دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

بررسی نقش جهت‌گیری کارآفرینی سبز در افزایش عملکرد سازما ن جهاد کشاورزی استان مازندران

اکبر بهمنی[۱]، سید مهدی موسوی داودی[۲] و مهدی واعظی[۳]

۱- استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۲- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه مذاهب اسلامی تهران، (نویسنده مسوول: mmousavi@mazaheb.ac.ir)
۳- کارشناسی ارشد مدیریت دولتی و کارشناس دفتر امور شوراهای اسلامی شهر و روستای وزارت کشور

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۵ تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۱۸
صفحه: ۴۵ تا ۵۵

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تحلیل نقش جهت‌گیری کارآفرینی سبز در جهت افزایش عملکرد سازمان جهاد کشاورزی می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، در گروه تحقیقات کاربردی قرار گرفته و از جهت روش، تحقیق توصیفی و در زمره‌ی تحقیقات پیمایش و همبستگی قرار می‌گیرد. در این پژوهش کارآفرینی سبز به‌عنوان متغیر مستقل و عملکرد سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش شامل مدیران و کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران می‌باشد. حجم نمونه آماری پژوهش با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به‌دست آمد که تعداد ۸۹ نفر به‌صورت تصادفی در دسترس به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی پرسشنامه با استفاده از روایی همگرا و روایی محتوا با استفاده از نظر متخصصان آشنا به موضوع پژوهش مورد تائید قرار گرفت. همچنین، برای تعیین همبستگی و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS22 و AMOS22 استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی سبز تأثیر معنی‌داری بر عملکرد سازمانی دارد و مدیران می‌توانند با توجه به ابعاد کارآفرینی سبز و نهادینه‌کردن آن در سازمان، گام مفیدی برای توسعه‌ی فعالیت‌های محیط زیستی بردارند. بر اساس یافته‌ها پیشنهاد می‌گردد برنامه‌های آموزشی مناسب به‌منظور افزایش آگاهی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به محصولات سبز در میان شهروندان اجرا شود. ایجاد نگرش مثبت می‌تواند منجر به خرید محصولات سبز شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سبز، عملکرد سازمان، سازمان جهاد کشاورزی

مقدمه

امروزه، محیط زیست به‌طور فزاینده‌ای به مسئله‌ای حیاتی و بسیار مهم برای همه‌ی اقشار مردم، چه در جایگاه مشتری و چه در جایگاه تولیدکننده تبدیل شده است (۱). به‌نظر می‌رسد امروزه، مشکلات محیط‌زیستی، شهروندان، سازمان‌ها و مؤسسات سرتاسر جهان را بیشتر از سال‌های گذشته نگران کرده است (۲). اهمیت این موضوع از افزایش تخریب محیط‌زیست مانند افزایش زباله‌های جامد، سوراخ‌شدن لایه‌ی اوزون، گرم‌شدن کره‌ی زمین، آلودگی هوا و باران‌های اسیدی منشأ گرفته است (۳). لذا، با توجه به اینکه مسائل محیطی و اجتماعی امروزه برای افراد اهمیت بالایی دارند، رعایت مسائل محیط‌زیستی در فعالیت‌های امروزی جامعه باعث ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها خواهد شد و از این طریق سازمان‌ها می‌توانند به ایجاد یک پایگاه خوب در محیط دست یابند. موضع‌گیری مناسب زمانی شروع می‌شود که سازمان‌ها آنچه عرضه می‌کنند نسبت به سازمان‌های رقیب تفاوتی واقعی داشته باشند و بدین‌وسیله برای افراد ارزش‌آفرینی می‌کنند (۴). شرایط محیط‌زیستی فعلی، در حال حاضر سلامت و بهداشت افراد را در سطح جهان بیشتر تهدید می‌کند که باعث افزایش حساسیت نسبت به محیط زیست، در نگرش‌های محیط‌زیستی شده است (۵). به‌نظر می‌رسد تمامی افراد جامعه، چه فردی و چه صنعتی، در مورد محیط‌زیست آگاه‌تر و علاقه‌مندتر شده‌اند (۶). افزایش آگاهی در مورد مشکلات محیط‌زیستی مختلف، منجر به تغییر در شیوه‌ی زندگی افراد شده است و تغییری در نگرش افراد نسبت به شیوه‌ی زندگی سبز، به‌وجود آمده است. مردم به‌طور جدی تلاش می‌کنند (۷).

با توجه به اینکه بخش کشاورزی مسوولیت 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 تولیدشده را تحت شعاع قرار می‌دهد. این عوامل سبب گردیده تا حفظ محیط‌زیست 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 موجود باشند. یکی از مهم‌ترین راهبردها توجه به جایگاه کارآفرینی سبز است که هدف آن افزایش تولید محصول با کمترین تکیه بر استفاده از مواد شیمیایی است (۸). کارآفرینی سبز را می‌توان به‌عنوان راهبردهای شرکت‌های فعال برای پذیرش عملیات مدیریت محیط‌زیست جهت ایجاد تمایز در محصولات و یا تغییر در فرآیندهای تولیدی به‌منظور کسب مزیت رقابتی و نوآوری تعریف کرد (۹). کارآفرینی سبز مشاغلی‌اند که در فعالیت‌های اقتصادی درگیرند و به حفاظت یا بازیابی محیط‌زیست و یا حفظ منابع طبیعی کمک می‌کنند. در نگاهی ایده‌آل به موضوع می‌توان گفت که در بنگاه‌ها برای دستیابی به حداکثر سود، فقط باید مسائل بنگاه مورد ملاحظه قرار گیرد اما توجه به این نکته ضروری است که بنگاه‌ها علاوه بر سود می‌توانند با ملاحظه جنبه‌های اخلاقی و اجتماعی به شهرت و اعتبار عمومی نیز دست یابند. بنابراین، کارآفرینی سبز فرصتی برای بنگاه‌های اقتصادی است تا خود را از سایر بنگاه‌ها متمایز

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

نمایند و فرصتی طلایی برای پیشرفت خود فراهم کنند (۱۱،۱۰).

هم‌زمان با افزایش اهمیت مسائل محیط‌زیستی به‌نظر می‌رسد؛ توجه به کارآفرینی سبز به‌عنوان یک پیش‌بینی‌کننده‌ی خوب فعالیت‌های محیط‌زیستی شناخته می‌شود. با توجه به ماهیت اهداف و وظایف سازمان جهاد کشاورزی، توجه به کارآفرینی سبز می‌تواند نقش مهمی در جهت‌دادن و چگونگی تعیین اهداف و انجام وظایف این سازمان ایفا نماید. از میان وظایف خطیر سازمان جهاد کشاورزی می‌توان به مواردی همچون بررسی و شناخت امکانات و استعدادهای بالقوه و بالفعل منابع و عوامل تو لید بخش کشاورزی و مسائل و مشکلات فنی، اقتصادی و اجتماعی مربوط به آن‌ها؛ بررسی، تدوین و اجرای برنامه‌ها، طرح‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به الگوی کشت محصولات کشاورزی و همچنین نظام دامداری، دام‌پروری و منابع طبیعی؛ تهیه، تدوین و اجرای طرح‌های جامع مربوط به افزایش تولید محصولات کشاورزی و دامی و کاهش ضایعات در سطح استان؛ مطالعه، بررسی، نیازسنجی، برنامه‌ریزی، تهیه، اجرا و ارزیابی طرح‌ها، برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی و ترویجی، فنی و حرفه‌ای و عملی و کاربردی موردنیاز تولیدکنندگان، بهره‌برداران، مروجان و راهبران بخش کشاورزی؛ تهیه و اجرای طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با حفظ، احیاء، گسترش، حمایت و بهره‌برداری صحیح از جنگل‌ها و مراتع طبیعی و دست کاشت؛ تهیه، تدوین و اجرای طرح‌های جنگل‌کاری، جنگل‌داری، مرتع‌داری، ایجاد پارک‌های جنگلی و تفرجگاه‌های طبیعی؛ بررسی و انجام اقدامات لازم در زمینه حفظ، اصلاح، احیاء و افزایش حاصلخیزی خاک در جهت بهره‌برداری بهینه و مطلوب از آن؛ انجام بررسی‌های لازم در مورد برآورد و تشخیص کمی و کیفی کلیه نیازهای فناوری کشاورزی متناسب با خصوصیات و ویژگی‌های اقلیمی و کشاورزی و تهیه و اجرای طرح‌های مکانیزاسیون و سایر برنامه‌های موردنیاز؛ نظارت و کنترل بر توزیع و مصرف مایه‌ها و سایر مواد بیولوژیکی و سموم موردنیاز بخش کشاورزی اشاره نمود. با توجه به موارد مذکور، مشخص است که بخشی از تمرکز سازمان جهاد کشاورزی بر حفظ محیط‌زیست و جلوگیری از تخریب آن معطوف می‌باشد. علاوه بر این، معضلات محیط‌زیستی نیازمند راه‌حل‌هایی کارآفرینانه (ارائه راه‌حل‌هایی خلاقانه، نوآوری در عمل و ریسک‌پذیری در محیط) است تا به بهترین نحو حل‌وفصل گردند. ضمناً، با توجه به ماهیت فعالیت‌های سازمان جهاد کشاورزی که با دیگر سازمان‌های تولیدی و خدماتی تفاوت‌هایی دارد، خلق دانش به‌عنوان مؤلفه‌ای مهم در عملکرد سازمان‌هایی که به کارآفرینی سبز اهمیت می‌دهند می‌تواند مدنظر قرار گیرد. در پرتو خلق و اشتراک دانش است که بخش‌های مختلف یک سازمان در قالب یک کل منسجم‌یافته در راستای تحقق اهداف کارآفرینی سبز عمل خواهند نمود. ضمناً، عملکرد مالی نیز عاملی است که در سازمان‌های مختلف شایان توجه است و کارآفرینی سبز نیز ضمن معرفی محصولات سازگار با محیط‌زیست، فرآیندها و خدمات مربوط به حمایت از محیط‌زیست در بلندمدت منجر به بازدهی مالی سازمان خواهد شد.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر، سؤال اصلی پژوهش بررسی چگونگی تأثیر کارآفرینی سبز بر عملکرد سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران است؟

مبانی نظری پژوهش

۱. کارآفرینی سبز

مفهوم اصلی کارآفرینی، یک ویژگی در سطح شرکت است که شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی است و این سه بُعد منعکس‌کننده‌ی این است که تا چه حدی شرکت در تصمیم‌گیری، محصولات، خدمات و شیوه‌های کسب وکار کارآفرینانه رفتار می‌کند (۱۲). کارآفرینی فرآیندی اجتماعی- اقتصادی و تحت تأثیر وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی است. سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در رفع نیازهای سازمان‌ها و کمک به بقای آن‌ها در جهان رقابتی امروز ایفا می‌کند؛ به‌عبارت‌دیگر، سرمایه اجتماعی عملکرد بهتر و سریع‌تر و توسعه بیشتر را تسهیل می‌کند. علاوه بر این عملکرد توأم با نوآوری، مستلزم برقراری ارتباطات اثربخش و پایدار با کلیه ذی‌نفعان و محیط عمومی سازمان است و سرمایه‌ی اجتماعی شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به‌منظور ارتقا عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد (۱۳). کارآفرینی سبز امروزه به موضوع و ساختاری جذاب در توسعه‌ی اقتصادی و فرهنگی کشورها و مطالعات مربوط به کارآفرینی تبدیل شده است و این مفهوم در روایت‌هایی از تلاش‌های موفقیت‌آمیز کشورها در زمینه‌های متنوع مانند بهداشت، آموزش، امور مالی و فرهنگ قابل‌مشاهده است؛ همچنین در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، بازارهای تجاری، گفتمان‌های آکادمیک، سیاست‌گذاری‌های تجاری و خط‌مشی‌گذاری عمومی نمود پیدا کرده است (۱۴). اصطلاح کارآفرینی سبز یک مفهوم در پیوند توسعه پایداری به کارآفرینی است. کارآفرینی سبز به‌عنوان یک اصطلاح جمعی برای کارآفرینی محیط‌زیست، کارآفرینی پایدار و کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (۱۵). با توجه به اینکه، شرایط این نوع کارآفرینی با هم در تداخل است شناسایی آن دشوار است (۸).

در بررسی کارآفرینی سبز بیشتر مطالعات بر کارآفرینی محیط‌زیستی تمرکز دارد. کارآفرینی سبز به روند ایجاد سرمایه‌گذاری که به‌ظهور توسعه‌ی پایدار اجتماعی و محیط‌زیستی در سیستم کارآفرینی کمک می‌کند، تعریف می‌شود (۱۶). کارآفرینی سبز با در نظر گرفتن سه بُعد محیطی، اقتصادی، اجتماعی و استمرار و نهادینه‌شدن کارآفرینی (پایداری کارآفرینی) یا به‌عبارتی ماندگاری کارآفرینی تحقق‌یافته، خود موضوع مهمی است که نقش اساسی در توسعه‌ی پایدار دارد، چراکه توسعه‌ی پایدار ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی را شامل می‌شود که در این زمینه کارآفرینی نیز می‌تواند در چنین ابعادی دسته‌بندی شود (۱۷).

شایان‌ذکر است، توسعه‌ی پایدار، محیط بر عملکرد سازمانی است؛ که از میان مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، و اکولوژیکی، عامل مالی (اقتصادی) از وزن بیشتری در عملکرد سازمانی برخوردار است. علاوه بر این، عملکرد سازمانی در طول توسعه‌ی

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

پایدار قرار می‌گیرد. دو پدیده که یکی از آن‌ها معلول و دیگری علّت آن است در طول هم قرار می‌گیرند. بدین معنی که رتبه‌ی وجودی علّت قبل از رتبه‌ی وجودی معلول قرار می‌گیرد؛ و تا زمانی که علّت نباشد معلول نیز نخواهد بود. لذا، می‌توان چنین بیان کرد که عملکرد سازمانی به‌عنوان یکی از پیامدهای توسعه‌ی پایدار می‌تواند در نظر گرفته شود.

۲. عملکرد سازمان

عملکرد عبارت است از تابع مشترک تلاش، توانایی و ادراک از نقش (۱۸). عملکرد فرایندی است که فرد به آن توجهی ندارد و در واقع جدا از هدف است (۱۹). برنادین[1] معتقد است که عملکرد را باید به‌عنوان نتایج کاری تعریف کرد، زیرا که این نتایج قوی‌ترین رابطه را با اهداف راهبردی سازمان، رضایت مشتریان و مشارکت اقتصادی برقرار می‌کنند. براماچ[2] دو دیدگاه جامع‌تری از عملکرد را ارائه می‌دهد که دربرگیرنده رفتار و نتایج است. وی مطرح می‌کند که عملکرد به معنی رفتارها و نتایج می‌باشد. رفتارها از عامل نشأت می‌گیرند و عملکرد را از فکر به عمل تبدیل می‌کند. رفتارها نه‌تنها ابزارهایی جهت رسیدن به نتایج نیستند، بلکه به‌نوبه خود پیامدهایی می‌باشند که از محصول فعالیت‌های ذهنی و فیزیکی گرفته‌شدند و می‌توان آن‌ها را جدا از نتایج دانست. عملکرد سازمانی به چگونگی انجام مأموریت‌ها، فعالیت‌های آرمانی و نتایج حاصل از آن‌ها اطلاق می‌شود و ارزیابی فرآیند پیچیده سنجش و قضاوت در خصوص عملکرد است. ارزیابی عملکرد در بُعد سازمانی با اثربخشی سازمانی مترادف است (۲۰).

عملکرد سازمانی یکی از مهم‌ترین سازه‌های مورد بحث در پژوهش‌های مدیریتی است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به‌حساب می‌آید. ولی به‌طور کلی در خصوص این‌که متغیرها و شاخص‌های عملکرد سازمانی کدامند، هنوز توافق نظر کاملی در بین صاحب‌نظران وجود ندارد. شاخص‌های عملکرد سازمانی به دو دسته ذهنی و عینی قابل تقسیم است. شاخص‌های عینی عملکرد سازمانی، شاخص‌هایی است که به‌صورت کاملاً واقعی و بر اساس داده‌های عینی اندازه‌گیری می‌شود. ازجمله شاخص‌های عینی عملکرد سازمانی می‌توان به شاخص‌های سودآوری نظیر بازده دارائی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده سرمایه‌گذاری و سود هر سهم بازده سهام، اشاره کرد. شاخص‌های ذهنی عملکرد سازمانی بیشتر شاخص‌هایی را شامل می‌شود که بر مبنای قضاوت گروه‌های ذینفع سازمان شکل می‌گیرد. ازجمله این شاخص‌ها می‌توان به رضایتمندی مشتری، رضایتمندی کارکنان، موفقیت در ارائه محصولات جدید و غیره اشاره کرد (۲۱). شاخص‌های ذهنی عملکرد به‌طور گسترده‌ای در مطالعات مربوط به بازار محوری و رابطه‌ی آن با عملکرد شرکت استفاده شده است. معدودی از مطالعات به بررسی ارتباط بین شاخص‌های عینی و ذهنی عملکرد پرداختند؛ و بعضاً، در مطالعه‌ی خود به این نتیجه می‌رسد که همبستگی قوی بین شاخص‌های عینی و ذهنی عملکرد وجود دارد (۲۲).

۳. پیشینه پژوهش

رضایی و همکاران در پژوهشی دریافتند که کارآفرینی سبز به‌عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه‌ی اقتصادی- اجتماعی کشورها محسوب می‌شود که با توسعه آن گام بلندی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات محیطزیستی، کاهش بیماری‌های ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم و بهره‌وری بیشتر زمین‌های کشاورزی در بر دارد (۲۳). مندعلی‌زاده و همکاران در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که اهمیت تعیین شاخص‌های پایداری برای کارآفرینی ورزشی و لزوم توجه مدیران و سیاست‌مداران توسعه ورزش به این بخش مورد تأکید می‌باشد. درواقع مدل حاصل از شاخص‌های پایداری در کارآفرینی ورزشی، با در نظر گرفتن فرآیند و نتایج رویکرد سیستمی، نگاه جامعه به برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی دارد (۲۴). عباسی و همکاران در پژوهشی دریافتند که دانش و نگرش محیطزیستی بر فعالیت‌های کارآفرینی سبز تأثیر دارد (۲۵). فردوسی و همکاران در پژوهش خود بیان نمودند که بین دانش و نگرش محیطزیستی و رفتارهای محافظت از محیطزیست رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد (۲۶). شاون و همکارانش به این نتیجه رسیدند که فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان‌ها بر عملکرد آن‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری خواهد داشت. نتایج تحقیقات در این مطالعه نشان داده است که سرعت نوآوری در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد تأثیرگذار است. درواقع، سرعت نوآوری بیشتر منجر به عملکرد بهتر می‌شود. همچنین، آن‌ها به این نتیجه رسیدند که سرعت نوآوری، تأثیر نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی بر عملکرد را کاهش می‌دهد. درواقع، سرعت نوآوری در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد به‌خوبی واسطه‌گری می‌کند (۲۷). چن در پژوهشی دریافت که کارآفرینی محیطزیستی بر عملکرد شرکت تأثیر دارد و تفاوت معنی‌داری بین جامعه ژاپنی و آمریکایی از نظر دانش و نگرش زیست محیطی نسبت به اقدامات محیطزیستی وجود دارد، ولی از نظر نگرانی محیطزیستی تفاوتی بین آن‌ها وجود ندارد (۲۸). پس از بررسی مطالعات گذشته مشخص شد که مطالعات انجام‌شده را می‌توان در دو دسته طبقه‌بندی کرد. در طبقه اول محققانی هستند که به بررسی کارآفرینی سبز پرداختند و روش اندازه‌گیری متغیرها مبتنی بر روش کمی بوده است. در دسته دوم محققانی هستند که با انجام مطالعات میدانی به بررسی اثر کارآفرینی سبز و عوامل آن به همراه دیگر متغیرها پرداختند و در این راستا هر محققی، عوامل مختلفی را شناسایی نمودند؛ اما با توجه به نقاط اشتراک و افتراق نتایج در مطالعات انجام‌شده، در این مطالعه اشتراکات و افتراق‌ها را به هم نزدیک می‌شود و در نهایت با جمع‌آوری نتایج موردنظر در خصوص کارآفرینی سبز و عملکرد سازمان موردبررسی قرار می‌گیرد.

٤. مدل مفهومی پژوهش

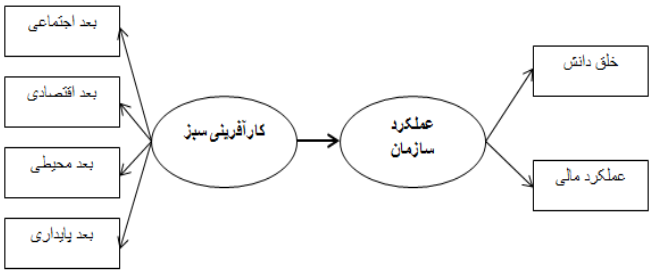
با توجه به تحقیقات گذشته، هریک از متغیرهای این مدل، تشریح و تعریف گردیدند. مدل مفهومی تحقیق در شکل شماره یک آورده شده است. در این پژوهش شاخص‌های کارآفرینی سبز برگرفته از مطالعه مندعلی‌زاده و همکاران (۲۴) می‌باشد که به بررسی کارآفرینی پایدار پرداختند. با توجه به شاخص‌های معرفی‌شده، و ماهیت کارآفرینی سبز در سازمان جهاد کشاورزی، این شاخص‌ها برای انجام این پژوهش، پس از سنجش روایی و پایایی، مناسب ارزیابی شد. علاوه بر این، متغیر عملکرد سازمان از مطالعه اولسون۱ و همکاران اقتباس شده است (۲۹) که به

1- Bernadein

2- Bramuch

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

استراتژی‌های بازاریابی و کسب و کار پرداختند. در مطالعه مذکور به عملکرد سازمانی نیز پرداخته شده است و با دو شاخص خلق دانش و عملکرد مالی تمرکز شده است.



شکل ۱- مدل پژوهش
Figure 1. Research Model

در پژوهش حاضر، کارآفرینی سبز به‌عنوان متغیر مستقل با چهار شاخص اجتماعی، اقتصادی، محیطی و پایداری و عملکرد سازمان جهاد کشاورزی به‌عنوان متغیر وابسته با دو شاخص خلق دانش و عملکرد مالی در نظر گرفته شده است. کارآفرینی سبز مفهومی می‌باشد که مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی، محیطزیست و توسعه‌ی پایدار را نیز شامل می‌گردد (۱۵). پژوهش‌های مختلف از مدل‌های گوناگونی در پژوهش‌های خویش بهره بردند؛ که در این پژوهش به مباحث اجتماعی، اقتصادی، محیطزیست و پایداری جهت تعیین کارآفرینی سبز پرداخته شده است.
علاوه بر این، برای سنجش عملکرد سازمان جهاد کشاورزی نیز به خلق دانش به‌عنوان عاملی مهم در پیشبرد اهداف کارآفرینی سبز و نیز به عملکرد مالی توجه شده است. شایان ذکر است که وضعیت سازمان جهاد کشاورزی ازنظر مؤلفه‌های کارآفرینی سبز و عملکرد سازمانی با توجه به پاسخ‌های نمونه آماری تعیین شده است (و از شاخص‌های مالی ثبت‌شده در دفاتر مال سازمان استفاده نشده است) که در ادامه به روش انجام پژوهش اشاره می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و از شاخه مطالعات میدانی به شمار می‌آید و از حیث ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع علّی است. روش انجام پژوهش به‌صورت پیمایشی بوده که مهم‌ترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل ۱۱۵ نفر از مدیران و کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس تعداد ۸۹ نفر با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات، از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه کارآفرینی سبز مندعلی‌زاده و همکاران، دارای ۲۰ سؤال می‌باشد و دارای ۴ مؤلفه (بُعد اجتماعی، بُعد اقتصادی، بُعد محیطی و بُعد پایداری) است. پرسشنامه عملکرد سازمان اولسون و همکاران، دارای ۱۰ سؤال می‌باشد و دارای ۲ مؤلفه (خلق دانش و عملکرد مالی) است. شایان‌ذکر است، با توجه به تفاوت جامعه موردبررسی در مطالعه حاضر و تحقیقاتی که پرسشنامه‌های استاندارد از آن‌ها اقتباس شده است، با حفظ مضامین کلی سؤالات، تغییراتی در ساختار و ظاهر سؤالات اعمال شد تا بهترین همخوانی را با ماهیت سازمان جهاد کشاورزی داشته باشد و پاسخ‌های دقیق‌تری از نمونه آماری به دست آید و مبنای تحلیل قرار گیرد. همچنین، لازم به ذکر می‌باشد مقیاس پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد. برای سنجش روایی از روش اعتبار محتوا و روایی همگرا و برای آزمون پایایی پرسشنامه از شیوه آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است که ضریب پایایی برای متغیرهای پژوهش در جدول ۱، ارائه شده است.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ و روایی متغیرهای پژوهش
Table 1. Cronbach's alpha and validity test for research variables

شاخص	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	معیار روایی همگرا
کارآفرینی سبز	۰/۸۸	۰/۷۶	۰/۶۱
عملکرد سازمانی	۰/۷۹	۰/۷۵	۰/۶۴

هرقدر شاخص آلفای کرونباخ به یک نزدیک‌تر باشد، همبستگی درونی بین سؤالات بیشتر و درنتیجه پرسش‌ها همگن‌تر خواهند بود. کرونباخ ضریب پایایی ۴۵ درصد را کم، ۷۵ درصد را متوسط و قابل‌قبول و ضریب ۹۵ درصد را زیاد پیشنهاد کرده است. در بسیاری از منابع نیز مقادیر به دست آمده بالای ۰/۷ در آزمون مطلوب تلقی می‌شود. پایایی ترکیبی معیاری است که نسبت به آلفای کرونباخ، سازه‌ها نه به‌صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایش با یکدیگر محاسبه می‌گردد. مقادیر پایایی ترکیبی با مقدار استاندارد ۰/۷ نشان از مناسب بودن این معیار است. معیار روایی همگرا نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. مقادیر این معیار با مقدار استاندارد ۰/۵ نشان از مناسب بودن این معیار است. با توجه به جدول (۱)، شاخص‌های پژوهش از پایایی مطلوبی برخوردارند.

نتایج و بحث

پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه، با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS22 و AMOS22، اطلاعات

1- Olson

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

به‌دست‌آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. از آزمون‌های کولموگروف- اسمیرنوف[1] برای مشخص کردن نرمال‌بودن توزیع متغیرها، آزمون همبستگی برای بررسی رابطه بین متغیرها و آزمون میانگین برای تعیین وضعیت فعلی متغیرها در نرم‌افزار SPSS و آزمون t برای بررسی معنی‌دار بودن روابط، و مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در نرم‌افزار Amos استفاده گردید.

برای آزمون نرمال‌بودن نمره عامل‌های به‌دست‌آمده از آزمون شاپیرو- ویلک یا آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده می‌شود تا از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل گردد. هنگام بررسی نرمال‌بودن داده‌ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۵ درصد آزمون شد. بنابراین، اگر آماره آزمون بزرگ‌تر مساوی ۵ درصد به‌دست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال است، وجود نخواهد داشت. به‌عبارت‌دیگر، توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. نتایج این آزمون در جدول (۲)، نشان داده شده است.

سطح معنی‌داری (sig)، شاخص‌های تحقیق بیشتر از ۵ درصد است و همچنین از آنجایی که نتایج آزمون کولموگروف- اسمیروف، نرمال بودن داده‌ها را تائید کرد، بدین ترتیب برای آزمون فرضیه‌ها و سایر آزمون‌های آماری از آمار پارامتریک استفاده گردید. در این پژوهش، جهت مناسب بودن وضعیت عامل‌ها از آزمون میانگین یک جامعه استفاده شد. بر طبق این آزمون، در هرکجا که عدد معنی‌داری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ باشد میان وضعیت متغیر و میانگین در نظر گرفته‌شده تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و متغیر از وضعیت متوسطی برخوردار خواهد بود، اما چنانچه عدد معنی‌داری کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد این بدان معناست که میان وضعیت متغیر و میانگین در نظر گرفته‌شده تفاوت معنی‌داری وجود دارد. اگر مقادیر حد بالا و پایین مثبت باشد وضعیت متغیرها مناسب و اگر حد بالا و پایین منفی باشد وضعیت متغیرها نامناسب می‌باشد. جدول (۳)، نتایج این آزمون را نشان داده است. شایان ذکر است با بررسی آزمون میانگین متغیرهای پژوهش، چنین به دست آمد که میانگین کارآفرینی سبز در جامعه مورد بررسی برابر با ۳/۷۲۱ (از ۵) و میانگین عملکرد سازمانی از نظر افراد پاسخگو برابر با ۳/۶۱۳ (از ۵) می‌باشد. نتایج این تحلیل حاکی از آن است که سازمان جهاد کشاورزی از وضعیت نسبتاً مناسبی در کارآفرینی سبز و عملکرد سازمانی برخوردار می‌باشد.

جدول ۲- نتایج حاصل از آزمون کولموگروف- اسمیرونوف

Table 2. The results of Kolmogorov–Smirnov test

شاخص‌ها	کولموگروف اسمیرنوف	سطح معنی‌داری
کارآفرینی سبز	۲/۷۹۸	۰/۱۲۷
عملکرد سازمانی	۲/۰۳۴	۰/۱۶۵

جدول ۳- نتایج وضعیت شاخص‌های پژوهش

Table 3. The Status of research variables

شاخص‌ها	آزمون معنی‌داری	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					حد بالا	حد پایین
کارآفرینی سبز	۹/۱۴۲	۸۸	۰/۰۰۰	۰/۷۲۱	۰/۵۷۹	۰/۶۴۷
عملکرد سازمانی	۶/۵۳۲	۸۸	۰/۰۰۰	۰/۶۱۳	۰/۶۸۶	۰/۵۴۰

همچنین در این پژوهش به‌منظور بررسی رابطه میان شاخص‌ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. اگر مقدار به‌دست‌آمده مثبت باشد به معنی این است که تغییرات دو متغیر به‌طور هم‌جهت اتفاق می‌افتد. یعنی، با افزایش در هر متغیر، متغیر دیگر نیز افزایش می‌یابد و برعکس، اگر مقدار به‌دست‌آمده منفی شد یعنی اینکه دو متغیر در جهت عکس هم عمل می‌کنند؛ با افزایش مقدار یک متغیر مقادیر متغیر دیگر کاهش می‌یابد و برعکس. اگر مقدار به‌دست‌آمده صفر شد نشان می‌دهد که هیچ رابطه‌ای بین دو متغیر وجود ندارد. نتایج آزمون پیرسون در جدول (۴)، نشان داده شده است.

جدول ۴- نتایج آزمون همبستگی میان متغیرهای پژوهش

Table 4. The Correlation Results of Research Variables

ردیف	متغیر مستقل	متغیر وابسته	سطح خطا	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی
۱	کارآفرینی سبز	عملکرد سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۵۹۸

با توجه به نتایج جدول (۴)، یافته نشان می‌دهند که بین متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنی‌داری مشاهده می‌شود.

۱. نتایج تحلیل عاملی

پس از جمع‌آوری اطلاعات جهت مشخص‌کردن اینکه شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) تا چه اندازه برای سنجش متغیرهای پنهان قابل‌قبول هستند، لازم است ابتدا کلیه متغیرهای مشاهده‌شده به‌طور مجزا مورد آزمون قرار گیرند. از این رو شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی) مورد ارزیابی قرار گرفتند که آزمون شاخص‌های برازش برای مدل‌های تحلیل عاملی تأییدی حاکی از آن است که شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای آشکار) برای سنجش مدل نهایی مناسب ارزیابی می‌شوند.

1- Kolmogorov–Smirnov Test

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

جدول ۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل پژوهش

Table 5. The results of confirmatory factor analysis for research model

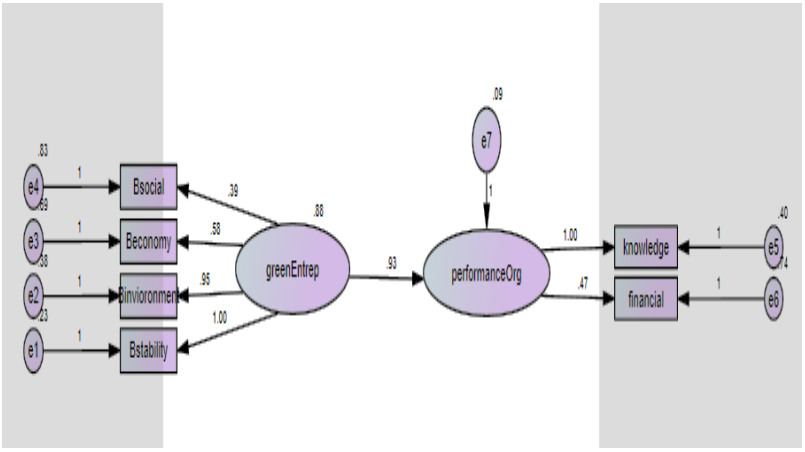
متغیر(عامل)		شاخص و معرف (گویه)	بار عاملی استاندارد	مقدار P
کارآفرینی سبز	بُعد اجتماعی	E1	۰/۵۰	۰/۰۰۰
		E2	۰/۵۱	۰/۰۰۰
		E3	۰/۵۸	۰/۰۰۰
		E4	۰/۵۷	۰/۰۰۰
		E5	۰/۵۳	۰/۰۰۰
		E6	۰/۵۶	۰/۰۰۰
		E7	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	بُعد اقتصادی	E8	۰/۵۱	۰/۰۰۰
		E9	۰/۶۱	۰/۰۰۰
		E10	۰/۵۹	۰/۰۰۰
		E11	۰/۵۵	۰/۰۰۰
		E12	۰/۵۷	۰/۰۰۰
	بُعد محیطی	E13	۰/۸۴	۰/۰۰۰
		E14	۰/۷۷	۰/۰۰۰
		E15	۰/۷۹	۰/۰۰۰
		E16	۰/۷۵	۰/۰۰۰
		E17	۰/۷۸	۰/۰۰۰
	بُعد پایداری	E18	۰/۷۰	۰/۰۰۰
		E19	۰/۵۵	۰/۰۰۰
		E20	۰/۶۷	۰/۰۰۰
عملکرد سازمانی	خلق دانش	P1	۰/۶۹	۰/۰۰۰
		P2	۰/۸۸	۰/۰۰۰
		P3	۰/۸۸	۰/۰۰۰
		P4	۰/۸۲	۰/۰۰۰
		P5	۰/۵۴	۰/۰۰۰
	عملکرد مالی	P6	۰/۵۰	۰/۰۰۰
		P7	۰/۵۲	۰/۰۰۰
		P8	۰/۵۰	۰/۰۰۰
		P9	۰/۵۶	۰/۰۰۰
		P10	۰/۵۸	۰/۰۰۰

نتایج تحلیل عاملی تأییدی (جدول ۵) به همراه شاخص جزئی P برای آزمون قابل‌قبول بودن بار عاملی مربوط به هر متغیر بررسی شد و میزان بارهای عاملی مناسب و مقدار P جزئی کمتر از ۰/۰۵ بودند، درنتیجه می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات به‌خوبی متغیرهای مشاهده را می‌سنجند.

۲. نتایج مدل معادلات ساختاری

از آنجایی که هدف پژوهش تعیین روابط میان متغیرهای مدل است، پس تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع پیمایشی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. برای بررسی روابط میان متغیرها در دهه‌های اخیر روش‌های فراوانی ارائه شده است. یکی از این روش‌ها مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چندمتغیری با متغیرهای مکنون است. مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) یک تکنیک تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به‌بیان دقیق‌تر بسط «مدل خطی کلی» است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به‌گونه هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. در پژوهش حاضر به‌منظور آزمون معنی‌داری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی CR و P استفاده شده است. بر اساس سطح معنی‌داری ۵ درصد مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو مهم شمرده نمی‌شود، هم‌چنین مقادیر کوچک‌تر از ۵ درصد برای مقدار P حاکی از تفاوت معنی‌دار مقدار محاسبه‌شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos22 استفاده شده است که خروجی نرم‌افزار به‌صورت شکل (۲) است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]



شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش
Figure 2. Structural equation model of research

در این پژوهش شاخص‌های برازش مناسب مدل شامل شاخص ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA) که در آن مقدار پایین‌تر از ۰/۰۸ را نشان‌دهنده‌ی برازش مناسب مدل می‌دانند. مقدار مجذور کای نسبی مناسب را کمتر از ۳ قابل‌قبول می‌دانند. نمرات شاخص‌های شاخص نیکویی برازش[1] شاخص نیکویی برازش اصلاح شده[2] بین صفر تا یک متغیر است که هر چه به یک نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده‌ی برازش مناسب مدل است که البته نمرات بالای ۹۰ درصد مناسب‌ترین برازش مدل را دارد. روش تخمین این روش شاخص‌های مناسب‌تری را نسبت به سایر روش‌های تخمین گزارش می‌کند. البته در این روش باید پیش‌شرط‌هایی از جمله چندمتغیره، داده‌های پرت و نمونه مناسب بررسی شود. در این پژوهش، داده پرتی مشاهده نشد و نرمال‌بودن نیز با آزمون کولموگروف–اسمیرنوف تائید شد. برای برازش مدل فوق از نرم‌افزار AMOS استفاده شده است که شاخص‌های کلی آن به شکل جدول ۶ است.

جدول ۶- برازش مدل مفهومی

Table 6. Fitness indices of research model

کای اسکوئر	کای‌اسکوئر به درجه آزادی	سطح معنی‌داری	شاخص نیکویی برازش	شاخص برازش هنجار	E ریشه میانگین مربعات خطا
۱۲۷/۰۹	۲/۲۷۸	۰/۰۰۰	۰/۹۲۴	۰/۹۱۴	۰/۰۵۴

با توجه به اطلاعات جدول (۶) می‌توان دریافت که مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است. با توجه به شکل (۲) و آزمون فرضیه پژوهش، مشاهده می‌شود که در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه پژوهش تائید می‌گردد. در توضیح آزمون فرضیه باید گفت که با توجه به مقدار بحرانی پایایی ترکیبی که برای تمامی فرضیات دارای مقدار بیش از ۱/۹۶ است و مقدار P که کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه پژوهش تائید می‌گردد. لذا، با توجه به شکل شماره (۱) می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد در سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران کارآفرینی سبز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد سازمانی با مقدار بحرانی ۱۲/۸۷۳ و مقدار معنی‌داری ۰/۹۹ دارد.

مشکلات محیطزیستی عمدتاً به‌واسطه‌ی مصرف‌گرایی ناهنجار و فعالیت‌های ناپایدار ایجاد می‌شود. با توجه به مشکلات محیطزیستی روزافزون و تأثیرات سوء مصرف‌گرایی بر سلامت جسمی و روحی انسان‌ها، پرداختن به محصولات سبز امری اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. از ابتدای دهه‌ی ۷۰، مقدار قابل‌توجهی از پژوهش‌ها در مورد فعالیت‌های محیطزیستی انجام‌شده است. تحقیقات نشان داده که متغیرهای بسیاری مانند ارزش‌ها، باورها؛ دانش، نیازها و انگیزه‌ها، نگرش‌ها و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در سازگاری و پایداری فعالیت‌های محیطزیست (دوستدار طبیعت) نقش دارند. نوآوری می‌تواند زمینه‌ساز کارآفرینی سبز و کسب و کارهای سبز باشد، رویکرد کارآفرینی سبز ناشی از نوآوری می‌باشد و پایداری و مزیت رقابتی برای شرکت به‌همراه دارد و پایداری زیربنای راهبرد در تصمیم‌گیری‌های کسب و کار می‌باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر کارآفرینی سبز بر عملکرد سازمان جهاد کشاورزی در استان مازندران می‌باشد. با توجه به نتایج پژوهش تمامی فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تائید شد. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه تأثیر کارآفرینی سبز بر عملکرد سازمانی را تائید می‌کند (با توجه به‌اینکه ضریب تأثیر با مقدار ۰/۹۳ و مقدار بحرانی برابر با ۱۲/۸۷۳ است، ارتباط این دو متغیر مثبت و مستقیم است. به‌عبارت‌دیگر، اگر کارآفرینی سبز افزایش یابد، عملکرد سازمانی نیز مثبت خواهد بود و بالعکس). بنابراین کارآفرینی سبز بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. از طرفی، بر اساس نتایج مدل مفهومی پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار می‌باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش

1- Goodness of Fit Index (GFI)
2- Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

مندعلی‌زاده و همکاران (۲۴)، عباسی و همکاران (۲۵)، فردوسی و همکاران (۲۶)، شاون و همکاران (۲۷) و چن (۲۸) همخوانی دارد. نتایج پژوهش‌های مذکور هریک به‌نوعی مؤید این امر بودند که کارآفرینی و کارآفرینی سبز مزایایی را برای سازمان به‌همراه خواهند داشت که در پژوهش حاضر نیز به عملکرد سازمانی پرداخته شده است.

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان استنباط نمود که کارآفرینی سبز یک پدیده‌ی ارزشمند در بهبود عملکرد سازمان است، که هنوز به‌طور گسترده در سازمان‌ها آن طور که شایسته است مورد توجه واقع نشده است. هدف اصلی کارآفرینی سبز تولید محصولات سازگار با محیطزیست در طی فرآیند تولید است؛ اما امروزه سازمان‌ها در فرآیندهای کاری خود کمتر به این مورد توجه نمودند. بنابراین فعالان محیطزیستی معتقدند که توسعه اجتماعی وابستگی زیادی به فعالیت‌های سازمان‌ها دارد زیرا از طریق فعالیت‌هایی مانند توسعه‌ی محصول، ایجاد انگیزش کاری برای کارکنان، معرفی روش‌های بدیع و نو می‌توانند به توسعه اقدامات کارآفرینی سبز کمک نمایند. با توجه به اینکه گرایش کارآفرینی سبز و عملکرد شرکت رابطه معنی‌داری با یکدیگر دارند. بدین معناست که در محیط پویا افراد کارآفرین موفقیت بیشتری کسب خواهند نمود. لذا درک و بررسی جنبه‌های خاص پویایی نظیر سرعت تغییر، پیچیدگی، ابهام و غیرقابل پیش‌بینی بودن باید در زمینه پویایی مورد توجه قرار گیرند و عدم توجه به محیط پویا سبب خواهد شد تا شرکت‌های غیرکارآفرین در شناسایی نیازهای مشتریان، حفظ و جذب آنان، رقابت‌پذیری با سایر شرکت‌ها، میزان پیشرفت و استفاده از فن‌آوری با شکست مواجه شوند. از جمله محدودیت‌های پژوهش افق زمانی پژوهش که به‌صورت مقطعی بوده است نه تداومی و از یافته‌ها نمی‌توان به استنتاج علّی دست یافت. بنابراین، دست‌یابی به این امر مستلزم آن است که پژوهش به دفعات و زمان‌های مختلف صورت پذیرد. در پژوهش‌های آتی محققین می‌توانند با استفاده از دیگر روش‌های گردآوری اطلاعات نظیر مصاحبه با صاحب‌نظران، برای کسب اطلاعات بیشتر و ارزشمندتر استفاده کنند. هم‌چنین می‌توان با بررسی ابعاد کارآفرینی و بررسی میزان تأثیرات آن، به مدیران برای بالا بردن مهارت‌های خود کار کنند. همچنین؛ با توجه به عدم وجود مطالعات منسجم در رابطه‌ی بین کارآفرینی سبز و عملکرد سازمانی پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی پژوهشگران بیشتر به این حوزه بپردازند.

بر اساس یافته‌ها پیشنهاد می‌گردد برنامه‌های آموزشی مناسب به‌منظور افزایش آگاهی مردم و ایجاد نگرش مثبت نسبت به محصولات سبز در میان شهروندان اجرا شود. نگرش مثبت می‌تواند به‌قصد خرید محصولات سبز منجر شود.

افرادی که اهمیت زیادی برای رفتارهای محیطزیستی قائل می‌شوند، می‌توانند هدف بسیار مهمی برای اقدامات مطلوب محیطزیستی و خصوصاً کارآفرینی سبز باشند. این افراد اهمیت زیادی برای فعالیت‌های محیطزیستی مختلف قائل می‌شوند و این فعالیت‌ها را انجام می‌دهند. با شناسایی این افراد، می‌توان کلیه‌ی برنامه‌های محیطزیستی (در حیطه‌ی کارآفرینی سبز) را روی آن‌ها پیاده‌سازی کرد، چراکه این گروه نسبت به سایر افراد استعداد بیشتری برای پذیرش این اقدامات مطلوب محیط زیستی دارند.

از آنجایی که جامعه‌ی آماری این تحقیق فقط از مدیران و کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان مازندران انتخاب شده و از این‌رو قطعیتی درباره تعمیم‌پذیری آن برای جوامع بزرگ تر وجود ندارد؛ لذا پیشنهاد می‌شود همین تحقیق در جوامع بزرگ‌تر مورد بررسی قرار گیرد. نتایج حاصل از مدل ساختاری و ارتباط میان متغیرهای پژوهش حاکی از آن است که هر چهار بُعد اجتماعی، اقتصادی، محیطی و پایداری، عملکرد سازمان را از منظر خلق دانش و منظر مالی به طور معنی‌داری تحت تأثیر قرار می‌دهد. لذا، شایسته است تا به این شاخص‌ها جهت تقویت کارآفرینی سبز در سازمان‌ها، خصوصاً سازمان جهاد کشاورزی توجه شود تا از مزایای حاصل از آن، به‌خصوص مزایایی مالی و خلق دانش بهره‌مند گردند. علاوه بر این، شایسته است تا پژوهش‌های آتی به عواملی بپردازند که منجر به تقویت جهت‌گیری کارآفرینی سبز در سازمان جهاد کشاورزی می‌گردند؛ که پیامدهای بسیاری همچون بقا، سوددهی، رشد و ... را برای سازمان به ارمغان خواهد آورد.

منابع

1. Hamdi, K., F. Ghaffari and A.H. depressants. 2011. Investigating the Factors Affecting the Purchasing Behavior of Young People (Case Study of Tehran). Journal of Marketing Management, 12: 42-22 (In Persian).
2. Shahnameh, A. and B. Good. 2012. Investigating the effect of selected factors on the intention to purchase green products. Marketing Management Magazine, 15: 130-105 (In Persian).
3. Ali, A., A.A. Khan, I. Ahmed and W. Shahzad. 2011. Determinants of Pakistani Consumers' Green Purchase Behavior: Some Insightsfrom a developing country. International Journal of Business and Social Science, 2(3): 217-226.
4. Somebody, H., A.S. Fathi and A. Sheikhs. 2006. Green Marketing is a Way to Stable Competition. Tadbir monthbook, 173: 43-29 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

5. Rehman, Z. and M.K. Bin Dost. 2013. Conceptializing green purchase intention in emerging markets: An empirical analysis on Pakistan. The 2013 WEI international academic conference proceedings. Turkey, 99-120.
6. Polonsky, K.Y., M. Jay and P.H. Rosenberger. 2001. Reevaluating green marketing: A strategic approach. Business Horizons, 44(5): 21-29.
7. Cherian, J. and J. Jacob. 2012. Green marketing: A study of consumers' attitude towards environmental friendly products. Asian Social Science, 8(12): 117-126.
8. Hull, C. E. and S. Rothenberg. 2010. Firm performance: the interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation. Strateg Manage J, 29(89): 781-789.
9. Nikolaoua, E.I., D. Ierapetritis and K.P. Tsagarakis. 2012. 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.
10. Roth, D.F. 2012. The elusive and expensive green job. Jornal of Energy Economics, 34(1): 43- 52.
11. Aceleanu, M.I. 2016. Sustainability and Competitiveness of Romanian Farms through Organic Agriculture. Sustainability, 8(3): 245.
12. Semrau, T., T. Ambos and S. Kraus. 2017. Entrepreneurial orientation and SME performance across societal cultures: An international study. Journal of Business Research, 51.
13. Hosni Functions, A.S., M.F. Kazemi and Y. Skill. 2013. The Effect of Environmental Uncertainty on Organizational Innovation: Explaining the Role of Organizational Structure as an Interventive Variable. Resource Management Research, 4(3): 91-67 (In Persian).
14. Kaushik, U. 2012. Entrepreneurship. Jaipur, India: Global Media, 48 pp.
15. Gibbs, D. 2010. Sustainability Entrepreneurs, Ecopreneurs and the Development of a Sustainable Economy. Greener Management International, 55: 63-78.
16. O'Neill G.D., J.C. Hershauer and J.S. Golden. 2010. The Cultural Context of Sustainability Entrepreneurship. Green Management International, 55: 33-46.
17. Tilley, F. and W. Young. 2009. Sustainability entrepreneurs: could they be the true wealth generators of the future? Greener Management International, 55: 79-92.
18. Trance, B. 2013. Positive and negative aspects of wellbeing: Common and specific predictors. Personality and Individual Differences, 43: 277-287.
19. Kenny, L. 2010. The effect of social network usage on organizational identification", Journal of Marketing Research, 3(4): 82-97.
20. Sheikhzadeh, R.A. 2009. A Model of Performance Management in mission based organizations. Human Resource Management Researches, 1(2): 57-83 (In Persian).
21. Harris, M. and F. Moss Holder. 2006. Selecting Employees for Global Assignment: Can Assessment center Measures cultural Intelligence, http://www.findarticles.com
22. Chenari. V. and S.A. Mousavi. 2016. Investigating the effect of organizational climate on perceived organizational performance with the role of mediating job satisfaction, Journal of new research in management and accounting, 3(15): 1-16 (In Persian).
23. Rezaei, B., N. Naderi and Q. Rustami. 2018. The Necessity of Green Entrepreneurship Development in Agriculture, Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 5(1): 1-16 (In Persian).
24. MandAli-Zadeh, Z., M. Ehsani and H. Kosehchian. 2015. Identification of Sustainable Entrepreneurship Indicators in Sports, New Approaches in Sport Management, 2(4): 35-21 (In Persian).
25. Abbasi, C., Gh.R. Enayati and M. Rastgar. 2012. Investigating the Effective Factors on Green Purchasing Behavior of Iranian Students (Case Study: Students of Islamic Azad University of Qazvin). Journal Researcher (Management Quarterly), 27: 49-35 (In Persian).
26. Ferdowsi, S., SH. Mortazavi and N. Rezvani. 2011. The Relationship between Environmental Knowledge and Environmental Protection Behaviors. Humanities Research Journal, 53: 266-253.
27. Shan, P., M. Song and X. Ju. 2016. Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link, Journal of Business Research, 69(2): 683-690.
28. Chen, L. 2013. A study of green purchase intention comparing with collectivistic (Chinese) and individualistic (American) consumers in Shanghai, China. Information Management and Business Review, 5(7): 342-346.
29. Olson, E.M., S.F. Slater, G. Tomas, M. Hult and K.M. Olsonb. 2018. The application of human resource management policies within the marketing organization: The impact on business and marketing strategy implementation, Industrial Marketing Management, 2(3):1-12.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]
[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]

Investigating the Role of Green Entrepreneurship Orientation in Increasing the Performance of Agricultural Jihad Organization

Akbar Bahmani[1], Seyed Mehdi Mousavi Davoudi[2] and Mehdi Vaezi[3]

1- Assistant Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran
2- Assistant Professor, Department of Management, University of Islamic Denominations, Tehran, Iran
(Coressponding author: mmousavi@mazaheb.ac.ir)
3- M.Sc. of Public Administration, Payame Noor Univerity, Expert of the Bureau of Islamic Councils of the City and Village Ministry of the Interior.
Received: Februrary 24, 2019 Accepted: May 8, 2019

Abstract

The purpose of this study was to analyze the role of green entrepreneurship orientation in increasing the performance of Agriculture Jihad Organization. The present study is an applied research and included witin descriptive research method. In this research, green entrepreneurship has been considered as an independent variable and organizational performance as a dependent variable. The statistical population of this research includes 115 managers and employees of Mazandaran Agriculture Jihad Organization. According to Krejcie & Morgan table, the minimum number of sample size has been determined as 89 people that have been selected randomly. Further, standardized questionnaires have been used to gather necessary data. The reliability of the questionnaire has ben approved by Cronbach's alpha coefficienty; Moreover, combined reliability, has been confirmed by using convergent validity. Furthermore, the validity has been confirmed by content validity through the esperts idea about the questionnaire. Further, SPSS22 and AMOS22 softwares were used to analyzing the data and determining the correlation between variables. The results of the current study show that green entrepreneurship has a significant effect on organizational performance. Therefore, managers can take a practical step towards developing environmental activities considering the dimensions of green entrepreneurship and their institutionalization in the organization.

Keywords: Green Entrepreneurship, Organizational Performance, Agriculture Jihad Organization

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.10.1.7]

[DOI: 10.29252/jea.5.10.45]