



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد سوم، شماره اول، بهار ۱۳۹۵
<http://jead.gau.ac.ir>

بررسی موانع و چالش‌های توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

*بیژن رضایی^۱، دانیال کهریزی^۲ و هدا نجف‌پور^۳

^۱استادیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی کرمانشاه، ^۲دانشیار گروه اصلاح نباتات و زراعت،

^۳دانشگاه رازی کرمانشاه، ^۳دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱/۲۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۲/۲۹

چکیده

تحولات شگرف و گسترده‌ای که هر روزه در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی و حتی ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر جوامع رخ می‌دهد، موجب شده تا کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد اثربخش برای توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار شناخته شود. در این راستا نیاز به توسعه نسل جدیدی از کارآفرینان را مورد بررسی قرار دادیم که قادر هستند به شناخت و کسب مزیت از فرصت‌های کسب و کار سبز بپردازند. در کشورهای در حال توسعه، سرمایه‌گذاری در مشاغل سبز، آموزش کارآفرینی سبز می‌تواند کمک بزرگی به ایجاد اشتغال پایدار تلقی شود. اما بر سر راه کارآفرینی سبز در کشور به‌طور عام، و در بخش کشاورزی به‌طور خاص موانعی قرار دارد. هدف مقاله حاضر بررسی چالش‌ها و موانعی است که کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی ممکن است با آن‌ها مواجه باشد. برای این منظور، روش مطالعه کتابخانه‌ای - اسنادی مورد استفاده قرار گرفت و یک مرور ادبیاتی گسترده در موضوعات و زمینه‌های مربوطه انجام شد. نتایج مطالعه حاضر حاکی از آن است که موانع اقتصادی، موانع زیرساختی، موانع ترویجی - آموزشی، موانع فنی و مدیریتی و موانع حمایتی عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی می‌باشند. در پایان پیشنهادهایی جهت رفع موانع موجود بر سر راه توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی ارائه گردید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سبز، کسب و کار پایدار، موانع توسعه کارآفرینی سبز

*مسئول مکاتبه: rezaee61@yahoo.com

مقدمه

تا قبل از دهه هفتاد میلادی، در تمامی پروژه‌های توسعه، صرفاً دیدگاه اقتصادی و ایجاد درآمد و بازده اقتصادی بیشتر، مدنظر بود؛ در واقع بر این باور بودند که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش‌ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قلی شود. بنابراین تمامی مکاتب اقتصادی به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح نمودند، در این برهه‌ی زمانی تأکید صرف بر، استفاده بیش از حد کودهای شیمیایی و به کارگیری بی رویه آفت کش‌های شیمیایی به منظور افزایش سود و میزان تولید بود (ملاحسینی، ۱۳۹۰). به کارگیری این شیوه تولید، منجر به پیامدهای منفی ناگواری برای بخش کشاورزی گردید. همین امر سبب شد تا در دهه هفتاد میلادی این ذهنیت در افکار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه مطرح شود، که این‌گونه روند رشد اقتصادی، در نهایت منجر به تخریب محیط‌زیست، نابرابری اجتماعی، کاهش منابع و ... می‌شود و جبران این معضلات در دراز مدت موجب ضررهای فراوان اقتصادی خواهد شد (خلجی و همکاران، ۱۳۹۰).

بررسی آمار جهانی نمایانگر آن است که در سال‌های ۱۹۹۸ میلادی حدود یک میلیارد و هشتصد میلیون کودک در کشورهای در حال توسعه (به جز کشور چین) در اثر مبتلا به بیماری‌های ناشی از آلودگی آب و مواد غذایی، جان خود را از دست داده‌اند و در کشورهای توسعه یافته هر سال از هر سه نفر، یک نفر مبتلا به بیماری‌های ناشی از آلودگی‌های مواد غذایی می‌شوند (صفایی، ۱۳۸۹). در پی چنین شرایطی، برنامه‌ریزان و توسعه‌گران به دنبال یافتن راه‌حل‌های خروج از این بحران رفتند، یکی از مهمترین راه‌حل‌هایی که مورد توجه آن‌ها قرار گرفت، استفاده از ملزومات کارآفرینی سبز در کشاورزی به‌جای کشاورزی تجاری مبتنی بر سود بود. این نوع کشاورزی، اهداف توسعه پایدار کشاورزی را دنبال می‌کند و منجر به کاهش مصرف نهاده‌های غیرطبیعی، کود و سموم شیمیایی، مواد نگهدارنده سنتز شده و داروهای شیمیایی می‌شود. مطالعات انجام شده در این زمینه نمایانگر آن است که روند استقبال جهانی، به خصوص کشورهای توسعه یافته از کارآفرینی سبز امید بخش می‌باشد؛ از جمله دلایل آن می‌توان به افزایش نگرانی‌ها در مورد آلودگی منابع پایه، سلامت غذا، انسان و حیوانات اشاره کرد البته با توجه به در نظر گرفتن افزایش سود و حفظ منافع کارآفرین با بالا بردن کیفیت همراه با افزایش تولید محصولات می‌باشد علاوه بر مزایای زیست محیطی و اقتصادی، کارآفرینی سبز از

لحاظ اجتماعی نیز منافع زیادی به همراه دارد از جمله به دلیل استفاده از نهاده‌های ارزان و غیر وارداتی و نیز تکیه بیشتر به نیروی کار، فرصت‌های شغلی را افزایش می‌دهد. همچنین کارآفرینی سبز شیوه‌ها و غذاهای سنتی را احیا می‌کند و در تقویت انسجام اجتماعی نقش مؤثری دارد (مافی، ۱۳۸۷).

از این رو بررسی موانع و چالش‌ها، چگونگی مقابله با این مشکلات و تغییر و اصلاح راهبردهای توسعه با هدف مدیریت پایدار منابع تولید، اصلاح روش‌های مدیریت تولید بر اساس شرایط اکوسیستم، بهره‌وری تولید، امنیت و سلامت غذا در قالب کلی توسعه پایدار کشاورزی تعریف شده است که تحقیق این فرایند در بخش توسعه کارآفرینی کشاورزی به عنوان مهم‌ترین بخش تولید کننده غذا الزامی و از ضروریات توسعه کارآفرینی سبز به شمار می‌رود. در این نهضت فراگیر، کارآفرینی سبز در کشاورزی، نماد امنیت و سلامت غذا، سودمندی اقتصادی، عدالت اجتماعی، حافظ محیط زیست و بهره‌وری در مصرف تولید در توسعه کشاورزی به شمار می‌رود. هدف عمده مقاله حاضر هم آن است تا بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای- اسنادی، به بررسی موانع و چالش‌های موجود در زمینه توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی بپردازد. برای تحقق این امر سعی شده تا از نظرات و عقاید پژوهش‌گران مختلف در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه متناسب با مباحث مطرح شده، استفاده گردد.

مفهوم کارآفرینی سبز^۱: کارآفرینی سبز را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: کسب و کاری که کالا و خدماتی را فراهم می‌کند که به حرکت در اقتصاد کمک کند و منجر به کاهش کربن و راندمان بیشتر منابع شود. کارآفرینی سبز شامل کسب و کارهایی در بخش محیط‌زیست (از جمله بازیافت، مدیریت مواد زائد، مشاوره در زمینه کمک به محیط‌زیست و نظارت بر سازمان‌های فعال در عرصه محیط زیست)، فن‌آوری‌های مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر (از جمله باد، موج، حرارت مرکزی زمین) و سوخت‌های جایگزین می‌باشد. کسب و کارهای سبز مشاغلی‌اند که در فعالیتهای اقتصادی درگیرند و به حفاظت یا بازیابی محیط‌زیست و یا حفظ منابع طبیعی کمک می‌کنند (Roth, 2012). جنبش کارآفرینی سبز را می‌توان عملاً در هر کشوری در سرتاسر دنیا یافت. در بریتانیا، یک گزارش، پارلمانی بیان می‌کند که انتقال به اقتصاد سبز نیازمند بهتر شدن کل اقتصاد است و همه کسب و کارها باید تا حدی "سبز" شوند. در استرالیا و نیوزیلند، کسب و کارهای سبز این‌گونه تعریف می‌شوند "مدیران،

کارکنان حرفه‌ای و مشاورانی که در سازمان‌های سبز کار می‌کنند یا مهارت‌ها و مسئولیت‌های سبزی درون سایر سازمان‌ها دارند (تحقیقات مرتبط انجام شده توسط موسسه محیط‌زیست استرالیا و نیوزیلند، ۲۰۰۹). سازمان بین‌المللی کار و برنامه محیط‌زیست ملل متحد کسب و کار سبز را چنین تعریف کرده‌اند: فرصت‌های شغلی در کشاورزی، صنعت کارخانه‌ای، ساخت و ساز، تاسیسات، تعمیر و نگهداری و فعالیت‌های علمی و فنی، مدیریتی و خدماتی که به طور اساسی در حفاظت و احیای محیط‌زیست نقش دارند (سازمان بین‌المللی کار، ۲۰۱۱). دین و مکمیلان کارآفرینی سبز را به‌عنوان فرایند تعیین و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی که در بازار سازگار با محیط رو به شکست‌اند، می‌دانند. مشابهاً کوچن (۲۰۰۹) پیشنهاد می‌کند کارآفرینی سبز را می‌توان به عنوان عمل شروع کسب و کار جدید در پاسخ به یک فرصت شناخته شده برای دستیابی به سود و ایجاد (حداقل‌سازی) اثر جانبی زیست‌محیطی مثبت (منفی) تعریف نمود.

اصول زمینه‌ای لازم برای توسعه کارآفرینی سبز در مشاغل: از ابزارهای مهم که برای توسعه کارآفرینی سبز در مشاغل لازم است و می‌تواند بر تقاضای محصول تأثیر گذارند شامل محصول، قیمت، ترویج و توزیع می‌باشد.

محصول سبز: مهمترین عامل در کارآفرینی سبز که باید به آن توجه شود، محصول است. محصول سبز به حفظ محیط طبیعی و کاهش یا حذف استفاده از مواد آلوده کننده و ضایعات کمک می‌کند. ویژگی‌های محصولات سبز در دو طبقه کلی جای می‌گیرند. نخست آن‌هایی که به تأثیرات اجتماعی و محیطی محصول یا خدمت مربوط است. گروه دوم ویژگی‌ها، به فرایند تولید کالا و شرکت تولید کننده آن مربوط هستند (Borin et al., 2011).

قیمت سبز: قیمت عامل بحرانی و مهم عرضه محصولات سبز است. محصولات سبز اغلب قیمتی بالاتر نسبت به کالاهای سنتی دارند. اغلب آن‌ها هزینه‌های ابتدایی و خروجی بالاتری دارند اما هزینه‌های بلند مدت آن‌ها کمتر است. اکثر مصرف‌کنندگان تنها در صورتی حاضر به پرداخت قیمت بالاتر هستند که ارزش افزوده محصول را دریابند. محصولات سبز باید با حفظ تعادل بین هزینه‌های پرداختی مشتری و رضایت کسب شده برای پرداخت بیشتر به خاطر امنیت محیطی باشد (Polonsky and Rosenberger, 2009).

ترویج و تبلیغ سبز: بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقاء فعالیت‌شان از مباحث زیست‌محیطی بهره می‌گیرند. اما به هر حال خود مفهوم ارتقاء، یکی از حیطه‌های بحث برانگیز زیست‌محیطی است. تبلیغات سنتی از این جهت که تنها با تأکید بر عرضه محصولات سبز تلاش دارند مسائل پیچیده زیست‌محیطی را کاهش دهند، مورد انتقاد قرار می‌گیرند (Polonsky and Rosenberger, 2009).

توزیع سبز: زنجیره عرضه چارچوبی برای رسیدن به یک مزیت رقابتی پایدار برای تمام بخش‌های درگیر است. زنجیره عرضه سبز اخیراً بوسیله قوانین محیطی برای شرکت‌های تولیدکننده سبز و فعالان زنجیره عرضه که مشتاق توسعه فعالیت‌های دوستانه زیست‌محیطی هستند ایجاد شده است، توزیع سبز باید با کاهش آلودگی و نگهداری منابع در انتقال محصولات به بازار همراه باشد (Chang et al., 2008).

کارآفرینی سبز: حال و آینده (تجارب سایر کشورها): یکی از دغدغه‌های عمده کشورهای پیشرفته دنیا که بزرگ‌ترین تخریب‌کنندگان محیط زیست به حساب می‌آیند، بهبود وضعیت موجود و حرکت در مسیر حفظ محیط‌زیست است. یکی از راهکارهای عمده که با استقبال عمومی کشورهای پیشرفته و سایر کشورهای قرار گرفته است، توسعه کارآفرینی سبز است. کسب و کارهایی که وظیفه آنها، جلوگیری از تخریب محیط‌زیست و حمایت از آن می‌باشد. هر یک کشورهای پیشرفته برای توسعه کسب و کارهای سبز اقدامات خاصی را اتخاذ نموده‌اند به همین منظور ۵ کشور پیشرفته که در زمینه توسعه کارآفرینی سبز پیشتاز نیز بوده‌اند شناسایی شدند. این کشورها عبارت‌اند از چین، ایالات متحده امریکا، آلمان، ژاپن و استرالیا.

۱- **تجربه کشور چین:** بر اساس گزارش سالانه کلین آج^۱، چین در سال ۲۰۱۵ توانست بیشترین رشد را در توسعه کسب و کارهای سبز داشته باشد و از این حیث از کشورهای پیشرفته‌ای همچون ایالات متحده، آلمان و ژاپن پیشی گرفت. چین توانست با توسعه صنعت بر اساس انرژی خورشیدی و سایر انرژی‌های پاک، مشاغل سبزی را ایجاد نموده و از این طریق به حمایت از محیط زیست پردازد (Libo, 2014). یکی از مهمترین دستاوردهای چین در کسب و کارهای سبز، استفاده از پنل‌های خورشیدی برای ایجاد روشنایی در کارخانه‌ها و فروشگاه‌های این کشور است. بدین ترتیب که تولید این پنل‌های خورشیدی هم جزء کسب و کارهای سبز به حساب می‌آید و هم استفاده آن‌ها در سایر اماکن موجب بهبود مصرف انرژی و جایگزینی آن با انرژی خورشیدی می‌شود که از اهداف نهایی

مشاغل سبز می‌باشد (Drcsc, 2013). یکی از عوامل مؤثر در این حرکت سریع و بی‌وقفه، حمایت دولت چین می‌باشد. دولت چین در سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۴، مبلغ ۳۴/۶ میلیارد دلار صرف توسعه اقتصاد کم کربن^۱ نموده است (Libo, 2014). اقتصادی که در آن محور توسعه، مصرف انرژی‌های سوختی و کربنی نباشد بلکه از انرژی‌های تجدیدپذیر مانند انرژی خورشیدی یا باد یا غیره برای توسعه آن استفاده شود. مبلغ سرمایه‌گذاری شده در چین دو برابر مبلغی است که دولت امریکا برای توسعه کسب و کارهای سبز سرمایه‌گذاری کرده است. در توسعه کسب و کارهای سبز، در کشور چین، شاهد عمل واقعی هستیم نه شعارهای تبلیغاتی و ادعاهای فریبنده. بدین ترتیب آنچه باید از چین آموخت سرمایه‌گذاری‌های دولتی و تسهیل توسعه زیرساخت‌ها برای توسعه اقتصاد مبتنی بر مصرف انرژی‌های تجدیدپذیر می‌باشد.

۲- تجربه کشور امریکا: توسعه کسب و کارهای سبز در امریکا بر اساس آموزش مهارت‌ها و دانش مورد نیاز صورت گرفته است. دولت امریکا سعی در توسعه پایدار مفاهیم توسعه سبز بر اساس آموزش‌های کاربردی و مهارت‌های مورد نیاز نموده و اساس کار خود را توسعه دانش مورد نیاز آن قرار داده است (Boromisa et al., 2015). برخی از کسب و کارهای سبز نیاز به مهارت‌های خاص «سبز» یا دانش و برنامه‌های آموزشی مناسب دارند. دولت امریکا در راه اندازی و توسعه این مهارت‌ها بسیار فعال عمل کرده است. البته این فعال بودن به قدرت دانشگاه‌های امریکا بر می‌گردد. به عنوان مثال پرورش یک مهندس خورشیدی، مربی محیط‌زیست و یا یک باغبان با مهارت‌های شیمی آلی ۲۰ نیازمند آموزش‌های مناسب و کاربردی است. بدین ترتیب آنچه می‌توان از تجربه عملی کشور امریکا در توسعه مشاغل سبز آموخت، تمرکز بر دانش انباشته و مهارت‌های موردنیاز برای توسعه مشاغل سبز است.

۳. تجربه کشور آلمان: استفاده از قابلیت‌های سرمایه اجتماعی در دنیای امروزی بسیار سودمند می‌باشد. بسیاری از تکنولوژی‌های پیشرفته امروزی، شکل‌گیری و توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی را بیش از پیش میسر نموده است (Gil et al., 2013). موبایل‌ها و نرم‌افزارهای اتصال بی‌وقفه و دائمی، کانال‌های اطلاع رسانی و اشتراک مطالب و مفاهیم و خبررسانی‌های شبانه‌روزی، موجب شده است که تعاریف قبلی از مرزهای خصوصی افراد و حریم‌های شخصی به کلی عوض شود. استفاده از سرمایه

اجتماعی، شبکه‌سازی کسب و کارهای سبز و درگیر کردن کلیه بخش‌های جامعه با مفهوم سبز یکی از مهمترین تجاربی است که می‌توان از کشور آلمان آموخت. در آلمان، تقریباً تمام بخش‌های جامعه شامل تولیدکنندگان مواد غذایی، انرژی، حمل و نقل، آموزش و پرورش، دولت و بسیاری از شرکت‌های خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد، درگیر مفهوم کسب و کارهای سبز و توسعه اقتصاد سبز شده‌اند. این امر موجب شده است که مفهوم اقتصاد سبز به یک دغدغه اجتماعی بدل شود و توسعه آن از طریق کلیه فعالیت‌های روزمره توسط دولت و سازمان‌ها صورت پذیرد. سازمان‌ها و شرکت‌های بسیاری هستند که در حوزه توسعه اقتصاد و کسب و کارهای سبز فعالیت می‌کنند و نام بردن همگی آن‌ها تقریباً غیرممکن می‌باشد. بنابراین توسعه این مشاغل نیز به عهده یک گروه خاص نیست و با اهمیت دادن به مفهوم آن در کل سیستم، یک شبکه گسترده به وجود می‌آید که وظیفه خود را بهبود مصرف انرژی و جایگزین نمودن روش‌های قبلی مصرف انرژی و برخورد با طبیعت، با روش‌های تعریف شده در شبکه می‌داند. این امر موجب می‌شود که همه افراد و بخش‌های جامعه، توسعه اقتصاد سبز را وظیفه خود بدانند و آن را به یک حرفه یا سازمان خاص محدود ننمایند. بدین ترتیب یک فراگیری عمل به وظیفه اجتماعی در جامعه به وجود می‌آید که بسیار ارزشمند است. همچنین با استفاده از مطالعات صورت گرفته، مشخص شد که در آلمان سیستم تعرفه‌های گمرکی برای واردات و صادرات مواد وجود دارد (Boromisa et al., 2015). سیستم تعرفه‌های گمرکی موجود با حمایت از محصولاتی که از اصول سبز پیروی کرده‌اند، تعرفه‌های کمتری را نسبت به محصولاتی که از استانداردهای وضع شده برای توسعه اقتصاد سبز تبعیت نکرده‌اند، می‌پردازند و این امر موجب می‌شود که انگیزه بالایی برای تولیدکنندگان و همچنین خریداران ایجاد شود. با همین روش، آلمان به بزرگترین بازار انرژی خورشیدی و محصولات مرتبط با آن تبدیل شده است. بدین ترتیب شبکه‌سازی کسب و کارهای سبز و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی و وضع تعرفه‌های گمرکی پایین‌تر برای محصولات سبز، تجربه بسیار سودمندی است که می‌توان از کشور آلمان الگو برداری نمود.

۴- تجربه کشور ژاپن: پیش‌بینی می‌شود تعداد کسب و کارهای سبز در ژاپن تا سال ۲۰۲۰ به ۴,۴ میلیون شغل برسد (Nahmo, 2010). این در حالی است که در سال ۲۰۱۵ تعداد کسب و کارهای سبز در این کشور نزدیک به ۲/۲ میلیون شغل بوده است. در حقیقت این کشور قصد دارد تا ۵ سال آینده تعداد کسب و کارهای سبز را دو برابر نماید. آنچه که موجب این رشد چشمگیر در تعداد

مشاغل سبز شده، «استراتژی توسعه سبز» در کشور ژاپن است. این استراتژی برگرفته از عزم دولت و ملت ژاپن برای حل مشکلات زیست محیطی است که در قالب یک سند چشم‌انداز و استراتژی عملیاتی و کاربردی طراحی شده است. بدین ترتیب برنامه‌ریزی‌های دولت و حمایت مردمی از آن موجب شده است که توسعه کسب و کارهای سبز در این کشور با رشد بالایی به هدف محقق شده در برنامه استراتژیک نزدیک شود. در این استراتژی ابزارهای تحقق اهداف، مانند همکاری وزارتخانه‌ها، تدوین برنامه‌های عملیاتی، اختصاص بودجه مناسب، گسترش گام به گام، مطالعه گسترده و پژوهش درباره مشاغل سبز و امکان توسعه آن‌ها دیده شده است (Kubota, 2014). همچنین یکی از موضوعات بسیار مهم مطالعه که توسط وزارت محیط‌زیست کشور ژاپن صورت گرفته است، بررسی ظرفیت بازار ژاپن برای مشاغل سبز است. به این معنی که دولت ژاپن قصد ندارد با اتکا به جبر کسب و کارهای سبز را تولید نماید، بلکه با مطالعه بازار ژاپن، سعی دارد ابتدا روی تقاضا برای کسب و کارهای سبز تمرکز نماید و پس از آن روی عرضه این مشاغل کار کند. با این عمل، کارآفرینی پایدار ایجاد خواهد شد. وزارت محیط‌زیست هر ۶ ماه مطالعه‌ای را روی حجم تقاضای بازار برای کسب و کارهای سبز انجام می‌دهد و بر اساس داده‌هایی که جمع‌آوری می‌نماید، میزان رشد و تخمین این میزان در آینده را برآورد می‌کند. به‌عنوان مثال، در ۶ ماهه دوم سال ۲۰۱۱، برآورد ارزش تقاضای بازار در ژاپن ۶۵ میلیارد ین بررسی شد و که نسبت به شش ماهه اول سال ۲۰۱۱، تقریباً ۲/۵ درصد رشد را نشان داده است. در جدول بالا، در ستون سوم، میزان ارزش تقاضا واقعی و برآورد شده، نشان داده شده است. در بین کشورهای آسیایی، ژاپن و فیلیپین، تنها کشورهایی هستند که میزان ظرفیت تقاضای بازار در آن‌ها (رنگ قرمز)، بیشتر از میزان عرضه مشاغل سبز (رنگ آبی)، می‌باشد (Boromisa et al., 2015). عوامل کلیدی که می‌توان از ژاپن فرا گرفت، استراتژی منسجم توسعه و سیاست‌های تمرکز روی بازار برای کنترل تقاضا به‌جای عرضه است. این دو عامل می‌تواند تا حد زیادی به توسعه کسب و کارهای سبز منجر شود.

۵- تجارب کشور استرالیا: کشور استرالیا بر اساس مصوبات بنیاد حفاظت از استرالیا تقسیم‌بندی مناسبی را در حوزه‌های فعالیتی صنایع این کشور انجام داده است و با توجه به این تقسیم‌بندی، روی توسعه کسب و کارهای سبز تمرکز نموده است. تقسیم‌بندی صورت گرفته در حوزه‌های فعالیت در صنایع استرالیا به شرح زیر می‌باشد (ACTU, 2014). حوزه مربوط به انرژی‌های تجدیدپذیر، حوزه کارایی انرژی‌های مصرفی، حوزه سیستم‌های پایدار آب، حوزه مواد زیستی مواد مصنوعی یا طبیعی

مناسب برای استفاده به جای منبع انرژی، حوزه سازه‌های سبز و حوزه بازیافت ضایعات و دور ریختنی‌ها. طبق آمارهایی که در سال ۲۰۱۲ توسط بنیاد حفاظت از استرالیا منتشر شده است، ۱۱۲ هزار نفر کارمند یقه سبز در شش حوزه مشخص شده، در صنایع مختلف استخدام شده‌اند. حدود ۲۱ هزار نفر از این کارکنان دارای تخصص حرفه‌ای در زمینه محیط‌زیست و کشاورزی و امنیت و سلامت کار و محیط بوده‌اند. تجربه کشور استرالیا در توسعه کسب و کارهای سبز را می‌توان در حوزه‌بندی فعالیت‌ها و هویت‌بخشی به کارکنان سبز خلاصه کرد. تخصصی کردن فعالیت و حوزه‌بندی آن موجب می‌شود که صنایع مختلف، خود را در یکی از این حوزه‌ها جای داده و بر اساس آن، اقدام به استخدام کارکنان یقه سبز نمایند. هویت بخشی به کارکنان سبز و حمایت از مشاغل سبز به عنوان مشاغلی جدید، موجب افزایش اقبال عمومی صنایع به جذب و استخدام این کارکنان شده است.

کارآفرینی سبز و کشاورزی: آینده کارآفرینی سبز در حوزه غذا و کشاورزی نامشخص است. در بخش‌های کلیدی اقتصاد مانند انرژی‌های تجدیدپذیر و حفظ انرژی، توسعه مشاغل سبز بازی برد-بردی است که توسعه اشتغال و حفظ محیط‌زیست سودی مضاعف ایجاد می‌کنند. با این حال در کشاورزی، سناریوی مشاغل سبز نیازمندی سیاست مداخله‌ای برای غلبه بر مجموعه‌ای از موانع بزرگ است.

همچنین در آینده سهم جمعیت شاغل جهان در بخش کشاورزی کاهش شدیدی را نشان خواهد داد. در سال ۱۹۹۵ میلادی ۴۴/۴ درصد از جمعیت جهان از راه تولید محصولات کشاورزی و دامپروری گذران معیشت می‌کردند در حالی که در سال ۲۰۰۶، این مقدار به ۳۶/۱ درصد کاهش یافته است. علاوه بر این، کمبودهای جدی از لحاظ شاخص‌های کار شایسته در همه بخش‌های کشاورزی از خرده مالکان تا کارگران مزد بگیر وجود دارد. با این حال افرادی که بخشی یا تمام زندگی خود را با کشاورزی تأمین می‌کنند قابل توجه بوده و برای دهه‌های متوالی این وضعیت استمرار خواهد داشت. بنابراین هرگونه تلاش برای گسترش مشاغل سبز و شایسته تأثیر بزرگی بر تصویر کلی مشاغل شایسته خواهد داشت.

در عین حال، منافع اقتصادی مشاغل مرتبط با سیستم‌های تولید مواد غذایی محلی در کشورهای توسعه یافته در حال شفاف شدن است. سیستم‌های مذکور در حالی که ثبات اقتصادهای محلی کم می‌کنند که درآمد بیشتری را همزمان با کاهش گازهای گلخانه‌ای به وجود می‌آورند. مطالعات انجام شده در انگلستان، ایرلند، ترکیه و هند نشان می‌دهد که کشاورزی ارگانیک به طور معمول نیازمند

نیروی انسانی بیشتری در مقایسه با سیستم‌های متداول است. کاهش تکیه بر ماشین‌آلات و مواد شیمیایی در فرآیندهای کاشت و داشت موجب می‌شود تا نیروی انسانی بیشتری برای پوشش فعالیت‌هایی چون بذرکاری، پخش کود، وجین علف‌های هرز و تولید کمپوست نیاز باشد. دانش و مهارت‌های لازم برای کشاورزی ارگانیک موجب شده تا مکانیزاسیون در این شیوه کشاورزی به راحتی قابل بسط و گسترش نباشد (Shaharouna et al., 2006؛ میرهاشمی و همکاران، ۱۳۸۸).

پرداخت برای خدمات زیست‌محیطی (PES)^۱ می‌تواند مشاغل سبز بسیاری در آینده ایجاد کند و یا حداقل مکمل درآمد ساکنان مناطق روستایی، خرده مالکان و کارگران کشاورزی باشد. در این راستا طرح نظارت حومه‌ای در انگلستان برای کشاورزان، پیمانکاران و سایر گروه‌ها کسب و کارهای کود روستایی ایجاد نموده است. در آمریکای مرکزی و جنوبی شیوه‌های پرورش گیاه چوبی پایا به همراه دام^۲ در کشورهای وون کلمبیا، کاستاریکا و نیکاراگوئه برای حفظ جنگل‌ها موجب افزایش درآمد ۱۰ تا ۱۵ درصدی برای کشاورزان شده است. این مثال‌ها نشان می‌دهد که گرایش جهانی به سوی PES به ویژه در مواردی که اجرای آنها آثار عمومی به همراه دارد می‌تواند تعداد زیادی شغل ایجاد کند. نمونه بارز در این خصوص برنامه تأمین آب در آفریقای جنوبی است که موجب اشتغال به کار ۲۵۰۰۰ نفر نیروی کار شده که تا پیش از آن از بیکاری رنج می‌بردند.

به نظر می‌رسد پیشرفت‌های به وجود آمده در مدیریت منابع طبیعی پتانسیل ایجاد مشاغل سبز را دارند. اجرای طرح‌های آبخیزداری علاوه بر آن که نیازمند نیروی انسانی قابل توجه است یک ضرورت برای جلوگیری از تخریب مراتع محسوب می‌شود. همچنین سرمایه‌گذاری برای تجهیزاتی که قابلیت نگهداری آب و صرفه‌جویی در مصدر آن داشته باشند می‌تواند موجب اشتغال‌زایی در ساخت، نصب و نگهداری تجهیزات مورد نیاز گردد. بنابراین پتانسیل اشتغال سبز در کشاورزی و فعالیت‌های وابسته به آن بسیار قابل توجه است. تحقق کامل ظرفیت مذکور به قاطعیت و اثربخشی سیاست‌گذاران بستگی خواهد داشت بدین معنی که ضروری است در تلاش‌های خود برای ایجاد تغییرات اساسی به گونه‌ای عمل نمایند که روش‌های عملیاتی ناپایدار فعلی حذف و یا به حداقل ممکن برسد اما مشکلات زیست محیطی و اجتماعی کشاورزی در دنیای امروز به حدی است که آن را نیازمند یک اقدام فوری می‌سازد. با افزایش شدید قیمت مواد غذایی در بازارهای جهانی که منجر به گرسنگی و نزاع برای بقا

1- Payment for environmental services

2- Silvopastoral practices

شده نیاز برای تغییرات بنیادین بیش از پیش احساس می‌شود (ملک سعیدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ رزاقی بورخانی، ۱۳۸۹؛ سلطانهانی، ۱۳۹۰؛ علیدوستی شهرکی، ۱۳۹۰).

علی‌رغم مزایا و منافع که فعالیت‌های کارآفرینی سبز در بخش‌های مختلف تولیدی و همچنین بخش کشاورزی کشور دارد، اما موانعی وجود دارد که باعث ایجاد اصطحکاک در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه و تا حد زیادی مانع از رونق کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی می‌شود. لذا به تفصیل موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی در ذیل مورد بحث قرار گرفت.

موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

موانع اقتصادی: در راستای محدودیت‌های اقتصادی در جهت توسعه کارآفرینی سبز می‌توان موانعی همچون دشواری تشخیص محصولات سبز از دیگر محصولات توسط مصرف‌کنندگان، عدم بسته‌بندی‌های مناسب محصولات سبز، عدم عرضه محصولات سبز با برندهای تجاری مشخص، پرداخت نکردن هزینه بیشتر برای خرید محصولات سبز، نیازمند هزینه بالای سرمایه‌گذاری برای تولید محصولات سبز، شرایط نابرابری رقابت با سایر حوزه‌ها، کاهش تولید و درآمد با کشت محصولات سبز و خریداری محصولات سبز توسط دلانان به قیمت پایین‌تر را نام برد. نتایج تحقیقات محققانی مانند: پارالوپز (۲۰۰۵)، خالدی و وزین (۱۳۸۶)، نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰)، رویتنر و همکاران (۲۰۰۹) و خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، با این یافته‌ها همسو می‌باشد.

موانع زیرساختی: نبود یا محدودیت بازارهای مشخص برای فروش محصولات سبز، نبود سازمان یا شرکت مشخص برای نظارت و تأیید محصولات سبز، عدم خرید تضمینی محصولات توسط دولت در سطح استان، نبود چارچوب‌های نهادی مناسب برای حمایت از کارآفرینی سبز، نبود مقررات و استانداردهای خاص برای کنترل محصولات سبز، وجود قوانین و نظارت‌های سخت‌گیرانه در فرآیند کسب مارک محصولات سبز نبود وسایل مورد نیاز و کافی برای حمل و نقل و فروش محصولات تولید شده در بازارهای بزرگتر و عدم وجود سیستم‌های مکانیزه بسته‌بندی را می‌توان در غالب موانع زیرساختی نام برد. پارالوپز (۲۰۰۵) علت دوری کردن از کارآفرینی سبز را به‌طور عمده به عوامل زیرساختی نسبت داد. همچنین، نتایج تحقیقات نارایانان (۲۰۰۵)، نادعلی و رنجبر (۱۳۹۰)، استریت و

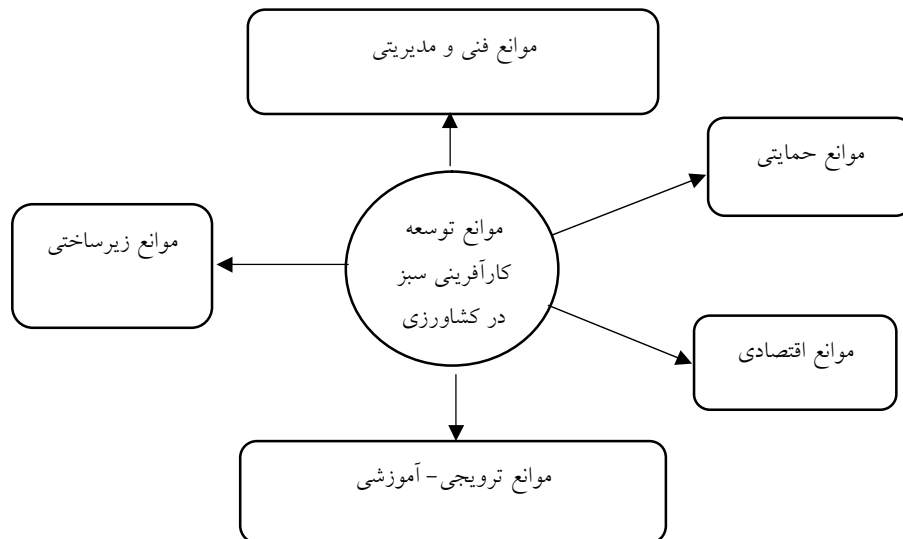
همکاران (۲۰۰۵) و خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، که اهمیت مسائل زیرساختی در توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی از جمله کشاورزی ارگانیک را مورد تأیید قرار داده‌اند از این یافته حمایت می‌کنند.

موانع ترویجی - آموزشی: موانعی همچون پایین بودن سطح دانش و اطلاعات کارشناسان کشاورزی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز، فقدان آموزش‌های رسمی و غیررسمی (پدل و لامپ کین، ۱۹۹۴)، پایین بودن سطح آگاهی و آشنایی مصرف‌کنندگان در مورد محصولات سبز، عدم آشنایی با فناوری تولید محصولات سالم و عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغ مؤثر در زمینه تولید و مصرف محصولات سبز (خالدی و وزین، ۱۳۸۶) و (غفوری، ۱۳۹۴) در ارتباط با موانع آموزشی و اطلاع‌رسانی قابل ذکر می‌باشد. همچنین، نتایج تحقیقات؛ لکاس و کامن (۲۰۰۸)، میدمور (۲۰۰۱) و ریموند و همکارانش در (۲۰۱۳) نیز به ضرورت دانش و اطلاعات برای توسعه کارآفرینی سبز (از جمله کشاورزی ارگانیک) در بین کشاورزی تأکید کرده‌اند و مطالب فوق را تأیید می‌کنند.

موانع فنی و مدیریتی: از جمله موانع فنی و مدیریتی توسعه کارآفرینی سبز مشکلات کنترل آفات و امراض محصولات به علت عدم استفاده از سموم شیمیایی (سمائی، ۱۳۸۷)، نیاز به مدیریت و نگهداری بیشتر و مناسب‌تر نسبت به تولید محصولات سبز در کشاورزی استریت و همکاران (۲۰۰۵)، عدم تولید و عرضه کافی حشرات و موجودات مورد نیاز برای مبارزه بیولوژیک، تولید و عرضه ناکافی محصولات سبز به نسبت رشد جمعیت (نادعلی و رنجبر، ۱۳۹۰)، نداشتن مهارت و دانش فنی برای تولید محصولات سبز (خالدی، ۲۰۰۷)، در دسترس نبودن زمین‌های حاصل خیز و مناسب برای کشت محصولات سبز و کمبود نیروی کار ماهر می‌باشد.

موانع حمایتی: محدودیت‌ها و موانع پشتیبانی و حمایتی همچون برگزار نشدن کلاس‌های آموزشی - ترویجی در زمینه مسائل مرتبط با کارآفرینی سبز، عدم ارائه خدمات مناسب توسط سازمان جهاد کشاورزی و سایر سازمان‌های مرتبط، نبود حمایت کافی از طرح‌ها و ایده‌های دانشجویی از سوی دانشگاه، عدم تمایل تشکل‌های تولیدی مثل اتحادیه‌ها به تولید محصولات سبز و انجام ندادن پژوهش‌های کاربردی در زمینه توسعه کارآفرینی سبز (کریمی و جوهری، ۲۰۱۳) توسعه کارآفرینی سبز را در هاله‌ای از ابهام قرار می‌دهد. نتایج مطالعات خالدی و امجدی (۱۳۹۰)، میدمور و همکاران (۲۰۰۱)، مرادی و همکاران (۱۳۹۰)، هاشمی‌نژاد و رضوانفر (۱۳۸۹) و اکبری ساری و همکاران

(۱۳۸۷) نیز از عدم حمایت از کشاورزان به عنوان مانعی در جهت توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی نام برده‌اند و این عوامل را تأیید می‌کنند.



شکل ۱- موانع توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی.

جمع‌بندی

امروزه کارآفرینی سبز به‌عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها شناخته شده است و توسعه آن می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی پایدار، کاهش مشکلات زیست‌محیطی، کاهش بیماری‌ها و امراض ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم و باروری بیشتر زمین‌های کشاورزی داشته باشد در چند سال گذشته گرایش و تحقیقات قابل توجهی به شناخت و آگاهی از عوامل تعیین کننده رشد سبز اختصاص یافته است. اما مبحث مهم و ارزشمندی که در این زمینه وجود دارد حمایت و توجه ویژه به کارآفرینان و فعالان اقتصادی است که از طریق تبدیل الگوها و پیش نمونه‌ها به محصولات ملموس تجاری، کارآفرینی سبز را محقق می‌سازند و برای تداوم فعالیت در عرصه اقتصاد سبز و ارائه محصولات سبز نیازمند حمایت‌ها و توجهات خاص هستند، بنابراین برای رفع چالش‌ها و موانع پیش‌روی توسعه کارآفرینی سبز، بایستی همه ارگان‌ها، سازمان‌ها، نهادهای دولتی و خصوصی

به آن توجه جدی نمایند. به عبارت دیگر این مقوله نیازمند عزم ملی می‌باشد. و مهمترین موانعی که بر سر مسیر پر فراز و نشیب توسعه کارآفرینی سبز وجود دارد که گاهی آن‌ها را برای رسیدن به هدف باز می‌دارد عبارتند از: موانع اقتصادی، موانع زیرساختی، موانع ترویجی- آموزشی، موانع فنی و مدیریتی و موانع حمایتی. با توجه به موانع شناسایی شده، در راستای بسترسازی و فراهم‌سازی یک محیط حمایتی برای توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی می‌توان سازوکارهای زیر را پیشنهاد داد:

- با توجه به نتایج حاصل شده از تحقیق برای توسعه کارآفرینی سبز باید ایجاد تشکلهای و انجمن‌های حامی برنامه‌های اجتماعی، تحقیق و توسعه مسئولیت اجتماعی و حفظ محیط زیست را در دستور کار قرار دهند.

- همچنین به منظور افزایش آگاهی عمومی پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی برای سطوح مختلف جامعه در راستای ارتقای سطح آگاهی آنان نسبت به واقعیت‌های زیست محیطی در استراتژی دولت و صنایع مختلف گنجانده شود.

- دستورالعمل‌های مناسب برای اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان کالاهای تولید شده محیط زیستی یا کالاهایی که قرار است در طی فرآیندهای کسب و کار سبز تولید شود تهیه کنند.

- تعریف استانداردها و گواهی‌های زیست‌محیطی مبتنی بر ارزیابی عملکرد مناسب صنایع برای تولید محصولات طبق استانداردهای تعریف شده از سوی سازمان‌ها دولتی مربوطه نیز می‌تواند بر توسعه کارآفرینی تأثیر مثبتی بگذارد.

- پیشنهاد دیگر این پژوهش آموزش کارآفرینان بالقوه و بالفعل و صاحبان و مدیران کسب و کار در زمینه موضوعات اساسی پایداری، در رابطه با فعالیت بنگاه؛ آگاهی بیشتر در این زمینه منجر به شکل‌گیری ایده‌های مؤثر برای حفاظت محیط‌زیست و همچنین طراحی و اجرای عملیات پایدارگرا می‌شود.

منابع

۱. اکبری ساری، م.، اسدی، ع.، اکبری، م.، فخارزاده، ا و سوختانلو، م. ۱۳۸۷. بررسی نگرش مصرف‌کنندگان و عوامل مؤثر بر پذیرش محصولات کشاورزی ارگانیک. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۳۹ (۱): ۱۴۴-۱۳۳.

۲. خالدی، م. و امجدی، ا. ۱۳۹۰. بررسی انگیزه‌ها و موانع تبدیل به کشاورزی ارگانیک: درس‌هایی از تجربه سایر کشورها، مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیرماه.
۳. خالدی، م. و وزین، س. ۱۳۸۶. نگرش کشاورزان متداول در خصوص موانع و انگیزه‌های تبدیل به کشاورزی ارگانیک. مجموعه مقالات دومین همایش ملی کشاورزی بوم شناختی ایران. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، ص ۱۶.
۴. خلجی، ف.، دانش شهرکی، ع و قجاوند، الف. ۱۳۹۰. کشاورزی ارگانیک راهی به سوی تولید محصولات غذایی سالم، مجموعه مقالات سومین جشنواره محصولات غذایی طبیعی و ارگانیک ایران، صص ۶۲-۵۹.
۵. رزاقی بورخانی، ف. ۱۳۸۹. کشاورزی ارگانیک راهکاری برتر در حفاظت از محیط‌زیست و دستیابی به توسعه پایدار. همایش ملی انسان، محیط‌زیست و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ص ۷.
۶. سلطانه‌خانی، ا. ۱۳۸۹. کشاورزی ارگانیک و نقش آن در ایجاد امنیت غذایی. فصلنامه شیرین بیان، ۱۶ (۴): ص ۳۴.
۷. سمائی، م. ۱۳۸۷. بررسی وضعیت تولید محصولات زراعی ارگانیک، مشکلات و ارائه راهکارها در راستای حمایت و ارتقای کشاورزی ارگانیک. دومین همایش ملی کشاورزی بوم شناختی ایران، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، مهرماه. ۱۳۸۶. ص ۱۳.
۸. صفایی، ح. ۱۳۸۹. مبانی و الزامات امنیت و سلامت در محصولات و فرآورده‌های کشاورزی، نثر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان میادین میوه و تره بار شهرداری تهران، دومین جشنواره معرفی محصولات کشاورزی طبیعی، سالم و ارگانیک.
۹. علیدوستی شهرکی، ن. ۱۳۹۰. فواید مصرف و مقایسه میزان ترکیبات پلی فنولی و ظرفیت آنتی اکسیدانی محصولات حاصل از کشاورزی شیمیایی و کشاورزی ارگانیک. همایش ملی صنایع غذایی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان. ص ۷.
۱۰. غفوری، ح. ۱۳۹۴. شناسایی پتانسیل مشاغل سبز در استان گیلان. همایش ملی کارشایسته و مشاغل سبز.

۱۱. کریمی، آ. و جوهری، ه. ۱۳۹۲. شناسایی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مورد بررسی: دانشکده‌های کشاورزی دولتی استان تهران، نشریه توسعه کارآفرینی. تهران، ۶ (۴): ۱۵۱-۱۶۷.
۱۲. مافی، ح. ۱۳۸۷. کشاورزی ارگانیک (مبانی پایداری در کشاورزی)، موجود در: <http://www.crop.blogeky.com>
۱۳. ملاحسینی، ح. ۱۳۹۰. تولید محصول سالم در ایران، چالش‌ها و راهکارها، مجموعه مقالات سومین جشنواره محصولات غذایی طبیعی و ارگانیک ایران، صص ۲۳۱ - ۲۲۱.
۱۴. مرادی، ژ، ح. حیدری، م.، عزیزی، و یعقوبی، ا. ۱۳۹۰. تحلیل جایگاه کشاورزی ارگانیک به عنوان بستر توسعه پایدار کشاورزی از دیدگاه کشاورزان (مطالعه موردی شهرستان‌های دیواندره و قروه)، مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیرماه.
۱۵. ملک سعیدی، ح؛ رضایی مقدم، ک. و آجیلی، ع. ۱۳۸۹. مطالعه دانش کارشناسان جهاد کشاورزی استان فارس در زمینه کشاورزی ارگانیک. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۶ (۲): ۶۱-۴۹.
۱۶. میرهاشمی، م.، کوچکی، ع.، پارسا، م. و نصیری محلاتی، م. ۱۳۸۸. بررسی شاخص‌های فیزیولوژیک رشد زنبیان و شنبليله در کشت‌های خالص و مخلوط مبتنی بر اصول کشاورزی زیستی (ارگانیک). مجله پژوهش‌های زراعی ایران، ۷ (۲): ۶۹۴.
۱۷. نادعلی، ه و رنجبر، ا. ۱۳۹۰. توسعه کشاورزی ارگانیک در کشور. اولین همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار. دانشگاه پیام نور استان خوزستان. اهواز. ص ۵.
۱۸. هاشمی‌نژاد، آ. و رضوانفر، ا. ۱۳۸۹. بررسی موانع و مشکلات کشاورزی ارگانیک از دیدگاه تولیدکنندگان محصولات ارگانیک شهرستان روانسر استان کرمانشاه، مجموعه مقالات شفاهی اولین کنگره چالش‌های کود در ایران: نیم قرن مصرف کود، ۱۰ و ۱۲ اسفند ماه.
19. ACTU (Australian Council of Trade Unions). 2014. Green Gold Rush: How Ambitious environmental policy can make Australia a leader in a global race for green jobs. Australian conservation foundation.
20. Boromisa, A.M., Tišma, S., and Raditya Lezaic, A. 2015. Green Jobs for Sustainable Development, Routledge Studies in Ecological Economics, New York: 109-137.

21. Borin, N., Douglas, C., and Krishnan, R. 2011. Consumer Effects of Environmental Impact in Product Labeling. *Journal of Consumer Marketing*, 28: 76–86.
22. Chang, J.H., Yeh Chung, H., and Tu Chia, W. 2008. Trust and Knowledge Sharing in Green Supply Chains, *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(4): 283-295.
23. DRCSC (development research center of the state council), World Bank. 2013. *China 2030. Building a modern, harmonious and creative society*, World Bank.
24. Kubota, N. 2014. *Green Employment: a Literature Survey for the Ministry of Environment, Japan*.
25. Gil, B.M., Sanchez Lopez, A.B., and Murillo, L.M. 2013. *Green Jobs and Related Policy Frameworks: An overview of the European Union*. Sustainlabour.
26. Khaledi, M., Gray, R., Weseen, S., and Sawyer, E. 2007. *Assessing the Barriers to Conversion to Organic Farming: An Institutional Analysis*, Department of Agricultural Economics University of Saskatchewan.
27. Libo, W. 2014. *Green Jobs in China: comparative analysis, potentials and prospects*. Friedrich Ebert Stiftung.
28. Lukas, M., and Cahn, M. 2008. *Organic agriculture and rural livelihoods in Karnataka, India*, 16th IFOAM Organic World Congress, Modena, Italy, A <http://organits.org/view/projects/conference.html>.
29. Midmore, P.S., Padel, H., Mccalman, N., Lampkin, H., Fowler, S., and Isherwood, J. 2001. *Attitude to organic Production: a survey of producers*, Unpublished final report to MAFF, Institute of Rural Studies, University of Wales, Aberystwyth, Aberystwyth.
30. Nahmo, G. 2010. *Green economics and green jobs. Implications for South Africa*. In Aravossis, K., and Berbbia, C.A., *Environmental Economic and Investment Assessment III*. Ashurst, UK: WIT Press: 257-269.
31. Narayanan, S. 2005. *Organic Farming in India relevance, Problems and constraints*. Department of Economic Analysis and research National Bank for Agriculture and Rural Development.
32. Raymond, N.F., Svendsen, E., Campbell, L.K. 2013. *From job training to green jobs: A case study of a young adult employment program centered on environmental restoration in New York City, USA*. *Journal of Urban Forestry and Urban Greening* 12: 287–295.
33. Roth, D.F. 2012. *The elusive and expensive green job*. *Journal of Energy Economics*, 34: 43–52.
34. Shaharoon, B., Arshad, M., Zahir, Z.A., and Khalid, A. 2006. *Performance of Pseudomonas spp. Containing ACC-deaminase for improving growth and yield of maize (Zea mays L.) in the presence of nitrogenous fertilizer*. *Soil Biology and Biochemistry*, 38(9): 2971-2975.

35. Sterrett, S., Groover, G.E., Taylor, D.B., and Mundy, K. 2005. Describing Organic Agricultural Production in.
36. Parra Lopez, C., and Calatrava Requena, J. 2005. Factors related to the adoption of organic farming in spanish olive orchards, Spanish Journal of Agricultural Research 3(1): 5- 16.
37. Padel, S., and Lampkin, N. 1994. Conversion to Organic Farming: An Overview. In The Economics of Organic Farming: An International Perspective, Wallingford, CAB International: 295- 313.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(1), 2016

<http://jead.gau.ac.ir>

An Investigation on barriers and challenges of Green Entrepreneurship Development in the Agricultural Sector

***B. Rezaee¹, D. Kahrizi² and H. Najafpour³**

¹Assistant Prof., Faculty of Social Sciences, Razi University of Kermanshah,

²Associate Prof., Dept. of Plant Breeding and Agriculture, Razi University of Kermanshah,

³M.A. Student Entrepreneurship, Razi University of Kermanshah

Received: 15/4/2016 ; Accepted: 18/5/2016

Abstract

Dramatic and wide developments are occurring daily in all areas of social life, and even values and culture of communities have led to recognition of entrepreneurship as an effective strategy for economic development and sustainable job creation. In this regard, we discuss the need to develop a new generation of entrepreneurs who are able to recognize and take advantage of green business opportunities. In developing countries, investment in green jobs and education of green entrepreneurship and business can be considered as a great help in order to create sustainable employment. But on the way of green entrepreneurship in the country in general, and in the agricultural sector specifically, there are obstacles. The purpose of the present article, An investigation on barriers and challenges of Green Entrepreneurship Development in the Agricultural Sector, That may be encountered. For the purpose of the study, secondary data was used. An extensive literature review was conducted on topics relevant to the research. The results of this study suggest that economic barriers, Infrastructure barriers, promotional and Educational barriers, Technical and Management barriers and supportive barriers in the agricultural sector are key obstacles to the development of green entrepreneurship. In the end, some recommendations for removing barriers to the development of green entrepreneurship in the agricultural sector are presented.

Keywords: Green Entrepreneurship, Sustainable business, Green Entrepreneurship Development Barriers

*Corresponding author: rezaee61@yahoo.com

