



Investigating the relationship between social capital and the creativity of technical-engineering students and the mediating role of social developments and changes (case study: Islamic Azad University, Qochan Branch)

Mahnaz Amirpour^{*۱}

Mehdi Khoshkar^۲

(Receipt: ۲۰۲۱.۰۹.۰۲- Acceptance: ۲۰۲۳.۰۷.۰۶)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between social capital and entrepreneurship of engineering students of Islamic Azad University, Qochan Branch in ۱۴۰۰. Research Method: The survey method is cross-sectional in terms of time and is a type of applied studies and the sampling method is voluntary and available. The statistical population consisted of all engineering students with a sample size of ۲۹۹ people. Parametric tests such as correlation coefficient and regression were used to analyze the data. Results: showed that there was a correlation between social capital and entrepreneurship of ۰,۳۰۹, a correlation between the cognitive dimension social capital and entrepreneurship (۰,۳۹۸), a correlation between the relational dimension of social capital and entrepreneurial motivation (۰,۴۸۷), and The cognitive dimension of social capital and entrepreneurship is correlated to (۰,۳۹۸). Also, the effect of the mediating variable of social changes and changes in the relationship between social capital and student entrepreneurship is significant (۰,۸۳۹). Conclusion: By strengthening social capital, we can help increase their entrepreneurship and provide the ground for the growth and development of this organization, but it should not be

۱. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Qochan Branch, Islamic Azad University, Qochan, Iran

*Corresponding Author: mahnaz.amirpour@gmail.com

۲. Ph.D. student, Department of Social Sciences, Qochan Branch, Islamic Azad University, Qochan, Iran Khoshkar.mahdi۹۲@gmail.com

forgotten that social changes and developments can affect the relationship between these two variables.

KeyWords: social capital - components of social capital – entrepreneurship



۱۰.۳۰۴۹۵/jsc.۲۰۲۲.۱۹۵۰۸۳۹.۱۹۷۰



بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان رشته های فنی - مهندسی و نقش میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی (مورد مطالعه : دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان)

مهناز امیر پور^{1*}

مهدی خوشکار²

(دریافت: 1400/11/06 - پذیرش نهایی: 1402/04/15)

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان در سال 1400 بود. روش تحقیق: به روش پیمایشی، از نظر زمانی مقطعی و از نوع مطالعات کاربردی است و روش نمونه گیری داوطلبانه و در دسترس می باشد. جامعه آماری را کلیه دانشجویان مهندسی با حجم نمونه ای متشکل از 299 نفر صورت گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های پارامتریک مانند ضریب همبستگی و رگرسیون استفاده شده است. یافته ها: نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی به میزان 0/309، بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی به میزان (0/398)، بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و انگیزه کارآفرین همبستگی به میزان (0/487)، بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی به میزان (0/398) وجود دارد. همچنین تأثیر متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی دانشجویان معنادار است (0/839). نتیجه گیری: با تقویت سرمایه اجتماعی می توان به افزایش کارآفرینی آن ها کمک کرد و زمینه رشد و توسعه این سازمان را فراهم ساخت اما باید دور از ذهن نماند که تغییر و تحولات اجتماعی می تواند رابطه بین این دو متغیر را تحت تأثیر قرار دهد.

1. استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران

* نویسنده مسئول: mahnaz.amirpour@gmail.com

2. دانشجوی دکتری گروه علوم اجتماعی، واحد قوچان، دانشگاه آزاد اسلامی، قوچان، ایران Khoshkar.mahdi92@gmail.com

واژه‌های کلیدی:

سرمایه اجتماعی - مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی - کارآفرینی



شعبه پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

در دهه اخیر، سرمایه اجتماعی به یکی از مباحث اساسی مورد توجه محافل آکادمیک و تحقیقاتی جهان تبدیل شده است. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارها، ارزش‌های غیررسمی، قواعد عرفی و تعهدات اخلاقی است که رفتارهای متقابل افراد در چارچوب آن شکل می‌گیرد، سرمایه اجتماعی، ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد و موجب تسهیل روابط اجتماعی افراد می‌شود و معمولاً موجب افزایش همکاری و مشارکت اجتماعی افراد می‌شود و کمک می‌کند تا سرمایه انسانی و مادی و اقتصادی بتوانند در تعامل با هم به یک رشد پویا برسند (رحمانی و کاوسی، 1387: 25).

قرن جدید شاهد تاکید شرکت‌ها بر نوآوری است. این نیاز در پاسخ به چند مشکل پدیدآمده است که از آن جمله‌اند: رشد سریع رقبای پیچیده و جدید - بی‌اعتمادی به روش‌های سنتی در مدیریت شرکتی - خروج برخی از بهترین و درخشان‌ترین کارمندان از شرکت به منظور تبدیل شدن به کارآفرینان کوچک - رقابت بین‌المللی - کوچک شدن شرکت‌های بزرگ و میل به کلی به بالابردن بازدهی و بهره‌وری. باتوجه به این که یکی از ویژگی‌های اصلی کارآفرینان - خلاقیت و نوآوری است - شرکت‌ها باید توانایی نوآوری خود را ارتقا بخشند (الوانی، 2002: 251). مبانی نظری کارآفرینی در سطح سازمان، اهمیت سرمایه اجتماعی را در درک این که چگونه سازمان شبکه‌ها را خلق و آن‌ها را مدیریت می‌کنند، روشن می‌سازد. در سطح فرد نیز، مطالعات نشان می‌دهند، شبکه‌های شخصی کارآفرین، امکان دسترسی به منابعی را که خود فرد به تنهایی قادر به دستیابی به آن‌ها نیست، فراهم می‌کند. در مطالعات اخیر دانشمندان به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در کارآفرینی ایفا می‌کند و کارآفرینان برای موفقیت باید الگوی خاصی از سرمایه اجتماعی را باتوجه به ابعاد آن برای خود ترسیم کن. در عصر حاضر که رقابت و نوگرایی از مشخصه‌های آن محسوب می‌گردد با ورود به اقتصاد دانش محور، دانش در مقایسه با سایر عوامل تولید مانند زمین و سرمایه و ماشین‌آلات و... از ارجحیت بیشتری برخوردار شده است به طوری که در این اقتصاد، دانش به عنوان مهم‌ترین عامل تولید محسوب می‌شود و از آن به عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی سازمان‌ها یاد می‌گردد (ستارمن و همکاران، 2002: 25). احمدی و علیرضایی (1399) در پژوهشی تحت عنوان مطالعه تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی بیان می‌کنند که از بین متغیرهای مستقل پژوهش، متغیر سرمایه انسانی، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی به ترتیب دارای بیشترین تأثیر بر متغیر وابسته هستند. میزان ضریب تعیین هم‌نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل در مجموع 37 درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل تبیین است.

برای درگیر شدن در فعالیت کارآفرینانه، اشخاص باید بتوانند تغییرات محیطی را در نظر بگیرند و تأثیر این تغییرات را بر روی کسب و کار جدید خود ارزیابی کنند. ناتوانی کارآفرینی در پیش‌بینی موفقیت تجاری باعث عدم اطمینان محیطی می‌شود که می‌تواند از مشارکت وی در فعالیت کارآفرینانه جلوگیری کند. با این حال شبکه‌های اجتماعی مهارت و دانشی را فراهم می‌کنند که وجود ابهام ذاتی در فرایند کارآفرینی را کاهش می‌دهد (ربیعی و صادق‌زاده، 1390:67). به اعتقاد کاظمی پور (1396) موضوع شگفت‌آور این است که کاهش سرمایه اجتماعی در ایران، با وجود وقوع پدیده‌هایی نظیر انقلاب، جنگ، گسترش نفوذ مذهب و افزایش میزان تحصیلات - که همگی از عوامل افزایش سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود - پدید آمده است (کاظمی پور، 1396:25). درک این تغییرات از آن‌رو اهمیت دارد که علاوه بر یافته‌های پژوهش‌های فراوان بین‌المللی که هنوز ادامه دارد، در ایران نیز یافته‌های پژوهش‌های بسیاری نشان داده است که سرمایه اجتماعی، اثری مثبت بر توسعه اقتصادی (مویدفر، اکبری، دلیری، 1388:55)، رشد اقتصادی (رحمانی، عباسی نژاد و امیری، 1386:101)، رفاه اجتماعی (زاهد، شیانی و علی‌پور، 1386:121) و حتی احساس امنیت (دلاور و جهان‌تاب، 1390:14) دارد. تحولات اقتصادی و اجتماعی صورت‌گرفته در جوامع مختلف ساختار اجتماعی آنها را دگرگون کرده است. به همین خاطر مدیریت مناسبی نیز برای اداره این جوامع مورد نیاز است. در حالی که جوامع به‌ویژه نقاط شهری در عصر حاضر با سرعت اعجاب‌آوری گسترش می‌یابند، دولت‌ها و نهادهای برنامه‌ریزی اجتماعی نیز در تلاش‌اند تا با این نوع تغییرات اجتماعی و شرایط انفجاری جدید خود را تطبیق دهند (قمی، 1384). از این‌رو این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه وجود دارد؟

امروزه توجه به رقابت‌پذیری، به سبب رکود اقتصادی، نوسان‌های شدید و نرخ بالای بیکاری از یک‌طرف و از طرف دیگر پدیده جهانی شدن، افزایش رقابت، مشتری‌مداری، خلاقیت، نوآوری و مواردی از این قبیل، اقتصاد کشورها را با چالشی جدی مواجه ساخته است. این وضعیت باعث افزایش اهمیت دادن به کارآفرینی در رشد و توسعه کشورهای مختلف جهان به صورت یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر، مورد تأیید و تأکید قرار داده و در واقع از نگاه بیشتر صاحب‌نظران اقتصادی، کارآفرینی به‌عنوان مهم‌ترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و رشد و توسعه و تنها راه حل برای کاهش نرخ بیکاری و دستیابی به رفاه اجتماعی و اقتصادی شده است (رابینز، 1997:141). همچنین امروزه باتوجه به تغییرات گسترده در عملیات صنعتی، شکل سنتی سرمایه‌ای مانند: ساختمان‌ها، تجهیزات و... دگرگون شده و سرمایه‌های جدیدی مطرح شده طوری که نقش مهمی در رشد و توسعه صنعت دارند. به نظر می‌آید فزونی سرمایه اجتماعی کم‌وبیش شرط لازم لیبرال دموکراسی مدرن باشد. سطح پایین سرمایه اجتماعی منجر به نظام‌های سیاسی غیرمنعطف و غیرمسئول و همچنین سطح بالایی از فساد

در نظام سیاسی و به‌طور کلی در منطقه می‌شود. مؤسسات عمومی رسمی برای فعالیت درست به سرمایه اجتماعی نیاز دارند، و در عین حال که فزونی سرمایه اجتماعی می‌تواند منجر به تغییرات شدید و مقررات سختگیرانه شود، زیادی آن از کمبودش بهتر است (امین بیدختی و نظری، 20:1388).

واژه سرمایه دال بر این است که سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی، ماهیتی زاینده و مولد دارد، یعنی ما را قادر می‌سازد ارزش ایجاد کنیم، کارها را انجام دهیم، به اهدافمان دست یابیم، مأموریت‌هایمان را در زندگی به اتمام رسانیم و به سهم خویش به دنیایی یاری‌رسانیم که در آن زندگی می‌کنیم. وقتی می‌گوییم سرمایه اجتماعی زاینده و مولد است، منظور این است که هیچ‌کس بدون آن موفق نیست و حتی زنده نمی‌ماند (کلمن، 127:1377).

در نظر هانی فن (1916) نخستین نویسنده اصطلاح سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی آن "چیزی" یا "پدیده" ای است که در روابط میان انسان‌ها نهفته است و سبب پدید آمدن "حسن‌نیت" میان آنها می‌شود؛ همدلی آنها را نسبت به یکدیگر بر می‌انگیزد؛ آن‌ها را پیرو جمع می‌کند و بدین‌سان زمینه معاشرت بیشتر و روابط پایدار میان آنان را فراهم می‌آورد.

از نظر یورگن هابرماس سرمایه اجتماعی به معنای وفاق تفاهمی و کنش ارتباطی و هنجارهای عام فرا گروهی محصول جهان‌حیاتی و حوزه عمومی است. حوزه عمومی فضایی است که در آن کنش‌گران اجتماعی می‌توانند به دور از دخالت سیستم که معمولاً با زبان ثروت و قدرت (تطمیع و تهدید) برخورد می‌کند به گفتگوی آزاد، خردمندانه و به دور از هر نوع سلطه بپردازد و درباره اهداف (ارزش‌ها) و راه‌های رسیدن به آنها (هنجارها) به توافق برسند و با عقلانی کردن جهان زندگی، سیستم را نیز عقلانی نمایند و به‌طرف جامعه‌ای انسانی‌تر و برخوردار از خردورزی، انسجام، آزادی و عدالت بیشتر حرکت نمایند. حوزه عمومی و کنش ارتباطی، هم عامل و هم شاخص سرمایه اجتماعی عام و انتظام بخش حیات اجتماعی‌اند.

پی‌یر بوردیو معتقد است که تمامی جوامع در قالب فضای اجتماعی ظهور می‌کنند، یعنی در قالب ساختارهای تفاوت که فقط در صورتی واقعاً می‌توان آن‌ها را شناخت که بتوان اصل تعمیم‌گری که این تفاوت‌ها را در دنیای عینی پی‌ریزی کند، کشف یا بازسازی کرد؛ اصلی که عبارت است: از ساختار توزیع اشکال قدرت یا انواع سرمایه که در جهان اجتماع مورد بررسی - که بسته به زمان امکان تغییر می‌کند - تأثیر کاملی دارد (بوردیو، 3:1390).

از نظر او سرمایه به سه صورت دیده می‌شود: اقتصادی (دارایی مالی و مادی) فرهنگی (کالا، مهارت‌ها و عناوین نمادین کمیاب) و اجتماعی (منابعی که به صرف عضویت در گروه به فرد تعلق می‌گیرد) (استونز، 58:1379).

سرمایه اجتماعی در نظر بورديو مجموعه منابع مادی و معنوی است، که به یک فرد یا گروه اجازه می‌دهد تا شبکه‌ی پایداری از روابط کم‌وبیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل را در اختیار داشته باشد که اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند و آن را مستحق اعتبار می‌کند (بورديو، 1390:99).

جیمز کلمن نیز مانند بورديو بین انواع سرمایه فیزیکی، انسانی و اجتماعی تفاوت قائل است. از نظر کلمن سرمایه اجتماعی نشان دهنده‌ی یک منبع است، که بر مبنای کارکرد آن تعریف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو عنصر مشترک دارند: همه آنها شامل جنبه‌ی ای از یک ساخت اجتماعی هستند و این که کنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می‌کنند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع است که در روابط خانواده و در سازمان اجتماعی محلی وجود دارند و برای رشد اجتماعی و شناختی یک کودک یا جوان مفید هستند. این منابع برای افراد مختلف متفاوتند و می‌توانند امتیاز مهمی را برای توسعه سرمایه انسانی کودکان و جوانان ایجاد کنند (فیلد، 1386:70).

رابرت پاتنام سرمایه اجتماعی را این گونه تعریف می‌کند: ویژگی‌هایی از سازمان اجتماعی از جمله اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها که قادرند کارایی جامعه را با تسهیل کنش‌های تعاونی بهبود بخشد (پاتنام، 1996:27).

فوکویاما معتقد است که سرمایه اجتماعی، شکل و نمونه‌ی ملموسی از یک هنجار غیررسمی است که باعث ترویج همکاری بین دو یا چند فرد می‌شود. هنجارهای تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی می‌توانند از هنجار روابط متقابل دو دست گرفته تا آموزه‌های پیچیده‌ای را در برگیرند (فوکویاما، 1384).

به نظر جان فیلد اعضای جامعه با برقراری تماس با یکدیگر و پایدار ساختن آنها قادر به همکاری با یکدیگر می‌شوند و به این طریق چیزهایی را کسب می‌کنند که به‌تنهایی قادر به کسب آنها نمی‌باشند و یا به‌دشواری بسیار موفق به کسب آنها می‌شوند. انسان‌ها از طریق مجموعه‌ای از شبکه‌ها به هم متصل می‌شوند و تمایل دارند که ارزش‌های مشترکی با سایر اعضای این شبکه‌ها داشته باشند. با گسترش شبکه‌ها آنها نوعی دارایی را تشکیل می‌دهند که می‌توان آن را به‌عنوان نوعی سرمایه مورد لحاظ قرارداد. این سرمایه، همان قدر که در زمینه‌ی اولیه خود مفید است می‌تواند در سایر زمینه‌ها هم مفید باشد. در مجموع آشکار است که هرچه قدر افراد بیشتری را بشناسید و هرچقدر دید مشترک بیشتری با آنها داشته باشید، شما سرمایه اجتماعی غنی‌تری خواهید داشت. عضویت در شبکه‌ها و مجموعه ارزش‌های مشترک در بطن سرمایه اجتماعی قرار دارد. وان بیکر نیز جوهره و خمیرمایه اصلی سرمایه اجتماعی را در روابط و کنش رویارو بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و

کشورها مورد بررسی قرار داده است. به نظر او سرمایه اجتماعی، منابع فراوانی که در میان یا از طریق شبکه‌های فردی یا سازمانی قابل دسترسی هستند، اشاره دارد. این منابع شامل اطلاعات، نظریات، راهنمایی‌ها، ظرفیت‌های کسب‌وکار، سرمایه مالی، قدرت، حمایت اساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری می‌شود. بدون شبکه‌هایی که به خوبی ساخته شده و به خوبی مدیریت شوند، این منابع مخفی باقی می‌مانند. همچنین اگر ما به اسطوره‌های فردگرایی پناه ببریم و یا وانمود کنیم که ما صاحب مطلق سرنوشت خویش هستیم، یا این که روابط اجتماعی هیچ ارزشی برای ما ندارد، بازهم چهره این منابع ارزشمند، پوشیده خواهد ماند. سرمایه اجتماعی به واسطه ی تغییر در روابط کنشگران به وجود می‌آید (رمضانی و غفاری، 10:1392).

در ارتباط با تعریف مفهوم تغییرات اجتماعی، باتوجه به این که کدام بعد آن در تعاریف اهمیت داشته است، تعاریف متفاوتی می‌توان از آن به دست آورد. از جمله ابعاد تغییرات اجتماعی می‌توان به فعالیت گروه‌های مختلف، تغییر در ساختار اجتماعی، تغییر در کارکردهای جامعه و با تغییر در روابط اجتماعی اشاره نمود. از این رو دیدگاه‌های متفاوتی در رابطه با تعریف تغییرات اجتماعی شکل گرفته است؛ ویلبرت مور باتوجه به الگوهای رفتاری و فرهنگی، تغییر اجتماعی را تغییر در ارزش‌ها و هنجارها تعریف کرده است (موره، 39:1381). گیدنز تغییر اجتماعی را تنها در تغییر نهادهای اساسی جامعه در یک دوره معین می‌بیند، اما فارلی علاوه بر تغییر نهادهای تغییر در الگوی رفتار، روابط اجتماعی و ساختار در طی زمان مشخص را تغییر اجتماعی می‌نامد. در صورتی که گروهی دیگر از دانشمندان مانند مک آیور و پیچ صرفه تغییر اجتماعی را بر حسب تغییر در روابط اجتماعی تعریف می‌کنند (روشه، 10:1392).

1980 (بروکهاوس)¹: سه سطح مخاطره را شناسایی می‌کند: مخاطره کلی کارآفرینی، احتمال شکست و پیامدهای آشکار است. وی معتقد است که کارآفرین این سه مخاطره را می‌پذیرد.
1980 (پیترسون)²: معتقد است که کارآفرینی یک فرایند است، به‌تنهایی نمی‌تواند در شخص متجلی شود، بلکه تجلی آن باید با فرصت‌ها و تقاضاها نیز همراه باشد.
1981 (وسپر)³: کارآفرین از دیدگاه اقتصاددانان، روانشناسان، تاجران و سیاست مداران متفاوت است.

«وسپر» کارآفرینی را فرایند معرفی رقبای مستقل کوچک و بزرگ به شکست‌های فعلی می‌داند و کارآفرین را فردی معرفی می‌کند که رقابت را بالا می‌برد و شرکت‌های موجود را به مبارزه

۱. Brockhaus

۲. R. Peterson

۳. Wesper

می‌طلبد. او به دنبال شکاف‌های بازار و نیازهای ارضاء نشده در بازار، انتقال فناوری، ارائه ایده‌های جدید و اجرای آن‌ها می‌باشد. او سرمایه‌گذاری را ترغیب و مشاغل جدید را ایجاد می‌کند (هزارجریبی، 52:1384).

1984 (روتستات) ¹: کارآفرینی روند پویایی در جهت افزایش و ایجاد سرمایه است. این کار توسط کسی انجام می‌شود که خطر از دست دادن زمان یا فرصت‌های شغلی دیگر را جهت ارزش برای یک محصول یا خدمت می‌پذیرد.

1985 (رابرت هسیریچ) ²: کارآفرینی فرایند خلق چیز نو، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شغلی و استقلال است.

1985 (دراکر) ³: کارآفرین کسی است که فعالیت‌های اقتصادی جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند.

1987 (پالمر) ⁴: کارآفرین فردی است که که ابزار تولید را به منظور ادغام آن‌ها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار ارائه می‌کند.

1988 (مک میلان ولو) ⁵: معتقد است که کارآفرینی فرایند ایجاد شرکت‌های جدید می‌باشد.

1988 (چک و هاورث) ⁶: در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که کارآفرینان افرادی هستند که قابلیت مشاهده و ارزیابی فرصت‌های تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی حاصل از آنها را داشته و می‌توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند.

1989 (توآپ مان و مورنینگ استا) ⁷: در کتاب نظام‌های کارآفرینانه در دهه 1990 می‌آورند:

کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری‌گری، کارآفرین فردی است که فرصت ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکر جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تأثیر اندیشه، محصول یا خدمات خود را به‌نظام مشاهده کند (خنیفر، 25:1385). از نظر فرای سه عامل در انگیزه کارآفرین برای تأسیس یک شرکت نوپا دخالت دارند.

۱. Robert Ronstat

۲. Robert Hisrich

۳. P.Dracker

۴. Polmer

۵. I.Mcmillan & M.Low

۶. Chell & Haworth

۷. J.Tropman & Morninkar, ۱۹۸۹

این سه عامل عبارت‌اند از متغیرهای مقدم یا پیشینه، متغیرهای تسریع‌کننده یا حرکت‌دهنده و متغیرهای توان‌بخش (فرای، 1993:25).

از نظر ویلیام بای گریو¹ (1994)، عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی، روانی و محیطی هستند. یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا به طور تصادفی به دست می‌آورد. تصمیم‌گیری با عدم تصمیم‌گیری برای پیگیری آن فکر به عواملی همچون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل‌دسترس بودن منابع بستگی دارد (هزارجریبی، 1384).

«جفری تیمونز و دیگران»² (1985) در مدل خود، محیط، ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می‌گیرد و بر توانایی سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها تکیه می‌کند. همچنین کارآفرین را فردی می‌بندارد که دارای مهارت‌های چندگانه است (تیمونز، 1985:6).

«چل و هاوس» یکی از جامع‌ترین مدل‌های کارآفرینی را در سال 1988 ارائه نمودند. این مدل شامل ویژگی‌های شخصیتی و عناصر شخصیتی می‌باشند و همچنین بر قدرت سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها که مخالف تجهیز منابع می‌باشد نیز تاکید دارد. در این مدل کارآفرین، موفق فردی پنداشته می‌شود که مهارت‌های مختلفی همچون تشکیل تیم‌های کاری و انجام کار با کمک دیگران را داشته باشد (چل و هاوس، 1988:12).

کارآفرینان در توسعه اقتصادی جامعه از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردارند؛ آنها با بهره‌گیری از نیروها و استعدادهای خود قادرند حتی تهدیدات و تنگناهای محیطی را به فرصت‌های طلایی تبدیل کنند و در شرایط سخت اقتصادی مانند جنگ، تورم و غیره به بهره‌برداری از فرصت‌های جدید دست یابند. صاحب‌نظران و جامعه‌شناسان به آثار و نقش‌های کارآفرینان در جامعه وقوف کامل دارند و آنها را عاملان اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، تعادل در اقتصادهای پویا، کاهش بوروکراسی اداری، سازماندهی منابع و استفاده بهینه از آنها می‌دانند. در واقع می‌توان اذعان داشت که کارآفرینان و شرکت‌ها و سازمان‌های کارآفرین با قبول مسئولیت اجتماعی خود، هم به خواسته‌های جامعه و هم به سیاست‌های دولت پاسخ مثبت داده‌اند (هزارجریبی، 1384:35).

همان‌طور که در قرآن و احادیث موجود مشخص است دین اسلام مردم را به انجام فعالیت (کار) دعوت می‌کند و از انسان‌ها می‌خواهد که از کار خویش، دیگران را نیز بهره‌مند سازند و به طور مستقیم و غیرمستقیم مردم را تشویق به کارآفرینی و ایجاد شغل می‌کند تا از فقر و گرسنگی در یک

۱. William Bygrave

۲. Jeffery R. Cornwall & Baron Perlman

جامعه اسلامی جلوگیری شود. در نتیجه، افکار دینی یک فرد می‌تواند تأثیرگذار بر کارآفرینی او باشد. دین اسلام چون بیشترین توجه را به تک‌تک افراد جامعه دارد می‌تواند یک فرد کارآفرین را در کار و فعالیت خویش بیشتر تشویق کند و فرد کارآفرین با دید دینی می‌تواند در کار خود موفقیت بیشتری کسب کند و تنها به فکر منافع خویش نباشد و دیگران را نیز در موفقیت خویش شریک سازد، تا بتواند کار را توسعه دهد. با یک نگاه کلی به ویژگی‌های یک فرد کارآفرین و خصوصاتی که اسلام از یک انسان باتقوا انتظار دارد می‌توان فهمید که انسان مؤمن به تمام معنا، می‌تواند یک کارآفرین باشد چون مسئولیت‌پذیری، دستیابی به درجات بالاتر اجتماعی، تحمل شکست، امید و فعالیت که از ویژگی‌های یک کارآفرین است در اسلام نیز به انسان‌ها توصیه شده است تا بتوانند به موفقیت و کامیابی دنیوی و اخروی دست یابند. اسلام انسان‌ها را به داشتن امید و مثبت بودن تشویق می‌کند و هرگز منفی‌گرایی را قبول نمی‌کند. کارآفرینی از دیدگاه دین اسلام یک کار مقدس به شمار می‌آید. در بعضی از جوامع غربی که اقتصاد را جدا از اخلاق می‌دانند، اگر کسی بتواند به هر قیمت در بازار رقابت از دیگران پیشی گرفته و در کار خود پیروز شود، آن فرد به‌عنوان یک کارآفرین موفق شناخته می‌شود، لکن در جامعه اسلامی، یک کارآفرین حق ندارد از طریق رشوه، بهره‌کشی، ظلم، کلاه برداری، تملق و چاپلوسی و به‌طور کلی از راه نامشروع به کسب و کار بپردازد (خنیفر، 1385: 101).

ناهایپیت و گوشال^۱ با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: جنبه‌های ساختاری، رابطه‌ای و شناختی (قلیچ لی، بهروز، مشبکی، اصغر، 1385: 97).

1- عنصر ساختاری: اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی، شما با چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارت‌اند از روابط شبکه‌ای بین افراد؛ پیکربندی شبکه‌ای؛ و سازمان مناسب.

الف- روابط شبکه‌ای: روابط اجتماعی ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری موردنیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می‌دهند.

ب- پیکربندی روابط شبکه‌ای: سه ویژگی ساختار شبکه: تراکم، پیوند، و سلسله‌مراتب همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس یا قابلیت دسترسی اعضاء شبکه باعث انعطاف‌پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند.

ج- سازمان مناسب: سازمان‌های اجتماعی مناسب می‌توانند یک شبکه بالقوه دسترسی به افراد و منابعشان از جمله اطلاعات و دانش را فراهم کند، و از طریق ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی ممکن است مانع این تبادل شوند.

۱. Nahapiet, J., Ghoshal, S. 1998.

2- عنصر شناختی: اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است (قلیچ لی، بهروز، مشبکی، اصغر، 1385: 41).

عظامهر (1400) در پژوهشی تحت عنوان «تبیین ارتباط بین سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملی)» بیان می‌کنند که،

- 1- بین سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- 2- بین بعد شناختی سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- 3- بین بعد ساختاری سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- 4- بین بعد ارتباط سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

سپس برای مشخص‌شدن سهم هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی (فرضیه‌های فرعی) در میزان کارآفرینی از رگرسیون چندمتغیره استفاده گردید.

احمدی و مرادی (1400) در پژوهشی تحت عنوان «طراحی مدل ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران)» بیان می‌کنند که بین بعد ساختاری و بعد کیفیتی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی و در نهایت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح اطمینان 99/0 وجود دارد و همچنین رتبه‌بندی مؤلفه‌های متغیر سرمایه اجتماعی به ترتیب، تنوع، روابط متقابل، اعتماد، ساختاری، ارتباطی و اندازه و مؤلفه‌های متغیر کارآفرینی سازمانی به ترتیب، نوآوری در محصولات، کسب‌وکار جدید، نوآوری در فرایند، خود تجدیدی، رقابت تهاجمی، پیش‌گامی و ریسک‌پذیری به دست آمد و در نهایت صحت مدل ارائه شده در تحقیق اثبات گردید.

کینگ (2020) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی» بیان می‌کنند که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد؛ بدین معنی که کارآفرینان مستقر در گروه‌های اجتماعی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری هستند احتمال بیشتری دارد که بتوانند طور مؤثر فرصت‌های تجاری را تشخیص داده و از آن بهره گیرند.

روش:

باتوجه به موضوع و اهداف این پژوهش، روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی^۱ در مقطع زمانی خاص و در دسته پژوهش‌های کاربردی جای دارد. جامعه آماری، شامل کلیه دانشجویان دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان بود به لحاظ زمانی این تحقیق در سال 1400 اجرا گردید.

در هر تحقیقی واحد تحقیق بنا بر ماهیت مسئله مورد بررسی مشخص می‌شود؛ بنابراین باتوجه به مسئله حاضر، واحد تحلیل در این پژوهش فرد می‌باشد.

در این بخش برای سنجش اعتبار، از اعتبار صوری تحقیق استفاده شده است. برای بررسی روایی (پایایی) شاخص‌ها و گویه‌های سنجش هر یک از متغیرها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کردیم. در بین گویه‌های یک متغیر، گویه‌ای که با حذف آن شاهد تغییر محسوسی در ضریب آلفای کرونباخ بودیم از گویه‌های در نظر گرفته شده برای سنجش آن متغیر حذف گردید.

جدول شماره 1: آلفای کرونباخ متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	0/71
بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	0/72
بعد شناختی سرمایه اجتماعی	0/69
بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی	0/72
کارآفرینی	0/70

در جدول فوق قابلیت اعتماد متغیرهای تحقیق با آماره آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که گویه‌هایی که جهت سنجش متغیرها مورد بررسی قرار گرفته از همبستگی درونی بالایی برخوردار است. چون بیشتر از 0/7 می‌باشند.

یافته‌ها:

جدول شماره 2: توزیع فراوانی جنسیت پاسخ‌گویان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	161	53.8
زن	138	46.2
کل	299	100

جدول 1: نشان داد که 46/2 درصد پاسخگویان زن هستند و در مقابل 53/8 درصد نیز مرد می‌باشند.

جدول شماره 3: توزیع فراوانی سن پاسخگویان

سن	فراوانی	درصد	درصد معتبر
20-26	199	66.6	66.6
27-33	69	23.1	23.1
34-40	31	10.4	10.4
کل	299	100.0	100.0
میانگین		25.92	
حداقل		20	
حداکثر		40	

جدول 2: نشان داد که میانگین سنی پاسخگویان 25.92 سال است، حداقل سنی آنان 20 سال و حداکثر سن نیز 40 سال می‌باشد.

جدول شماره 4: توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخ‌گویان

مقطع تحصیلی	فراوانی	درصد
کارشناسی ارشد	155	51.8
کارشناسی	144	48.2
کل	299	100.0

جدول 3: نشان داد که 51.8 درصد از پاسخ‌گویان بیان کردند که در مقطع کارشناسی ارشد هستند، 48.2 درصد کارشناسی هستند.

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره 5: ضریب همبستگی پیرسون سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

آماره		
سطح معنی داری	همبستگی	
0.000	0.309	سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

نتایج ضریب همبستگی بیانگر این است که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی وجود دارد (0.309) و این همبستگی، معنی دار است. ($p < 0/05$) چون که سطح معنی داری 0.000 است، این مقدار مطلوب است چرا که از 0.05 کمتر می باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می شود یعنی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد فرضیه اول: بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد

جدول شماره 6: ضریب همبستگی پیرسون بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

آماره		
سطح معنی داری	همبستگی	
0.001	0.402	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

نتایج ضریب همبستگی بیانگر این است که بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی وجود دارد (0.402) و این همبستگی، معنی دار است. ($p < 0/05$) چون که سطح معنی داری 0.001 است، این مقدار مطلوب است چرا که از 0.05 کمتر می باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می شود یعنی بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرین رابطه معنی داری وجود دارد

جدول شماره 7: ضریب همبستگی پیرسون بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

آماره		
سطح معنی داری	همبستگی	
0.000	0.398	بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

نتایج ضریب همبستگی بیانگر این است که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی همبستگی وجود دارد (0.398) و این همبستگی، معنی دار است. ($p < 0/05$) چون که سطح معنی داری

0.000 است، این مقدار مطلوب است چرا که از 0.05 کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره 8: ضریب همبستگی پیرسون بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و انگیزه کارآفرین

آماره		
همبستگی	سطح معنی‌داری	
0.487	0.001	بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و انگیزه کارآفرین

نتایج ضریب همبستگی بیانگر این است که بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و انگیزه کارآفرین همبستگی وجود دارد (0.487) و این همبستگی، معنی‌دار است. ($p < 0/05$) چون که سطح معنی‌داری 0.001 است، این مقدار مطلوب است چرا که از 0.05 کمتر می‌باشد. پس بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود یعنی بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و انگیزه کارآفرین رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره 9: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل مؤثر بر کارآفرینی

Septwise	ر.ش ورود متغیرها گام‌به‌گام
0.408	ضریب همبستگی چندگانه R
0.166	ضریب تعیین R ²
0.141	ضریب تعیین تعدیل یافته R ² .adj
0.58964	خطای معیار S.E
11.564	تحلیل واریانس ANOVA
0.000	سطح معنی‌داری sig

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین برابر 0.166 است یعنی متغیرهای وارد شده به معادله تنها توانسته‌اند 0.166 درصد از واریانس تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین کنند.

جدول شماره 10: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل مؤثر بر کارآفرینی

Sig	t	S.E	Beta	b	متغیرهای مستقل
0.001	5.456	0.456		12.3564	مقدار ثابت
0.000	2.135	0.112	0.044	0.038	سرمایه اجتماعی
0.000	1.985	0.135	0.056	0.098	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
0.000	1.235	0.108	0.064	0.150	بعد شناختی سرمایه اجتماعی
0.000	2.365	0.185	0.045	0.087	بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی

نتایج حاصل بیانگر این است که متغیرهای سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بعد شناختی سرمایه اجتماعی و بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی وارد معادله شده‌اند. باتوجه به نتایج حاصل می‌توان معادلات رگرسیونی استاندارد و غیراستاندارد را چنین نوشت. معادله رگرسیونی غیراستاندارد چنین است:

$$\text{کارآفرینی} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k$$

$$+ (\text{بعد ساختاری سرمایه اجتماعی}) \times 0.098 + (\text{سرمایه اجتماعی}) \times 0.038 + 12.3564 = \text{کارآفرینی}$$

$$(\text{بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی}) \times 0.087 + (\text{بعد شناختی سرمایه اجتماعی}) \times 0.150$$

تفسیر این معادله به این معناست که با افزایش هر واحد متغیر مستقل، نمره متغیر وابسته به اندازه چند واحد ضریب رگرسیون (b) تغییر می‌کند. معادله رگرسیونی استاندارد چنین است:

$$\hat{Z}_j = B_1Z_1 + B_2Z_2 + \dots + B_kZ_k$$

$$+ (\text{بعد ساختاری سرمایه اجتماعی}) \times 0.056 + (\text{سرمایه اجتماعی}) \times 0.044 = \text{کارآفرینی}$$

$$(\text{بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی}) \times 0.045 + (\text{بعد شناختی سرمایه اجتماعی}) \times 0.064$$

ارقام مندرج در معادله به این معناست که با افزایش یک واحد انحراف استاندارد سرمایه اجتماعی میزان کارآفرینی به اندازه Beta انحراف استاندارد افزایش می‌یابد.

بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان رابطه معناداری وجود دارد.

$$z\text{-value} = \frac{0.56 * 0.60}{\sqrt{(0.60^2 * 0.055^2) + (0.56^2 * 0.029^2) + (0.055^2 * 0.029^2)}} = 8.15$$

همان طور که مشاهده می شود مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر 8/15 شد که به دلیل بیشتر بودن از 1/96 می توان اظهار داشت که در سطح اطمینان 95% تأثیر متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی دانشجویان معنادار است. مقدار VAF را نیز محاسبه می کنیم:

$$VAF = \frac{0.56 * 0.60}{(0.56 * 0.60) + 0.47} = 0.416$$

این بدان معنی است که 41/6 درصد اثر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی دانشجویان از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی تبیین می شود؛ بنابراین چون این مقدار از 0/5 کوچک تر می باشد نشان از ضعیف بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان رابطه معناداری وجود دارد.

$$z\text{-value} = \frac{0.53 * 0.60}{\sqrt{(0.60^2 * 0.049^2) + (0.53^2 * 0.030^2) + (0.049^2 * 0.030^2)}} = 7.97$$

همان طور که مشاهده می شود مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر 7/97 شد که به دلیل بیشتر بودن از 1/96 می توان اظهار داشت که در سطح اطمینان 95% تأثیر متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی در رابطه میان بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با کارآفرینی معنادار است. مقدار VAF را نیز محاسبه می کنیم:

$$VAF = \frac{0.53 * 0.60}{(0.53 * 0.60) + 0.47} = 0.403$$

این بدان معنی است که 40/3 درصد اثر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی تبیین می شود؛ بنابراین چون این مقدار از 0/5 کوچک تر می باشد نشان از ضعیف بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان رابطه معناداری وجود دارد.

$$z\text{-value} = \frac{0.51 \times 0.60}{\sqrt{(0.60^2 \times 0.044^2) + (0.51^2 \times 0.033^2) + (0.044^2 \times 0.033^2)}} = 7.88$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار z-value حاصل از آزمون سوبل برابر 7/88 شد که به دلیل بیشتر بودن از 1/96 می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان 95% تأثیر متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی معنادار است. مقدار VAF را نیز محاسبه می‌کنیم:

$$VAF = \frac{0.51 \times 0.60}{(0.51 \times 0.60) + 0.47} = 0.394$$

این بدان معنی است که 39/4 درصد اثر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی تبیین می‌شود؛ بنابراین چون این مقدار از 0/5 کوچک‌تر می‌باشد نشان از ضعیف بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دانشجویان با نقش میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان رابطه معناداری وجود دارد.

$$z\text{-value} = \frac{0.56 \times 0.60}{\sqrt{(0.60^2 \times 0.050^2) + (0.56^2 \times 0.060^2) + (0.050^2 \times 0.060^2)}} = 8.25$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار z-value حاصل از آزمون سوبل برابر 8/25 شد که به دلیل بیشتر بودن از 1/96 می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان 95% تأثیر متغیر میانجی تحولات و تغییرات اجتماعی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی معنادار است. مقدار VAF را نیز محاسبه می‌کنیم:

$$VAF = \frac{0.56 \times 0.60}{(0.56 \times 0.60) + 0.47} = 0.416$$

این بدان معنی است که 41/6 درصد اثر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی تعهد سازمانی تبیین می‌شود. بنابراین چون این مقدار از 0/5 کوچک‌تر می‌باشد نشان از ضعیف بودن تأثیر متغیر میانجی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی است. به این معنا که با افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی نیز افزایش و کاهش می‌یابد. یافته‌های پژوهش در جامعه مورد مطالعه نشان می‌دهد که تقریباً تمامی ابعاد کارآفرینی (بر اساس مدل کارلند و همکاران) تحت تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (بر اساس مدل استون) قرار دارند و تنها متغیر استقلال و خلاقیت مستقیماً تحت تأثیر سرمایه اجتماعی قرار ندارد. سرمایه اجتماعی در رابطه با کارآفرینی نقش اهرم را بازی می‌کند و نمی‌توان از آن به‌عنوان ایجاد کننده کارآفرینی نام برد اما برای این که خلاقیت موجود در فرد کارآفرین به عمل درآمده و منجر به کارآفرینی شود، عوامل محیطی زیادی دخالت و تأثیر دارند که یکی از آنها می‌تواند سرمایه اجتماعی باشد. تغییرات اجتماعی یکی از مشخصه‌های عمده جهان معاصر است. جوامع در حال گذار مانند ایران، تغییرات اجتماعی بسیاری را تجربه می‌کنند که می‌تواند بر متغیرهای مختلفی از جمله سرمایه اجتماعی و کارآفرینی تأثیرگذار باشند.

این تحقیق دارای محدودیت‌هایی بود که عبارت‌اند از:

- هر تحقیقی از ابتدای امر یعنی انتخاب موضوع تا مراحل اجرا، و تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری دارای محدودیت‌هایی است. بیان محدودیت‌ها در پژوهش به محققانی که قصد تحقیق در زمینه‌های مختلف را دارند، کمک می‌کند تا به دیدی باز و آگاهی از موانع، کمبودها و محدودیت‌های تحقیق به امر پژوهش در زمینه‌های مشابه بپردازند. این تحقیق نیز دارای موانع و محدودیت‌هایی است که در ذیل به آنها اشاره می‌کنیم.
- دشواری دسترسی به پاسخگویان و جلب رضایت آنان جهت تکمیل پرسش‌نامه‌ها نیز از محدودیت‌های این پژوهش به حساب می‌آید.
- بر اساس یافته‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها پیشنهاد می‌شود.
- تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی و انجمن‌های تخصصی در کسب و کارها یکی از راه‌حل‌های ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است. افراد در قالب نهادهای اجتماعی یکی از راه‌حل‌های ساختاری برای افراد در قالب نهادهای اجتماعی دارای هویت مشترکی می‌گردند و زمینه همکاری‌های گروهی در آنها تقویت می‌شود. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح فردی و گروهی در مؤسسات و کسب و کارها نیز امکان‌پذیر است. تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی در سازمان‌ها، با مشارکت داوطلبانه کارشناسان و متخصصان، می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها گردد.
- از آن جایی که بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد لذا مراکز علمی و دانشگاهی می‌تواند جهت تقویت کارآفرینی، سرمایه اجتماعی را تقویت کنند

- از سوی دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی نیز با کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد که با تقویت این ابعاد می‌توان کارآفرینی را تقویت کرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع:

- استونز، راب. (1379). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. مهرداد میردامادی، تهران، نشر نی.
- الوانی، مهدی. (1386). نقش کارآفرینان در توسعه. تحول اداری، دوره دوم، شماره 7.
- الوانی، سید مهدی. (1378). مدیریت عمومی، نشر نی.
- احمدی، مهدی و مرادی، آرام. (1400). طراحی مدل ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران). نهمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روان‌شناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.
- احمدی، ابراهیم و علیرضایی، محمد. (1399). مطالعه تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: فرماندهی پشتیبانی قرارگاه ستاد ناجا). فصلنامه دانش انتظامی استان مرکزی، سال دهم، شماره سوم، 39-11.
- امین بیدختی، امین و ماشالله، نظری. (1388). ارائه یک مدل نظری برای نهادینه‌سازی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی جهت بهبود عملکرد اقتصادی. فصلنامه راهبرد یاس، شماره 19.
- الوانی، سید مهدی. ناطق، تهمینه. فراچی، محمدمهدی. (1386). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره 5، صص 35-70.
- باب الحوائجی، فهیمه و زمانی راد، نسترن. (1392). سنجش رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی؛ مطالعه موردی: کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مستقر در شهر تهران. نشریه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، دوره 2، شماره 2.
- بورديو، پیر. (1390). تمایز. حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- پاتنام، رابرت. (1384). جامعه برخوردار سرمایه اجتماعی و زندگی عمومی، خاکباز، افشین و حسین پویان، تهران، شیراز.
- خنیفر، حسین. (1385). کارآفرینی در نظام ارزشی. انتشارات اکرام، چاپ اول.
- رایبیز، استیفن. (1383). تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها). ترجمه: دکتر الوانی و دکتر دانائی فرد، چاپ هشتم، ناشر: انتشارات صفار - اشراقی
- ربیعی، علی و سرابی، سولماز. (1392). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی، انجمن زنان مدیر کارآفرین). مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره 1، شماره 4.
- ربیعی، علی و صادق‌زاده، حکیمه. (1390). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی. فصلنامه رفاه اجتماعی، سال 11، شماره 41، 1-11.
- رحمانی، محمود و کاووسی، اسماعیل. (1387). اندازه‌گیری و مقایسه سرمایه اجتماعی در بخش‌های دولتی و خصوصی. چاپ اول، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، معاونت پژوهشی دفتر گسترش تولید علم.
- فیلد، جان. (1392). سرمایه اجتماعی. ترجمه حسین رضانی و غلامرضا غفاری، تهران، کویر.
- فوکویاما، فرانسیس. (1385). پایان نظم، غلام عباس توسلی. نشر حکایت قلم نوین.
- فوکویاما، فرانسیس. (1384). سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی. خاکباز، افشین و حسین پویان، تهران، شیراز.
- فوکویاما، فرانسیس. (1379). بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن، توسلی و شارع پور، کتاب ماه (علوم اجتماعی).
- قلی‌پور، رحمت‌الله؛ مدهوشی، مهرداد. جعفریان، وحید. (1387). تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی. فصلنامه فرهنگ مدیریت، شماره 17.

- عظامهر، زهرا. (1400). تبیین ارتباط بین سرمایه‌های اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملی)، هفتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری. کاظمی پور، عبدالمحمد. (1396). سرمایه اجتماعی در ایران: تحلیل ثانویه پیمایش‌های 1353-1382. انتشارات طرح‌های ملی.
- کلمن، جیمز. (1377). بنیادهای نظریه اجتماعی. منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- کلمن، جیمز. (1384). نقش کلمن، جیمز، در ایجاد سرمایه انسانی، خاکباز، افشین و حسین پویان، تهران، شیراز. هزارجریبی، جعفر. (1384). کارآفرینی. انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ اول

References

- Chell, E., and Haworth, G. (۱۹۸۸). Explorations of the Entrepreneurial Personality": A Latent Class Analysis, Paper to EIASM, Viena,
- Fry, Fredl (۱۹۹۳). Entrepreneurship: A Planning Approach, Mime Polis West ۱۳۰.
- Grave, Arent, Salaff. W. Janet (۲۰۰۳). Social networks and entrepreneurship" ۱۰۴۲-۲۵۸۷.
- King, S.E. (۲۰۲۰). Relationship between social capital and entrepreneurship in developing countries. Journal of Finance and Risk Perspectives, ۴(۱), ۷۲-۸۱.
- Seetharaman, A., Sooria, H, H, B, Z . and Saravanan, A, S. (۲۰۰۲). Intellectual capital accounting and Reporting in the knowledge economy, Journal of Intellectual capital, vol. ۳ No. ۲, pp. ۱۲۸-۱۴۸.
- Sánchez, P., Chaminade, C. and Olea, M. (۲۰۰۰). Management of Intangibles: an Attempt to Build a theory, Journal of Intellectual Capital, Vol. ۱ No. ۴, pp. ۳۱۲-۳۲۷.
- Thomas N. Garavan, B. (۱۹۹۴). Entrepreneurship Education and Training Programmers Review Evaluation., Journal Industrial Training, Volume ۱۸, Number ۸.

Tompson, John. L (۱۹۹۹).The World of the entrepreneurship a perspective,
Management Journal.Vol.۱۱, No.۶.



شپوشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی