

تأثیر سرمایه اجتماعی بر ایجاد خلاقیت در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان مدیریت دانشگاه ایلام)

* مهدی ویسه

** سیمین نصرالهی وسطی

چکیده

محققان، خلاقیت را ایجاد اندیشه‌ها و ایده‌های نو می‌دانند که سودمندی اجتماعی دارند. با این حال، به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی - به‌عنوان یک پدیده اجتماعی - باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری در جوامع (به‌طور عام) و سازمان‌ها (به‌طور خاص) می‌شود. بر این اساس، هدف نوشتار حاضر، بررسی نظری و تجربی تأثیر سرمایه اجتماعی بر بروز خلاقیت در دانشجویان مدیریت دانشگاه ایلام می‌باشد. روش تحقیق، توصیفی همبستگی و به‌لحاظ هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان رشته مدیریت این دانشگاه هستند و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۲۵۲ نفر است که به روش تصادفی انتخاب شده‌اند. برای آزمون فرضیه‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون بهره گرفته شد. یافته‌ها، نشان می‌دهد که اعتماد فردی و نهادی، تأثیر مثبتی بر خلاقیت دانشجویان دارد. به‌علاوه، مشارکت همیارانه، خیریه‌ای و مذهبی، میزان خلاقیت دانشجویان را بهبود می‌بخشد. با این وجود، تأثیر مشارکت رسمی و اعتماد عمومی بر بروز خلاقیت معنادار نبود.

کلیدواژه‌ها

سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، خلاقیت، دانشگاه ایلام.

۱. مقدمه

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزش‌مندی است که به صورت بالقوه در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و در سازمان اجتماعی جامعه وجود دارد. برخی از این ذخایر که گاه از آنها به عنوان ارزش‌های اجتماعی نیز یاد می‌شود عبارتند از صداقت، سلامت نفس، همدردی اعتماد، همبستگی و فداکاری. سرمایه اجتماعی از طریق این منابع کار افراد را در سطوح مختلف خرد، میانی و کلان جامعه آسان، سریع، کم هزینه و مطمئن می‌سازد و بدین وسیله آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می‌کند (بانداری^۱، ۲۰۱۴: ۳۱۷) وجود سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها باعث می‌شود که فرهنگ کار گروهی در میان اعضای سازمان رواج پیدا کند و کارکنان به سمت نوآوری سوق داده شوند چراکه نوآوری نیازمند تلاش دسته جمعی همه افراد و واحدهای درون سازمانی است و سرمایه اجتماعی از طریق تسهیل کنش جمعی، به خلق نوآوری در سازمان کمک می‌کند (ژو و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۱۵۴۹). بنابراین، یکی از عوامل مهم ایجاد ارتباطات موثر بین افراد و در نتیجه تقویت خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها، سرمایه اجتماعی است. بدون شک اجتماع از عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری است اما در بسیاری از سازمان‌ها، بی توجهی به ایجاد ارتباطات اجتماعی مناسب میان اعضای سازمان‌ها و وجود برخی قوانین، مانع از تعامل افراد با یکدیگر می‌شود. در نتیجه تمایلی برای مشارکت در کارها و ابراز عقاید خلاقانه در جهت بهبود عملکرد سازمان از خود نشان نمی‌دهند.

وجود سرمایه اجتماعی در گروه‌های اجتماعی، ایجاد روابط مثبت از طریق تسهیل کنش جمعی و تبادل اطلاعات، توفان فکری، و هم‌افزایی گروهی را به دنبال دارد. این رویه به نوبه خود سبب ارائه راه‌حل‌های جدید و خلاقانه و ارتقای عملکرد سازمان‌ها می‌گردد (واگنر و استنبرگ^۳، ۲۰۰۴: ۲۲۸). اندیشمندان حوزه جامعه‌شناسی نیز بر این باورند که سرمایه اجتماعی^۴ می‌تواند منجر به بروز خلاقیت، تسهیل نوآوری و در نتیجه ریسک‌پذیری افراد

1. Bhandari

2. Zhou et al.

3. Wagner & Sternberg

4. Social Capital

کارآفرین گردد (ووسنا و همکاران، ۲۰۱۵: ۹۳). آسفلد (۲۰۰۵) اذعان می‌دارد که نزدیکی و قرابت در شبکه‌های فردی با درگیر شدن در نوآوری ارتباط مثبتی دارد. آسفلد، بر این استدلال است که هر چند سرمایه اجتماعی ارتباط‌دهنده^۱ می‌تواند به طرح ایده‌های خلاقانه منجر شود، اما سرمایه اجتماعی پیونددهنده^۲ دارای ارتباطات فشرده است که زمینه هم‌پوشانی دانشی و تسهیل هماهنگی‌های لازم برای پیاده‌سازی ایده‌های نوآورانه را در سازمان فراهم می‌آورد. بنابراین، می‌توان اظهار داشت که سرمایه اجتماعی می‌تواند نقشی کلیدی در بروز خلاقیت در افراد ایفا نماید. به نظر می‌رسد که جنبه‌های مهم سرمایه اجتماعی شامل اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی، سطح خلاقیت و فراوانی ارائه ایده‌های نو توسط افراد را بالاتر می‌برد. با این حال، مطالعات تجربی اندکی با تمرکز بر مولفه‌های سرمایه اجتماعی، اثرات آن بر خلاقیت افراد را مورد بررسی قرار داده‌اند. بر این اساس، مطالعه حاضر دو هدف اصلی را دنبال می‌کند: (۱) تعیین تأثیر اعتماد اجتماعی بر بروز خلاقیت در افراد، (۲) تعیین تأثیر مشارکت اجتماعی بر بروز خلاقیت در افراد. این دو هدف با انجام مطالعه‌ای موردی درباره دانشجویان مدیریت صورت خواهد گرفت. علت انتخاب دانشجویان رشته مدیریت به‌عنوان جامعه مورد بررسی آن است که این دسته از دانشجویان به‌طور عموم پس از فراگیری دانش وارد سازمان‌های خصوصی و دولتی می‌شوند. لذا سرمایه اجتماعی دانشجویان فعلی، می‌تواند زمینه وقوع خلاقیت در سازمان‌های آینده را فراهم آورد.

۲. پیشینه نظری پژوهش

۲-۱. سرمایه اجتماعی

۲-۱-۱. اعتماد اجتماعی؛

۲-۱-۲. انسجام اجتماعی؛

۲-۱-۳. مشارکت اجتماعی.

1. Bonding social capital

2. Bridging social capital

سرمایه اجتماعی، مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. براساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه اجتماعی می‌گردند. بانک جهانی نیز، سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تاثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان، نشان داده است که این پدیده، تاثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. سرمایه اجتماعی برخلاف سایر سرمایه‌ها، به صورت فیزیکی وجود ندارد بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها گردد. به‌طور کلی سرمایه اجتماعی، منابعی در دسترس هستند نظیر: اطلاعات، اندیشه‌ها، راهنمایی‌ها، فرصت‌های کسب و کار، سرمایه‌های مالی، قدرت و نفوذ، پشتیبانی احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری (نصرالهی و جلیوند، ۲۰۱۴: ۲۱۶). محققان، سه مولفه اصلی سرمایه اجتماعی را اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، و مشارکت اجتماعی برشمرده‌اند. با این حال، دو مولفه اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند؛ لذا در این مطالعه تأکید بر روی این دو مولفه می‌باشد. اعتماد اجتماعی، عبارت است از: ذهنیت افراد نسبت به هم برای انجام امور روزمره و جاری خود به نحوی که هر چه میزان آن در بین افراد بیشتر باشد، افراد جهت انجام کنش‌های متقابل خود راحت‌تر خواهند بود یا می‌توان گفت اعتماد اجتماعی، مهم‌ترین تسهیل‌گر روابط اجتماعی میان افراد است. اعتماد اجتماعی دارای ابعاد سه‌گانه زیر می‌باشد (فیروزآبادی و نصرالهی، ۱۳۹۳): اعتماد فردی؛ اعتماد عمومی و اعتماد نهادی.

اعتماد فردی یا خاص، شامل اعتماد به نزدیکان و آشنایان مانند اعضای خانواده، دوستان، همسایگان و... می‌گردد. حُسن‌ظن فرد نسبت به سایر اعضای جامعه که شامل افراد غریبه و بیگانه می‌شود، تعریف اعتماد تعمیم‌یافته و عمومی است. اعتماد فردی دلالتی بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأییدشده به لحاظ اجتماعی است که افراد نسبت به یکدیگر دارند. اعتماد عمومی، به میزان رابطه و گرایشی گفته می‌شود که فرد را به سوی ارتباط با

عموم مردم سوق می‌دهد و در واقع همان میزان اعتماد فرد به عموم مردم می‌باشد. اعتماد نهادی، در واقع اعتماد به نهادهای دولتی و دانش کارشناسان است. ویژگی مهم این مولفه‌ها، این است که می‌توانند پاره‌ای از روابط اجتماعی را در فواصل بزرگ زمانی و مکانی برقرار کنند. به‌مرور زمان جوامع مختلف به نظام‌های تخصصی اعتماد می‌کنند و این واسطه‌ای می‌شود برای اینکه رابطه میان افراد و این نظام‌ها برقرار شود. در اینجا اعتماد، چیزی است که جوامع مدرن را یکپارچه نگه می‌دارد (فیروزآبادی و نصرالهی، ۱۳۹۳).

مشارکت اجتماعی، دلالت بر گسترش روابط بین گروهی در قالب انجمن‌های گروهی داوطلبانه، باشگاه‌ها، اتحادیه‌ها و گروه‌هایی دارد که خصلتی محلی و غیردولتی دارند که در قالب سیاست‌های اجتماعی، مشارکت و درگیر ساختن مردم در فرایندهای اجتماعی گوناگون را هدف خود می‌دانند. به عبارت دیگر، مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های ارادی دلالت دارد که از طریق آنها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر یا روستا شرکت کرده و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند (نصرالهی، ۱۳۹۱). در ادبیات مربوط به سرمایه اجتماعی، مشارکت دارای دو بعد کلی است: مشارکت اجتماعی رسمی و مشارکت اجتماعی غیررسمی.

مشارکت اجتماعی رسمی، دلالت بر فعالیت و همکاری در طرح‌های عمرانی، و شرکت در برنامه‌ها و جلسات رسمی و دولتی و اظهار نظر و دخالت در تصمیم‌گیری‌ها دارد. یا به عبارت دیگر، می‌توان این نوع مشارکت را شرکت در انجمن‌ها، اتحادیه‌ها، سازمان‌ها و موسسات مدنی رسمی دانست (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۹۳). مشارکت اجتماعی غیر رسمی، دلالت بر همکاری و فعالیت‌های دسته‌جمعی افراد فارغ از برنامه‌ها و سیاست‌های حکومتی و دولتی دارد. این نوع مشارکت از روابط میان افراد مشارکت‌کننده و قالب‌های رسمی نهادهای دولتی بیرون آمده و اشاره به مشارکتی دارد که افراد بدون واسطه بودن نهادهای دولتی و رسمی، اقدام به مشارکت در امور مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌کنند (عبداللهی، ۱۳۸۶: ۶۶). در یک دسته‌بندی، مشارکت غیررسمی با سه بُعد همیارانه، خیریه‌ای و مذهبی مشخص شده است. مشارکت غیررسمی همیارانه، شامل مشارکت در فعالیت‌های گروهی است که عموماً محلی هستند که طیفی از همکاری‌های

نوع دوستانه مانند: کمک به انجام فعالیت‌های کشاورزی، شرکت در مراسم عزاداری و عروسی، و ... می‌شود.

مشارکت غیررسمی خیریه‌ای، مشتمل بر ابعاد متنوعی از همکاری‌های نوع دوستانه می‌باشد که معمولاً بر پایه کمک‌های خانوادگی انجام می‌گیرد که تحت نظارت عوامل رسمی نمی‌باشند. مفهوم مشارکت غیررسمی خیریه‌ای، کمک‌هایی مانند: کمک به همسایگان، دادن صدقه و کمک‌های نقدی و غیرنقدی به نیازمندان و فقرای روستایی و محلی می‌باشد و عموماً بلاعوض قلمداد می‌شوند. مفهوم مشارکت غیررسمی مذهبی، در برگیرنده طیفی از همکاری‌های داوطلبانه، خودانگیخته و محلی است که در زمان‌های مختلف و برای اجرای مراسم خاص صورت می‌گیرد و مشتمل بر همکاری‌هایی برای انجام مراسم همچون مولودی، عزاداری، شرکت در جلسات شب قدر و ... می‌باشد (فیروزآبادی و ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۵).

۲-۲. خلاقیت

خلاقیت، به معنی توانایی ترکیب ایده‌ها در روشی منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین آن‌هاست. اما نوآوری، فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است. هاسلام و همکاران^۱ (۲۰۱۳)، خلاقیت را تمایلی برای تولید و شناخت عقاید، گزینه‌ها یا امکاناتی می‌دانند که شاید در حل مسائل و ارتباط با دیگران مفید باشد. به اعتقاد آنها، چیزی محصول خلاقیت محسوب می‌شود که اولاً تازه و نو باشد و ثانیاً نیازی را برطرف یا مساله‌ای را حل کند. خلاقیت، دارای ویژگی‌های اساسی انعطاف‌پذیری، تحمل ابهام، و مسائل غیرقابل پیش‌بینی و لذت‌بردن از چیزهایی که قبلاً ناشناخته بوده، می‌باشد (هاسلام و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۹۷). مهم‌ترین متغیرهای گروهی موثر بر خلاقیت شامل: اندازه گروه، تنوع گروه، انسجام گروه و سیستم ارتباطات می‌باشد. اندازه گروه، به تعداد نفراتی اشاره دارد که در گروه عضویت دارند. تنوع گروه از طریق ایجاد دیدگاه‌های مختلف و بهبود حل خلاق مساله، افزایش دامنه دانش، مهارت‌ها و دیدگاه‌های در دسترس گروه و نگاه به کارها و فعالیت‌ها از دیدگاه‌های مختلف موجب افزایش سطح

1. Haslam et al.

خلاقیت می‌شود. انسجام گروهی، بدان معناست که اعضای گروه باید حمایت متقابلی از یکدیگر داشته باشند؛ زیرا دور هم جمع کردن تنوعی از تخصص‌ها، فرهنگ‌ها، جنسیت‌ها، شخصیت‌ها و ... به منظور توسعه خلاقیت، در عمل ساده است اما احتمال اینکه افراد از یکدیگر حمایت کنند، اندک است. به علاوه، نوع کانال ارتباطی و میزان ارتباطات میان اعضای گروه نیز بر بروز خلاقیت موثر است. اگر افراد درون گروه‌ها نتوانند در قالب یک روش صادقانه به برقراری ارتباط یا یکدیگر و مشارکت در اطلاعات پردازند، گروه نمی‌تواند فرصت‌های لازم را برای ایجاد روش‌های خلاق جهت انجام کارها، فراهم کند (ژو و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۴۴۹).

۳. پیشینه تجربی پژوهش

ووسن و همکاران (۲۰۱۵)، اثرات ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی را بر بروز خلاقیت و نوآوری در سطوح مختلف ریسک‌پذیری در خانواده‌ها مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی، نقشی کلیدی در رفتار ریسک‌پذیری اعضای خانواده‌های روستایی و انجام فعالیت‌های خلاقانه ایفا می‌کند. نصرالهی و جلیلود (۲۰۱۴)، با استفاده از مدل سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال^۲ (۱۹۹۸) و مدل ویژگی‌های شخصیتی شخصیتی کارآفرینان لومپسین و دس^۳ (۱۹۹۶) و با استفاده از معادلات ساختاری به بررسی رابطه علت و معلولی میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پرداختند. این محققان، دریافتند که سرمایه اجتماعی با ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی تأثیر مثبت، معنی‌دار و قابل توجهی بر کارآفرینی زنان روستایی با ابعاد کسب موفقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، تحمل ابهام، اعتماد به نفس و فرصت‌طلبی دارد. گداجلوویچ و همکاران^۴ (۲۰۱۳) بیان داشتند که سرمایه اجتماعی یکی از فاکتورهای زیربنایی برای نظریه کارآفرینی است. ایوونن و همکاران^۵ (۲۰۱۱)، اظهار داشتند که سرمایه اجتماعی منجر به

1. Zhou et al.

2. Nahapiet and Ghoshal

3. Lumpkin and Dess

4. Gedajlovic et al.

5. Iivonen et al.

بروز رفتارهای کارآفرینانه در قالب شرکت‌های کوچک توسط روستاییان می‌گردد. کالجی و چن^۱ (۲۰۱۱)، به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و رفتارهای ریسک‌آور یا محافظتی^۲ پرداختند. این محققان دریافتند که در بین عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی، سرمایه اجتماعی می‌تواند بر ریسک‌پذیری افراد برای پیامدهای منفی رفتارها تأثیر بگذارد. فری و همکاران^۳ (۲۰۰۹)، معتقدند که توسعه فرهنگ کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های جدید مستلزم تشویق کارآفرینان موجود و در حال ظهور برای بهره‌برداری از شبکه‌های رسمی و غیررسمی آنها و تلاش در جهت توسعه سازمان‌ها و نهادهایی است که به ایجاد سرمایه اجتماعی کمک می‌کنند. هیلبرن^۴ (۲۰۰۵)، در مطالعه خود روی کارآفرینان روستایی خاطر نشان می‌کند که سرمایه اجتماعی، منعکس‌کننده توانایی اعضای جامعه برای مشارکت، همکاری، سازماندهی و تعامل کردن با یکدیگر است. یافته‌های این محقق، بیانگر آن بود که کارآفرینی یکی از پیامدهای مهم سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌رود و بین کارآفرینی و اشکال مختلف سرمایه به‌ویژه سرمایه اجتماعی برای توسعه جوامع وابستگی وجود دارد. جمشیدی و حق پرست (۱۳۹۴)، نشان دادند که سرمایه اجتماعی با ابعاد اعتماد اجتماعی، شبکه و هنجار مشترک، تعاون و همکاری متقابل، انسجام و همبستگی جمعی، همدلی و مشارکت و هویت جمعی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر خلاقیت کارکنان دارد. نتایج تحقیق تجربی عابدی و همکاران (۱۳۹۳) با استفاده از ۳۶ گروه از دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی نشان داد که تعامل سرمایه اجتماعی ارتباط‌دهنده گروه با سرمایه اجتماعی پیونددهنده گروه به‌طور مثبت و قابل توجهی با خلاقیت گروهی در ارتباط است. تنوع دانش و تمایز دانش تأثیر مشترکی بر سرمایه اجتماعی ارتباط‌دهنده گروه دارند و تفکیک دانش، رابطه منفی با سرمایه اجتماعی پیونددهنده گروه دارد. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی گروه، تأثیرات تنوع دانش بر خلاقیت گروهی را تسهیل می‌کند. عباس‌زاده و نصرالهی (۱۳۹۳)، دریافتند که اعتماد نهادی، تأثیر مستقیم و غیرمستقیمی (از

1. Kaljee and Chen

2. protective behaviors

3. Ferri et al.

4. Heilbrunn

طریق سازه خلاقیت) بر ریسک‌پذیری زنان کارآفرین دارد. در واقع، هر چه اعتماد زنان کارآفرین به نهادها بیشتر باشد، خلاقیت بیشتری خواهند داشت و در نتیجه، تمایل به ریسک‌های بالاتری خواهند داشت. فیروزآبادی و نصرالهی (۱۳۹۳) در مطالعه خود روی زنان کارآفرین روستایی نشان دادند که بین اعتماد اجتماعی (با ابعاد فردی، عمومی و نهادی) و روحیه کارآفرینی (با ابعاد ریسک‌پذیری و خلاقیت) رابطه معنی‌داری وجود دارد. گلدهان و شاه‌طالبی (۱۳۹۲)، دریافتند که بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. به علاوه، نتایج حاصل از رگرسیون گام‌به‌گام نشان داد؛ بهترین پیش‌بینی‌کننده خلاقیت سازمانی در بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی بوده است. نتایج پژوهش پیران و همکاران (۱۳۹۱) حاکی از این بود که سرمایه اجتماعی بر روی خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته‌گری ایران تاثیر مثبت و معناداری دارد و اظهار داشتند که این یافته، می‌تواند به مدیران صنایع ریخته‌گری ایران در شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های ارتباطات افراد درون سازمان در جهت بروز رفتارهای خلاقانه کمک کند. کاظمی (۱۳۹۱)، به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با میزان خلاقیت در میان کارکنان شرکت مخابرات، سازمان جهاد کشاورزی، اداره آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی، بانک‌های ملی، شرکت خصوصی پارس آنلاین و شرکت فنی مهندسی سراج صنعت تبریز پرداخت و نتایج مطالعه وی بیانگر این بود که: ۱) بعد اعتماد سرمایه اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان استان آذربایجان شرقی موثر است، ۲) بعد انسجام سرمایه اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان استان آذربایجان شرقی موثر نیست، و ۳) بعد مشارکت سرمایه اجتماعی بر میزان خلاقیت کارکنان استان آذربایجان شرقی موثر است. ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰)، نشان دادند که رابطه مثبتی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی وجود دارد به نحوی که در بین ابعاد کارآفرینی، شاخص ریسک‌پذیری دارای بیشترین تأثیرپذیری است. به اعتقاد این محققان، شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی می‌تواند فرصت تبدیل خلاقیت به کارآفرینی را دستخوش تغییر کنند. در واقع، داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده، بالا بودن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. بالا بردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه، ارتقای روحیه کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل با اعتماد، از زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به حساب می‌آید. عسکری و همکاران (۲۰۱۱)،

با انجام مطالعه‌ای در صنعت فولاد دریافتند که رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی (با ابعاد سرمایه ساختاری و شناختی) و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. ملایی و همکاران (۱۳۸۷) در مطالعه خود به بررسی موضوع خلاقیت و نوآوری (با توجه به اینکه مقام معظم رهبری سال ۸۷ را نیز به نام «نوآوری و شکوفایی» نام‌گذاری کرد) و تشریح ارتباط آن با سرمایه اجتماعی پرداختند. ارتباط سرمایه اجتماعی و خلاقیت و نوآوری و تاثیر متغیرها و مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و نوآوری از نظر نویسندگان قابل تأمل است. نتایج مطالعه تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵)، حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی (و ابعاد آن یعنی شناختی و ساختاری) با کارآفرینی درون‌سازمانی، رابطه‌ای مثبت وجود دارد. به عبارتی روشن‌تر، با افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی درون‌سازمانی افزایش می‌یابد.

۴. توسعه فرضیه‌ها

نقش سرمایه اجتماعی و خلاقیت، به‌عنوان دو عامل مهم تاثیرگذار بر بهره‌وری و اثربخشی حائز اهمیت است و بر بالندگی جوامع و سازمان‌ها، افزایش کیفیت تولیدات و خدمات، موفقیت در رقابت، افزایش انگیزش کارکنان، رضایت شغلی، کاهش هزینه‌ها، اتلاف منابع، تنوع تولیدات، کاهش بروکراسی اداری اثر دارد و مشوق عمل‌گرایی است که نیازمند بررسی بیشتری است. با توجه به پیشینه نظری و تجربی پژوهش، می‌توان استدلال کرد که از نظر منطقی بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت افراد ارتباط وجود دارد. وجود ارتباط مستقیم بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت، بدان معنی است که می‌توان با سرمایه‌گذاری و تلاش برای ارتقای سطح سرمایه اجتماعی، میزان خلاقیت افراد را افزایش داد. می‌توان انتظار داشت که سرمایه اجتماعی با ابعاد مشارکت (رسمی، غیررسمی مذهبی، غیررسمی خیریه‌ای، غیررسمی همیارانه) و اعتماد اجتماعی (نهادی، فردی، عمومی) بر ویژگی خلاقیت دانشجویان موثر باشد. با توجه به مباحث عنوان‌شده، می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به شکل زیر مطرح کرد:

فرضیه اول (H1): مشارکت اجتماعی غیررسمی همیارانه، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

فرضیه دوم (H2): مشارکت اجتماعی غیررسمی مذهبی، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

فرضیه سوم (H3): مشارکت اجتماعی غیررسمی خیریه‌ای، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

فرضیه چهارم (H4): مشارکت اجتماعی رسمی، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

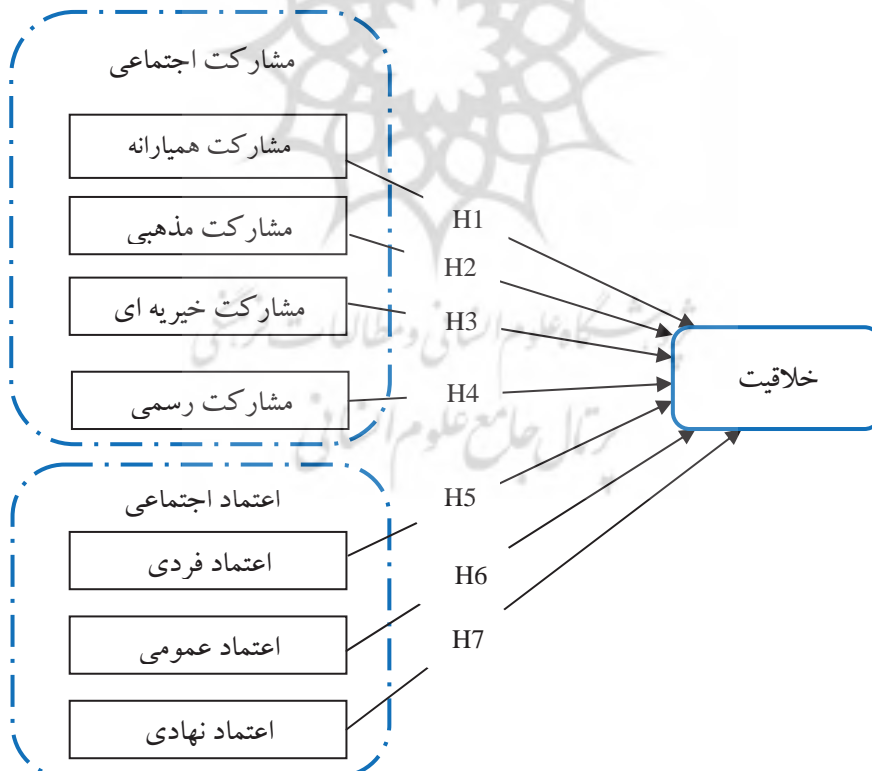
فرضیه پنجم (H5): اعتماد اجتماعی فردی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

فرضیه ششم (H6): اعتماد اجتماعی عمومی، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

فرضیه هفتم (H7): اعتماد اجتماعی نهادی، تأثیر مثبت و معناداری بر بروز خلاقیت در دانشجویان دارد.

هفت فرضیه پیشنهادی فوق را می‌توان در قالب مدل مفهومی شکل ۱ به تصویر کشید.

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



۵. روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نوع توصیفی-کاربردی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ایلام می‌باشند. پس از انجام مطالعه‌ای مقدماتی بر بخش کوچکی از جامعه آماری، شامل ۳۰ نفر از دانشجویان دانشکده ادبیات و علوم انسانی و تعیین انحراف معیار، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد برابر با ۲۵۲ نفر برآورد گردید. در این پژوهش از روش در دسترس^۱ استفاده شده است. بدین ترتیب که با مراجعه به دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ایلام در طول ساعات کلاسی و به مدت یک‌ماه (آبان ۱۳۹۴)، از دانشجویان این دانشکده به‌طور تصادفی نمونه‌گیری به عمل آمد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بود که از هشت بخش شامل سئوالاتی در مورد اعتماد فردی (۳ سئوال)، اعتماد عمومی (۳ سئوال)، اعتماد نهادی (۳ سئوال)، مشارکت رسمی (۳ سئوال)، مشارکت غیررسمی مذهبی (۳ سئوال)، مشارکت غیررسمی خیریه‌ای (۳ سئوال)، مشارکت غیررسمی همیارانه (۳ سئوال)، خلاقیت (۳ سئوال) تشکیل می‌شد. از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود با هر سئوال را روی یک مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت از ۱ (کاملاً مخالف یا بسیار کم) تا ۵ (کاملاً موافق یا بسیار زیاد) رتبه‌بندی نمایند. سئوالات مربوط به بخش اعتماد (فردی، عمومی، و نهادی) از مطالعه فیروزآبادی و نصرالهی وسطی (۱۳۹۳)، سئوالات مربوط به خلاقیت از مطالعه نصرالهی و جلیلود (۲۰۱۴) و سئوالات مربوط به مشارکت اجتماعی (رسمی، غیررسمی همیارانه، غیررسمی مذهبی، و غیررسمی خیریه‌ای) از مطالعه عباس‌زاده و نصرالهی (۱۳۹۳) اقتباس شده است. تحلیل داده‌ها در دو مرحله صورت می‌گیرد. در مرحله اول، روایی و پایایی ابزار سنجش مورد آزمون قرار می‌گیرد و سپس به‌منظور آزمون فرضیه‌ها، رگرسیون ریدج^۲ مورد استفاده قرار خواهد گرفت. در مرحله اول، به‌منظور بررسی روایی پرسشنامه از روایی تشخیصی^۳ و روایی صوری و با استفاده از

1. Convenience sampling

2. Ridge

3. Discriminant validity

نظرات خبرگان دانشگاهی بهره گرفته شد. روایی تشخیصی، معنی داری تفاوت میان دو عامل را اندازه گیری می کند. برای بررسی روایی تشخیصی، از ضرایب همبستگی میان عوامل استفاده می شود. چنانچه ضرایب همبستگی میان عوامل کمتر از ۰/۸۵ باشد، می توان استدلال کرد که ابزار سنجش از روایی تشخیصی مناسبی برخوردار است (هر و همکاران^۱، ۱۹۹۵). برای تعیین پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. اگر مقادیر آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۶۹ باشد، پایایی پرسشنامه در حد رضایت بخشی می باشد. در مرحله دوم، به منظور آزمون فرضیه ها، از رگرسیون چند گانه استفاده شد. در تحلیل رگرسیون چند گانه، واریانس متغیر وابسته از طریق مشارکت نسبی و ترکیب خطی دو یا چند متغیر مستقل تبیین می شود و یک متغیر وابسته و مجموعه ای از متغیرهای مستقل وجود دارد.

۶. یافته های پژوهش

نتایج آمار توصیفی نشان می دهد که ۴۱/۷ درصد (۱۰۵ نفر) پاسخ دهندگان، مرد و ۵۸/۳ درصد (۱۴۷ نفر)، زن بودند. ۶۵/۰۷ درصد (۱۶۴ نفر) پاسخ دهندگان، دانشجوی کارشناسی و ۳۴/۹۳ درصد (۸۸ نفر) دانشجوی کارشناسی ارشد بودند. ۴۶/۰۵ درصد پاسخ دهندگان در دامنه سنی کمتر از ۲۰ سال، ۴۹/۶۰ درصد پاسخ دهندگان در دامنه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال و ۴/۳۵ درصد در دامنه سنی بالاتر از ۳۰ سال قرار داشتند.

جدول (۱). ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

عامل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنسیت			
مرد	۱۰۵	۴۱/۷	۴۱/۷
زن	۱۴۷	۵۸/۳	۱۰۰

1. Hair et al.

عامل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سن			
کمتر از ۲۰ سال	۱۱۶	۴۶/۰۵	۴۶/۰۵
بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۱۲۵	۴۹/۶۰	۹۵/۶۵
بالای ۳۰ سال	۱۱	۴/۳۵	۱۰۰
مقطع تحصیلی			
کارشناسی	۱۶۴	۶۵/۰۷	۶۵/۰۷
کارشناسی ارشد	۸۸	۳۴/۹۳	۱۰۰

جدول (۲) میانگین، انحراف معیار و ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ تمامی متغیرهای پژوهش نیز بالاتر از ۰/۶۹ می‌باشد که نشان می‌دهد ابزار پژوهش از پایایی لازم برخوردار است.

جدول (۲) - آمار توصیفی و ضرایب آلفای کرونباخ

متغیر	سؤال	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
اعتماد فردی	به فامیل‌های نزدیک و دور خود اعتماد دارم.	۳/۳۰	۰/۸۸۶	۰/۷۵۵
	به دوستان، آشنایان و همسایگان خود اعتماد دارم.	۳/۴۳	۰/۹۱۰	
	به همکلاسی‌های خود اعتماد دارم.	۳/۴۳	۰/۹۴۴	
اعتماد عمومی	به نظر من مردم در صحبت‌هایشان راستگو و صادق هستند	۳/۶۵	۰/۸۳۶	۰/۷۵۵
	مردم به قول و قرارهای خود عمل می‌کنند	۳/۴۲	۰/۹۱۷	
	مردم به حفظ و نگهداری وسایل امانت گرفته‌شده، پایبند هستند	۳/۴۹	۰/۸۵۴	

متغیر	سؤال	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
اعتماد نهادی	تمایل دارم که پول‌های خود را در حساب‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز کنم.	۳/۶۵	۰/۸۴۶	۰/۷۳۸
	مدیران و معاونین دانشگاه در طرح و پیگیری مشکلات دانشجویان به وظایف خود عمل می‌کنند.	۳/۷۱	۰/۹۰۲	
	به صداقت و درستی عملکرد و رفتار پرسنل دانشگاه اعتماد دارم.	۳/۳۹	۰/۸۰۸	
مشارکت رسمی	در همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی شرکت می‌کنم.	۳/۴۴	۰/۸۹۷	۰/۶۹۳
	در انجمن‌های علمی دانشجویی مشارکت فعال دارم.	۳/۳۹	۰/۹۱۰	
	در انتخابات (مثل دانشجویی، مجلس، ریاست جمهوری، و ...) شرکت می‌کنم.	۳/۴۲	۰/۹۰۹	
مشارکت غیررسمی خیریه‌ای	همیشه سعی می‌کنم به مردم آسیب‌دیده (سیل‌زده، جنگ‌زده، زلزله‌زده، و غیره) کمک کنم.	۳/۳۶	۰/۹۱۹	۰/۷۸۶
	تا جایی که بتوانم به ایتم و افراد بی‌بضاعت کمک می‌کنم.	۳/۳۹	۰/۸۸۳	
	در حد توانم، به نیت اموات و گذشتگان خیرات می‌کنم.	۳/۴۴	۰/۹۴۹	
مشارکت غیررسمی مذهبی	در مراسم جشن و سرور یا عزاداری مذهبی در مساجد یا هیات‌ها حاضر می‌شوم	۳/۴۰	۰/۹۳۷	۰/۸۲۱
	در نماز جماعت و آموزش احکام دینی شرکت می‌کنم	۳/۲۹	۰/۹۲۴	
	در مراسم ماه رمضان و برگزاری مراسم شب قدر شرکت می‌کنم.	۳/۳۱	۰/۸۹۳	

متغیر	سؤال	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
مشارکت غیررسمی همیارانه	در غیاب دوستان و آشنایانم از وسایل و اموال آنها به خوبی نگهداری می‌کنم.	۳/۳۲	۰/۹۳۴	۰/۷۴۵
	اغلب اوقات به دوستان و آشنایانم پول قرض می‌دهم یا آنها را ضمانت مالی می‌کنم.	۳/۳۳	۰/۸۹۶	
	در مراسم شادی و یا عزاداری دوستان و آشنایانم همیشه پیش قدم می‌شوم.	۳/۴۵	۰/۹۴۱	
خلاقیت	ترجیح می‌دهم زندگی یک‌نواختی نداشته باشم و خود را با تغییرات سازگار کنم.	۳/۵۰	۰/۹۱۲	۰/۷۷۲
	گاهی اوقات به قدری ایده‌های متنوع دارم که نمی‌دانم اولویت با کدام است	۳/۵۸	۰/۸۹۶	
	بعضی اوقات مردم ایده‌های مرا غیرعادی و دست‌نیافتنی می‌پندارند.	۳/۴۴	۰/۸۷۰	

به‌علاوه، با توجه به ضرایب همبستگی موجود در جدول (۳) می‌توان دریافت که همبستگی‌های موجود میان متغیرها، کمتر از مقدار پیشنهادی ۰/۸۵ می‌باشد که بیانگر وجود روایی تشخیصی ابزار سنجش مورد استفاده در پژوهش است. لازم به ذکر است که معناداری همبستگی میان متغیرها، در سطح (P.. ۰.۰۵) آزمون شده است. با توجه به نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون، تمامی روابط میان متغیرهای پژوهش مثبت و معنی‌دار می‌باشد که حاکی از وجود رابطه مستقیم میان متغیرهای مستقل و وابسته است. بر اساس جدول (۳) می‌توان دریافت که ضرایب همبستگی میان متغیرها نسبتاً بالا بوده و حاکی از وجود ارتباط مستقیم و قوی میان ابعاد سرمایه اجتماعی شامل اعتماد اجتماعی (اعتماد فردی، اعتماد عمومی، و اعتماد نهادی) و مشارکت اجتماعی (مشارکت رسمی، مشارکت غیررسمی خیریه‌ای، مشارکت غیررسمی نوع‌دوستانه، و مشارکت غیررسمی همیارانه) و خلاقیت دانشجویان می‌باشد.

جدول (۳) - ضرایب همبستگی میان متغیرهای پژوهش

همبستگی بین	اعتماد فردی	اعتماد نهادی	اعتماد عمومی	مشارکت رسمی	مشارکت مذهبی	مشارکت خیریه‌ای	مشارکت همیارانه	خلاقیت
اعتماد فردی	۱	-	-	-	-	-	-	-
اعتماد نهادی	*.۰/۷۲۱	۱	-	-	-	-	-	-
اعتماد عمومی	*.۰/۷۲۵	*.۰/۷۶۱	۱	-	-	-	-	-
مشارکت رسمی	*.۰/۷۴۶	*.۰/۷۲۴	*.۰/۶۶۷	۱	-	-	-	-
مشارکت مذهبی	*.۰/۸۳۲	*.۰/۶۶۴	*.۰/۶۵۷	*.۰/۷۰۰	۱	-	-	-
مشارکت خیریه‌ای	*.۰/۷۹۰	*.۰/۶۲۸	*.۰/۶۰۳	*.۰/۷۰۰	*.۰/۶۹۰	۱	-	-
مشارکت همیارانه	*.۰/۸۲۹	*.۰/۷۴۰	*.۰/۷۱۰	*.۰/۷۰۹	*.۰/۷۳۱	*.۰/۷۹۴	۱	-
خلاقیت	*.۰/۸۴۳	*.۰/۷۳۶	*.۰/۶۷۶	*.۰/۷۰۴	*.۰/۷۷۰	*.۰/۷۶۴	*.۰/۸۲۶	۱

توجه: * معنی دار در سطح $P \leq 0.05$

به منظور دستیابی به اهداف پژوهش از رگرسیون ریدج بهره گرفته شد. کاربرد و تعبیر یک مدل رگرسیون چندگانه به طور مستقیم به برآورد ضرایب رگرسیون بستگی دارد؛ توضیح اینکه اگر متغیرهای مستقل با یکدیگر همبستگی بالایی داشته باشند، برآوردها غیرواقعی خواهد بود؛ چراکه بخشی از واریانس متغیر وابسته که توسط هر متغیر توضیح داده می‌شود تا حد قابل ملاحظه‌ای همان واریانس است که به وسیله متغیرهای دیگر نیز تبیین می‌شود. در واقع، سهم هر متغیر مستقل، سهم مشترک یک یا چند متغیر همبسته با آن است. اگر بین متغیرهای مستقل در رگرسیون چندگانه، رابطه خطی وجود داشته باشد، گفته می‌شود که بین متغیرهای مستقل هم راستایی (هم خطی) چندگانه^۱ وجود دارد. در

1. Multicollinarity

این حالت، برآورد متغیرها بر مبنای مدل رگرسیون گمراه کننده است و استفاده از مدل رگرسیون را با اشکال مواجه می‌سازد. بنابراین در شرایط وجود هم‌استایی چندگانه، تفسیر ضرایب رگرسیون جزئی، قرین صحت نخواهد بود. رگرسیون جزئی، گویای میزان تغییر در متغیر تابع در اثر یک واحد تغییر در متغیر مستقل به شرط ثبات بقیه متغیرهای مستقل است. بنابراین در شرایط وجود هم‌استایی، ثابت نگه داشتن سایر متغیرها از نظر تعریفی غیرممکن خواهد بود (هومن، ۱۳۹۰). در چنین شرایطی از رگرسیون ریح استفاده می‌گردد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، بین متغیرهای پیش بین، همبستگی مثبت و معنی داری به دست آمده است. در مورد اینکه چه مقدار همبستگی بین متغیرهای پیش بین، نشان‌دهنده وجود هم‌خطی چندگانه است، اختلاف نظرهایی وجود دارد، ولی در مجموع اغلب صاحب نظران ضرایب بالاتر از ۰/۷ و ۰/۸ را به عنوان وجود هم‌خطی چندگانه پذیرفته‌اند (هر و همکاران، ۱۹۹۵). نتایج، بیانگر آن است که بین برخی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی، همبستگی بالاتر از ۰/۷ وجود دارد که به طور نسبی تأیید کننده وجود هم‌خطی چندگانه بین متغیرهای پیش بین در پژوهش حاضر است. چنانچه در جدول زیر دیده می‌شود، در رگرسیون ریح ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده به ترتیب برابر با ۰/۷۵۹ و ۰/۷۵۲ بود ($F=109/84$ و $P<0/000$).

جدول (۴). ضریب تعیین مدل رگرسیونی

مدل	R	R2	R2 تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۸۷۱۳	۰/۷۵۹۱	۰/۷۵۲۲	۰/۳۸۱۸

چنانکه در جدول ۵ مشاهده می‌شود، مولفه‌های سرمایه اجتماعی شامل اعتماد فردی، اعتماد نهادی، مشارکت مذهبی، مشارکت خیریه‌ای و مشارکت همیارانه، توان پیش‌بینی معنی‌دار خلاقیت دانشجویان را دارند. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی، می‌توان دریافت که رابطه میان اعتماد فردی و خلاقیت در سطح خطای ۵ درصد معنی‌دار می‌باشد ($\beta=0/20$ و $P<0/05$). به علاوه، ارتباط میان اعتماد نهادی و خلاقیت در سطح خطای ۵ درصد معنی‌دار بود ($\beta=0/166$ و $P<0/05$). با این حال، نتایج نشان داد که اعتماد عمومی

تأثیر معنی‌داری بر خلاقیت دانشجویان ندارد ($P > 0/05$ و $\beta = 0/021$). با نگاهی به جدول ۵ می‌توان دریافت که ارتباط میان مشارکت مذهبی ($P < 0/05$ و $\beta = 0/181$) و مشارکت خیریه‌ای ($P < 0/05$ و $\beta = 0/173$) با خلاقیت معنی‌دار است. سرانجام، بر اساس یافته‌ها، در می‌یابیم که مشارکت همیارانه تأثیر معنی‌داری بر خلاقیت دانشجویان دارد ($P < 0/05$ و $\beta = 0/193$). با این وجود، بر اساس یافته‌ها تأثیر مشارکت رسمی بر خلاقیت معنی‌دار نبود ($P > 0/05$ و $\beta = 0/033$). در مجموع معادله رگرسیون استخراج شده برای پیش‌بینی خلاقیت از رگرسیون ریج به این شرح است:

$$\text{خلاقیت} = 0/099 + 0/200 (\text{اعتماد فردی}) + 0/166 (\text{اعتماد نهادی}) + 0/181 (\text{مشارکت مذهبی}) + 0/173 (\text{مشارکت خیریه‌ای}) + 0/193 (\text{مشارکت همیارانه})$$

جدول (۵). نتایج رگرسیون ریج

p	t	ضرایب استاندارد		ضرایب غیراستاندارد		
		خطای استاندارد	β	خطای استاندارد	B	
0/468	0/727	-	-	0/136	0/099	ثابت
*0/004	2/875	0/070	0/200	0/071	0/205	اعتماد فردی
*0/001	3/402	0/049	0/166	0/056	0/190	اعتماد نهادی
0/658	0/443	0/049	0/012	0/050	0/022	اعتماد عمومی
0/482	0/704	0/047	0/033	0/048	0/034	مشارکت رسمی
*0/000	3/648	0/050	0/181	0/048	0/176	مشارکت مذهبی
*0/000	3/587	0/048	0/173	0/049	0/177	مشارکت خیریه‌ای
*0/003	3/034	0/064	0/193	0/064	0/194	مشارکت همیارانه

توجه: * معنی‌دار در سطح $P < 0/05$ ، مقدار لمبدا = 0/085

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اعتماد فردی و اعتماد عمومی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر خلاقیت دانشجویان مدیریت دارد. به علاوه، یافته‌ها بیانگر آن بود که مشارکت مذهبی، مشارکت خیریه‌ای و مشارکت همیارانه تأثیر مثبت و قابل توجهی بر خلاقیت دانشجویان دارد. نتایج این مطالعه با نتایج مطالعات قبلی در زمینه تأثیر اعتماد فردی (ووسن و همکاران، ۲۰۱۵؛ فیروزآبادی و نصرالهی، ۱۳۹۳؛ هیلبرن، ۲۰۰۵)، اعتماد نهادی (عباس زاده و نصرالهی، ۱۳۹۳؛ فیروزآبادی و نصرالهی، ۱۳۹۳؛ نصرالهی و جلیوند، ۲۰۱۴؛ هیلبرن، ۲۰۰۵)، مشارکت غیررسمی خیریه‌ای (عابدی و همکاران، ۱۳۹۳؛ جمشیدی و حق پرست، ۱۳۹۴)، مشارکت غیررسمی همیارانه (همان) و مشارکت غیررسمی مذهبی (نصرالهی، ۱۳۹۱) بر خلاقیت افراد هم‌راستا می‌باشد. در مورد تأثیر اعتماد فردی بر خلاقیت، می‌توان اظهار داشت که وجود فضای اعتماد در روابط با فامیل‌های نزدیک و دور، دوستان، آشنایان و همسایگان، و همکلاسی‌ها سبب می‌شد که دانشجویان تمایل بیشتری به خلاقیت داشته باشند؛ چراکه دانشجویان، نوعی حمایت را از سوی این افراد احساس می‌کنند که زمینه ساز ارائه ایده‌های نو در فعالیت‌های مختلف می‌باشد. به علاوه، دانشجویانی که بخشی از درآمدهای خود را در حساب‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز می‌کردند و مدیران و مسئولین دانشگاه را در پیگیری مسائل و مشکلات دانشجویان جدی می‌دانستند و به صداقت و درستی رفتار پرسنل دانشگاه باور داشتند، اعتماد بیشتری به نهادها داشتند و این موضوع منجر به تمایل بیشتر به بروز ایده‌های خلاقانه توسط آنها می‌شد. نتایج حاکی از آن بود که ابعاد مشارکت غیررسمی بر خلاقیت دانشجویان موثر بود. به‌عنوان مثال، هر چه دانشجویان به انجام فعالیت‌های نوع‌دوستانه مانند: کمک به مناطق سیل‌زده، جنگ‌زده، زلزله‌زده، کمک به ایتام و افراد بی‌بضاعت پردازند، مشارکت خیریه‌ای آنها در سطحی بالاتر بوده و گرایش بیشتری به بروز خلاقیت در فعالیت‌های مختلف دارند. افزون بر این، مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های مذهبی از جمله حضور در مراسم جشن و سرور یا عزاداری مذهبی در مساجد یا هیات‌ها، و شرکت در نمازهای جماعت و کلاس‌های آموزش احکام دینی، می‌تواند خلاقیت بیشتر دانشجویان را در پی داشته باشد. سرانجام، مشارکت همیارانه در قالب اموری همچون نگهداری از وسایل و اموال دوستان و آشنایان در غیاب آنها، قرض دادن به آنها یا

ضمانت کردن آنها، و پیشگام بودن در مراسم شادی و یا عزاداری دوستان و آشنایان توانسته است روحیه ارائه ایده‌های نو دانشجویان را در رابطه با فعالیت‌های مربوطه ارتقا دهد و آنها را در طیف وسیع‌تری از فعالیت‌های نوآورانه درگیر نماید. با این حال، تأثیر اعتماد عمومی و مشارکت رسمی بر خلاقیت دانشجویان معنی‌دار نبود. علت این امر می‌تواند به دلیل شرایط اجتماعی حاکم بر جامعه ایران باشد. به عنوان مثال، دانشجویان اظهار می‌کردند که مردم جامعه چندان در صحبت‌ها و رفتارهایشان صادقانه عمل نمی‌کنند و عمدتاً به قول و قرارهای خود پایبند نیستند. به علاوه، امانتداری، از هنجارهایی است که خلا آن از دید دانشجویان در جامعه احساس می‌شود؛ چنین وضعیتی منجر به عدم ادراک اعتماد عمومی توسط دانشجویان می‌شد که در نهایت انگیزه ارائه ایده‌های نو توسط آنها را تضعیف می‌کند. از سوی دیگر، دانشجویان تمایل زیادی به مشارکت در همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی و نیز انجمن‌های علمی نداشتند. به علاوه، آنها روحیه لازم برای مشارکت در انتخابات‌هایی که به دلایل مختلف برگزار می‌شود را نداشتند. این بدان معنی است که مشارکت رسمی در بین دانشجویان پایین بوده است که این مسئله منجر به کاهش انگیزه ارائه ایده‌های نو توسط آنها می‌شد. یافته‌های این پژوهش، به بعد زمانی و مکانی انجام پژوهش محدود می‌باشند. باید توجه داشت که این پژوهش در شهر ایلام و روی دانشجویان مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ایلام انجام شده است. لذا برای افزایش قدرت تعمیم‌دهی نتایج، بایستی تحقیقات مشابهی در سایر دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها به ویژه دانشکده‌های مرتبط با علوم اقتصادی و مدیریت انجام شود. دوم، با توجه به اینکه تکمیل پرسشنامه‌ها توسط دانشجویان و در بازه زمانی بین ساعات کلاسی صورت می‌گرفت، برخی از دانشجویان با شتاب‌زدگی به پرسش‌ها پاسخ می‌دادند که این موضوع می‌تواند نتایج را تحت‌الشعاع قرار دهد. در پایان پیشنهاد می‌گردد با توجه به تأیید تاثیر قابل ملاحظه اعتماد فردی و عمومی بر توسعه خلاقیت دانشجویان، باید مجموعه کارکنان و اعضای هیات علمی که معمولاً در ارتباط با دانشجویان هستند، در بین بهترین‌ها برای این مشاغل انتخاب و در نهایت آموزش‌های لازم و تربیتی مبتنی بر آموزه‌های دینی بگذرانند تا در یک فضای معنوی و دینی مبتنی بر اعتماد جریان بروز خلاقیت‌های فردی و سازمانی در دانشجویان فراهم گردد.

کتابنامه

۱. ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
۲. پیران، محمد و همکاران (۱۳۹۱)، «بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته گری ایران (مورد مطالعه: کارکنان شاغل در شهر صنعتی کاوه)»، مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۲، ش ۱.
۳. تسلیمی، محمدسعید، عباس منوریان و مصطفی آشنا (۱۳۸۵)، «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی»، در: فرهنگ مدیریت، سال چهارم، ش ۱۴.
۴. جمشیدی، میرهادی و نرجس حق پرست (۱۳۹۴)، «سنجش میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان» (مورد مطالعه: شرکت های تولیدی لوازم خانگی الکتریکی و الکترونیکی در ایران)، مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، ش ۱.
۵. ربیعی، علی و حکیمه صادق زاده، (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی»، تهران: فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یازدهم، ش ۴۱.
۶. عابدی، یونس، مهدی علی نژاد و قاسم محمد علی پور (۱۳۹۳)، «تنوع سرمایه انسانی در خلق و ایجاد سرمایه اجتماعی لازم برای خلاقیت گروهی»، فصلنامه دانش انتظامی شرق، تهران: دوره ۲، ش ۱.
۷. عباس زاده، محمد و لیلا نصرالهی وسطی (۱۳۹۳)، مطالعه نقش مداخله گرایانه سازه خلاقیت در تأثیرگذاری اعتماد نهادی بر ریسک پذیری کارآفرینان، دومین کنفرانس ملی جامعه شناسی و علوم اجتماعی، دی ماه، سالن همایش های دانشگاه تهران.
۸. عبداللهی، حمیدرضا (۱۳۸۶)، بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی، مطالعه موردی روستای نیک نامده از توابع شهرستان شمیرانات، پایان نامه کارشناسی ارشد، توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۹. فیروزآبادی، احمد و حسین ایمانی جاجرمی (۱۳۸۵)، «سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی - اجتماعی در کلان شهر تهران»، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ششم، ش ۲۶.

۱۰. فیروزآبادی، احمد و لیلا نصرالهی وسطی (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد»، در: پژوهش‌های روستایی، دوره ۵، ش ۱.
۱۱. کاظمی، مریم (۱۳۹۱)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با افزایش خلاقیت در کارکنان سازمان‌های دولتی و خصوصی استان آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه پیام نور تهران.
۱۲. گلدهان، طیبه و بدری شاه‌طالبی (۱۳۹۲)، تبیین رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی در بین کارکنان ستادی اداره کل آموزش و پرورش استان اصفهان، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، شیراز.
۱۳. ملایی، مصطفی، سیدمهدی محدث و محمدحسین رحمتی (۱۳۸۷)، نگاهی به سرمایه اجتماعی با رویکرد دینی و بررسی تاثیر آن بر افزایش خلاقیت، نوآوری و شکوفایی جامعه، اولین کنفرانس ملی خلاقیت‌شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران، تهران: پژوهشکده علوم خلاقیت‌شناسی، نوآوری و TRIZ،
http://www.civilica.com/Paper-ICIC01-ICIC01_119.html
۱۴. نصرالهی وسطی، لیلا (۱۳۹۱)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با روحیه کارآفرینی زنان روستایی: مورد مطالعه دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۱۵. هومن، حیدرعلی (۱۳۹۰)، تحلیل داده‌های چند متغیری در پژوهش رفتاری، تهران: نشر پارسا.

منابع لاتین

1. Asgari, M. H., Nojabae, S. S. and Ghane, M. (2011), *Analysis of the Relationship Between Social Capital and Organizational Entrepreneurship (Case Study: Iranian Steel Industry)*, Middle-East Journal of Scientific Research, Vol. 8 No. 5 pp. 908-912.
2. Bhandari, R. B. (2014), *Social capital in disaster risk management; a case study of social capital mobilization following the 1934 Kathmandu Valley earthquake*

- in Nepal", *Disaster Prevention and Management*, Vol. 23 No. 4 pp. 314 – 328.
3. Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran
 4. Ferri, P. J., Deakins, D. and Whittam, G. (2009), *The measurement of social capital in the entrepreneurial context*, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 3 No. 2 pp. 138-151.
 5. Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C. B., Payne, C.T. and Wright, M. (2013), *Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda*, E, T & P., pp. 455-478.
 6. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tathan, R.L. and Black, W.C. (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
 7. Haslam, S. A., Adarves-Yorno, I., Postmes, T & Jans, L. (2013), *The Collective Origins of Valued Originality A Social Identity Approach to Creativity*, *Personality and Social Psychology Review*, Vol.17, No.4, pp. 384-401.
 8. Heilbrunn, S. (2005), *Entrepreneurship, Social Capital and Community Development: The Case of the Israeli Kibbutz*, *Journal of Rural Cooperation*, Vol. 33 No. 2, pp.111-126.
 9. Iivonen, S., Kyrö, P., Mynttinen, P., Särkkä-Tirkkonen, M. and Kahiluoto, H. (2011), "Social Capital and Entrepreneurial Behaviour Advancing Innovativeness in Interaction between Small Rural Entrepreneurs and Researchers: A Phenomenographic Study", *The Journal of Agricultural Education and Extension*, Vol. 17 No. 1, pp. 37-51.
 10. Kaljee, L. M. and Chen, X. (2011), *Social capital and risk and protective behaviors: a global health perspective*, *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, Vol. 2 pp. 113–122.
 11. Nasrolahi Vosta, L. and Jalilvand, M. R. (2014), "Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship : An empirical study in Iran", *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 10 No. 3, pp. 209-227.
 12. Obstfeld, D. (2005), Social networks, the tertius iungens orientation, and involvement in innovation. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 50, pp. 100–130.

13. Wagner, J. and Sternberg, R. (2004), "Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data", *The Annals of Regional Science*, Vol. 38, pp. 219-240.
14. Wossena, T., Bergera, T. and Di Falcoc, S. (2015), "Social capital, risk preference and adoption of improved farm land management practices in Ethiopia", *Agricultural Economics*, 46, 81-97.
15. Zhou, J., Shin, J., Brass, D., Choi, J., & Zhang, Z. (2009), "Social networks, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 94 No. 6, pp. 1544–1552.

