



Explaining the "Green Entrepreneurship in the Domain of Saffron Cultivation" Paradigm Based on Grounded Theory: A Situational Analysis Approach

Sajad Taghavi Dahaghani¹ | Alborz Gheitani^{2✉} | Mehrdad Sadeghi³ | Reza Ebrahimzadeh Dastjerdi⁴

1. Department of Management and Media, Faculty of Governance, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: sajad.taghavi@iau.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Management and Media, Faculty of Governance, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: a.gheitani@iau.ac.ir
3. Department of Management and Media, Faculty of Governance, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: mehr.sadeghi@iau.ac.ir
4. Department of Management and Media, Faculty of Governance, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: 1286005361@iau.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
04. 05. 2025
Revised:
24. 05. 2025
Accepted:
25. 05. 2025

Keywords:
Situation Analysis,
Green Entrepreneurship,
Saffron,
Yasuj City.

Introduction: In recent years, as Iran has grappled with a water crisis, saffron cultivation has emerged as a particularly advantageous product due to its low water consumption. The concept of green entrepreneurship aligns with related notions such as biosphere entrepreneurship and eco-friendly entrepreneurship. Biosphere entrepreneurship, in particular, values the earth, mitigates the negative effects of climate change, and prevents environmental degradation—including deforestation, overuse of natural resources, and depletion of land reserves. Green entrepreneurship in the domain of saffron cultivation is a multidimensional and complex concept, with varied and sometimes contradictory views regarding its nature and characteristics. There is currently no consensus on its constituent elements and components. Therefore, the aim of this article is to explain the concept of "green entrepreneurship in the domain of saffron cultivation" based on Grounded Theory, employing a situational analysis approach.

Methodology: This study is grounded in the interpretive paradigm and follows an inductive approach. In terms of its fundamental objective and the nature of its data, it is considered qualitative research utilizing situational analysis. Data were collected through semi-structured, in-depth interviews with 10 saffron farmers from villages surrounding Yasuj. The sampling method was purposive (criterion-based), and the sample size was determined by theoretical saturation of the categories. For data analysis, in addition to conducting three-stage open, axial, and selective coding, Clarke's situational analysis method was employed. The data were examined through five types of maps: messy situational, ordered situational, relational, social arenas/worlds, and positional maps.

Findings: The results revealed that under favorable climatic conditions for saffron cultivation, and where an entrepreneurial culture is embedded in the thoughts, beliefs, and lifestyle of villagers, entrepreneurship in this domain yields positive outcomes, including increased income and job creation. This economic advantage has contributed to improved economic well-being in the region and among its residents, particularly rural women. Furthermore, the findings indicated that when organizations provide entrepreneurs with production possibilities and effective training by experts, it helps preserve natural resources, enhance productivity, and prevent the waste of government and national resources and capital.

Conclusion / Implications: Based on the results, green entrepreneurship in saffron cultivation has generated diverse economic and cultural effects. Cultivation of this product has reduced unemployment and increased family income. Risk-taking and progressive individuals, by engaging in saffron cultivation, have been able to culturally and economically prepare the people of the city and surrounding villages to embrace entrepreneurship, particularly in this field. The advantages of saffron cultivation have led local residents to directly purchase and consume the product, while also recognizing its nutritional and medicinal value. Climatically, Yasuj has faced reduced rainfall in recent years, prompting entrepreneurs to replace traditional crops such as barley and wheat with saffron. Moreover, this product requires less water and lower costs for planting, growing, and harvesting, making it more economical and providing higher income for farmers and entrepreneurs.

Cite this article:

Taghavi Dahaghani, S., Gheitani, A., Sadeghi, M., & Ebrahimzadeh Dastjerdi, R. (2025). Explaining the "Green Entrepreneurship in the Domain of Saffron Cultivation" Paradigm Based on Grounded Theory: A Situational Analysis Approach. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4 (4), 101-135.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2059673.1301>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

تبیین انکاره «کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران» بر پایه نظریه پردازی داده بنیاد:

رویکرد تحلیل موقعیتی

سجاد تقوی دهاقانی^۱ | البرز قیتانی^۲ | مهرداد صادقی^۳ | رضا ابراهیمزاده دستجردی^۴

۱. گروه مدیریت و رسانه، دانشکده حکمرانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: sajad.taghavi@iau.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت و رسانه، دانشکده حکمرانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: a.gheitani@iau.ac.ir

۳. گروه مدیریت و رسانه، دانشکده حکمرانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: mehr.sadeghi@iau.ac.ir

۴. گروه مدیریت و رسانه، دانشکده حکمرانی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: e1286005361@iau.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: کشت زعفران به دلیل نیاز کم به آب، به یکی از محصولات پرطرفدار در ایران تبدیل گشته است. مفهوم کارآفرینی سبز مترادف با مفاهیمی مانند کارآفرینی زیست کره و کارآفرینی دوستدار محیط زیست است. کارآفرینی زیست کره به زمین ارزش می‌گذارد، اثرات منفی تغییرات اقلیمی را محدود می‌کند و از بدتر شدن محیط زیست (کاهش جنگل‌ها و استفاده بیش از حد از منابع طبیعی) و استفاده بیش از حد از ذخایر زمین جلوگیری می‌کند. کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران انگاره‌ای چندبعدی و پیچیده است که دیدگاه‌های گوناگون و گاه متناقضی در خصوص ماهیت و ویژگی‌های آن ارائه شده و توافقی شایسته در مورد عناصر و مؤلفه‌های سازنده آن وجود ندارد؛ بنابراین، هدف مقاله حاضر، تبیین انگاره «کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران» بر پایه نظریه پردازی داده بنیاد با رویکرد تحلیل موقعیتی بود.

روش شناسی: پژوهش حاضر مبتنی بر پارادایم تفسیری و رویکرد استقرایی است. بر اساس هدف بنیادی و از نظر نوع داده، کیفی (تحلیل موقعیتی) محسوب می‌شود. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق استفاده شد و با ۱۰ نفر از زعفران کاران روستاهای اطراف شهر یاسوج مصاحبه شد. روش نمونه‌گیری، هدفمند (از نوع معیارمحور) بود و تعداد نمونه بر اساس کفایت نظری مقوله‌ها مشخص شد. به منظور تحلیل داده‌ها، علاوه بر انجام کدگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی، از روش تحلیل موقعیتی کلارک استفاده شد. داده‌ها در پنج نقشه: موقعیتی ساخت نیافته، موقعیتی منظم، رابطه‌ای، نقشه عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی و نقشه وضعیتی تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد در شرایطی که آب‌وهوای منطقه مساعد کشت زعفران باشد و فرهنگ کارآفرینی در اندیشه‌ها، باورها و سبک زندگی روستاییان مشهود باشد، انجام کارآفرینی در حیطه کشت زعفران نتیجه مثبتی مانند کسب درآمد و ایجاد اشتغال به همراه دارد. این مزیت اقتصادی منجر به بهبود رفاه اقتصادی منطقه و ساکنان آن به‌ویژه زنان روستایی شده است. در ادامه نشان داده شد که اگر سازمان‌ها با ارائه منابع و امکانات تولید و همچنین ارائه آموزش‌های کارآمد توسط کارشناسان خبره با کارآفرینان جهت رونق کشت زعفران مشارکت نمایند موجبات حفظ منابع طبیعی، افزایش بهره‌وری و جلوگیری از هدر رفت منابع و سرمایه‌های دولتی و ملی فراهم می‌شود.

نتیجه‌گیری / دستاوردها: بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران توانسته است آثار اقتصادی و فرهنگی متفاوتی داشته باشد. کشت این محصول بیکاری را کمتر و درآمد خانواده‌ها را افزایش داده است. با شروع کشت زعفران توسط افراد ریسک‌پذیر و پیشرو، اکنون مردم شهر و روستاهای اطراف ظرفیت پذیرش کارآفرینی به خصوص در حیطه کشت زعفران را از نظر اقتصادی و فرهنگی پذیرفته‌اند. مزیت کشت زعفران باعث شده مردم محلی به صورت مستقیم این محصول را خرید و مصرف نمایند و به ارزش غذایی و درمانی آن نیز پی ببرند. منطقه مورد مطالعه از نظر آب‌وهوایی در سال‌های اخیر با کمبود باران روبه‌رو بوده که این موضوع سبب گشته است کارآفرینان محصولی مانند زعفران را جایگزین کشت محصولاتی مانند جو و گندم نمایند. از طرف دیگر، این محصول نیاز به آب کمتر و هزینه‌های پایین‌تری جهت کاشت، داشت و برداشت داشته و برای کشاورزان و کارآفرینان صرفه اقتصادی و درآمد بیشتری دارد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۲/۱۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۳/۰۴

کلیدواژه‌ها:

تحلیل موقعیت، کارآفرینی سبز، زعفران، شهر یاسوج.

تقوی دهاقانی، سجاد، قیتانی، البرز، صادقی، مهرداد. و ابراهیمزاده دستجردی، رضا. (۱۴۰۴). تبیین انکاره «کارآفرینی سبز در حیطه کشت

زعفران» بر پایه نظریه پردازی داده بنیاد: رویکرد تحلیل موقعیتی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۴ (۴)، ۱۳۵-۱۰۱.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2059673.1301>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



مقدمه

در دنیای امروز که سرعت تحولات و تغییرات شتابی خیره‌کننده دارد و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی فقط چند سال به طول انجامیده است، به نظر می‌رسد همگام با تغییرات به وجود آمده باید مفاهیم جدیدی را در اقتصاد جهانی تعریف نمود که یکی از اساسی‌ترین و کاربردی‌ترین مفاهیم مورد نیاز جامعه امروز «کارآفرینی» است. به اعتقاد کارشناسان، کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی جامعه امروز است که موجب اشتغال و توسعه رفاه اجتماعی شده است (Soleymani & Karimi, 2021). کارآفرینی نقش مهمی در ایجاد و رشد کسب‌وکارها و همچنین در رشد و شکوفایی مناطق و ملت‌ها دارد؛ فرصت‌های کارآفرینی موقعیت‌هایی هستند که در آن کالاها، خدمات، مواد خام و روش‌های سازماندهی جدید می‌توانند با قیمتی بیشتر از هزینه تولیدشان معرفی و فروخته شوند (Hisrich et al., 2017). در این راستا، محققان کارآفرینی سبزی^۱ را برای ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید در اقتصاد و توسعه پایدار ضروری می‌دانند (Mondal et al., 2023). کارآفرینی سبزی به استارت‌آپ‌های دوستدار محیط‌زیست اشاره می‌کند که هدفشان ایجاد و اجرای راه‌حلی برای مشکلات زیست‌محیطی و کمک به جامعه و رشد اقتصادی است (Mondal et al., 2022). استفاده از شیوه‌های کارآفرینی سبزی ممکن است به توسعه کارآفرینی سازگار با محیط‌زیست، مدیریت زباله جامد، شیوه‌های تولید پایدار کمک کند و راه‌حلی برای چالش‌های توسعه پایدار ارائه دهد (Khan & Ali, 2022). کارآفرینان سبزی در شناسایی فرصت‌های بازار، دسترسی به منابع (مانند استفاده مجدد از زباله به‌عنوان منابع) و سودآوری کسب‌وکارها در بلندمدت با برخی نوآوری‌ها (علاوه بر مدیریت ریسک و عدم قطعیت‌ها) مشارکت می‌کنند (Zucchella & Previtoli, 2019). با وقوع تغییرات اقلیمی و گرمایش جهانی، سیاست‌های دولت و الگوهای مصرف تغییر می‌کند و تقاضا برای محصولات پاک‌تر یا پایدار افزایش می‌یابد؛ این تغییرات فرصت‌های بیشتری را برای کارآفرینان سبزی ایجاد می‌کند تا محصولات سازگار با محیط‌زیست را توسعه دهند (Wu et al., 2022).

توجه به کارآفرینی سبزی در محیط‌های روستایی و توسعه آن از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چراکه روستاها تولیدکننده مواد غذایی‌اند و در تولید محصولات غذایی و کشاورزی نقش کلیدی دارند؛ اما طبق بررسی‌ها ۲۶/۴ درصد خانوارها در روستا زیر خطر فقر زندگی می‌کنند (Pishvaei et al., 2023) و بخشی از فقر موجود در شهرها منشأ روستایی دارد، چراکه غالب منابع غذایی شهرها از روستاها تأمین می‌شود؛ بنابراین، توسعه معیشت در روستاها، کاهش فقر و تأمین نیازهای اساسی جمعیت روستایی و شهری در مرکز، اهداف توسعه روستایی است (Nourozi & Hayati, 2015). لذا جهت توسعه بخش روستایی و کشاورزی، یکی از سیاست‌های مهم بخش کشاورزی، کشت محصولات متناسب با شرایط منطقه و آب‌وهوا است. کشت چنین محصولاتی نه‌تنها منجر به توسعه اقتصاد پایدار برای کشاورزان و روستاییان می‌شود بلکه جایگاه سیاسی و اقتصادی خاصی را نیز برای کشور به‌وجود می‌آورد (Sardar Shahraki, 2022). از جمله محصولاتی که به شرایط آب‌وهوایی حساس‌اند، می‌توان گیاهان دارویی را نام برد. کشور ایران در زمینه رویش گیاهان دارویی یکی از بهترین مناطق جهان است و از ۱۴ نوع آب‌وهوای جهان، از ۱۱ نوع آن برخوردار بوده و بیش از ۸۰ درصد گیاهان دارویی قابل‌مصرف و مشهور جهان در بیشتر نقاط آن کشت می‌شود (Pishvaei et al., 2023). یکی از این گیاهان دارویی که نقش مهمی در سیستم‌های کشاورزی (ایجاد تنوع و پایداری) داشته و روش‌های کشت ارگانیک آن قابلیت تطابق با نظام‌های کم‌نهاد را دارد، زعفران است که نیاز کمی به آب دارد و همچنین از بازده اقتصادی و ارزش‌آوری خوبی برخوردار است (Moodi, 2024). کشت ارگانیک زعفران به معنای استفاده نکردن از آفت‌کش‌ها و کودهای شیمیایی و تکیه بر کودهای زیستی و آلی و روش‌های کشاورزی پایدار است (Esmaeilian et al., 2022). زعفران یکی از ارزشمندترین گیاهان دارویی در جهان است (Zamani et al., 2022) که ایران با تولید ۸۰ درصد زعفران جهان، بزرگ‌ترین تولیدکننده زعفران در دنیا محسوب می‌شود (Kianimanesh et al., 2022). کشت زعفران به دلیل نیاز کم به آب و شرایط

^۱ Green Entrepreneurship

آب و هوایی خاص، یکی از محصولات پرترفدار در نواحی خشک و نیمه خشک ایران محسوب می شود (Zeraatgar, 2024) و به دلیل ارزش اقتصادی بالا به عنوان یکی از مهم ترین گیاهان دارویی و ادویه ای جهان به شمار می آید (Vlahova, 2022). بر اساس آمارهای گزارش شده در سال ۲۰۲۴، مساحت زمین های کشاورزی ارگانیک در ایران کمتر از ۰/۰۱ درصد کل زمین های کشاورزی کشور بوده که بیشترین کشت متعلق به گیاهان دارویی و معطر است و پس از آن به ترتیب میوه ها و سبزی ها (بیشتر در مازندران و فارس)، غلات و حبوبات (محدود و به صورت آزمایشی) و محصولات دامی و عسل (در مناطق کوهستانی) قرار دارند؛ این رقم (کمتر از ۰/۱۰ درصد) نشان می دهد. کشاورزی ارگانیک در ایران نسب به دیگر کشورهای منطقه و جهان (مانند اروپا و استرالیا) که درصد بیشتری از زمین های کشاورزی خود را به محصولات ارگانیک اختصاص داده اند، هنوز در مراحل ابتدایی و اولیه خود قرار دارد (Willer at al., 2024). استان کهگیلویه و بویراحمد (با مرکزیت شهر یاسوج) به دلیل وجود آب و هوای مساعد، خاک حاصلخیز و نیروی کار ارزان از استان های مناسب جهت کشت محصولات ارگانیک است. این استان همچنین دارای ۱۶۰ هزار هکتار زمین کشاورزی است که ۱۲۰ هزار هکتار آن سطح زیر کشت دیم می باشد (Pishvaei et al., 2023)؛ بنابراین، ایجاد موقعیت کشت زعفران جایگزین مناسبی برای کشت کم بازده گندم و جو دیم محسوب می گردد. اهمیت توجه و توسعه کشت زعفران در مناطق روستایی مورد مطالعه به این دلیل است که علاوه بر توجیه اقتصادی، یک گیاه دارویی است و طی سال های اخیر که کشور با بحران آب مواجه شده است، یکی از رویکردهای مورد تأکید وزارت جهاد کشاورزی، تغییر کشت از گیاهان زراعی به گیاهان دارویی بوده است. علیرغم صرفه بسیار بالا و توجیه اقتصادی کشت این محصول، طی سال های اخیر و همچنین توجه سازمان های ذی ربط (مانند جهاد کشاورزی)، گسترش و توسعه کارآفرینی سبز در حیطة کشت زعفران چندان مطلوب نبوده است؛ مثلاً منطقه مختار (یکی از روستاهای اطراف شهر یاسوج) که نسبت به دیگر مناطق استقبال بهتری از کشت زعفران در آن صورت گرفته، از ۱۰۸۰ هکتار زمین زراعی زیر کشت، تنها ۲۷ هکتار آن به کشت زعفران اختصاص داده شده است (Pishvaei et al., 2023). از آنجایی که کارآفرینی سبز، به خصوص در حیطة کشت زعفران انگاره ای چندبعدی و پیچیده است که دیدگاه های گوناگون و گاه متناقضی در خصوص ماهیت و ویژگی های آن ارائه شده و توافقی شایسته در مورد عناصر و مؤلفه های سازنده آن وجود نداشته و همچنین مطالعات موجود در این زمینه نشان دهنده کمبود روش شناسی مناسب بوده است؛ لذا در این پژوهش از روش تحلیل موقعیت برای ارائه تصویری روشن تر از «کارآفرینی سبز در حیطة کشت زعفران» استفاده شده است؛ بنابراین، پژوهش حاضر با هدف تبیین انگاره «کارآفرینی سبز در حیطة کشت زعفران در روستاهای اطراف شهر یاسوج» با رویکرد تحلیل موقعیتی به دنبال پاسخ به این پرسش ها است: عناصر اصلی موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطة کشت زعفران)، چه کسانی و چه ساختارهایی هستند؟ قلمروهای التزام، تعهد و قدرت در موقعیت مورد مطالعه، چه می باشند و کجاها هستند؟ اعضای جامعه کارآفرینی در موقعیت مورد مطالعه، چگونه حول گفتمان، علایق و منافع مشترک ائتلاف می کنند؟ و در موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطة کشت زعفران) چه مقتضیات مختلفی شکل می گیرند و آثار و نتایج آنچه هستند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی رفتاری برنامه ریزی شده و عمدی است و افراد پس از تحریک شدن توسط محرک های خاصی تصمیم می گیرند دست به فعالیت های کارآفرینی بزنند (Belz & Binder, 2015). در این راستا کرکوود و والتون (Kirkwood & Walton, 2010) ارزش های سبز، رئیس خود بودن، اشتیاق، امرار معاش و شکاف در بازار را از جمله عوامل انگیزشی دانسته اند که باعث شده افراد به سمت کارهای کارآفرینی بروند. اقدامات کارآفرینانه از پیوند یک فرصت پرسود و یک فرد مبتکر شروع می شود (Hisrich et al., 2017). کارآفرین کسی است که با نوآوری و خطرپذیری، محصولات جدیدی تولید و عرضه می کند یا راه های جدیدی برای

تولید کشف می‌کند. به‌علاوه آن‌ها بینشی برای دیدن فرصت‌های کسب‌وکار دارند که دیگران از مشاهده آن ناتوان‌اند و یا به ذهنشان خطور نمی‌کند، آن‌ها شجاعتی برای شروع یک سرمایه‌گذاری جدید دارند که دیگران فاقد آن هستند و ایده‌های خود را امیدوارانه به کسب‌وکارهای سودآور تبدیل می‌کنند (Toghyani et al., 2024).

سیاست‌گذاران بر بازسازی و حفظ منابع طبیعی جهت حفظ معیشت در اقتصاد جهانی تمرکز دارند (Dinda, 2014). به دلیل تأثیر منفی فعالیت‌های تجاری، وضعیت محیط‌زیست بدتر شده است. به همین دلیل ذینفعان و سیاست‌گذاران بر شرکت‌ها فشار می‌آورند تا رفتارهای دوستدار محیط‌زیست بیشتری را انجام دهند و با مفروضات سنتی بازار متعارف و رشد اقتصادی مخالفت کنند؛ برعکس، آن‌ها نسبت به رشد سبز و مسائل پایداری اقتصاد که همراه با ارزش‌های اکولوژیکی و تمرکززدایی فضایی شناسایی شده است، ابراز همدردی می‌کنند (Tien et al., 2020). شدت فزاینده‌ای برای شرکت‌ها وجود دارد تا شیوه‌های سازگار با محیط‌زیست را در فعالیت‌های تجاری و زنجیره تأمین خود ادغام کنند (Yunus & Michalisin, 2016). رشد اقتصادی سبز، اقتصاد را به پایه‌های اکولوژیکی آن پیوند می‌دهد و برای پوشش جنبه‌های مختلف توسعه اقتصادی مهم است (Lawson, 2006). سه دلیل بیان می‌کند که تأثیر اقتصادی کارآفرینان محیط‌زیستی با کارآفرینان معمولی (متعارف) متفاوت است: ۱. سرمایه‌گذاری‌های سبز جدید که به مشکلات زیست‌محیطی رسیدگی می‌کنند، فرصت‌های تجاری پایدار را کشف می‌کنند (Neumann, 2022)، ۲. کارآفرینی سبز یک تبدیل کارآمد از دانش جدید به نوآوری‌ها و فرصت‌های تجاری است. در مقایسه با سایر فناوری‌های نوظهور، فناوری‌های «پاک» منجر به سطوح بالاتری از سرریز دانش می‌شوند که ارزش اقتصادی حاشیه‌ای بالاتری ایجاد می‌کند (Hoogendoorn et al., 2020) و ۳. سرمایه‌گذاری‌های سبز ممکن است محصولات متمایزتر، مدیریت ریسک بهتر، دسترسی بهتر به بازارهای خاص، روابط بهتر با ذینفعان و کاهش هزینه‌های منابع و نیروی کار را به دنبال داشته باشد (Serio et al., 2020) و مشاغل بیشتری ایجاد می‌کنند (Horbach, 2018) که کیفیت بالاتری دارند (Gagliardi et al., 2016)؛ بنابراین، نظام کشاورزی پایدار باید به نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن احتیاجات نسل آینده پاسخ دهد. در این باره کشاورزان می‌توانند با انتخاب محصولات مناسب و بهینه و با کمترین هزینه‌ها، زمینه درآمدزایی و اشتغال‌زایی را فراهم کنند. نتیجه این روند، بهبود وضعیت اقتصادی کشاورزان (بهره‌برداران) و حفاظت از منابع طبیعی برای نسل‌های آینده است (Karami, 2018). از میان محصولات کشاورزی مناسب، زعفران دارای این مزیت‌ها است. زعفران گیاهی چندساله متعلق به خانواده زنبقیان است. این گیاه در بسیاری از کشورهای آسیا (از جمله ایران)، اروپا و استرالیا به‌عنوان «طلای سرخ» شناخته می‌شود (Kothari et al., 2021). ارزش بالای بازار آن به شیوه‌های پرزحمت در طول برداشت و فرآوری گل، همراه با عملکرد محدود آن که برای تولید ۱ کیلوگرم کلاله به ۱۵۰ تا ۲۰۰ گل نیاز دارد، نسبت داده می‌شود (Cardone et al., 2020). زعفران جایگاه برجسته‌ای در صنایع مختلف، از جمله مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی و رنگرزی پارچه دارد (Giupponi et al., 2019). پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که انتظار می‌رود بازار جهانی زعفران تا سال ۲۰۲۸، ۸/۵ درصد افزایش یابد که عمدتاً ناشی از افزایش تقاضا در صنعت آرایشی و بهداشتی است (Mehmeti et al., 2024).

زعفران در مناطق گرمسیری و مناطق با زمستان‌های ملایم و یا تابستان‌های گرم و خشک رشد می‌کند. این گیاه گران‌بهارترین گیاه خوراکی زراعی در جهان می‌باشد که واحد اندازه‌گیری و مبادله آن گرم و مثقال است. دامنه کوه‌های زاگرس بالادست در همدان به‌عنوان رویشگاه اولیه زعفران شناخته می‌شود. ویژگی‌های منحصربه‌فرد زعفران سبب گشته است این گیاه مناسب کشت در مناطق وسیعی از ایران باشد. از جمله آن‌ها می‌توان به نیاز کم به آب، دوره کشت کوتاه‌مدت، قابلیت اشتغال‌زایی برای روستاییان، ارزش اقتصادی بالا، کمی آفات و امراض، عدم نیاز به ماشین‌آلات سنگین، بهره‌برداری ۴ تا ۷ ساله در یک نوبت کاشت، آسانی حمل‌ونقل، ماندگاری بالا و مصارف دارویی و صنعتی بالا اشاره کرد (Vahdani & Asadian, 2021). دیگر ویژگی‌های خاص زعفران، مانند نیاز به نیروی کار خانوادگی، آبیاری در زمان‌های غیربحرانی، قابلیت رشد در خاک‌های رسی و سنی و درآمد بالقوه قابل قبول برای کشاورزان، منجر به افزایش مداوم کشت و تولید آن در کشورها شده است

(Tahiri et al., 2023) که فرصت‌های شغلی، به‌ویژه برای زنان و جوانان ایجاد کرده است (Asil et al., 2022). کشت زعفران موجب اشتغال و درآمدزایی روستاییان شده، از مهاجرت آن‌ها جلوگیری کرده و می‌تواند ظرفیت صادرات غیرنفتی را افزایش دهد (Bouzarjmehri et al., 2016). از بین محصولات صادراتی کشاورزی، کشت و تولید زعفران در زمینه اشتغال‌زایی توانسته است کمک شایانی به روستاییان بالاخص زنان داشته باشد. چراکه در هر سه مرحله کاشت، داشت و برداشت (جداسازی کلانه) موجب به‌کارگیری ۱۹۷ نفر روز نیروی لازم در سال برای هر هکتار شده است که در هر سه مرحله زنان بیشترین نیروهای به‌کار گرفته شده بوده‌اند (Asghari lafmejani & Eizadi, 2017).

با نیاز به توسعه پایدار و رشد اقتصادی، مطالعه درباره کارآفرینی سبز از جمله کشت زعفران بیش از گذشته حس می‌شود. در این خصوص آموسا و همکاران (Amousa et al., 2024)، با بررسی ۱۷۱ مقاله طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ در پایگاه‌های علمی بین‌المللی اسکوپوس^۱، ساینس دایرکت^۲ و امرالد^۳ نشان دادند که انتشار مقالات در حوزه کارآفرینی سبز روند صعودی دارد و بیشتر مطالعات به روش کمی انجام شده است که این ناشی از افزایش علایق پژوهشگران به این موضوع بوده است. همین روند رو به رشد مشکلات زیست‌محیطی، ایجاد اشتغال و دیگر موارد، باعث توجه بیشتر دولت‌ها و حمایت آن‌ها از کارآفرینی سبز، نوآوری و اقتصاد سبز شده است؛ نتایج تحقیق آن‌ها نیز نشان داد که تولیدات علمی در حیطه کارآفرینی سبز در ایران ضعیف بوده و نیازمند پر کردن این خلأ تحقیقاتی است. این پژوهش در پر کردن بخش کوچکی از این خلأ حرکت می‌کند و به تبیین انگاره «کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران» مبادرت دارد.

در راستای کشت و تولید محصول زعفران، زراعتگر و همکاران (Zeraatgar et al., 2024)، در پژوهش خود با عنوان «زعفران ارگانیک: از خاک تا بازار، رویکردی نوین در کشاورزی سبز»، نشان دادند که در کشت زعفران از کودهای زیستی و حیوانی به‌جای کودهای شیمیایی استفاده می‌شود که این نه تنها به تولید محصولاتی با کیفیت و با ارزش کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش حاصلخیزی خاک و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌شود. به‌علاوه نشان دادند که مدیریت آفت‌ها به‌صورت ارگانیک با استفاده از روش‌های بیولوژیکی به حفظ سلامت محصول و محیط‌زیست می‌انجامد؛ یا رعایت بهداشت در مراحل برداشت و استفاده از بسته‌بندی مقاوم را در حفظ کیفیت زعفران ارگانیک مؤثر دانستند. پیشوایی و همکاران (Pishvaei et al., 2023)، در پژوهشی با عنوان «تبیین کشت زعفران در منطقه مختار شهرستان بویراحمد» نشان دادند که کشت زعفران در روستای مختار (پذیرنده کشت زعفران) نسبت به روستای فیروزآباد (پذیرنده کشت زعفران) اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی دارد و وضعیت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی روستای مختار به‌طور مشهودی بهبود پیدا کرد؛ در این راستا پیشنهاد دادند که دولت با اعطای وام‌های کم‌بهره و واگذاری زمین‌های اراضی ملی به مردم می‌تواند سبب گسترش کشت گیاهان دارویی از جمله زعفران شود. موسوی موید (Mousavi Moayyed, 2022)، در بررسی امکان‌سنجی گیاهان دارویی در منطقه مارگون استان کهگیلویه و بویراحمد بیان داشتند که با توجه به بحران آب و وضعیت خشکسالی در سال‌های اخیر، کشت گیاهان دارویی نسبت به گیاهان زارعی ارجحیت دارد و در این بین، به ترتیب گیاهان دارویی آنغوزه و زعفران بهترین انتخاب هستند. ایزدی و همکاران (Izadi et al., 2021)، در مطالعه خود با عنوان «بررسی پیامدهای کشت زعفران در مهاجرت معکوس افراد روستایی در دهستان رشتخوار» نشان دادند که بین افزایش سطح زیر کشت و افزایش تولید محصول زعفران رابطه مثبتی وجود دارد که باعث بازگشت مهاجرین در منطقه گشته است که از عوامل اثرگذار در بازگشت آن‌ها به درآمد بالای زعفران و پایداری درآمد آن اشاره کردند. کلانتری و همکاران (Kalantari et al., 2021)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل چالش‌های تولید زعفران از دیدگاه زعفران کاران شهرستان مشهد»، مهم‌ترین چالش‌های تولید زعفران را چالش‌های فردی (سن و تجربه)،

¹ Scopus

² Science Direct

³ Emerald

اقتصادی (قیمت نهاده‌ها و منابع تولید)، سیاسی (جایگاه رقبا در تولید زعفران و شرایط تحریمی)، فنی (عملکرد محصول، آبیاری و سطح زیر کشت اراضی)، حمایتی (ناظر بر حق بیمه و تسهیلات) و مدیریتی (تشکل‌ها و نقش تعاونی‌ها در جهت کنترل و بهبود وضعیت کشت، فرآوری و بازاریابی زعفران) دانستند. ریاحی و عزیزی (Riahi & Azizi, 2020)، در پژوهشی با عنوان «اثرات کشت زعفران بر اقتصاد کشاورزان در دهستان سیاهرود شهرستان تهران» اظهار داشتند که کشت زعفران در وهله اول موجب اشتغال روستاییان شده است و پس از آن به ترتیب کیفیت خدمات و امکانات، دسترسی به خدمات، درآمد، پس‌انداز و سرمایه و رفاه اجتماعی در میان بهره‌برداران و خانوارهای روستایی افزایش پیدا کرده است. علیائی و عزیزی (Oliaei & Azizi, 2019)، در مطالعه دیگری به دنبال بررسی اثرات کشت زعفران در توسعه منطقه سیاهرود تهران، اظهار داشتند که کشت و تولید زعفران موجب کاهش مهاجرت از روستا به شهر شده و حس تعلق به مکان را در بین روستاییان افزایش داده است؛ در ادامه نشان دادند که کشت زعفران باعث گسترش دامنه و مشارکت اجتماعی، افزایش حس رضایتمندی بهره‌برداران و پشتیبانی آن توسط سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه می‌شود. صادقی و طولابی‌نژاد (Sadeghi & Toulabi Nejad, 2018)، در پژوهش خود نشان دادند که کشت زعفران منجر به افزایش درآمد و میزان اشتغال خانوارهای روستایی و به‌خصوص باعث افزایش اشتغال زنان روستایی می‌گردد؛ علاوه بر این باعث افزایش حس تعلق به مکان در بین خانوارهای روستایی می‌شود. یآوری و زرافشانی (Yavari & Zarafshani, 2017)، جنبه‌های سودآوری زعفران، استفاده از کانال‌های مناسب ارتباطی برای کسب آگاهی، توانایی تهیه امکانات مورد نیاز زعفران، سنجش شرایط مورد نیاز برای کاشت، عملیات بازاریابی و فروش محصول را از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر پذیرش کشت زعفران دانستند. اصغری لقمجانی و ایزدی (Asghari lafmejani & Eizadi, 2017)، در پژوهش خود تحت عنوان «واکاوی نقش زعفران در اشتغال‌زایی خانوارهای روستایی دهستان رشتخوار خراسان رضوی» نشان داده بودند که کشت زعفران منجر به اشتغال‌زایی و کسب درآمد برای خانوارهای دهستان رشتخوار شده و باعث شد انگیزه ماندن در روستا افزایش پیدا کند. بوذرجمهری و همکاران (Bouzarjmehri et al., 2016)، در پژوهش خود با عنوان «بررسی اثرات اقتصادی کشت زعفران بر خانوارهای روستایی با تأکید بر کشاورزی پایدار در دهستان بالاولایت شهرستان باخرز خراسان رضوی»، نشان دادند که از لحاظ زیست‌محیطی شرایط منطقه برای کشت زعفران مناسب بوده است، چراکه سه متغیر «کیفیت مناسب خاک برای کشت زعفران»، «شرایط کم‌آبی منطقه و نیاز کم زعفران به آب» و «فصل مناسب برداشت» از خصوصیات بارز منطقه بوده است و شاخص‌های آموزش و داشتن تجربه و دانش بومی زعفران کاری از عوامل اثربخش در عملکرد زعفران بود. در آخر نیز بیان داشتند که زعفران در مقایسه با دیگر محصولات کشاورزی درآمد بالایی برای کشاورزان دارد.

پژوهش‌های انجام شده بیان داشتند که با توجه به وضعیت کم‌آبی در سال‌های اخیر، کشت گیاهان دارویی مانند زعفران نسبت به گیاهان زراعی ارجحیت دارد و بیشتر اثرات مثبت اقتصادی (ایجاد اشتغال و کسب درآمد)، اجتماعی (زعفران باعث احساس تعلق به مکان روستایی، افزایش مهاجرت معکوس، گسترش دامنه و مشارکت اجتماعی، افزایش حس رضایتمندی بهره‌برداران و پشتیبانی آن توسط سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه) و زیست‌محیطی (افزایش حاصلخیزی خاک و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی) کشت زعفران را مورد بررسی قرار دادند، اما پژوهش حاضر با نگاهی کیفی و با استفاده از تحلیل موقعیت کلارک در پی تبیین و ایجاد انگاره یا موقعیت «کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران» است. به این صورت که الزامات شکل‌گیری کشت زعفران، عناصر انسانی و غیرانسانی دخیل در آن، حوزه‌های قدرت اثرگذار در آن، منطق شکل‌گیری و ساختارهای مشارکت‌کننده در این حیطه را، محدودیت‌ها، نتایج و آثار آن را مورد بررسی قرار می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با رویکرد تحلیل موقعیتی^۱ کلارک (Clark, 2005) است. روش نظریه داده بنیاد روشی اکتشافی و استقرایی می‌باشد که به محققان امکان می‌دهد به‌جای اتکا به نظریه‌های موجود، خود به تدوین نظریه اقدام کنند و بر اساس داده‌های واقعی تدوین شده است و در مواردی که دانش ما در آن زمینه محدود است به کار می‌رود (Clark, 2005). رویکردهای مختلف به نظریه زمینه‌ای در هفت نگرش دسته‌بندی شده است: ۱. رویکرد سیستماتیک اشتراوس و کوربین (Strauss & Corbin, 2008)، ۲. رویکرد کلاسیک گلیزر (Glaser, 1998)، ۳. رویکرد برساخت‌گرایی چارماز (Charmaz, 2000, 2006)، ۴. رویکرد تحلیل موقعیت کلارک (Clark, 2005, 2015, 2019)، ۵. رویکرد تحلیل ابعاد بورز و شاتزمن (Bowers & Schatzman, 2021)، ۶. رویکرد نظریه زمینه‌ای چندگانه گولد و کرونهاولم (Goldkuhl & Cronholm, 2010) و ۷. رویکرد زمینه‌ای مطلع از تورنبرگ (Thornberg, 2012). تحلیل موقعیت یکی از نسخه‌های متعدد روش زمینه‌ای است که با تمرکز بر موقعیت (به‌عنوان واحد تحلیل) به ترسیم سه نقشه موقعیت، عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی و وضعیت می‌پردازد. تحلیل موقعیت یکی از روش‌های جدید برای تحلیل متنی و غیرمتنی پدیده‌های اجتماعی و رفتاری است و از آنجا که به شیوه‌های تحلیل، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوای کیفی اشاره دارد، یک شیوه تحلیل چندگانه است (Ansarizade & Fazlelahi Ghomshi, 2021). تحلیل موقعیت به‌عنوان پاسخی پست مدرنیستی به روش نظریه زمینه‌ای ادل کلارک معرفی شده است. از دیدگاه او هیچ روایت منفردی نمی‌تواند پدیده‌های پیچیده و گوناگون را تشریح و توصیف کند (Strong et al., 2012).

یکی از دغدغه‌های رایج در بین پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی، یافتن مدلی مناسب برای تبیین و پیش‌بینی امور مختلف بوده است که تحلیل موقعیت چنین امکانی را فراهم کرده است. تحلیل موقعیت، مدلی کارآمد و فراگیر است که در مقایسه با برخی از مدل‌های حوزه علوم اجتماعی و انسانی، یافته‌های آن نقدپذیر، عینی و متعلق به حیطه عمومی است (Khanifar & Moslemi, 2023). در نظریه زمینه‌بنیاد تلاش بر این است که موقعیت‌های انعطاف‌پذیر، موقتی، سیال، مبهم و چندبعدی تحلیل و با ارائه نقشه‌های گوناگون ماهیت پدیده مورد نظر آشکار شود؛ به‌زعم کلارک، تحلیل موقعیتی از دل روش زمینه‌ای متولد شده است (Ansarizade & Fazlelahi Ghomshi, 2021) و به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که مطالعه‌های گفتمان و عاملیت، عمل و ساختار، متن و زمینه تاریخ و زمان حال را برای تحلیل موقعیت‌های پیچیده که به‌صورت گسترده‌ای به ادراک می‌آیند، یکپارچه کند (Clarke et al., 2014)؛ بنابراین، نظریه زمینه‌بنیاد در قالب دو رویکرد گلاسری (رویکردی تجربه‌گرا که ریشه در تفکر انتقادی-عقلایی دارد) و اشتراوسی (رویکردی عمل‌گرا که ریشه در تفکر عمل‌گرایانه و کنش متقابل‌گرایانه^۲ دارد) بنا شده است. تحلیل موقعیتی مبتنی بر رویکرد اشتراوسی بر این فرض استوار است که واقعیت تحت تأثیر بافت‌های اجتماعی و مادی پژوهشگران قرار دارد و با تغییر این بافت‌ها طی زمان، باید به‌صورت فرآیندی درک شود؛ بنابراین باید موقعیت‌هایی که واقعیت در آن‌ها اتفاق می‌افتد، دیده و تحلیل شوند. پس تحلیل موقعیت (نظریه زمینه‌ای پس از چرخش پست مدرن) نگاهی به جهان‌های اجتماعی و پارادایم تفسیری است (Ansarizade & Fazlelahi Ghomshi, 2021). نظریه زمینه‌ای متعارف بر مؤلفه‌های انسانی تمرکز دارد، اما تحلیل موقعیت علاوه بر توجه به کنشگران انسانی به عواملان و کنشگران غیرانسانی نیز توجه می‌کند (Babayi Salanghocha et al., 2017). کلارک در تحلیل موقعیتی خود بر کنشگران انسانی (مانند افراد کلیدی، دولت، گروه‌ها، سازمان‌ها و احزاب) و عواملان غیرانسانی (مانند فناوری‌ها، اشیاء و زیرساخت‌های مادی، عناصر فضایی و گفتمان‌های تاریخی و روایتی) تأکید دارد و جهان را در موقعیت مورد نظر بررسی و به اندیشه‌های کنش

^۱ Situational Analysis

^۲ اندیشه‌های جرج هربرت مید (Geroge Herbert Mead) و هربرت بلومر (Herbert Blumer) که موقعیت را به مثابه لحظه‌ای تعریف می‌کنند که مردم معنی مشترک نمادها را در کنشی متقابل تولید می‌کنند.

متقابل گرایان نزدیک می‌شود. ایشان بر روابط و نحوه تولید و بازتولید عناصر انسانی و غیرانسانی توسط همدیگر تمرکز دارد و توجه به آن‌ها در یک نقشه موقعیتی را الزامی می‌داند (Clarke et al., 2015). هر موقعیت به لحاظ تجربی به وسیله تولید سه نوع نقشه و متعاقب آن، به وسیله کارهای تحلیلی مختلف و نگارش یادداشت‌های تحلیلی مورد بررسی قرار می‌گیرد که پژوهشگران را قادر می‌سازد موقعیت یا پدیده مورد نظر را به صورت عمیق‌تر و متفاوت‌تر از سایر تفسیرگران تفسیر کنند:

الف) نقشه‌های موقعیتی نامنظم و منظم^۱: در این گونه نقشه‌ها همه کنشگران فردی و جمعی و همه عناصر انسانی (مانند افراد کلیدی، دولت، گروه‌ها، سازمان‌ها و احزاب) و عواملان غیرانسانی (مانند فناوری‌ها، اشیاء و زیرساخت‌های مادی، عناصر فضایی و گفتمان‌های تاریخی، روایتی و اداری) مشخص و تنظیم می‌شوند و روابط بین آن‌ها تحلیل می‌گردد. برای ترسیم نقشه موقعیتی نامنظم، پژوهشگر باید تمامی مؤلفه‌های موجود در موقعیت مورد بررسی خود را بر روی برگه‌ای یادداشت کند و نباید خود را محدود به ارائه فهرستی منظم و سازمان‌یافته کند. به این صورت که آزادانه تمامی مؤلفه‌هایی را که بر اساس داده‌ها به ذهنش خطور می‌کند، صرف‌نظر از اینکه چقدر حاشیه‌ای به نظر می‌آیند، یادداشت کند. برای ترسیم نقشه موقعیتی منظم، پژوهشگر باید مؤلفه‌هایی را که در نقشه موقعیتی نامنظم یا ساخت‌نیافته بودند را به صورت منظم زیر عناصر انسانی و غیرانسانی مختص به خود چارچوب‌بندی و سازماندهی کند (Clarke, 2022).

ب) نقشه عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی^۲: این نقشه‌ها جهان‌های گفتمانی گوناگون را محکم نگه می‌دارند و اندازه، مکان‌ها و تقاطع‌های جهان‌های اجتماعی در یک عرصه را نشان می‌دهند. انجام این نقشه می‌تواند به محقق کمک کند تا زمینه‌های همپوشانی گفتمانی، همکاری و استراتژیک و فاصله بین بازیگران جمعی را کشف کند (Evans-Jordan, 2023). کلارک، نقشه عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی را به عنوان تحلیلی سطح میانه معرفی می‌کند و به اعتقاد او سطح میانه، عبارت است از سطح عمل اجتماعی، سطحی که افراد به واسطه عمل متعهدانه خود به جهان‌های اجتماعی و مشارکت در فعالیت‌های آن جهان که به طور همزمان هم به وسیله گفتمان‌ها ساخته شده، هم گفتمان‌ها را خلق می‌نمایند، مکرراً به موجودیت‌هایی اجتماعی تبدیل می‌شوند؛ بنابراین، در این نقشه‌ها می‌توان جهان‌های اجتماعی، رژیم‌های عمل، شکل‌گیری اجتماعی و نیز گفتمان‌های تولید شده و جاری در آن‌ها را دید (Clarke & Star, 2008; Clarke, 2018). این نقشه‌ها، تمامی عوامل جمعی و عرصه‌هایی را که این عوامل درون آن‌ها درگیر مذاکرات و گفتمان هستند در بر می‌گیرند و هدف این نقشه‌ها تجسم روابط اجتماعی است که یا موضوع تحقیق می‌باشند و با به موضوع تحقیق ما شکل می‌دهند (Shirbagi & Naderi, 2023).

ج) نقشه‌های وضعیتی^۳: برای ساده‌سازی و ادراک وضعیت‌های بیان شده و مهم‌تر از آن، بیان نشده در گفتمان‌ها یا میدان‌ها به کار می‌روند و محقق را قادر می‌سازد تا عناصر و مجموعه‌های موجود در یک موقعیت را تعریف و دیدگاه‌های گوناگون مرتبط را بازتاب کند (Evans-Jordan, 2023)؛ بنابراین، این نقشه‌ها راهبردی برای ساده‌سازی و تسهیل ترسیم وضعیت‌های اتخاذ شده و اتخاذ نشده در موقعیت هستند (Clarke, 2012). برای ترسیم نقشه‌های وضعیتی، باید تنوع و اختلافات جزئی به تصویر کشیده شوند و تمایزات بین افراد و گروه‌ها مورد توجه قرار گیرد. لذا باید بر اساس داده‌ها مشخص کرد که اغلب کدام موضوعات پایه‌ای در موقعیت وجود دارند که درباره آن‌ها، وضعیت‌های مختلفی متصور است و آن‌ها را مبتنی بر ابعادشان به صورتی فهرست نمود (Ansarizade & Fazlelahi Ghomshi, 2021). هر سه نوع نقشه، برای پژوهش‌های مبتنی بر مصاحبه تا پژوهش‌های چندسایتی مناسب‌اند (Babayi Salanghocha et al., 2017). در این نقشه‌ها، افراد، گروه‌ها و مؤسسات قادرند مواضع متناقض و حتی متعددی را در مورد یک موضوع ارائه دهند و معمولاً دارای دو محور می‌باشند که وضعیت‌ها در امتداد آن‌ها می‌آید و محورها را می‌توان غالباً برحسب «بیشتر در مقابل کمتر» طراحی کرد (Shirbagi & Naderi, 2023).

¹ Situational Maps of messy and ordered

² Social worlds/arenas maps

³ Positional Maps

پژوهش حاضر در روستاهای اطراف شهر یاسوج انجام شد و مشارکت‌کنندگان، کارآفرینانی بودند که در حیطة کشت زعفران مشغول فعالیت بودند که به صورت هدفمند (از دو نوع معیارمحور و موارد همگن) انتخاب شدند. در روش نمونه‌گیری معیارمحور^۱، شرکت‌کنندگان بر اساس معیارهای خاصی که مرتبط با سؤالات پژوهش است انتخاب می‌شوند و در روش نمونه‌گیری موارد همگن^۲، محقق به دنبال تحقیق در مورد تجربیات اجتماعی خاص با ویژگی‌های مشابه است. ملاک ورود افراد به پژوهش آن بود که در موقعیت‌های کشت زعفران قرار داشتند و در این زمینه دارای تجربه بودند. در پژوهش‌های کیفی معیار دقیقی برای تخصیص حجم نمونه یا افراد مشارکت‌کننده وجود ندارد. با این حال بر اساس دیدگاه هالووی و گالوین (Holloway & Galvin, 2016) بین ۴ تا ۴۰ مشارکت‌کننده برای این نوع از پژوهش‌ها کافی می‌باشد. در واقع در پژوهش‌های کیفی از روش نمونه‌گیری باز استفاده می‌شود؛ بدین معنی که در این شیوه نمونه‌گیری ممکن است برخی مواقع تنها از یک تعداد گروه کم، برای ساخت یک مقوله استفاده شود. به عبارتی حجم نمونه تا جایی افزوده می‌شود که محقق متوجه شود اشباع مقوله یا نظری اتفاق افتاده است. به این معنا که پژوهشگر درمی‌یابد که با افزودن نمونه بیشتر، دیگر بینش و بصیرتی افزوده نمی‌شود و چیز تازه‌ای کشف نمی‌شود؛ بنابراین، انتخاب نمونه از جامعه مورد مطالعه (کارآفرینان کشت زعفران) به صورت اشباعی بود، یعنی محقق مصاحبه‌ها را آن قدر ادامه داد تا به جواب‌های تکراری و به نقطه اشباع رسید. به این صورت که پس از مصاحبه و ثبت پاسخ‌های ۱۰ نفر، پاسخ‌های آن‌ها به حالت اشباع و تکرار رسید و انجام مصاحبه متوقف گردید. لذا نمونه‌گیری با در نظر گرفتن حداکثر تغییرات انجام شد و در نهایت به دلیل اشباع نظری از بین ۲۰ مشارکت‌کننده داوطلب با ۱۰ شرکت‌کننده بر اساس معیارهای ورود و خروج مصاحبه‌هایی عمیق و نیمه ساختاریافته (بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه) به صورت حضوری انجام شد. با استفاده از شیوه نمونه‌گیری هدفمند، به منظور گزینش شرکت‌کنندگان در این پژوهش از معیارهای ورود به این شرح استفاده شد: ۱. داوطلب شرکت در پژوهش بوده و توانایی لازم برای بیان تجربیات خود را داشته باشند، ۲. افراد شرکت‌کننده حداقل دو سال تجربه کشت زعفران داشته باشند، ۳. ساکن روستاهای اطراف شهر یاسوج و در کنار زمین زیر کشت خود باشند، ۴. شامل هر دو کارآفرین زن و مرد باشند و ۵. کارآفرینی سبز آن‌ها توسط مراجع مربوطه (مانند سازمان جهاد کشاورزی) تأیید شده باشد. همچنین تنها معیار خروج شامل عدم رضایت و همکاری آن‌ها برای انجام مصاحبه‌ها بوده است.

در این پژوهش محقق سعی کرد همه مصاحبه‌ها را با اجازه از مصاحبه‌شوندگان ضبط کند و مصاحبه‌ها را در زمان و مکان مناسب انجام دهد و در صورت فراهم نبودن شرایط حضور مشارکت‌کنندگان با توافقشان آن را به زمان دیگری موکول کند. در ضمن به دلیل رعایت ملاحظات اخلاقی به تمام شرکت‌کنندگان گفته شد که شرکت در این پژوهش داوطلبانه بوده و حق انصراف از تحقیق را نیز خواهند داشت؛ بنابراین، در این پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق استفاده شد و پروتکل مصاحبه شامل سؤالاتی در زمینه تجارب مشارکت‌کنندگان در موقعیت‌های کشت زعفران بود که برخی از آن‌ها در حین مصاحبه و با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شونده در ذهن محقق ایجاد و پرسیده شد. با توجه به اینکه در پژوهش‌هایی که مبتنی بر نظریه داده بنیاد هستند رونوشت‌های عامیانه مصاحبه‌ها بسیار مهم هستند، از این‌رو تمام متن مصاحبه‌ها با رعایت ملاحظات اخلاقی بدون دست‌کاری و رسمی‌سازی به‌طور کامل توسط محقق پیاده‌سازی و مکتوب شدند. همچنین برای بررسی مقدماتی سؤالات مصاحبه، با همکاری استاد راهنما با دو نفر از کارآفرینان در حیطة کشت زعفران مصاحبه شد و پس از دریافت بازخورد آن‌ها سؤالات مصاحبه بازنگری و نهایی شد. برای بررسی صحت داده‌های تحقیق و افزایش روایی و پایایی ابزار پژوهش از روش‌های مانند مشارکت طولانی و فعال پژوهشگر در میدان تحقیق، ارتباط مداوم با موضوع، داده‌های تحقیق و مشارکت‌کنندگان، استفاده از ضبط صوت و یادداشت‌برداری برای ثبت داده‌ها و اطلاعات، جست‌وجوی شواهد ناهمخوان و اخذ بازخورد از مشارکت‌کنندگان پس از کدگذاری داده‌ها استفاده شد. به‌علاوه کدهای اولیه استخراج شده توسط افراد مجرب و

¹ Criterion Sampling

² Homogeneous Sampling

متخصص (از جمله اساتید مدیریت دولتی و کارآفرینی، استاد راهنما و مشاور، دو دانشجوی دکتری و یک تحلیل‌گر کیفی) چند بار مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفتند و در نهایت پس از توافق بر سر موقعیت آن‌ها، کدها نهایی شدند. در نهایت به‌منظور تحلیل داده‌های حاصل شده از مصاحبه‌ها، از کدگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی (گزینشی) استفاده شده است.

۱. **کدگذاری باز**^۱: کدگذاری باز نخستین مرحله در تحلیل داده‌بنیاد است که با هدف استخراج کدهای اولیه^۲ از داده‌ها انجام می‌گردد. در این مرحله تلاش محقق بر این است که داده‌های خام (مانند متن مصاحبه‌ها، اسناد و یادداشت‌های میدانی) را به واحدهای کوچک‌تر^۳ تقسیم کند و عبارات یا مفاهیم کلیدی^۴ و جدید^۵ از آن‌ها استخراج کند. این کدها مضامین و موضوعاتی می‌باشند که در داده‌های خام یافت می‌شوند و معمولاً بدون طبقه‌بندی خاصی استخراج می‌گردند (Delve & Limpaecher, 2022).

۲. **کدگذاری محوری**^۱: هدف از کدگذاری محوری ایجاد ارتباط بین کدها و مقوله‌های تولید شده در کدگذاری باز یا ایجاد ارتباط بین مفاهیم اولیه است. هدف اصلی این کدگذاری، سازماندهی و شناسایی مقوله‌های اصلی^۷ و فرعی در داده‌ها است. به این صورت که کدهای مرتبط یا مشابه در دسته‌بندی‌های بزرگ‌تر و مفاهیم کلی‌تر قرار می‌گیرند و به‌عنوان مقوله‌های اصلی شناخته می‌شوند (مفاهیم اولیه با هم ترکیب می‌شوند و به دسته‌بندی بزرگ‌تر و معنادارتر تقسیم می‌گردند)؛ بنابراین، کدگذاری محوری به محقق کمک می‌کند تا داده‌های پراکنده را به شکل منسجم و ساختارمند تحلیل و با هم ترکیب کند و الگوهای معنادار^۸ و سیستماتیک از داده‌ها استخراج کند (Ho & Limpaecher, 2022).

۳. **کدگذاری انتخابی یا گزینشی**^۹: کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به‌دست می‌آید و سومین مرحله در تحلیل داده‌بنیاد است که در آن محقق به شناسایی مقوله‌های مرکزی^{۱۰} می‌پردازد. به این صورت که تلاش پژوهشگر بر این است تا تمامی مقوله‌ها و کدهای قبلی را با یکدیگر ترکیب^{۱۱} کند تا به چند مقوله گزینشی دست یابد. در واقع، هدف ارائه تصویری جامع و کلی از پدیده مورد مطالعه است (Delve & Limpaecher, 2022).

یافته‌ها

جدول (۱)، اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج این جدول، میانگین سنی مشارکت‌کنندگان ۴۷ سال می‌باشد و نیمی از آن‌ها تحصیلات دیپلم و بالاتر داشته‌اند.

¹ Open Coding (Identify categories, properties, dimensions)

² Initial Codes

³ Smaller Units

⁴ Key Concepts

⁵ New Concepts

⁶ Axial Coding (Systematically elaborate on categories and link to subcategories)

⁷ Core Categories

⁸ Meaningful Patterns

⁹ Selective Coding (Refine and integrate to develop a theoretical scheme)

¹⁰ Central Categories

¹¹ Integrate

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان بر حسب درصد

ویژگی‌های جمعیتی	درصد
جنس	(۷۰ درصد مرد و ۳۰ درصد زن)
میزان تحصیلات	(۳۰ درصد ابتدایی، ۲۰ درصد راهنمایی و ۵۰ درصد دیپلم و بالاتر)
سابقه زعفران کاری	(۴۰ درصد کمتر از ۳ سال، ۳۰ درصد بین ۳ تا ۵ سال و ۳۰ درصد نیز بالاتر از ۵ سال)
مساحت اراضی زیر کشت زعفران (هکتار)	(۴۰ درصد کمتر از یک هکتار و ۶۰ درصد بالاتر از یک هکتار)

میانگین سنی مشارکت‌کنندگان: ۴۷ سال

جدول (۲)، نشان می‌دهد که در تحلیل متن گفتارها (مصاحبه‌ها) تأکید بر احصای کدهای استقرایی (زنده) است. با استفاده از کدگذاری تجارب کارآفرینان، نتایج مؤثری در خصوص توسعه کارآفرینی سبز در کشت زعفران جمع‌آوری شد. همچنین با توجه به تجارب کارآفرینان سبز، اطلاعاتی در مورد کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران، الزامات توسعه کارآفرینی سبز در حیطه مورد نظر، عناصر اصلی موقعیت‌های توسعه در حیطه زعفران، نهادهای حامی و حوزه‌های قدرت در توسعه کشت زعفران، اهمیت مؤلفه‌های علمی و فرهنگی و نقش آب‌وهوا در توسعه کشت زعفران و مزایای کشت زعفران به‌دست آمد. سپس طبق الگوی تحلیل موقعیت، با نگرستن به موقعیت و تفکر در مورد داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها و همچنین با تحلیل‌های مختلف توسعه کارآفرینی در حیطه کشت زعفران و با بررسی مؤلفه‌های انسانی و غیرانسانی، ساخت‌های گفتمانی، عاملین فردی و جمعی و مؤلفه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، فضایی، تاریخی و زمانی موقعیت به تصویر کشیده شده و نقشه‌های موقعیت، عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی و وضعیت به‌عنوان مراحل سطح تحلیل موقعیت ترسیم شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری متن گفتارهای مصاحبه‌شوندگان

متن گفتارها	کدهای بدوی (باز)
کشت زعفران آب کمی نیاز دارد، در زمین آن کود دامی استفاده می‌کنیم، درآمد خوبی دارد، برای سلامتی خوبه و اشتغال‌زایی ایجاد می‌کند. همچنین زعفران نشاط‌آور است، ولی مصرف زیاد آن خوب نیست. زعفران ما اصل است؛ پارسال ۹۵ هزار تومان بود و امسال ۱۸۵ هزار تومان است، ولی در بازار ۲۲۰ هزار تومان است.	الف. کشت زعفران به آب کمی نیاز دارد. ب. استفاده از کود دامی در زمین کشت زعفران. ج. فروش زعفران درآمد خوبی دارد. د. مصرف زعفران به‌سلامتی کمک می‌کند. ه. زعفران نشاط‌آور است. و. زعفران قیمت مناسبی در بازار دارد و هر ساله به قیمت آن افزوده می‌شود.

مرحله دوم کدگذاری، شامل بازتحلیل و سازماندهی داده‌های کدگذاری شده در مرحله اول می‌باشد که مستلزم پیوند واقعیت‌های به‌ظاهر غیر مرتبط و متناسب‌سازی مقولات با همدیگر است. در این بخش پس از تحلیل گفتمان کارآفرینان به حذف موارد مشابه پرداخته شده و مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر در تجربه زیسته آن‌ها مشخص شده است. هدف اصلی بسط حس معنایی از سازمان مبتنی بر مقوله‌های مضمونی، مفهومی و نظری مستخرج از منظومه کدهای اولیه بود که برونداد این مرحله از تحلیل، کدهای محوری و گزینشی یا انتخابی بودند (جدول ۳). در مجموع تعداد ۱۴۰ کد بدوی (باز)، ۳۳ کد محوری و ۱۵ کد گزینشی به‌دست آمد.

جدول ۳. نتایج کدگذاری سه مرحله‌ای (شیوه تبدیل کدهای باز به کدهای محوری و گزینشی)

کدهای بدوی (باز)	کدهای محوری	کدهای گزینشی
<ul style="list-style-type: none"> - با کشت محصولی مانند زعفران، در مصرف آب صرفه‌جویی می‌شود - زعفران کلاً دو بار در سال آبیاری می‌شود (یکبار در ۲۰ مرداد و یکبار در اوایل آبان موقع گل‌دهی) - کشت زعفران به آب کمی نیاز دارد - محصول تولیدی منطقه فقط در ماه‌های مرداد و آبان نیاز به آب دارد؛ به‌علاوه منطقه ما هم در تابستان با کمبود آب مواجه است - محصول تولیدی زعفران آب کمتری مصرف می‌کند 	<ul style="list-style-type: none"> صرفه‌جویی در مصرف آب 	<ul style="list-style-type: none"> حفظ منابع طبیعی
<ul style="list-style-type: none"> - کود زیستی ورمی کمپوست تولیدی جهت استفاده در کشت زعفران به حفاظت از محیط‌زیست کمک می‌کند - به‌جای کودهای شیمیایی از کود حیوانی (زیستی) در زمین کشت زعفران استفاده می‌شود - کاشت زعفران کمترین آسیب را به محیط‌زیست وارد می‌کند - زعفران را می‌توان سال‌های متمادی زیادی (بین ۷ تا ۸ سال) در یک زمین کاشت 	<ul style="list-style-type: none"> جلوگیری از تخریب محیط‌زیست 	
<ul style="list-style-type: none"> - کشت و فروش زعفران باعث کسب درآمد خوبی می‌شود - درآمد حاصله از کشت زعفران از درآمد دیگر محصولات کشاورزی بیشتر است - کشت زعفران مزیت اقتصادی بالایی دارد - کسب و کارهای کارآفرینی باعث ایجاد اشتغال و درآمد برای سایر همسایه‌ها شده است - درآمد حاصل از زعفران نسبت به هزینه‌های آن بیشتر است - زعفران قیمت مناسبی در بازار دارد و هرساله به قیمت آن افزوده می‌شود - ارزش افزوده زعفران نسبت به سایر محصولات بیشتر است - کاشت زعفران باعث ایجاد ارزش افزوده می‌شود و به توسعه اقتصادی روستا کمک می‌کند 	<ul style="list-style-type: none"> منفعت اقتصادی بالا 	<ul style="list-style-type: none"> ایجاد اشتغال و کسب درآمد در جامعه
<ul style="list-style-type: none"> - کشت زعفران به رونق اشتغال کمک می‌کند - کشت و تولید زعفران باعث اشتغال‌زایی برای برخی گروه‌های خاص مانند زنان بی‌سرپرست شده است - تولید زعفران از جمله مشاغل است که زنان خانه‌دار روستایی به‌راحتی می‌توانند آن را انجام دهند - رونق زعفران در منطقه منجر به رونق کسب و کار سایر افراد می‌شود 	<ul style="list-style-type: none"> اشتغال‌زایی 	
<ul style="list-style-type: none"> - از گل زعفران به‌عنوان دمنوش استفاده می‌شود - از زعفران به‌عنوان ادویه در غذا استفاده می‌شود - مصرف زعفران نشاط‌آور است - هنگام برداشت زعفران نکات بهداشتی جدی گرفته می‌شود و رعایت می‌گردد - مصرف زعفران به‌سلامتی جسمانی کمک می‌کند - مصرف زعفران به‌سلامتی روانی و روحی کمک می‌کند 	<ul style="list-style-type: none"> مصارف درمانی 	<ul style="list-style-type: none"> کاربرد متنوع دارویی-درمانی
<ul style="list-style-type: none"> - آموزش‌های لازم به افراد کارآفرین در زمینه کشت زعفران توسط سازمان جهاد کشاورزی ارائه شود - آموزش دادن به رشد کارهای کارآفرینی در حیطه زعفران کمک می‌کند - بسیج سازندگی کارهای کارآفرینی در حیطه زعفران را به مردم آموزش می‌دهد - شوراهای دهیاری‌ها آموزش‌های مناسب را جهت اجرای طرح‌های کارآفرینانه (مانند کشت زعفران) به مردم ارائه می‌دهند - دولت باید آگاهی در زمینه شیوه تولید زعفران را به مردم آموزش دهد - آموزش‌های سازمانی جهاد کشاورزی به مردم جهت تولید زعفران توسط کارآفرین و فرد باتجربه‌ای صورت می‌گیرد، نه توسط کارشناسان خودشان - آموزش کشاورزان و دامداران جهت مفید بودن محصولات سبز منجر به موفقیت طرح‌های کارآفرینانه می‌شود - آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی اولین قدم در موفقیت طرح‌های سبز (مانند زعفران) است - مردم نسبت به محصولات کارآفرینی سبز مانند زعفران آگاهی ضعیفی دارند - جهاد کشاورزی از جمله سازمان‌هایی است که در زمینه آگاهی‌رسانی کارآفرینی سبز و زعفران فعالیت و همکاری می‌کند 	<ul style="list-style-type: none"> آموزش‌های سازمانی در زمینه‌های کارآفرینی سبز و کشت زعفران 	<ul style="list-style-type: none"> خدمات و آموزش‌های دولتی
<ul style="list-style-type: none"> - سازمان جهاد کشاورزی می‌تواند در زمینه ارائه خدمات به کارهای کشت زعفران فعالیت کند - زعفران کاران تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی قرار می‌گیرند - کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌تواند در زمینه ارائه خدمات به کارهای کارآفرینانه فعالیت کند - سازمان بهزیستی می‌تواند در زمینه ارائه خدمات به کارهای کارآفرینانه زعفران فعالیت کند - بسیج سازندگی می‌تواند در زمینه ارائه خدمات به کارهای کارآفرینانه کشت زعفران فعالیت کند 	<ul style="list-style-type: none"> حمایت و پشتیبانی سازمان‌های دولتی 	
<ul style="list-style-type: none"> - پیاز رایگان توسط سازمان جهاد کشاورزی به افراد کارآفرین در حیطه کشت زعفران ارائه گردد - دولت می‌تواند با اعطای زمین به رونق کشت زعفران کمک کند 	<ul style="list-style-type: none"> سرمایه‌های فیزیکی 	<ul style="list-style-type: none"> ارائه امکانات تولید

جدول ۳. نتایج کدگذاری سه مرحله‌ای (شیوه تبدیل کدهای باز به کدهای محوری و گزینشی)

کدهای بدوی (باز)	کدهای محوری	کدهای گزینشی
دولت می‌تواند با اعطای وام به رونق کشت زعفران کمک کند ارائه وام از طرف آستان قدس رضوی (یکی از خیریه‌های حامی کشت زعفران) به افراد کارآفرین بسپج سازندگی جهت انجام کارهای کارآفرینی (مانند کشت زعفران) به مردم تسهیلات اعطاء می‌کند از جمله صندوق‌هایی که حامی طرح‌های کارآفرینانه است، صندوق کارآفرینی امید بوده که تسهیلات ارائه می‌دهد تسهیلات و کمک‌های سازمان‌های ذی‌ربط در حد تأمین هزینه‌های اولیه زعفران نیست	تسهیلات دولتی	
از جمله مواردی که منجر به موفقیت کارهای کارآفرینانه می‌شود، صبر، حوصله و مطمئن بودن افراد کارآفرین از کار خود است افراد کارآفرین افرادی واقع‌بین و دلگرم به موفقیت در کار خود هستند	خوش‌بین بودن کارآفرین	ویژگی‌های کارآفرینان
پایداری، سماجت و پافشاری داشتن فرد کارآفرین می‌تواند در اجرای موفقیت‌آمیز طرح‌های کارآفرینانه کمک کننده باشد افراد کارآفرین، افرادی علاقه‌مند و عاشق به کار خود هستند	پرانگیزه بودن کارآفرین	
بین فرد کارآفرین و مردم محلی همکاری متقابل وجود دارد مردم محلی جهت انجام پروژه‌های دولتی برای لوله‌کشی و پمپاژ آب همکاری نمی‌کنند بسپج سازندگی از جمله سازمان‌هایی است که در زمینه کارآفرینی سبز با کارآفرینان فعالیت و همکاری می‌کند شوراها و دهیاری‌ها می‌توانند جهت تأمین بودجه طرح‌های کارآفرینانه همکاری و مشارکت کنند مشارکت همزمان دولت و مردم می‌تواند زمینه موفقیت طرح‌های کارآفرینانه را تضمین کند در زمینه خدمت‌رسانی هم مردم و هم دولت ضعیف عمل می‌کنند حمایت دولت در اجرای طرح‌های کارآفرینی ناچیز است مردم و دولت باید در فرهنگ‌سازی نسبت به کارآفرینی با هم مشارکت کنند فرهنگ همکاری و انتقال تجربیات و اطلاعات بین کارآفرینان ضعیف است کارآفرینان مناطق دیگر اطلاعات و تجربیات خود را در اختیار سایر افراد مشتاق قرار نمی‌دهند افراد کارآفرین تمایل ندارند برای خود رقیب ایجاد کنند	اهمیت همکاری مردم محلی و کارآفرینان	لزوم همکاری‌های متقابل
همسران افراد کارآفرین در کارهای کارآفرینی (مانند کشت زعفران) با آن‌ها همکاری می‌کنند و آن‌ها را مورد حمایت قرار می‌دهند بین افراد کارآفرین و افراد مهم زندگی آن‌ها (مانند همسر) جهت کارهای کارآفرینی (مانند کشت زعفران) همکاری و همیاری وجود دارد	حمایت از طرف همسر	حمایت‌های خانوادگی از کارهای کارآفرینی
افراد خانواده مانند کودکان و سالمندان نیز می‌توانند در برداشت زعفران کمک کنند نقش خانواده‌ها در فرهنگ‌سازی نسبت به کارآفرینی از سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها بیشتر است	حمایت از طرف اعضای خانواده	
امکانات انجام کارهای کارآفرینی مانند خاک مرغوب در منطقه وجود دارد از جمله مواردی که در منطقه منجر به تولید زعفران با کیفیت شده است، خاک بکر آن است	اهمیت وجود خاک مرغوب	تناسب محصول (زعفران) با شرایط جغرافیایی
امکانات انجام کارهای کارآفرینی مانند آب‌وهوای مناسب در منطقه وجود دارد از جمله مواردی که در منطقه منجر به تولید زعفران با کیفیت شده است، آب‌وهوایی عالی آن است محصول تولیدی (زعفران) در منطقه با توجه به شرایط آب‌وهوایی انتخاب شده است با توجه به آب‌وهوای منطقه، ماندگاری زعفران نسبت به سایر محصولات بیشتر است	اهمیت وجود آب‌وهوایی مناسب تطابق محصول با منابع آب	
فقط مرداد و شهریور زمان کشت زعفران است برداشت زعفران در ساعات خاصی انجام می‌شود فروش زعفران در بازه زمانی محدودی صورت می‌گیرد، چراکه محصول پرازشی است بهترین زمان برای برداشت زعفران اول صبح است	زمان بر نبودن کشت و برداشت زعفران	کشت زعفران به‌عنوان شغل فصلی یا دوم
کارآفرینی در زمینه کشت زعفران یک کار فصلی است افراد بازنشسته به کشت زعفران به‌عنوان یک شغل فصلی مهم نگاه می‌کنند محصول زعفران تولیدی یک شغل فصلی پایدار است افراد در کنار شغل اصلی خود به کشت زعفران به‌عنوان یک شغل فصلی نگاه می‌کنند	کشت زعفران به‌عنوان مکمل شغل اصلی	
یکی از روش‌های تبلیغات محصولات سبز، هدیه دادن محصول دیگری (مانند به‌لیمو) در کنار محصول سبز مورد نظر (زعفران) است بازاریابی محصول زعفران به‌صورت بازاریابی اینترنتی (مانند گوگل و برنامه‌هایی مانند دیوار) است تبلیغات زیاد و بزرگنمایی بیش‌ازحد در رسانه‌های رسمی منجر به شکست برنامه‌های کارآفرینانه می‌شود تولید محصولات باکیفیت (زعفران با کیفیت) در جذب مشتری کمک‌کننده است یکی از روش‌های جذب مشتری، هدیه دادن محصول دیگری در کنار محصول سبز مورد نظر است	تبلیغات	بازاریابی محصول
	جذب مشتری	

جدول ۳. نتایج کدگذاری سه مرحله‌ای (شیوه تبدیل کدهای باز به کدهای محوری و گزینشی)

کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای بدوی (باز)
	قیمت‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> - تعرفه زیاد صادرات مانع صادرات محصولات منطقه (زعفران) شده است - قیمت‌ها در بازار توسط گروهی خاص انجام می‌شود - سیاست‌گذاری دولت‌ها در عرضه و تقاضا و همچنین قیمت محصولات تأثیر بسزایی دارد - سیاست‌های صادراتی زعفران در سال گذشته منجر به کمبود زعفران در داخل و افزایش تقاضای آن شده است - دولت‌های قبل محصولات ما را پیش‌خرید می‌کردند و بعد در مورد صادرات آن تصمیم می‌گرفتند
نیاز مالی علت انجام کارآفرینی	انگیزه کسب درآمد	<ul style="list-style-type: none"> - مردم بیشتر به خاطر درآمد به سمت زعفران کاری می‌روند تا عشق و علاقه - افراد به خاطر نیاز مالی به سمت کارآفرینی می‌روند
	رفع بیکاری	<ul style="list-style-type: none"> - افراد کمی هستند که به خاطر علاقه شخصی به سمت کارآفرینی می‌روند - افراد منطقه به خاطر کسب درآمد و رفع بیکاری به سمت کارآفرینی می‌روند
	مشتریان ثابت	<ul style="list-style-type: none"> - زعفران محصولی است که خیلی زود به فروش می‌رسد و پر تقاضا است - مشتریان زعفران، اکثراً مشتریان ثابت هستند
بازار در دسترس	بازار داخلی	<ul style="list-style-type: none"> - اکثر مشتریان محصولات سبز مانند زعفران، مشتریان بومی، منطقه‌ای و استانی هستند - محصول زعفران بیشتر در داخل استان به فروش می‌رسد - تهیه منابع اولیه، از جمله پیاز زعفران از استان خراسان فراهم است - بیشتر بازارهای فروش محصول زعفران، بازار داخلی (داخل کشور) هستند
ضرورت وجود پیشگامان کارآفرینی	وجود ناچی	<ul style="list-style-type: none"> - یک فرد باید تابوها را بشکند تا مسیر کارآفرینی کشت زعفران را برای دیگران باز کند
	وجود رهبر	<ul style="list-style-type: none"> - افراد در کشت زعفران از همدیگر پیروی می‌کنند، اما ابتدا باید یک فرد شروع‌کننده باشد
	کارآفرینی ناچی زنان	<ul style="list-style-type: none"> - بسیج‌سازندگی از زنان سرپرست خانوار جهت تولید محصولات سبز (مانند زعفران) حمایت می‌کند - کشت و تولید زعفران باعث اشتغال‌زایی برای برخی گروه‌های خاص مانند زنان بی‌سرپرست شده است
کارآفرینی به‌عنوان منجی روستاییان	کارآفرینی ناچی زنان	<ul style="list-style-type: none"> - بیشتر افرادی که در زمینه کشت زعفران فعالیت می‌کنند، زنان خانه‌دار هستند - افراد خانواده مانند کودکان و سالمندان نیز از برداشت زعفران بهره می‌برند. - تولید زعفران از جمله مشاغلی است که زنان خانه‌دار روستایی به‌راحتی می‌توانند آن را انجام دهند - رونق زعفران در منطقه منجر به رونق کسب‌وکار سایر افراد (مانند افراد میان‌سالان و سالخورده‌گان) می‌شود - زنان خانه‌دار از مزیت کارهای کارآفرینانه کسب درآمد می‌کنند

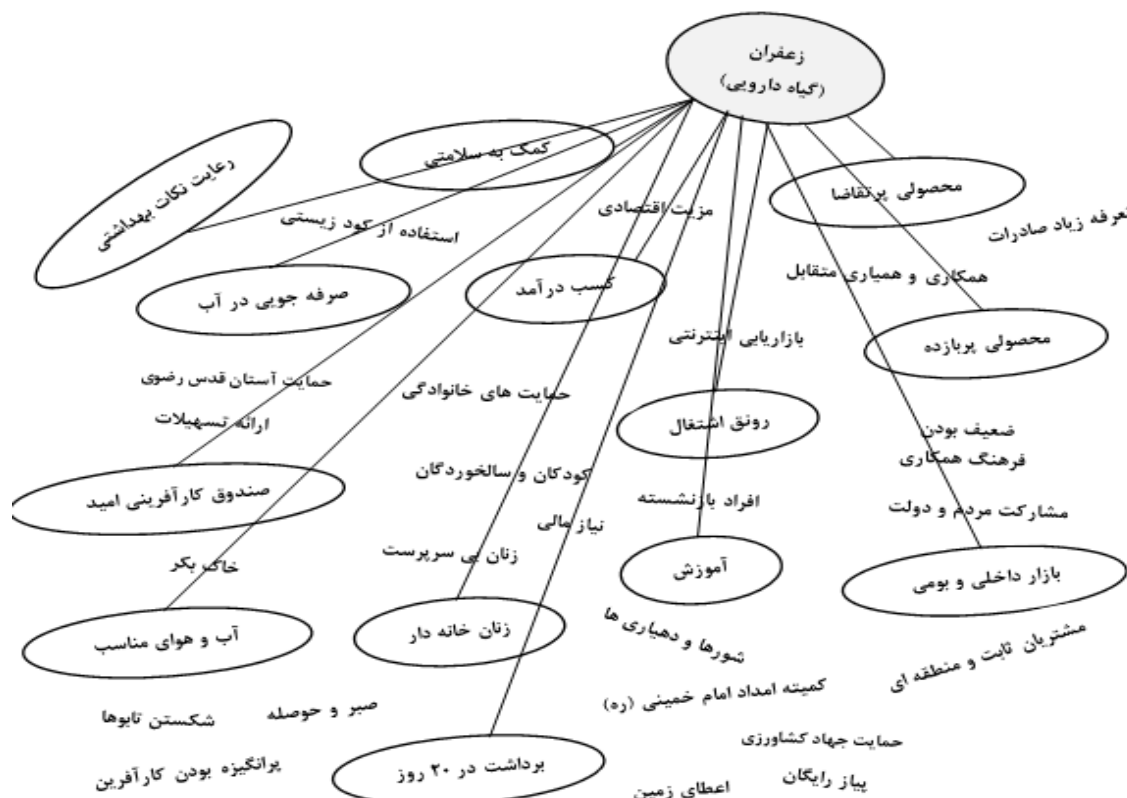
نقشه‌ای کردن به‌مثابه ابزار تحلیل داده‌ها: نقشه‌ای کردن از یک طرف کردارهای گفتمانی را برملا می‌کند و از طرف دیگر به تجسم بخشیدن اندیشه محقق کمک می‌کند و درگیری پرسش‌گرانه و متاملانه پژوهشگر با یک موقعیت را بر روی صحنه می‌آورد (Clarke, 2005). بر این اساس نقشه‌های موقعیت (نامنظم و منظم)، عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی و وضعیت معرفی و ترسیم شده‌اند.

(الف) نسخه نامنظم یا ساخت‌نیافته: این نقشه شامل تمام مؤلفه‌های انسانی و غیرانسانی، مادی و نمادین-گفتمانی مربوط به یک موقعیت خاص است (Clarke et al., 2015). شکل (۱)، نقشه موقعیتی ساخت‌نیافته کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران است. همان‌طور که مشاهده می‌شود مؤلفه‌های گوناگونی حضور دارند که یکی از مؤلفه‌ها و گفتمان‌های حاضر در این نقشه «مزیت اقتصادی کشت زعفران» است که کارآفرینان با توجه به آن به کشت زعفران تشویق شده‌اند و تأثیر بسزایی در ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در حیطه کشت زعفران را داشته است. مؤلفه‌های دیگری بر مبنای تجربه مصاحبه‌شوندگان حضور دارند که با نتایج کارآفرینی در حیطه کشت زعفران مرتبط هستند.

عناصر و نقش آفرینان جمعی انسانی	عناصر / نقش آفرینان غیرفردی/غیرانسانی	افراد و نقش آفرینان خاص
<ul style="list-style-type: none"> - همکاری دیگر افراد خانواده مانند کودکان و سالمندان در برداشت زعفران - عدم همکاری زعفران کاران مناطق دیگر در زمینه اشتراک اطلاعات و تجربیات خود به سایر افراد مشتاق - حمایت مالی بسیج سازندگی از زنان سرپرست خانوار جهت تولید زعفران - آموزش‌های لازم در زمینه کشت زعفران از طرف سازمان جهاد کشاورزی به مردم - ارائه تسهیلات و آموزش از طرف بسیج سازندگی به مردم جهت رونق کشت زعفران - ارائه پياز رایگان از طرف سازمان جهاد کشاورزی به زعفران کاران - ارائه وام از طرف خیریه آستان قدس رضوی به زعفران کاران - ارائه تسهیلات از طرف صندوق کارآفرینی امید به مردم جهت رونق کشت زعفران - فراهم کردن زمینه کاشت زعفران در منطقه توسط سازمان‌های محلی (شورها و دهیاری‌ها) - همکاری کمیته امداد امام خمینی (ره) با طرح‌های سبز زعفران - بیمه شدن کارآفرینان زعفران کار - فرهنگ‌سازی در زمینه کشت زعفران به وسیله مشارکت مردم و دولت - پررنگ‌تر بودن نقش خانواده‌ها در فرهنگ‌سازی کارآفرینی سبز نسبت به سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> - آبرسانی توسط پمپ‌های شخصی - پوشش گیاهی مناسب در منطقه - وجود بازارهای تهیه پياز زعفران - استفاده از آفت‌کش‌ها و محلول‌ها در تولید محصول بهتر زعفران. - اینترنت و رسانه‌ها <p>برساخت‌های گفتمانی نقش آفرینان انسانی فردی و یا جمعی</p> <ul style="list-style-type: none"> - تسهیلات و کمک‌های سازمان‌های ذی‌ربط (مانند جهاد کشاورزی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، بسیج سازندگی و بهزیستی) در حد تأمین هزینه‌های اولیه - اطلاعات خیلی ضعیف سازمان‌های ذی‌ربط مورد کاشت، داشت و برداشت زعفران - قدیمی و نادرست بودن آموزش‌های سازمان‌های ذی‌ربط به مردم جهت تولید محصولات سبزی چون زعفران - آموزش و آگاهی در زمینه کاشت، داشت و برداشت زعفران از وظایف اساسی دولت - آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی به‌عنوان اولین قدم در موفقیت طرح‌های زعفران - نظارت تخصصی ضعیف کارشناسان سازمان‌های ذی‌ربط در کارهای کشت و تولید زعفران - استقبال ضعیف مردم از محصولات کارآفرینی سبز (زعفران) - مشارکت پایین مردم در کارهای همکاری و همیاری در منطقه - عملکرد ضعیف هم مردم و هم دولت در زمینه خدمت‌رسانی به فعالیت‌های کشت زعفران - ضرورت وجود همکاری متقابل بین کارآفرینان و مردم محلی - زنان خانه‌دار به‌عنوان شاخص‌ترین قشر مشارکت‌کننده در زمینه کشت زعفران - همکاری و همیاری بین افراد کارآفرین و دیگران مهم زندگی آن‌ها (مانند همسر) جهت کارهای کارآفرینی (کشت زعفران) 	<ul style="list-style-type: none"> - اولین کارآفرین در منطقه - زنان سرپرست خانوار - کارشناسان و مهندسان - کشاورزان - زنان خانه‌دار - بازنشسته‌ها <p>نقش آفرینان ساکت/بدون آوا</p> <ul style="list-style-type: none"> - مغازه‌داران - همسایه‌ها <p>عناصر اقتصادی</p> <ul style="list-style-type: none"> - اشتغال‌زایی زعفران برای زنان بی‌سرپرست و زنان خانه‌دار - زعفران در جهت کمک به توسعه اقتصادی روستا - بیشتر بودن درآمد حاصله از زعفران نسبت به دیگر محصولات کشاورزی - بیشتر بودن ارزش افزوده زعفران نسبت به سایر محصولات کشاورزی - ماندگاری بیشتر زعفران نسبت به سایر محصولات کشاورزی - جذب مشتری به خاطر محصول باکیفیت زعفران - وجود بازارهای داخلی (محلی، استانی و کشوری) برای زعفران - وجود مشتریان ثابت بومی، منطقه‌ای و استانی برای محصول زعفران - پربازده بودن محصول زعفران - پر فروش و پر تقاضا بودن محصول زعفران - کسب درآمد خوب از فروش زعفران - فروش زعفران در بازه زمانی محدود (با ارزش بودن آن) - قیمت رو به بالای زعفران در هر سال - رونق کسب‌وکار و اشتغال افراد - پرهیزمند شدن همسایه‌ها از مزایای اشتغال و درآمد زعفران - به‌صرفه بودن درآمد زعفران نسبت به هزینه‌های آن - عدم نیاز زعفران به آب زیاد - مزیت اقتصادی بالای کشت زعفران
<p>برساخت‌های گفتمانی نقش آفرینان غیرانسانی</p> <ul style="list-style-type: none"> - شکست برنامه‌های کارآفرینی سبز (زعفران) به خاطر تبلیغات زیاد و بزرگنمایی بیش‌از‌حد در رسانه‌های رسمی. - بازاریابی محصولات سبز منطقه (مانند زعفران) به‌صورت بازاریابی اینترنتی (گوگل و برنامه‌هایی مانند دیوار) 	<p>عناصر تاریخی</p> <ul style="list-style-type: none"> - شروع کردن با پياز کم و زمین کوچک در اوایل فعالیت، ضامن موفقیت در کاشت، داشت و برداشت زعفران - تنفس دادن به زمین کشت زعفران برای کیفیت بهتر محصول 	<p>عناصر سیاسی</p> <ul style="list-style-type: none"> - تفاوت سیاست‌گذاری دولت‌ها در پیش‌خرید و صادرات زعفران - کمبود زعفران و افزایش تقاضای آن به خاطر سیاست‌های صادراتی زعفران - تأثیر دولت‌ها در عرضه و تقاضا و همچنین قیمت‌گذاری زعفران - عدم صادرات زعفران به خاطر تعرفه زیاد صادرات - قیمت‌گذاری زعفران در بازار توسط گروهی خاص - رونق کشت زعفران با ارائه تسهیلات توسط دولت - رونق کشت زعفران با اعطای زمین توسط دولت
<p>بحث‌ها و موضوعات مهم</p> <ul style="list-style-type: none"> - آسیب خیلی پایین کشت زعفران به محیط‌زیست - استفاده از کود زیستی در زمین کشت زعفران - نیاز زعفران به آب کم - استفاده از زعفران به‌عنوان یک گیاه دارویی در غذا و دمنوش - عدم استفاده از سم و کودهای شیمیایی در کشت زعفران - کمک به حفظ محیط‌زیست و طبیعت با واسطه کود زیستی - آموزش، هموار کردن مسیرهای سبز کارآفرینی. - پراکنجه بودن زعفران کاران (افرادی علاقه‌مند و عاشق به کار خود) - صبور بودن زعفران کاران (داشتن صبر زیاد در کار خود). - رعایت نکات بهداشتی در برداشت زعفران - ارتقاء و کمک به‌سلامتی با مصرف زعفران - نشاط‌آور بودن مصرف زعفران 	<p>عناصر زمانی</p> <ul style="list-style-type: none"> - کارآفرینی در حیطه کشت زعفران یک کار فصلی - کاشت زعفران بین ۷ تا ۸ سال در یک زمین - نگاه کردن به کشت زعفران به‌عنوان یک شغل فصلی در کنار شغل اصلی - ۲۰ روز مدت‌زمان برداشت زعفران (در یک سال) - دو بار آبیاری زعفران در سال (در ۲۰ مرداد و در اوایل آبان) - برداشت زعفران اول صبح - مشارکت هم‌زمان دولت و مردم، تضمین‌کننده موفقیت کارآفرینی در حیطه کشت زعفران 	<p>عناصر فضایی - کالبدی</p> <ul style="list-style-type: none"> - وجود خاک بکر در منطقه جهت کشت و تولید زعفران با کیفیت - وجود آب‌وهوای مناسب و خوب در منطقه جهت کشت و تولید زعفران با کیفیت - شناخته بودن برخی از روستاها به‌عنوان قطب زعفران - وجود مناطق خوش آب‌وهوا جهت تولید زعفران
<p>عناصر و سمبل‌های اجتماعی/فرهنگی</p> <ul style="list-style-type: none"> - هدیه دادن یکی از روش‌های جذب مشتری (هدیه دادن محصولات سبز) - رمز موفقیت طرح‌های کارآفرینانه، سماجت و پافشاری. - ضعیف بودن فرهنگ همکاری و انتقال تجربیات و اطلاعات بین کارآفرینان سبز - گرایش گروه‌های تحصیلی مختلف به کارهای کارآفرینی سبز - وجود حمایت‌های خانوادگی در کارهای کارآفرینی (مانند کشت زعفران) 	<p>ساختارهای مدیریتی</p> <ul style="list-style-type: none"> - به اسم خود تمام کردن آموزش‌های لازم در حیطه کشت زعفران توسط سازمان‌های ذی‌ربط (در صورتی که یک کارآفرین باتجربه چنین آموزش‌هایی را ارائه می‌دهد) - زمان‌بر و طاقت‌فرسا بودن اخذ مجوزها 	<p>عناصر فضایی - کالبدی</p> <ul style="list-style-type: none"> - شکستن تابوها توسط یک نفر و باز کردن مسیر کارآفرینی (کشت زعفران) برای دیگران - اهمیت وجود اولین شروع‌کننده کارآفرینی در روستا - پیروی و الگوگیری دیگر افراد از اولین کارآفرین - آسان بودن کاشت، داشت و برداشت زعفران - راحت بودن و مناسب بودن تولید زعفران برای زنان خانه‌دار منطقه
<p>عناصر و سمبل‌های مرتب</p> <ul style="list-style-type: none"> - شکستن تابوها توسط یک نفر و باز کردن مسیر کارآفرینی (کشت زعفران) برای دیگران - اهمیت وجود اولین شروع‌کننده کارآفرینی در روستا - پیروی و الگوگیری دیگر افراد از اولین کارآفرین - آسان بودن کاشت، داشت و برداشت زعفران - راحت بودن و مناسب بودن تولید زعفران برای زنان خانه‌دار منطقه 	<p>عناصر فضایی - کالبدی</p> <ul style="list-style-type: none"> - شکستن تابوها توسط یک نفر و باز کردن مسیر کارآفرینی (کشت زعفران) برای دیگران - اهمیت وجود اولین شروع‌کننده کارآفرینی در روستا - پیروی و الگوگیری دیگر افراد از اولین کارآفرین - آسان بودن کاشت، داشت و برداشت زعفران - راحت بودن و مناسب بودن تولید زعفران برای زنان خانه‌دار منطقه 	<p>عناصر فضایی - کالبدی</p> <ul style="list-style-type: none"> - شکستن تابوها توسط یک نفر و باز کردن مسیر کارآفرینی (کشت زعفران) برای دیگران - اهمیت وجود اولین شروع‌کننده کارآفرینی در روستا - پیروی و الگوگیری دیگر افراد از اولین کارآفرین - آسان بودن کاشت، داشت و برداشت زعفران - راحت بودن و مناسب بودن تولید زعفران برای زنان خانه‌دار منطقه

شکل ۲. نقشه موقعیت منظم کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران

(پ) نقشه‌های رابطه‌ای (تحلیل‌های رابطه‌ای): انگاره کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران را می‌توان از منظری دیگر و با استفاده از نقشه‌های رابطه‌ای درهم تنیده و متقابل میان عناصر حاضر در موقعیت تحلیل کرد. نقشه‌های رابطه‌ای با آشکارسازی



شکل ۴. تحلیل رابطه‌ای با استفاده از نقشه موقعیتی: تمرکز بر زعفران یک گیاه دارویی

(ت) نقشه عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی: کلارک مفاهیم عرصه‌ها و جهان‌های اجتماعی را از مطالعات اشتروس گرفته است. از دیدگاه اشتروس جهان‌های اجتماعی، گروه‌های جمعی با هویت تسهیم شده^۱ و متعهد به واکنش جمعی می‌باشند (Clarke, 2022). در جهان اجتماعی، گروه‌های جمعی یک گفتمان را به اشتراک می‌گذارند و متعهد به کنش‌های اجتماعی مشترک هستند (جهان‌های اجتماعی، قلمروهای التزام، تعهد و قدرتی هستند که افراد به‌واسطه عمل متعهدانه فردی و جمعی خویش در آن‌ها مشارکت می‌کنند)؛ اما عرصه‌ها متشکل از جهان‌های اجتماعی گوناگون هستند و محل حضور کنشگران، تعهدات و دیدگاه‌های متفاوت، کانون‌های قدرت و گفتمان‌ها می‌باشند (Clarke, 2012)؛ بنابراین، جهان‌های اجتماعی و عرصه‌ها هم محصول گفتمان‌ها هستند و هم خود در ساختن گفتمان‌ها نقش دارند. مرز میان عرصه‌ها و جهان‌های اجتماعی با خطوط نقطه‌چین ترسیم شده است؛ این خط‌ها به مرزهای متخلخل اشاره دارند که کلارک و همکاران (Clarke et al., 2015)، بیان می‌کنند این تخلخل به تحلیل عرصه‌ها / جهان‌های اجتماعی انعطاف‌پذیری و ظرفیت ارتجاعی اعطا می‌کند و پذیرش تغییر در نظر داشتن چشم‌اندازهای ناممکن را میسر می‌کند. همپوشانی عرصه‌ها و جهان‌های اجتماعی حاکی از آن است که برخی جهان‌های اجتماعی در بیش از یک عرصه مشارکت دارند. جهان‌های اجتماعی معمولاً با یکدیگر همپوشانی دارند، زیرا برخی از مؤلفه‌ها و کنشگران در ساختن چندین جهان اجتماعی یا عرصه مشارکت دارند؛ بنابراین، گفتمان‌ها به‌طور کامل جدا و منفک از هم نیستند، آن‌ها معمولاً با یکدیگر همپوشانی دارند و ضمن تأثیرپذیری از هم دچار تغییر و تحول می‌گردند (Bayat & Fathian, 2021). به‌طور مثال بسیاری از کارآفرینان سبز کشت زعفران، ضمن توجه به تغییرات در بازار، باید به شرایط جغرافیایی منطقه و آداب رسوم محلی نیز توجه کنند. ادعای همپوشانی در مورد عرصه‌های مطالعه حاضر نیز صادق است. جهت ترسیم نقشه عرصه‌ها /

¹ Shared

(ث) نقشه‌های وضعیت: در این مرحله مسائل و پدیده‌ها نقشه‌ای می‌شوند و تنش‌ها، چالش‌ها، تعارض‌ها، دغدغه‌ها، مواضع، ائتلاف‌ها و منافع مشترک در میان گروه‌های همسود و ناهمسود نشان داده شده که چه جریان‌هایی به راه می‌افتد و چه پیامدهایی دارد (Farasatkah, 2024). نقشه‌های وضعیتی، مواضع اتخاذ شده و اتخاذ نشده (وضعیت‌های درک نشده و نامشهود و زوایای مغفول مسئله) در داده‌های پژوهش را بر اساس محورهایی با ابعاد خاص در موقعیت مطالعه به نمایش می‌گذارند و نمایانگر نگرش‌ها و دیدگاه‌هایی هستند که در موقعیت مورد مطالعه وجود دارند (Flick, 2018). برای ترسیم نقشه‌های وضعیت باید هر عنصر یا مسئله مستقر در موقعیت را در حالت‌های اقتضائی و سناریوهای مختلف تجسم کرد و سپس هر یک از وضعیت‌های احتمالی را تشریح نمود (Bayat & Fathian, 2021)؛ بنابراین، برای ترسیم نقشه‌های وضعیت باید به این سؤالات پاسخ داد: فعالیت‌ها و فرایندها در موقعیت چگونه انجام می‌شوند؟، چه فعل و انفعالاتی در عرصه‌ها جریان دارند؟، سناریوها از چه قرارند؟، چه اقتضائاتی موجود است و آثار و پیامدهای هر یک از آنها چیست؟ (Farasatkah, 2024). بر اساس داده‌های پژوهش، دو نقشه وضعیت ارائه شده است (شکل‌های ۶ و ۷).



شکل ۶. نقشه وضعیت‌های مختلف در خصوص فرهنگ کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران) و شرایط جغرافیایی مناسب

شکل (۶)، وضعیت‌های مختلف را در خصوص فرهنگ کارآفرینی سبز نسبت به وجود شرایط جغرافیایی مناسب برای توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران مورد بررسی قرار داده است. در تحلیل این وضعیت مشخص شد که شرایط جغرافیایی مناسبی مانند آب‌وهوای مساعد، وجود خاک بکر و مرغوب جهت کشت زعفران در منطقه وجود داشته و همچنین محصول سبز مورد مطالعه با شرایط آب‌وهوایی تطابق داشته است، اما ممکن است فرهنگ کارآفرینی در آداب و رسوم منطقه ضعیف باشد، یعنی افراد از اهمیت، ارزش و ماهیت آن کم‌اطلاع بوده و در مورد آن نگرش و باور مثبتی نداشته باشند که این نشانگر یک ناسازگاری می‌باشد.

وضعیت ۱: در این وضعیت، می‌توان نتیجه گرفت که اگر شرایط جغرافیایی مناسب کشت زعفران باشد، اما کارآفرینی سبز در آداب و رسوم و فرهنگ مردم منطقه جا نیفتاده باشد، در نتیجه کارآفرینی در حیطه کشت زعفران نتیجه مثبتی به همراه نخواهد

داشت. لذا در این وضعیت به گفتمان تابوشکن‌ها یا اولین کارآفرین نیاز داریم. این افراد کسانی هستند که با شجاعت و ریسک-پذیری مرزهای سنتی را جابه‌جا کرده و راه و روش جدیدی را برای تولید محصولات جدید به منطقه و مردم خود معرفی می‌کنند تا دیگران نیز به این سمت سوق داده شوند. به‌عنوان مثال کارآفرین شماره (۶)، در ارتباط با این وضعیت چنین بیان کرده است:

«کار ما باعث شده است که دیگران به کارآفرینی تشویق بشوند. روستای ما الان به قطب زعفران تبدیل شده است. همین امروز صداوسیما جهت تهیه برنامه به روستای ما آمده است تا از دختر عمومی من که در زمینه تولید زعفران فعالیت می‌کند فیلم تهیه کند. مردم منطقه ما مردمی هستند که چشم و هم‌چشمی می‌کنند، اگر فردی کاری را انجام دهد دیگران نیز آن را انجام می‌دهند. آن‌ها فقط منتظران تا فردی کاری را شروع کند، بعد همه وارد آن می‌شوند. همیشه باید یک موش آزمایشگاهی وجود داشته باشد تا مسیر اولیه را برای بقیه باز کند. الان ۲۰ تا ۳۰ نفر از مردم روستای ما در زمینه کشت زعفران مشغول هستند؛ اولین نفر من بودم و یک فرد باید تابوها را بشکند تا مسیر کارآفرینی را برای دیگران باز کند».

وضعیت ۲: در این وضعیت، در شرایطی که آب‌وهوای منطقه و شرایط جغرافیایی، مساعد کشت زعفران باشد و فرهنگ کارآفرینی در اندیشه‌ها، باورها و سبک زندگی روستاییان موجود و مشهود باشد، انجام کارآفرینی در حیطة کشت زعفران نتیجه مثبتی به همراه دارد که می‌تواند منجر به کسب درآمد، ایجاد اشتغال و به‌عنوان سدی در برابر کاهش بیکاری عمل نماید. در اینجاست که گفتمان «کارآفرینی به‌عنوان منجی روستاییان» مطرح می‌شود که ذینفعان آن زنان سرپرست خانوار یا بی‌سرپرست، سالخوردگان و کشاورزان می‌باشد. نقل‌قول‌هایی در این زمینه به‌صورت زیر ارائه شده است:

کارآفرین شماره ۲:

«در زمینه کشت زعفران همکاری خوبی با مردم دارم و الان خوشحالم که فقط در روستای خودم ۲۰ تا ۳۰ نفر در کشت زعفران کار می‌کنند؛ مانند زنان بی‌سرپرست و کارمندان بازنشسته».

کارآفرین شماره ۱۰:

«بسیج‌سازی از زنان سرپرست خانوار جهت تولید محصولات سبز حمایت می‌کند؛ کار و زحمت زیادی برای تولید زعفران وجود ندارد و از جمله مشاغلی است که زنان سرپرست خانوار نیز به‌راحتی می‌توانند آن را انجام دهند، مثلاً در منطقه ما تعداد زیادی زنان خانه‌دار زعفران کشت می‌کنند. حتی کودکان و سالمندان نیز می‌توانند در کشت آن دخیل باشند و کمک کنند. بله کار ما باعث ایجاد درآمد برای اطرافیان شده است؛ مثلاً هنگام برداشت، همسایه‌های ما، مخصوصاً خانم‌های خانه‌دار همه می‌آیند و ساعتی ۵۰ هزار تومان کار می‌کنند و آن‌ها از مزیت کارهای کارآفرینانه کسب و درآمد می‌کنند».

کارآفرین شماره ۱:

«در حال حاضر زعفران گرمی ۱۴۰ هزار تومان است. مردم منطقه خرده‌مالک هستند و هر کدام ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ متر کشت داریم. اگر در این مقدار زمین گندم بکاریم چیزی عایدمان نمی‌شود، لذا زعفران گزینه مناسبی است. با برداشت ۱ کیلو زعفران می‌توان ۱۴۰ میلیون درآمد داشت و درآمدش نسبت به هزینه‌های آن بسیار به‌صرفه است، درآمد محصول تولیدی ما نسبت به هزینه‌های آن بسیار به‌صرفه است و قیمت مناسبی در بازار دارد و هر ساله به قیمت آن افزوده می‌شود».

کارآفرین شماره ۵:

«در بحث کارآفرینی سبز، الگو باید الگوی مورچه باشد، به‌محض پیدا کردن طعمه بقیه را خبر کند، باید این فرهنگ بین مردم جا بیفتد که از روشن شدن چراغ همسایه ناراحت نشوند، بلکه از روشنایی آن استفاده کنند».

وضعیت ۳: در این وضعیت، اگر فرهنگ کارآفرینی سبز در بین مردم منطقه بالا باشد، در صورتی که شرایط جغرافیایی و آب‌وهوای مناسبی جهت کشت محصول مورد نظر (زعفران) وجود نداشته باشد، انجام کارآفرینی در حیطة کشت زعفران نتیجه مثبتی به همراه نخواهد داشت و در نتیجه ممکن است روستاییان به دنبال کشت و یا کارآفرینی در سایر زمینه‌ها سوق داده شوند. در ارتباط با این وضعیت، کارآفرین شماره (۳)، چنین بیان کرده است:

«در منطقه ما کارهای کارآفرینانه زیادی در زمینه تولید به‌لیمو، گل محمدی و گیاه دارویی خاکشیر انجام شده است، حتی کمیته امداد با در اختیار قرار دادن پیل‌های خورشیدی به مددجویان باعث ایجاد کسب و درآمد آن‌ها شود؛ مثلاً درآمد یک پیل خورشیدی در ماه ۲/۵ میلیون تومان است»

وضعیت ۵: در این وضعیت، آنچه در توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران در مناطق روستایی شهر یاسوج مهم است، به تأمین نیازهای مالی روستاییان بستگی دارد نه به دیگر شرایط؛ یعنی روستاییان به خاطر رفع نیازهای مالی خود به سمت کارهای کارآفرینی سبز می‌روند و زمینه گسترش کشت زعفران فراهم می‌شود. در این مورد، پاسخگوی شماره (۸)، چنین بیان کرده است: «امسال ۳ کارگر دارم، ولی قبلاً تا ۹ تا کارگر داشتیم؛ کارگر زعفران فصلی هستند و بیمه ندارند، زعفران کاری کار خوبی است، ولی باید پشتکار و صبر زیاد می‌خواهد؛ تمیز کردن و خشک کردن گل‌های زعفران هم باید بهداشتی باشد، مردم زیادی مراجعه می‌کنند برای کار در زمینه زعفران، ولی بیشتر به خاطر درآمد و کمک‌خرجی به این سمت می‌آیند».

کارآفرین شماره ۶ بیان داشت که:

«بیشتر افرادی که به سمت کارآفرینی می‌روند، به خاطر نیازهای مالی می‌روند، اما من خودم به‌شخصه دنبال کاری می‌روم که به آن علاقه دارم».

زیاد

وضعیت ۱: اگر منابع و امکانات تولید (بذر، زمین، تسهیلات و پول) به خوبی در اختیار کارآفرینان قرار داده شود اما آموزش‌های لازم جهت انجام کارآفرینی به درستی صورت نگیرد، کارآفرینی در حیطه کشت زعفران نتیجه مثبتی به همراه نخواهد داشت.
(تولید زعفران بی‌کیفیت و کاهش بهره‌وری)

وضعیت ۲: سازمان‌ها با ارائه منابع و امکانات تولید از یک طرف و همچنین ارائه آموزش‌های لازم و کارآمد توسط کارشناسان و متخصصان خبره، به کارآفرینان جهت تولید و رونق کارآفرینی سبز در حیطه زعفران مشارکت و عمل می‌نمایند.

(حفظ منابع طبیعی و ایجاد ارزش افزوده در تولید) (جلوگیری از هدر رفت سرمایه‌های دولتی و ملی)

ارائه منابع و امکانات تولید

وضعیت ۵: آنچه در توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران مهم است، به همیاری و همکاری متقابل بستگی دارد؛ از جمله همکاری مردم با کارآفرین، همکاری متقابل بین کارآفرینان و در نهایت همکاری دولت با کارآفرینان محلی.
(برخوردار شدن کارآفرینان از آموزش، منابع تولید و حمایت‌های مردمی)

وضعیت ۴: اگر منابع و امکانات تولید کم باشد و همچنین آموزش‌های لازم و تخصصی به کارآفرینان به خوبی ارائه نگردد، کارآفرینی روستایی به روش‌های سنتی و بدون کارایی و اثربخشی ادامه پیدا خواهد.
(ناکارآمد بودن کارآفرینی سنتی)

وضعیت ۳: ارائه آموزش‌های سازمانی لازم در صورت کم بودن منابع و امکانات تولید به تنهایی نتیجه مثبتی نخواهد داشت.
(بی‌انگیزگی کارآفرینان)

کم

کم

ارائه آموزش‌های سازمانی (دولتی)

زیاد

شکل ۷. نقشه وضعیت‌های مختلف در خصوص ارائه آموزش‌های سازمانی (دولتی) و ارائه منابع و امکانات تولید

شکل (۷)، وضعیت‌های مختلف را در خصوص ارائه آموزش‌های سازمانی (دولتی) نسبت به وجود ارائه منابع و امکانات تولید برای توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران مورد بررسی قرار داده است. یکی از موارد ناسازگاری این است که منابع و امکانات تولید (پياز، زمین، تسهیلات و پول)، به خوبی در اختیار کارآفرینان قرار داده شود، اما آموزش‌های لازم جهت انجام کارآفرینی در حیطه کشت زعفران به‌درستی صورت نگیرد؛ از برآیند این دو عامل شاید تولید در کشت زعفران صورت گیرد، اما می‌تواند منجر به تولید محصولی بی‌کیفیت و کاهش بهره‌وری گردد، چراکه کارآفرینان آموزش‌ها و روش‌های علمی، نو و صحیح را به‌خوبی آموزش ندیده و با روش‌های سنتی اقدام به کارآفرینی می‌کنند. در این وضعیت است که کارآفرینی سبز با انبوهی از

سازمان‌ها و نهادهایی (سازمان جهاد کشاورزی، بسیج سازندگی، کمیته امداد امام خمینی (ره) و مانند این‌ها) مواجه می‌شود که بدون هماهنگی با یکدیگر و ارائه آموزش‌های لازم به ارائه تسهیلات و منابع به کارآفرینان موجبات کاهش بهره‌وری و اثربخشی را فراهم می‌سازند. از طرفی این عوامل می‌تواند منجر به ورشکستگی و یا خارج شدن بنگاه تولیدی از چرخه کارآفرینی سبز گردد. در مورد چنین وضعیتی، کارآفرین شماره (۵)، چنین بیان کرد:

«دولت باید شیوه تولید و برداشت محصولات سبز را به مردم آموزش دهد. سازمان جهاد کشاورزی باید کلاس‌های آموزشی برای افراد برگزار کند، اما متأسفانه آموزش‌های آن‌ها قدیمی و گاه نادرست است. از افراد با تجربه‌ای مانند من کارآفرین جهت آموزش استفاده می‌کنند، اما زیر برکه برگزاری کلاس‌ها را کارشناس سازمان مربوطه به اسم خودش امضا می‌کند».

کارآفرین شماره ۶، این‌گونه مطرح کرد:

«در زمینه طرح‌های موفق و ناموفق، باید گفت که کشت گلخانه‌ای زعفران ما به شکست منتج شد. دولت با تبلیغات زیاد در شبکه یک، پایش آن را بزرگنمایی کرد و ادعا کردند از ۱۰۰ مترمربع، ۲۰ کیلو زعفران برداشت می‌شود. ما هم رفتیم آموزش آن را دیدیم و در منطقه آنرا اجرا کردیم و سال ۱۳۹۵ سیصد میلیون برای آن هزینه کردیم، ولی نتیجه مورد نظر را دریافت نکردیم و بعد مشخص شد که این مقدار تولید در چندین سال اتفاق می‌افتد، لذا آنرا به دیگران پیشنهاد نکردیم».

وضعیت ۲: در این وضعیت، سازمان‌ها با ارائه منابع و امکانات تولید از یک‌طرف و همچنین ارائه آموزش‌های لازم و کارآمد توسط کارشناسان و متخصصان خبره به کارآفرینان جهت تولید و رونق کارآفرینی سبز در حیطه زعفران مشارکت و عمل می‌نمایند که این امر منجر به حفظ منابع طبیعی و ایجاد ارزش افزوده در تولید شده و بهره‌وری را افزایش می‌دهد. به‌علاوه از هدر رفت منابع و سرمایه‌های دولتی و ملی جلوگیری می‌شود. در خصوص این وضعیت، پاسخگوی شماره ۳، چنین نقل می‌کند:

«در زمینه کارآفرینی سبز، بسیج سازندگی هم آموزش می‌دهد و هم تسهیلات ... از آنجا که هزینه اولیه کشت زعفران زیاد است (برای تهیه مواد اولیه مانند پیاز زعفران ۱۰۰ میلیون هزینه برای یک هکتار هستش)، لذا توصیه می‌کنیم به مردم که با کشت کم شروع کنند تا طرحشان با شکست مواجه نشود، مثلاً با ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ متر شروع کنند؛ بسیج سازندگی این پیاز را برای آن‌ها تهیه می‌کند».

کارآفرین شماره ۹، این‌گونه بیان داشت که:

«شورها و دهیاری‌ها می‌توانند بودجه‌ای را جهت تأمین طرح‌های کارآفرینانه از فرمانداری بگیرند. آن‌ها نیز پتانسیل‌های منطقه و روستا را بررسی کنند و از کارشناسان و متخصصان خبره خود جهت آموزش فرصت‌های منطقه به مردم محلی استفاده می‌کنند. البته همه وظایف را دولت نمی‌تواند به‌تنهایی انجام دهد، مردم هم باید تمایل داشته باشند تا کار پیش برود و از فعالیت‌ها استقبال کنند».

وضعیت ۳: در این وضعیت، ارائه آموزش‌های سازمانی لازم در صورت کم بودن منابع و امکانات تولید به‌تنهایی نتیجه مثبتی نخواهد داشت؛ چراکه منجر به بی‌انگیزگی کارآفرینان خواهد شد. در ارتباط با این وضعیت، پاسخگوی شماره (۱)، چنین بیان کرده است:

«از جمله سازمان‌هایی که در زمینه کارآفرینی آگاهی‌رسانی می‌کنند و آموزش ارائه می‌دهند، می‌توان به جهاد کشاورزی اشاره کرد؛ دیگر سازمان، فنی و حرفه‌ای است. بسیج سازندگی هم در حال حاضر فعالیت می‌کند، اما کمک‌ها و تسهیلات آن‌ها بسیار ناچیز است و هزینه‌های اولیه آن کسب‌وکار را نیز تأمین نمی‌کنند و کارشناس این سازمان‌ها به‌صورت تخصصی هم نمی‌توانند کارها را بررسی کنند».

وضعیت ۴: در این وضعیت، اگر منابع و امکانات تولید کم باشد و همچنین آموزش‌های لازم و تخصصی به کارآفرینان به‌خوبی ارائه نگردد، کارآفرینی روستایی به روش‌های سنتی و بدون کارایی و اثربخشی ادامه پیدا خواهد (ناکارآمد بودن کارآفرینی سنتی).

وضعیت ۵: در این وضعیت، آنچه در توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران در مناطق روستایی شهر یاسوج مهم است، به همیاری و همکاری متقابل بستگی دارد؛ از جمله همکاری مردم (اقوام و فامیل) با کارآفرین، همکاری متقابل بین کارآفرینان و در

نهایت همکاری دولت با کارآفرینان محلی؛ چراکه در این وضعیت کارآفرینان می‌توانند در شرایطی مساعد هم آموزش و هم تسهیلات دریافت کنند و همچنین از حمایت‌های مردمی و محلی جهت پیشبرد اهداف خود برخوردار شوند. نقل‌قول‌هایی در این زمینه به صورت زیر ارائه شده است:

کارآفرین شماره ۲:

«ابتدا با ۲۰۰ متر شروع کردم و بعد بیشتر علاقه‌مند شدم و الان ۳ هزار متر کشت دارم؛ من مددکار ترویج جهاد کشاورزی بودم و در رابطه با کشت‌های دیگر مانند قارچ و پرورش مرغ آموزش ارائه می‌دادم تا اینکه جهاد کشاورزی کلاس‌هایی را در شهری دیگر در ارتباط با کشت زعفران برگزار کرد. در سال ۸۳ به عنوان آزمایشی به من و دو خانم دیگر پیاز رایگان دادند و ما شروع به کشت کردیم؛ من به خاطر عشق و علاقه ادامه دادم و بیش از ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ نفر را به صورت رایگان آموزش تجربی دادم».

کارآفرین شماره ۷:

«در سایر نقاط استان کشت زعفران انجام می‌شد، حتی من برای دریافت آموزش و اطلاعات به آن‌ها سر زدم، اما هیچ اطلاعاتی در اختیار من قرار ندادند، چون که از این اینکه رقیبی برایش پیدا می‌شد می‌ترسیدند؛ اما دیدگاه من متفاوت است. به قول استیو جانز به جای استفاده از ۱۰۰ درصد ظرفیت خود از ۱ درصد ظرفیت ۱۰۰ نفر استفاده کنید؛ مثلاً به نظر من می‌گم بقیه برن بکارند و من صادر کنم، خریدوفروش کنم».

کارآفرین شماره ۷:

«من کارهایی را که در زمینه کارآفرینی انجام می‌دهم در شبکه‌های اجتماعی‌ام تبلیغ می‌کنم و این باعث ایجاد انگیزه در دیگر افراد شده تا به این کار روی بیاورند. کارمندان منطقه نیز دارند کم‌کم به این کارها علاقه‌مند می‌شوند، حتی پیشنهاد ایجاد تعاونی را به افراد داده‌ام تا بتوانیم باهم کارآفرینی گروهی انجام دهیم. اکثر افراد کارآفرین زنان خانه‌دار هستند که اکثراً بسیج سازندگی آن‌ها را حمایت می‌کند».

کارآفرین شماره ۸:

«شورها و دهیاری‌ها می‌توانند بودجه‌ای را جهت تأمین طرح‌های کارآفرینانه از فرمانداری بگیرند؛ آن‌ها نیز پتانسیل‌های منطقه و روستا را بررسی کنند و از کارشناس‌ها جهت آموزش فرصت‌های منطقه به مردم محلی استفاده می‌کنند. البته همه وظایف را دولت نمی‌تواند به تنهایی انجام دهد، مردم هم باید تمایل داشته باشند تا کار پیش برود و از فعالیت‌ها استقبال کنند».

کارآفرین شماره ۴:

«اگر بخوام در مورد میزان سواد خود صحبت کنم، باید بگویم که تحصیلات من پنجم ابتدایی است؛ در مورد همکاری همسرم هم باید بگویم که همسرم خیلی همکاری می‌کند؛ پشتکار اولی خودم بودم ولی خانواده حمایت زیادی کردند».



شکل ۸. مؤلفه‌های موجود در موقعیت‌های مختلف کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران

بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت، چگونگی ایجاد و توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران توضیح و به تفسیر چشم‌اندازهای مشارکت‌کنندگان پرداخته می‌شود. با توجه به مباحث مطرح شده در پژوهش، پدیده کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران را با استفاده از یافته‌ها و پاسخ به پرسش‌های پژوهشی می‌توان در مناطق روستایی آغاز و توسعه داد.

پرسش اول: عناصر اصلی موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران)، چه کسانی و چه ساختارهایی هستند؟ بررسی نقش‌های مختلف نشان داد که «کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران)» به‌عنوان یک موقعیت در بر گیرنده انبوهی از کارگزاران، کنشگران، عاملان، عناصر و مؤلفه‌های دخیل است که تمرکز بر برخی از آن‌ها و حذف برخی، باعث شکل‌گیری تصویری مبهم و ناقص از آن است. این کنشگران یا عناصر، هم شامل عناصر و کنشگران مختلف انسانی و هم عناصر غیرانسانی است. نتایج نشان داد که کنشگران و عناصر انسانی دخیل در کشت و توسعه زعفران شامل چهار گروه می‌باشند: گروه اول، شامل کشاورزان و کارآفرینانی است که در دوره‌های زمانی مختلف به کشت زعفران و توسعه آن اقدام کرده‌اند؛ گروه دوم، در بر گیرنده مردم محلی روستاهای مورد مطالعه است، از جمله آن‌ها می‌توان به زنان خانه‌دار و زنان سرپرست خانوار، کودکان و سالخورده‌گان کمک‌کننده در کارهای کارآفرینی، اقوام و همسایه‌ها، مغازه‌داران و خرده‌فروشان منطقه و افراد بازنشسته روستایی اشاره کرد که فعالیت در زمینه کشت زعفران را به‌عنوان یک شغل فصلی نگاه می‌کنند. در این زمینه، ریاحی و عزیز (Riahi & Azizi, 2020)، در پژوهش خود اظهار داشتند که کشت زعفران موجب اشتغال روستاییان شده است. نتایج نشان داد که خانواده‌ها در فرهنگ‌سازی کارآفرینی سبز نسبت به سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها نقش پررنگ‌تری دارند و حمایت‌های خانوادگی در این زمینه بسیار اثرگذار بوده است. گروه سوم؛ فعالان، کارشناسان و متخصصان سازمان‌های دولتی و محلی است که در زمینه

آموزش مهارت‌های کارآفرینی سبز و نظارت مشارکت و همکاری دارند. سازمان‌ها دولتی (مانند سازمان جهاد کشاورزی، بسیج سازندگی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، صندوق کارآفرینی امید و خیریه آستان قدس رضوی) و محلی (شوراها و دهیاری‌ها) نه تنها در زمینه آموزش، بلکه در تهیه پیاز زعفران و ارائه تسهیلات به افراد کارآفرین در جهت پیشبرد ارتقاء فعالیت‌های سبز مشارکت دارند و مساعدت‌های لازم را انجام می‌دهند. علاوه بر این، سازمان‌ها با ارائه منابع و امکانات تولید از یک‌طرف و همچنین ارائه آموزش‌های لازم و کارآمد توسط کارشناسان و متخصصان خبره خود به کارآفرینان جهت تولید و رونق کارآفرینی سبز در حیطه زعفران مشارکت و عمل می‌نمایند. در این زمینه پیشوایی و همکاران (Pishvaei et al., 2023)، بیان داشتند که دولت با اعطای وام‌های کم‌بهره و واگذاری زمین‌های اراضی ملی به مردم می‌تواند سبب گسترش کشت گیاهان دارویی از جمله زعفران شود. گروه چهارم، مشتریان محصولات سبز هستند که در زمینه رونق بازار محصولات سبز نقش مهمی دارند؛ با توجه به یافته‌ها، وجود مشتریان ثابت بومی، منطقه‌ای و استانی برای محصول زعفران، زمینه رشد آن را فراهم کرده است. مهم‌تر از عناصر انسانی، عناصر غیرانسانی و گفتمان‌های مربوط به آن‌ها است که غفلت از آن‌ها منجر به تضادهای مختلفی می‌شود. از عناصر غیرانسانی خیلی مهم، می‌توان به آب‌وهوای مناسب و خاک بکر و مرغوب مناطق روستایی مورد مطالعه اشاره کرد که کشت زعفران به خوبی با چنین آب‌وهوا و خاکی سازگار است. در این زمینه، بوذرجمهری و همکاران (Bouzarjmehri et al., 2016)، نشان دادند که شرایط آب‌وهوایی مناسب و کیفیت مناسب خاک برای کشت زعفران از عوامل اثربخش در عملکرد زعفران می‌باشد. چنین آب‌وهوایی نه تنها زمینه کاشت، کاشت و برداشت زعفران را تسهیل کرده است، بلکه در توسعه دیگر زمینه‌های کارآفرینی، از جمله بوم‌گردی، زنبورداری، کشت صیفی‌جات، تولید به‌لیمو و گل محمدی هم نقش اساسی داشته است. از دیگر کنشگران غیرانسانی می‌توان به اینترنت و فضاهای مجازی اشاره کرد که زمینه بازاریابی اینترنتی (از طریق گوگل و برنامه‌های مانند دیوار، واتساپ، تلگرام و مانند این‌ها) محصول سبز زعفران را فراهم کرده و در زمینه تبلیغات و جذب مشتری چنین محصولاتی نقش فعال دارد. از جمله موارد مورد اشاره در تبلیغات، این است که زعفران یک گیاه دارویی است که به‌عنوان دمنوش مصرف می‌گردد و در غذا از آن استفاده می‌شود و زمینه بهبود و کمک به سلامت جسمی و روحی (نشاط‌آور) را فراهم می‌کند و به همین خاطر بازار (یک عنصر غیرانسانی) پررونقی دارد. علاوه بر جنبه‌های مثبت عنصر تبلیغات در فضای مجازی، نتایج نشان داد که تبلیغات زیاد و بزرگنمایی بیش‌ازحد در رسانه‌های رسمی منجر به شکست برنامه‌های کارآفرینانه می‌شود. در این خصوص یوری و زرافشانی (Yavari & Zarafshani, 2017)، در مطالعه خود استفاده از کانال‌های مناسب ارتباطی برای کسب آگاهی و عملیات بازاریابی جهت فروش محصول زعفران را از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر پذیرش کشت زعفران دانستند. از دیگر عناصر غیرانسانی دخیل در کشت و توسعه زعفران می‌توان به زمین، آب، پیاز اولیه، پوشش گیاهی منطقه، آفات، منابع مالی (وام و تسهیلات)، کود زیستی مورد استفاده در زمین زعفران و سیاست‌های فرهنگی اشاره کرد. به این صورت که دولت می‌تواند با اعطای زمین به کارآفرینان به رونق کشت زعفران کمک کند؛ زمینی که می‌توان ۷ تا ۸ سال پیاز زعفران را در آن کاشت و برداشت کرد (زعفران را می‌توان سال‌های متمادی زیادی در یک زمین کاشت)؛ از مؤلفه‌های غیرانسانی دیگری که به غنای زمین کشت زعفران کمک می‌کند و باعث می‌شود محصول بهتر و باکیفیت‌تر و حتی سالم‌تری، به‌دست مردم برسد، کود زیستی (دامی) است (استفاده از کود زیستی در زمین زعفران به‌جای کودهای شیمیایی). زراعتگر و همکاران (Zeraatgar et al., 2024)، در پژوهش خود نشان دادند که در کشت زعفران از کودهای زیستی و حیوانی به‌جای کودهای شیمیایی استفاده می‌شود که این نه تنها به تولید محصولاتی با کیفیت و با ارزش کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش حاصلخیزی خاک و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌شود. هر چند محصول سبز زعفران در سال کلاً دو بار به آب نیاز دارد، اما آب هم یک عنصر غیرانسانی اثرگذار در این حیطه است. علاوه بر آب، زمین و کود زیستی، پیاز زعفران هم یکی دیگر از عناصر غیرانسانی است. به این صورت که سازمان‌هایی مانند سازمان جهاد کشاورزی و بسیج سازندگی با ارائه پیاز رایگان و باکیفیت به زعفران‌کاران به رونق کشت آن و ایجاد انگیزه در افراد کارآفرین کمک کردند. کنه‌ها و آفت‌ها از دیگر عواملان غیرانسانی در مسیر محصول زعفران بوده که با

محلول پاشی و آفت‌کش‌ها از بین می‌روند. منابع مالی یکی دیگر از عناصر غیرانسانی در این زمینه است که با ارائه تسهیلات از طرف سازمان‌های دولتی (بسیج سازندگی، سازمان جهاد کشاورزی، صندوق کارآفرینی امید و خیریه آستان قدس رضوی) به زعفران کاران و مردم (مانند زنان سرپرست خانوار) تأمین شده و زمینه رونق کشت زعفران را فراهم کرده است. پیشوایی و همکاران (Pishvaei et al., 2023)، در مطالعه خود بیان داشتند که دولت با اعطای وام‌های کم‌بهره و واگذاری زمین‌های اراضی ملی به مردم می‌تواند سبب گسترش کشت گیاهان دارویی از جمله زعفران شود. یکی دیگر از عناصر غیرانسانی، یعنی «سیاست‌های فرهنگی مردم و دولت» نیز در زمینه کشت زعفران (از جمله حمایت‌های خانوادگی و دولتی) به توسعه و رونق آن کمک کرده است.

پرسش دوم: قلمروهای التزام، تعهد و قدرت در موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران)، چه می‌باشند و کجاها هستند؟ کارآفرینی سبز در حیطه زعفران به مثابه یک موقعیت در بر دارنده عرصه‌ها و قلمروهای التزام و تعهد متعددی است که هر یک از این دیدگاه‌ها، عناصر و ویژگی‌های مشخصی به آن بخشیده است. از حوزه‌های نفوذ و قدرت می‌توان به حمایت و نظارت سازمان‌های دولتی و همچنین به حمایت‌های خانوادگی اشاره کرد. از جمله سازمان‌هایی که از ایجاد این موقعیت (کارآفرینی سبز در حیطه زعفران) حمایت کرده‌اند، می‌توان به سازمان جهاد کشاورزی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، بسیج سازندگی، صندوق کارآفرینی امید، خیریه آستان قدس رضوی و شوراها و دهیاری‌ها اشاره کرد. از جمله حمایت‌ها و نظارت‌هایی که سازمان‌های دولتی در این موقعیت داشته‌اند باید به آموزش شیوه تولید محصولات سبز، ارائه تسهیلات، ارائه پیاپی رایگان و زمین اشاره نمود. دولت باید آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی را به‌عنوان اولین قدم در موفقیت و گرایش به طرح‌های سبز ارائه دهد. به این صورت که شیوه تولید محصولات سبز را به مردم آموزش دهد و در کارهای کارآفرینی با کمک کارشناسان ذی‌ربط خود، نظارت تخصصی داشته باشد. سازمان‌های دولتی از جمله عرصه‌هایی هستند که در فعالیت کارآفرینی سبز و به‌خصوص کشت زعفران نقش بسزایی دارند و در امور صدور مجوز، ارائه خدمات و اطلاعات، پرداخت تسهیلات و همچنین ارائه آموزش‌ها دخالت دارند. به‌عنوان مثال، بسیج سازندگی از زنان سرپرست خانوار جهت تولید محصولات سبز حمایت می‌کند و مسیر موفقیت را برای آن‌ها نیز هموار می‌کند تا از این طریق مایحتاج زندگی خود و خانواده خویش را تأمین کنند یا شوراها و دهیاری‌ها می‌توانند بودجه‌ای را جهت تأمین طرح‌های کارآفرینانه سبز از فرمانداری بگیرند، آن‌ها نیز پتانسیل‌های منطقه و روستا را بررسی می‌کنند و از کارشناس‌ها جهت آموزش فرصت‌های منطقه به مردم محلی استفاده می‌کنند. در واقع کارشناسان و متخصصان آموزش‌های مناسب را جهت اجرای طرح‌های کارآفرینانه به مردم ارائه می‌دهند و مسیر رشد کارآفرینی و همیاری بین سازمان‌های درگیر و مردم را فراهم می‌کنند. پس خواست و همکاری کارشناسان و متخصصان سازمان‌های دولتی یکی از حوزه‌های نفوذ برای ایجاد موقعیت‌های توسعه کشت زعفران است. این یافته پژوهش با نتایج تحقیق پیشوایی و همکاران (Pishvaei et al., 2023) که نشان دادند دولت با اعطای وام‌های کم‌بهره و واگذاری زمین‌های اراضی ملی به مردم می‌تواند سبب گسترش کشت زعفران شود، همسو است. همچنین با نتایج مطالعات صادقی و طولابی‌نژاد (Sadeghi & Toulabi Nejad, 2018) که بیان داشتند کشت زعفران باعث افزایش اشتغال زنان روستایی می‌گردد و علیائی و عزیز (Oliaei & Azizi, 2019) که نشان دادند کشت زعفران باید توسط سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی پشتیبانی شود، مطابقت دارد. از دیگر حوزه‌های نفوذ و قدرت، می‌توان به حمایت و همکاری اعضای خانواده اشاره کرد. در عرصه خانواده، زنان خانه‌دار، کودکان و سالخوردگان از جمله افرادی هستند که در زمینه کاشت، داشت و برداشت زعفران همکاری‌های لازم را دارند و در ایجاد این موقعیت (کارآفرینی سبز در حیطه زعفران) نقش اساسی داشته‌اند. علاوه بر این، حمایت و همیاری همسایگان افراد کارآفرین در منطقه و کارمندان دولتی که بازنشسته شده‌اند در این موقعیت مشهود است، چراکه کارمندان بازنشسته، اشتغال در زمینه کشت زعفران را به‌عنوان مکمل درآمد اولیه و یک شغل فصلی نگاه می‌کنند. از دیگر قلمروهای التزام و حوزه‌های نفوذ می‌توان به بازار، رسانه‌ها، اولین کارآفرین، نقش آفرینان محلی و آب‌وهوای مناسب اشاره کرد. در ایجاد موقعیت کارآفرینی سبز (حیطه زعفران)، بازار یکی از قلمروهای التزام اساسی است؛ چراکه در این حوزه نفوذ، ارتباط متقابل فروشندگان و خریداران و تعرفه‌های موجود می‌تواند در توسعه یا عدم توسعه یک موقعیت سبز

نقش‌آفرینی کند؛ به این صورت که تعرفه زیاد صادرات، مانع از صادرات زعفران به‌دست خریداران می‌گردد و ماهیت و وجود موقعیت مذکور به خطر می‌افتد. علاوه بر این، خرده‌فروشان و مغازه‌داران محلی و مشتریان بومی، داخلی و ثابت از جمله حوزه‌های نفوذی هستند که در رونق بازار و ایجاد موقعیت کارآفرینی کشت زعفران نقش پررنگی دارند. آب‌وهوای مناسب روستاهای اطراف شهر یاسوج، یکی دیگر از قلمروهای التزام در ایجاد این موقعیت است، چراکه محصول سبز زعفران کاملاً با شرایط آب‌وهوایی مناطق روستایی مورد مطالعه انطباق و سازگاری دارد. رسانه‌ها از جمله قلمروهای قدرتی هستند که در اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی از کم و کیف محصولات کارآفرینی سبز نقش‌آفرینی می‌کنند و در زمینه تبلیغات و جذب مشتری چنین محصولاتی نقش فعال دارد؛ به‌علاوه بزرگنمایی و اغراق در رسانه‌ها می‌تواند نتیجه عکس داشته باشد و به شکست چنین موقعیت‌های ختم شود و در آخر نقش‌آفرینان محلی از جمله اولین کارآفرینان منطقه از جمله حوزه‌های تعهد و نفوذ در ایجاد موقعیت کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران می‌باشند؛ در واقع آن‌ها هستند که تابوها را می‌شکنند و مردم را تشویق به انجام چنین فعالیت‌های سبزی می‌کنند، آن‌ها هستند که خود را فدای رشد دیگر افراد و موقعیت‌ها می‌کنند، آن‌ها هستند که ایجاد انگیزه می‌کنند و خطر ریسک کردن را می‌پذیرند تا موقعیت‌های مانند موقعیت مورد مطالعه ایجاد شود.

پرسش سوم: اعضای جامعه کارآفرینی در موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران)، چگونه حول گفتمان، علایق و منافع مشترک ائتلاف می‌کنند؟ اعضای جامعه کارآفرینی سبز اعم از مردم محلی، همسایه‌ها، کارآفرینان، کارشناسان و ناظران و بازاریان با گفت‌وگو و تعامل سازنده و همچنین اعتماد و صداقت متقابل در مورد موضوعات مختلفی می‌توانند با یکدیگر ائتلافی تشکیل دهند و موقعیت کارآفرینی سبز در حیطه زعفران را ایجاد کنند. کارآفرینان باتجربه و کارشناسان و ناظران سازمان‌های دولتی می‌توانند در مورد موضوعاتی مانند ارائه آموزش‌های لازم به کارآفرینان تازه‌وارد و مبتدی ائتلاف تشکیل داده تا مشکل مورد نظر (آموزش به کارآفرینان مبتدی) را حل کنند و یا در مورد این موضوع ائتلاف کنند که ارائه آموزش به‌تنهایی کافی نیست و بهتر است منابع و امکانات تولید کشت زعفران (مانند زمین، پیاز، نیروی انسانی و مادی) هم فراهم شود تا موقعیت مورد مطالعه شکل بگیرد. پس وجود منابع و امکانات تولید از یک‌طرف و ارائه آموزش‌های کارآمد توسط متخصصان خبره به کارآفرینان جهت ایجاد موقعیت کارآفرینی سبز در حیطه زعفران کمک می‌نماید. مردم محلی / همسایه‌ها و کارآفرینان نیز می‌توانند در مورد موضوعاتی مانند گسترش و اشاعه فرهنگ کارآفرینی سبز (در حیطه زعفران) ائتلاف تشکیل داده یا در مورد این موضوع ائتلاف کنند که وجود فرهنگ کارآفرینی در اندیشه‌ها، باورها و سبک زندگی روستاییان به‌تنهایی کافی نیست و باید منطقه مورد کشت زعفران نیز از شرایط جغرافیایی و آب‌وهوایی خوبی نیز برخوردار باشد تا موقعیت هدف ایجاد شود. پس در شرایطی که آب‌وهوای منطقه و شرایط جغرافیایی، مساعد کشت زعفران باشد و فرهنگ کارآفرینی در اندیشه‌ها، باورها و سبک زندگی روستاییان موجود و مشهود باشد، انجام کارآفرینی در حیطه کشت زعفران نتیجه مثبتی به همراه دارد. کارآفرینان کشت زعفران نیز می‌توانند در مورد موضوعاتی مانند همکاری متقابل و حذف فضای رقابتی با یکدیگر ائتلاف تشکیل داده تا زمینه ایجاد هر چه بهتر موقعیت مذکور (کشت زعفران) فراهم شود. چراکه نبود فضای رقابتی و همراهی و همکاری آن‌ها با یکدیگر باعث می‌شود تجربیات خود را در اختیار یکدیگر قرار داده و از پیشنهادات و نظرات متعدد و مختلف جهت گسترش میدان موقعیت مورد مطالعه استفاده کنند. این یافته با نتایج پژوهش کلانتری و همکاران (Kalantari et al., 2021) که اظهار داشتند ائتلاف باید در زمینه کاهش چالش‌های تولید زعفران صورت بگیرد، همسو است؛ آن‌ها مهم‌ترین چالش‌های تولید زعفران را چالش‌های اقتصادی (قیمت نهاده‌ها و منابع تولید)، سیاسی (جایگاه رقبا در تولید زعفران و شرایط تحریمی)، فنی (عملکرد محصول، آبیاری و سطح زیر کشت اراضی)، حمایتی (ناظر بر حق بیمه و تسهیلات) و مدیریتی (تشکل‌ها و نقش تعاونی‌ها در جهت کنترل و بهبود وضعیت کشت، فرآوری و بازاریابی زعفران) دانستند.

پرسش چهارم: در موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطه کشت زعفران) چه مقتضیات مختلفی شکل می‌گیرند و آثار و نتایج آنچه هستند؟ برای ایجاد موقعیت‌های کارآفرینی سبز در حیطه زعفران الزامات متعددی لازم است. نخست منجی بودن کارآفرینی سبز

برای مردم روستایی است. به این صورت که وجود کارآفرینی سبز در مناطق روستایی، نه تنها کمک کننده در جهت رفع نیازهای مالی روستاییان است، بلکه با فروش محصولات سبز (مانند زعفران) به حداقل درآمدی نیز می‌رسند. زنان، کودکان و حتی سالخوردگان در کاشت، داشت و برداشت زعفران همکاری دارند و در قِبل آن پولی دریافت می‌کنند یا افراد بازنشسته نیز با روی آوردن به کارآفرینی سبز در این حیطه به درآمدی در کنار درآمد بازنشستگی خود رسیده‌اند. این یافته پژوهش با نتایج مطالعات آموسا و همکاران (Amousa et al., 2024)، ریاحی و عزیز (Riahi & Azizi, 2020)، اصغری لقمجانی و ایزدی (Asghari Izadi et al., 2021)، صادقی و طولابی‌نژاد (Sadeghi & Toulabi Nejad, 2018) و ایزدی و همکاران (Izadi et al., 2021) که نشان دادند کشت زعفران موجب اشتغال و کسب درآمد برای روستاییان شده است، مطابقت دارد. البته شرط منجی بودن کارآفرینی سبز (در حیطه زعفران) برای روستاییان، وجود فرهنگ این نوع از کارآفرینی و شرایط جغرافیایی مناسب است. در شرایطی که آب‌وهوای منطقه و شرایط جغرافیایی، مساعد کشت زعفران باشد و فرهنگ کارآفرینی در باورهای روستاییان مشهود باشد، انجام کارآفرینی در حیطه کشت زعفران نتایج مثبتی دارد که می‌تواند منجر به کسب درآمد، بهبود سلامتی، ایجاد اشتغال و به‌عنوان سدی در برابر کاهش بیکاری عمل نماید. دومین الزام، جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های دولتی و ملی و حفظ منابع طبیعی و ایجاد ارزش افزوده در تولید زعفران است. در ارتباط با این الزام، یافته‌های زراعتگر و همکاران (Zeraatgar et al., 2024)، نشان داد در کشت زعفران از کودهای زیستی و حیوانی به‌جای کودهای شیمیایی استفاده می‌شود که این نه تنها به تولید محصولاتی با کیفیت و با ارزش کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش حاصلخیزی خاک و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌شود و در ادامه نشان دادند که مدیریت آفت‌ها به‌صورت ارگانیک با استفاده از روش‌های بیولوژیکی به حفظ سلامت محصول و محیط‌زیست می‌انجامد. البته جلوگیری از هدر رفتن سرمایه‌های دولتی و ملی، حفظ منابع طبیعی و ایجاد ارزش افزوده در تولید زعفران در گرو ارائه آموزش‌های تخصصی و اصولی در کنار منابع و امکانات تولید (پایز، زمین، تسهیلات و پول) است. در این خصوص، بوذرجمهری و همکاران (Bouzarjmehri et al., 2016)، در پژوهش خود شاخص‌های آموزش، داشتن تجربه و دانش بومی زعفران کاری را از عوامل اثربخش در عملکرد زعفران دانسته‌اند؛ بنابراین، موجودیت خود منابع و امکانات تولید از یک‌طرف و همچنین ارائه آموزش‌های لازم و کارآمد توسط کارشناسان خبره به کارآفرینان جهت استفاده صحیح از منابع و امکانات تولید از طرف دیگر، منجر به حفظ منابع طبیعی و ایجاد ارزش افزوده در تولید شده و بهره‌وری را افزایش می‌دهد؛ به‌علاوه از هدر رفت منابع و سرمایه‌های دولتی و ملی نیز جلوگیری می‌شود. یکی دیگر از الزامات، پذیرش همکاری متقابل است؛ همکاری مردم با کارآفرین، همکاری متقابل بین کارآفرینان و در نهایت همکاری دولت با کارآفرینان محلی. این نوع همکاری به نتیجه‌ای برد-برد ختم می‌شود و در ایجاد موقعیت کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران نقش کلیدی دارد. در این خصوص پیشوایی و همکاران (Pishvaei et al., 2023) و علیائی و عزیز (Oliaei & Azizi, 2019)، در مطالعات خود بیان داشتند که دولت با اعطای وام‌های کم‌بهره و واگذاری زمین‌های اراضی ملی به مردم جهت گسترش کشت زعفران، همکاری خود را با کارآفرینان محلی را نشان داده است.

پژوهش‌های گذشته بیان داشتند که با توجه به وضعیت کم‌آبی در سال‌های اخیر، کشت گیاهان دارویی مانند زعفران نسبت به گیاهان زراعی ارجحیت دارد و بیشتر اثرات مثبت اقتصادی (ایجاد اشتغال و کسب درآمد)، اجتماعی (زعفران باعث احساس تعلق به مکان روستایی، گسترش دامنه و مشارکت اجتماعی، افزایش حس رضایتمندی بهره‌برداران) و زیست‌محیطی (افزایش حاصلخیزی خاک و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی) کشت زعفران را مورد بررسی قرار دادند، اما پژوهش حاضر با نگاهی کیفی و با استفاده از تحلیل موقعیت در پی ایجاد انگاره یا موقعیت «کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران» برآمد. به این صورت که الزامات شکل‌گیری کشت زعفران، عناصر انسانی و غیرانسانی دخیل در آن، حوزه‌های قدرت اثرگذار در آن، منطق شکل‌گیری و ساختارهای مشارکت‌کننده در این حیطه، محدودیت‌ها، نتایج و آثار آن را مورد بررسی قرار داد؛ بنابراین، در پژوهش حاضر تلاش شد تا با بهره‌گیری از تحلیل موقعیت، ویژگی‌های کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران و پیامدهای آن مورد بررسی قرار بگیرد. در شکل (۸)، مؤلفه‌های نهایی دخیل در موقعیت‌های کارآفرینی سبز (در زمینه زعفران) و ارتباط بین آن‌ها به

تصویر کشیده شده‌اند. بر اساس تجارب کارآفرینان مشخص شد که کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران، توانسته است آثار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی متفاوتی در شهر یاسوج داشته باشد. از جمله موارد مثبت عبارتند از: ایجاد اشتغال برای قشر روستاییان و افراد فاقد شغل دولتی و همچنین زنان سرپرست خانوار و زنان بی‌سرپرست. از طرف دیگر با شروع کشت زعفران توسط افراد ریسک‌پذیر و پیشرو، اکنون مردم شهر و روستاهای اطراف ظرفیت پذیرش کارآفرینی را از نظر فرهنگی و اقتصادی پذیرفته‌اند. مزیت کشت زعفران در منطقه باعث شده است مردم محلی به صورت مستقیم این محصول را خرید و مصرف نمایند و به ارزش غذایی و درمانی آن نیز پی ببرند. منطقه مورد مطالعه از نظر آب‌وهوایی در سال‌های اخیر با کمبود بارش باران روبه‌رو بوده است؛ این موضوع سبب گشته است که کارآفرینان محصولی مانند زعفران را که با شرایط آب‌وهوایی منطقه مناسب است را جایگزین کشت محصولات دیگر مانند جو و گندم نمایند که نیاز به آب بیشتری جهت کشت داشته‌اند. کشت زعفران در استان بیشتر توسط افراد بومی، کشاورزان و در برخی موارد به‌عنوان شغل دوم کارکنان دولت و بازنشستگان انجام می‌شود. کشت زعفران برای تولیدکنندگان از این جهت مزیت دارد که زعفران قیمت مناسبی در بازار دارد و هرساله به قیمت آن افزوده می‌شود. در واقع ارزش افزوده آن نسبت به سایر محصولات بیشتر است؛ فعالیت آن‌ها کمترین آسیب را به محیط‌زیست وارد می‌کند و به عرصه محیط‌زیست و منابع طبیعی جهت افزایش ظرفیت‌های کارآفرینی منطقه کمک می‌کند و با مصرف آب کمتر محصول باکیفیتی تولید می‌کنند، با کیفیت از این لحاظ که در کار خود از سم و کودهای شیمیایی استفاده نمی‌کنند؛ چراکه محصولشان در آزمایشگاه‌های خارجی (خارج از ایران) بررسی و مشخص می‌شود که در طول ۵ سال گذشته از چه سمومی استفاده کرده‌اند. در نهایت می‌توان گفت که تحقیق حاضر اطلاعات و بینش‌های ارزشمندی را در زمینه کارآفرینی در حیطه زعفران برای سازمان‌های درگیر (مانند سازمان جهاد کشاورزی، کمیته امداد امام خمینی، بسیج سازندگی و غیره) و کارآفرینان و همچنین علاقه‌مندان به کارآفرینی فراهم می‌آورد؛ چراکه موضوع را از موقعیت‌های گوناگون و روش تحلیل گفتمان انجام داده است.

این تحقیق مانند دیگر مطالعات دارای محدودیت‌های بوده است. از جمله اینکه بیشتر کارآفرینانی که در تحقیق شرکت کردند تحصیلات دیپلم و پایین‌تر از دیپلم داشتند. داشتن سواد بالا می‌تواند در جهت سودآوری، بازاریابی و به‌کارگیری روش‌های نوین به کارآفرینان کمک فراوانی نماید. از طرف دیگر سازمان‌های حمایتی متنوع و در برخی مواقع بدون تخصص اقدام به پرداخت تسهیلات در زمینه کارآفرینی و کشت زعفران نمودند که این موضوع نه‌تنها پیگیری از طرف سازمان‌های مذکور را با مشکل مواجه می‌کرد، بلکه تصویری نادرست از سازمان‌های حامی برای کارآفرینان ایجاد کرده است. علاوه بر این، کارآفرینان از کمبود حمایت‌های مالی گلایه داشته و آموزش‌های سازمانی را ناکارآمد توصیف کردند؛ در برخی مواقع از روند طولانی پرداخت تسهیلات ناراضی بودند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود جهت رشد و کاشت زعفران در منطقه و بهره‌وری بالاتر آن در روستاهای اطراف شهر یاسوج، تبلیغات رسانه‌ای شامل تهیه فیلم و مستند از کارآفرینان در این حوزه و همچنین چگونگی تأثیر کارآفرینی در حیطه کشت زعفران بر سطح و شرایط زندگی روستاییان صورت گیرد و در رسانه ملی مانند صداوسیما استان پخش گردد. این عوامل منجر به ایجاد انگیزه در افراد به سمت کارآفرینی در حیطه کشت زعفران می‌شود. فرهنگ‌سازی در روستاییان منجر به ایجاد دید مثبت به کارآفرینی می‌شود؛ لذا توصیه می‌شود نهادهای ذی‌ربط نه‌تنها در زمینه پرداخت تسهیلات بانکی، ارائه زمین، ارائه پياز و آموزش با روستاییان همکاری کنند، بلکه با فرهنگ‌سازی، ارتباط دادن کارآفرینی با ریشه و اصالت روستاییان، برشمردن اهمیت کشت زعفران در سلامت و اقتصاد گام‌های اساسی بردارند. از دیگر پیشنهادات می‌توان به این موارد اشاره کرد: جهت صادرات زعفران و ترغیب کشاورزان به کشت آن تعرفه‌های صادرات حذف یا کم شود و همچنین راهکارهای حمایتی جهت انجام آزمایشات و کنترل کیفیت زعفران به کارآفرینان ارائه شود؛ هم کارآفرینان کشت زعفران و هم محصولات آن‌ها تحت پوشش بیمه‌های حمایتی قرار بگیرند؛ صندوق مشخصی جهت توسعه کارآفرینی سبز در حیطه کشت زعفران برای استان تشکیل گردد و امور مربوط به پرداخت و ارائه سایر امکانات تولید را برای زعفران کاران فراهم آورد و سازمان‌های ارائه دهنده خدمات آموزشی، آموزش‌ها، دانش و اطلاعات خود در زمینه کشت زعفران را مطابق استانداردهای جهانی به‌روز نمایند؛ بنابراین،

ترسیم نقشه‌های وضعیتی مختلف و شناخت خلأهای پژوهشی و وضعیت‌های اتخاذ نشده و تلاش برای مرتفع نمودن این خلأها به ارائه تصویری روشن‌تر از موقعیت کارآفرینی سبز (در حیطه زعفران)، ماهیت، ویژگی‌ها و مؤلفه‌های آن خواهد انجامید.

سپاسگزاری

پژوهش حاضر بدون همکاری مشارکت‌کنندگان امکان‌پذیر نبود؛ بدین‌وسیله از تمامی کارآفرینان کشت زعفران که در این پژوهش شرکت و همکاری کردند تقدیر و تشکر به‌عمل می‌آید.

References

- Amousa, F., Fazli, S., Arasti, Z., & Elahi, S. M. (2024). A Systematic Review and Scientometrics Analysis of Scientific Research in the Field of Green Entrepreneurship Development. *Scientometrics Research Journal*, 10 (1), 259-282. [Doi: 10.22070/rsci.2023.17194.1644](https://doi.org/10.22070/rsci.2023.17194.1644) [In Persian]
- Ansarizade, F., & Fazlelahi Ghomshi, S. (2021). Analysis of the research Situational Analysis. *Research Methodology in the Human Sciences*, 11(2), 99-116. <https://ensani.ir/fa/article/497286/%D9%88%D8%A7%DA%A9%D8%A7%D9%88%DB%8C-> [In Persian]
- Asghari Lafmejani, S., & Eizadi, A. (2017). Investigation of saffron role in job creation for rural families (Case study: Roshkhar Rural District). *Journal of Saffron Research*, 4 (2), 210-228. [Doi: 10.22077/jsr.2017.521](https://doi.org/10.22077/jsr.2017.521) [In Persian]
- Asil, H., Taşgin, S., Çelik, M., & Çelik, F. (2022). Effects of Different Growing Media on the Corm Yield and Properties of Saffron (*Crocus Sativus L.*) in Field and Greenhouse Conditions. *Mustafa Kemal Üniv. Tarım Bilim. Derg.*, 27 (1), 174-184. <https://doi.org/10.37908/mkutbd.1056958>
- Babayi Salanghocha, E., Msoed, M., Zamani, B., & Rabiei, K. (2017). Situation analysis as a method for research on the Islamic city. *Iranian Islamic City Studies*, 7 (27), 17-28. <https://pajohesh.nashriyat.ir/> [In Persian]
- Bayat, A., & Fathian, M. (2021). The Explanation of National Internet Concept by Situational Analysis and its Implications for Cyberspace Policy in Iran. *Journal of Science & Technology Policy*, 14 (3), 91-106. [DOI: 10.22034/jstp.2021.14.3.1379](https://doi.org/10.22034/jstp.2021.14.3.1379) [In Persian]
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2015). Sustainable entrepreneurship: a convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26 (1), 1-17. <https://doi.org/10.1002/bse.1887>
- Bouzarjmehri, K., Ahmadi, F., & Javani, K. (2016). Investigating financial impacts of cultivating Saffron on rural families with an emphasis on sustainable agriculture (Case study: Balavelayat rural district, city of Bakharz). *Saffron Agronomy and Technology*, 4 (1), 63-73. [Doi: 10.22048/jsat.2016.11902](https://doi.org/10.22048/jsat.2016.11902) [in Persian].
- Bowers, B. J., & Schatzman, L. (2021). *Dimensional analysis. In Developing grounded theory*, (pp. 111-129). Routledge. [DOI: 10.4324/9781315169170-10](https://doi.org/10.4324/9781315169170-10)
- Cardone, L., Castronuovo, D., Perniola, M., Cicco, N., & Candido, V. (2020). Saffron (*Crocus Sativus L.*), the King of Spices: An Overview. *Sci. Hortic*, 272 (3), 109560. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2020.109560>
- Charmaz, K. (2000). *Grounded theory: Objectivist and constructivist methods*. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed. pp. 509-536). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. <https://qualquant.org/wp-content/uploads/text/Charmaz%202000.pdf>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London: Sage Publications. https://afshinsafae.ir/wp-content/uploads/2022/10/Introducing-qualitative-methods-Charmaz-Kathy-Constructing-grounded-theory-2014-SAGE-Publications-libgen.li_.pdf
- Clarke, A. (2012). *Feminism, grounded theory, and situational analysis revisited*. In S. N. Hesse-Biber (Ed.) *Feminism, grounded theory, and situational analysis revisited* (2 ed., pp. 388-412). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483384740.n18>
- Clarke, A. E. (2005). *Situational analysis: Grounded theory after the postmodern turn*. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412985833>
- Clarke, A. E. (2019). *Situational analysis as a critical interactionist method*. In Michael H. Jacobsen (Ed.), *Critical and cultural interactionism: Insights from sociology and criminology* (pp.189-209). Oxon: Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/>
- Clarke, A. E. (2022). *Situating grounded theory and situational analysis in interpretive qualitative inquiry*. The SAGE handbook of current developments in grounded theory, Imprint: Routledge, 3-48. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003035923-6/>

- Clarke, A. E., & Keller, R. (2014). Engaging complexities: Working against simplification as an agenda for qualitative research today. Adele Clarke in conversation with Reiner Keller. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 15 (2), Art. 1, <https://doi.org/10.17169/fqs-15.2.2186>
- Clarke, A. E., & Star, S. L. (2008). *The social worlds framework: A theory/methods package*. In Edward J. Hackett, Olga Amsterdamska, Judy Wajcman & Michael Lynch (Eds.), *The handbook of science and technology studies* (3rd ed., pp.113-138). Cambridge, MA: MIT Press. <http://dx.doi.org/10.1002/9780470377994.ch6>
- Clarke, A. E., Friese, C., & Washburn, R. S. (2018). *Situational analysis: Grounded theory after the interpretive turn* (2nd ed.). Los Angeles, CA: Sage. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/situational-analysis/book238990>
- Clarke, A. E., Washburn, R., & Friese, C. (2022). *Situational analysis in practice: Mapping relationalities across disciplines* (2nd ed.). New York, NY: Routledge. <https://www.routledge.com/Situational-Analysis-in-Practice-Mapping-Relationalities-Across-Disciplines/Clarke-Washburn-Friese/p/book/9780367470999?srsId>
- Clarke, A.E., Washburn, R., Friese, C. (2015). *Situational Analysis in Practice: Mapping Research with Grounded Theory* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315420134>
- Delve, H. L., & Limpaecher, A. (2022). How to do open, axial, and selective coding in grounded theory, Practical Guide to Grounded Theory. Retrieved, 6 (20), 2024. <https://delvetool.com/blog/openaxialselective>
- Dinda, S. (2014). A theoretical basis for green growth. *International Journal of Green Economics*, 8 (2), 177-189. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2014.065851>
- Esmaeilian, Y., Amiri, M. B., Tavassoli, A., Caballero-Calvo, A., & Rodrigo-Comino, J. (2022). Replacing chemical fertilizers with organic and biological ones in transition to organic farming systems in saffron (*Crocus sativus*) cultivation. *Chemosphere*, 307 (1). Doi: 10.1016/j.chemosphere.2022.135537. [In Persian]
- Evans-Jordan, S. B. (2023). Mapping a Way into Qualitative Inquiry: Reflections on Learning and Teaching Clarke's Situational Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 24 (2). <https://doi.org/10.17169/fqs-24.2.4061>
- Farasatkah, M. (2024). *Qualitative Research Method in Social Sciences (with Emphasis on Grounded Theory) GTM*. Tehran, Agah Publications. [In Persian]
- Flick, U. (2018). *Doing grounded theory*. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781529716658>
- Gagliardi, L., Marin, G., & Miriello, C. (2016). The greener the better? Job creation effects of environmentally-friendly technological change. *Industrial and Corporate Change*, 25 (5), 779-807. <https://doi.org/10.1093/icc/dtv054>
- Giupponi, L., Cecilian, G., Leoni, V., Panseri, S., Pavlovic, R., Lingua, G., Di Filippo, A., & Giorgi, A. (2019). Quality Traits of Saffron Produced in Italy: Geographical Area Effect and Good Practices. *J. Appl. Bot. Food Qual*, 92, 336-342. <http://dx.doi.org/10.5073/JABFQ.2019.092.045>
- Glaser, B. (1998). *Doing grounded theory: Issues and discussions*, Sociology Press. Mill Valley, CA. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1873900>
- Goldkuhl, G., & Cronholm, S. (2010). Adding Theoretical Grounding to Grounded Theory: Toward Multi-Grounded Theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 9 (2), 187-205. <https://doi.org/10.1177/160940691000900205>
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship*, 10th Edition. New York, NY: McGraw-Hill Education. <https://a.co/d/ht8PQbj>
- Ho, L., & Limpaecher, A. (2022). *How to Do Open, Axial & Selective Coding in Grounded Theory*. Practical Guide to Grounded Theory. <https://delvetool.com/blog/openaxialselective>
- Holloway, I., & Galvin, K. (2016). *Qualitative research in nursing and healthcare*. John Wiley & Sons. England. https://books.google.com/books/about/Qualitative_Research_in_Nursing_and_Heal.html?id=EKu-DAAAQBAJ
- Hoogendoorn, B., Van der Zwan, P., & Thurik, R. (2020). Goal heterogeneity at start-up: are greener start-ups more innovative? *Research Policy*, 49 (10), 1-17. Article 104061. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104061>
- Horbach, J. (2018). *The Impact of Resource Efficiency Measures on the Performance of Small and Medium-Sized Enterprises*, 147-162. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93019-0_7
- Izadi, A., Asghari Lafmejani, S., & Fazelnia, G. (2021). Investigation of the consequences of saffron cultivation in reverse migration of villagers (Case study: Villages of Rashtkhar rural district). *Community Development (Rural & Urban Communities)*, 13 (1), 253- 283. <https://doi.org/10.22059/jrd.2021.328144.668662> [In Persian]

- Kalantari, K., Asadi, A., Mirjalali Filabi, M., & Lavaei Adaryani, R. (2021). Analysis of Saffron Production Challenges from the Perspective of Saffron Farmers in Mashhad County. *Journal of Saffron Research*, 9 (1), 177-193. [Doi: 10.22077/jsr.2020.3087.1120](https://doi.org/10.22077/jsr.2020.3087.1120) [In Persian]
- Karami, H. R. (2018). Effects of Saffron Cultivation on Income and Employment of Operators in Lorestan Province of Iran. *Village and Development*, 18(1), 21-43. [doi: 10.30490/rvt.2018.59419](https://doi.org/10.30490/rvt.2018.59419) [In Persian]
- Karbasi, A., & Zandi Dareh Gharibi, B. (2022). *Economic Aspects of Saffron in the World*. In: Vakhlu, J., Ambardar, S., Salami, S.A., Kole, C. (eds) *The Saffron Genome. Compendium of Plant Genomes*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10000-0_16
- Khan, F., & Ali, Y. (2022). Implementation of the circular supply chain management in the pharmaceutical industry. *Environment, Development and Sustainability*, 24 (12), 13705-13731. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-02007-6>
- Khanifar, H., & Moslemi, N. (2023). *Principles and Foundations of Qualitative Research Methods (A New and Applied Approach)*. Tehran, Negah Danesh Publications. <https://markaketab.com/product> [In Persian]
- Kianimanesh, K., Lebaschi, M. H., Jaimand, K., Abdossi, V., & Tabaei Aghdaee, S. R. (2022). Evaluating the application of organic and chemical fertilizers for safranin, crocin, and picrocrocin of saffron (*Crocus sativus* L.) under dryland farming system. *Journal of Medicinal Plants and By-products*, 11 (2), 171-179. <https://doi.org/10.22092/jmpb.2021.355393.1389> [In Persian]
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses?. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16 (3), 204-228. <http://dx.doi.org/10.1108/13552551011042799>
- Kothari, D., Thakur, R., Kumar, R. (2021). Saffron (*Crocus Sativus* L.): Gold of the Spices a Comprehensive Review. *Hortic. Environ. Biotechnol.*, 62 (5), 661-677. <http://doi.org/10.1007/s13580-021-00349-8>
- Lawson, R. (2006). An overview of green economics. *International Journal of Green Economics*, 1 (2), 23-36. <https://econpapers.repec.org/scripts/redirector.pf?u=>
- Mehmeti, A., Candido, V., Canaj, K., Castronuovo, D., Perniola, M., D'Antonio, P., & Cardone, L. (2024). Energy, Environmental, and Economic Sustainability of Saffron Cultivation: Insights from the First European (Italian) Case Study. *Sustainability*, 16 (3). <https://doi.org/10.3390/su16031179>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2022). A meta-analysis of green and sustainable business models: A comprehensive approach. *Journal of Cleaner Production*, 371. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133623>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2023). Green entrepreneurship and digitalization enabling the circular economy through sustainable waste management-An exploratory study of emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 422. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138433>
- Moodi, M. (2024). Study and Prediction of Economic Factors Affecting Saffron Exports with Emphasis on its Branding. *Journal of Saffron Research*, 12 (2), 301-290. [doi: 10.22077/jsr.2025.8537.1259](https://doi.org/10.22077/jsr.2025.8537.1259) [In Persian]
- Mousavimoayyed, A. (2022). *Feasibility study of the cultivation of medicinal plants in Margoan region*. M. Sc. Thesis. Supervised by Nooripoor, M. Yasouj University. Faculty of Agriculture. Yasouj, Iran. <https://doi.org/10.22077/jdcr.2025.8474.1086> [in Persian]
- Neumann, T. (2022). Impact of green entrepreneurship on sustainable development: An ex-post empirical analysis. *Journal of Cleaner Production*, 377. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134317>
- Nourozi, M., & Hayati, D. (2015). Factors affecting sustainable rural livelihoods as perceived by farmers in Kermanshah Province. *Iranian Agricultural Extension & Education Journal*, 11 (1), 127-144. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20081758.1394.11.1.9.3> [In Persian]
- Oliaei, M. S., & Azizi, S. (2019). Study of social impacts of saffron cultivation in regional development (Case study: Beneficiaries of Siahrood District of Tehran City). *Geography (Regional Planning)*, 9 (2), 641- 653. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286462.1398.9.2.38.4> [in Persian]
- Pishvaei, S., Nooripoor, M., & Ahmadvand, M. (2023). Explaining the Effects of Saffron Cultivation in Mukhtar Region of Boyerahmad County. *Journal of Saffron Research*, 11 (2), 201-220. [doi: 10.22077/jsr.2023.6081.1205](https://doi.org/10.22077/jsr.2023.6081.1205) [In Persian]
- Riahi, V., & Azizi, S. (2020). The effects of saffron cultivation on the economy of farmers in rural areas of Tehran city. *Journal Space Economy & Rural Development*, 9 (33), 239-254 URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-3589-1-fa.html> [In Persian]
- Sadeghi, K., & Toulabi Nejad, M. (2018). Analyze the effects of saffron cultivation on sense of place among rural households (Case Study: District Roshtkhar). *Geographical Planning of Space*, 8 (28), 51-66. https://gps.gu.ac.ir/article_70629.html?lang=en [In Persian]
- Sardar Shahraki, A. (2022). Economic ranking and spatial analysis of saffron production limitations in Qain County. *Space Economy & Rural Development*, 11 (40), 21-50. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23222131.1401.11.40.2.7> [In Persian]

- Serio, R. G., Dickson, M. M., Giuliani, D., & Espa, G. (2020). Green Production as a Factor of Survival for Innovative Startups: Evidence from Italy. *Sustainability*, 12 (22), 9464. <https://doi.org/10.3390/su12229464>
- Shirbagi, N., & Naderi, S. (2023). Experience of School-to-School Collaborations: Development of A Grounded Theory by Situation Analysis Approach. *Journal of Management and Planning in Educational System*, 16 (1), 27-48. [Doi: 10.48308/mpes.2023.103239](https://doi.org/10.48308/mpes.2023.103239) [In Persian]
- Soleymani, A., & Karimi, S. (2021). Designing a model for sustainable entrepreneurship development for rural businesses Hamedan Province. *Serd*, 10 (36), 49-78 URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3696-fa.html> [In Persian]
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
- Strong, T., Joaquín, G., Sametband, I. N., French, J., & Eeson, J. (2012). Counsellors Respond to the DSM-IV-TR, iv-TR. *Canadian Journal of Counsellors and psychotherapy*, 46 (2),85-106. <https://cjcc-rc.ualgary.ca/article/view/59273>
- Tahiri, A., Mazri, M.A., Karra, Y., Ait Abd, N., Bouharroud, R., & Mimouni, A. (2023). Propagation of Saffron (*Crocus Sativus L.*) through Tissue Culture: A Review. *J. Hort. Sci. Biotechnol*, 98 (16), 10-30. <https://doi.org/10.1080/14620316.2022.2078233>
- Thornberg, R. (2012). Informed grounded theory. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 56 (3), 243-259. <https://doi.org/10.1080/00313831.2011.581686>
- Tien, N. H., Hiep, A. P., Dai, N. Q., Duc, A. P., & Hồng, T. T. (2020). Green Entrepreneurship Understanding in Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship*, 24 (2), 1-14. <https://www.abacademies.org/articles/green-entrepreneurship-understanding-in-vietnam-9225.html>
- Toghyani, M., Nacekhyan, A. A., & Mortazavi Dariche, A. (2024). *Economics textbook for the tenth and eleventh grades of secondary school*. Educational Research and Planning Organization, Tehran: Sahami Khas Publications. <http://chap.sch.ir/books/10214> [In Persian]
- Vahdani, E., & Asadian, F. (2021). Feasibility study of saffron cultivation in rural areas of Kurdistan province. *Serd*, 10 (36), 163-182 .URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3701-fa.html> [In Persian]
- Vlahova, V. (2022). Saffron (*Crocus sativus*) as an alternative crop in sustainable agricultural systems: A review. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 22 (2), 775-783.
- Willer, H., Trávníček, J., & Schlatter, B. (2024). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2024. *Research Institute of Organic Agriculture FiBL*, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. <https://www.organic-world.net>
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>
- Yavari, N., & Zarafshani, K. (2017). Factors Influencing the Adoption of Saffron in Songhor and Sahne Counties in Kermanshah Province. *Journal of Saffron Research*, 5 (1), 111-123. [doi: 10.22077/jsr.2017.606](https://doi.org/10.22077/jsr.2017.606) [In Persian]
- Yunus, E. N., & Michalisin, M. D. (2016). Sustained competitive advantage through green supply chain management practices: A natural-resource-based view approach. *International Journal of Services and Operations Management*, 25(2), 135-154. <https://econpapers.repec.org/RePEc:ids:ijssoma:v:25:y:2016:i:2:p:135-154>
- Zamani, Y., Hashemi Monfared, S. A., & Azhdary Maghadam, M. (2022). Saffron and Climate Change; Assessment of the Saffron Water Requirement Changes Using the Smart Algorithms. *Journal of Saffron Research (semi-annual)*, 10 (1), 113-128. <https://doi.org/10.22077/jsr.2021.4531.1165> [In Persian]
- Zeraatgar, H., Gideski, A., & Moinoddini, Z. (2024). Organic Saffron: From Soil to Market, a Novel Approach in Green Agriculture. *Journal of Saffron Research*, 12 (2), 289-275. [Doi: 10.22077/jsr.2025.8453.1257](https://doi.org/10.22077/jsr.2025.8453.1257) [In Persian]
- Zucchella, A., & Previtali, P. (2019). Circular business models for sustainable development: A waste is food restorative ecosystem. *Business Strategy and the Environment*, 28 (2), 274-285. <https://doi.org/10.1002/bse.2216>