

## Investigating the green status of rural women's businesses in Rey county

Fattaneh Talebpour<sup>1</sup> | Hossein Shabanali Fami<sup>2\*</sup> | Ali Akbar Barati<sup>3</sup> |  
Muhammad Asef Shaiq<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Master student of Rural Development, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran

<sup>2</sup>Professor, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Email: hfami@ut.ac.ir

<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran

<sup>4</sup>Master student of Rural Development, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran

### Article Info

#### Article type:

Research Full Paper

#### Article history:

Received: 22/02/2022

Revised: 12/03/2022

Accepted: 11/04/2022

#### Keywords:

Rural businesses

rural women employment

Rural entrepreneurship

Green businesses

Green entrepreneurship

### ABSTRACT

The environmental challenges of businesses are one of the most important and worrying issues that currently all societies face. Rural businesses are not only an exception to this rule, but also have a significant position due to the greater connection and dependence of rural communities with the environment and natural resources. Therefore, the present study has assessed and analyzed the green status of rural women businesses. The statistical population included rural women with business in Rey county (246 people) and experts in this field (70 people). The sample size was determined using the Cochran's formula, including 202 rural women and 50 experts. A simple random sampling method was used to select the samples. Data collection tool was two researcher-made questionnaires and in addition to descriptive statistics, indexing method based on weighted average was used to analyze the data. The results of this study showed that the green index for the business of rural women in the study area is 2.77 (out of five) and most businesses are among the relatively to less green business, and only about 17% of businesses are green. In order to develop the green level of the rural women's businesses, it is necessary to support of the entry of young and more educated people in such businesses, supporting handicrafts business-based businesses that are inherently greener, and finally, to improve the green level of current businesses, emphasis should be placed on indicators such as the use of renewable energy, which are currently less considered.

Cite this article: Talebpour, F., Shabanali Fami, H., Barati, A.A., Asef Shaiq, M. 2022. Investigating the green status of rural women's businesses in Rey county. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 9 (1), 1-16.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/JEAD.2022.19982.1578

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

## بررسی وضعیت سبز بودن کسب‌وکارها در بین زنان روستایی شهرستان ری

فنا نه طب پور<sup>۱</sup> | حسین شعبانعلی فمی<sup>۲\*</sup> | علی اکبر براتی<sup>۳</sup> | محمد آصف شایق<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

۲. استاد گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، رایانامه: hfami@ut.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله:	امروزه چالش‌های محیط‌زیستی کسب‌وکارها یکی از مسائل مهم و نگران کننده‌ای است که کلیه جوامع با آن روبرو هستند. کسب‌وکارهای روستایی نیز نه تنها از این قاعده مستثنی نیستند، بلکه نظریه ارتباط و وابستگی بیشتر جوامع روستایی با محیط‌زیست و منابع طبیعی، از جایگاه شایان توجهی برخوردارند. از همین رو، تحقیق حاضر به سنجش و تحلیل وضعیت سبز بودن کسب‌وکارهای زنان روستایی پرداخته است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل زنان روستایی دارای کسب‌وکار در شهرستان ری (۲۴۶ نفر) و کارشناسان این حوزه (۷۰ نفر) بود که بر اساس فرمول کوکران ۲۰۲ زن روستایی و ۵۰ کارشناس به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده دو عدد پرسشنامه محقق ساخته بود و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها علاوه بر آماره‌های توصیفی از روش شاخص‌سازی مبتنی بر میانگین وزنی استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان داد که شاخص سبز بودن برای کسب‌وکارهای زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه ۲/۷۷ (از پنج) است و اغلب کسب‌وکارها در گروه کسب‌وکارهای نسبتاً سبز و کمتر سبز جای دارند و تنها حدود ۱۷ درصد از کسب‌وکارهای از نظر وضعیت سبز بودن مناسب هستند. در راستای توسعه شاخص سبز بودن کسب‌وکارهای زنان روستایی، لازم است تا در درجه اول زمینه ورود افراد جوان و تحصیل کرده به این قبیل کسب‌وکارها مهیا شده و از توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر مهارت‌های دستی که ذاتاً سبزتر هستند، حمایت شود و در توسعه کسب‌وکارها بر شاخص‌هایی مانند استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر که در حال حاضر کمتر مورد توجه هستند، تاکید گردد.
واژه‌های کلیدی:	
کسب‌وکارهای روستایی	
اشتغال زنان روستایی	
کارآفرینی روستایی	
کسب‌وکار سبز	
کارآفرینی سبز	

استناد: طب پور، ف.، شعبانعلی فمی، ح.، براتی، ع.الف.، شایق، م.آ. (۱۴۰۱). بررسی وضعیت سبز بودن کسب‌وکارها در بین

زنان روستایی شهرستان ری. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹ (۱)، ۱۶-۱.

DOI: 10.22069/JEAD.2022.19982.1578

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان



© نویسندگان.

## مقدمه

امروزه چالش‌های محیط زیست یکی از مسائل مهم و نگران کننده‌ای که کلیه جوامع از سطح محلی تا سطح جهانی با آن روبرو است. چالش‌های از قبیل گرمایش جهانی، کاهش منابع طبیعی، عدم کنترل مواد سمی، آلودگی آب و هوا و غیره که مشکلات بی‌شمار دیگری را با خود به همراه دارد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷). در سال‌های اخیر این مسایل به شدت در حال افزایش بوده و جامعه را به درک مفاهیم و اطلاعات مهمی وا داشته است. در واقع، توجه صاحب‌نظران به تغییرات و تهدیدات محیط‌زیست که اکثراً ناشی از فعالیت‌های انسانی بوده و همچنین ورود دولت‌ها و برخی سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ جهان جهت رفع این چالش‌ها باعث گردید تا جوامع به حل این مسئله و چالش بزرگ به چشم یک فرصت بنگرند و علاوه بر تلاش در جهت کاهش اثرات منفی و مخرب فعالیت‌های انسانی در محیط‌زیست و محافظت از آن، با ایجاد کسب‌وکارهای سبز به سوی رشد اقتصادی و معضل حل بیکاری و مسایلی از این قبیل پیش بروند (طاهری، ۱۳۹۷؛ هجری و ظهراپی، ۱۳۹۴؛ قلی‌پور و مظفری، ۱۳۹۷). به عبارت دیگر، در کنار بحران‌های مالی، مشکلات ناشی از محیط زیست و تحول در فناوری، به شکل‌گیری محیط‌های جدید برای کسب‌وکارهای سبز منجر شده است. زیرا کسب‌وکارها یکی از عوامل اصلی بروز یا تشدید کننده بیشتر مشکلات محیط‌زیستی شناخته می‌شود (Gifford, 1997; Hart, 1997). در واقع، این کسب‌وکارها کاهش دهنده مصرف انرژی و تولیدکننده پسماندهای کمتر و قابل بازیافت هستند. در نتیجه، آنها به کاهش هزینه بنگاه‌های اقتصادی و حفظ طبیعت و محیط‌زیست کمک کرده و اشتغالزایی بیشتر را به همراه دارد (آبدری و همکاران، ۱۳۹۶؛ احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۹۷). به عبارت دیگر،

کسب‌وکارهای سبز تأثیرات فعالیت‌های اقتصادی انسانی بر محیط‌زیست را تا حد مناسبی کاهش می‌دهند. نیاز اندک این مشاغل به انرژی فسیلی و مواد خام، منجر به کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای و همچنین زباله می‌شود (طاهری، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، می‌توان گفت که نوآوری سبز می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد کارآفرینی سبز و کسب‌وکارهای سبز بوده و کاهش اثرات مخرب زیست‌محیطی را در بر دارد (Zailani et al., 2014; Makower, 2012). رویکرد کارآفرینی سبز، ناشی از نوآوری بوده و پایداری و مزیت رقابتی برای شرکت به همراه می‌آورد و پایداری زیربنای راهبرد در تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار می‌باشد (Makower, 2012).

بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران اعتقاد دارند یکی از راه‌ها برای حفاظت از محیط‌زیست، ایجاد فرهنگ زیست محیطی در جامعه است و اشاعه فرهنگ زیست محیطی می‌تواند از طریق زنان آگاه صورت گیرد. عموم زنان به دلایل مختلف از جمله نقش آنها در اداره خانه و تربیت کودکان و نسل‌های آینده، فعالیت در امور کشاورزی و سابقه عضویت دیرینه در تشکل‌های سنتی محلی، می‌توانند سهم قابل توجهی در فعالیت‌های گروهی زیست‌محیطی و حفاظت از منابع طبیعی داشته باشند (صلاحی مقدم و نجف‌لو، ۱۳۹۲). اکنون صاحب‌نظران معتقدند که با بازنگری در دیدگاه‌های برنامه‌ریزی، باید توجه و تاکید ویژه‌ای به این قشر داشت. از این رو، بر اساس تغییر و تحول پدید آمده در دیدگاه‌های توسعه، در دهه‌های اخیر رهیافت‌های مشارکت زنان در توسعه مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته است. این مشارکت در تلفیق با ارتقای آگاهی زنان و دختران روستایی، به طور ویژه سبب می‌شود که نواحی روستایی نیز در حوزه توسعه، به صورت مکمل توسعه ملی و همگام با سایر بخش‌های جامعه عمل کنند (خانی و

فرایندهای جدید به مشتری، به‌طور قابل توجهی به کاهش اثرات زیست‌محیطی پی‌رزدازد (Lynn et al., 2013). با این وجود و اگرچه کسب‌وکارهای سبز می‌توانند نقش مهمی را در بهبود وضعیت اقتصادی و منابع درآمدی خانوارهای روستایی داشته باشند، تا کنون مطالعه‌ای در خصوص سنجش سطح سبز بودن کسب‌وکارهای روستایی و تدوین شاخص‌ها و نشانگرهای مطلوب در این زمینه چه در منطقه مورد مطالعه و چه در سایر مناطق کشور انجام نشده است. سنجش سطح سبز بودن کسب و کارها و ارائه راهکارهای مشخصی در این زمینه، بدون شک می‌تواند نقش قابل توجهی را در توسعه کسب‌وکارهای سبز در بین زنان روستایی ایفا کند. از این رو، این مطالعه با هدف قرار دادن همین موضوع در پی پاسخ به این سوال اصلی و کلیدی است که سطح سبز بودن کسب‌وکارهای زنان روستایی در شهرستان ری، از منظر ابعاد گوناگون اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی به چه میزان است؟ و مهمترین نشانگرهای سبز بودن برای کسب‌وکارهای زنان روستایی کدامند؟

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

امروزه اقتصاددانان روستایی، به این نتیجه رسیده‌اند که مناسب‌ترین راهبرد پاسخ‌گویی به چالش‌های مختلف از جمله اقتصادی، در مناطق روستایی تشویق روستاییان به شیوه کارآفرینی است. فلسفه بنیادی این نظریه بر این اساس بود که این فعالیت‌ها با ایجاد کسب‌وکار و یک نوع خود اشتغالی در جامعه محلی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روستایی گردد (Heriot, 2002). البته در دهه‌های اخیر تأکید خاصی بر پایداری توسعه شده است که پیدایش مفهوم کسب‌وکار سبز نیز حاصل همین تأکیدها بوده است. در این مطالعه منظور از کسب‌وکار سبز، شغل

همکاران، (۱۳۹۱). فعالیت‌های اقتصادی زنان، اگر چه بنیان و پایه استحکام خانواده‌ها و همین‌طور کمک به همسر در اداره هر چه بهتر امور در زمینه برنامه‌ریزی اقتصادی خانواده‌ها محسوب می‌شود. لذا، چه اموری که زنان به صورت مستقیم از آن کسب درآمد می‌کنند و چه انجام امور زندگی و رسیدگی به کارهای خانه، هر دو حاکی از نقش بسیار مهم آنان در پیش برد اهداف اقتصادی خانواده‌ها است. گرچه این نقش به دلایلی مانند نقش مردان آشکار نیست، اما این خود سبب نادیده گرفته شدن هرچه بیشتر زنان در اقتصاد خانواده می‌شود (چوبدار، ۱۳۹۵).

کسب‌وکارهای سبز اغلب از نوع کسب‌وکارهای کوچک بوده که خود یکی از عوامل مهم کاهش فقر، افزایش بهره‌وری و توان رقابت هستند (Bourouai, 2015). آنها با ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا، می‌توانند به رشد اقتصادی و توسعه روستا کمک کنند (Markantoni et al., 2013). همچنین، توسعه این قبیل فعالیت‌ها با تقویت تحولات و شبکه‌های اجتماعی، جهت‌گیری تجاری را بهبود می‌بخشد و با ایجاد کسب‌وکار و افزایش ارزش افزوده و ثروت، منجر به تحول روستا و توانمندی روستاییان می‌گردند (Morrison and Ramsey, 2019). البته باید توجه داشت که اگر چه ایجاد کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان وسیله‌ای برای تحریک توسعه روستایی محسوب می‌شود، اما با چالش‌های خاصی نیز مواجه می‌باشد (Omri and Bourouai, 2015) که این چالش‌ها را می‌توان به انواع فردی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی، ساختاری و محیطی (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۲) تقسیم‌بندی نمود. از سوی دیگر، نوآوری در کسب‌وکارهای کوچک باید به گونه‌ای باشد که به کاهش ضایعات و کاهش میزان مصرف مواد خام پی‌رزدازد و ضمن معرفی محصولات و

دهه‌های اخیر توجه به مفاهیمی از قبیل اقتصاد سبز، مدیریت سبز، کسب‌وکار سبز و کارآفرینی سبز به سرعت در حال افزایش است و پژوهش‌های زیادی در این زمینه صورت گرفته است (قلی‌پور و مظفری، ۱۳۹۷). حوزه کسب‌وکارهای سبز نیز از این قاعده مستثنی نیست، با این وجود مطالعات انجام شده در این زمینه بیشتر با تمرکز بر مطالعه چالش‌ها و الزامات کسب‌وکارهای سبز و مواردی از این قبیل بوده است (بختیاری، ۱۳۹۷؛ عالی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵؛ سادین و همکاران، ۱۴۰۰) که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهد شد. به عنوان مثال، Hasan et al. (۲۰۱۹) در مطالعه خود با بررسی زنجیره ارزش کسب‌وکار سبز نشان دادند که شیوه‌های تجارت سبز برای دنیای امروز یک ضرورت است. Ko et al. (۲۰۱۳)، با بررسی تاثیرات بازاریابی سبز در ایجاد وجهه شرکت در کسب‌وکارهای خرده فروشی نشان دادند که وجهه شرکت از سه بعد تشکیل شده است (مسئولیت اجتماعی، محصول و اعتبار شرکت) و بازاریابی سبز تاثیر مستقیم بر دو بعد مسئولیت اجتماعی و محصول داشته است. همچنین، به‌طور خاص عامل مسئولیت اجتماعی به عنوان یک واسطه نقش مهمی در تاثیر بازاریابی سبز بر محصول یا اعتبار شرکت داشته است. مطالعه Li et al. (۲۰۱۹) در چین نیز نشان داد که بین سطح توسعه صنعت سبز و نوآوری در این صنعت رابطه وجود دارد. به طوری که نوآوری می‌تواند به توسعه صنعت سبز و کاهش مصرف منابع، بهبود عملیات اقتصادی و کاهش آلودگی کمک کند. به عقیده آنها همکاری دولت و کسب‌وکارها در پیشبرد نوآوری در صنایع سبز مؤثر است. کریمی و نبوی چشمی (۲۰۱۹) نیز با مطالعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی سبز، تأثیر نوآوری سبز، فرهنگ سازمانی، مزیت رقابتی و مسئولیت اجتماعی و

شایسته‌ای است که ضمن تولید کالاها و خدمات (از طرق مختلف از جمله کاهش مصرف آب و انرژی و به حداقل رساندن آلودگی‌ها و پسماندها) نه تنها برای محیط‌زیست مضر نباشد بلکه سودمند نیز باشد. هدف کسب‌وکار سبز تلاش در جهت تحقق توسعه پایدار، برای کاهش خطر تغییرات آب‌وهوا و کاهش بهره‌برداری‌های نامناسب از منابع طبیعی است. توسعه کسب‌وکار سبز می‌تواند مبتنی بر دو بعد یا جنبه باشد. یک بعد شامل آن گروه از کسب‌وکارها است که با هدف ایجاد نوآوری و کسب مزیت رقابتی راه‌اندازی می‌شوند و بعد دوم در برگیرنده کسب‌وکارهایی است که هدف اصلی ایجاد و توسعه آنها جلوگیری از انتشار و تراکم آلودگی است. مانند سایت‌های کنترل آلودگی آب، هوا و خاک یا تصفیه‌خانه‌های فاضلاب که از جمله کسب‌وکارهای سبزی هستند که مبتنی بر ایجاد فرصت‌های جدید بازار برای ارائه خدمات محیط‌زیستی می‌باشند (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). لازم به توضیح است که در نظریه توسعه پایدار دستیابی به توسعه، مستلزم توجه به سه محور اصلی (اجتماعی، اقتصادی و محیطی) است. از میان این محورها، با توجه به چالش‌های پیش‌روی بشر، محور محیطی نگران‌کننده‌تر است. چالش‌هایی از قبیل گرمایش جهانی، تخریب ازن، کاهش منابع طبیعی، عدم کنترل مواد سمی، آلودگی آب‌وهوا، عدم کنترل مواد زاید و زباله، تغییرات اقلیمی و غیره که خود هزاران مشکل را به دنبال دارند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵). ایجاد کسب‌وکار سبز به میزان قابل توجهی می‌تواند به کاهش این چالش‌ها و دستیابی به توسعه پایدار کمک کند. در واقع کار شایسته و اشتغال پایدار پاسخی سازنده و ضروری به چالش‌های جهانی در خصوص عدالت اجتماعی، توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط‌زیست است. به همین دلیل، در

مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم نماید.

### مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از منظر گونه‌شناسی نوعی تحقیق پیمایشی است و راهبرد حاکم بر پژوهش کمی بود. از لحاظ هدف تحقیق، مطالعه حاضر در گروه تحقیقات کاربردی جای می‌گیرد و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها در گروه تحقیقات میدانی و از جنبه درجه کنترل متغیرها نیز در گروه تحقیقات غیرآزمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل دو گروه کارشناسان (کل کشور) و زنان روستایی سرپرست خانوار یا دارای سرپرست خانوار در کسب‌وکارهای مختلف (در سطح روستاهای شهرستان ری) بودند که براساس آخرین آمار موجود برای سال ۱۴۰۰، تعداد کارشناسان این حوزه عبارت بود از ۸۰ نفر و تعداد زنان روستایی سرپرست خانوار یا دارای سرپرست خانوار در کسب‌وکارهای مختلف نیز ۲۴۶ نفر بودند. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران (رابطه ۱) و برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد.

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2} \quad (\text{رابطه ۱})$$

با توجه به اینکه انحراف معیار متغیر سطح سبز بودن کسب‌وکارها در پیش‌آزمون معادل ۱/۵۵ محاسبه شد و بر اساس سطح خطای قابل‌پذیرش معادل ۰/۰۵ میانگین (یعنی ۰/۰۹) و سطح اطمینان ۹۵ درصد، اندازه نمونه مورد نیاز از بین جامعه زنان روستایی ۲۰۲ نفر تعیین گردید. همچنین، حجم نمونه برای جامعه کارشناسان نیز معادل ۵۰ نفر بدست آمد. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق دو عدد پرسشنامه محقق ساخته (پرسشنامه زنان و

محیط‌زیستی، عملکرد مالی شرکت‌ها را تعدیل می‌نماید. در میان مطالعات داخلی رضایی و همکاران (۱۳۹۵ و ۱۳۹۷) ضمن بررسی موانع توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی به این نتیجه رسیدند موانع اقتصادی، زیرساختی، ترویجی-آموزشی، فنی و مدیریتی و حمایتی از مهم‌ترین موانع‌ها هستند و به منظور گسترش و توسعه کارآفرینی سبز اقداماتی همچون ظرفیت‌سازی برای توسعه سرمایه‌گذاری‌ها و شرکت‌های کوچک مقیاس، ایجاد و تقویت بازارهای سبز، آموزش کارآفرینی برای جوانان و ایجاد آگاهی محیط‌زیستی در بین مدیران کسب‌وکارها لازم است افزایش یابد. عالی‌زاده و بهرامی (۱۳۹۶) نیز ضمن بررسی نقش زنان روستایی در ایجاد کسب‌وکار سبز نشان دادند که زنان روستایی پس از سپری کردن مراحل توانمندسازی و با ایجاد گروه، توسعه مشارکت اجتماعی، افزودن ظرفیت عاملیت تغییر، تولید صنایع دستی، ایجاد صندوق‌های خرد روستایی و تغییر الگوی کشت توانسته‌اند نقش مهمی در کاهش فقر و بیکاری و بازگشت مردان به روستا ایفا کنند. عبدالله‌زاده و شریف‌زاده (۱۳۹۳) نیز در مطالعه خود ضمن تأکید بر ضرورت پرداختن به پایداری در عرصه کسب‌وکار و کارآفرینی همسو با اصول ارزش‌های توسعه پایدار، پایدارگرایی در قالب کسب‌وکارهای سبز را یک ضرورت دانسته و عواملی نظیر نواقص بازار را به عنوان مانع یا پیش‌برنده کارآفرینی سبز معرفی نموده‌اند و ترویج پایداری در حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار را لازم و حیاتی دانسته‌اند.

با توجه به مرور مطالعات فوق، می‌توان گفت که توسعه کسب‌وکارهای سبز می‌تواند به راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار روستایی منجر شده و فرصت‌های

اجتماعی و محیط زیستی بود (جدول ۱). گویه‌ها یا نشانگرهای ذیل هر یک از ابعاد سه گانه فوق از طریق مرور پیشینه و مصاحبه نیمه‌ساختار یافته با کارشناسان خبره سازمان جهاد کشاورزی که تجربه کار در این حوزه را داشتند، استخراج شدند.

پرسشنامه کارشناسان) بود. این پرسشنامه‌ها جهت بررسی وضعیت سطح سبزی کسب‌وکار، و تعیین اهمیت و مقدار هر یک از شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی طراحی گردید که شامل سه گروه شاخص اصلی در هر یک از ابعاد اقتصادی،

جدول ۱- معیارها و زیرمعیارهای تعیین وضعیت سبز بودن کسب‌وکارهای روستایی و وزن آنها

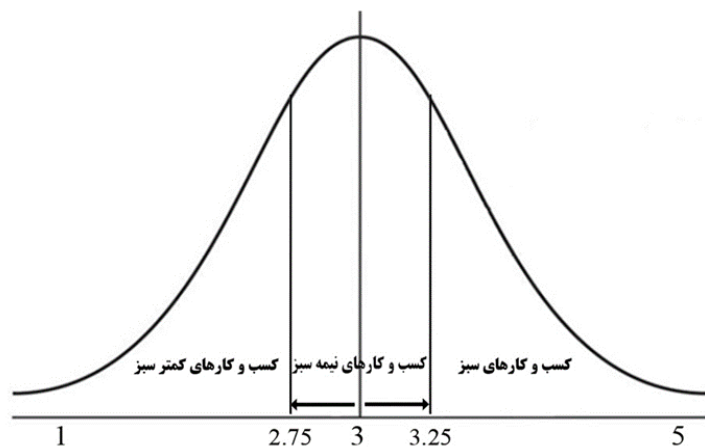
شاخص‌ها	گویه‌ها	مقیاس اندازه‌گیری	وزن اولیه	وزن نهایی
اقتصادی	دسترسی آسان به منابع، نهاده‌ها و مواد اولیه	فاصله‌ای	۰/۱۳۴	۰/۰۴۵
	داشتن سیاست مالی پایدار در بخش‌های مختلف	فاصله‌ای	۰/۱۳۰	۰/۰۴۳
	مدیریت هزینه‌ها	فاصله‌ای	۰/۲۳۲	۰/۰۷۷
	صرفه‌جویی در استفاده از منابع تولید در راستای کاهش ضایعات	فاصله‌ای	۰/۱۵۰	۰/۰۵۰
	افزایش کیفیت برای رقابت بهتر در بازار	فاصله‌ای	۰/۲۲۸	۰/۰۷۶
	افزایش سالانه درآمد کسب شده (رشد اقتصادی)	فاصله‌ای	۰/۱۲۶	۰/۰۴۲
محیط زیستی	عدم آلودگی محیط زیست	فاصله‌ای	۰/۳۳۵	۰/۱۱۲
	توجه به سلامت حرفه‌ای و ایمنی کارکنان	فاصله‌ای	۰/۲۵۶	۰/۰۸۵
	عدم تولید فاضلاب صنعتی	فاصله‌ای	۰/۲۶۷	۰/۰۸۹
اجتماعی	استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر (مانند انرژی خورشیدی)	فاصله‌ای	۰/۱۴۲	۰/۰۴۷
	بکارگیری افراد با سوابق و شرایط متنوع فرهنگی	فاصله‌ای	۰/۱۰۶	۰/۰۳۵
	پایبندی به ارزش‌های فرهنگی و ملی در کار	فاصله‌ای	۰/۱۸۰	۰/۰۶۰
	رعایت عدالت و شفافیت در کار	فاصله‌ای	۰/۱۳۲	۰/۰۴۴
	توجه به رفاه و بهزیستی کارکنان	فاصله‌ای	۰/۱۶۶	۰/۰۵۵
	جلب مشارکت کارکنان در فعالیت‌ها و برخورداری از منافع	فاصله‌ای	۰/۰۹۶	۰/۰۳۲
	استفاده بهینه از نیروی انسانی	فاصله‌ای	۰/۱۵۸	۰/۰۵۳
	رعایت قانون کار و تجارت	فاصله‌ای	۰/۱۶۲	۰/۰۵۴

(ضریب آلفای کرونباخ تمامی سازه‌ها و مفاهیم بیشتر از ۰/۸ بود). برای تجزیه و تحلیل اطلاعات علاوه بر آماره‌های توصیفی، از شاخص‌سازی نیز استفاده شد. به این ترتیب که برای مشخص نمودن سطح سبز بودن هر یک از کسب‌وکارهای مورد مطالعه ابتدا شاخصی تحت عنوان شاخص سطح سبز بودن برای هر کسب‌وکار محاسبه شد. این شاخص در واقع میانگین وزنی نمرات هر کسب‌وکار در هر یک از شاخص‌های سه‌گانه اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی بود. وزن اولیه هر یک از زیرمعیارها در هر

به‌منظور سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوا استفاده شد. برای بررسی روایی محتوایی، از نظرات اساتید گروه مدیریت و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران و جمعی از کارشناسان خبره این حوزه در وزارت جهاد کشاورزی استفاده شد و پس از بررسی و اصلاحات لازم، پرسشنامه‌ها نهایی شدند. برای اطمینان از پایایی ابزارهای اندازه‌گیری از روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بر اساس شاخص ضریب آلفای کرونباخ اجزای مختلف ابزارهای این تحقیق از پایایی لازم برخوردار بودند

بودن کسب و کار مربوطه محاسبه شد که مقداری بین صفر تا پنج داشت. پس از تعیین نمره سبزی بودن هر یک از کسب و کارها، این کسب و کارها بر اساس فاصله آنها از حد بالا و پایین میانگین به سه گروه اصلی (شامل الف) گروه کسب و کارهای سبزی (ب) گروه کسب و کارهای نیمه سبزی و در نهایت ج) گروه کسب و کارهای کمتر سبزی دسته بندی شدند. برای محاسبه حد بالا و پایین میانگین با فرض نرمال بودن جامعه از مقدار یک ششم رنج مقیاس به عنوان انحراف معیار و از مقدار سه به عنوان میانگین شاخص در جامعه نرمال استفاده شد (شکل ۱) که در این مورد مقادیر حد پایین و بالا به ترتیب عبارت بودند از ۲/۷۵ و ۳/۲۵.

یک از گروه های سه گانه فوق بر اساس مقدار معکوس ضریب تغییرات محاسبه شد. به این ترتیب که وزن اولیه هر زیرمعیار برابر بود با مقدار معکوس ضریب تغییرات آن زیرمعیار، تقسیم بر مجموع معکوس ضریب تغییرات تمام زیرمعیارهای موجود در آن معیار اصلی. در مرحله نهایی و برای محاسبه وزن نهایی هر زیر معیار، وزن اولیه آن زیرمعیار در وزن معیار اصلی که در این مطالعه برابر بود با یک سوم برای هر یک از معیارهای اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی، ضرب شد و وزن نهایی هر یک از زیرمعیارها (جدول ۱) بر اساس نظر کارشناسان به دست آمد. در نهایت، برای محاسبه شاخص سبزی بودن برای هر کسب و کار، مقدار امتیاز آن کسب و کار در هر زیرمعیار در ضریب آن زیرمعیار ضرب و مجموع آنها به عنوان شاخص سبزی



شکل ۱- مقادیر حد پایین و بالا شاخص سبزی کسب و کارها

سال بوده است. بر اساس همین نتایج، بیشترین فراوانی به دامنه سنی ۴۶-۵۹ سال تعلق داشت. همچنین اغلب پاسخگویان (یعنی ۶۸/۸ درصد) متأهل بود. از نظر سطح تحصیلات، ۳۱/۷ درصد از زنان بی سواد، ۳۵/۶۰ درصد دارای مدرک ابتدایی تا دیپلم، ۲۷/۴ درصد کاردانی تا کارشناسی و ۵/۴ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بوده اند.

کلیه عملیات آماری و تجزیه و تحلیل داده ها در محیط نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ و Excel 2020 انجام شد.

### نتایج و بحث

توصیف جامعه مورد مطالعه: از نظر سنی میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه سنی زنان مورد مطالعه در این تحقیق به ترتیب، ۴۷/۲۶، ۱۰/۹، ۲۰ و ۷۰



جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
بی سواد	۶۴	۳۱/۷
ابتدایی تا دیپلم	۷۲	۳۵/۶
کاردانی تا کارشناسی	۵۵	۲۷/۲
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۱	۵/۴
جمع کل	۲۰۲	۱۰۰

زنان مورد مطالعه در این تحقیق در مجموع در ۲۲ کسب و کار مختلف مشغول بوده‌اند (جدول ۳) که در این میان «سبزی خشک‌کنی» با حدود ۳۳ درصد بیشترین فراوانی و مشاغلی نظیر «تهیه گل‌های پارچه‌ای»، «خردکردن قند»، «تهیه ترشیجات» و «پرورش پرندگان زینتی» کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

۱۴/۴ درصد از افراد مورد مطالعه علاوه بر کسب و کار خود، دارای کسب و کار دیگری نیز بوده‌اند و ۸۵/۶ درصد نیز صرفاً در کسب و کارهای خود اشتغال داشته و فاقد کسب و کار دوم بوده‌اند. میزان درآمد این افراد از این مشاغل برای ۱۸ نفر ماهانه کمتر از سه میلیون تومان، برای نه نفر بین سه تا پنج میلیون تومان و برای یک نفر نیز بالاتر از پنج میلیون تومان بوده است.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نوع کسب و کار

نوع کسب و کار	فراوانی	درصد
سبزی خشک‌کنی	۶۵	۳۲/۷
صیفی‌کاری	۳۶	۱۷/۸
پرورش مرغ بومی	۱۵	۷/۴
نوغانداری	۱۱	۵/۴
تهیه لواشک خانگی	۱۰	۵/۰
قنادی	۸	۴/۰
تهیه مرباجات	۸	۴/۰
پرورش قارچ	۸	۴/۰
خیاطی	۵	۲/۵
پرورش اردک بومی	۵	۲/۵
تولید و توزیع گیاهان دارویی	۵	۲/۵
فراوری مشتقات شیر	۵	۲/۵
عروسک‌سازی	۴	۲
نقاشی روی سفال	۳	۱/۵
پخت غذای خانگی	۳	۱/۵
گلخانه داری	۳	۱/۵
بسته‌بندی حبوبات	۲	۱
پخت نان خانگی	۲	۱
تهیه گل پارچه‌ای	۱	۰/۵

درصد	فراوانی	نوع کسب‌وکار
۰/۵	۱	خردکردن قند
۰/۵	۱	تهیه ترشیجات
۰/۵	۱	پرورش پرندگان زینتی
۱۰۰	۲۰۲	مجموع

گروه سطح سبزی بودن و میانگین شاخص سبزی هر یک از آنها را نشان می‌دهد. بر اساس میانگین شاخص سبزی بودن، در مجموع شاخص سبزی بودن کلیه کسب‌وکارهای مورد مطالعه ۲/۷۷ است که در گروه کسب‌وکارهای نسبتاً سبزی قرار می‌گیرند. بالاترین میزان شاخص سبزی بودن مربوط به تولید غذای خانگی و پایین‌ترین آن مربوط به تولید ترشیجات است. فراوانی کسب‌وکارهای مختلف در هر یک از گروه‌های سه گانه سبزی، نسبتاً سبزی و کمتر سبزی حاکی از آن است که در مجموع ۱۷/۳ درصد از کسب‌وکارهای مورد مطالعه از وضعیت سبزی بودن مناسب برخوردار بوده، ۵۴ درصد نسبتاً سبزی و مابقی آنها از حد سبزی بودن مناسب برخوردار نیستند.

طبق یافته‌های این پژوهش، میانگین سابقه کاری زنان روستایی در کسب‌وکار خویش حدود ۱۴ سال با انحراف معیار ۷/۵۴ سال بود. در این میان، کمترین و بیشترین سابقه کاری به ترتیب عبارت از یک و ۴۰ سال بوده است.

**سطح سبزی کسب‌وکارهای زنان روستایی:** همان‌گونه که در بخش روش تحقیق اشاره شد، در این مطالعه برای تعیین سطح سبزی بودن کسب‌وکارهای مورد مطالعه، یک شاخص طراحی شد که این شاخص سطح سبزی بودن را براساس معیارها و زیرمعیارهای مختلف و اهمیت آنها، به صورت یک عدد بین یک تا پنج، تعیین می‌نماید. جدول (۴) توزیع فراوانی هر یک از کسب‌وکارهای روستایی در سه

جدول ۴- توزیع فراوانی هریک از کسب‌وکارهای سبزی روستایی و گروه‌بندی و میانگین آنها

میانگین شاخص سبزی کسب‌وکار	مجموع	کسب‌وکار کمتر سبزی (نامناسب)	کسب‌وکار نسبتاً سبزی (متوسط)	کسب‌وکار سبزی (مناسب)	کسب‌وکارهای سبزی
۱۰۰٪	۲۸/۸٪	۴۸/۵٪	۲۲/۷٪	۲۲/۷٪	سبزی خشک
۱۰۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	سفال
۱۰۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	گل پارچه ای
۱۰۰٪	۰/۰٪	۷۵/۰٪	۲۵/۰٪	۲۵/۰٪	کیک و شیرینی
۱۰۰٪	۰/۰٪	۵۰/۰٪	۵۰/۰٪	۵۰/۰٪	عروسک
۱۰۰٪	۷۵/۰٪	۲۵/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	مربا
۱۰۰٪	۲۰/۰٪	۶۰/۰٪	۲۰/۰٪	۲۰/۰٪	پوشاک
۱۰۰٪	۰/۰٪	۸۰/۰٪	۲۰/۰٪	۲۰/۰٪	اردک بومی
۱۰۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	حبوبات
۱۰۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	شکستن قند
۱۰۰٪	۷۵/۰٪	۲۵/۰٪	۰/۰٪	۰/۰٪	گیاهان دارویی
۱۰۰٪	۳۰/۶٪	۵۸/۳٪	۱۱/۱٪	۱۱/۱٪	تولید صیفی
۱۰۰٪	۲۵/۰٪	۶۲/۵٪	۱۲/۵٪	۱۲/۵٪	قارچ

کسب‌وکارهای سبز	کسب‌وکار سبز (مناسب)	کسب‌وکار نسبتاً سبز (متوسط)	کسب‌وکار کمتر سبز (نامناسب)	مجموع	میانگین شاخص سبزی کسب‌وکار
مرغ بومی	۲۶/۷٪	۲۶/۷٪	۶۶/۷٪	۶۷/۷٪	۱۰۰٪
غذای خانگی	۶۶/۷٪	۶۶/۷٪	۳۳/۳٪	۰/۰٪	۱۰۰٪
ترشیجات	۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰٪
پرنده زینتی	۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰٪
کره - ماست - پنیر - خامه	۰/۰٪	۰/۰٪	۸۰/۰٪	۲۰/۰٪	۱۰۰٪
نخ	۱۸/۲٪	۱۸/۲٪	۲۷/۳٪	۵۴/۵٪	۱۰۰٪
نان	۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	۱۰۰٪
لواشک خانگی	۰/۰٪	۰/۰٪	۹۰/۰٪	۱۰/۰٪	۱۰۰٪
گل و گیاهان آپارتمانی	۰/۰٪	۰/۰٪	۶۶/۷٪	۳۳/۳٪	۱۰۰٪
مجموع	۱۷/۳٪	۱۷/۳٪	۵۴/۰٪	۲۸/۷٪	۱۰۰٪

### وضعیت اهمیت شاخص‌های توسعه کسب‌وکار

سبزی: جدول (۵) وزن هر یک از شاخص‌های مربوط به توسعه کسب‌وکارهای سبز را نشان می‌دهد. همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد، از نظر کارشناسان مهم‌ترین معیار برای توسعه کسب‌وکارهای سبز عبارت بوده است از مدیریت هزینه‌ها و پس از آن نیز معیارهایی نظیر صرفه‌جویی در استفاده از منابع تولید، استفاده بهینه از نیروی انسانی و عدم آلوده نمودن محیط زیست. همچنین، به تفکیک هر یک از

معیارهای اصلی در میان معیارهای اقتصادی، مدیریت هزینه‌ها؛ در میان معیارهای محیط زیستی، عدم آلوده نمودن محیط زیست؛ و در میان معیارهای اجتماعی، استفاده بهینه از نیروی انسانی، مهم‌ترین معیارها بوده‌اند. در پایان، براساس نظر کارشناسان و در مجموع، به ترتیب معیارهای اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی، مهم‌ترین معیارهای توسعه کسب‌وکارهای سبز برای زنان روستایی هستند.

جدول ۵- اولویت شاخص‌های سبز بودن کسب‌وکارهای روستایی از دیدگاه کارشناسان

معیار اصلی	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	رتبه	وزن زیرمعیار	وزن نهایی
اقتصادی	دسترسی آسان به منابع، نهاده‌ها و مواد اولیه	۸/۱۲	۲/۳۷۰	۰/۲۹۲	۱۲	۰/۱۳۴	۰/۰۴۵
	داشتن برنامه و اصول مالی باثبات	۷/۹۸	۲/۴۰۳	۰/۳۰۱	۱۳	۰/۱۳۰	۰/۰۴۳
	مدیریت هزینه‌ها	۸/۷۴	۱/۴۶۸	۰/۱۶۸	۱	۰/۲۳۲	۰/۰۷۷
	افزایش سالانه درآمد کسب شده (رشد اقتصادی)	۷/۹۶	۲/۰۷۰	۰/۲۶۰	۱۱	۰/۱۵۰	۰/۰۵۰
	صرفه جوی در استفاده از منابع تولید	۸/۹۲	۱/۵۲۳	۰/۱۷۱	۲	۰/۲۲۸	۰/۰۷۶
محیط زیستی	افزایش کیفیت برای رقابت بهتر در بازار	۸/۰۴	۲/۴۹۰	۰/۳۱۰	۱۵	۰/۱۲۶	۰/۰۴۲
	عدم آلودگی محیط زیست	۸/۴۶	۱/۶۴۴	۰/۱۹۴	۴	۰/۳۳۵	۰/۱۱۲
	توجه به سلامت حرفه‌ای و ایمنی کارکنان	۸/۲۲	۲/۰۹۳	۰/۲۵۵	۱۰	۰/۲۵۶	۰/۰۸۵
	عدم تولید فاضلاب صنعتی	۸/۲۶	۲/۰۱۸	۰/۲۴۴	۸	۰/۲۶۷	۰/۰۸۹
	استفاده از انرژی تجدیدپذیر مانند انرژی خورشیدی	۶/۹	۳/۱۶۴	۰/۴۵۹	۱۷	۰/۱۴۲	۰/۰۴۷
اجتماعی	بکارگیری افراد دارای سوابق متنوع فرهنگی	۷/۴۲	۲/۲۹۵	۰/۳۰۹	۱۴	۰/۱۰۶	۰/۰۳۵

وزن نهایی	وزن زیرمعیار	رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	زیرمعیار	معیار اصلی
۰/۰۶۰	۰/۱۸۰	۳	۰/۱۸۳	۱/۵۸۶	۸/۶۶	استفاده بهینه از نیروی انسانی	
۰/۰۴۴	۰/۱۳۲	۹	۰/۲۴۹	۱/۹۷۹	۷/۹۶	پابندی به ارزش‌های فرهنگی و ملی در کار	
۰/۰۵۵	۰/۱۶۶	۵	۰/۱۹۸	۱/۶۳۹	۸/۲۶	رعایت عدالت و شفافیت در کار	
۰/۰۳۲	۰/۰۹۶	۱۶	۰/۳۴۴	۲/۵۲۹	۷/۳۶	توجه به رفاه و بهزیستی کارکنان	
۰/۰۵۳	۰/۱۵۸	۷	۰/۲۰۸	۱/۶۹۵	۸/۱۶	سهیم نمودن کارکنان در فعالیتها و منافع	
۰/۰۵۴	۰/۱۶۲	۶	۰/۲۰۳	۱/۷۲۹	۸/۵۲	رعایت قانون کار و تجارت	
۱	۳					جمع	

### جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که سطح سبز بودن اغلب کسب‌وکارهای مرتبط با زنان روستایی در حد مطلوبی نیست. لذا، با توجه به گسترش دغدغه‌های جوامع محلی و بین‌المللی در خصوص مسایل محیط‌زیستی کسب‌وکارهای مختلف، لازم است سطح سبز بودن کسب‌وکارهای روستایی افزایش یابد و بدین ترتیب از پایداری این قبیل کسب‌وکارها حمایت گردد. این مطالعه نشان داد که در حال حاضر، میانگین سنی زنان شاغل در کسب‌وکارهای روستایی و سطح تحصیلات آنها در منطقه مورد مطالعه، پایین است. این درحالی است که مطالعات مختلف (صدیده و همکاران، ۱۳۹۶؛ جلییان، ۱۳۹۹) نشان داده‌اند که افراد تحصیل کرده و جوان، دغدغه‌های محیط‌زیستی بیشتری دارند. لذا، لازم است تا با اتخاذ راهکارهای مختلف از ورود افراد جوان و تحصیل کرده به کسب‌وکارهای روستایی حمایت نمود. همچنین، از آنجا که براساس نتایج این پژوهش، بخش قابل توجهی از زنان صاحب کسب‌وکارهای روستایی فاقد سواد یا کم‌سواد هستند و با توجه به حساسیت‌های کمتر افراد کم‌سواد و بیسواد نسبت به مسائل محیط‌زیستی، لازم است در راستای توسعه کسب‌وکارهای سبز یکسری آموزش‌های توانمندساز برای ترویج ضرورت حفاظت از محیط‌زیست و

سازوکارهای توسعه کسب‌وکارهای سبز برای زنان روستایی ارائه گردد تا از این طریق زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای سبز و سبز نمودن هر چه بیشتر کسب‌وکارهای موجود فراهم گردد.

یافته‌های این مطالعه همچنین نشان داد که بخش قابل توجهی از زنان مورد مطالعه (بیش از ۸۵ درصد) صرفاً در کسب‌وکارهای فعلی خود شاغل بوده و به غیر از آن فاقد کسب‌وکار دیگری هستند. این موضوع اگر چه از یک سو می‌تواند ریسک درآمدی زنان صاحب کسب‌وکار مربوطه را به دلیل محدودیت تعداد منابع درآمدی آنها به یک مورد، افزایش دهد اما از سوی دیگر می‌تواند توان تمرکز آنها بر آن کسب‌وکار و در نتیجه بهبود شاخص سبز بودن آن کسب‌وکار را افزایش دهد. لذا، باید از این مزیت استفاده نمود و با ارائه آموزش‌های لازم به صاحبین این قبیل کسب‌وکارها زمینه ارتقاء سطح سبز بودن آنها را فراهم نمود. همچنین، می‌توان با ارائه زیرساخت‌های حمایتی مناسب از جمله ارائه خدمات بازاریابی و بازاریابی و بیمه محصولات تولیدی و خدمات بیمه تأمین اجتماعی و آتیه برای صاحبین این قبیل کسب‌وکارها تهدید ناشی از ریسک درآمدی آنها را کاهش داد. در همین زمینه مطالعات مختلف (خسروی و همکاران، ۱۳۹۸؛ Mahendra, 2007؛ Khatun, 2012) نشان دادند که توسعه زیرساخت‌های

در میان کسب‌وکارهای مختلف یکسان نبوده و در مجموع این شاخص برای کلیه کسب‌وکارها در حد مطلوبی قرار ندارد. بر این اساس، پیشنهاد می‌گردد تا در توسعه کسب‌وکارهای خاص زنان روستایی در درجه اول آن گروه از کسب‌وکارها مورد توجه قرار گیرند که ذاتاً (جدای از ویژگی‌های صاحبان آنها) نسبت به سایر کسب‌وکارها سبزتر هستند (مانند کسب‌وکارهایی که از انرژی فسیلی کمتری استفاده می‌نمایند یا تولیدکننده آلاینده‌های محیط‌زیستی نبوده یا محصولات آنها قابل بازیافت و برگشت به طبیعت است). به عنوان مثال، توسعه کسب‌وکارهایی که بیشتر مبتنی بر هنر دست و ذهن زنان روستایی است (نظیر تولید مصنوعات پارچه‌ای و سفالی) مورد اولویت و توجه قرار گیرد. پس از در اولویت قرار گرفتن کسب‌وکارهایی که ذاتاً سبزتر هستند، لازم است بر اساس نمره اکتسابی در زیرشاخص‌های سبز بودن، تمرکز بر بهبود زیرشاخص‌هایی قرار گیرد که در حال حاضر از امتیاز کمتری برخوردار هستند. به عنوان مثال، در زیرشاخص اقتصادی لازم است بر افزایش کیفیت محصولات تولیدی برای بهبود رقابت در بازار تأکید گردد. این مطالعه نشان داد که در میان زیرشاخص‌های محیط‌زیستی، زیرشاخص استفاده از انرژی تجدیدپذیر (مانند انرژی خورشیدی) آنچنان مورد توجه صاحبان کسب‌وکارهای مورد مطالعه نبوده است. در نتیجه به منظور بهبود وضعیت سبز بودن کسب‌وکارهای موجود، پیشنهاد می‌گردد ضمن افزایش سطح آگاهی و دانش جامعه در زمینه انواع انرژی‌های تجدیدپذیر، با ارائه مشوق‌ها و حمایت‌های مختلف از جمله حمایت‌های مالیاتی و حمایت از تولید فناوری‌های لازم و ارزان در این خصوص، زمینه ترغیب و تشویق زنان روستایی به استفاده از این گروه از انرژی‌ها در کسب‌وکارهای خود فراهم گردد.

اقتصادی و اجتماعی می‌توان به بهبود فضای کسب‌وکارهای مختلف در راستای پایداری آنها کمک نماید.

نتایج این مطالعه نشان داد که از بین کسب‌وکارهای مختلف موجود در منطقه مورد مطالعه، بیشترین فراوانی به سبزی و صیفی‌کاری تعلق گرفته است. دلیل این مسئله این است که این قبیل کسب‌وکارها نسبت به سایر کسب‌وکارها به سرمایه کمتری نیاز داشته، کمتر نیازمند منابع انسانی ماهر و حرفه‌ای هستند و تولیدات آنها نسبت به کسب‌وکارهای دیگر متقاضی بیشتری داشته و با اقلیم منطقه نیز سازگارتر است. از سوی دیگر، این موضوع حاکی از آن است که ورود به برخی از کسب‌وکارهای، نیازمند حمایت و توجه ویژه است. از آنجا که توسعه کسب‌وکارهای سبز به عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی و اجتماعی شناخته شده است و این کسب‌وکارهای نقش مهمی در اشتغالزایی پایدار، کاهش مشکلات محیط‌زیستی، کاهش بیماری‌ها و باروری بیشتر زمین‌های کشاورزی دارد، به نظر می‌رسد تداوم این کسب‌وکارها نیازمند توجه خاصی است. در همین زمینه نتایج پژوهش Falxa-Raymond et al. (۲۰۱۳)، نشان داده ناتوانی محیط کسب‌وکار برای توسعه مشاغل سبز، فقدان برنامه آگاهی‌سازی، کمبود قوانین مورد نیاز و افزایش بروکراسی اداری از مهم‌ترین موانع ایجاد کسب‌وکارهای سبز و توسعه آنها است.

در پایان بر اساس تجارب و دانش کسب شده از پژوهش حاضر و در راستای توسعه سطح سبز بودن کسب‌وکارهای زنان روستایی پیشنهادهای زیر مطرح ارائه می‌گردد:

الف) یافته‌های حاصل از مطالعه حاضر نشان داد که سطح شاخص سبز بودن کسب‌وکارهای مورد مطالعه

ب) یافته‌های این مطالعه نشان داد، بی‌توجهی به رفاه و بهزیستی کارکنان یکی از علل اصلی کم بودن سطح شاخص سبز بودن در میان کسب‌وکارهای مورد مطالعه است، ریشه اصلی این موضوع از یک سو عدم اطلاع و آگاهی صاحبان این کسب‌وکارها از اصول و ضرورت‌های توسعه منابع انسانی و از سوی دیگر عدم توسعه یافتگی این قبیل کسب‌وکارها و در نتیجه برخورداری از تعداد کارکنان اندک است. لذا، پیشنهاد

می‌گردد از یک طرف با ارائه دوره‌های آموزشی و ترویجی ضرورت‌ها، اصول و قواعد مدیریت منابع انسانی به صاحبان این کسب‌وکارها آموزش داده شده و از طرف دیگر، از این کسب‌وکارها از طریق ارائه مشوق‌ها مختلف مالی و غیرمالی حمایت شده و زمینه توسعه این کسب‌وکارها و در نتیجه به کارگیری نیروی کار بیشتر در آنها فراهم گردد.

### منابع

۱. آبدری، ف.، امامی، ج.، و پایین محلی، ج. (۱۳۹۶). اشتغال سبز راهی به سوی بهبود توسعه اقتصادی. هشتمین کنفرانس بین المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، تهران، شرکت همایشگران مهر شرق.
۲. احمدپور داریانی، م.، داوری، ع.، و رمضانپور نرگسی، ق. (۱۳۹۶). محیط مساعد کسب و کار، پیش نیاز توسعه کارآفرینی در ایران. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۰(۶۱): ۶۵-۸۹.
۳. بختیاری، ز. (۱۳۹۷). ارائه الگوی توانمندسازی زنان روستایی استفاده کننده از ICT (بررسی موردی: بخش مرکزی شهرستان لاهیجان). پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین شهر.
۴. جلیلیان، ن.، محمدی، ی. (۱۳۹۹). پیش‌بینی معیشت پایدار خانوارهای روستایی بر مبنای شاخص توانمندسازی زنان در بخش کشاورزی استان همدان. پژوهش‌های روستایی، ۱۱(۳): ۵۲۴-۵۳۷.
۵. چوبدار، م. (۱۳۹۵). نقش اشتغال زنان در اقتصاد خانوارهای روستایی مطالعه موردی شهرستان بیرجند. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه بیرجند، دانشکده زبان و ادبیات فارسی.
۶. خانی، ف.، مطیعی لنگرودی، ح.، و صیاد بیدهندی، ل. (۱۳۹۱). ارائه الگوی توانمندسازی زنان روستایی استفاده کننده از ICT (بررسی موردی: بخش مرکزی شهرستان لاهیجان). توسعه روستایی، ۴(۱): ۸۵-۱۰۸.
۷. خسروی، س.، مهدیزاده، ح.، و میرکزاده، ع. (۱۳۹۸). راه‌اندازی کارآفرینی سبز به عنوان راهکاری در جهت توانمندسازی فقرای روستایی (مورد مطالعه: اساتید دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی). فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۲۱(۱): ۹۹-۱۱۱.
۸. رضایی، ب.، نادری، ن.، و رستمی، س. (۱۳۹۷). ضرورت توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی. نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵(۱): ۱-۱۶.
۹. رضایی، ب.، نجاپور، ه.، و نادری، ن. (۱۳۹۵). بررسی موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی. نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۳(۱): ۳۵-۵۳.
۱۰. رکن‌الدین افتخاری، ع.، پورطاهری، م.، و میرجلالی، ا. (۱۳۹۲). نقش نهاد خیریه‌ای کمیته امداد در بهبود کیفیت فیزیکی مسکن مددجویان تحت پوشش روستایی مورد: بخش کندوان شهرستان میانه. نشریه جغرافیا و توسعه، ۱۱(۳۳): ۱-۲۶.
۱۱. سادین، ح.، پورطاهری، م.، افتخاری، ع. (۱۴۰۰). شناسایی و ارزیابی زنجیره ارزش کسب‌وکارهای روستایی با قابلیت برندسازی (مورد مطالعه: منطقه ترکمن صحرای استان گلستان). پژوهش‌های روستایی، ۱۲(۲): ۲۱۸-۲۳۱.
۱۲. شریف زاده، م.، عبدالله‌زاده، غ.، و رهبری، م. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای سبز در استان گلستان. توسعه کارآفرینی، ۱۲(۲): ۲۰۱-۲۱۹.

۱۳. صلاحی مقدم، ن.، و نجف‌لو، پ. (۱۳۹۲). بررسی نقش زنان روستایی در حفاظت از محیط زیست. اولین همایش ملی برنامه ریزی، حفاظت، حمایت از محیط زیست و توسعه پایدار، همدان.
۱۴. صیده، ط.، اشراقی سامانی، ر.، و پورسعید، ع. (۱۳۹۶). تحلیل نقش توانمندی شغلی بر خوداتکایی زنان روستایی شهرستان ایلام. پژوهش‌های روستائی، ۸(۳): ۵۵۴-۵۷۱.
۱۵. طاهری، ا. (۱۳۹۷). ایجاد مدل مفهومی از کارآفرینی سبز و توسعه پایدار در ایران با بررسی چالش‌های پیش‌رو. پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.
۱۶. عالی‌زاده، ا.، و بهرامی، س. (۱۳۹۶). نقش زنان روستایی در ایجاد کسب و کارهای سبز (مطالعه موردی: دو روستای قلعه قافه بالا و کفش محله استان گلستان). پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، ۲(۷): ۱۵۰-۱۲۱.
۱۷. عبدالله‌زاده، غ.، و شریف‌زاده، م. (۱۳۹۳). تلفیق پایداری در فرآیند کارآفرینی: تبیین مفهوم، ضرورت و ملزومات کارآفرینی پایدارگرا و کسب‌وکار سبز. نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱(۳): ۶۳-۳۹.
۱۸. قلی‌پور، پ.، و مظفری، م. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی شاخص‌های تاثیرگذار بر توسعه محصولات سبز. دو ماهنامه‌های بازرگانی، ۱۴(۸۱): ۳۰-۱۷.

19. Omri, A. and Bouraoui, M. (2015). An empirical investigation of factors affecting small business success. *Journal of Management Development*, 34(9): 1073-1093
20. Falxa-Raymond, N., Svendsen, E., and 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. *Urban Forestry and Urban Greening*, 12(3): 287-295.
21. Gifford, D. (1997). The value of going green. *Harvard Business Review*, 75(5): 11-12.
22. Hall, J., Matos, S. and Langford, C. (2008). Social exclusion and transgenic technology: the case of Brazilian agriculture. *Journal of Business Ethics*, 77(1): 45-63.
23. Hart, S. L. (1997). Beyond greening: strategies for a sustainable world. *Harvard Business Review*, 75(1): 66-77.
24. Heriot, K. C., and Campbell, N. D. (2002). A new approach to rural entrepreneurship: a case study of two rural electric cooperatives. *Entrepreneurship in a Diverse World*, 10(1): 1-11.
25. Hasan, M. M., Nekmahmud, M., Yajuan, L., and Patwary, M. A. (2019). Green business value chain: A systematic review. *Sustainable Production and Consumption*, 20: 326-339.
26. Karimi, R. F. and Nabavi Chashmi, S. A. (2019). Designing Green Entrepreneurship Model in Sustainable Development Consistent with the Performance of Tehran Industrial Towns. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1): 1-8
27. Khatun, D., and Roy, B. C. (2012). Rural livelihood diversification in West Bengal: determinants and constraints. *Agricultural Economics Research Review*, 25(347-2016-16910): 115-124.
28. Ko, E., Hwang, Y. K., and Kim, E. Y. (2013). Green marketing functions in building corporate image in the retail setting. *Journal of Business Research*, 66(10): 1709-1715.
29. Li, W., Jue W., Rongxiao C., Yongqin X., Shi Qiang L., Feimei W., Mahmoud M., Xueping W. (2019). Innovation-driven industrial green development: The moderating role of regional factors. *Journal of Cleaner Production*, 222: 344-453.
30. Lynn, M., Tamara M. and Izzy, W. (2013). Exploring business growth and eco innovation in rural small firms, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19(6): 592 - 610.
31. Mahendra Dev, S. (2007). Rural non-farm employment in India and China: Trends, determinants and policies. *The Indian Journal of Labour Economics*, 3(50): 407-426.
32. Makower, J. (2012). State of green business 2012. GreenBiz group.
33. Markantoni, M., Koster, S., Strijker, D., and Woolvin, M. (2013). Contributing to a vibrant countryside? The impact of side activities on rural development. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 104(3): 292-307.
34. Morrison, C., and Ramsey, E. (2019). Power to the people: Developing networks through

- rural community energy schemes. *Journal of Rural Studies*, 70: 169-178.
35. Zailani, S., Iranmanesh, M., Nikbin, D., and Jumadi, H. B. (2014). Determinants and environmental outcome of green technology innovation adoption in the transportation industry in Malaysia. *Asian Journal of Technology Innovation*, 22(2): 286-301.