

تأثیر سرمایه اجتماعی بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی

رزیتا مؤیدفر، استادیار، گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان، ایران*

نعمت‌الله اکبری، استاد، گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان، ایران

محبوبه محمودزاده، دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه و برنامه‌ریزی اقتصاد دانشگاه اصفهان، ایران

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی است. جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های فعال مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان است. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌بندی شده متناسب انجام شده است. حجم نمونه برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، ۱۱۷ شرکت از شرکت‌های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان بوده است. برای کسب نظرات کارآفرینان از ابزار پرسش‌نامه استفاده شد. از آنجایی که کارآفرینان در بیشتر شرکت‌های واقع در شهرک، سمت مدیر عامل را دارند؛ تکمیل پرسش‌نامه‌های مورد استفاده در پژوهش را مدیر عاملان شرکت‌ها انجام داده‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش آماری استنباطی (مدل رگرسیون لجستیک دو جمله‌ای) انجام شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد شاخص هنجار بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد، تأثیر معناداری نداشته است؛ اما شاخص‌های اعتماد و بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی، عوامل مؤثری بر وضعیت حضور کارآفرینان در عرصه اقتصاد بوده‌اند، به‌گونه‌ای که تأثیر هر دو عامل بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، مثبت بوده است.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، اعتماد، هنجار، شبکه‌های اجتماعی، کارآفرینی

مقدمه و بیان مسأله

پیچیدگی و رقابت روبه‌رشد موجود در دنیای امروز که با تحولات سریع محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فناوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفق اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای درحال توسعه در مدیریت بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است. علت این توجه، نقش مهم، مثبت و سازنده کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی است و بهره‌برداری از این انرژی و نیروی بالقوه برای مقابله با مسائل و چالش‌هایی نظیر تورم، رکود و به‌خصوص بیکاری می‌تواند مفید واقع شود (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵).

توسعه کارآفرینی در جامعه تحت تأثیر عوامل مختلفی است و در این امر کلیت فرایند را نمی‌توان مدنظر قرار داد، بلکه منشأ آن در تک‌تک فعالیت‌هایی است که در طول این فرایند انجام می‌شود؛ بنابراین برای تدوین نقشه راه و سیاست‌گذاری، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی از جمله متغیر سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های اساسی آن (هنجار، اعتماد و شبکه) ضروری است.

در صورتی که به پدیده کارآفرینی نگاهی داشته باشیم، درمی‌یابیم بعضی از کارآفرینان نسبت به برخی دیگر موفق‌تر هستند. گروهی از کارآفرینان در مراحل اولیه و آغاز یک کسب و کار شکست می‌خورند و گروهی دیگر رشد می‌کنند و موفق می‌شوند و این پرسش مطرح می‌شود که چه چیز موجب می‌شود فقط گروهی از کارآفرینان بتوانند مراحل اولیه شروع یک کسب و کار را با موفقیت پشت سر گذارند و عده‌ای دیگر با شکست مواجه شوند؟ آیا میزان برخورداری از سرمایه اجتماعی بر موفقیت کارآفرینان در راه‌اندازی یک کسب و کار تأثیر دارد؟ آیا افرادی که به شروع یک کسب و کار اقدام می‌کنند به‌لحاظ سرمایه اجتماعی در سطوح مختلفی قرار دارند و این امر بر موفقیت آن‌ها تأثیری دارد؟

سرمایه اجتماعی یکی از مؤلفه‌های اساسی کارکردهای اقتصادی-اجتماعی جوامع به‌ویژه کاهش هزینه مبادله در بازارها است. بدون سطح مطلوبی از سرمایه اجتماعی مثبت و پیش‌فرض‌های اقتصادی نظیر ناچیزبودن هزینه مبادله، رفتارهای مبتنی بر عقلانیت افراد، پایین‌بودن ریسک تصمیم‌ها، قابلیت پیش‌بینی نسبی رفتارهای رقبا و سهولت همکاری در جامعه، عملکرد کارای فعالیت‌های اقتصادی ممکن نخواهد بود (مؤیدفر، ۱۳۸۵).

مفهوم سرمایه اجتماعی، مفهومی پیچیده و گسترده است که از مؤلفه‌های اصلی هنجار، اعتماد و شبکه تشکیل شده است. ایجاد درک صحیح از وضعیت سرمایه اجتماعی در هر جامعه، مستلزم داشتن درک صحیح از وضعیت مؤلفه‌های آن است.

سرمایه اجتماعی مبتنی بر تشکیل شبکه‌ها بر اساس هنجارها و اعتماد متقابل، جرأت همکاری را آسان می‌کند و گسترش آن در بین شبکه‌ها و تعمیم آن به کل جامعه، عامل مهمی برای عملکرد موفق اقتصاد در بلندمدت خواهد بود (مؤیدفر، ۱۳۸۵).

با توجه به مطالب بیان‌شده، اعتماد و سایر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، نقشی تعیین‌کننده در حضور موفق کارآفرینان در عرصه فعالیت‌های اقتصادی ایفا می‌کنند. در حالی که فعالیت‌های کارآفرینی، نتیجه ساز و کارها و تعاملات اجتماعی است، در مبحث کارآفرینی بیشتر پژوهش‌ها صرفاً به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان توجه کرده‌اند و به سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل مهم، توجه کمتری شده است. از این‌رو این پژوهش می‌کوشد این بعد مهم را بررسی کند و به پرسش‌های زیر در مورد کارآفرینان «شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان» پاسخ دهد:

- اثر هنجارپذیری گروه‌های مرتبط بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه فعالیت‌های اقتصادی چگونه است؟

اجتماعی در سازمان، گرایش افراد به کارآفرینی افزون شده است.

ربیعی و صادقزاده (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی» میزان تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن را بر کارآفرینی و نقاط قوت و ضعف آن را از منظر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری وجود داشته و بعد کیفیت سرمایه اجتماعی در جامعه مد نظر اهمیت بیشتری داشته است. در کارآفرینی نیز شاخص ریسک‌پذیری، بیشترین اولویت را داشته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد شاخص ساختار روابط، بیشترین تأثیر و شاخص ارتباطی، کمترین تأثیر را بر کارآفرینی داشته‌اند و شاخص خلاقیت و استقلال (از کارآفرینی) تحت تأثیر هیچ یک از شاخص‌های سرمایه اجتماعی قرار نداشته‌اند.

رکساس و ازمت^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و کارآفرینی» با بررسی ۴۹۶ نفر از افراد ساکن در پنج منطقه روستایی در فیلیپین، آثار مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی را در قصد کارآفرینی یک فرد بررسی کرده‌اند. نتایج این پژوهش، رابطه معناداری را بین سرمایه اجتماعی و قصد کارآفرینی نشان داده است. در واقع، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی، کارآفرینی را به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی جامعه می‌تواند تسهیل کند.

کون، هفلین و روف^۵ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی جامعه و کارآفرینی» نشان داده‌اند توسعه کارآفرینی در جوامع با سطح بالای اعتماد اجتماعی در مقایسه با جوامع با سطح پایین اعتماد اجتماعی بیشتر است. همچنین تأثیرات سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی ساکنان بومی کشور بیشتر از مهاجران است.

• تأثیر اعتماد و روابط شبکه‌ای در گروه‌های مرتبط بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه فعالیت‌های اقتصادی چگونه است؟

پیشینه پژوهش

اسدی و مرادی (۱۳۹۲) در پژوهشی، رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان را بررسی کرده و مدلی ارائه کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین بعد ساختاری و بعد کیفیتی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و به‌طور کلی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح اطمینان ۰/۹۹ وجود داشته است.

حسینی، ابراهیمی و سحرخیزان (۱۳۹۲) در مقاله خود با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی» میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی را در میان کارشناسان شرکت نیروگستر برق شیراز سنجیده‌اند. نتایج این پژوهش، رابطه مثبتی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در شرکت فوق نشان داده است.

عنابستانی، ابوالحسنی و احمدیان (۱۳۹۱) در مقاله خود با عنوان «سرمایه اجتماعی، عاملی مهم در جهت توسعه کارآفرینی» نقش، اهمیت و تأثیر سرمایه اجتماعی را در گرایش افراد به کارآفرینی و کارآفرین شدن آنان بررسی کرده‌اند. مدل مفهومی ارائه شده در زمینه سرمایه اجتماعی، ترکیبی از تئوری نظری ناهاپیت و گوشال^۱ و مدل مفهومی کریشنا و شرادر^۲ (Scat)^۳ است و در آن سه بعد هنجاری (ارتباطی)، شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد این سه بعد به‌همراه یکدیگر سبب ارتقاء سرمایه اجتماعی شده و در نتیجه با بهره‌گیری از مزایای حاصل از ارتقاء و کاربرد سرمایه

^۱ Nahapiet & Ghoshal

^۲ Krishna & Shrader

^۳ Social Capital Assessment Theory

^۴ Roxas & Azmat

^۵ Kwon, Heflin & Ruef

آنان است. آن‌ها در ادامه بیان کردند دلیل محکمی برای موفقیت یا شکست کارآفرینان وجود ندارد و کارآفرین موفق کسی است که استراتژی‌های کارآفرینی خود را بر اساس سرمایه اجتماعی و توانایی‌های خود می‌تواند تعدیل کند.

تسای و گوشال^۵ (۱۹۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «سرمایه اجتماعی و خلق ارزش: نقش شبکه‌های بین‌بنگاهی» با استفاده از پاسخ‌های افرادی از کلیه واحدهای کسب و کار یک شرکت الکترونیک چندملیتی بزرگ، ارتباط میان ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی و نیز ارتباط میان این ابعاد و الگوی تبادل منابع و نوآوری محصول را در شرکت فوق بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد تعامل اجتماعی به‌عنوان جلوه‌ای از بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اعتماد به‌عنوان نمادی از بعد رابطه‌ای آن، به‌طور معناداری با میزان تبادل منابع واحدها و همچنین با نوآوری محصول ارتباط دارد. براون و باتلر^۶ (۱۹۹۵) نیز بیان کرده‌اند افرادی که به‌طور متمرکز در شبکه‌های اجتماعی قوی حضور دارند، نسبت به افرادی که در شبکه‌های اجتماعی ضعیف حضور دارند، احتمال بیشتری دارد که از فرصت‌های کارآفرینانه در دسترس آگاهی یابند. بررسی مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی، رابطه‌ای مثبت و معنادار است، به‌گونه‌ای که افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی، تأثیری مستقیم بر کارآفرینی خواهد داشت. از آنجایی که در این زمینه، پژوهشی در شهر اصفهان انجام نگرفته، این پژوهش سعی داشته است با استفاده از مبانی نظری اقتصادی و بسط مدل فرانکوئیس و استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته، تأثیر سرمایه اجتماعی را بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه فعالیت‌های اقتصادی بررسی کند.

مبانی نظری پژوهش

پرکوکو^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و نهادها» نشان داده است سرمایه اجتماعی با کاهش هزینه‌های مبادله و داشتن نقش جایگزینی برای نهادهای رسمی به‌عنوان یکی از عوامل توسعه کارآفرینی به حساب می‌آید.

کاسا^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های نوآورانه» این موضوع را بررسی کرده است که چگونه ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های ابتکاری تأثیر می‌گذارد. یافته‌های این پژوهش نشان داده است سرمایه اجتماعی به‌شدت بر فعالیت‌های ابتکاری تأثیرگذار است. همچنین ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی، تأثیرات متفاوتی بر فعالیت‌های ابتکاری دارد.

کیم و آلدريج^۳ (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان «سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی» نشان داده‌اند اصول و مفاهیم شبکه اجتماعی با سه عامل زیر بررسی می‌شود: الف. شبکه‌های اجتماعی به همانندی متمایل هستند. ب. روابط به‌لحاظ شدت و فاصله از یکدیگر متفاوتند. ج. افرادی هستند که مردم بیشتر دلشان می‌خواهد با آن‌ها در مراوده باشند. همچنین در این مطالعه نشان داده شد منافع شبکه اجتماعی به‌طور عمده از آن کارآفرینانی است که شبکه‌ای متنوع‌تر و گسترده‌تر را می‌توانند ترتیب دهند.

لین، لی و چن^۴ (۲۰۰۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیرات سرمایه اجتماعی، توانایی‌های کارآفرینی و استراتژی‌های کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید با تکنولوژی بالا» با نمونه‌ای شامل ۱۲۵ مورد، سرمایه‌گذاری جدید با تکنولوژی بالا را در تایوان بررسی کردند. نتایج این مطالعه نشان داد تجارب مدیریتی کارآفرینان نمی‌تواند بر سرمایه‌گذاری جدید، تأثیر مثبتی داشته باشد، در حالی که سرمایه اجتماعی، یک متغیر تعدیل‌گر بر رابطه استراتژی‌های کارآفرینان و عملکرد

¹ Percoco

² Kaasa

³ Kim & Aldrich

⁴ Lin, Li & Chen

⁵ Tsai & Ghoshal

⁶ Brown & Butler

پیوندهای بیشتر و با کیفیت تر دارد، برای کارآفرینان سودمندتر است. توانایی کشف فرصت‌ها، توانایی به دست آوردن منابع و توانایی کسب مشروعیت نشان‌دهنده نقش شبکه‌ها در کارآفرینی است (Elfring & Hulsink, 2003: 3-4).

هنجارهای شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ارکان اصلی تشکیل سرمایه اجتماعی، خود ریشه در هنجارهای مشترک اعضای شبکه دارند. هنجارهای مشترک، قواعد رفتاری است که اکثریت افراد جامعه در عمل و با رعایت آن - بر آن صحنه می‌گذارند. هنجارها به دو گونه در جامعه نهادینه می‌شوند. این دو گونه عبارتند از:

۱. هنجارهای رسمی مانند قوانین مصوب که به طور رسمی به ثبت رسیده‌اند و رعایت نکردن آن‌ها موجب تضييع حقوق افراد صاحب‌حق شده و به موجب آن امکان مطالبه حقوق جبرانی از جانب افرادی به وجود می‌آید که در اثر رعایت نکردن قانون، متحمل زیان شده‌اند.

۲. هنجارهای غیررسمی مانند سنن، آداب و رسوم در یک جامعه که هرچند به طور رسمی به ثبت نرسیده‌اند؛ اکثریت افراد جامعه به آن پای‌بند هستند (رنانی و مؤیدفر، ۱۳۹۰).

هنجارها از نظر اقتصادی مهم هستند؛ زیرا آن‌ها معمولاً قاعده‌های رفتاری مشترک را برای هر دو طرف یک مبادله اقتصادی نشان می‌دهند (Dasgupta & Serageldin, 2000). مجموعه هنجارها (رسمی و غیررسمی) به عنوان راهنمای کنش متقابل انسان‌ها و سازمان‌دهنده انگیزه‌های نهفته در مبادلات بشری، همگی قیودی را بر رفتار دربردارند که موجب قابلیت پیش‌بینی رفتار افراد در روابط اجتماعی می‌شود و بنابراین عدم اطمینان را کاهش می‌دهند و در جریان مبادلات، پایه و اساس اعتماد می‌شوند. از این رو امکان برقراری روابط اجتماعی را افزایش می‌دهد و در ابعاد وسیع‌تر احتمال تشکیل شبکه اجتماعی را به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی در تشکیل سرمایه اجتماعی افزایش می‌دهد (رنانی و مؤیدفر، ۱۳۹۰).

اعتماد به معنی اعتقاد به پای‌بندی افراد به تعهداتشان (قراردادهای رسمی، غیر رسمی، کتبی، شفاهی و ...) در

سرمایه اجتماعی، مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی است که اعضای گروهی در آن سهمیم هستند که همکاری و تعاون میان آن‌ها برقرار است. هنجارهایی که سرمایه اجتماعی تولید می‌کنند، اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه باشند (فوکویاما^۱، ۱۳۸۹: ۱۷۰-۱۶۹).

سرمایه اجتماعی، نقشی مهم در فعالیتهای کارآفرینانه دارد؛ زیرا کارآفرینی، فرایندی اقتصادی- اجتماعی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است: اول اینکه کارآفرینان، محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه وجود یا نبود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت آن تأثیر می‌گذارد (Anderson & Miller, 2003). افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر به منابع اطلاعاتی بیشتری دسترسی دارند که در روند تشکیل و توسعه کسب و کار و دستیابی به بازارهای جدید می‌تواند تأثیرگذار باشد. از این رو سرمایه اجتماعی، اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد. کارآفرینان مستقر در گروه‌های اجتماعی که سرمایه اجتماعی بالاتری دارند، احتمال بیشتری دارد که به طور مؤثر فرصت‌های تجاری را بتوانند تشخیص دهند و از آن بهره‌گیرند (امین‌بیدختی و نظری، ۱۳۸۹).

شبکه‌های اجتماعی هر فردی، حوزه‌های مختلف برای مناسبات اجتماعی دارد؛ مانند مناسبات اقتصادی، مناسبات حوزه اجتماعی و غیره. در هر یک از این حوزه‌ها، فرد، روابطی با سایرین دارد. وقتی این روابط بر اساس هنجارهای رفتاری خاص و مشترک، قاعده‌مند باشند و دیگران آن را پیش‌بینی و نظارت کنند، یک شبکه اجتماعی شکل گرفته است.

شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف کارآفرینی اثر می‌گذارند. دسترسی به منابع یکی از نقش‌های اصلی شبکه است؛ زیرا میزان محدود منابع، تنگنایی اصلی برای کسب و کارهای مخاطره‌پذیر کارآفرینانه محسوب می‌شود. شبکه‌ای که

¹ Fukuyama

یعنی اشخاصی که ریسک‌گریزند، ولی در انجام فعالیت‌های اقتصادی با کارآفرینان همکاری می‌کنند.

۲. P_t سهم کارآفرینان از کل کارآفرینان بالقوه است که وارد عرصه تولید می‌شوند و اندازه آن بین صفر و یک است ($0 < P_t < 1$)؛ به عبارت دیگر P_t در هر دوره می‌تواند نشان‌دهنده احتمال ورود کارآفرینان به عرصه تولید باشد.

۳. پیمانکاران افرادی هستند که خود توانایی کارآفرینی ندارند؛ ولی در اجرایی کردن ایده‌های نوی کارآفرینان با آنان مشارکت می‌کنند و به‌طور کلی به دو دسته افراد فرصت‌طلب و قابل اعتماد تقسیم می‌شوند.

۴. سهم افراد قابل اعتماد از کل جمعیت در دوره t ، ρ_t است.

۵. کارآفرینان در انتخاب پیمانکار قابل اعتماد با هزینه ریسکی به میزان k هستند.

۶. کل سود یک طرح موفق کارآفرینی به میزان R_t فرض می‌شود که مطابق قانون بازده نزولی یعنی، $(P_t) < 0$ حداکثر سود زمانی است؛ یعنی $P_t = 0$ باشد (یعنی زمانی که هیچ کارآفرینی وارد عرصه تولید نشود). همچنین حداقل سود زمانی است که $P_t = 1$ باشد (یعنی زمانی که همه کارآفرینان وارد عرصه تولید شوند)؛ بنابراین سود یک طرح کارآفرینی تابعی است از سهم کارآفرینانی که وارد عرصه تولید شده‌اند.

۷. سهم سود یک کارآفرین به میزان درصد و سهم سود یک پیمانکار به میزان $(1 - \rho_t)$ در یک طرح کارآفرینی تعیین می‌شود.

همچنین فرض می‌شود یک پیمانکار قابل اعتماد، دقیقاً مطابق تعهدی که می‌دهد عمل می‌کند و این از نظر روان‌شناسی برای او یک پاداش درونی در بردارد (احساس رضایت) که به میزان در نظر گرفته می‌شود و در مقیاس مطلوبیت اندازه‌گیری می‌شود. همچنین مشارکت او در پروژه کارآفرینی، درآمد مادی ناشی از سود پروژه کارآفرینی خواهد داشت که به میزان y_t در دوره t فرض می‌شود؛ بنابراین کل مطلوبیت هر پیمانکار قابل اعتماد به صورت: $U_t^T = y_t + d_t$ خواهد بود که

تعاملات اقتصادی - اجتماعی است (فرانکوئیس، ۱۳۸۶). معتمد بودن اغلب نوعی گرایش اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که چرخ‌های تبادلات اقتصادی متنوع را روغن کاری می‌کند و در صورت نبود آن، این تبادلات بسیار هزینه‌بر، بوروکراتیک و زمان‌بر خواهند شد (فیلد، ۱۳۸۸). روابط مبتنی بر اعتماد موجب ارتباطات مؤثر و تقویت مهارت‌های همکاری در بین افراد می‌شود (Miles & Snow, 1994: 60). اعتماد، تمایل فرد به قبول خطر در رفتار با دیگران است که این تمایل بر یک حسن اطمینان مبتنی است که بر اساس آن، دیگران به گونه‌ای رفتار خواهند کرد که از آن‌ها انتظار می‌رود. رابطه متقابل، انتظارات و اقدام به کنش مساعد، جوهر و محتوای اعتماد را تشکیل می‌دهد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۲).

فرانکوئیس، اعتماد را عامل اصلی در ظاهر سازی سرمایه اجتماعی در سطح جامعه می‌داند؛ زیرا منابع بالقوه تشکیل سرمایه اجتماعی را بالفعل می‌کند و سپس در ارتباط بین افراد با کاهش هزینه‌های مبادله (کسب اطلاعات، چانه‌زنی و نظارت) در تولید، آثار سرمایه اجتماعی در رشد اقتصادی را آشکار می‌کند. در واقع سرمایه اجتماعی، شرایطی را به وجود می‌آورد که فرد در مبادله به دلیل خسارتی که متوجه طرف مورد مبادله می‌شود، از سرقت فرصت‌ها خودداری می‌کند، به گونه‌ای که هزینه کنترل رفتار و نظارت بر طرف مبادله (هزینه مبادله) را کاهش می‌دهد (رنانی و مؤیدفر، ۱۳۹۰: ۳۵۳-۳۵۲).

چارچوب نظری این پژوهش بر مبنای مدل فرانکوئیس در مورد ارتباط بین سرمایه اجتماعی و موفقیت کارآفرینی است. فرانکوئیس موفقیت یک پروژه کارآفرینی را در ارتباط کارآفرین و پیمانکار قابل اعتماد می‌داند.

فرضیه‌های اساسی برای تبیین مدل به صورت زیر پایه‌گذاری می‌شود.

۱. افراد جامعه به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند:

کارآفرینان یعنی اشخاصی که ریسک‌پذیر هستند و پیمانکاران

¹ Francois

مهم در اینجا این است که کارآفرینان می‌توانند نسبت به سرعت تغییر ویژگی‌های جامعه و خصوصیات فردی خود به سرعت به عرصه تولید وارد شده یا از آن خارج شوند. چنانچه فرصت‌های سودآوری برای خطرکردن وجود داشته باشد، کارآفرینان وارد می‌شوند تا از آن بهره‌مند شوند، تا آنجایی که تمام کارآفرینان بالقوه وارد شوند یا اینکه فرصت‌های سودآور تمام شود. با وجود این، چنانچه کارآفرینان احتمال داده باشند دچار زیان و خسارت شوند، برخی از آنان صحنه را ترک خواهند کرد و این روند ادامه می‌یابد تا اینکه همه کارآفرینان از فعالیت باز ایستند، یا اینکه درآمد مورد انتظار افزایش یابد و کارآفرینانی که هنوز صحنه را ترک نکرده‌اند، آن را ارزشمند ببینند.

ریسک حاصل از کارآفرینی در انتخاب پیمانکار نهفته است که با افزایش سهم افراد قابل اعتماد در جامعه (ρ) می‌تواند کاهش یابد و موجب افزایش درآمد مورد انتظار و کارآفرینان شود؛ بنابراین ارزش مورد انتظار کارآفرین به سهم افراد قابل اعتماد در جمعیت بستگی دارد. از آنجایی که این تغییرات می‌تواند سریع ایجاد شود، فرض می‌کنیم همه آن‌ها در یک دوره اتفاق می‌افتد؛ بنابراین ارزش مورد انتظار کارآفرین به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$E[U^T(P_t)] = P_t \cdot R_t - k \quad (3)$$

بدین ترتیب یک پروژه کارآفرینی، زمانی موفق است که یک کارآفرین با یک پیمانکار قابل اعتماد با فراوانی ρ شریک شود. سهم کارآفرینانی که وارد عرصه تولید می‌شوند، تحت شرایط زیر تعیین می‌شود:

$$\text{رابطه (۴) اگر } P_t \cdot R_t - k < 0 \text{ پس } P_t = 0 \text{ خواهد بود.}$$

$$\text{رابطه (۵) اگر } P_t \cdot R_t - k > 0 \text{ پس } P_t = 1 \text{ خواهد بود.}$$

$$\text{رابطه (۶) اگر } P_t \cdot R_t - k = 0 \text{ پس } 0 < P_t < 1 \text{ خواهد بود.}$$

بر اساس مدل فرانکوئیس، موفقیت یک پروژه کارآفرینی در ارتباط کارآفرین و پیمانکار قابل اعتماد است که تابعی است از احتمال ورود کارآفرین و درجه خطرپذیری آن (P_t) و سهم افراد قابل اعتماد در جامعه (ρ). پژوهش حاضر با بسط مدل

اگر او به انجام کاری متعهد شده باشد $d_t = 1$ و در غیر این صورت، $d_t = 0$ خواهد بود. همچنین با توجه به فروض مدل، درآمد هر پیمانکار قابل اعتماد به میزان $R_t = (1 - \rho) \cdot R_t$ خواهد بود. که با توجه به سود هر طرح کارآفرینی در هر دوره (R_t)، تابعی است از سهم کارآفرینانی که وارد عرصه تولید می‌شوند. همچنین افراد قابل اعتماد همواره در طول زندگی دچار زیان ثابت F می‌شوند؛ زیرا نسبت به افراد فرصت طلب، مجموعه انتخاب محدودتری دارند که با پاداش درونی جبران می‌شود. در مقابل یک پیمانکار فرصت طلب تنها به منفعت شخصی می‌اندیشد و هیچ احساس پشیمانی از اینکه تعهدش را نادیده بگیرد، نخواهد داشت؛ بنابراین، این افراد دقیقاً مانند افرادی هستند که در مدل‌های اقتصاد سنتی در نظر گرفته می‌شوند. برای این افراد $\rho = 0$ است و مطلوبیت آن‌ها تنها به درآمدشان بستگی دارد به صورت: $U^0_t = y_t$ یک پیمانکار فرصت طلب وارد پروژه کارآفرینی نمی‌شود و به محض دریافت پیش پرداختی به میزان b که برای او مطلوبیتی بیش از مطلوبیت عمل به تعهداتش دارد، تعهدات خود را زیر پا می‌گذارد؛ بنابراین در آمد پیمانکار فرصت طلب به صورت: $y_t = b$ خواهد بود.

با توجه به فروض بالا با مفروض دانستن P_t در هر دوره، متوسط مطلوبیت هر پیمانکار قابل اعتماد در طول عمرش به صورت زیر خواهد بود:

$$A[U^T(P_t)] = P_t [(1 - \rho) \cdot R_t + F] - F \quad (1)$$

و متوسط مطلوبیت هر پیمانکار فرصت طلب در طول عمرش به صورت زیر خواهد بود:

$$A[U^0(P_t)] = P_t \cdot b \quad (2)$$

به یاد داشته باشید که در هر دوره t تعداد افراد قابل اعتماد در جمعیت با ρ نشان داده می‌شود (فرض ρ)؛ بنابراین تغییر سهم افراد قابل اعتماد از یک دوره به دوره بعد به صورت $\rho_{t+1} = \rho$ خواهد بود (تشکیل سرمایه اجتماعی).

از سوی دیگر احتمال ورود کارآفرینان به عرصه تولید (P_t) به رفتار خطرپذیر کارآفرینان بستگی دارد. فرض اساسی و

در رابطه (۷) Z اندازه متغیر در توزیع طبیعی (توزیع نرمال مربوط به منحنی گاوس)، p نسبت صفت در جامعه، q نسبت شرکت‌هایی که آن صفت را در جامعه ندارند، d سطح معناداری و N حجم جامعه مورد مطالعه است. از آنجا که از توزیع متغیرهای مورد بررسی در جامعه، اطلاع کاملاً دقیقی وجود ندارد؛ مقدار $p = q = 0,5$ در نظر گرفته شده است که در این حالت، بالاترین حجم نمونه حاصل می‌شود.

حداکثر حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، با استفاده از رابطه (۷) محاسبه شد:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 117$$

$$1 + \frac{1}{168} \left(\frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right)$$

حجم نمونه برای بررسی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از فرمول کوکران و در سطح معناداری ۵ درصد، ۱۱۷ شرکت بوده است. از آنجایی که کارآفرینان در بیشتر شرکت‌های واقع در شهرک، سمت مدیر عامل را دارند؛ تکمیل پرسشنامه‌های استفاده‌شده در پژوهش را مدیر عاملان شرکت‌ها انجام داده‌اند.

روایی پرسشنامه با استفاده از روش اعتبار صوری بررسی شد. بدین منظور پرسشنامه پژوهش را در چندین نوبت استادان راهنما و مشاور بازبینی و تجدیدنظر کردند و در نهایت پذیرفته شد. همچنین نظرات اصلاحی ۳ نفر از کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان نیز در پرسشنامه اعمال شده است. برای سنجش میزان پایایی قسمت‌های مختلف پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ^۱ استفاده شده است. جدول (۱) مقادیر ضریب آلفا را برای قسمت‌های مختلف پرسشنامه ارائه می‌دهد. نتایج نشان‌دهنده وجود پایایی در حد پذیرفتنی یا خوب برای قسمت‌های مختلف پرسشنامه به کار گرفته شده است.

فرانکوئیس کوشیده است تأثیر سرمایه اجتماعی را بر وضعیت حضور کارآفرینان در فعالیت‌های اقتصادی بررسی کند. بر اساس این، فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

۱. شاخص هنجار بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد، اثر مثبت و معنادار دارد.

۲. شاخص اعتماد بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد، اثر مثبت و معنادار دارد.

۳. شاخص بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد، اثر مثبت و معنادار دارد.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی و علی-تطبیقی (پس‌رویدادی) است. داده‌های لازم برای بررسی فرضیه‌های پژوهش به روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شدند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های فعال مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان بوده است. تعداد این شرکت‌ها بر اساس اطلاعات به دست آمده از سایت شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در زمان گردآوری داده‌ها، ۱۶۸ شرکت بوده است. انتخاب نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده متناسب انجام شده است. بر اساس این، در پژوهش حاضر، مرحله استقرار شرکت‌های شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان (مستقر در مراکز رشد فناوری و یا پارک علم و فناوری) صفت متمایزکننده افراد جامعه در نظر گرفته شده است. برای محاسبه حجم نمونه منتخب از شرکت‌های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، از فرمول کوکران رابطه (۷) استفاده شده است:

رابطه ۷:

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2}$$

$$1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)$$

^۱ Cronbach's Alpha

برای سنجش متغیر هنجارهای اجتماعی بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم استفاده شده است. (د) اعتماد اجتماعی: برای سنجش و اندازه‌گیری این متغیر، از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم در قالب ۹ گویه استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، میانگین نمرات به دست آمده از پاسخ کارآفرین نمونه به پرسش‌های مربوط به متغیرهای ریسک سرمایه‌گذاری، شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و هنجار به عنوان کمیت متغیر مربوط برای شخص مذکور در نظر گرفته شده است؛ سپس با استفاده از مدل رگرسیون چندمتغیره لجستیک دو جمله‌ای به روش پیش‌رو نسبت درست‌نمایی الگوی پژوهش برآورد شده و فرضیه‌های پژوهش آزمون شده است. در مدل استفاده‌شده، متغیر وابسته در دو سطح موفق بودن و ناموفق بودن کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد در نظر گرفته شده است. جدول (۲) نتایج مربوط به آزمون اومنی‌بوس^۲ را برای ارزیابی کل مدل رگرسیونی ارائه می‌دهد.

جدول ۲- آزمون اومنی‌بوس برای ارزیابی کل مدل رگرسیونی پژوهش

Chi-Square	درجه آزادی	P
۶۷/۲۵۴	۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

مطابق جدول (۲) مقدار P کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که دال بر معنادار بودن کلی رگرسیون تخمین زده شده در گام سوم و در سطح معناداری ۰/۰۵ است.

جدول (۳) نتایج مربوط به دوآماره لگاریتم درست‌نمایی^۳ و ضریب تعیین پزودو^۴ (شامل ضریب تعیین کاکس و نل^۵ و ضریب تعیین نیجل کرک^۱)^۲ را نشان می‌دهد.

جدول ۱- ضرایب آلفا برای قسمت‌های مختلف پرسشنامه

متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ
ریسک سرمایه‌گذاری	۶	۰/۷۵
شبکه‌های اجتماعی	۹	۰/۹۲
هنجارهای اجتماعی	۱۰	۰/۷۷
اعتماد اجتماعی	۹	۰/۸۴

منبع: یافته‌های پژوهش

تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

تعریف عملیاتی متغیر وابسته پژوهش

موفقیت کارآفرینان: متغیر وابسته این پژوهش، موفق یا ناموفق بودن کارآفرینان (وضعیت حضور) در اجرای برنامه کاری و تحقق اهداف خود بوده که بر اساس پاسخ کارآفرینان نمونه به پرسش مربوط سنجیده شده است.^۱

تعاریف عملیاتی متغیرهای مستقل پژوهش

الف) ریسک سرمایه‌گذاری: برای سنجش این متغیر، ۶ گویه در خصوص میزان ریسکی که کارآفرینان با آن مواجه‌اند، بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم در پرسشنامه گنجانده شده است.

ب) شبکه‌های اجتماعی: برای سنجش و اندازه‌گیری این متغیر، ۹ گویه در خصوص وضعیت فعالیت گروهی و شبکه‌های ارتباطی کارآفرینان بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم استفاده شده است.

ج) هنجارهای اجتماعی: برای سنجش این متغیر، ۱۰ گویه در خصوص تعهد در برابر مسئولیت‌ها به عنوان معیاری

^۱ این نحوه سنجش، می‌تواند دچار خطا باشد؛ زیرا ملاک موفقیت برای کارآفرینان متفاوت است؛ به‌طور مثال ممکن است یک کارآفرین که به ۵۰ درصد از اهدافش رسیده است، خود را موفق و کارآفرینی دیگر با وجود تحقق ۹۰ درصد از اهداف، خود را ناموفق ارزیابی کند؛ بنابراین برای رفع این خطای احتمالی، از اطلاعات شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در خصوص شرکت‌های موفق و ناموفق نیز استفاده شد و پس از انطباق پاسخ‌های کارآفرینان نمونه با اطلاعات به دست آمده از شهرک علمی و تحقیقاتی، نتایج بررسی شد.

^۲ Omnibus Test

^۳ Log-Likelihood

^۴ Pseudo R-Square

^۵ Cox & Snell R Square

جدول ۳- لگاریتم درست‌نمایی و ضریب تعیین پزودوی مدل

رگرسیون پزوهش		
Log-Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
۸۹/۵۵۹	۰/۴۳۷	۰/۵۹۲

منبع: یافته‌های پژوهش

مطابق جدول (۴) ضرایب متغیرهای ریسک سرمایه‌گذاری، شبکه‌های اجتماعی و اعتماد با احتمال خطای ۵ درصد معنادار است. درخصوص جزئیات دقیق‌تر این تأثیرات، می‌توان گفت متغیری که بزرگ‌ترین تأثیر معنی‌دار را بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی دارد، متغیر شبکه‌های اجتماعی است. بر اساس نتایج جدول (۴) نسبت بخت‌ها^۵ برای این متغیر، برابر با ۳/۰۳ است که نشان می‌دهد با افزایش همکاری‌های درون‌گروهی و بین‌گروهی (شبکه‌های اجتماعی) به میزان ۰/۱ واحد، احتمال موفقیت کارآفرینان به اندازه ۳/۰۳ (۳۰۳ درصد) افزایش می‌یابد.

اعتماد، متغیر دیگری است که بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی تأثیر دارد، به گونه‌ای که با افزایش اعتماد به میزان ۰/۱ واحد، احتمال موفقیت کارآفرینان به اندازه ۲/۳۳۸ (۲۳۳۸ درصد) افزایش می‌یابد.

سومین متغیری که بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی تأثیر دارد، ریسک سرمایه‌گذاری است. این متغیر با نسبت بخت‌های ۰/۱۵۲، تأثیر منفی بر احتمال موفقیت کارآفرینان دارد؛ یعنی با افزایش ریسک سرمایه‌گذاری به میزان ۰/۱ واحد، احتمال موفقیت کارآفرینان به اندازه ۰/۱۵۲ (۱۵۲ درصد) کاهش می‌یابد.

متغیر هنجار تنها متغیری است که سطح معنی‌داری آن بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین تأثیر معنی‌داری بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در فعالیت‌های اقتصادی ندارد.

بحث و نتیجه

این پژوهش در راستای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

مطابق جدول (۳) مقادیر هر دو آماره مربوط به ضریب تعیین پزودو، نسبتاً مناسب (۰/۴۳۷ و ۰/۵۹۲) است و نشان می‌دهد ۴ متغیر مستقل مد نظر، قدرت تبیین پذیرفتنی‌ای درخصوص واریانس و تغییرات متغیر وابسته دارند. درواقع، این ۴ متغیر توانسته‌اند بین ۴۳/۷ تا ۵۹/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

جدول (۴) نتایج مربوط به معناداری (آماره والد^۳) و میزان تأثیر هر متغیر مستقل را بر متغیر وابسته پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۴- معناداری و میزان تأثیر هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته در

مدل رگرسیونی پژوهش						
متغیر	β	S.E.	Wald	Df	P	Exp(B) ^۴
ریسک سرمایه‌گذاری	-۱/۸۸۴	۰/۶۷۸	۷/۷۱۳	۱	۰/۰۰۵	۰/۱۵۲
شبکه‌های اجتماعی	۱/۱۰۹	۰/۴۶۵	۵/۶۸۰	۱	۰/۰۱۷	۰/۰۳
اعتماد	۰/۸۴۹	۰/۳۸۹	۴/۷۷۸	۱	۰/۰۲۹	۲/۳۳۸
*هنجار				۱	۰/۲۱۷	
عرض از مبدأ	-۸/۸۴۷	۳/۵۱۸	۶/۳۲۵	۱	۰/۰۱۲	۰/۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش * این متغیر معنادار نبوده است.

^۱ Nagelkerke R Square

^۲ این ضرایب، تقریب‌های ضریب تعیین (R^2) در رگرسیون خطی هستند که در رگرسیون لجستیک استفاده می‌شوند.

^۳ Wald

^۴ این آماره که به نسبت بخت‌ها معروف است، نشان‌دهنده نسبت احتمال وقوع یک پدیده به احتمال عدم وقوع آن است. درواقع، این آماره نسبت تغییر در بخت‌های وقوع یک پیامد (متغیر وابسته) را به‌ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل را نشان می‌دهد و معادل ضرایب رگرسیون استاندارد شده در رگرسیون خطی است (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۹۱: ۷۰۷).

^۵ Odds Ratio

می‌شوند که گاهی موجب تغییر نتایج پژوهش نیز می‌شود، به همین دلیل شناخت این محدودیت‌ها، تفسیر نتایج و پژوهش‌های آینده را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد. بعضی از محدودیت‌های پژوهش حاضر در ادامه بررسی می‌شود:

- نبود پرسشنامه استاندارد در زمینه موضوع پژوهش؛
- همکاری نامناسب کارآفرینان در تکمیل پرسشنامه‌ها؛
- محدود بودن نتایج به یک مقطع زمانی خاص.

یکی از مراحل ضروری پایان هر پژوهشی، ارائه پیشنهادها و راهکارها برای پژوهش‌های آینده و همچنین سازمان‌های مربوط است. مهم‌ترین پیشنهادها ارائه‌شده این پژوهش به‌صورت زیر است:

الف) پیشنهادات اجرایی

- تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی در کسب و کارها؛
- تقویت بسترهای برقراری رقابت سالم در جامعه؛
- تقویت احساس مسئولیت اجتماعی؛
- شبکه‌سازی پارک‌های علم و فناوری کشور برای تبادل اطلاعات و یافته‌ها، پشتیبانی و حمایت و همچنین برقراری ارتباط با پارک‌های سایر کشورها؛
- ایجاد ارتباطات و شبکه تبادل اطلاعات و خدمات بین شرکت‌های حاضر در شهرک علمی و تحقیقاتی با یکدیگر با تکیه بر اعتماد متقابل؛
- توجه مدیران مؤسسات دانش‌بنیان به تقویت بسترهای کار گروهی در سازمان.

ب) پیشنهاد به پژوهشگران آینده

- بررسی عوامل مؤثر بر توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در جامعه و ارائه مدل‌ها یا الگوهای اجرایی (آسیب‌شناسی کارآفرینی، تقویت مهارت‌های کارآفرینی‌پروری، ترویج روحیه و مهارت‌های کارآفرینی)؛
- مطالعه درخصوص بسترها و زمینه‌های دارای اولویت برای تقویت و تشویق کارآفرینی در جامعه؛

در فعالیتهای اقتصادی انجام شده است. نتایج مبنی بر پذیرش فرضیه دوم و سوم و رد فرضیه اول بوده است؛ یعنی در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت شاخص هنجار بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد، تأثیر معناداری نداشته است؛ اما شاخص‌های اعتماد و بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی، عوامل مؤثری بر وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد بوده‌اند، به‌گونه‌ای که تأثیر هر دو عامل بر احتمال موفقیت کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان مثبت بوده است (جدول ۴).

در توجیه نبود ارتباط میان شاخص هنجار و وضعیت حضور کارآفرینان شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان در عرصه اقتصاد می‌توان گفت بر اساس نظریه‌های اقتصادی، ارزش‌های درونی فرد، منطبق بر اصل رفتار عقلانی، رسیدن به حداکثر منافع مادی است. این امر به‌عنوان یک اصل پذیرفته‌شده از سوی اقتصاددانان، منشأ سایر هنجارها در جامعه است. یک هنجار، درستی رفتار را بر اساس پاداش حاصل از نمودهای عینی و بیرونی و نادرستی رفتار را بر اساس زیان حاصل از نمودهای عینی و بیرونی آن رفتار القاء می‌کند.

یافته‌های این پژوهش در مواردی با یافته‌های پژوهش‌های پیشین هماهنگ است. در پژوهش کیم و آلدریچ (2005) و براون و باتلر (1995) یافته‌ها نشان‌دهنده ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی و کارآفرینی است که این فرضیه در پژوهش حاضر نیز تأیید شده است. همچنین نتایج بیشتر مطالعات، رابطه مثبت و معناداری را بین ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر نیز شبکه‌های اجتماعی و روابط بین فردی به‌عنوان جلوه‌ای از بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اعتماد به عنوان نمادی از بعد رابطه‌ای آن، به‌طور معناداری با کارآفرینی ارتباط دارد.

پژوهشگران در راه رسیدن به اهداف خود در انجام پژوهش‌های مختلف با مشکلات و محدودیت‌هایی مواجه

- تعیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان.

منابع

- فرانکوئیس، پ. (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی و رشد اقتصادی، ترجمه: رنانی، م. و مؤیدفر، ر. تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی.
- فوکویاما، ف. (۱۳۸۹). «سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی»، مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه، گردآوری: تاجبخش، ک، ترجمه: خاکباز، ا. و پویان، ح. تهران: شیرازه.
- فیلد، ج. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی، ترجمه: غفاری، غ. و رضانی، ح.، (چاپ دوم)، تهران: کویر.
- مقیم، م؛ و کیلی، ی. و اکبری، م. (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی، تهران: دانشگاه تهران.
- مؤیدفر، ر. (۱۳۸۵). بررسی تحولات سرمایه اجتماعی و پیامدهای اقتصادی آن در ایران، پایان‌نامه دکتری اقتصاد. اصفهان: دانشگاه اصفهان: دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- نجفی، م؛ مؤمنی، ف؛ فتح‌اللهی، ج. و موسوی، م. (۱۳۹۲). «سرمایه اجتماعی و چگونگی نقش‌آفرینی آن در تحقق اقتصاد دانش‌محور»، فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، س ۱۸، ش ۳، ص ۱۹۱-۱۶۱.
- Anderson, A. R., & Miller, C. J. (2003) Class Matters: Human and Social Capital in the Entrepreneurial Process. *The Journal of Socio-Economics*, 32(1):17-36.
- Brown, B. & Butler, J. (1995) Competitors as Allies: A Study of Entrepreneurial Networks in the U.S wine Industry. *Journal of Small Business Management*, 33: 57-66.
- Dasgupta, P. & Serageldin, I. (2000) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. The World Bank.
- Elfring, T. & Hulsink, W. (2003) Networks in Entrepreneurship: The Case of High-Technology Firms. *Journal of Small Business Economics*, 21(4): 409-422.
- Kaasa, A. (2009) *Effects of different dimensions of social capital on innovative activity: Evidence from Europe at the regional level*. Technovation, 29.
- Kim, P. H. & Aldrich, H. (2005) *Entrepreneurship and social capital. Foundations and Trends in Entrepreneurship*, available at: <http://nowpublishers.com>.
- احمدپور داریانی، م. و مقیمی، م. (۱۳۸۵). مبانی کارآفرینی، تهران: فراندیش.
- اسدی، ن. و مرادی، آ. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان و ارائه مدل»، فصلنامه مدیریت و فیزیولوژی شمال، ش ۲، ص ۴۰-۲۹.
- امین بیدختی، ع. ا. و نظری، م. ا. (۱۳۸۹). «ارائه یک مدل نظری جهت تبیین نقش سرمایه اجتماعی به‌عنوان گوهری گران‌بها اما کم‌هزینه: راهکارهایی برای بهبود عملکرد اقتصادی»، فصلنامه راهبرد توسعه، ش ۲۲، ص ۲۶۶-۲۳۸.
- حبیب‌پور، ک. و صفری‌شالی، ر. (۱۳۹۱). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی. (چاپ پنجم). تهران: متفکران.
- حسینی، ع؛ ابراهیمی، س. و سحرخیزان، م. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی»، همایش ملی دانشگاه کارآفرین و صنعت دانش محور، بابلسر: دانشگاه مازندران.
- ریبیعی، ع. و صادق‌زاده، ح. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی»، فصلنامه رفاه اجتماعی، دوره ۱۱، ش ۴۱، ص ۲۲۱-۱۹۱.
- رنانی، م. و مؤیدفر، ر. (۱۳۹۰). چرخه‌های افول اخلاق و اقتصاد (سرمایه اجتماعی و توسعه در ایران)، تهران: طرح نو.
- عنابستانی، م؛ ابوالحسنی، ا. و احمدیان، ا. (۱۳۹۱). «سرمایه اجتماعی عاملی مهم در جهت توسعه کارآفرینی»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، بابلسر: دانشگاه مازندران.

- Kwon, S. Heflin, H. & Ruef, M. (2013) Community Social Capital and Entrepreneurship . *American Sociological Review*, 78(6): 980-1008.
- Lin, B. W. Li, P. C. & Chen, J. S. (2006) Social Capital, Capabilities, and Entrepreneurial Strategies: A Study of Taiwanese High-Tech New Ventures . *Technological Forecasting and Social Change*, 73(2): 168-181.
- Miles, R.E. & Snow, C.C. (1994) *Fit, Failure, and the Hall of Fame: How companies succeed or fail*, the Free Press. NewYork , NY.
- Percoco, M. (2012) Entrepreneurship, Social Capital and Institutions: Evidence from Italy , *Spatial Economic Analysis*, 7(3): 339-355.
- Roxas, H. B. & Azmat, F. (2014) Community Social Capital and Entrepreneurship: Analyzing the Links *Community Development*, 45(2): 134-149.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998) Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks , *The Academy of Management Journal*, 41(4):464-476.



