

رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه شیراز) [◆]

قاسم سلیمی¹
محبوبه مهرورز²
رضا پذیرش³

چکیده

هدف: هدف کلی از انجام این پژوهش، پیش‌بینی نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز بود. **روش:** روش پژوهش در این مقاله، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه بررسی، شامل کلیه دانشجویان دانشگاه شیراز است که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی، 272 نفر از آنان انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه سرمایه اجتماعی گیو و همکاران (2013) و پرسشنامه آمادگی کارآفرینی اومنی و همکاران (2009) استفاده شده است. داده‌ها نیز با استفاده از روشهای آماری تی تک‌نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون چندمتغیره تحلیل شد. **یافته‌ها:** نتایج مطالعه حاکی از آن بود که دانشجویان ریسک‌پذیر نیستند. همچنین بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. **نتیجه‌گیری:** نتایج تحلیل داده‌های پژوهش نشان داد که از میان ابعاد سرمایه اجتماعی، سرمایه شناختی بیش از سایر ابعاد، آمادگی کارآفرینی در دانشجویان را پیش‌بینی می‌کند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، آمادگی کارآفرینی، دانشجویان دانشگاه شیراز.

◆ دریافت مقاله: 96/11/29؛ تصویب نهایی: 97/09/18

1. دکترای مدیریت آموزش عالی، استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)/نشانی: شیراز، بلوار جمهوری اسلامی، دانشگاه شیراز / نمابر: 36460583 / Email: salimi.shu@gmail.com
2. دانشجوی دکترای مدیریت آموزش، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شیراز.
3. دانشجوی کارشناسی علوم تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شیراز.

الف) مقدمه

در سالهای اخیر، کارآفرینی به یک نیروی اصلی در رشد اقتصاد جهانی تبدیل شده (م.سی. استی، 2008: 65) و آموزش مؤثر آن، مهم‌ترین عنصر در رشد اقتصاد جهانی به شمار می‌رود (وینسون و هانلون، 2016: 30). باور عمومی بر این است که کارآفرینی به منظور رفاه و کامیابی یک کشور، امری ضروری است (بوسومپ، فرمپانک و آچیا، 2013: 3)؛ بنابر این، کارآفرینی را می‌توان یکی از ضروریات قرن حاضر که به عصر اطلاعات موسوم است، دانست. بیشتر مطالعات در مبحث کارآفرینی، صرفاً به ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری و موقعیت محیطی پرداخته‌اند و سرمایه اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عامل، مورد توجه قرار نگرفته است (محمدی و همکاران، 1394: 25). بنابر این، در عصر تغییرات پرشتاب محیطی، پیشرفت مداوم و تغییر به سوی طراحی ساختار سازمانی مسطح و منعطف، ایجاب می‌کند که سرمایه اجتماعی به منزله یک شایستگی مشخص سازمانی، مورد توجه باشد (برائرهلم، زولتان و آدرتس، 2010: 105) و به دلیل نقش انکارناپذیر سرمایه اجتماعی در فعالیتهای کارآفرینانه و ایجاد ایده‌های جدید، تأثیر این دو مفهوم بر یکدیگر قابل انکار نیست. سرمایه اجتماعی نه تنها در سرمایه فیزیکی و انسانی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند، بلکه مهم‌ترین نقش آن تأثیرگذاری در جوامع و سازمانهاست.

کورادو (2011) بیان می‌دارد که دانش، عامل اصلی سرمایه اجتماعی است. از این رو، مدیران ارشد باید به دنبال آموزش دانش سرمایه اجتماعی افراد باشند؛ زیرا افراد برخوردار از سرمایه اجتماعی بالا، نقش کلیدی در توسعه جامعه خواهند داشت (کورادو، هرنیک و بنتیس، 2011: 2). نیتو و گنزالز آلوارز⁶ (2014) در پژوهش خود نشان دادند که افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر، به احتمال زیاد بیشتر مشتاق کشف و بهره‌برداری از فرصتهای کارآفرینانه می‌باشند؛ بنابر این، آماده‌سازی جوانان کشور به عنوان اصلی‌ترین سازندگان یک مملکت، از رویکردهای اصلی برای توسعه آمادگی کارآفرینی در هر نظام آموزشی به شمار می‌آید که تحقق آن مستلزم شناسایی و توجه به عوامل تأثیرگذار در این زمینه، به ویژه عوامل مرتبط با مشخصه‌های روان‌شناختی و متغیرهای شخصیتی دانشجویان (خاتون، 2013: 3) نظیر موفقیت‌طلبی، خطرپذیری، تحمل ابهام، اعتماد به نفس، نوآوری و خلاقیت است که می‌توان با آموزشهای مناسب، روحیه کارآفرینی و کارآفرین شدن را در آنان پرورش داد.

سانچز⁸ در پژوهش خود به این نتیجه رسید که دوره‌های آموزشی بر پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان تأثیر مثبت دارند (سانچز، 2011: 11). کارآفرینی می‌تواند به مثابه کلیدی برای رفع مسائل همواره در حال رشد بیکاری، در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی حلال مشکلات شود. بوسامپ و همکاران، ضمن تأکید بر اهمیت کارآفرینی در

1. McStay
2. Winsor & Hanlon
3. Bosompem, Annor-Frempong & Achiaa
4. Braunerhjelm, Zoltan & Audretsch
5. Curado, Henriques & Bontis
6. Nieto & González-Álvarez
7. Khatoon
8. Sánchez

45 ♦ رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان

حل بیکاری، بیان می‌دارند که بسیاری از افراد بیکار نمی‌توانند شغلی برای خود پیدا کنند، به این دلیل که فاقد مهارت‌ها و قابلیت‌های اصلی مورد نیاز یک کارآفرین‌اند (بوسومپ و همکاران، 2013: 1-2). از این رو، کشورهای در حال توسعه مانند ایران، برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی و حل مسائل و مشکلات عمومی جامعه مانند بیکاری و نظایر آن، ملزم به توسعه کارآفرینی‌اند.

بنابر این، با توجه به اینکه سرمایه‌های اجتماعی در ارتقا و بهبود کارآفرینی افراد، به خصوص دانشجویان، راهگشای بسیاری از مسائل است و راه را برای موفقیت‌های آتی هموارتر می‌سازد، مطالعه‌ای که به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر آمادگی کارآفرینی دانشجویان بپردازد، اندک است. لذا هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان در محیط‌های دانشگاهی (دانشگاه شیراز) است و در صدد است به این مسئله پاسخ دهد که آیا سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز است و تا چه میزان ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند.

1. سرمایه اجتماعی

از نظر بوردیو (1987) سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه‌ای از منابع واقعی و مجازی که از طریق برخورداری از شبکه‌های پایا و کم و بیش نهادینه شده روابط دوجانبه، برای یک فرد یا گروه انباشته می‌شود. لذا از نظر وی، سرمایه اجتماعی مشتمل بر دو بُعد شبکه اجتماعی و جامعه‌پذیری است که بهره‌برداری از آن منوط به آگاهی، شناخت و عمل به هنجارها و الگوهای روابط بین فردی است (پوپ، 2003¹). پوتنام (1993) نیز با به کارگیری مفهوم سرمایه اجتماعی در سطحی فراتر از سطح فردی، آن را شامل خصوصیات از سازمان‌های اجتماعی همچون: شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد می‌داند که باعث تسهیل همکاری و هماهنگی دوجانبه بین افراد می‌شود. لذا از منظر وی، سرمایه اجتماعی یک دارایی جمعی و یک کالای عمومی در گروه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. (شجانی باغینی، 1387)

علاوه بر تعاریف پیش گفته، در دو دهه اخیر نیز صاحب‌نظران با توجه به مبانی نظری و شرایط عملی متفاوت، تعاریف متنوعی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌اند. برای مثال، ویلاولونگا-اولوس و کاواچی² سرمایه اجتماعی را «منابع موجود در اختیار افراد و گروه‌ها از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی» و همچنین «منابعی همچون: اعتماد، ارزشها و اعمال تحریمها، که در اختیار اعضای گروه‌های اجتماعی قرار دارند» تعریف کرده‌اند (ویلاولونگا-اولوس و کاواچی، 2015: 62-63). در همین راستا، سیکس و همکاران³ بیان می‌دارند: «سرمایه اجتماعی عبارت است از خصوصیات سازمان‌های اجتماعی، از جمله اعتماد، شبکه‌ها و هنجارهایی که هماهنگی و همکاری را برای منافع شخصی تسهیل می‌کند». (سیکس و همکاران، 2015: 155)

1. Pope

2. Villalonga-Olives & Kawachi

3. Six, Van Zimmeren, Popa & Frison

مفهوم سرمایه اجتماعی اشاره به رفتار اقتصادی افراد دارد؛ به خصوص روشی که در آن مجموع دانش و مهارت‌هایشان آنها را قادر می‌سازد بهره‌وری و تولیدات خود را افزایش دهند (آلکناویسیوت و همکاران،¹ 2016: 3-2)؛ زیرا سرمایه اجتماعی از طریق تحت تأثیر قرار دادن انگیزش افراد و تشویق آنان، بر عملکردشان تأثیر می‌گذارد (گونسزاریک،² 2011: 62). گو و همکاران³ (2013) با رویکرد سازمانی، جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه بُعد ذیل جای می‌دهند:

یک) بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی؛ به پیوندها و تعاملات اجتماعی اشاره دارد و عبارت است از مقدار تعاملات اجتماعی میان شخص و افراد دارای روابط اجتماعی با وی. (گوشال و همکاران، 1998؛ نقل از: ریعی و صادق‌زاده، 1390)

دو) بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی؛ ماهیت روابط در یک اجتماع را در بر می‌گیرد و به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند و بر اعتماد کردن و قابل اعتماد بودن در ارتباطها تأکید دارد.

سه) بُعد شناختی سرمایه اجتماعی؛ به هنجارهای مشترک می‌پردازد و محور آن، شناخت؛ یعنی فعالیت‌های ذهنی و عقلی و اندیشه‌ای است و با استفاده از زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزشها را برای اعضای شبکه فراهم می‌آورد. (گو و همکاران، 2013: 2)

2. کارآفرینی

مطالعات روی کارآفرینی، دیدگاه‌های مختلف از جمله اقتصاد، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی را توسعه می‌دهد. دیدگاه اقتصادی، مبنای رفتار کارآفرینی را بر آمادگی کارآفرینی از طریق ملزومات اقتصادی مانند شرایط اقتصادی، سرمایه، مقررات دولتی و دیگر عوامل اقتصادی می‌داند (سانتوسو و دارما اتومو،⁴ 2016: 2). آمادگی کارآفرینی عبارت است از: ویژگی‌های شناختی فرد از توانایی (خودمدیریتی) و تمایل (خودآگاهی) به رفتار مستقیم در یک زمینه کارآفرینی (لاو و همکاران،⁵ 2012: 148). رفتار کارآفرینی از منظر جامعه‌شناسان، به روابط انسانی، سبک زندگی، فرهنگ جامعه و هنجارهای اجتماعی که رفتار کارآفرینی را شکل می‌دهند، اطلاق می‌شود. دیدگاه روان‌شناسان در رابطه با رفتار کارآفرینی نیز از عوامل روان‌شناختی نشئت می‌گیرد؛ عواملی چون ویژگی‌های شخصی و انگیزه‌های کارآفرینی. (سانتوسو و دارما اتومو، 2016: 2)

1. Aleknavičiūtė & et al

2. Gonczaryk

3. Gu & et al

4. Santoso & Dharma Oetomo

5. Lau, Dimitrova, Shaffer, Davidkov, Desislava, Yordanova

تعاریف مربوط به کارآفرینی

تعاریف زیادی در رابطه با کارآفرینی و کارآفرین ارائه شده که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

اندرده و همکاران، کارآفرینی را چنین تعریف کرده‌اند: «کارآفرینی، ایجاد و بهبود چیزی است به منظور ایجاد سود برای افراد و جامعه» (اندرده و همکاران،¹ 2015: 36). کارآفرینی عبارت است از «حوزه‌ای که بررسی می‌کند چرا، چطور و تحت چه شرایطی فرصت‌ها برای تولید کالاها و خدمات به وجود می‌آیند، ارزیابی می‌شوند و استفاده می‌شوند» (شان و وکاتارانان،² 2000؛ نقل از: لادواز و کانال،³ 2016: 3). به گفته جین و علی⁴ (2013)، خودکارآمدی و نگرش به جهت کارآفرینی، در علاقه فرد برای کارآفرین شدن مؤثرند. سینها و اسریواستا⁵ بیان می‌کنند که تعدادی از کارکنانی که به طور غیر مستقیم در سازمانی کار می‌کنند و با اصول کارآفرینی کار خود را انجام می‌دهند، کارآفرین سازمانی نامیده می‌شوند. (سینها و اسریواستا، 2013: 98)

3. پژوهش‌های انجام شده در زمینه رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی

اولوگبولا⁶ (2017) در پژوهشی به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر آمادگی جوانان برای شرکت در فعالیتهای کارآفرینانه و عناصر مشارکت‌کننده در موفقیت تازه‌کارها پرداخت و نشان داد که تعیین فرصت‌ها، انگیزه و منابع انسانی بر کارآفرینی تأثیر و نقش کلیدی در آموزش کارآفرینی دارند. (همان: 1)

هالیم و همکاران،⁷ در پژوهشی به بررسی آمادگی کارآفرینانه در ایجاد مؤسسات پرداختند. آنان در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که حمایت دولت آمادگی کارآفرینانه را متأثر می‌کند. بعلاوه، حمایت آموزشی باعث برقراری روابط مهمی با همه ابعاد آمادگی کارآفرینانه می‌شود. (هالیم و همکاران، 2017: 69)

تاتارکو و اسپچمدت⁸ در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که سرمایه اجتماعی فردی، رابطه مثبت و غیر مستقیم و معناداری با افزایش کنترل رفتاری درک شده و نگرش و ایجاد انگیزه‌های ایجاد کسب و کار دارد. (تاتارکو و اسپچمدت، 2016: 75)

اسچیلو، پرسود و جین⁹ در پژوهش خود نشان دادند که آمادگی کارآفرینانه، نمایانگر خصوصیات اقتصادی و به موقع افراد است و همچنین آمادگی کارآفرینانه، قدرت توجیهی مناسبی راجع به اهداف و مقاصد کارآفرینانه فردی دارد. (اسچیلو و همکاران، 2016: 619)

1. Andrade & et al

2. Shane and Vekataranan

3. Ladeveze & Canal

4. Jain & Ali

5. Sinha, N. & Srivastava

6. Olugbola

7. Halim, Ahmad, Hanifah & Ramayah

8. Tatarko & Schmidt

9. Schillo, Persaud & Jin

ویمبا و همکاران در پژوهش خود نشان دادند سرمایه انسانی به طور چشمگیر و مستقیم، جهت گیری کارآفرینی را متأثر می کند و سرمایه اجتماعی به طور چشمگیری بهره وری هزینه ها را متأثر می سازد. (ویمبا و همکاران، 2015: 241)

استانیوسکی و اسزوپینسکی¹ در پژوهش خود نشان دادند که اگرچه انتخاب رشته تحصیلی تأثیری بر آمادگی برای شروع کسب کار ندارد، اما رابطه معناداری بین برنامه اکادمیک و آمادگی دانشجویان برای شروع کسب و کار خود وجود دارد. همچنین جنسیت، میزان آمادگی دانشجویان را برای شروع کسب و کار خود متأثر ساخته است. (استانیوسکی و اسزوپینسکی، 2015: 609)

در پژوهش دیگری، شرما (2014: 1) بدین نتیجه دست یافت که نسبت به سرمایه های مالی، طبقاتی و انسانی، تنها سرمایه های اجتماعی به همراه رشته کارآفرینی می توانند نقش مثبت و معناداری در انگیزه های شغلی دانش آموزان داشته باشند.

لاو و همکاران (2012) در تحقیقی با عنوان «آمادگی کارآفرینی و رشد شرکتها» به این نتیجه رسیدند که رشد شرکت های کارآفرینی توسط اشکال اخلاقی و عامیانه آمادگی کارآفرینی که شامل توانایی و تمایل کارآفرینی است، شکل می گیرد (همان: 148). در پژوهشهایی جداگانه نیز به این نتیجه دست یافتند که بین مؤلفه های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

پژوهشگرانی چون: استم، آرزلانین و الفرینگ² (2014: 152)، بهنوش³ (2012: 3)، نانچن⁴ (2007: 226)، مددی (1392: 39)، گودرزوند و همکاران (2012: 162)، ممینی و خسروی پور (1392: 8)، ربیعی و صادق زاده (1390: 215)، فرزانه و طاهری اتاقسرا (1393: 111) در پژوهشهایی با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی، به این نتیجه دست یافتند که رابطه قابل توجهی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهشها و با توجه به اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان در محیط های دانشگاهی است.

ب) روش پژوهش

با توجه به اینکه این مطالعه در صدد سنجش نقش سرمایه اجتماعی در پیش بینی ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان مهندسی، علوم انسانی و علوم پایه دانشگاه شیراز است، روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه شیراز در سال 1395 است که با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای نسبتی، 272 نفر برحسب نوع دانشکده انتخاب شدند. در ارتباط با متغیر جمعیت شناختی سن نمونه آماری؛

1. Staniewski & Szopiński
2. Stam, Arzlanian & Elfring
3. Behnoosh
4. Nan Chen

رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان ♦ 49

218 نفر زیر 25 سال، 46 نفر بین 26 تا 30، هفت نفر بین 31 تا 40 و یک نفر بین 41 تا 50 سال سن داشتند. همچنین در ارتباط با سطوح دانشگاهی دانشجویان؛ 205 نفر از دانشجویان را کارشناسی، 38 نفر کارشناسی ارشد و 29 نفر را دانشجوی دکتری تشکیل می‌دادند. همچنین، در ارتباط با حوزه‌های علمی، 128 دانشجو از رشته‌های علوم انسانی، 100 دانشجو از رشته‌های فنی و مهندسی و 39 دانشجو علوم پایه و پنج دانشجو از سایر حوزه‌های دانشگاهی در این پژوهش مشارکت داشتند.

ج) ابزار پژوهش

ابزار مورد استفاده در این پژوهش، دو پرسشنامه آمادگی کارآفرینی اومنی و همکاران (2009: 10) شامل هشت بعد (آمادگی نیاز به موفقیت، آمادگی پروژه جدید، آمادگی تحمل، آمادگی خلاقیت، آمادگی اعتماد به نفس، آمادگی ریسک‌پذیری، آمادگی استقلال داشتن، آمادگی چالش‌پذیری) و 32 گویه و پرسشنامه سرمایه اجتماعی گبو و همکاران (2013) با سه بُعد ساختاری (چهار گویه)، بعد ارتباطی (سه گویه) و بعد شناختی (شش گویه) است که در این پژوهش، دو گویه از پرسشنامه کو و همکاران (2005) به آن اضافه شده است. گبو و همکاران (2013) برای همه ابعاد سرمایه اجتماعی در ابتدا تجزیه و تحلیل عامل اکتشافی انجام داده‌اند. تحلیل عاملی، یک ساختار سه عاملی در 11 مؤلفه را به همراه داشت. گفتنی است که هر دو پرسشنامه به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای (1=کاملاً مخالفم، 2=مخالفم، 3=نظری ندارم، 4=موافقم، 5=کاملاً موافقم) بود. برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها از روایی محتوایی و صوری و بررسی توسط اساتید متخصص حوزه و برای محاسبه پایایی پرسشنامه‌ها نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب آلفای کرونباخ نشانگر ضرایب پایایی حاصل از ابزارهای مورد استفاده با توجه به تعداد گویه‌های هر یک از ابعاد، مورد تأیید و در سطح مطلوب است. آلفای کرونباخ سؤالات پرسشنامه آمادگی کارآفرینی، 0/77 و آلفای کرونباخ سؤالات پرسشنامه سرمایه اجتماعی، 0/74 به دست آمد (جدول 1). اومنی و همکاران (2009: 9) در پرسشنامه خود، ضریب آلفای کرونباخ آمادگی کارآفرینی را 0/90 ذکر کردند. همچنین برای پاسخدهی به سؤالات پژوهش، از روشهای آماری ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون چندمتغیره با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. استفاده شد.

جدول 1: ضرایب روایی و پایایی پرسشنامه (N=272)

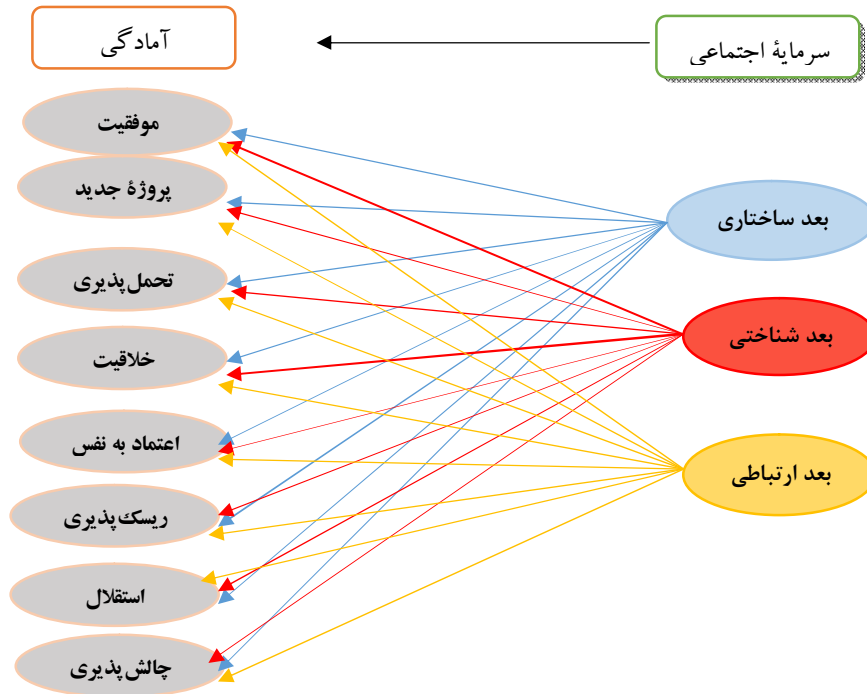
نام مقیاس	آلفای کرونباخ
آمادگی کارآفرینی	0/77
سرمایه اجتماعی	0/74

طبق مدل مفهومی ذیل، اهداف ما در این پژوهش، پاسخ به پرسشهای ذیل است:

- پرسش 1: سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز به چه میزان است؟
- پرسش 2: آمادگی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز به چه میزان است؟

پرسش 3: آیا سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز است؟

پرسش 4: تا چه میزان ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند؟



شکل 1: مدل مفهومی پژوهش

د) یافته‌های پژوهش

در تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها، ابتدا نرمال بودن توزیع نمونه‌ها با استفاده از آزمون ناپارامتری گولموگروف-اسمیرونف تأیید شد. سپس به منظور بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و آمادگی کارآفرینی، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. چنانکه مشاهده می‌شود، جدول 2 میانگین و انحراف استاندارد ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان (ساختاری، ارتباطی، شناختی) را نشان می‌دهد. میانگین نمونه در خصوص وضعیت نقش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن (ساختاری، شناختی و ارتباطی) در دانشجویان دانشگاه شیراز به ترتیب 3/53، 3/42، 3/63 است.

رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان ♦ 51

همچنین جدول 2، میانگین و انحراف استاندارد ابعاد آمادگی کارآفرینی دانشجویان (آمادگی نیاز به موفقیت،¹ آمادگی پروژه جدید،² آمادگی تحمل،³ آمادگی خلاقیت،⁴ آمادگی اعتماد به نفس،⁵ آمادگی ریسک پذیری،⁶ آمادگی استقلال داشتن،⁷ آمادگی چالش پذیری⁸) را نشان می‌دهد. داده‌های گردآوری شده در رابطه با ابعاد آمادگی کارآفرینی، نشان می‌دهد سه بعد آمادگی نیاز به موفقیت با نمره 3/90؛ آمادگی چالش پذیری با نمره 3/88 و آمادگی استقلال داشتن با نمره 3/87، به ترتیب از وضعیت بهتری نسبت به سایر ابعاد برخوردارند و بعد آمادگی ریسک‌پذیری با نمره 2/96، وضعیت بدتری نسبت به سایر ابعاد دارد.

در ادامه همان‌طور که در جدول 2 مشاهده می‌شود، ابعاد آمادگی خلاقیت با آمادگی پروژه جدید با ضریب همبستگی 0/58، بعد آمادگی اعتماد به نفس و آمادگی تحمل با ضریب همبستگی 0/55، آمادگی اعتماد به نفس و آمادگی نیاز به موفقیت با ضریب همبستگی 0/49، دارای بیشترین رابطه همبستگی و بعد آمادگی ریسک‌پذیری دارای کمترین ضریب همبستگی با سایر ابعاد است. به طور کلی بین سرمایه اجتماعی و آمادگی کارآفرینی با سطح خطای 0/05 رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P < 0/05$).

-
1. Need Achievement Readiness
 2. New Venture/Project Readiness
 3. Endurance Readiness
 4. Creativity Readiness
 5. Self-Confidence Readiness
 6. Self-Confidence Readiness
 7. Independence/Autonomy Readiness
 8. Challenge Readiness

جدول 2 همبستگی ابعاد متغیرهای سرمایه اجتماعی و آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز

متغیرهای پژوهش	رتبه‌بندی	استاندارد انحراف	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ساختاری	3/53	0/63													
شناختی	3/42	0/65	0/34												
ارتباطی	3/63	0/72	0/45	0/22											
آمادگی نیاز به موفقیت	3/90	0/80	0/24	0/25	0/28										
آمادگی پروژه جدید	3/47	0/63	0/18	0/17	0/15	0/18									
آمادگی تحمل	3/83	0/65	0/32	0/24	0/33	0/49	0/23								
آمادگی خلاقیت	3/56	0/50	0/26	0/21	0/19	0/38	0/58	0/37							
آمادگی اعتماد به نفس	3/84	0/57	0/36	0/25	0/26	0/49	0/35	0/55	0/44						
آمادگی ریسک پذیری	2/96	0/77	0/01	0/18	0/09	0/04	0/04	0/03	0/16	0/02					
آمادگی استقلال داشتن	3/87	0/71	0/18	0/26	0/23	0/32	0/21	0/29	0/27	0/37	0/06				
آمادگی چالش پذیری	3/88	0/65	0/14	0/13	0/16	0/23	0/34	0/17	0/32	0/35	0/01	0/26			
سرمایه اجتماعی	3/52	0/50	0/78	0/68	0/77	0/35	0/22	0/40	0/29	0/39	0/13	0/30	0/12		
آمادگی کارآفرینی	3/66	0/39	0/35	0/36	0/33	0/67	0/58	0/65	0/70	0/72	0/32	0/59	0/55	0/46	

(P<0/05)* (P<0/01)**

رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان ♦ 53

جدول 3: سنجش عدم همبستگی بین خطاها

دوربین - واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
2,133	.35073	.213	.216	.464

به منظور پیش‌بینی نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان، قبل از به کارگیری رگرسیون چندمتغیره، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده به وسیله معادله رگرسیون) و عدم وجود همبستگی بین آنها، از آزمون دوربین - واتسون استفاده شد. همان‌طور که در جدول 3 مشاهده می‌شود، همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر با 46 درصد است. ضریب تعیین، 216 درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که 21 درصد تغییرات آمادگی کارآفرینی مربوط به سرمایه اجتماعی است. با توجه به جدول، مقدار آماره دوربین - واتسون، 2,133 است؛ که می‌توان گفت بین خطاهای دو متغیر، همبستگی وجود ندارد. به طور کلی ثابت شده است که میزان دوربین - واتسون باید بین 1,5 تا 2,5 باشد و اگر حدود عدد 2 باشد، عدد خوبی است. لذا با توجه به عدد دوربین - واتسون به دست آمده، می‌توان استقلال خطاها را نتیجه‌گیری کرد.

پرسش 1: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند؟

به منظور تعیین سهم سرمایه اجتماعی در پیش‌بینی آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. ابتدا پیش‌فرضهای تحلیل رگرسیون، بررسی و برای تشخیص نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به آمادگی کارآفرینی، آزمون کالموگروف - اسمیرنوف به کار گرفته شد. با توجه به اینکه سطح معناداری بیش از 0/05 به دست آمد، در ادامه به تفسیر ابعاد سرمایه اجتماعی در تبیین آمادگی کارآفرینی خواهیم پرداخت.

جدول 4: رگرسیون رابطه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر آمادگی کارآفرینی دانشجویان

متغیرهای پیش‌بین	R	R2	β	t	p
1. ساختاری	0/46	0/21	0/17	2/80	0/005
2. شناختی			0/26	4/55	0/000
3. ارتباطی			0/19	3/21	0/001

$$F = (3, 273) = 25/6, p < 0/000$$

بر اساس جدول 4، مجموعه ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و ارتباطی)، 21 درصد از واریانس آمادگی کارآفرینی دانشجویان را پیش‌بینی می‌کنند و بر اساس ضرایب رگرسیون به دست آمده، تمام ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار آمادگی کارآفرینی در دانشجویان می‌باشند. از میان ابعاد سرمایه اجتماعی، سرمایه شناختی با میزان پیش‌بینی $\beta = 0/26, p < 0/000$ ، سرمایه ارتباطی با میزان پیش‌بینی $\beta = 0/19, p < 0/001$ و سرمایه ساختاری با میزان پیش‌بینی $\beta = 0/17, p < 0/005$ ، به ترتیب دارای بیشترین و کمترین پیش‌بینی کننده‌های آمادگی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند.

پرسش 3: تا چه میزان ابعاد سرمایه اجتماعی پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند؟

پرسش 1-3: تا چه میزان بُعد سرمایه ساختاری از ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز است؟

بر اساس جداول 5، 6 و 7، مؤلفه‌های سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی و سرمایه ارتباطی، 11 درصد از واریانس آمادگی نیاز به موفقیت، هشت درصد از واریانس آمادگی پروژه جدید، آمادگی خلاقیت و آمادگی استقلال داشتن، 15 درصد از واریانس آمادگی تحمل و آمادگی اعتماد به نفس، چهار درصد از واریانس آمادگی ریسک‌پذیری و دو درصد از واریانس آمادگی چالش‌پذیری را از متغیر ملاک آمادگی کارآفرینی پیش‌بینی می‌کنند. بر اساس جدول 5، ضرایب رگرسیون به دست آمده مؤلفه سرمایه ساختاری، پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار مؤلفه‌های آمادگی تحمل ($\beta=0/18$, $p<0/005$)، آمادگی اعتماد به نفس ($\beta=0/27$, $p<0/000$) و آمادگی چالش‌پذیری ($\beta=0/14$, $p<0/035$) در دانشجویان است. گفتنی است سرمایه ساختاری رابطه مثبت و معناداری را با مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت ($\beta=0/09$, $p<0/16$)، آمادگی پروژه جدید ($\beta=0/12$, $p<0/08$)، آمادگی ریسک‌پذیری ($\beta=-0/09$, $p<0/19$) و آمادگی استقلال داشتن ($\beta=0/04$, $p<0/55$) نشان نداد. سرمایه ساختاری بیشترین میزان پیش‌بینی کننده را به ترتیب با مؤلفه‌های آمادگی اعتماد به نفس ($\beta=0/27$, $p<0/000$) و آمادگی خلاقیت ($\beta=0/20$, $p<0/004$) نشان داد.

جدول 5: رگرسیون مؤلفه ساختاری سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان

متغیر پیش‌بین	رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی نیاز به موفقیت					رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی پروژه جدید				
	P<	T	β	R^2	R	P<	t	β	R^2	R
رشد و توسعه	0/34	0/11	0/09	0/11	0/34	0/16	1/40	0/12	0/083	0/21
	رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی تحمل					رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی خلاقیت				
	0/40	0/15	0/18	0/15	0/40	0/004	2/92	0/200	0/080	0/30
	رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی اعتماد به نفس					رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی ریسک‌پذیری				
	0/39	0/15	0/27	0/15	0/39	0/19	-1/30	-0/092	0/04	0/20
رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی استقلال داشتن					رگرسیون مؤلفه ساختاری بر آمادگی چالش‌پذیری					
0/30	0/08	0/040	0/08	0/30	0/035	2/11	0/14	0/02	0/18	

پرسش 2-3: تا چه میزان بعد سرمایه شناختی از ابعاد سرمایه اجتماعی پیش‌بینی کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز است؟

بر اساس جدول 6، ضرایب رگرسیون به دست آمده مؤلفه سرمایه شناختی، پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت ($\beta=0/17$, $p<0/004$)، آمادگی تحمل ($\beta=0/14$, $p<0/015$)، آمادگی اعتماد به

رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان ♦ 55

نفس ($\beta=0/13, p<0/021$)، آمادگی خلاقیت ($\beta=0/13, p<0/036$)، آمادگی ریسک‌پذیری ($\beta=0/18, p<0/004$) و آمادگی استقلال ($\beta=0/21, p<0/001$) در دانشجویان است.

گفتنی است که سرمایه شناختی رابطه مثبت و معناداری را با مؤلفه‌های آمادگی پروژه جدید ($p<0/067$) و آمادگی چالش‌پذیری ($\beta=0/09, p<0/13$) نشان داد.

سرمایه شناختی بیشترین میزان پیش‌بینی‌کنندگی را به ترتیب با مؤلفه‌های آمادگی استقلال داشتن ($p<0/001$) و آمادگی ریسک‌پذیری ($\beta=0/18, p<0/004$) نشان داد.

جدول 6: رگرسیون مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان

رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی پروژه جدید					رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی نیاز به موفقیت					متغیر پیش‌بین
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/486	0/69	0/04	0/083	0/21	0/003	2/95	0/19	0/11	0/34	رابطه آمادگی و پیش‌بینی
رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی خلاقیت					رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی تحمل					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/43	0/77	0/051	0/080	0/30	0/002	3/06	0/19	0/15	0/40	
رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی ریسک‌پذیری					رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی اعتماد به نفس					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/17	1/36	0/093	0/04	0/20	0/13	1/49	0/095	0/15	0/39	
رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی چالش‌پذیری					رگرسیون مؤلفه ارتباطی بر آمادگی استقلال داشتن					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/27	-1/08	-0/07	0/02	0/18	0/25	2/25	0/14	0/08	0/30	

پرسش 3-3: تا چه میزان بعد سرمایه ارتباطی از ابعاد سرمایه اجتماعی، پیش‌بینی‌کننده معنادار آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز است؟

بر اساس جدول 7، ضرایب رگرسیون به دست آمده مؤلفه سرمایه ارتباطی، تنها پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت ($\beta=0/19, p<0/003$) و آمادگی تحمل ($\beta=0/19, p<0/002$) است و رابطه مثبت و معناداری را با مؤلفه‌های آمادگی اعتماد به نفس ($\beta=0/095, p<0/13$)، آمادگی خلاقیت ($\beta=0/091, p<0/43$)، آمادگی ریسک‌پذیری ($\beta=0/093, p<0/17$)، آمادگی استقلال ($\beta=0/14, p<0/25$)، آمادگی پروژه جدید ($\beta=0/04, p<0/48$) و آمادگی چالش‌پذیری ($\beta=-0/07, p<0/27$) ندارد.

سرمایه ارتباطی، بیشترین میزان پیش‌بینی‌کنندگی را با مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت ($\beta=0/19, p<0/003$) و آمادگی تحمل ($\beta=0/19, p<0/002$) نشان داد.

جدول 7: رگرسیون مؤلفه ارتباطی سرمایه اجتماعی بر مؤلفه های آمادگی کارآفرینی دانشجویان

رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی پروژۀ جدید					رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی نیاز به موفقیت					متغیر پیش بین
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/067	1/84	0/11	0/083	0/21	0/004	2/91	0/17	0/11	0/34	رگرسیون مؤلفه شناختی
رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی خلاقیت					رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی تحمل					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/036	2/11	0/13	0/080	0/30	0/015	2/45	0/14	0/15	0/40	
رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی ریسک پذیری					رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی اعتماد به نفس					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/004	2/93	0/18	0/04	0/20	0/021	2/32	0/13	0/15	0/39	
رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی چالش پذیری					رگرسیون مؤلفه شناختی بر آمادگی استقلال داشتن					
P<	t	β	R ²	R	P<	t	β	R ²	R	
0/13	1/51	0/09	0/02	0/18	0/001	3/41	0/21	0/08	0/30	

هـ) بحث و نتیجه گیری

همان گونه که بیان شد، توجه به سرمایه اجتماعی و پرورش آن در دانشجویان، به عنوان یکی از مهم ترین قشرهای جامعه که ظرف مدت نسبتاً کوتاهی روانه بازار کار می شوند و در روند توسعه حال و آینده یک کشور نقش مهمی ایفا می کنند، بسیار ضروری است و دانشگاهها و مؤسسه های آموزشی باید نسبت به پرورش قابلیت های کارآفرینی، از جمله توجه به سرمایه های اجتماعی دانشجویان، به عنوان سرمایه بنیادی و باارزش، همت گمارند.

پژوهش حاضر به منظور پاسخگویی به مسئله پژوهش (نقش سرمایه اجتماعی در پیش بینی آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز) تدوین شده است. برخی از صاحب نظران، سرمایه اجتماعی را در ابعاد مختلفی طبقه بندی کرده اند؛ از جمله: ابعاد ساختاری (تعداد شبکه ها و تراکم ارتباطات)، رابطه ای (همکاری، تعهدات و انتظارات، اعتماد) و شناختی (زبان، اهداف و حکایات مشترک). همان طور که در پژوهش حاضر مشاهده شد، میزان همبستگی دو متغیر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی برابر با 0/46 بود؛ بنابر این، بین سرمایه اجتماعی و آمادگی کارآفرینی با سطح خطای 0/05، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد (P<0/05)؛ بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی دانشجویان در سه بُعد (ساختاری، رابطه ای و شناختی)، آمادگی کارآفرینی آنان در هشت بُعد (آمادگی نیاز به موفقیت، آمادگی پروژه جدید، آمادگی تحمل، آمادگی خلاقیت، آمادگی اعتماد به نفس، آمادگی ریسک پذیری، آمادگی استقلال داشتن، آمادگی چالش پذیری) افزایش می یابد. این یافته پژوهش با نتایج پژوهش های بهنوش (2012)، نیتو و گنزالز آلوارز (2014)، نانچن (2007)، استم و همکاران (2014)، شارما (2014)، تاتارکو و اسپچمدت (2016)، ویما و همکاران (2015)، براون و همکاران (2011)، گودرزوند و همکاران (2012) هم راستاست. این

57 ♦ رابطه سرمایه اجتماعی و ارتقای مؤلفه‌های آمادگی کارآفرینی دانشجویان

مطالعات همچنین با پژوهش‌های داخلی همچون: مددی (1392)، ممینی و خسروی پور (1392)، ربیعی و صادق‌زاده (1390)، فرزانه و اتاقسرا (1393) هم‌راستا است.

با اینکه رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی و آمادگی کارآفرینی مشخص شد، اما اینکه کدام یک از ابعاد سرمایه اجتماعی، هر یک از ابعاد آمادگی کارآفرینی را بیشتر تبیین می‌کند، نیاز به پژوهشی دقیق‌تر بود و بدین منظور از رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. در رابطه با تبیین و پیش‌بینی آمادگی کارآفرینی توسط سرمایه اجتماعی، یافته‌های مطالعه نشان داد که مجموعه ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و ارتباطی)، 21 درصد از واریانس آمادگی کارآفرینی دانشجویان را به صورت مثبت و معنادار پیش‌بینی می‌کنند. از میان ابعاد سرمایه اجتماعی؛ سرمایه شناختی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری، به ترتیب دارای بیشترین و کمترین پیش‌بینی‌کننده‌های آمادگی کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز می‌باشند؛ بدین معنا که آمادگی کارآفرینی دانشجویان بیش از هر چیز تحت تأثیر بیشترین مشترک از اهداف و ارزشهای آنان است که خود مقدمه فعالیت بهینه آنان را در زمینه‌های مختلف خلاقیت و کارآفرینی است. البته به منظور آمادگی کارآفرینی دانشجویان، دانشگاه باید بتواند بستر سرمایه‌های ساختاری دانشجویان را نیز فراهم سازد؛ بدین معنا که محیط‌هایی دانشگاهی باید بتواند باعث تحکیم پیوندها و تعاملات اجتماعی دانشجویان شوند؛ زیرا هر چه روابط و تعاملات دانشجویان بیشتر شود، آمادگی کارآفرینی آنان نیز بیشتر خواهد شد؛ و در آخر، به منظور آمادگی کارآفرینی بیشتر دانشجویان باید به ماهیت روابط دانشجویان در یک اجتماع و انواع روابط فردی دانشجویان پرداخته شود؛ روابطی که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند و بر اعتماد کردن و قابل اعتماد بودن در ارتباطها تأکید دارد.

علاوه بر این، نتایج پژوهش نشان داد که مؤلفه شناختی بیش از دیگر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (ساختاری و رابطه‌ای)؛ تبیین‌کننده و پیش‌بینی‌کننده ابعاد آمادگی کارآفرینی است؛ بدین صورت که بینش و درک مشترک از اهداف و همچنین ارزشهای مشترک توسط دانشجویان (مؤلفه سرمایه شناختی) پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت، آمادگی تحمل، آمادگی اعتماد به نفس، آمادگی خلاقیت، آمادگی ریسک‌پذیری و آمادگی استقلال در بین دانشجویان است. افزایش تحکیم پیوندها و تعاملات اجتماعی و روابط دانشجویان (مؤلفه ساختاری) نیز پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار آمادگی تحمل، آمادگی اعتماد به نفس و آمادگی ریسک‌پذیری دانشجویان؛ و ماهیت روابط دانشجویان در اجتماع دانشجویی و انواع روابط فردی دانشجویان (مؤلفه ارتباطی)، تنها پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنادار مؤلفه‌های آمادگی نیاز به موفقیت و آمادگی تحمل در دانشجویان دانشگاه شیراز است. بنابر این، به منظور ارتقای آمادگی کارآفرینی، سرمایه‌گذاری بر مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی بسیار مؤثر است و برای پرورش روحیه کارآفرینی و کارآفرین شدن دانشجویان ابتدا باید بعد شناختی را در آنان آموزش داد و در مرحله بعد، به پرورش ابعاد ارتباطی و ساختاری پرداخت؛ زیرا سرمایه شناختی بیشترین میزان پیش‌بینی‌کنندگی متغیر ملاک (آمادگی کارآفرینی) دارد.

بر اساس یافته‌های مطالعه، پیشنهاد‌های پژوهشی ذیل برای پژوهش‌های آتی و پیشنهادهایی به منظور بهبود و توسعه سرمایه اجتماعی دانشجویان در راستای کارآفرینی ارائه می‌شود:

- بررسی نقش سرمایه اجتماعی در موفقیت تحصیلی دانشجویان.
- پرورش بعد سرمایه شناختی دانشجویان به منظور کارآفرینی بیشتر.
- آموزش ابعاد سرمایه اجتماعی، به خصوص بعد شناختی دانشجویان.



منابع

- ربیعی، علی و حکیمه صادق‌زاده (1390). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی». *رفاه اجتماعی*، سال یازدهم، ش 11: 191-221.
- شجائی باغینی (1387). *مبانی مفهومی سرمایه اجتماعی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- فرزانه، سیف‌الله و فخرالسادات طاهری اتاقسرا (1393). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی مورد مطالعه: اداره آموزش و پرورش شهرستان بابل». *مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، دوره سوم، ش 4: 111-132.
- محمدی، میترا؛ محمد امین صیادی و میرحسین عامری (1394). «تبیین کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام». *پژوهشهای کاربردی در مدیریت ورزشی*، دوره پنجم، ش 17: 23-33.
- مددی، حمید (1392). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی درون سازمانی». *مدیریت توسعه و تحول*، ش 14: 39-49.
- ممبئی، آمنه و بهمن خسروی پور (1392). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی». *اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار*، 1-10.
- Aleknavičiūtė, R.; V. Skvarciany & S. Survilaitė (2016). "The Role of Human Capital for National Innovation Capability in eu Countries". *Economics and Culture*, 13(01): 114-115.
- Andrade, A.D.C.; L.W.D. Ben & M.C. Sanna (2015). "Entrepreneurship in Nursing: Overview of Companies in the State of São Paulo". *Revista Brasileira de Enfermagem*, 68(1): 40-44.
- Behnoosh, S. (2012). "The Relationship between Social Capital and Entrepreneurship in General Administration of Physical Education of Khorasan Province, Iran". *World Applied Sciences Journal*, 18(3): 1-3.
- Bosompem, M.; F. Annor-Frempong & Y. Achiaa (2013). "Perceived Entrepreneurial Competencies of Undergraduates and Self-Employment Creation after Graduation: Implication for youth Policy in Ghana". *International Journal of Business and Management Studies*, 2(3): 1-3.
- Braunerhjelm, P.; J. Zoltan, D. ACS & C. Audretsch (2010). "The Missing Link: Knowledge Diffusion and Entrepreneurship in Endogenous Growth". *Small Business' Economics*, 34(2): 105.
- Brown, S.; M. Dietrich, A. Ortiz-Nuñez & K. Taylor (2011). "Self-Employment and Attitudes towards Risk: Timing and Unobserved Heterogeneity". *Journal of Economic Psychology*, 32(3): 425-433.
- Curado, C.; L. Henriques & N. Bontis (2011). "Intellectual Capital Disclosure Payback". *Management Decision*, 49(7): 2.
- Farzaneh, Seifollah & Fakhrasadat Taheri Otahgsra (2014). "Study The Effect of Social Capital on Organizational Entrepreneurship". *Journal of Social-Cultural Development Studies*, 3(4): 111-132. URL: <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-214-fa.html>.

- Gonczaryk, L.B. (2011). "Corporate Social Capital: Results of Empirical Research in a Financial Institution". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 10: 62-67.
- Goudarzvand Chegini, M.; M. Alipour & A. Zamani (2012). "The Relationship between Social Capital and Inter-Organizational Entrepreneurship in Rasht Industrial City, Iran". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(3): 3157-3164.
- Gu, Q.; G.G. Wang & L. Wang (2013). "Social Capital and Innovation in R&D Teams, the Mediating Roles of Psychological Safety and Learning from Mistakes". *R&D Management*, 43(2): 2-3.
- Halim, H.A.; N.H. Ahmad, H. Hanifah & T. Ramayah (2017). "The Impediments to Entrepreneurial Ventures among the Bottom of Pyramid Community in Northern Malaysia". In *Handbook of Research on Small and Medium Enterprises in Developing Countries* (P. 67-81). IGI Global.
- Jain, R. & S.W. Ali (2013). "Self-Efficacy Beliefs, Marketing Orientation and Attitude Orientation of Indian Entrepreneurs". *The Journal of Entrepreneurship*, 22(1): 71-95.
- Khatoon, N. (2013). "The Impact of Emotional Intelligence on the Growth of Entrepreneurship". *International Journal of Business. Management & Research*, 3: 3.
- KO, D.G., L.J. Kirsch & W.R. King (2005). "Antecedents of Knowledge Transfer from Consultants to Clients in Enterprise System Implementations". *MIS Quarterly*, 59-85.
- Ladeveze, L.N. & M.N. Canal (2016). "Notion for Entrepreneurship in School Entrepreneurial Skills Training". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71: 3.
- Lau, V.P.; M.N. Dimitrova, M.A. Shaffer, T. Davidkov & D.I. Yordanova (2012). "Entrepreneurial Readiness and firm Growth: an Integrated Etic and Emic Approach". *Journal of International Management*, 18(2): 147-159.
- Madadi, H. (2013). "An Examination of the Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship". *Journal of Development & Evolution Mngement*, 14: 39-49.
- McStay, D. (2008). *An Investigation of Undergraduate Student Self-Employment Intention and the Impact of Entrepreneurship Education and Previous Entrepreneurial Experience*. Ph.D. Thesis, 65. School of Business, Bond University, Australia. Available on: <http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1066&context=theses>.
- Mohammadi, M; M.A. Sayadi & M.A. Ameri (2015). "The Determination of Organizational Entrepreneurship Based on Social Capital Components in Youth and Sports General Office of Ilam Province". Article 2, Vol. 5, Issue 17: 23-33.
- Mombeni, Amene & Bahman Khosravi Pour (2013). "The Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship". *First National Business Management Conference*. P. 1-10.

- Nan-Chen, C.; T. Lun-Chung, O. Wei-Ming & C. Kai-Ti (2007). "The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures". *Contemporary Management Research*, 3 (3): 213-232.
- Nieto, M. & N. González-Álvarez (2014). **Social Capital Effects on the Discovery and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities** Springer Science, Business Media New York. 1.
- Olugbola, S.A. (2017). "Exploring Entrepreneurial Readiness of youth and Start-up Success Components: Entrepreneurship Training as a Moderator". *Journal of Innovation & Knowledge*.
- Omenyi, A., Agu, N., & Odimegwu, C. O. (2009). **Development of scale for assessing student's entrepreneurship readiness in tertiary institutions: Initial psychometric evaluation.** 1-16, Available at: http://works.bepress.com/professorada_omenyi/7/.
- Pope, J. (2003). **Social Capital and Social Capital Indicators: A Reading List.** Working Paper Series, no. P. 10.
- Rabiee, A. & H. Sadeghzadeh (2011). "Study of Social Capital's Effect on Entrepreneurship. Social Welfare". 11(41): 191-222. URL: <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-717-fa.html>.
- Sanchez, J.C. (2011). "University Training for Entrepreneurial Competencies: Its Impact on Intention of Venture Creation". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3): 239-254.
- Santoso, S. & B. Dharma Oetomo (2016). "Relationship between Entrepreneurial Skills, Entrepreneurial Orientation, and Information Technology to Entrepreneurship Intention, Cases in Indonesia". *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 5(4): 2-3.
- Schillo, R.S.; A. Persaud & M. Jin (2016). "Entrepreneurial Readiness in the Context of National Systems of Entrepreneurship". *Small Business Economics*, 46(4): 619-637.
- Sharma, L. (2014). "Impact of Family Capital & Social Capital on Youth Entrepreneurship-a Study of Uttarakhand State, India". *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1): 1-18.
- Shojaei Baghini (2008). **Conceptual Foundations of Social Capital.** Tehran: Research Center for Cultural and Social Studies.
- Sinha, N. & K.B.L. Srivastava (2013). "Association of Personality, Work Values and Socio-Cultural Factors with Entrepreneurial Orientation". *The Journal of Entrepreneurship*, 22(1): 97-113.
- Six, B.; E. Van Zimmeren, F. Popa & C. Frison (2015). "Trust and Social Capital in the Design and Evolution of Institutions for Collective Action". *International Journal of the Commons*, 9(1): 155.
- Stam, W.; S. Arzlianian & T. Elfring (2014). "Social Capital of Entrepreneurs and Small firm Performance: A Meta-Analysis of Contextual and Methodological Moderators". *Journal of Business Venturing*, 29(1): 152-173.

- Tatarko, A. & P. Schmidt (2016). "**Individual Social Capital and the Implementation of Entrepreneurial Intentions: The Case of Russia**". *Asian Journal of Social Psychology*, 19: 76-85.
- Villalonga-Olives, E. & I. Kawachi (2015). "**The Measurement of Social Capital**". *Gaceta Sanitaria*, 29(1): 62-64.
- Waldemar Staniewski, M. & T. Szopiński (2015). "**Student Readiness to Start their Own Business**". *Ekonomski Istraživanja*, 28(1): 608-619.
- Wimba, I.G.A.; I.M.K. Budhi, I.G.V. Yasa & I.N.A. Saskara (2015). "**Effect of Social Capital on Entrepreneurial Orientation and Transaction Cost to Improve firm Performance in Wooden Craft smes in Bali Province-Indonesia (Doctoral Dissertation. Udayana University)**". *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 3(10): 240-256.
- Winsor, B. & D. Hanlon (2016). "**An Opportunity Evaluation Framework for Introductory Courses in Entrepreneurship**". *Journal of Entrepreneurship Education*. 19(2): 29-30.

