

رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران

حجت شکیبا^۱، سید یوسف حجازی^۲، سید محمود حسینی^۳

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه رازی کرمانشاه

۲- استادگروه ترویج و آموزش پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

۳- استادگروه ترویج و آموزش پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

چکیده

نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی به عنوان سرمایه‌ای شناخته شده است که بر تشخیص فرصت، گرایش کارآفرینی، تصمیم‌گیری‌های شغلی برای تبدیل شدن به یک کارآفرین و رشد تأثیر می‌گذارد. این پژوهش به منظور بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران انجام شد. تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر امکان کنترل متغیرها شبه آزمایشی و از نظر شیوه‌ی گردآوری داده‌ها میدانی است. جامعه‌ی آماری، همه‌ی دانشجویان سال آخر کارشناسی کشاورزی دانشگاه تهران بود ($N = 420$). با استفاده از فرمول کوکران، نمونه‌ی آماری به شمار ۲۰۱ تن و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب انتخاب شد. ابزار اصلی برای گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. پایایی بخش‌های مختلف پرسشنامه با استفاده از تنای ترتیبی محاسبه و روایی آن با نظرسنجی از اعضای هیات علمی دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران تأیید شد. برای آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش از مدل‌یابی معادله‌های ساختاری (SEM) استفاده شد. نتیجه‌ی تحقیق نشان داد که از بین سویگان ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه‌ی اجتماعی، سویه‌ی ساختاری از راه متغیر میانجی امکان‌پذیری درک شده، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد.

نمایه واژگان: سرمایه اجتماعی ساختاری، قصد کارآفرینی، دانشجویان کشاورزی،

نویسنده‌ی مسئول: حجت شکیبا

رایانامه: shakiba_h@ut.ac.ir

دریافت: ۹۵/۲/۲۸ پذیرش: ۹۵/۸/۱۷

مقدمه

آموزش عالی مقوله‌ای اجتماعی تصور می‌شود که از یک سو از امکان‌ها و منبع‌های انسانی و مادی جامعه استفاده می‌کند و از سوی دیگر باید پاسخ‌گوی انتظارات جامعه باشد. دانشگاه‌ها از نظر فراهم آوردن فضای تعاملی و سازنده یکی از مراکزهای ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند باشد. نهاد دانشگاه با نهادهای موجود در جامعه متفاوت است. در این مرکزها به مشتریانی خدمت می‌شود که خود محصول آن هستند (بائوم، ۲۰۰۴). دانشگاه و جو ارتباطی و ساختاری آن امکاناتی را در اختیار دانشجویان قرار می‌دهند تا از این راه دانشجویان شیوه‌های مختلف برقراری ارتباط با اشخاص (حقیقی و حقوقی) را بیاموزند. دانشگاه از دیدگاه وجود تجهیزات آموزشی پیشرفته و امکانات پژوهشی شیوه‌ی عملی فراگیری فنون و استفاده از آنها را آموزش می‌دهد. دانشگاه، دیدگاه و بینشی در زمینه شغل آینده و فرصت‌های شغلی‌ای را به دانشجویان می‌دهد که ممکن است برای آنها پیش‌آید (رستمی، ۱۳۸۹).

سرمایه‌ی اجتماعی چه به صورت رسمی و چه غیررسمی از تعامل افراد برای به دست آوردن پاداش مورد انتظار در بازار فراهم می‌شود. بدین معنی که، سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان سرمایه‌ی تولید شده در قالب رابطه‌های اجتماعی تعریف می‌شود (لین، ۲۰۰۳). ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، بر این باورند که سرمایه‌ی اجتماعی عبارت از مجموعه منابع پنهان و آشکار است که در مجموعه روابط واحدهای فردی و اجتماعی قرار دارد و از این روابط مشتق می‌شود. بنابراین، سرمایه‌ی اجتماعی هم شامل شبکه‌ها و هم سرمایه‌های جاری شده از آن شبکه‌ها خواهد بود. سرمایه‌های اجتماعی شناختی، ساختاری و رابطه‌ای سه نوعی هستند که این دو دانشمند چندی پیش آنها را مطرح کرده‌اند و جدیدترین طبقه‌بندی از سرمایه‌های اجتماعی به شمار می‌روند. سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری به اشتراک‌گذاری اطلاعات و اقدام جمعی و تصمیم‌گیری از طریق نقش‌های تثبیت شده، شبکه‌های اجتماعی و دیگر ساختارهای اجتماعی تکمیل شده توسط مقررات، رویه‌ها و گذشته‌ها را آسانگری می‌کند.

به همین ترتیب، این ساختار به نسبت عینی، خارجی و قابل مشاهده است. سرمایه‌ی اجتماعی شناختی اشاره به هنجارهای مشترک، ارزش‌ها، اعتماد، نگرش‌ها و باورها دارد. از این رو، بیشتر مفهوم ذهنی و نامحسوس است (آپهوف، ۲۰۰۰). این دو شکل سرمایه‌ی اجتماعی به حتم مکمل هم نیستند. اصطلاح رابطه‌ای نیز توصیف‌کننده‌ی نوع روابط شخصی مردم با یکدیگر از طریق پیشینه‌ی تعامل بین آنان می‌باشد (گرانووتر، ۱۹۹۲). این مفهوم بر روابط ویژه، مانند احترام و دوستی بین مردم که بر رفتار آنان تأثیر می‌گذارد، متمرکز است. این سرمایه با رابطه‌های شخصی پیوسته سبب می‌شود که مردم از راه آن چنین انگیزه‌های اجتماعی را مانند قابل معاشرت بودن، تصویب و منزلت را تحقق بخشند. سرمایه اجتماعی مانند سرمایه‌ی فیزیکی ممکن است با استفاده از آن افزون شده و یا در غیر این صورت تحلیل رفته و از بین برود (لینان و سانتوس، ۲۰۰۴).

بررسی‌های مربوط به سرمایه‌ی اجتماعی گسترده است. نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی به عنوان سرمایه‌ای شناخته شده که بر تشخیص فرصت (سای، ۲۰۰۰)، گرایش کارآفرینی (ریپولس و بسا، ۲۰۰۵)، تصمیم‌گیری‌های شغلی برای تبدیل شدن به یک کارآفرین (داویدسون و هونیک، ۲۰۰۳) و رشد (لی و تسانگ، ۲۰۰۱) تأثیر می‌گذارد. در این جا استدلال آن است که کارآفرینان منبع‌های ارزشمندی را از شبکه‌های اجتماعی خود به دست می‌آورند که به آنان در رسیدن به هدف هایشان، از جمله آغاز کسب‌وکار کمک می‌کند. با وجود مطالعه‌های گسترده انجام شده، در زمینه‌ی رابطه سرمایه اجتماعی با قصد کارآفرینی در اندک بررسی‌هایی دیده می‌شود.

در طی سال‌های کنونی برخی از محققان به این نتیجه رسیده‌اند که راه پیش‌بینی رفتار به ویژه هنگامی که رفتار نادر باشد، توجه به قصد است (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰). یکی از نخستین مقاله‌های قصد کارآفرینی مربوط به بیرد (۱۹۹۸)، است که قصد را این‌گونه تعریف کرده است: "... به عنوان یک حالت ذهنی هدایت‌کننده‌ی توجه فرد به سمت یک هدف مشخص است". مدل‌های قصد کارآفرینی پیش‌بینی و درک کارآفرینی را از راه تأثیر رابطه

لینان و همکاران (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان قصد کارآفرینی، سرمایه‌ی اجتماعی شناختی و فرهنگ: تحلیل تجربی در اسپانیا و تایوان، نشان دادند که نظریه‌ی یادگیری اجتماعی بندورا (۱۹۷۷)، امکانات جدید را برای درک بهتر نقش رابطه‌های اجتماعی در فرایندهای خلق، قصد و تشخیص فرصت به وجود آورده است. بنابراین، رابطه‌های میان ساختار اجتماعی و فرایند تشخیص فرصت در موقعیت ثانویه در مدل‌ها باقی مانده است. مقاله‌ی یاد شده ارتباط سرمایه‌ی اجتماعی شناختی را با شکل‌گیری قصد کارآفرینانه افراد در طول کشورهای مختلف بررسی کرده است و بر این باور است که فرهنگ ملی می‌تواند شکل‌دهنده‌ی دیدگاه‌های کارآفرینانه باشد، نه سرمایه‌ی اجتماعی شناختی.

بنابراین، هر دو سرمایه‌ی اجتماعی شناختی و فرهنگ ممکن است با هم در کمک به قصد کارآفرینانه نقش داشته باشند. هدف این مقاله ادغام مفهوم اقتصادی-اجتماعی سرمایه‌ی اجتماعی با مدل‌های مورد توجه از خلق شرکت جدید بود. هدف بعدی کشف اثرگذاری تفاوت‌های فردی در شناسایی‌های کارآفرینانه بود. در نتیجه با آغاز ادغام مدل‌های قصد کارآفرینانه، سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان عامل جدید معرفی شد. سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان مجموعه‌ی کاملی از ارتباط‌های فردی که دسترسی به منابع دیگر تولید مانند سرمایه‌ی انسانی و فیزیکی را امکان‌پذیر می‌کند، معرفی می‌شود.

رُز (۲۰۰۷)، در مقاله‌ای با عنوان، مسیرهای به کارآفرینی در سراسر دوره زندگی: یک مدل ابتکاری، به بررسی سه عامل ۱- سرمایه‌ی مالی ۲- سرمایه‌ی انسانی ۳- سرمایه‌ی اجتماعی و تاثیر آنها بر آغاز کسب‌وکار و موفقیت آن پرداخت و به این نتیجه رسید که سرمایه‌ی مالی تاثیر مستقیم و سرمایه‌ی اجتماعی و انسانی اثر غیرمستقیم و پیچیده‌ای بر کارآفرینی دارند.

پژوهش داویدسون و هوینگ (۲۰۰۳)، در بررسی نقش سرمایه‌ی اجتماعی و انسانی در میان کارآفرینان نوپا نشان می‌دهد آنگونه که شین و ونکاترمان (۲۰۰۰) استدلال می‌کنند پژوهش کارآفرینی باید به پدیده‌ی مراحل اولیه، مانند این که چگونه فرصت‌ها شناسایی می‌شوند و یا سازمان جدید چگونه به وجود

های اجتماعی پیشنهاد می‌کنند. دو مدل از مدل‌های قصد کارآفرینی توجه ویژه‌ای را جلب کرده‌اند: ۱- نظریه‌ی رویداد کارآفرینی شاپیرو (SEE) (شاپیرو، ۱۹۸۲) و نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده آیزن (TPB) (آیزن، ۱۹۹۱). نظریه‌ی رویداد کارآفرینی استدلال می‌کند که قصد کارآفرینی وابسته به مطلوبیت درک شده، امکان‌پذیری درک شده و گرایش به کار در افراد است، با این استدلال که رفتار افراد در طول یک مسیر ادامه خواهد داشت تا هنگامی که چیزی (نامنی شغلی، از دست دادن شغل، دریافت ارث و غیره) این مسیر را تغییر دهد. این تغییر باعث می‌شود که افراد فرصت‌های دیگر را از جمله آغاز یک کسب‌وکار، ارزیابی کنند. با آغاز نظریه‌ی یادگیری اجتماعی که توسط بندورا (۱۹۹۷)، مطرح شد، یک رویکرد مهم در توضیح رفتار کارآفرینی یعنی مدل قصد کارآفرینی، پیدا شد. در این راستا به گونه همسان اما با جزئیات بیش تر، آیزن (۱۹۹۱) مدل رفتار برنامه‌ریزی شده را توسعه داد.

این مدل سه پیشینه‌ی نگرشی در شکل‌گیری قصد را نشان می‌دهد. دو مورد نشان‌دهنده‌ی مطلوبیت درک شده از انجام رفتار شامل نگرش شخصی نسبت به پیامدهای رفتار و هنجارهای اجتماعی درک شده است. مورد سوم، کنترل رفتاری درک شده، نشان‌دهنده‌ی برداشت‌هایی است مبنی بر اینکه رفتار در نهاد خود قابل کنترل است یا نیست. کنترل رفتار درک شده نشان‌دهنده‌ی امکان‌پذیری درک شده از انجام رفتار و مربوط به برداشت‌هایی از شایستگی (خودکارآمدی) است. نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده بیش تر پیشینه‌ی هر یک از این نگرش‌ها را مشخص می‌کند. با توجه به مدل آیزن (۱۹۹۱)، ۱۱ مورد از ۱۹ مورد آزمایش نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده نشان داد که ضریب رگرسیون برای متغیر هنجارهای اجتماعی، برای توضیح مستقیم قصد، منفی بود و یا شایان توجه نبود.

شاید این به دلیل تاثیر مستقیم هنجارهای اجتماعی بر مطلوبیت درک شده و امکان‌پذیری درک شده و پس از آن به طور غیرمستقیم بر قصد باشد. مدل رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آیزن دارای حمایت تجربی است (کالورید، ۱۹۹۶؛ شک و همکاران، ۲۰۰۳).

ساختاری نشان داد که سرمایه‌ی اجتماعی تاثیر مستقیم و مثبت معنی‌داری بر کارکرد شغلی دانش‌آموختگان مورد بررسی دارد.

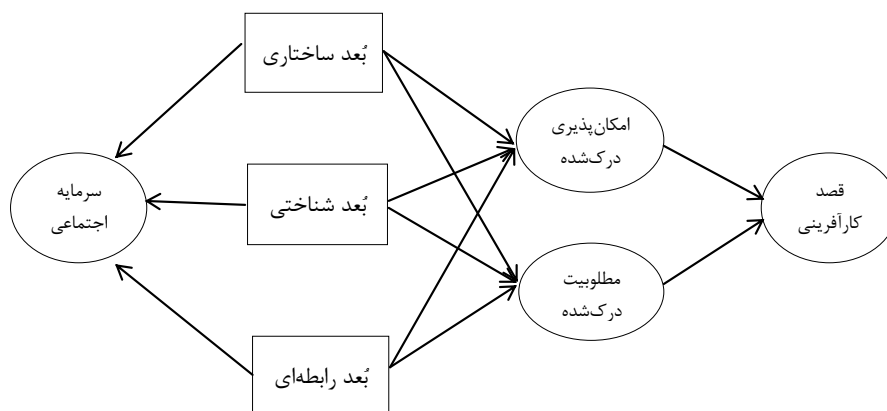
تحقیق تادارکو و اسمیت (۲۰۱۶) در مورد سرمایه اجتماعی فردی و نیت‌های کارآفرینی، در روسیه نشان داد کسانی که دارای سرمایه اجتماعی فردی بیشتری هستند، این منبع‌ها تاثیر غیرمستقیم و مثبتی (با افزایش کنترل رفتاری درک شده و نگرش) بر قصد آغاز کسب و کار آنان دارد.

بر پایه ادبیات موجود ترکیب سویه‌گان مختلف سرمایه اجتماعی در مدل‌های نیت محور کارآفرینانه امیدوارکننده به نظر می‌رسد. کلمن (۱۹۸۸) بر این باور است که رابطه‌های اجتماعی عنصرهای بسیار مهمی در ایجاد سرمایه انسانی هستند. یعنی گنجاندن سازه‌های مختلف، نشان‌دهنده‌ی رابطه‌های اجتماعی در درون مدل‌های قصد کارآفرینی، که به نظر می‌رسد راهی برای بهبود ظرفیت توضیحی مدل‌های قصد نیز باشد. در مدل این تحقیق سرمایه‌ی اجتماعی شامل ابعاد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای برگرفته از مدل ناهاپیت و گوشال است که با دو متغیر میانجی مطلوبیت درک شده و امکان‌پذیری درک شده با توجه به ادبیات تحقیق بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند.

می‌آید، بپردازد. در همه مرحله‌های روند نوپای راه‌اندازی شرکت، اهمیت افزایش سرعت با توجه به عضویت در شبکه‌های کسب‌وکار و احتمال فروش یا سودآوری، شناخته شدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که برای کارآفرینان و کارآفرینان نوپا حفظ فعالیت‌ها، نگهداری امکانات مالی و توسعه‌ی روابط اجتماعی در صنعت بسیار مهم است و البته، این روابط از حفظ ارتباط با سازمان‌های پشتیبان یا حتی در طبقه‌ی کسب‌وکارهای عمومی بودن مهم‌تر هستند. عضویت در شبکه‌های کسب‌وکار نتایج قوی و پیوسته‌ای را در طول عمر فعالیت‌های نوپایی شرکت نشان می‌دهد.

تحقیق دکارولیس و همکاران (۲۰۰۶)، با عنوان سرمایه‌ی اجتماعی، شناخت و فرصت‌های کارآفرینانه: یک چهارچوب نظری، نشان داد که چگونه کارآفرینان با سرمایه‌ی اجتماعی و شناخت، برای بهره‌برداری از فرصت‌ها تعامل و نفوذ پیدا می‌کنند و چگونه رفتار (بهره‌برداری از فرصت‌ها) نتیجه‌ی فعل‌وانفعال‌های میان محیط (سرمایه‌ی اجتماعی شبکه) و عامل‌های شخصیتی (تعصب شناختی و درک خطر پذیری) است.

وانگ (۲۰۰۸)، در یک پژوهش جامع درازمدت با عنوان تاثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارکرد شغلی دانش‌آموختگان دانشکده‌ها با به کارگیری مدل سازی معادله‌های



نگاره ۱- مدل نظری رابطه قصد کارآفرینی با سرمایه اجتماعی

متغیرها غیرآزمایشی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها میدانی و از لحاظ شیوه‌ی تحلیل داده‌ها از نوع همبستگی-

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر امکان کنترل

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS_{win16} و LISREL_{ver8.54} استفاده شد.

یافته‌ها

تحقیق نشان داد که میانگین سن دانشجویان مورد بررسی ۲۲/۲۲ سال با انحراف معیار ۱/۱ سال بود و آنان در دامنه‌ی سنی ۲۱ تا ۲۹ سال قرار داشتند. همچنین از لحاظ جنس، ۱۰۳ نفر از دانشجویان مورد بررسی پسر و ۹۸ نفر آنان دختر بودند. از لحاظ وضعیت تأهل، ۱۹۰ تن از دانشجویان مورد بررسی مجرد و ۱۱ نفر از آنان متأهل بودند. محل زندگی ۲۲ تن در روستا و محل زندگی ۱۷۹ تن شهر بود.

به منظور تعیین سطح سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان کشاورزی مورد بررسی از شاخص ISDM استفاده شد (کانکادها راپا و دیگران، ۲۰۰۷). در آغاز، جمع نمره‌های گویه‌های تشکیل‌دهنده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان کشاورزی به دست آمد. آن‌گاه سطح سرمایه‌ی اجتماعی پاسخگویان در سه دسته‌ی بالا، متوسط و پایین محاسبه می‌شود. بدین ترتیب همان‌گونه که در جدول ۲، مشاهده می‌شود، حدود نیمی از دانشجویان دارای سرمایه‌ی اجتماعی پایینی هستند.

جدول ۲- توزیع فراوانی دانشجویان بر پایه سطح سرمایه‌ی اجتماعی

سطح سرمایه‌ی اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد انباشته
پایین	۱۰۲	۵۰/۷	۵۰/۷
متوسط	۹	۴/۵	۵۵/۲
بالا	۹۰	۴۴/۸	۱۰۰
جمع	۲۰۱	۱۰۰	-

میانگین: ۶۰/۲۶ انحراف معیار: ۱/۶۶

در این پژوهش به منظور سنجش سطح قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی مورد بررسی نیز از فرمول مورد استفاده در تعیین سطح سرمایه‌ی اجتماعی استفاده شد. بر این پایه با توجه به جدول ۳ می‌توان گفت که تنها حدود یک سوم دانشجویان مورد بررسی

کوواریانس به‌شمار می‌رود. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل همه‌ی دانشجویان سال آخر کارشناسی کشاورزی دانشگاه تهران (پردیس کشاورزی و منابع طبیعی و پردیس ابوریحان) بود (N=۴۲۰). با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه آماری برابر با ۲۰۱ تن محاسبه و نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای متناسب انجام شد.

ابزار اصلی تحقیق برای گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ی شامل دو بخش بود. بخش اول: سه مقیاس به ترتیب برای سنجش قصد کارآفرینی با شش پرسش، مطلوبیت درک شده با چهار پرسش و امکان‌پذیری درک شده با شش پرسش. برای این بخش از پرسشنامه‌ی لینان و سانتوس (۲۰۰۷)، که در بررسی‌های مختلف این دو پژوهشگر استفاده شد که پس از بازنگری و هماهنگی با شرایط اجتماعی-فرهنگی کشور استفاده شد. بخش دوم: شامل سه مقیاس محقق ساخته برای سنجش سویگان سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری، شناختی و رابطه‌ای بر گرفته از پژوهش‌های ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، و مطالعه‌ی کتابخانه‌ای در دانشگاه تهران است.

به این ترتیب، هفت پرسش برای سنجش سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری، شش پرسش برای سنجش سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ای و هفت پرسش برای سنجش سرمایه‌ی اجتماعی شناختی استفاده شد. روایی پرسشنامه با نظرسنجی از اعضای هیات علمی دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران پس از اصلاح و بازنگری تأیید شد. برای تعیین پایایی بخش‌های مختلف پرسشنامه از تتای ترتیبی استفاده شد که مقدار آن برای مقیاس قصد کارآفرینی و همچنین سرمایه‌ی اجتماعی در جدول ۱، گزارش شده است.

جدول ۱- تتای ترتیبی متغیرهای مختلف تحقیق

متغیر	تعداد گویه‌ها	مقدار تتای ترتیبی (θ)
سرمایه‌ی اجتماعی	۲۰	-
- ساختاری	۷	۰/۸۲
- رابطه‌ای	۶	۰/۷۹
- شناختی	۷	۰/۸۰
قصد کارآفرینی	۶	۰/۸۱
مطلوبیت درک شده	۴	۰/۷۲
امکان‌پذیری درک شده	۶	۰/۸۱

شکل گسترده در بررسی های اجتماعی استفاده شده است. مدل یابی معادله های ساختاری روشی (پیش تجربی) یا علت و معلولی است، به این معنی که محقق باید مدلی را به منظور انجام تجزیه و تحلیل مشخص کند. در مدل معادله ساختاری مشخصه ها با کمینه سازی تفاوت بین کوواریانس های مشاهده شده و کوواریانس های مدل، برآورد می شوند.

از تحلیل عاملی تأییدی به منظور بررسی و ارزیابی مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق استفاده شد. بنابراین، متغیرهای نهفته ی تحقیق وارد تحلیل عاملی تأییدی شدند (جدول ۲). بار عاملی استاندارد شده ی شاخص ها و سطح معنی داری آنها با توجه به مقدار t در تحلیل عاملی مرتبه ی اول آورده شده است.

قصد کار آفرینی بالایی دارند.

جدول ۳- توزیع فراوانی دانشجویان بر پایه سطح قصد کار آفرینی

سطح قصد کار آفرینی	فراوانی	درصد	درصد انباشته
پایین	۶۵	۳۲/۴	۳۲/۴
متوسط	۶۳	۳۱/۳	۶۳/۷
بالا	۷۳	۳۶/۳	۱۰۰
جمع	۲۰۱	۱۰۰	-

میانگین: ۲/۰۷ انحراف معیار: ۰/۸۲

برای اعتبارسنجی مدل، از روش مدل یابی معادله های ساختاری استفاده شد. این روش در طی ۱۵ سال گذشته به

جدول ۴- خلاصه چرخش عاملی عامل های مؤثر بر تصمیم گیری شغلی دانش آموختگان کشاورزی

سازه	شاخص	نشانهگر	ضریب استاندارد	خطای استاندارد	T	سازه	نشانهگر	ضریب استاندارد	خطای استاندارد	T	
سرمایه ی اجتماعی	بُعد ساختاری	X10	۰/۴۴	۰/۰۹	۴/۴۳	قصد کار آفرینی	X46	۰/۶۲	۰/۱۰	۸/۷۲	
		X11	۰/۴۰	۰/۰۸	۲/۲۷		X47	۰/۷۶	۰/۱۰	۱۱/۵۶	
		X12	۱/۲۲	۰/۱۵	۵/۱۷		X48	۰/۶۵	۰/۱۴	۹/۳۵	
		X13	۱/۰۹	۰/۱۲	۶/۱۲		X49	۰/۸۷	۰/۲۲	۱۴/۱۱	
		X14	۰/۲۱	۰/۱۰	۲/۷۵		X50	۰/۸۶	۰/۱۸	۱۳/۶۳	
		X15	۰/۸۶	۰/۱۳	۵/۱۶		X51	۰/۸۷	۰/۱۹	۱۴/۱۲	
		X16	۰/۲۹	۷/۸	۳/۴۶		-	-	-	-	
	بُعد شناختی		X17	۰/۷۹	۰/۱۲	۲/۲۴	امکان پذیری	X52	۰/۸۴	۰/۰۶	۱۳/۷۶
			X18	۰/۶۰	۰/۱۶	۸/۴۵	درک شده	X53	۰/۸۷	۰/۰۶	۱۴/۴۶
			X19	۰/۶۸	۰/۱۱	۹/۹۰		X54	۰/۹۲	۰/۰۸	۱۵/۸۵
		X20	۰/۷۶	۰/۱۳	۱۱/۶۷		X55	۰/۷۹	۳/۱۲	۱۲/۵۲	
		X22	۰/۷۲	۰/۱۲	۱۰/۷۴		X56	۰/۸۳	۰/۰۸	۱۳/۴۳	
		X23	۰/۶۸	۰/۱۱	۹/۹۳		X57	۰/۷۵	۰/۰۸	۱۱/۵۵	
		X24	۰/۸۶	۰/۱۲	۱۳/۹۰		-	-	-	-	
بُعد رابطه ای			X25	۰/۸۹	۰/۱۰	۱۵/۰۱	مطلوبیت درک	X58	۰/۰۹	۲/۴۵	۱/۲۰
			X26	۰/۸۸	۰/۱۰	۱۴/۵۸	شده	X60	۰/۸۸	۲/۴۵	۱۲/۴۰
			X27	۰/۶۴	۰/۱۵	۹/۱۵		X61	۰/۲۴	۰/۵۶	۳/۱۸
		X28	۰/۵۳	۰/۰۷	۷/۴۴		X63	۰/۹۷	۴/۴۱	۱۳/۸۱	
		X29	۰/۶۷	۰/۰۹	۱۰/۰۴		-	-	-	-	
		X30	۰/۸۰	۰/۱۰	۱۲/۷۴		-	-	-	-	

X_{58} دارای مقدار t بالاتر از $1/96$ می باشند. همچنین، شاخص α برای همه سازه های انتخابی در تحقیق دارای

با توجه به نتیجه ی آرایه شده در جدول ۴ مشاهده می شود که همه ی نشانهگرها (شاخص ها) به جز نشانهگر

برازش یافته حاصل از تحلیل عاملی تأییدی، برای آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق در رابطه با نقش سرمایه‌ی اجتماعی (متغیر نهفته‌ی برونزا) در قصد کارآفرینی (متغیر نهفته‌ی درونزا) دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران، مدل معادله‌های ساختاری در قالب تحلیل مسیر به کار گرفته شد. ضریب‌های مسیر استاندارد شده، سطح معنی‌داری متغیرهای تحقیق در جدول ۵ نمایش داده شده است.

حد شایان پذیرشی است. مدل معادله‌های ساختاری که کاربرد دوم مدل‌یابی معادله‌های ساختاری است و به عنوان روشی جهت تحلیل معادله‌های رگرسیون‌های هم‌زمان می‌باشد، در قالب تحلیل مسیر رابطه‌های علی‌میان متغیرهای نهفته‌ی تحقیق و اثرگذاری علی و میزان واریانس تبیین شده متغیر وابسته را توسط متغیرهای مستقل مشخص می‌کند. در این قسمت بر پایه مدل اندازه‌گیری

جدول ۵- تاثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران

T	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	بر متغیر	اثر متغیر	T	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	بر متغیر	اثر متغیر (سرمایه‌ی اجتماعی)
-۰/۳۷	۰/۰۸	-۰/۰۳	قصد کارآفرینی	مطلوبیت درک شده	۰/۶۶	۰/۲۳	۰/۱۵	مطلوبیت درک شده	بُعد ساختاری
۶/۵۷	۰/۱۱	۰/۷۴	قصد کارآفرینی	امکان‌پذیری درک شده	۲/۱۱	۰/۰۶	۰/۱۳	امکان‌پذیری درک شده	بُعد شناختی
۰/۶۴	۰/۷۲	۰/۴۷	مطلوبیت درک شده	بُعد رابطه‌ای	-۰/۶۱	۰/۵۵	-۰/۳۴	مطلوبیت درک شده	امکان‌پذیری درک شده
۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۰۶	امکان‌پذیری درک شده		۰/۰۷	۰/۲۵	۰/۰۲	امکان‌پذیری درک شده	

شد. مقدار معیار (حد مطلوب) و مقدار گزارش شده‌ی هر یک از شاخص‌های بالا برای مدل معادله‌های ساختاری تحقیق در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶- شاخص‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری تاثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران

شاخص	معیار	مقدار گزارش شده
X^2/df	۳ و کمتر	۱/۷۳
NNFI	۰/۹۰ و بالاتر	۰/۹۰
IFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
CFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
RMSEA	کم‌تر از ۰/۸۰	۰/۷۰

با توجه به مقدار گزارش شده‌ی شاخص‌های برازندگی در جدول ۶ مشاهده می‌شود که مدل معادله‌ی ساختاری متغیرهای تحقیق دارای برازش مناسب و شایان پذیرشی است. بنابراین، بر پایه مدل برازش یافته‌ی تحقیق می‌توان گفت که سازه‌ی مورد استفاده برای بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان

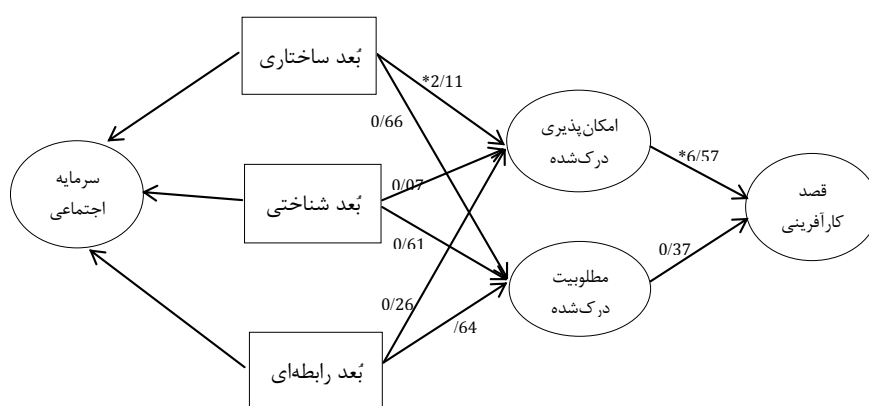
با توجه به نتیجه‌ی آرایه شده در جدول ۵، مشاهده می‌شود که مقدار t و ضریب مسیر بین متغیرهای سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری و امکان‌پذیری درک شده در حد شایان پذیرشی است. این وضعیت برای متغیرهای امکان‌پذیری درک شده و قصد کارآفرینی در سطح یک درصد معنی‌دار هستند. دستاوردها در مجموع نشان دادند که سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری توانسته است قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی را با سطح اطمینان ۹۹ درصد تبیین کند. اما، همان گونه که مشاهده می‌شود، مقدار t برای دیگر متغیرها کمتر از ۱/۶۴ است، به طوری که مقدار t و ضریب مسیر بین هیچ یک از دو متغیر دیگر ممکن در مدل نتوانسته تاثیر معنی‌داری بر قصد کارآفرینی داشته باشد. یعنی سرمایه‌ی اجتماعی شناختی و سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ای، نتوانسته‌اند قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی را تبیین کنند.

برای ارزیابی برازش مدل معادله‌های ساختاری از شاخص‌هایی نظیر شاخص کای اسکور بر درجه‌ی آزادی (X^2/df)، شاخص برازندگی فزآیند (IFI)، شاخص نرم‌نشده‌ی برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) و شاخص جذر برآورد خطای تقریب (RMSEA) استفاده

روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق می‌باشد. بنا بر نتایج تحقیق می‌توان اظهار داشت که از بین رابطه‌های ترسیم شده در نگاره ۱ تنها فرضیه‌ی مبنی بر تأثیر سویه‌ی ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی بر امکان‌پذیری درک شده و تأثیر امکان‌پذیری درک شده با قصد کارآفرینی را که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری نشان دادند، می‌توان پذیرفت. بنابراین می‌توان اظهار کرد که سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری دانشجویان کشاورزی در قصد کارآفرینی آنان موثر است. (نگاره ۲).

کشاورزی دانشگاه تهران با زیربنای نظری آن سازگاری شایان پذیرشی را نشان می‌دهند.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۵ می‌توان نشان داد که ضریب مسیر استاندارد شده بین سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری با امکان‌پذیری درک شده و بین متغیرهای امکان‌پذیری درک شده و قصد کارآفرینی به ترتیب $0/13$ ($t=0/13$, $\gamma=2/11$) و $0/74$ ($t=0/74$, $\gamma=6/57$) درصد است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشند. ضریب‌های مسیر استاندارد شده نشان‌دهنده‌ی قوت



*معنی‌داری در سطح ۱ درصد

نگاره ۲- مدل ساختاری تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران

معنی‌داری نشان می‌دهند. از این رو ساختار این مدل با توجه به معنی‌داری سویه‌گان مختلف و شاخص‌های سنجش آنها مناسب است و با زیربنای فرضیه تحقیق سازگاری شایان پذیرشی را نشان می‌دهد.

مدل معادله‌های ساختاری متغیرهای تحقیق در قالب تحلیل مسیر نشان داد که سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری با ضریب مسیر $0/13$ و مقدار t برابر با $2/11$ تأثیر مثبت و معنی‌داری بر امکان‌پذیری درک شده دانشجویان کشاورزی دارد. ضریب تبیین برای متغیر امکان‌پذیری درک شده برابر با $0/24$ بود، به این معنی که ۲۴ درصد از تغییر واریانس امکان‌پذیری درک شده دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران توسط سرمایه‌ی اجتماعی آنان تبیین می‌شود. افزون بر این، متغیر قصد کارآفرینی با متغیر میانجی امکان‌پذیری درک شده ضریب مسیر $0/74$ و مقدار t برابر با $6/57$ را نشان داد که امکان‌پذیری

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان دادند که شاخص تنای ترتیبی برای متغیرهای سرمایه اجتماعی، مطلوبیت درک شده، امکان‌پذیری درک شده و قصد کارآفرینی دارای مقدار مناسبی بود. این نتیجه نشان می‌دهد که شاخص‌های مورد نظر تحقیق به درستی انتخاب شده و روایی آنها مورد تأیید است. مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد که سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان کشاورزی می‌تواند تابعی از سه سویه‌ی ساختاری، شناختی و رابطه‌ای استفاده شده در این تحقیق باشد. نتیجه‌ی تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که نشانگرهای انتخابی تحقیق که بر پایه مرور ادبیات و نظر خبرگان کارآفرینی گردآوری شده‌اند، تأثیر خود را در سنجش سرمایه‌ی اجتماعی، مطلوبیت درک شده، امکان‌پذیری درک شده و قصد کارآفرینی به شکل

و در مجموع به منافع و مصالح شخصی فردی که آن جایگاه را اشغال کرده است بستگی دارد. در نتیجه امکان بروز فرصت‌های کارآفرینی در چنین حالتی نیز از بین خواهد رفت. سرمایه‌ی اجتماعی شناختی نمی‌تواند شکل‌دهنده‌ی دیدگاه‌ها و فرصت‌های کارآفرینی باشد (لینان و سانتوس، ۲۰۰۸).

بر اساس دست‌آوردهای تحقیق به برنامه‌ریزان و مدیران آموزش عالی کشاورزی پیشنهاد می‌شود:

- اقدام‌های لازم به منظور ایجاد زمینه مناسب برای گسترش فعالیت شبکه‌ها و نهادهای دانشگاهی و برون‌دانشگاهی در زمینه‌ی کارآفرینی صورت گیرد. زمینه‌ی مناسب برای فعالیت گروه‌های کارآفرینی در قالب شبکه‌ها فراهم شود.

- کانون‌های مشاوره در زمینه کسب و کار برای مراجعه دانشجویان و مرکز رشد ساختارهایی حمایتی تشکیل شوند تا دانشجویان و دانش‌آموختگان بتوانند منابعی مانند فضای اداری، مشاوره و دیگر خدمات اساسی برای کسب و کارهای نوپا را فراهم آورند و همچنین تحریک شبکه‌های داخلی و تبادل دانش بین شرکت‌های نوپای کارآفرینانه را رقم زنند.

پی‌نوشت‌ها

- 1-Singh
- 2 - Ripolles & Blesa
- 3 - Davidsson & Honig
- 4 - Lee & Tsang
- 5- Krueger et al. 2000
- 6 - Shapero
- 7- Kolvereid
- 8 - Shook et al

درک شده تاثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دارد. از این طریق فرضیه‌ی اثر سرمایه‌ی اجتماعی ساختاری از طریق امکان‌پذیری درک شده بر قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران تأیید می‌شود. این دست‌آورد هم‌سوبا نتیجه‌ی کلایور و اسکات (۲۰۱۱)، است که نقش شبکه‌ی اجتماعی ساختاری را در شکل‌گیری قصد کارآفرینی بررسی کرده‌اند.

آنان دریافتند که قصد کارآفرینی افرادی که با شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر ارتباط دارند، احتمال بیشتری برای توسعه دارد. این احتمال درون شبکه‌هایی که در آن افراد با افراد کارآفرین در ارتباط هستند نیز بیشتر می‌شود. در راستای این نتیجه لینان و سانتوس (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان قصد کارآفرینی، سرمایه‌ی اجتماعی شناختی و فرهنگ: تحلیل تجربی در اسپانیا و تایوان نشان دادند که رابطه‌ی میان ساختار اجتماعی و فرایند تشخیص فرصت در موقعیت ثانویه در مدل‌های قصد باقی‌مانده است. ساختارهای شبکه‌ی اجتماعی با آسانگری شناسایی فرصت‌ها به طور غیر مستقیم از طریق افزایش خودکارآمدی افراد و امکان‌پذیری درک شده‌ی آنان بر قصد کارآفرینی و در نتیجه بر احتمال راه‌اندازی یک کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد.

سرمایه‌ی اجتماعی شناختی و رابطه‌ای در زمینه‌ی قصد کارآفرینی ارتباط معنی‌داری نداشتند. با توجه به تحقیقات همسانی که در همین راستا انجام شده‌اند، به نظر می‌رسد که این دو سویه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی نمی‌توانند نقشی مثبتی را در کشف فرصت‌های مربوط به کسب‌وکار ایفا کنند. در این رابطه احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۸)، می‌نویسند: در بین دانشجویان ایرانی ارزش‌های مربوط به کار و کارکردن به شدت ضعیف است. جایگاه اجتماعی در ایران نه به کار، بلکه به زیرکی و تظاهر

منبع‌ها

احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات فراندیش
 رستمی، فرحناز. (۱۳۸۹). تبیین مولفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در آموزش عالی. رساله‌ی دکتری آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191–215.

Baumgartner, H., & Homburg, C. (1995). Applications of structural equation modelling in marketing research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13, 139–161.

Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology* 94(Supplement): S95-S120.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.

Granovetter, M. (1992). Problems of explanation in economic sociology, in N. Nohria & R. Eccles (Eds.), *Networks and organizations*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 25-56.

Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford.

Klyver, K. & Schøtt, T. (2011). How Social Network Structure Shapes Entrepreneurial Intentions? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Winter & Spring, 2011, Vol.1, No.1, pp.3-19

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 21, 47-57.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.

Lee, D. Y., & Tsang, E. W. K. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of Management Studies*, 38, 583-602.

Liñán, F. et al. (2008). *Entrepreneurial Intentions, cognitive social capital and culture: empirical analysis for Spain and Taiwan*, Universidad de Sevilla, Av. Ramón y Cajal, 1. 41018-Sevilla (Spain).

Linan, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advantages in Economic Research*, 13, 443-453.

Nahapiet, J., & Ghoshal, s. (1998). Social Capital, Intellectual capital & the organizational advantage. *Academy of management Review*, 23(2): 242-260

Ripolles, M., & Blesa, A. (2005). Personal networks as fosterers of entrepreneurial orientation in new ventures. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6, 239-248.

Rouse, j., (2007). *Pathways to Entrepreneurship Across the Life Course: An Innovative Model*. Institute for Small Business & Entrepreneurship (ISBE). P. 1

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1):217-226.

Shapiro, A. (1982). Social dimension of entrepreneurship. in *Encyclopaedia of entrepreneurship*. Eds. Kent, C. A., Sexton, D. L., & Vesper, K. H. Prentice Hall, Englewood Cliff, NJ, 72-90.

Shook, C. L., Ketchen, D. J. Jr., Hult, G. T.M., & Kacmar, K.M. (2004). An assessment of the use of structural equation models in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 25, 397–404. StatSoft Inc. (2001). *STATISTICA* (data analysis software system), v. 6.

Shook, C. L., Priem, R. L., & McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individu-

al: review and synthesis. *Journal of Management*, 29, 379-399.

Singh, R. P. (2000). *Entrepreneurial opportunity recognition through social networks*. London: Garland Publishing, Inc.

Svendsen, G. L. H., & Svendsen, G. T. (2004). *The creation and destruction of social capital: Entrepreneurship, co-operative movements and institutions*. Cheltenham: Edward Elgar.

Tatarko, A., Schmidt, P (2016). Individual social capital and the implementation of entrepreneurial intentions: The case of Russia. *Asian Journal of Social Psychology*. Volume 19, Issue 1, pages 76–85

Uphoff, N. (2000). "Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation." In Partha Dasgupta and Ismail Serageldin (eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington, D.C.: World Bank.

Wang, Y. (2008). *The effect of cumulative social capital on job outcome of colleges graduates*. Dissertation submitted to the faculty of the Virginia polytechnic institute and state university in partial fulfillment of the requirement for the degree of doctor of philosophy in education research and evaluation.

Linking Social Capital with Entrepreneurship Intentions of Agriculture Students at the University of Tehran

H. Shakiba¹, Y. Hedjazi², S. M. Hosseini³

1- PHD Student of Bussiness, Razi University

2-Professor in Agricultural Extension & Education, University of Tehran, Iran.

3- Professor in Agricultural Extension & Development, University of Tehran, Iran.

Abstract

This study was done to investigate the effect of social capital on entrepreneurial intentions of agriculture students at the University of Tehran. It is conducted in a quasi-experimental-design on the basis of field study. Statistical population consisted of all the last year agriculture undergraduates at the University of Tehran, 201 of whom were selected based on stratified random sampling method. The research tool was a questionnaire which its reliability was calculated based on ordinal theta test and its validity confirmed by the faculty of entrepreneurship department at University of Tehran. Model parameter estimation is supported by Structural Equation Modeling (SEM). Results indicated that there only was a significant positive relationship between “structural” social capital (out of three dimensions ones) with entrepreneurship intentions through the perceived feasibility mediating variable.

Index Terms: Entrepreneurship intentions, agriculture undergraduates

Corresponding Author: H. Shakiba

Email: shakiba_h@ut.ac.ir

Received: 17/05/2016 ; **Accepted:** 07/11/2016