

سرمایه‌ی اجتماعی کارآفرینان نوپا و تامین مالی غیررسمی

روجا امینی نژاد*^۱ - آراین قلی پور^۲ - غلامرضا اسلامی بیدگلی^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

۲. دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

۳. دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۹/۲۳، تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۱۱/۹)

چکیده

چگونگی تامین منابع مالی یکی از موضوع‌های راهبردی پیش روی کارآفرین برای راه‌اندازی کسب و کار است. بانک‌ها و موسسه‌های مالی به‌عنوان منابع رسمی تامین مالی در مرحله پیش‌راه‌اندازی و راه‌اندازی یک کسب و کار جدید کمک چندانی نمی‌کنند. در این مرحله کارآفرین باید بیش‌تر بر سرمایه‌ی شخصی خود و منابع غیررسمی مانند افراد خانواده، دوستان و غریبه‌های متهور تکیه کند. درک این‌که چرا برخی کارآفرینان از منابع مالی غیررسمی برای راه‌اندازی کسب و کارشان استفاده می‌کنند و برخی دیگر از این منابع نمی‌توانند استفاده کنند، تمرکز اصلی این تحقیق است. نوآوری این تحقیق تبیین نقش سرمایه‌ی اجتماعی در تامین مالی از منابع مالی غیررسمی بوده و سرمایه‌ی اجتماعی در این تحقیق به وسیله‌ی چهار بعد شبکه‌های اجتماعی، اعتماد، مهارت‌های اجتماعی و تمایل به همکاری تعریف شده است. داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسش‌نامه گردآوری شده و با روش رگرسیون لجستیک تحلیل شدند. کارآفرینانی که به‌تازگی کسب و کارشان را آغاز کرده‌اند (کم‌تر از یک سال) یا در مرحله‌ی راه‌اندازی و پیش‌راه‌اندازی هستند به‌عنوان جامعه‌ی آماری در نظر گرفته شده‌اند. نمونه‌ی آماری این تحقیق شامل ۷۷ کارآفرین بوده است. نتایج تحلیل داده‌های این تحقیق، اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و تمایل به همکاری بر تامین مالی غیررسمی را پشتیبانی و اثرگذاری مهارت‌های اجتماعی بر تامین مالی غیررسمی را رد می‌کنند. در مجموع یافته‌های تحقیق، بیان‌گر آن بوده‌اند که هر فردی از سطح سرمایه‌ی اجتماعی بالاتری برخوردار باشد، با احتمال بالاتری به منابع مالی غیررسمی دسترسی خواهد داشت.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، تامین مالی غیررسمی، سرمایه اجتماعی

مقدمه

توجه به چشم‌انداز ۲۰ ساله و معضل بی‌کاری در جامعه‌ی کنونی ایران، کارآفرینی را به یک ضرورت در کشور تبدیل کرده است. از این رو راهبرد توسعه‌ی کارآفرینی به‌منظور توسعه‌ی اقتصادی در کشور دنبال می‌شود. عملیاتی کردن این راهبرد کاری بسیار پیچیده بوده و چندان ساده و آسان نیست. تامین منابع مالی یکی از نکات مهم در سرعت دادن به فرایند کارآفرینی و افزایش سطح مطلوبیت و امکان‌پذیری راه‌اندازی کسب‌وکار در نزد افراد جامعه و کارآفرینان بالقوه است. تامین مالی کارآفرینانه سازوکارهایی متفاوت با تامین مالی رایج در نظام بانکی را می‌طلبد. به‌وجود آمدن سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر و فرشتگان کسب‌وکار در کشورهای موفق در توسعه‌ی کارآفرینی و تاکید بر ضرورت توجه ویژه به سرمایه‌گذاری غیررسمی از سوی موسسه‌های اجرایی (مثل SBA¹) و موسسه‌های تحقیقاتی توسعه‌ی کارآفرینی (مثل دیده‌بان جهانی کارآفرینی) نمونه‌هایی از این سازوکارها هستند. به‌نظر می‌رسد در کشور ما سعی می‌شود از سازوکارهای رایج تامین منابع از نظام بانکی استفاده شود و به نتایج چشم‌گیری نیز در توسعه‌ی کارآفرینی نینجامیده است. از این رو بررسی علت شکل‌نگرفتن این سازوکارهای جدید و پیدا کردن ریشه‌ها در برنامه‌ریزی درست از سوی دولت، برای ترویج و آموزش و تصمیم‌گیری‌های صحیح برای تامین مالی و شکل‌دهی به رفتار کارآفرینانه از سوی کارآفرینان بالقوه و بالفعل اهمیت بالایی دارد. دیده‌بان جهانی کارآفرینی نیز از سیاست‌گذاران و محققان می‌خواهد به منابع غیررسمی تامین مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید توجه بیش‌تری کنند. از این رو با توجه به ضرورت توسعه‌ی کارآفرینی در کشور، تحقیق‌هایی از این دست که به موضوع تامین منابع مالی از راه‌های غیر از وام بانکی و کمک‌های دولتی توجه دارد، بسیار ضروری و لازم است.

بیان مساله

تامین منابع مالی به‌طور وسیعی در ادبیات بررسی شده و یکی از مهم‌ترین بخش‌های

1 Small Business Administration of USA

فرایند ایجاد کسب و کار جدید بوده (Eckhardt et al., 2006, pp. 220-21) و تامین مالی یکی از گلوگاه‌های فرایند توسعه‌ی کارآفرینی است. پیدا کردن روش‌هایی که بتواند این مانع را بردارد و سبب شتاب گرفتن موتور توسعه‌ی کارآفرینی و در نتیجه رشد اقتصادی شود از موضوع‌های قابل توجه در بسیاری از کشورها است. در این میان به نظر می‌رسد آنچه بیش از همه در تامین مالی کسب و کارهای کوچک اثرگذار است سرمایه‌گذاران غیررسمی هستند که می‌توانند تصمیم بگیرند به جای سپردن پول و پس‌انداز خود به بانک‌ها یا خرید ملک و مستغلات آن را با سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای کارآفرینان به چرخ تولید و کارآفرینی بسپارند. شواهد و مطالعه‌ها نشان می‌دهند کارآفرینان نوپا در مرحله‌ی راه‌اندازی خیلی نمی‌توانند روی کمک بانک‌ها و موسسه‌های مالی معتبر حساب کنند.

یافته‌های مطالعه‌ی دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ در ۴۲ کشور مختلف در سال ۲۰۰۶ نشان می‌دهد کم‌تر از نیمی از این کشورها به اندازه‌ی کافی از سرمایه‌گذاری غیررسمی برای پاسخ‌گویی به نیازهای راه‌اندازی^۲ کسب و کار برخوردار هستند. سرمایه‌گذاران غیررسمی در این گزارش اعضای خانواده، دوستان، همکاران، همسایه و افراد غریبه (فرشتگان^۳ کسب و کار) معرفی شده‌اند که به 4F^۴ نیز موسوم هستند. در این مطالعه اعضای خانواده، دوستان و همسایه‌ها به مراتب منابع بیش‌تری را نسبت به همکاران و افراد غریبه در اختیار کارآفرین قرار داده بودند (Bygrave & Quill, 2007, p. 4). کوچک‌ترین شکی وجود ندارد که این منابع غیررسمی برای کارآفرینی بسیار ضروری و بنیادین هستند زیرا بانک‌ها و حتی سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر بیش‌تر تمایل دارند در شرکت‌های فوق ستاره^۵ سرمایه‌گذاری کنند. از این‌رو بیش‌تر منابع خود را به سازمان‌هایی تخصیص می‌دهند که در

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

2 Start-up

3 Angels

4F 4 حرف اول معادل انگلیسی چهار کلمه خانواده (Family)، دوستان (Friends)، غریبه‌های متهور (Foolhardy strangers) و کارآفرین موسس (Founding entrepreneur) می‌باشد.

5 Superstar

مرحله‌ی پیش رشد و رشد قرار دارند نه سازمان‌هایی که در مرحله راه‌اندازی هستند. چم^۱ به‌صراحت بیان می‌کند: «اگر ملتی می‌خواهد محیطی داشته باشد که کارآفرینی در آن بقا و رونق یابد، باید به موضوع سرمایه‌گذاری غیررسمی یا 4F توجه بسیار کند. محققان باید تلاش بسیاری برای مطالعه روی سرمایه‌گذاران غیررسمی به‌عنوان منبع تامین مالی کارآفرینانه انجام دهند.» در این میان علت‌یابی ضعیف بودن یا نبودن استفاده از این منابع غیررسمی و توجه به عواملی که می‌تواند در تقویت به‌گرددش درآمدن منابع مالی غیررسمی در فرایند کارآفرینی کمک کند از درجه‌ی اهمیت بالایی برخوردار است. توجه و تاکید بیش از حد روی منابع رسمی تامین مالی در مرحله‌ی راه‌اندازی و کم‌توجهی به منابع غیررسمی در کشور ما می‌تواند یکی از دلایل کندی شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه باشد.

از سوی دیگر منطقی است فکر کنیم اهمیت سرمایه‌ی اجتماعی در موضوع کارآفرینی در این است که منابع یا دسترسی به منابع را برای کارآفرین فراهم می‌کند (Stringfellow & Shaw, 2009, p. 141, Lin, 2001, p.19; Aspray & Cohoon, 2007, p. 2). این تحقیق بر این فرض استوار است که یکی از ریشه‌هایی که تقویت آن منجر به تقویت بازار سرمایه‌گذاری‌های غیررسمی می‌شود، سرمایه‌ی اجتماعی است. به‌عبارت دیگر این تحقیق می‌خواهد به این سوال پاسخ دهد که آیا سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی کارآفرینانه با استفاده از سرمایه‌گذاران غیررسمی اثرگذار است؟ در این تحقیق با استفاده از سازه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی سعی می‌شود الگویی برای تحلیل مساله‌ی وضعیت استفاده از منابع 4F در ایران ارائه شود. به‌عبارت دقیق‌تر این تحقیق بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی با تامین مالی کارآفرینانه را هدف قرار داده و همان‌طور که اشاره شد علت انتخاب سرمایه‌ی اجتماعی در این تحقیق این است. شواهد زیادی حکایت از این دارد که سطح بالایی از سرمایه‌ی اجتماعی در موفقیت کارآفرینان سهیم بوده و به‌طور خاص، سرمایه‌ی اجتماعی زیاد، دسترسی قوی‌تر به اطلاعات، مشارکت بیش‌تر و کسب اعتماد از سوی دیگران را

1. GEM

برای کارآفرینان فراهم می‌کند که این در مراحل مختلف کارآفرینی مانند تشخیص فرصت و تامین منابع می‌تواند بسیار اثرگذار باشد. به نظر می‌رسد تاکنون تحقیقی که ارتباط سرمایه‌ی اجتماعی با تامین مالی 4F را بررسی کند انجام نشده است. اما در یک تحقیق مشابه نشان داده شده، کارآفرینانی که از سطح سرمایه‌ی اجتماعی بالاتری برخوردارند در مقایسه با آنها که در سطح پایین‌تری از سرمایه‌ی اجتماعی قرار دارند، با احتمال بالاتری امکان دارد از سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر منابع مالی جذب کنند (Markman & Baron, 2003, p.1).

مروری بر ادبیات موضوع

مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی در کارآفرینی

مردم در طول زندگی خود در موقعیت‌های اجتماعی قرار می‌گیرند که این روابط اجتماعی در زندگی هر کسی بنیادی بوده و در این بستر اجتماعی^۱ است که سرمایه‌ی اجتماعی به‌طور سنتی به‌عنوان مجموعه‌ای از منابع اجتماعی نهفته در روابط و منابع در دسترس افراد با ارتباط‌های اجتماعی آنها مفهوم‌پردازی می‌شود. سرمایه‌ی اجتماعی به این شکل هم تعریف شده است: جمع منابع بالقوه و بالفعل نهفته در ارتباط‌ها که از شبکه‌ی روابط افراد یا واحدهای اجتماعی مشتق شده و به‌همین واسطه در دسترس آنها قرار می‌گیرد (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 243). هم‌چنین در تعریف دیگری از سرمایه‌ی اجتماعی آمده است: جمع منابع واقعی یا مجازی که به یک فرد یا گروه با عضویت در یک شبکه‌ی پایدار از روابط کم و بیش رسمی آشنایی یا شناخت دو طرفه تعلق می‌گیرد (Bourdieu & Wacquant, 1992, p. 119). براساس این بینش، سرمایه‌ی اجتماعی منبعی است که در شبکه مانند‌گار بوده و جزو ذات آن محسوب می‌شود. به شکلی مشابه ولکووک^۲ (2001) به سرمایه‌ی اجتماعی به‌عنوان انباشت ظرفیت گروه‌های اجتماعی برای همکاری و مشارکت در رسیدن به هدفی مشترک نگاه می‌کند. اما فوکویاما^۳ سرمایه‌ی

1 Context

2 Woolcock

3 Fukuyama

اجتماعی را به عنوان یک هنجار غیررسمی معرفی شده تعریف کرده و مشارکت بین دو یا چند فرد را ترویج می کند (Fukuyama, 1999, p. 1). کلمن^۱ (1988) سرمایه‌ی اجتماعی را به عنوان تعدادی نهاد می بیند و آن را با استفاده از کاربردهایش تعریف می کند. این رویکرد امکان دارد روش مفیدتری برای تعریف این مفهوم غیرعینی باشد. داگلی و کلرک بیان کرده اند که موضوع محوری در ادبیات سرمایه‌ی اجتماعی این است که «شبکه‌های ارتباطات تشکیل می شوند از یا منجر می شوند به منابعی که می تواند به نفع افراد یا جمع استفاده شود» (Dakhli & De Clercq, 2004, p.110). در تعریف اولیه‌ی پوتنام (1993, p.167) سرمایه‌ی اجتماعی با مشخصه‌های سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجار و شبکه‌ها تعریف می شود که می تواند کارایی جامعه را با آسان کردن فعالیت‌های مشارکتی بهبود بخشند. حضور سرمایه‌ی اجتماعی می تواند تعامل‌های اجتماعی را آسان کرده، افزایش داده و مستحکم کند. ما بر این باوریم که سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان کیفیت تعامل به بهترین شکل قابل فهم بوده و به عبارت دیگر کیفیتی است که موقعیتی ایجاد می کند تا در آن تعامل‌ها به دلیل حضور سرمایه‌ی اجتماعی بهتر انجام شوند. بنابراین شبکه‌های افراد به هم متصل، می توانند از سرمایه‌ی اجتماعی موجود در شبکه برای گشودن یا دست‌یابی به دیگر منابع استفاده کنند. از این منظر سرمایه‌ی اجتماعی بیش تر یک کلید است تا یک منبع (Anderson, et al., 2007, p. 246). سرمایه‌ی اجتماعی به وضوح پدیده‌ای اجتماعی بوده و توصیف‌های ارائه شده از مضمون آن راجع به اعتماد، روابط، انطباق‌پذیری، وابستگی متقابل و شبکه‌ها صحبت می کند. باربیری^۲ (2005) می گوید که همه‌ی معانی متعدد ارائه شده، سرمایه‌ی اجتماعی را مرتبط با نظام روابط و تعلق‌های اجتماعی که افراد در آن‌ها قرار دارند، در نظر می گیرند. سرمایه‌ی اجتماعی هر چند براساس تبادل‌های بازار شکل نمی گیرد اما می تواند از چنین تبادل‌هایی پشتیبانی کند و اغلب به عنوان ابزار کاهش هزینه و خطرهای مبادله تعریف می شود (Anderson & Jack, 2002, p.205). هر چند منافع کارآفرینانه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی به خوبی مشخص شده‌اند، اما درک ما از فرایندهای

1 Coleman

2 Barbieri

اجتماعی خاصی که امکان دارد توانایی کارآفرین در شناخت یا بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش دهد تقریباً محدود است. لیو و ولش^۱ (2003) استدلال می‌کنند یک سطح بالا از سرمایه‌ی اجتماعی اغلب به کارآفرینان کمک می‌کند تا به سرمایه‌گذارهای مخاطره‌پذیر^۲، اطلاعات کلیدی و مشتریان بالقوه دست یابند. دیویدسون و هونینگ^۳ (2003) خاطرنشان می‌کنند که سرمایه‌ی اجتماعی هم‌چنین ممکن است با فراهم و منتشر کردن اطلاعات حیاتی و منابع اساسی مفید واقع شود. در مطالعه‌ی کیفی از ۳۸۰ شرکت جدید، متوجه شدند که تعلق داشتن به یک شبکه‌ی کسب‌وکار اثرگذاری مثبتی بر جلو انداختن فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار دارد و به ایجاد، فروش و در واقع سودآوری کمک می‌کند (Andersone et al., 2007, pp. 250-52).

وضعیت تامین مالی در مرحله‌ی (پیش) راه‌اندازی

جم در سال ۲۰۰۷ گزارشی منتشر و در آن وضعیت تامین مالی کارآفرینان را در ۴۲ کشور دنیا بررسی و ارزیابی کرده است. یافته‌های این بررسی با ایده‌ی اصلی این تحقیق بسیار هم‌راستا بوده و در این گزارش تامین‌کنندگان مالی به دو دسته‌ی سرمایه‌گذاران غیررسمی و رسمی تقسیم شده‌اند. سرمایه‌گذار غیررسمی به افراد مستقلی گفته می‌شود که از منابع مالی شخصی خود در تامین مالی کسب‌وکار به کارآفرین کمک کرده و به او پول قرض می‌دهند یا در کسب‌وکار سرمایه‌گذاری می‌کنند. در این تحقیق این مفهوم معادل 4F در نظر گرفته شده است که عبارتند از: خانواده، دوستان، غریبه‌های متهور (فرشتگان کسب‌وکار) و خود کارآفرین به‌عنوان موسس. در مقابل سرمایه‌گذاران غیررسمی، سرمایه‌گذاران رسمی قرار دارند که شامل بانک‌ها، موسسه‌های مالی و سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر است. با مطالعه‌ی شرکت‌های کارآفرین مانند گوگل^۴ که از منابع مختلف استفاده کرده‌اند می‌توان دریافت الگویی تکرار شونده برای تامین مالی فاز پیش‌راه‌اندازی و راه‌اندازی وجود دارد. پول اولیه از منابع غیررسمی می‌آید: اول موسسان برای تامین

1 Liao & Welsch

2 Venture Capitals

3 Davidsson & Honig

4. Google

سرمایه‌ی اولیه دست در جیب می‌برند؛ سپس به سراغ خانواده، دوستان و غریبه‌های متهور می‌روند. اگر شرکتشان به سرعت رشد کند و توانایی خود برای ابرستاره شدن را نشان دهد، سرمایه‌گذار می‌تواند مخاطره‌پذیر را جذب کند. مراحل بعدی توسعه می‌تواند با استفاده از سهام عمومی یا گرفتن از شرکتی بزرگ‌تر انجام شود (Sohl, 1999, pp. 106-108).

سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر بسیار نادر بوده و تبدیل شدن به شرکت سهامی عام نیز از آن نادرتر. برای مثال در سال ۲۰۰۵ در ایالات متحده، ۹۱۰ شرکت ۵/۳ میلیارد دلار از سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر دریافت کرده‌اند و ۴۵ سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر از شرکت‌ها پشتیبانی کرده‌اند تا بتوانند ۳/۴ میلیارد دلار با استفاده از سهام عمومی تامین مالی کنند. در مقابل، تقریباً ۳ میلیون شرکت جدید، از ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری غیررسمی استفاده کرده‌اند و خود کارآفرینان موسس حدود ۲۰۰ میلیارد دلار مشارکت در سرمایه داشته‌اند (و Eckhardt et al., Brush et al., 2002, p. 306 و Bygrave & Quill, 2007, p. 15).

به‌طور معمول کارآفرینان موسس خودشان بیش‌تر پول مورد نیاز برای کسب و کارشان را فراهم می‌کنند. در میان کشورهای عضو جم، کارآفرینان ۶۲ درصد از سرمایه‌ی مورد نیاز را تامین کرده و ۳۸ درصد باقی‌مانده نیز توسط سرمایه‌گذاران غیررسمی آورده شده است. وقتی این دو مقدار با هم جمع می‌شوند ۳/۹ درصد از GDP کشورهای عضو جم را تشکیل می‌دهد. این نه تنها به معنی ایجاد شرکت‌های جدید و شغل بوده بلکه به معنای تقویت اقتصاد ملی است زیرا شرکت‌های جدید به سرعت پول راه‌اندازی را برای خرید کالاها و خدمات‌ها و پرداخت حقوق به موسسان و کارکنان خرج می‌کنند. از این رو بیش‌تر شرکت‌های جدید مشارکت قابل ملاحظه‌ای در اقتصاد ملی دارند حتی قبل از این که کسب و کارشان را افتتاح کنند. جدول شماره (۱) نشان می‌دهد در تحقیق‌های جم کارآفرینان انتظار داشتند نیازهای مالی خارجی خود را از منابع چندگانه تامین کنند. براساس این جدول، درصد کارآفرینانی که انتظار تامین مالی از بانک‌ها و موسسه‌های مالی را دارند بالا بوده و دلیل آن این است که پاسخ‌دهندگان، کارآفرینان نوپایی که هنوز در فرایند تلاش برای شروع کسب و کارشان بودند را نیز در بر می‌گرفت. بنابراین منطقی است که فرض شود آن‌ها هنوز در مورد شانس دریافت از بانک یا موسسه‌های مالی به منظور سرمایه‌گذاری در کسب و کاری جدید خام‌اندیشند. به‌طور مشابه

احتمالا آن‌ها در مورد شانس دریافت حمایت‌های مالی از برنامه‌های دولتی نیز بسیار خوش‌بین بودند. در جدول شماره (۱) هم‌چنین مقادیر واقعی دریافتی نشان داده شده و با مقایسه‌ی منابع سرمایه‌ای مورد انتظار کارآفرینان با منابع دریافتی واقعی می‌بینیم که کارآفرینان، دوستان و همسایگان را به‌عنوان منابع بالقوه‌ی پول دست‌کم گرفته‌اند و خویشاوندان و همکاران را زیادی دست‌بالا تخمین زده‌اند. اما تقریباً در تخمین‌شان در مورد خویشاوندان نزدیک و غریبه‌ها درست عمل کرده‌اند (Bygrave & Quill, 2007, pp. 6-12).

جدول ۱. منابع مورد انتظار و واقعی کارآفرینان برای تامین مالی در کشورهای جیم

منبع تامین سرمایه	درصد کارآفرینان (مقادیر مورد انتظار)	درصد کارآفرینان (مقادیر واقعی)
خویشاوند نزدیک	۳۲/۹٪	۴۸/۹٪
دیگر خویشاوندان	۱۴/۵٪	۸/۴٪
همکار	۱۴/۷٪	۷/۷٪
دوست یا همسایه	۱۵/۳٪	۲۶/۴٪
غریبه	۷/۳٪	۵/۸٪
بانک یا موسسه‌های مالی	۴۲/۲٪	۲/۷٪
برنامه‌های دولت	۱۹/۷٪	
سایر	۱۲/۳٪	
جمع	>۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪

جمع مقادیر مورد انتظار بیش‌تر از ۱۰۰ درصد است زیرا کارآفرینان چند منبع را ذکر کردند.

Source: Bygrave, W. D., & Quill, M. (2007). *2006 Financing Report*. Babson College and London Business School. GEM.

داده‌های مطالعه‌ی تجربی دیگری در اسپانیا نیز نشان داده است که تامین مالی از حساب شخصی کارآفرین و خانواده و دوستان سهم بزرگی در تامین مالی مرحله‌ی راه‌اندازی دارد. این موضوع برای کارآفرینان زن اهمیت بیش‌تری دارد زیرا دسترسی آن‌ها به بانک‌ها و سایر منابع تامین مالی محدودتر از مردان است (Rodríguez & Santos, 2009, pp. 60-61). به‌هر حال به‌نظر وقتی نوبت به تامین مالی می‌رسد کارآفرینان بیش‌تر بر خانواده‌هایشان تکیه می‌کنند (Bhagavatula et al., 2008, p. 7). مطالعه‌ای که در کشورهای OECD انجام شد نیز این گفته را تایید می‌کند. براساس این مطالعه در کشورهای صنعتی شکاف جدی تامین مالی وجود ندارد اما نبودن منابع مالی مناسب برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوآور یا بنگاه‌هایی در بخش فناوری یا الگوهای کسب‌وکار جدید وجود دارد. کسب‌وکارهای کوچک نوآور نیاز به چرخ‌های تامین مالی دارند. در این مطالعه به نقش حیاتی فرشتگان کسب‌وکار که به نوعی نقش رابط برای گذر

کارآفرین از مراحل اولیه و رساندن او به منابع سرمایه‌گذار رسمی دارد اشاره می‌کند (Cotis, 2007, p. 5).

در نهایت این که تامین مالی از 4F برای اقتصاد کارآفرینانه حیاتی است. اگر پول در منابع 4F کاهش یابد، کارآفرینی خشکیده و می‌میرد. در مقابل حذف سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر^۱ روی هم رفته تغییر محسوسی بر فعالیت کارآفرینانه نمی‌گذارد زیرا حتی در پیشروترین کشور در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر- ایالات متحده- کم‌تر از یک کسب‌وکار از هر ده هزار کسب‌وکار جدید در مراحل ابتدایی به سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر دسترسی دارند و کم‌تر از یک هزارم کسب‌وکارها از سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر در هر زمانی از عمرشان بهره می‌برند. حتی در ایالات متحده امریکا یک کارآفرین آتی شانس بزرگ‌تری برای بردن یک میلیون دلار یا بیش‌تر در یک بخت‌آزمایی^۲ دارد تا دستیابی به سرمایه‌ی مخاطره‌پذیر. با این حال سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر نقش مهمی در اقتصادهای پیشرفته دارد (Bygrave & Quill, 2007, p. 14). مفاهیم مطرح شده تاکنون به‌خوبی نشان می‌دهد این فرضیه که سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی کارآفرینانه با استفاده از تامین‌کنندگان غیررسمی اثرگذار است، ارزش مطالعه دارد. با اتکا بر یافته‌های پیشین و توضیح‌های نظری، فرضیه‌های تحقیق به‌صورت زیر تبیین می‌شوند:

فرضیه‌ی اول: حضور کارآفرین در شبکه‌های اجتماعی بر تامین مالی از منابع غیررسمی رابطه معنی‌دار دارد: سرمایه‌ی اجتماعی شامل تعامل‌های اجتماعی و پیوندهای بین افراد بوده و حتی گاهی سرمایه‌ی شبکه‌ای (Westlund & Bolton, 2003, p. 108) نامیده می‌شود زیرا ماهیتاً یک پدیده‌ی رابطه‌ای بوده و اصطلاحی است که به تماس‌های اجتماعی کارآفرینان برای کسب منابع برمی‌گردد (Cope, et al., 2007, pp. 214-15). مدیریت مشاغل کوچک امریکا، تحقیق‌هایی راجع به چگونگی تامین سرمایه‌ی مشاغل تازه تاسیس انجام داد. نتایج به‌دست آمده نشان داد ۷۵ درصد از مشاغل جدید و تازه تاسیس، مسایل

1 Venture capital

2 Lottery

مالی خود را با استفاده از «شبکه‌ی ارتباط‌های سرمایه‌گذاری غیررسمی» تامین می‌کنند- شبکه‌های اجتماعی که از سرمایه‌جویان و سرمایه‌گذاران تشکیل می‌شوند. سرمایه‌گذاران و سرمایه‌جویان یک‌دیگر را با استفاده از دوستان، همکاران، آشنایان و موسسه‌های شغلی که ارتباط خوبی با یک‌دیگر دارند پیدا می‌کنند. تخمین زده می‌شود این «بازار غیررسمی سرمایه» به قدری بزرگ باشد که مقدار سرمایه‌ای که در آن فراهم می‌شود، بیش‌تر از سرمایه‌هایی باشد که به وسیله‌ی بازار حرفه‌ای سرمایه‌گذاری تامین می‌شود (بیکر، ۱۳۸۲، ص. ۲۶-۲۷). از این رو می‌توان گفت عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی و در تماس بودن با دیگران در یک شبکه می‌تواند به دسترسی به منابع برای فعالیت کارآفرینانه منجر شود (Anderson et al., 2007, p. 256).

فرضیه‌ی دوم: اعتماد با تامین مالی از منابع غیررسمی رابطه‌ی معنی‌داری دارد: اعتماد اساس ایجاد و رشد سرمایه‌ی اجتماعی بوده و در عین حال واسطه و عامل شتاب‌دهنده‌ی^۱ توسعه‌ی روابط است (Miller, et al., 2007, p. 634). به اعتماد به عنوان پیش شرط سرمایه‌ی اجتماعی سالم نگریسته می‌شود. در بعضی موارد اثبات شده بین سطح خطر و سطح اعتماد رابطه‌ی ریاضی برقرار است. به عبارت دیگر میزان خطری که افراد در تصمیم‌گیری‌های‌شان می‌پذیرند به سطح اعتمادی که به همتایان خود دارند اشاره دارد (Tötterman & Sten, 2005, p. 492). پس از این که کارآفرین فرصتی را شناسایی کرد باید تصمیم بگیرد چگونه آن را اجرا کند. این کار نیازمند بسیج منابع انسانی و سرمایه است. در این نقطه اعتماد نقش مهمی ایفا می‌کند (Casson & Giusta, 2007, p. 231). برای مثال احتمال سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران در کسب و کارهای جدیدی که از قبل با صاحبش رابطه‌ی مستقیم داشته‌اند بیش‌تر است زیرا این روابط حسی از تعهد و اعتماد ایجاد می‌شود (Smith & Lohrke, 2008, p. 316). از این رو اثرگذاری مثبت اعتماد متقابل روی تامین منابع مالی غیررسمی به عنوان یکی از فرضیه‌های این تحقیق قابل تامل است.

فرضیه‌ی سوم: مهارت‌های اجتماعی کارآفرین با تامین مالی از منابع غیررسمی رابطه‌ی

1 Catalyst

معنی داری دارد: سرمایه‌ی اجتماعی منتج به کارآفرینی به مهارت‌های اجتماعی وابستگی شدیدی دارد. درجه‌ی بالای ادراک اجتماعی و انطباق‌پذیری، قابلیت ایجاد ارتباط و اثرگذاری مطلوب در اولین برخورد و توان ترغیب و نفوذ روی دیگران از اهمیت بالایی برای تلاش‌های کارآفرینانه برخوردارند. مهارت‌های اجتماعی برای کارآفرین مزیت رقابتی در فرایند شبکه‌سازی ایجاد می‌کنند و مانند شبکه‌ی اجتماعی بخشی جدایی‌ناپذیر از سرمایه‌ی اجتماعی هستند. مطالعه‌ی روی کسب و کارهای تانزانایی نشان داد مهارت‌های اجتماعی در کنار توسعه‌ی شبکه‌های اجتماعی و اعتماد اثرگذاری شدیدی بر دسترسی به منابع کارآفرینی دارند (Jenssen & Kristiansen, 2004, p.7 و pp. 20-21). از این رو مهارت‌های اجتماعی فرد یکی دیگر از ابعاد دیگر سرمایه‌ی اجتماعی است که در الگو مدنظر قرار گرفت.

فرضیه‌ی چهارم: تمایل به همکاری با تامین مالی از منابع غیررسمی رابطه‌ی معنی‌داری دارد: تمایل به همکاری به‌عنوان یکی از ابعاد اصلی سرمایه‌ی اجتماعی در بسیاری از تحقیق‌ها تایید شده است. به‌عنوان نمونه بولن و اونیکس در سال ۲۰۰۳ تمایل به همکاری متقابل را یکی از ابعاد اصلی سرمایه‌ی اجتماعی معرفی کردند. نیمنن و همکارانش نیز در پیمایشی که روی نمونه‌ی آماری ۸۰۲۸ نفری از افراد بالای ۳۰ سال در فنلاند انجام دادند، همکاری اجتماعی را جزو ابعاد اصلی سرمایه‌ی اجتماعی شناسایی کردند (Nieminen, et al., 2008, p. 405). پرسش‌نامه‌ی مفصل بانک جهانی برای اندازه‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی نیز یک بخش را به اقدام‌های جمعی و همکاری تخصیص داده است. طی این بخش بررسی می‌کنند آیا و چگونه افراد با دیگران در یک اجتماع روی یک پروژه‌ی مشترک یا (و) در پاسخ‌گویی به بحران کار می‌کنند (Grootaert, et al., 2004, p. 5). در این‌جا از همکاری در شبکه‌ها و گروه‌ها با عنوان مشارکت راهبردی یاد می‌شود که ابزاری کارا در دسترسی به منابعی است که داخل بنگاه وجود ندارد (Miller, et al., 2007, p.651). تسهیم منابع به‌عنوان منفعتی برای کسب و کار فردی یکی از اصلی‌ترین پیش‌رانه‌های توسعه‌ی همکاری‌ها است.

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق پیمایشی و از بعد گردآوری اطلاعات توصیفی بوده و از نوع تحلیل هم‌بستگی

است و افق زمانی این تحقیق، تک مقطعی بوده و در فاصله‌ی زمانی خرداد ۱۳۸۷ تا شهریور ۱۳۸۸ انجام شده. کارآفرینانی که به تازگی کسب و کارشان را آغاز کرده‌اند (کم‌تر از یک سال) یا در مرحله‌ی راه‌اندازی و پیش‌راه‌اندازی هستند به عنوان جامعه‌ی آماری در نظر گرفته شده‌اند. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و محاسبه‌ی حجم نمونه‌ی آماری، حجم جامعه‌ی نامحدود است. چهار متغیر سرمایه‌ی اجتماعی در این تحقیق با پرسش‌نامه ۳۴ سوالی و با کمک طیف پنج‌گانه‌ی لیکرت اندازه‌گیری می‌شود. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ برای بُعد شبکه‌های اجتماعی، اعتماد، مهارت‌های اجتماعی و تمایل به همکاری به ترتیب ۰/۷۲، ۰/۸۸، ۰/۷ و ۰/۷ محاسبه شد. این ارقام نشان‌دهنده‌ی آن است که پرسش‌نامه‌ی استفاده شده، از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

روایی محتوای تحقیق توسط اساتید خبره و چندتن از افراد کارشناس در این زمینه تایید شد. هم‌چنین برای تایید روایی سازه از تحلیل عاملی استفاده شد. از آن‌جا که مقدار شاخص KMO در نمونه‌ی مطالعه شده برابر ۰/۶۵۴ بوده، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی قابل به کارگیری است. هم‌چنین مقدار sig آزمون بارتلت کم‌تر از ۵ درصد بوده و نشان‌دهنده‌ی مناسب بودن تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار است. ماتریس چرخش یافته‌ی اجزا، بارهای عاملی ابعاد مختلف را نشان می‌دهد که با تقریب خوبی تاییدکننده‌ی سوال‌های در نظر گرفته شده برای هر بعد است. مقدار هر عامل از میانگین ساده متغیرهای همان عامل به دست می‌آید. با توجه به نوع تحقیق و این که متغیرهای مستقل (شبکه، اعتماد، مهارت اجتماعی و تمایل به همکاری) و متغیر وابسته (تامین مالی غیررسمی) به ترتیب از نوع ترتیبی و طبقه‌ای (با دو طبقه) هستند از روش رگرسیون لجستیک برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها روی نمونه‌ای از ۷۷ پرسش‌نامه‌ی تکمیل شده توسط کارآفرینان نوپا و افرادی که در شرف راه‌اندازی کسب و کار خود هستند انجام شد. ۲۸ نفر از پاسخ‌دهندگان کسب و کارشان را به تازگی راه‌اندازی کرده‌اند و ۴۹ نفر در مرحله‌ی

راه‌اندازی و پیش‌راه‌اندازی به سر می‌برند. ۳۰ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه زنان و ۷۰ درصد مردان بودند. ۸ نفر (۱۰ درصد) دارای مدرک دکترا، ۴۹ نفر (۶۳ درصد) کارشناسی ارشد، ۱۸ نفر کارشناسی (۲۳ درصد) و ۲ نفر (۳ درصد) دارای مدرک کاردانی هستند. از نظر سنی بیش‌ترین تعداد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی بیش‌تر از ۲۵ و کم‌تر از ۳۰ سال قرار دارند. میانگین سنی پاسخ‌دهندگان ۲۹/۵ سال است. بیش‌تر افراد (۵۲ نفر) در این نمونه‌ی آماری صاحب کسب‌وکار خدماتی بوده و ۱۲ نفر کسب‌وکار صنعتی دارند. ۳ نفر به کسب‌وکار اینترنتی مشغول بوده و ۲ نفر صاحب کسب‌وکار خانگی هستند و یک نفر نیز به تولید کارگاهی مشغول است. باید یادآور شد که ۷ نفر نیز این قسمت را پر نکردند. براساس نتایج آماری، حساسیت الگو در تشخیص کارآفرینان بهره‌مند از منابع مالی غیررسمی ۹۴/۴ درصد و در تعیین کارآفرینان بی‌بهره از منابع مالی غیررسمی ۹۱/۳ درصد و به‌طور کلی حساسیت الگو در تشخیص درست استفاده کردن یا نکردن کارآفرینان از منابع مالی غیررسمی ۹۳/۵ درصد است و براساس آزمون برازش، کای‌دوی الگو در گام دوم برابر ۷۱/۸۹۵ بوده که sig آن کم‌تر از ۵ درصد است. از این‌رو متغیرهای مستقل (عوامل سرمایه‌ی اجتماعی) بر متغیر وابسته (تامین مالی غیررسمی) اثرگذار بوده و برازش مناسب است. براساس جدول شماره (۲)، ۸۶/۱ درصد از تغییرهای متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل رگرسیون لجستیک تبیین می‌شود.

جدول ۲. خلاصه الگو

گام	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
۱	۰/۰۰۰	۰/۷۰۵	۱/۰۰۰
۲	۲۲/۰۰۸	۰/۶۰۷	۰/۸۶۱

خروجی بعدی (جدول شماره ۳) متغیرهای وارد شده در الگو و نتایج آزمون والد را نشان می‌دهد. با توجه به آماره‌ی والد و sig مربوط به آن، متغیرهای شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و تمایل به همکاری در سطح ۵ درصد خطا معنادار هستند.

یافته‌های تحقیق فرضیه‌ی ۱، ۲ و ۴ (اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و تمایل به همکاری بر تامین مالی غیررسمی) را پشتیبانی می‌کند و فرضیه‌ی ۳ (اثرگذاری مهارت‌های اجتماعی بر تامین مالی غیررسمی) را پشتیبانی نمی‌کند. بر این اساس و بر مبنای جدول شماره (۳)، الگوی ریاضی پیشنهادی تحقیق عبارت است:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -53/637 + 8/505N + 3/847T + 6/427C$$

که p عددی بین صفر و یک و احتمال استفاده کارآفرین از منابع مالی غیررسمی بوده و هم‌چنین N ، T و C به ترتیب بیان‌گر شبکه اجتماعی، اعتماد و تمایل به همکاری است.

جدول ۳. متغیرها در معادله‌ی الگو

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	
گام ۱	شبکه	256/093	7722/377	0/001	1	0/974	1/66+111
	اعتماد	283/395	8648/205	0/001	1	0/974	1/19+123
	مهارت	195/458	6156/250	0/001	1	0/975	7/70E+84
	همکاری	130/467	4050/214	0/001	1	0/974	4/58+56
گام ۲	مقدار ثابت	-2483/076	74423/020	0/001	1	0/973	0/000
	شبکه	8/505	2/919	8/487	1	0/004	4939/045
	اعتماد	3/847	1/597	5/805	1	0/016	46/870
	همکاری	6/427	2/299	7/818	1	0/005	618/317
	مقدار ثابت	-53/637	16/889	10/086	1	0/001	0/000

متغیرهای وارد شده در گام ۱: شبکه، اعتماد، مهارت، همکاری

همان‌طور که از رابطه‌ی ریاضی بین متغیرهای مطالعه شده آشکار است برای این‌که احتمال وقوع تامین مالی غیررسمی را افزایش دهیم باید مقدار لگاریتم نسبت برتری را افزایش دهیم. به این منظور طرف راست رابطه یعنی حاصل جمع باید افزایش پیدا کند. حاصل جمع با تقویت هر یک از متغیرهای شبکه‌ی اجتماعی، اعتماد و همکاری افزایش می‌یابد. یک واحد افزایش در شبکه‌ی اجتماعی با فرض ثابت بودن دو متغیر دیگر باعث افزایش 8/505 واحد در حاصل لگاریتم نسبت برتری شده و یک واحد افزایش در سطح اعتماد باعث افزایش 3/847 واحد در حاصل لگاریتم می‌شود. هم‌چنین یک واحد افزایش در سطح همکاری باعث افزایش 6/427 واحد در حاصل لگاریتم نسبت برتری خواهد شد. از این رو می‌توان با توجه به این ضرایب، اهمیت هر یک از این متغیرها را در ایجاد تغییر در سطح سرمایه‌ی اجتماعی و به تبع آن افزایش لگاریتم و افزایش احتمال دستیابی به منابع مالی غیررسمی رتبه‌بندی کرد. با توجه به توضیح‌های ارائه شده، رتبه ۱ از آن متغیری خواهد بود که ضریب بیش‌تری دارد و به واسطه‌ی این ضریب بزرگ‌تر تغییرهای بزرگ‌تری در لگاریتم و احتمال دسترسی (p) ایجاد می‌کند. متغیر شبکه‌ی رتبه ۱، متغیر همکاری‌های اجتماعی رتبه ۲ و متغیر اعتماد رتبه ۳ را کسب خواهد کرد. به عبارت دیگر اگر بخواهیم به یک فرد کارآفرین توصیه کنیم سطح سرمایه‌ی اجتماعی خود را ارتقا دهد

و بنا به دلیلی مجبور باشد فقط روی یکی از متغیرها کار کند، الگو پیشنهاد می‌کند اول سراغ بهبود وضعیت عضویت در شبکه‌ها برود. البته در دنیای واقعی این متغیرها مستقل نخواهند بود و قطعاً روی هم‌دیگر اثرگذار هستند.

بحث و نتیجه

پرسش اصلی این تحقیق عبارت بود از این که "آیا سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی کارآفرینانه با استفاده از سرمایه‌گذاران غیررسمی اثرگذار است؟" تحقیق به نحو کاملی در محدوده‌ی خود به این پرسش پاسخ مثبت داده و از اثرگذاری سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی کارآفرینانه پشتیبانی کرده است. این یافته با یافته‌های تحقیق نیس راجع به کاربرد سرمایه‌ی اجتماعی در دسترسی به منابعی مانند منابع مالی، فناورانه و انسانی (Neace, 1999, p. 152) سازگار است. تامین مالی از حساب شخصی کارآفرین و خانواده و دوستان سهم بزرگی در تامین مالی مرحله‌ی راه‌اندازی دارد. از نظر آن‌ها این موضوع برای کارآفرینان زن اهمیت بیشتری دارد زیرا دسترسی زنان به بانک‌ها و سایر منابع تامین مالی محدودتر از مردان است (Webster & Watson, 2002, pp. 60-61). اگرچه جنسیت در تحقیق ما کنترل نشده اما نتایج یافته‌های این تحقیق با تحقیق رودریگز و ساتون فارغ از مسأله‌ی جنسیت در یک راستا قرار دارد. در تحقیق‌ها و مطالعه‌های پیشین به استفاده از شبکه‌ی ارتباطات برای دستیابی به منابع مالی اشاره شده است. برای مثال کاسون و گیوستا (2007, p. 231) می‌گویند شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به کارآفرین کمک کنند تا با افراد قابل اتکا در تماس باشد. مشارکت این تحقیق با این دو نفر این است که توانسته افراد قابل اتکا را کمی شفاف‌تر کرده و برای آن تعریفی در محدوده‌ی خود ارائه کند. با نتایج به‌دست آمده از این تحقیق می‌توان چنین استدلال کرد که افراد قابل اتکا، سرمایه‌گذاران غیررسمی هستند که در شبکه‌ها عضویت دارند. فرد کارآفرین با عضویت فعال در این شبکه‌ها می‌تواند با این سرمایه‌گذاران در ارتباط باشد و از منابع مالی آن‌ها برای پیش‌برد امور راه‌اندازی کسب و کار بهره‌برد. هونگ (2006, pp. 370-71) پا را از این نیز فراتر گذاشته و می‌گوید نه تنها بنگاه کارآفرینانه وقتی ایجاد می‌شود که شبکه‌های بین فردی مالک و مدیر کسب و کار بتواند منابع ارزش‌مند مورد نیاز را تامین کند بلکه تنها راه بقای کسب و کار را در این می‌بیند که شبکه‌های بین سازمانی بتوانند منابع مورد نیاز را

فراهم کنند. این تحقیق بخش اول این ادعا را حمایت می کند اما بخش دوم در محدوده‌ی این تحقیق نمی گنجد از این رو نمی توانیم در این باره اظهار نظر کنیم. از اعتماد نیز در بسیاری مطالعه‌ها به عنوان الزام اصلی و اولیه‌ی موفقیت نام برده شده است (Neace, 1999, p. 2; Guiso, et al., 2003, p. 316; Smith & Lohrke, 2008, p. 148). این مطالعه نیز نقش اعتماد در موفقیت کارآفرین در تامین مالی را پشتیبانی می کند. نکته‌ی قابل توجه این است که به احتمال نقش اعتماد در جوامعی که ساختارهای حقوقی محکم و چابک و پتانسیل اجرای قانونی قراردادها زیاد است، کم‌رنگ‌تر خواهد شد. شاید آزمایش این الگو در جوامعی با مشخصه‌های یادشده نتیجه‌ی متفاوتی را به دنبال آورد و در قیاس با شبکه‌ها یا همکاری چندان پررنگ نباشد. اما در جوامعی مانند ایران که از نظر حقوقی و قانونی با مسایل مختلفی روبرو است و کند عمل می کند ناچار مسایلی مانند وفای به عهد و اعتماد در تبادلها و توسعه‌ی بازارهای مالی غیررسمی نقش بسیار مهمی ایفا خواهد کرد. در نتیجه در مطالعه‌ی اثرگذاری اعتماد بر تامین مالی متغیرهای محیطی به‌طور حتم باید در نظر گرفته شوند. برخلاف مطالعه‌ی جنسن و کریستیانسن که مهارت‌های اجتماعی را افزون بر شبکه‌های اجتماعی و اعتماد در آسان کردن دسترسی به منابع در زمان راه‌اندازی اثرگذار می‌دانند (Jenssen & Kristiansen, 2004, p. 9)، یافته‌های این تحقیق، بُعد مهارت‌های اجتماعی را در تامین مالی غیررسمی پشتیبانی نکرده و این موضوع به این شکل قابل توجیه است که اگر مهارت اجتماعی فرد، وی را به همکاری‌ها و تعامل‌های سازنده که بر مبنای اعتماد متقابل در ساختار شبکه‌ها ایجاد می‌شود هدایت نکند، این مهارت جنبه‌ی کاربردی و اثرگذار نخواهد داشت و کمکی به کارآفرین برای دسترسی به منابع از جمله منابع مالی نخواهد کرد. این موضوع با یافته‌های پژوهش لایو و ولش هم‌راستا است. آن‌ها نقش سرمایه‌ی اجتماعی را در شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید بررسی کردند. آن‌ها می‌گویند آنچه اهمیت دارد فقط سطح سرمایه‌ی اجتماعی نیست بلکه آنچه برای کارآفرینان نسبت به غیر کارآفرینان اهمیت دارد این است که آن‌ها چگونه تعامل‌ها و پیوندهای اجتماعی‌شان (سرمایه ساختاری) را برای نفوذ و شکل دادن هنجارها و شبکه‌های‌شان (سرمایه شناختی) و در نهایت توسعه‌ی اعتماد و دست‌یابی به حمایت و پشتیبانی عوامل گوناگون (سرمایه‌ی رابطه‌ای) استفاده می‌کنند. افرادی که کارآفرین نمی‌شوند یا نیستند این توانایی را ندارند.

حتی امکان دارد سرمایه شناختی بالاتری از کارآفرینان داشته باشند اما در تبدیل آن به سرمایه‌ی رابطه‌ای عاجزند (Liao & Welsch, 2005, p. 359). یعنی با این که توانایی ایجاد رابطه و درک مشترک را دارند اما نمی‌توانند رابطه‌ی قوی به وجود آورده، اعتماد طرف مقابل را جلب کرده و ماهیت رابطه را به سمت تبادل‌های اجتماعی- مالی و تعامل و همکاری ببرند. می‌توان گفت مهارت اجتماعی به منظور دست‌یابی کارآفرین به منابع مالی غیررسمی شرط لازم است اما کافی نیست. کارآفرین به کمک مهارت اجتماعی خود باید بتواند فرصت عضویت در شبکه‌های مختلف یا ایجاد این شبکه‌ها را برای خود به وجود بیاورد. در تعامل‌های اجتماعی درون این شبکه‌های رسمی و غیررسمی، اعتماد سایرین را جلب کرده و آن‌ها را با خود همراه و هم‌هدف کند. این فرضیه در این تحقیق پشتیبانی شده و اثرگذاری تمایل به همکاری به عنوان یکی از ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار ارزیابی شده و این یافته نیز سازگار با ادبیات است. میلر و همکارانش (۲۰۰۷) همکاری افراد در گروه‌ها و شبکه‌ها را ابزاری کارآمد برای دست‌یابی به منابعی که در داخل بنگاه خود ندارند، توصیف می‌کنند. در واقع در این حالت، همکاری در شبکه تبدیل به همکاری راهبردی می‌شود که می‌تواند به منفعت راهبردی تبدیل شود. به عبارت دقیق‌تر فرد کارآفرین با دست‌یابی به منابع موجود در شبکه (استفاده از فرصت‌های بیرونی)، توان‌مندی خود (نقاط قوت درونی) را به عرصه‌ی ظهور می‌رساند که به عرضه کالا یا خدمت و کسب درآمد یا سود (منفعت) منجر می‌شود. براساس داده‌های جمع‌آوری شده در این مطالعه سرمایه‌ی شخصی کارآفرین به عنوان منبع مالی استفاده شده برای راه‌اندازی کسب و کار توسط بیش‌تر پاسخ‌دهندگان انتخاب شده است. پس از آن کارآفرینان به ترتیب افراد خانواده و دوستان را به عنوان منابع غیررسمی که بیش‌ترین استفاده را از آن‌ها کرده‌اند نام برده‌اند. همکاران و دیگر خویشاوندان نیز در جواب‌ها به چشم می‌خورد. تنها دو نفر از پاسخ‌دهندگان توانسته بودند از غریبه‌ها برای تامین منابع مالی مورد نیاز خود کمک بگیرند. این یافته‌ها، مطالعه‌های تجربی پیشین را پشتیبانی می‌کند که نشان داده بودند تامین مالی از حساب شخصی کارآفرین، خانواده و دوستان سهم بزرگی در تامین مالی مرحله‌ی راه‌اندازی دارد (Bhagavatula et al., 2008, p. 7; Rodríguez & Santos, 2009, pp. 60-61; Bygrave & Quill, 2007, p. 15; Sohl, 1999, pp. 106-108). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد شبکه‌سازی و پیوندهای

افراد مطالعه شده بیش‌تر با همکاران و دوستان و افراد خانواده بوده و با غریبه‌ها نتوانسته‌اند ارتباط اثرگذار و کارآمدی ایجاد و اعتماد آن‌ها را برای سرمایه‌گذاری در طرح خود جلب کنند. شاید هم به این گزینه یعنی غریبه‌ها که در ادبیات به فرشتگان کسب‌وکار نیز معروف هستند نیندیشیده‌اند. این موضوع مهمی است زیرا گاهی افراد کارآفرین سراغ منابع غیررسمی نمی‌روند چون این منابع را به‌عنوان آلت‌رناتیو محتمل در ذهن خود ندارند. این گفته در مطالعه‌ی اکهارت (۲۰۰۶) نیز تایید شده است. در تحقیق وی تنها یک سوم از کسب‌وکارهای جدید برای تامین مالی، خود را به سرمایه‌گذاران معرفی کرده بودند که از این تعداد بیش از سه چهارم توانستند منابع مالی درخواستی خود را دریافت کنند. این موضوع نشان‌دهنده‌ی نیاز شدید به آموزش و تشویق کارآفرینان برای ایجاد شبکه و کارایی شبکه در تامین منابع در صورت ورود به آن است.

یکی از یافته‌های ضمنی جالب این تحقیق این است که با محاسبه‌ی میزان سرمایه‌ی اجتماعی پاسخ‌دهندگان که عددی بین ۱ تا ۵ است دریافتیم ۶۵ درصد از پاسخ‌دهندگان سرمایه‌ی اجتماعی بالاتر از متوسط (نمره ۳ یا بیش‌تر) را کسب کرده‌اند. این حقیقت را شاید به این صورت بتوان تعبیر کرد، افرادی که سطح سرمایه‌ی اجتماعی بالاتری دارند تمایل به همکاری بیش‌تری داشته و احتمال آن‌که پرسش‌نامه‌ای که به دست‌شان می‌رسد را تکمیل کنند بیش‌تر است. از این‌رو نمونه‌ی آماری این تحقیق را افرادی با سرمایه‌ی اجتماعی بیش‌تر مساوی متوسط تشکیل داده‌اند. این یافته می‌تواند راجع به نمونه‌های تصادفی تحقیق‌های دیگر نیز صادق باشد.

پیشنهاد‌های تحقیق

این تحقیق حداقل برای سه دسته ذی‌نفع، نتایج کاربردی و پیشنهاد‌های روشنی ارائه می‌کند. دسته‌ی اول کارآفرینان هستند که اکیدا به آن‌ها توصیه می‌شود از پتانسیل سرمایه‌ی اجتماعی در رفع موانع مالی و پیمودن موفق فرایند کارآفرینی آگاه باشند. این تحقیق به افراد سرنخ مناسبی ارائه می‌دهد تا به انجام خودارزیابی براساس عواملی از سرمایه‌ی اجتماعی که در جذب موفق منابع مالی نقش اثرگذاری دارند بپردازند و بر این اساس نقاط ضعف خود را رفع کرده و الگوهای رفتاری و تصمیم‌گیری خود را اصلاح کنند. دسته‌ی دوم سیاست‌گذاران هستند که به آن‌ها توصیه می‌کند به منابع مالی غیررسمی

به‌عنوان کلیدی‌ترین و پایدارترین منبع مالی برای شروع و راه‌اندازی کسب‌وکار بنگرند. سیاست‌گذاران باید سیاست‌های تشویقی و ترویجی برای فعال شدن این منابع و جاری شدن پس‌اندازهای افراد به‌سوی طرح‌های کارآفرینانه (در قالب قرض یا مشارکت در طرح) به‌جای پس‌انداز در بانک‌ها تدوین کنند. دسته‌ی سوم مراکز ترویج و آموزش کارآفرینی هستند. این مراکز باید در بحث تامین منابع مالی توجه کارآفرینان بالقوه را به سرمایه‌گذاران غیررسمی جلب کرده و با ارایه‌ی آموزش‌های لازم برای تقویت سرمایه‌ی اجتماعی با بهبود روابط در شبکه‌ها، افزایش سطح اعتماد عمومی، ارتقای روحیه‌ی کار جمعی احتمال دسترسی کارآفرینان به این منابع را افزایش دهند. مهارت‌آموزی و ارتقای فرهنگ باید با رویکردی عمل‌گرایانه انجام شود. در طراحی این برنامه‌ها باید توجه شود که فقط ارتباط داشتن افراد با هم کافی نیست بلکه باید بتوانند با جلب اعتماد این ارتباط را به سوی همکاری و منفعت مشترک سوق دهند.

این تحقیق زمینه را برای توسعه‌ی بیش‌تر نظریه و تحقیق‌های پیمایشی و تجربی ایجاد کرده و به هیچ وجه ادعا نمی‌کند که توصیف جامعی از تامین مالی غیررسمی در کارآفرینی ارایه کرده است. بلکه تنها تلاشی برای شناسایی و تعیین ارتباط بین ابعاد خاصی از سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین مالی غیررسمی انجام داده است. در ادامه برخی پیشنهادهایی که برای انجام تحقیق‌های آتی به‌نظر ارزش‌مند هستند ارایه می‌شود. نوع کسب‌وکار در اثرگذاری سرمایه‌ی اجتماعی بر تامین منابع مالی غیررسمی باید کنترل شود. برای مثال امکان دارد در کسب‌وکارهای با فناوری سطح بالا، کارکرد شبکه‌ها در تامین منابع انسانی و اطلاعاتی پررنگ شود و در کسب‌وکارهای با فناوری سطح پایین در تامین منابع مالی ایفای نقش کند. موضوع پیشنهادی دیگر این است که در سطح ملی چه هنجارها، شبکه‌ها و انجمن‌هایی باید ایجاد و تقویت شوند تا استفاده از منابع مالی غیررسمی به‌طور محسوسی در کشور افزایش یابد؟ این موضوع هم از طرف عرضه و هم از طرف تقاضا باید بررسی شده و سازوکارهای مناسب و کاربردی برای شکل‌گیری و فعالیت کارآمد شبکه‌ها و انجمن‌ها پیشنهاد شود.

اصلی‌ترین محدودیت این تحقیق نبودن بانک اطلاعاتی از کارآفرینان نوپا یا افرادی که در شرف راه‌اندازی کسب‌وکار خود هستند.

منابع

۱. بیکر، و. (۱۳۸۲). مدیریت و سرمایه اجتماعی. (س.م. الوانی، و م. ربیعی مندرجین، مترجم) تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
2. Anderson, A., Park, J., and Jack, S. (2007). Entrepreneurial Social Capital: Conceptualizing Social Capital in New High-tech Firms. *International Small Business Journal*, Vol. 25, No.3, pp.245-272.
3. Anderson, A. R. and Jack, S. L. (2002). The Articulation of Social Capital: A Glue or a Lubricant, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 14, No. 3, pp. 193–210.
4. Aspray, W., and Cohoon, J. M. (2007). *A Review of Research Literature on Women's Entrepreneurship in the Information Technology Field*. National Center for Women and Information Technology.
5. Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A. v., and Van de Bunt, G. G. (2008). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, pp. 1-16.
6. Bourdieu, P. and Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, IL: Chicago University Press.
7. Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., Hart, M. M., and Gatewood, E. (2002). The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms: a framework for future research. *Venture Capital*, Vol. 4, No.4, pp. 305-323.
8. Bygrave, W. D., and Quill, M. (2007). *2006 Financing Report*. Babson College, MIT, USA and London Business School, UK. Global Entrepreneurship Monitor.
9. Casson, M., and Giusta, M. D. (2007). Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. *International Small Business Journal*, Vol.25, No. 3, pp. 220-244.
10. Cope, J., Jack, S., and Rose, M. B. (2007). Social Capital and Entrepreneurship: An Introduction. *International Small Business Journal*, Vol.25, No. 3, pp. 213–219.
11. Cotis, J.-P. (2007). *Entrepreneurship as an engine for growth: evidence and policy challenges*. London: GEM Forum- Entrepreneurship: Setting the Development Agenda.
12. Dakhli, M. and De Clercq, D. (2004). Human Capital, Social Capital and Innovation: A Multi-country Study, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 16, No. 2, pp. 107–28.
13. Eckhardt, J. T., Shane, S., and Delmar, F. (2006). Multistage Selection and the Financing of New Ventures. *Management Science*, Vol. 52, No. 2, pp. 220-232.
14. Fukuyama, F. (1999) Social Capital and Civil Society, paper presented at the IMF Conference on Second Generation Reforms, Washington, November.
15. Grootaert, C., Narayan, D., Jones, V. N., and Woolcock, M. (2004). *Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire*. Washington

- D.C., U.S.A.: World Bank.
16. Guiso, L., Sapienza, P., and Zingales, L. (2003). The Role of Social Capital in Financial Development. *Forthcoming: American Economic Review*, pp. 1-49.
 17. Jenssen, J. I., and Kristiansen, S. (2004). Sub-cultures and Entrepreneurship: The Value of Social Capital in Tanzanian Business. *Journal of Entrepreneurship*, Vol.13, No. 1, pp.1-27.
 18. Liao, J., and Welsch, H. (2005). Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications. *Journal of Small Business Management*, Vol. 43, No. 4, pp. 345-362.
 19. Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
 20. Miller, N. J., Besser, T., and Malshe, A. (2007). Strategic Networking among Small Businesses in Small US Communities. *International Small Business Journal*, Vol. 25, No. 6, pp. 631-665.
 21. Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 242-66.
 22. Neace, M. B. (1999). Entrepreneurs in Emerging Economies: Creating Trust, Social Capital, and Civil Society. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 565, pp.148-161.
 23. Nieminen, T., Martelin, T., Koskinen, S., Simpura, J., Alanen, E., Harkanen, T., et al. (2008). Measurement and socio-demographic variation of social capital in a large population-based survey. *Social indicators research*, pp. 405-423.
 24. Rodríguez, M. J., and Santos, F. J. (2009). Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation. *International Entrepreneurship Journal*, Vol.5, pp. 45-64.
 25. Smith, D. A., and Lohrke, F. T. (2008). Entrepreneurial network development: Trusting in the process. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No. 315-322.
 26. Sohl, J. E. (1999). The early-stage equity market in the USA. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol.1, No.2, pp. 101-120.
 27. Stringfellow, L., and Shaw, E. (2009). Conceptualising entrepreneurial capital for a study of performance in small professional service firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol.15, No. 2, pp.137-161.
 28. Tötterman, H., and Sten, J. (2005). Start-ups: Business Incubation and Social Capital. *International Small Business Journal*, Vol. 23, No. 5, pp. 487-511.
 29. Webster, J., and Watson, R. T. (2002). Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. *MIS Quarterly*, Vol. 26, No. 2, pp. xiii-xxiii.
 30. Westlund, H., and Bolton, R. (2003). Local Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, Vol. 21, pp. 77-113.