روستایی[۱] به‌عنوان یک رویکرد اساسی و موازی با اهداف توسعه‌ی روستایی می‌تواند کمک شایانی به توسعه و پیشرفت روستاها بنماید. کارآفرینی روستایی، کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع، افزایش درآمد، بهبود وضعیت اقتصادی و توانمندی جامعه‌ی روستایی را در پی دارد و بدین‌سان از آن به‌عنوان راهبردی مناسب و مؤثر در تسریع جریان توسعه‌ی روستایی نام می‌برند (۴،۴۳). یکی از زیرمجموعه‌های کارآفرینی روستایی، کارآفرینی سبز است که می‌تواند در روستاها رواج پیدا کند. کارآفرینی سبز نوعی از کارآفرینی همراه با نوآوری است که در راستای بهره‌برداری از فرصت‌های خلاقانه برای منافع اقتصادی و عدالت در جامعه، با رعایت اصول توسعه‌ی پایدار و حفظ محیط‌زیست و مصرف بهینه است که به بهبود کیفیت زندگی جوامع کمک می‌کند (۲۰). کارآفرینی سبز را حفظ طبیعت، حمایت از زندگی و جامعه در دستیابی به فرصت‌های متمرکز در محصولات، فرآیندها و خدمات در راستای دستاوردهای اقتصادی و غیراقتصادی به افراد در نظر می‌گیرند (۱،۱۲،۴۰). بر این اساس کسب‌وکارهای سبز[۲] ازجمله مهم‌ترین محورهای کارآفرینی از نظر حفظ طبیعت می‌باشد (۲۲). این در حالی است که امروزه کارآفرینی سبز به‌عنوان شاخه‌ای از کارآفرینی مورد توجه جدی قرارگرفته است که با هدف تولید محصولات دوستدار محیط‌زیست در طی فرآیندهای تولیدی حفاظتی می‌باشد (۲).

کارآفرینی سبز منجر به ایجاد مشاغل پایداری با عنوان مشاغل سبز[۳] شده است و می‌تواند توسعه پایدار اقتصادی جوامع را سرعت بخشد. کارآفرینی سبز فرآیند ایجاد دگرگونی در تجارت و زیرساخت‌هاست به‌گونه‌ای که بر پایه حفظ محیط‌زیست و رعایت استانداردها، سرمایه‌گذاری پایدار و توسعه‌ی اقتصادی رونق بهتری می‌یابد (۱۱). تا قبل از دهه‌ی هفتاد میلادی، پژوهشگران اقتصادی بر این باور بودند که کارآفرینان افرادی هستند که با استفاده از روش‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه اقدام به تولید محصولات و خدمات جدید می‌کنند. در این برهه، تأکید بسیاری بر استفاده بیش‌ازحد

1- Rural Entrepreneurship 2- Green Jobs 3- Green Enterprises

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

نهاده‌های شیمیایی به‌منظور افزایش سود و میزان تولید گردید که منجر به پیامدهای منفی برای محیط‌زیست طبیعی شد. در چنین شرایطی، برنامه‌ریزان و پژوهشگران برای برون‌رفت از این وضعیت، ترویج کارآفرینی سبز به‌جای کشاورزی تجاری مبتنی بر سود را پیشنهاد دادند. گفتنی است که حضور کسب‌وکارهای سبز می‌تواند اقتصاد روستایی را در برابر تغییرات اقتصاد ملی محافظت نماید و مردم روستایی می‌توانند از مهارت‌ها، استعدادها و منابع‌شان برای فعالیت‌های کارآفرینانه استفاده نمایند (۲۸). تقویت کارآفرینی سبز و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت و توسعه‌ی کشورها به‌ویژه کشورهای درحال‌توسعه به‌شمار می‌آید، زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی می‌شود و درنهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت‌های مبتنی‌بر کسب‌وکارهای سبز را در مناطق روستایی خلق می‌کند که منجر به بیشینه‌سازی بازده اقتصادی و کمینه‌سازی ریسک اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود (۱۹). در بخش کشاورزی افزایش تولیدات سبز و ارگانیک نیاز جامعه بوده که تقاضا برای آن رو به فزونی است، کارآفرینی سبز می‌تواند مشاغل سبز بسیاری در آینده ایجاد کند و یا حداقل مکمل درآمد ساکنان مناطق روستایی، خرده‌مالکان و کارگران کشاورزی باشد. همچنین، آموزش مهارت‌های کاشت، داشت، برداشت و تولید محصولات کشاورزی و دامی سبز و ارگانیک برای روستاییان علاوه بر اشتغال‌زایی و درآمدزایی می‌تواند بر سلامت جامعه تأثیرات مثبتی داشته باشد؛ اما نگرش مسوولین نسبت به ایجاد کسب‌وکارهای سبز توسط کشاورزان و روستاییان با توجه به شرایط منطقه و امکانات و زیرساخت‌های موجود می‌تواند فرآیند شکل‌گیری و توسعه‌ی کسب‌وکارهای سبز در محیط روستاها را تسهیل نماید.

یکی از دلایل اهمیت نگرش این است که بر افکار اجتماعی مؤثر است، چگونگی تفکر و پردازش داده‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به‌عنوان طرح ذهنی عمل می‌کند و به‌عبارت‌دیگر، چارچوب‌های شناختی اطلاعات را در مورد مفهوم‌ها، موقعیت‌ها و حوادث، سازمان‌دهی و نگهداری می‌کند و سرانجام، بر فرایند رفتار اثر می‌گذارد (۱۰). از آنجا که کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی با روستاها بیشتر در ارتباط هستند و با توجه به اینکه آنها در صف اول ارتباط با کشاورزان هستند، برای تغییر رفتار یا نگرش کشاورزان نسبت به مسائلی که به کشاورزان مربوط است در ابتدا لازم است کارشناسان درباره مسائلی که قصد انتقال آن را دارند به درک و آگاهی یا نگرش مساعد دست یابند.

نگرش نسبت به کارآفرینی را می‌توان به‌صورت جهت‌گیری‌های شخصی به‌سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب‌وکارهای کوچک تعریف نمود (۱۳). درواقع، نگرش نسبت به کارآفرینی، فرد را درگیر کارآفرینی می‌کند (۲۳) و تفکیک‌کننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان است (۲۷). ادبیات نگرش نسبت به کارآفرینی سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین مؤثر است، شناسایی کند (۱۴). با این حال پژوهش‌های ارزنده دیگری نیز در این عرصه انجام‌یافته که می‌توان آن‌ها را در دو گروه مطالعات داخلی و خارجی دسته‌بندی نمود.

شانان و همکاران (۳۹) در تحقیقی نگرش نسبت به کارآفرینی دانش‌آموزان در برزیل و چین را مقایسه کردند. نتایج این تحقیق نشان داد که فرهنگ و انتظارات کارآفرینانه بر نگرش نسبت به کارآفرینی تأثیرگذار است. نیباک و هانسن (۳۳) در بررسی چگونگی اثرگذاری نگرش کارآفرینانه بر عملکرد و نوآوری در کسب‌وکارهای توریستی در نروژ دریافتند که نگرش کارآفرینانه قوی‌تر، احتمال ایجاد تغییر در سازمان‌دهی کسب‌وکار و رشد درآمد را افزایش می‌دهد. فینی و همکاران (۱۸) نشان دادند که متغیر نگرش کارآفرینی می‌تواند رابطه برخی از متغیرهای حوزه‌ی کارآفرینی ازجمله مهارت‌های فردی و مهارت‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی را میانجی‌گری کند. تام (۴۲) اثر آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را بررسی کرده و نگرش کارآفرینانه را به‌عنوان متغیر عملیاتی در نظر گرفته است. نتایج نشان داد که آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش کارآفرینانه اثرگذار بوده و تغییر قابل‌توجهی در نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان، قبل و بعد از دوره‌ی آموزش کارآفرینی داشت.

لردکیپانیدز (۲۶) در تحقیقی بیان کرد توسعه کارآفرینی افزون بر فرهنگ کارآفرینانه[1]، اقتصاد کارآفرینانه[2] با ابعاد دیگری همچون جو کارآفرینانه[3]، زیرساخت‌ها و حمایت‌های کارآفرینانه[4] نیز مرتبط است. جو کارآفرینانه، فضا یا محیط عمومی است که کارآفرینان در آن فعالیت می‌کنند. زیرساخت‌های کارآفرینانه عناصری همچون تسهیلات و امکانات زندگی (آب، هوا، برق، جاده و غیره)، خدمات و عوارض می‌باشند که برای کارآفرینان بسیار مهم هستند. منظور از حمایت‌های کارآفرینانه، فعالیت‌های عمومی یا خصوصی است که به‌طور مستقیم از کارآفرینان حمایت می‌کنند. دبرین (۱۶) توسعه‌ی کارآفرینی را نیازمند تلاش برای توسعه فرهنگ کارآفرینانه در جوامع دانسته و اولین گام در فرایند توسعه‌ی کارآفرینی در جوامع را ترویج فرهنگ کارآفرینانه می‌داند. به اعتقاد وی این تغییر فرهنگ از طریق برنامه‌های آموزشی و ترویجی قابل انجام است و برای ایجاد چنین فرهنگی باید نگرش‌های مثبت به کارآفرینی در افراد تقویت شود. فارینلی (۱۷) بیان کرد که کارآفرینان سبز از اهمیت حیاتی در اقتصاد برخوردارند و سهم قابل‌توجهی در ایجاد شغل دارند و به‌عنوان موتور تحولات به رسمیت شناخته می‌شوند. آلن و مالین (۷) به بررسی ۱۰ مورد کارآفرینان سبز پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد سه سازه‌ی کلیدی جامعه‌شناختی در کسب‌وکار سبز مهم می‌باشند: انگیزه‌های شخصی (عشق و شور و فروتنی)، محل (جامعه) و نگرش پایدارگرایانه.

انصاری و فکور (۹) نشان دادند که مؤلفه‌های کمبود آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، تأمین‌نشدن منابع مالی، نبود نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی نسبت به کارآفرینی، نبود

1- Entrepreneurial Culture
2- Entrepreneurial Economy
3- Entrepreneurial Climate
4- Entrepreneurial Infrastructure and Support

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

دسترسی به دانش و فناوری، ضعف سیاسی و برنامه‌های حمایتی دولتی، بازنبودن بازار و قوانین و مقررات به‌ترتیب عوامل محیطی بازدارنده دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان ایرانی در تأسیس بنگاه کسب‌وکار را تشکیل می‌دادند. المئی و یوسف‌نژاد لزرجانی (۸)، در پژوهشی با عنوان شناسایی و توسعه‌ی مشاغل کارآفرینی سبز، با بیان انواع کارآفرینی سبز، پیشنهادهایی همچون آموزش کارآفرینی برای جوانان در کسب‌وکارهای سبز ازجمله صنعت بازیافت، انرژی‌های نو، کشاورزی ارگانیک و غیره، تقویت مکانیزم‌های گفتمان‌سازی اجتماعی در ارتباط با آموزش مشاغل سبز و بازده‌ی اقتصادی آن‌ها، ارائه کردند. حسین‌زاده و همکاران (۲۲) بیان می‌کنند یکی از راهکارهایی که می‌تواند به استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود کمک کند و ظرفیت جدیدی برای توسعه‌ی اشتغال روستایی فراهم آورد، مشاغل سبز است و به نقش آموزش‌های مهارتی و کارآفرینی، متناسب با کسب‌وکارهای سبز تأکید شده است.

رضایی و همکاران (۳۶) بیان کردند که موانع اقتصادی، موانع زیرساختی، موانع ترویجی-آموزشی، موانع فنی و مدیریتی و موانع حمایتی عمده‌ترین موانع توسعه‌ی کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی می‌باشد.

بررسی پیشینه‌نگاشته‌ها نشان می‌دهد نگرش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین جنبه‌های رفتار در شکل‌گیری کارآفرینی بسیار مؤثر بوده و نگرش فرد در مورد یک موضوع، بر رفتار وی نسبت به آن موضوع تأثیرگذار است. بر این اساس، از مهم‌ترین ابعاد کارآفرینی سبز داشتن نگرش نسبت به آن است این در حالی است که کارآفرینی سبز اهمیت حیاتی در اقتصاد دارد و منجر به ظرفیت‌سازی در مشاغل می‌شود. انرژی‌های نو، کشاورزی ارگانیک، تولید غذای سالم صنایع فرآوری و مدیریت تلفیقی آفات مثال‌هایی از کارآفرینی سبز می‌باشد، توسعه‌ی کارآفرینی سبز همچون کارآفرینی به عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، زیرساختی، حمایتی و نهادی بستگی دارد ازاین‌رو، هدف اصلی این پژوهش شناسایی نگرش کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز بوده است که با بررسی، توصیف و تشریح دیدگاه‌ها و ذهنیت کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی انجام‌شده است.

مواد و روش‌ها

این پژوهش که با دید تلفیقی (کیفی-کمی) انجام شد ازلحاظ هدف کاربردی است و با استفاده از روش‌شناسی کیو[1] در قالب یک پژوهش میدانی انجام گردید. روش کیو توسط ویلیام استیفنسون در دهه ۱۹۳۰ میلادی ابداع شد. روش کیو، فنی است که پژوهشگر را قادر می‌سازد تا ادراک‌ها و باور فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کند و به دسته‌بندی گروه‌های افراد بر پایه‌ی ادراک‌های آنان بپردازد. معمولاً روش کیو را پیوند بین روش‌های کیفی و کمی می‌دانند، زیرا از یک سو انتخاب مشارکت‌کنندگان با روش‌های نمونه‌گیری احتمالی صورت نمی‌گیرد و نمونه افراد معمولاً به‌صورت هدفمند و با اندازه‌ای کوچک انتخاب می‌شود که آن را به روش کیفی نزدیک می‌سازد و از سوی دیگر، یافته‌ها با تحلیل عاملی و به‌صورت کمی به‌دست می‌آیند. تفاوت اصلی این روش با دیگر روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی در این امر است که روش‌شناسی کیو به‌جای متغیرها، افراد را تحلیل می‌کند (۲۴). روش‌شناسی کیو از پنج مرحله تشکیل شده است. در مرحله نخست، پس از مشخص‌شدن موضوع تحقیق، محقق جامعه موردنظر و متناسب با موضوع تحقیق را مشخص می‌کند. در مرحله بعدی، پژوهشگر اقدام به گردآوری عبارت‌هایی در خصوص موضوع مورد مطالعه از دیدگاه افراد عضو فضای گفتمان می‌کند. در مرحله سوم پژوهشگر از بین تعداد زیادی از عبارت‌ها که در مرحله پیش به‌دست‌آمده است، شمار محدودی عبارت انتخاب می‌کند. در مرحله چهارم، با توجه به تعداد عبارات به‌دست‌آمده که همان کارت‌های کیو می‌باشند، دقت درجه‌بندی مشخص می‌شود. به‌طور مثال، در پژوهش حاضر ۳۶ کارت کیو تشکیل شد که هر کارتی باید در یک خانه از نمودار کیو قرار گیرد؛ لذا نموداری ۳۶ سلولی لازم است. پس دقت درجه‌بندی باید از ۵- تا ۵+ باشد که نموداری با تعداد خانه‌های لازم بر اساس کارت‌های کیو شکل گیرد. درواقع منظور از درجه‌بندی مذکور طیفی از بسیار مخالف (۵-) بسیار موافق (۵+) می‌باشد. نمودار کیو مانند طیف لیکرت چند طیف را در برمی‌گیرد؛ به‌طوری‌که مشارکت‌کنندگان بر پایه ادراک‌ها و دیدگاه خود کارت‌های کیو را به‌ترتیب اهمیت یا میزان موافقت یا مخالفت روی نمودار مرتب می‌کنند؛ البته با توجه به سلیقه پژوهشگر جهت افزایش دقت در پژوهش درجات طیف نیز می‌تواند بیشتر باشد. درنهایت (مرحله پنجم)، محقق باید به توصیف و تفسیر دیدگاه‌های افراد (دسته‌های حاصل از مرحله چهارم) در رابطه با موضوع پژوهش بپردازد (۲۴).

در این پژوهش جامعه‌ی مورد بررسی کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی بخش ماهیدشت استان کرمانشاه بودند (N = ۶۸) که ۳۰ تن از آنان با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در روش کیو یک نمونه‌ی کیو قابل‌اعتماد باید همه‌ی ابعاد فضای گفتمان را پوشش دهد، محتویات فضای گفتمان نه‌تنها شامل حقایقی است که ممکن است در پیشینه موضوع مطرح باشند، بلکه شامل تلقی‌ها و برداشت‌های شخصی افراد نیز هست که به‌طور کامل خود مرجع می‌باشند. فضای گفتمان از طریق مصاحبه با ۳۰ نفر از کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی که در این زمینه پیشینه‌های پژوهشی در مورد محصولات ارگانیک و کارآفرینی سبز داشتند و بدون جداسازی گروه مردان و زنان انجام شد. درواقع نمونه‌های مورد بررسی به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. بدین‌صورت که با انتخاب فرد کلیدی واجد شرایط (افراد کلیدی که دارای پیشینه پژوهشی در این زمینه بودند؛ زیرا این افراد صاحب‌نظر بوده و نگرش‌های شایان توجهی خواهند داشت.) فرد دیگری با شرایط یادشده معرفی می‌شد و مورد بررسی قرار گرفت. شناسایی نگرش افراد دیگر نیز بدین روال ادامه یافت و درنهایت اشباع نظری حاصل شد. به این معنی که با انجام مصاحبه‌های بعدی اطلاعاتی دیگر به اطلاعات پیشین افزوده نشود. پس از انجام تحلیل محتوی در رابطه با اطلاعات

1- Q Methodology

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

به‌دست‌آمده از انجام مصاحبه با کارشناسان شرکت‌کننده در فضای گفتمان، ۷۴ عبارت استخراج شد. در مرحله بعد با همکاری گروه تحقیق و افراد شرکت‌کننده در فضای گفتمان و حذف گویه‌های تکراری و همسان به ۳۶ عبارت (۱۰ عبارت منفی و ۲۶ عبارت مثبت) کاهش یافتند. با توجه به اینکه تقسیم‌بندی کلی نمونه‌ی کیو به دو دسته باساختار و بی‌ساختار تقسیم می‌شود، در این مطالعه از نمونه‌ی کیو با ساختار استفاده شد. پس از آماده‌شدن کارت‌ها و طراحی نمودار کیو برای بررسی اعتبار، از ۵ نفر از کارشناسان و هیات‌علمی گروه توسعه‌ی روستایی دانشگاه‌های ایلام و رازی که در زمینه پژوهش موردنظر صاحب‌نظر بودند تقاضا شد با مطالعه عبارت‌ها، بررسی کنند که آیا عبارت‌های موردنظر به‌خوبی نگرش‌های کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی را نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز می‌سنجد؟ در این راستا، پس از انجام اصلاح‌های موردنظر روایی عبارات کیو حاصل از بخش کیفی روش‌شناسی کیو به‌منظور شناسایی نگرش‌های کارشناسان مرکز جهاد کشاورزی تأیید شد.

روش دسته‌بندی کارت‌های کیو برای پاسخگویان به این صورت بود که در آغاز پس از بررسی کارت‌ها، از تنوع عبارت‌های کارت‌ها آگاه می‌شدند، آنگاه، کارت‌ها به سه دسته تقسیم شدند، دسته اول شامل عبارت‌هایی بود که با آن موافق بودند (۱۵ عبارت) دسته دوم شامل عبارت‌هایی بود که با آن مخالف بودند (۱۵ عبارت) و دسته سوم شامل عباراتی بود که نسبت به آن نظر خاصی نداشتند یعنی نه مخالف و نه موافق (۶ عبارت). سپس، از ۱۵ عبارت یکی را که با آن بیشتر موافق بودند در خانه زیر درجه ۵+ قرار دادند؛ سپس از آنان خواسته شد از میان ۱۴ عبارت باقی‌مانده ۲ عبارتی که بیشتر از دیگر عبارات با آن موافق هستند (ولی از عبارت پیشین کمتر با آن موافق باشند) در درجه دو سلول زیر ۴+ قرار دهند و از ۱۲ عبارت باقی‌مانده بعدی ۳ عبارت در درجه ۳+ و ۴ عبارت دیگر که با آن موافق بودند در درجه ۲+ و درنهایت ۵ عبارت باقی‌مانده در درجه ۱+ قرار دادند. برای عباراتی (کارت‌های کیو) که با آن‌ها نیز مخالف هستند همین روال تکرار می‌گردد. کارت‌های کیو که نسبت به آن‌ها بی‌نظر بودند در حالت خنثی قرار می‌گیرند (حالت خنثی همان درجه صفر نمودار کیو می‌باشد). به‌منظور بررسی پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، به‌صورت تصادفی دو هفته پس از جاگذاری کارت‌ها در نمودار کیو، بار دیگر از ۱۰ نفر از کارشناسان شرکت‌کننده در پژوهش خواسته شد این کار را در دو مرحله به فاصله زمانی دو هفته تکرار کنند و با بررسی همبستگی ($r= 0.78$، $sig= 0.5$) بین پاسخ‌های این ۱۰ نفر از کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی در دو مرحله مشخص شد که ابزار پژوهش دارای پایایی خوبی برای انجام پژوهش بود. در مرحله بعد نمودار کیو در اختیار همان افرادی که در فضای گفتمان با آنان مصاحبه شد قرار گرفت و داده‌ها گردآوری شد. روش تجزیه‌وتحلیل داده‌های تحقیق در روش کیو از راه تحلیل عاملی اکتشافی نوع Q بوده و در این پژوهش نیز عامل‌ها (دیدگاه‌ها) شناسایی شده؛ و بر پایه ماتریس عاملی چرخش‌یافته و امتیازهای عاملی محاسبه شدند و تفسیر عامل‌های استخراج‌شده با استفاده از نرم‌افزار $SPSS_{20}$ انجام شد. در فرآیند تحلیل عاملی کیو، افراد به‌جای متغیرها دسته‌بندی می‌شوند. به‌طوری که افراد براساس نگرش، به چند دسته تقسیم می‌شوند که از آن به کاهش ابعاد مجموعه داده‌ها تعبیر می‌شود.

نتایج و بحث

توزیع ویژگی‌های فردی کارشناسان مرکز جهاد کشاورزی نشان داد که ۶۰ درصد افراد مورد مطالعه مردان و ۴۰ درصد افراد مورد مطالعه را زنان تشکیل دادند. میانگین سنی آن‌ها ۴۵/۵ سال با انحراف معیار ۱۲/۶۳ بود. میانگین سابقه‌ی فعالیت‌های کشاورزی نیز در بین آن‌ها ۲۳/۲۳ سال بود. بررسی‌ها نشان داد که ازنظر سطح تحصیلات، اکثریت افراد مورد مطالعه دارای مدرک کارشناسی بودند (۶۲/۰۷٪). همچنین، ۳۷/۹۳ درصد از افراد مورد مطالعه در سطح کارشناسی ارشد بودند. محل اقامت ۷۰ درصد افراد مورد مطالعه در شهر و مابقی در روستا زندگی می‌کردند.

پس از این که تمامی نمودارهای کیو تکمیل شدند، برای انجام تحلیل عاملی، داده‌ها به‌صورت مناسب برای ورود به نرم‌افزار SPSS آماده شده و مورد تحلیل عاملی قرار گرفتند. در این پژوهش برای تحلیل عاملی از روش ریاضی مؤلفه‌های اصلی و برای چرخش عامل‌ها از روش واریمکس[1] استفاده شده است و همان‌گونه در قسمت روش تحقیق ذکر گردید، پس از انجام تحلیل محتوی در رابطه با اطلاعات به‌دست‌آمده از انجام مصاحبه با کارشناسان شرکت‌کننده در فضای گفتمان، ۷۴ عبارت استخراج گردید که در مرحله بعد با همکاری گروه تحقیق و افراد شرکت‌کننده در فضای گفتمان و حذف گویه‌های تکراری و همسان به ۳۶ عبارت (۱۰ عبارت منفی و ۲۶ عبارت مثبت) کاهش یافتند.

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، چهار عامل از دسته‌بندی دیدگاه‌ها و ذهنیت مشارکت‌کنندگان تحقیق به‌دست‌آمده است، که نتیجه تحلیل عاملی کیو است. این چهار عامل درمجموع ۶۹/۹۶ درصد از واریانس کل گویه‌های مؤثر بر نگرش کارشناسان مرکز جهاد کشاورزی را نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز تبیین می‌کنند که مقدار قابل‌توجهی است.

در تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی به کمک ماتریس بارهای عاملی چرخشی می‌توان بیان کرد که افراد در چند گروه قابل دسته‌بندی هستند و این‌که هر فرد در کدام گروه قرار داشته و به چه افرادی نزدیک است. همان‌گونه که جدول ماتریس عامل‌های چرخش‌یافته نشان می‌دهد. چهار دیدگاه نگرش آگاهانه، نگرش مهارتی-کارآفرینی، نگرش فرهنگ-اعتقادی سبز و نگرش فنی-زیرساختی سبز استخراج‌شده که افراد با بار عاملی بالای ۰/۶ مدنظر در این پژوهش هستند. درواقع، این جدول مشخص می‌کند که افراد در چه ذهنیت‌هایی قرار می‌گیرند (جدول ۲). منظور از نگرش آگاهانه، این است که روستاییان نگاه آگاهانه‌ای به تولید محصولات سبز دارند و آگاه هستند که تولید محصولات سبز در راستای حفظ محیط زیست و سلامتی انسان‌ها می‌باشد. نگرش مهارتی-کارآفرینی به این نکته اشاره می‌کند که روستاییان نگرش مثبتی به‌کسب

1- Varimax

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

مهارت‌های لازم برای تولید محصولات سبز و فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی سبز (نظیر مهارت‌های تولیدی، بازاریابی، فروش، راه‌اندازی کسب‌وکار وغیره) دارند. در نگرش فرهنگی–اعتقادی سبز، به فرهنگ تولید و استفاده از محصولات سبز در بین روستاییان و اعتقاد آنها به این‌گونه فعالیت‌ها پرداخته می‌شود. در نگرش فنی–زیرساختی سبز، زیرساخت‌های فنی مورد نیاز روستاییان برای راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه سبز مدنظر می‌باشد.

جدول ۱– مقدار ویژه و درصد واریانس انباشته عامل‌های چرخیده‌شده

Table 1. Eigenvalue and percent of variance accumulated of rotated factors

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
نگرش آگاهانه	۸/۷۹	۳۰/۳۵	۸۲/۰۷
نگرش مهارتی– کارآفرینی	۴/۸۴	۱۶/۷۰	۳۷/۲۱
نگرش فرهنگی– اعتقادی سبز	۴/۲۰	۱۴/۵۱	۵۱/۷۲
نگرش فنی– زیرساختی سبز	۲/۴۳	۳/۳۸	۶۹/۹۶

جدول ۲– موقعیت پاسخ‌گویان در عامل‌ها بر پایه روش مؤلفه‌های اصلی پس از چرخش عاملی

Table 2. Respondents' position in factors based on the principal component method after factor rotation

پاسخگو	عامل‌ها			
	۱	۲	۳	۴
۱	۰/۱۲۹	۰/۳۲۱	۰/۰۵۶	۰/۲۱۶
۲	۰/۱۲۳	۰/۳۲۸	۰/۲۵۴	۰/۳۸۹
۳	۰/۴۵۵	۰/۳۲۶	۰/۵۰۱	۰/۱۶۹
۴	۰/۵۹۳	۰/۴۶۴	۰/۱۰۹	۰/۲۴۵
۵	۰/۶۷۵	۰/۱۳۵	۰/۵۲۵	۰/۴۷
۶	۰/۶۹۶	۰/۱۲۴	۰/۲۰۲	۰/۲۴۰
۷	۰/۱۳۹	۰/۱۰۹	۰/۸۷۲	۰/۲۷۹
۸	۰/۴۳۱	۰/۲۳۶	۰/۱۲۶	۰/۶۰۲
۹	۰/۷۲۵	۰/۳۱۰	۰/۳۳۶	۰/۱۶۶
۱۰	۰/۶۳۲	۰/۲۳۸	۰/۴۹۶	۰/۰۱۱
۱۱	۰/۳۴۸	۰/۷۸۹	۰/۰۶۷	۰/۲۹۱
۱۲	۰/۴۸۷	۰/۲۲۵	۰/۳۱۶	۰/۰۸۵
۱۳	۰/۰۰۸	۰/۶۶۳	۰/۲۹۵	۰/۲۶۳
۱۴	۰/۰۱۰	۰/۰۱۳	۰/۱۶۰	۰/۸۵۲
۱۵	۰/۷۷۱	۰/۱۸۰	۰/۱۱۰	۰/۲۴۶
۱۶	۰/۲۵۸	۰/۰۰۷	۰/۱۳۹	۰/۸۴۱
۱۷	۰/۰۶۰	۰/۲۱۶	۰/۷۷۵	۰/۱۱۷
۱۸	۰/۳۲۹	۰/۵۱۴	۰/۴۶۹	۰/۴۸
۱۹	۰/۰۵۰	۰/۷۷۱	۰/۰۳۵	۰/۰۴۶
۲۰	۰/۵۸۱	۰/۳۹۲	۰/۲۶۵	۰/۳۴۹
۲۱	۰/۴۵۱	۰/۵۳۸	۰/۱۲۱	۰/۳۵۵
۲۲	۰/۳۲۰	۰/۰۹۹	۰/۲۸۹	۰/۱۳۷
۲۳	۰/۴۲۳	۰/۶۰۸	۰/۰۷۳	۰/۰۵۲
۲۴	۰/۴۹۲	۰/۵۱۵	۰/۳۰۱	۰/۲۱۵
۲۵	۰/۶۸۰	۰/۳۱۵	۰/۴۲۲	۰/۰۹۲
۲۶	۰/۴۰۹	۰/۰۶۵	۰/۶۹۶	۰/۱۶۰
۲۷	۰/۵۲۹	۰/۶۳۰	۰/۰۹۸	۰/۰۰۶
۲۸	۰/۱۱۰	۰/۱۱۵	۰/۱۳۸	۰/۱۲۸
۲۹	۰/۴۱۲	۰/۰۹۹	۰/۶۲۳	۰/۰۳۴
۳۰	۰/۱۲۲	۰/۷۰۹	۰/۱۵۸	۰/۲۲۱

تفسیر ذهنیت‌های شناسایی‌شده

برای تفسیر ذهنیت‌های شرکت‌کنندگان، می‌توان از امتیاز عاملی، آرایه‌های توافقی و آرایه‌های متمایزکننده استفاده نمود (۲۴). امتیاز عاملی عبارات پیوندی را بین محتوای عبارات و عامل‌ها برقرار می‌کند. در جدول ۴ تعداد ۳۶ گزاره و امتیازهای علی به‌دست‌آمده برای هر چهار الگوی ذهنی نمایش داده شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

جدول ۳- امتیاز عاملی گزاره‌ها در ذهنیت‌های شناسایی‌شده

Table 3. Factor score of statements in identified minds

گویه‌ها	نوع	ذهنیت ۱	ذهنیت ۲	ذهنیت ۳	ذهنیت ۴
من معتقدم مردم روستایی با مفهوم کارآفرینی سبز و کسب‌وکار سبز آشنا نیستند.	منفی	-۰/۴۴	-۰/۷۴	-۰/۵۸	-۱/۲۳
من معتقدم مردم روستایی با تولید محصولات سالم و سبز و ارگانیک آشنا نیستند.	منفی	-۱/۰۳	-۲/۲۳	-۰/۰۲	۲/۰۴
من احساس می‌کنم مردم روستایی با غذای سالم تا حدودی آشنا هستند.	مثبت	۰/۸۵	۰/۵۴	۰/۹۹	۱/۱۱
من بر این باورم مردم روستایی تا حدودی با نظام تلفیقی آفات آشنا هستند.	مثبت	-۱/۹۶	-۰/۱۱	-۰/۲۶	۲/۳۱
من معتقدم مردم روستایی با کود بیولوژیک آشنا هستند.	مثبت	۰/۶۴	۰/۳۹	۰/۹۸	۰/۹۴
من بر این باورم مردم روستایی با بازاریابی و فروش محصولات سبز آشنایی ندارند.	منفی	۰/۴۲	-۰/۷۸	۰/۶۷	-۱/۳۹
من احساس می‌کنم مردم روستایی هم دوست دارند یک کسب‌وکار مشخصی داشته باشند.	مثبت	۱/۷۹	-۱/۵۱	۰/۸۰	۰/۵۹
من معتقدم که خریدوفروش محصولات سبز در بین مردم امکان‌پذیر است.	مثبت	۱/۲۰	۰/۲۳	۰/۵۷	۱/۳۰
من معتقدم با تولید محصولات سبز مردم هم بیشتر به محیط‌زیست احترام می‌گذارند.	مثبت	۲/۱۱	-۰/۵۵	۱/۲۷	-۰/۱۸
من احساس می‌کنم با راه‌اندازی کارآفرینی سبز مردم می‌توانند سود مناسبی به‌دست آوردند.	مثبت	۱/۴۵	-۰/۰۸	-۰/۰۹	۰/۳۹
من بر این باورم با گسترش کارآفرینی سبز و تولید محصولات سبز مردم روستایی کود و سم کمتری مصرف می‌کنند.	مثبت	-۰/۷۰	۱/۰۴	-۱/۳۱	۰/۸۴
من بر این باورم که مردم روستایی توانایی و مهارت شروع کارآفرینی سبز و تولید محصولات سبز را دارند.	مثبت	۰/۵۷	۰/۵۵	۰/۱۰	۰/۶۴
من احساس می‌کنم مردم روستایی مهارت بازاریابی و فروش محصولات سبز را دارند.	مثبت	-۰/۳۰	۰/۵۶	۱/۶۵	-۰/۱۷
من بر این باورم مردم روستایی ایده‌هایی در خصوص راه‌اندازی کارآفرینی سبز دارند.	مثبت	-۰/۱۱	۱/۴۵	۰/۰۴	-۱/۳۳
من احساس می‌کنم مردم روستایی توانایی تولید محصولات سبز را دارند.	مثبت	-۰/۳۰	-۱/۷۰	-۰/۱۷	-۰/۷۲
من معتقدم مردم روستایی اهل کار و تلاش نیستند.	منفی	-۰/۹۰	-۰/۳۸	-۱/۰۶	-۲/۰۷
من معتقدم مردم روستایی روحیه تولید محصولات سبز را دارند.	مثبت	۰/۸۲	۰/۵۲	۱/۰۲	۰/۴۱
من معتقدم مردم روستایی به تولید محصولات سبز تا حدودی علاقه دارند.	مثبت	-۱/۰۵	-۰/۳۳	۰/۵۳	۰/۷۶
من معتقدم مردم روستایی فرهنگ کارآفرینی و راه‌اندازی آن را دارند.	مثبت	-۰/۶۱	-۰/۲۷	-۰/۲۱	-۰/۶۰
من معتقدم که مردم روستایی توانایی مشارکت فعال در فعالیت‌های کارآفرینی سبز را ندارند.	منفی	-۰/۲۹	-۰/۵۷	-۰/۶۸	-۰/۳۶
من بر این باورم مردم روستایی فرهنگ تولید و مصرف محصولات سبز را دارند.	مثبت	-۰/۲۲	۰/۶۳	۰/۳۲	۰/۰۱
من معتقدم که نمی‌تواند فرهنگ تولید محصولات سبز در بین مردم روستایی رواج پیدا کند.	منفی	-۱/۱۱	-۰/۹۹	-۱/۰۴	-۰/۰۹
من بر این باورم مردم روستایی حاضر نیستند پول بیشتری بدهند تا محصول سالم‌تر و ارگانیک تولید کنند.	مثبت	۰/۹۰	-۰/۴۴	۰/۷۳	۰/۴۹
من معتقدم در بین مردم روستایی نمی‌تواند استفاده و مصرف محصولات سبز رواج پیدا کند.	منفی	-۰/۶۷	۰/۵۰	-۰/۵۵	-۰/۱۸
من معتقدم که در مناطق روستایی بازار فروش محصولات سبز و سالم کم است.	منفی	-۱/۴۲	۰/۳۷	۰/۲۱	-۱/۲۱
من معتقدم در مناطق روستایی واحدهای مشاوره برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز خیلی‌کم است.	منفی	۰/۶۳	۰/۰۰	-۰/۳۸	-۰/۹۰
من بر این باورم که تسهیلات بانکی برای شروع و راه‌اندازی سبز کم است.	منفی	۰/۱۸	-۰/۴۲	۰/۰۱	-۰/۲۵
من بر این باورم که مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به فنّاوری، دانش فنی و تجهیزات و وسایل نیاز دارند.	مثبت	۰/۷۹	۰/۹۶	۱/۴۳	۰/۶۸
من معتقدم مردم روستایی برای راه‌اندازی محصولات سبز به تعاونی‌های تولید نیاز دارند.	مثبت	۰/۳۴	۰/۳۹	-۰/۳۳	۱/۴۶
من احساس می‌کنم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به آب‌وهوای مناسب و خاک مناسب نیاز دارند.	مثبت	۰/۰۹	۰/۷۲	۱/۱۲	۰/۰۷
من براین باورم مردم روستایی برای شروع و راه‌اندازی کارآفرینی سبز به جاده و مسیر مناسب برای عبور و مرور نیاز دارند.	مثبت	۱/۸۹	۰/۷۲	-۱/۶۳	۰/۶۲
من معتقدم مردم روستایی به نهاده‌های حمایتی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز نیاز دارند.	مثبت	۱/۶۳	۱/۴۸	۱/۵۴	-۰/۴۶

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]

[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

ادامه جدول ۳- امتیاز عاملی گزاره‌ها در ذهنیت‌های شناسایی‌شده

Continue of Table 3. Factor score of statements in identified minds

گویه‌ها	نوع	ذهنیت ۱	ذهنیت ۲	ذهنیت ۳	ذهنیت ۴
من بر این باورم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به سرمایه مناسب نیاز دارند.	مثبت	-۰/۷۲	۱/۸۲	۱/۷۷	۰/۴۹
من معتقدم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به وسایل حمل‌ونقل مناسب نیاز دارند.	مثبت	۰/۳۵	-۰/۱۴	۱/۸۰	۰/۴۹
من احساس می‌کنم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به دانش بومی نیاز ندارند.	منفی	-۰/۲۷	۲/۵۶	-۲/۱۱	-۰/۸۹
من بر این باورم مردم روستایی دانش و مهارت فنی راه‌اندازی کارآفرینی سبز را دارند.	مثبت	۱/۶۵	۰/۵۵	۰/۴۴	۱/۸۲

در گام بعدی گزاره‌های دارای امتیاز عاملی بالای ۰/۷ بنای مقایسه و تفسیر دیدگاه‌ها قرار گرفتند (در عمده‌ی مطالعات روش‌شناسی کیو امتیاز بالای ۰/۷ مهم و معنی‌دار مدنظر است) با توجه به تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار SPSS و نتیجه‌ی حاصل از آن، درنهایت چهار دیدگاه شناسایی شدند (جدول ۴). در دیدگاه اول (نگرش آگاهانه) چهار گزاره به‌ترتیب اهمیت امتیاز عاملی جای گرفتند. گزاره‌های (۱ تا ۴) بیشتر از عدد ۰/۷، در دیدگاه دوم (نگرش مهارتی-کارآفرینی) امتیاز عاملی هشت گزاره (۵ تا ۱۲) بیشتر از عدد ۰/۷، در دیدگاه سوم (فرهنگی- اعتقادی سبز) امتیاز عاملی چهار گزاره (۱۳ تا ۱۶) بیشتر از عدد ۰/۷ و درنهایت دیدگاه چهارم (نگرش فنی-زیرساختی سبز) امتیاز عاملی شش گزاره (۱۷ تا ۲۳) بیشتر از عدد ۰/۷ مثبت محاسبه شد.

جدول ۴- گزاره‌های دارای امتیاز عاملی بالاتر

Table 4. Higher factor-rated statements

ردیف	گزاره	امتیاز عاملی	عنوان عامل
۱	من احساس می‌کنم مردم روستایی با غذای سالم تا حدودی آشنا هستند.	۱/۱۷	نگرش آگاهانه
۲	من بر این باورم مردم روستایی تا حدودی با نظام تلفیقی آفات آشنا هستند.	۲/۳۱	
۳	من معتقدم مردم روستایی با کود بیولوژیک آشنا هستند.	۰/۹۸	
۴	من معتقدم با تولید محصولات سبز مردم هم بیشتر به محیط‌زیست احترام می‌گذارند.	۲/۱۱	
۵	من احساس می‌کنم مردم روستایی هم دوست دارند یک کسب‌وکار مشخصی داشته باشند.	۱/۷۹	نگرش مهارتی- کارآفرینی
۶	من معتقدم که خریدوفروش محصولات سبز در بین مردم امکان‌پذیر است.	۱/۳۰	
۷	من احساس می‌کنم با راه‌اندازی کارآفرینی سبز مردم می‌توانند سود مناسبی به دست آوردند.	۱/۴۵	
۸	من بر این باورم با گسترش کارآفرینی سبز و تولید محصولات سبز مردم روستایی کود و سم کمتری مصرف می‌کنند.	۱/۳۲	
۹	من بر این باورم که مردم روستایی توانایی و مهارت شروع کارآفرینی سبز و تولید محصولات سبز را دارند.	۱/۲۶	
۱۰	من احساس می‌کنم مردم روستایی مهارت بازاریابی و فروش محصولات سبز را دارند.	۱/۶۵	
۱۱	من بر این باورم مردم روستایی ایده‌هایی در خصوص راه‌اندازی کارآفرینی سبز دارند.	۱/۴۵	
۱۲	من احساس می‌کنم مردم روستایی توانایی تولید محصولات سبز را دارند.	۱/۴۵	
۱۳	من معتقدم مردم روستایی به تولید محصولات سبز تا حدودی علاقه دارند.	۱/۴۹	نگرش فرهنگی- اعتقادی سبز
۱۴	من معتقدم مردم روستایی فرهنگ کارآفرینی سبز و راه‌اندازی آن را دارند.	۱/۷۸	
۱۵	من بر این باورم مردم روستایی فرهنگ تولید و مصرف محصولات سبز را دارند.	۱/۳۶	
۱۶	من بر این باورم مردم روستایی حاضر هستند پول بیشتری بدهند تا محصول سالم‌تر و ارگانیک تولید کنند.	۰/۷۳	
۱۷	من معتقدم مردم روستایی برای راه‌اندازی محصولات سبز به تعاونی‌های تولید نیاز دارند.	۱/۴۶	نگرش فنی- زیرساختی سبز
۱۸	من احساس می‌کنم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به آب‌وهوای مناسب و خاک مناسب نیاز دارند.	۱/۱۲	
۱۹	من براین باورم مردم روستایی برای شروع و راه‌اندازی کارآفرینی سبز به جاده و مسیر مناسب برای عبور و مرور نیاز دارند.	۱/۸۹	
۲۰	من معتقدم مردم روستایی به نهاده‌های حمایتی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز نیاز دارند.	۱/۶۳	
۲۱	من بر این باورم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به سرمایه مناسب نیاز دارند.	۱/۸۲	
۲۲	من معتقدم مردم روستایی برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز به وسایل حمل‌ونقل مناسب نیاز دارند.	۱/۸۰	
۲۳	من بر این باورم مردم روستایی دانش و مهارت فنی راه‌اندازی کارآفرینی سبز را دارند.	۱/۸۲	

کارآفرینی سبز یک مدل جدید از کارآفرینی با سه حوزه ی عمده‌ی رشد اقتصادی و اشتغال پایدار، کارآفرینی و توسعه پایدار است که اگر شرایط ایجاد آن در روستاها فراهم شود منجر به مهاجرت معکوس روستاییان، ایجاد اشتغال، کاهش بیکاری و فقر اقتصادی و حفظ محیط‌زیست می‌شود که این عوامل زمینه‌ی توانمندسازی روستاییان را فراهم می‌کند (۲۵).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

یافته‌ها مشخص نمود که نگرش کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی نسبت به راه‌اندازی کارآفرینی سبز در چهار دسته ذهنیت قرار می‌گیرند.

افرادی که در دیدگاه اول (نگرش آگاهانه)، قرار گرفتند بر این باور بودند که مردم روستایی مقدار خیلی کمی با مفهوم کارآفرینی سبز و کسب‌وکارهای سبز آشنا هستند ولی تا حدودی از نظام تلفیقی آفات، غذای سالم و کود بیولوژیک آگاهی دارند. همچنین نگرش احترام به محیط‌زیست هم جزو باورهای آنان بود، درواقع می‌توان اظهار داشت، افرادی که در این ذهنیت قرارگرفته بودند، نگرش (دیدگاه) را مهم‌ترین بعد کارآفرینی سبز می‌دانستند، زیرا نگرش منجر به ایجاد رفتار می‌شود. ریموند و همکاران (۳۵) به افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی در بین کشاورزان در رابطه با توسعه‌ی کشاورزی سبز تأیید کرداند. هم‌چنین این ذهنیت با نتایج پژوهش، المئی و یوسف‌نژادلزرجانی (۸)، حسین‌زاده و همکاران (۲۲) و آلن و مالین (۷) همسو می‌باشد.

افرادی که در دیدگاه دوم (نگرش مهارتی-کارآفرینی) قرار گرفتند، بر این باور بودند که روستاییان هم تمایل دارند یک کسب‌وکار مشخصی را راه‌اندازی کنند که منجر به سودآوری آن‌ها گردد و نیز با توجه به این‌که مهارت بازاریابی و تولید محصولات سبز را دارند چنین برداشت می‌گردد که امکان شروع کارآفرینی سبز در بین روستاییان نیز وجود دارد. لذا، می‌توان بیان کرد که مهارت یکی از مؤلفه‌های مهم برای راه‌اندازی کارآفرینی سبز است. این ذهنیت با نتایج مطالعات فارینلی و همکاران (۱۷) نیباک و هانسن (۳۳) که کارآفرینی سبز منجر به ایجاد اشتغال و بازده اقتصادی می‌شود تأیید می‌گردد.

افرادی که در دیدگاه سوم (نگرش فرهنگ-اعتقادی سبز) قرار گرفتند بر این باور بودند که مردم روستایی به تولید محصولات سبز علاقه دارند و فرهنگ تولید و مصرف را نیز دارند به‌گونه‌ای که حاضرند پول بیشتری برای خرید محصولات سالم‌تر پرداخت کنند که این یافته با نتایج پژوهش‌های شانان و همکاران (۳۹)، المئی و یوسف‌نژاد لزرجانی (۸) و حسین‌زاده و همکاران (۲۲) در رابطه با فرهنگ کارآفرینی همسو می‌باشد.

افرادی که در دیدگاه چهارم (نگرش فنی-زیرساختی) قرار گرفتند، بر این باور بودند که مردم روستایی به زیرساخت‌هایی برای شروع و راه‌اندازی کارآفرینی سبز ازجمله تعاونی‌های تولید، آب‌وهوا و خاک مناسب، نهاده‌های حمایتی جاده برای حمل‌ونقل، سرمایه دانش فنی و مهارت کارآفرینی سبز نیاز دارند. در مطالعه‌ی رضایی و همکاران (۳۸) به لزوم توجه و ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها و حمایت دولت تشویق مردم در سرمایه‌گذاری و مشارکت در توسعه‌ی کارآفرینی سبز تأکید شده است. برزگری و زمانی (۱۱) نیز در مطالعه خود به یکی از چالش‌های خاص جامعه که ایجاد زیرساخت مناسب برای حمایت از ابداعات و کارآفرینی نیازمند مجموعه مهارت‌های جدید و بازنگری برنامه‌های توسعه اقتصادی موجود اشاره کردند. هم‌چنین این ذهنیت با نتایج لردکیپانیدز (۲۶)، انصاری و فکور (۹)، رضایی و همکاران (۳۷) در ارتباط با فراهم‌بودن زیرساخت‌های کارآفرینی همسو می‌باشد.

درمجموع می‌توان بیان کرد که امروزه عوامل متعددی سبب شده است که کشاورزان با مسائل و مشکلات مالی عدیده‌ای روبرو باشند که خود این امر باعث مطرح‌شدن مبحث کارآفرینی در میان کشاورزان و روستاییان شده است. به‌عبارت‌دیگر، توسعه‌ی کارآفرینی در میان روستاییان و کشاورزان یکی از راه‌های برون‌رفت از فقر و توسعه‌ی اشتغال در این جوامع است؛ اما امروزه با توجه به مصرف گسترده‌ی سموم و آفت‌کش‌ها شاهد شیوع انواع بیماری‌ها و مشکلات سلامتی و بهداشتی در میان کشاورزان مرادحاصلی و همکاران (۳۰) و نیز آلودگی محیط‌زیست هستیم که بایستی جهت‌گیری توسعه‌ی کارآفرینی به سمت توسعه‌ی کارآفرینی سبز در میان کشاورزان و روستاییان باشد. با توجه به آنچه که بیان شد چنین پیشنهاد می‌گردد که:

با توجه به مشکلات و آلودگی‌های محیط‌زیستی که بر طبیعت حاکم شده است و نقشی که تولید و مصرف محصولات سبز بر محیط‌زیست و سلامت آحاد جامعه دارد؛ توصیه می‌شود برنامه‌هایی در راستای آموزش و آگاهی و افزایش علاقه‌مندی نسبت به مسائل محیط‌زیستی، برای اقشار مختلف مردم صورت گیرد و همچنین به تولید و مصرف محصولات سالم و سبز تشویق شوند و اقدامات لازم به‌عمل آید و همچنین طراحی برنامه‌های ویژه برای اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و تغییر نگرش افراد جامعه به سمت تولید و مصرف محصولات سبز صورت گیرد تا فرهنگ تولید و مصرف محصولات سبز در بلندمدت در مناطق روستایی نهادینه شود. هم‌چنین دستیابی به این امر مهم نیازمند حمایت دولت و نیز جلب مشارکت سایر ارگان‌ها و نهادها در مواردی مانند فراهم‌آوردن اعتبارات و توسعه‌ی زیرساخت‌های اولیه می‌باشد. از طرفی دیگر، ارگان‌هایی مانند ترویج و آموزش کشاورزی در زمینه‌ی ارتقای آگاهی و آموزش روستاییان و کشاورزان و نیز فرهنگ‌سازی در این خصوص می‌توانند به برگزاری دوره‌های آموزشی و ارتقای آگاهی افراد بپردازد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

منابع

1. Affolderbach, J. and R. Krueger. 2017. “Just” ecopreneurs: re-conceptualising green transitions and entrepreneurship. Local Environment, 22(4): 410-423.
2. Abdollahzadeh, G. and M. Sharifzadeh. 2014. Integrating Sustainability into the Entrepreneurial Process: Explaining the Concept, Need and Essentials of Sustainable Entrepreneurship and Green Business. Entrepreneurship in Agriculture, 1(3): 39-63.
3. Aliabadi, V., R. Movahedi, H. Saadi and P. Ataei. 2016a. Conceptual Modeling of Competencies Required for Rural Women Entrepreneurs. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(5): 47-56.
4. Aliabadi, V., P. Ataei and R. Movahedi. 2016b. The effect of strategic thinking and social capital on recognition of entrepreneurial opportunities among rural youth. Journal of Research and Rural Planning, 5(2): 95-110.
5. Aliabadi, V., P. Ataei and R. Movahedi. 2017a. Using content analysis summary in the conceptual model of entrepreneurship competencies needed for rural women. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 4(4): 37-48.
6. Aliabadi, V., P. Ataei, R. Movahedi and M. Khayati. 2017b. Analysing the implications and challenges of self-employment among the agricultural graduates. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 4(3): 25-38.
7. Allen, J.C. and S. Malin. 2008. Green entrepreneurship: a method for managing natural resources. Society and Natural Resources, 21(9): 828-844.
8. Almei, A. and R. Yousefnejad Lazarjani. 2015. Identifying and developing green entrepreneurship jobs, challenges and solutions. National Conference on Good Work and Good Jobs.
9. Ansari, M.T. and B. Fakour. 2014. A Survey on Contextual Barriers to Business Startup by Iranian Graduates. Journal of Research and Planning in Higher Education, 20(2): 117-141.
10. Azerbaijani, M., M.R. Salarifar, A. Abbasi, M. Kaviani and S.M. Mousavi Asl. 2006. Social Psychology with Attitude to Islamic Resources. Tehran, SAMT Publications.
11. Barzegari, Z. and M. Zamani. 2011. Green entrepreneurship; a new approach to economic development (barriers and drivers). National Conference on Entrepreneurship, Cooperatives, Economic Jihad-Higher Education, Nayin, Islamic Azad University of Nayin Branch.
12. Bergquist, A.K. 2018. Profits and Sustainability. A History of Green Entrepreneurship. Business History, 60(6): 931-933.
13. Burger, L., C. O’Neill and D. Mahadea. 2005. The impact of previous knowledge and experience on the entrepreneurial attitudes of Grade 12 learners. South African Journal of Education, 25: 89-94.
14. Colmant, M. and E. Matina. 2008. Exploring entrepreneurial attitudes towards change throughout. The development of the start-up project.Unpublished master’s thesis, Umeå School of Business, Sweden.
15. Dadvar-khani, F., M.R. Rezvani, S. Imeni Gheshlagh and K. Bozarjemehry. 2011. Analyze the Role of Tourism in the Development of Rural Youth Entrepreneurship (The Case Study: Knadovan Village, Osku Province). Human Geography Research, 43(4): 169-196.
16. de Bruin, A. 2016. Towards a framework for understanding transitional green entrepreneurship. Small Enterprise Research, 23(1): 10-21.
17. Farinelli, F., M. Bottini, S. Akkoyunlu and P. Aerni. 2011. Green entrepreneurship: the missing link towards a greener economy. ATDF Journal, 8(3/4): 42-48.
18. Fini, R., R. Grimaldi, G.L. Marzocchi and M. Sobrero. 2012. The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(2): 387-414.
19. Gast, J., K. Gundolf and B. Cesinger. 2017. Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. Journal of Cleaner Production, 147: 44-56.
20. Hall, J.K., G.A. Daneke, and M.J. Lenox. 2010. Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. Journal of Business Venturing, 25(5): 439-448.
21. Hosseininia, G., P. Ataieand, A. Yaghoubi Farani. 2017. An assessment of students' entrepreneurial skills and characteristics and the impact on their entrepreneurial intention: a case of Maharat Applied Science centers. Iranian Journal of Engineering Education, 19(73): 25-44.
22. Hosseinzadeh, A., M. Yousefpour and S. Aunt. 2015. The role of skills training and entrepreneurship in the development of rural green and sustainable jobs. National Conference on Good Work and Green Jobs.
23. Karimi, R.F. and S.A. Nabavi Chashmi. 2019. Designing green entrepreneurship model in sustainable development consistent with the performance of tehran industrial towns. Journal of Business-to-Business Marketing, 26(1): 95-102.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

24. Khoshgoyan Fard, A. 2009. Q methodology. Tehran: Voice Research Center of the Islamic Republic of Iran.
25. Khosravi, S., H. Mehdizadehand, A.A. Mirakzadeh. 2019. Launching green entrepreneurship as a strategy for empowering the poor villagers (Case study: Professors of Agriculture Faculty, Razi University). Journal of Environmental Science and Technology, 21(1): 99-111.
26. Lordkipanidze, M., H. Brezet and M. Backman. 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. Journal of Cleaner Production, 13(8): 787-798.
27. Lindsay, W., N. Lindsay and A. Jordaan. 2007. Investigating the values- entrepreneurial attitude opportunity recognition relationship in nascent entrepreneurs. Regional Frontiers of Entrepreneurship Research, 562-568.
28. McKibben, B. 2007. Deep economy: The wealth of communities and the durable future. Macmillan.
29. Mirzaamini, M. 2011. Strategies for Entrepreneurship Development and Rural Employment. Cooperative organization of graduate employment. Retrieved from http://www.zeuzera.com.
30. Moradhaseli, S., H. Sadighi and P. Ataei. 2017. Investigation of the farmers' Safety and Protective Behavior to Use Pesticides in the Farms. Health Education and Health Promotion (HEHP), 5(2): 53-65.
31. Moosivand, M., M. Hamidi Jahed, P. Ataei and A. Safaei Shakib. 2017. Influence of internal factors in university on the entrepreneurial culture among agricultural students of hamedan universities. Socio-cultural Development Studies, 6(1): 185-206.
32. Mousivand, M., A. Safaei Shakib, P. Ataei and B. Abdolmaleki. 2016. Analyzing effect of psychological capital components on identifying entrepreneurial opportunities of agriculture jahad organization staffs of hamedan province. Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research, 6(23): 64-55.
33. Nybakk, E. and E. Hansen. 2008. Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises. Forest Policy and Economics, 10: 473-479.
34. Pourtaheri, M., H. Talebi and A.R. Roknedin Eftekhari. 2011. Analysis of economic and social effective factors on rural poverty alleviation with emphasize on nutritional poverty case study: Khalejestan District in Qom Province. The Journal of Spatial Planning, 15(2): 61-80.
35. Raymond, N.F., E. Svendsen and L.K. Campbell. 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 and Urban Greening, 12: 287-295.
36. Rezaee, B., D. Kahrizi and H. Najafpour. 2016. Investigating the barriers and challenges of green entrepreneurship development in agriculture. Entrepreneurship in Agriculture, 3(1): 35-53.
37. Rezaee, B., H. Najafpour and D. Kahrizi. 2018. Identifying the barriers of green entrepreneurship development in the agricultural sector of kermanshah county. Agricultural Economics and Development, 26(101): 55-72.
38. Rezaei, B., H. Najafpour and N. Naderi. 2017. Barriers and solutions for green entrepreneurship development in Kermanshah. Journal Space Economy and Rural Development, 6(2): 59-78.
39. Shanan, G., G. Harris, L. Michael and D. Barber III. 2009. Comparing the Entrepreneurial Attitudes of Chinese and Brazilian Students. Southern Journal of Entrepreneurship, 28: 56-70.
40. Silajdžić, I., S.M. Kurtagić and B. Vučijak. 2015. Green entrepreneurship in transition economies: a case study of Bosnia and Herzegovina. Journal of Cleaner Production, 88: 376-384.
41. Sohrabi Vafa, S. 2013. The role of entrepreneurship in rural development with emphasis on land consolidation, Case study: Kharvood village-Khodabandeh county. (MSc), Zanjan university, Zanjan.
42. Tam, H.W .2009. How and to what extent does entrepreneurship education make students more entrepreneurial? A california case of the technology management program, Unpublished doctoral dissertation. University of Californnia, Santa Barbara.
43. Uslu, Y.D., Y. Hancıoğlu and E. Demir. 2015. Applicability to green entrepreneurship in Turkey: A situation analysis. procedia - social and behavioral Sciences, 195: 1238-1245.
44. Yaghoubi Farani, A., S. Karimi, N. Izadi and P. Ataei. 2019. Effect of virtual social networks on entrepreneurial behaviour of agriculture students in Iran. Applied Economics, 51(21): 2326-2335.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]

Staffs' Attitudes of Agricultural Jihad Centers Toward Launch Green Entrepreneurship in Rural Areas

Somayeh Moradhaseli[1], Pouria Ataei[2] and Somayeh Khosravi[3]

1- PhD, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University (TMU), Tehran, Iran
2- PhD, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University (TMU), Tehran, Iran, (Corresponding Author: pouria.ataei@modares.ac.ir)
3- Graduated Student, Department of Entrepreneurship and Rural Development, Ilam University, Ilam, Iran
Received: October 3, 2019 Accepted: February 3, 2020

Abstract

The main purpose of the research was identified the staffs' attitude of Agricultural Jihad Centers toward launch green entrepreneurship in rural areas. The study population was included staffs of Agricultural Jihad Centers in Mahidasht county, Kermanshah Province (N= 68). They were selected through focus group technique and purpose sampling (n= 30). Based on the interviews with staff in focus group discussions, 36 terms were extracted in the form of a questionnaire consisting of 36 cards and an answer sheet (Figure Q). Data analysis was performed by exploratory factor analysis (Q-factor Analysis) using $SPSS_{20}$ software in 2017. According to the findings, staff's attitudes of Agricultural Jihad Centers towards launch green entrepreneurship included four attitudes: conscious attitude, skill-entrepreneurial attitude, cultural green attitude, and green technical-infrastructural attitude. The results of this study indicate that the development of rural entrepreneurship can significantly contribute to the development of rural areas as a fundamental and parallel approach to rural sustainable development goals. Because of, green entrepreneurship depends on reducing unemployment, poverty and protecting the environment. In addition to raising awareness and favorable attitude of agricultural experts to promote this important issue, infrastructure and supporting factors should be provided for the creation and development of green entrepreneurship.

Keywords: Green Attitude, Green Entrepreneurship, Q Methodology, Rural Development

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.13.2.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.13.1]