

تحلیلی بر تاثیر آموزش های کارآفرینی موجود در برنامه های آموزش فنی و حرفه ای بر شکل گیری سرمایه اجتماعی و قصد پیاده سازی کارآفرینانه

آزاده آریانا^۱

کرم اله دانش فر^۲

پروانه گلرد^۳

چکیده

نقش حیاتی کارآفرینی در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال، بر اهمیت روز افزون توجه به قصد کارآفرینی تاکید دارد، از این رو بهبود مسیرهای توانمند سازی آموزش های فنی و حرفه ای و ایجاد سرمایه اجتماعی که بتواند از دانشجویان به عنوان کارآفرینان آینده کشور حمایت و آموزش های لازم را در اختیارشان قرار دهد، ضروری به نظر می رسد. این مطالعه با تاکید بر آموزش های کارآفرینی در برنامه درسی آموزش فنی و حرفه ای صورت گرفت. مطالعه بر اساس هدف از نوع کاربردی و روش تحقیق در این مطالعه نیز توصیفی-همبستگی با تکیه بر مدل معادلات ساختاری است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشکده فنی دختران بندرعباس که در دوره های آموزشی کارآفرینی این دانشگاه در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ شرکت داشتند که تعداد ۲۵۰ نفر بود. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته بر اساس مدل مفهومی شامل ۲۸ گویه طراحی شد که روایی آن توسط تحلیل عاملی تاییدی و پایایی با ضریب آلفای کرونباخ بین ۰,۸۵ تا ۰,۹۳ مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها در این مطالعه با استفاده از روش معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS صورت پذیرفت. نتایج نشان داد که تلفیق آموزش های کارآفرینی در آموزش فنی و حرفه ای موجب ارتقای ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری سرمایه اجتماعی در دانشجویان شده و این امر بر بیشتر شدن قصد پیاده سازی کارآفرینانه آنها تاثیر مثبت معنی داری می گذارد.

واژه های کلیدی: آموزش های کارآفرینی، سرمایه اجتماعی، قصد پیاده سازی کارآفرینانه، برنامه های آموزش فنی و حرفه ای.

^۱ مدیریت، دانشگاه آزاد، بین الملل قشم، ایران.

^۲ استاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد، علوم تحقیقات، تهران، ایران

^۳ دانشیار رشته مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد، واحد تهران جنوب، ایران

An analysis on the effect of entrepreneurship training in technical and vocational education programs on the formation of social capital and the intention to implement entrepreneurship

¹azadeh ariana

²karam alah danesh fard

³parvaneh Gelard

Abstract

The vital role of entrepreneurship in economic development and job creation emphasizes the increasing importance of paying attention to entrepreneurship intention, hence improving the ways of empowering technical and vocational education and creating social capital that can support students as the future entrepreneurs of the country and provide them with the necessary training. It seems necessary. This study was done by emphasizing entrepreneurship education in the curriculum of technical and vocational education. The study is based on the purpose of the applied type and the research method in this study is descriptive-correlation based on the structural equation model. The statistical population includes all the students of Bandar Abbas Girls' Technical College who participated in the entrepreneurship training courses of this university in the academic year of 1401-1402, numbering 250. The data collection tool was a researcher-made questionnaire based on a conceptual model including 28 items, whose validity was confirmed by confirmatory factor analysis and reliability with Cronbach's alpha coefficient between 0.85 and 0.93. The results showed that the integration of entrepreneurship education in technical and vocational education has improved the cognitive, communication and structural dimensions of social capital in students and this has a significant positive effect on increasing their entrepreneurial implementation intention.

Keyword: Entrepreneurship training, Social capital, Entrepreneurial implementation intention, technical and vocational education programs.

^۱ - Management, Azad University, International Branch, Qeshm, Iran - aaryana@tvu.ac.ir

^۲ - PhD in Public Management, Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch - - - PhD in Public Management, Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch - karam.daneshfard@gmail.com

^۳ - University of Management and Economics, Azad University, Research Sciences, Tehran, Iran - - - University of Management and Economics, Azad University, Research Sciences, Tehran, Iran - p_gelard@azad.ac.ir

مقدمه

افزایش روز افزون میزان بیکاری جوانان، بخصوص دانش‌آموختگان دانشگاهی از یک جهت و عدم توانایی دولت در ایجاد شغل مناسب برای آنان از سوی دیگر، نشان دهنده این موضوع است که توجه به مقوله کارآفرینی^۱ دارای اهمیت فراوانی است [افخمی مصطفوی ۱۴۰۱]. بر این اساس امروزه دولت‌ها، شرکت‌ها، مدیران کسب و کارها و محققین در سرتاسر جهان متقاعد شده‌اند که کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و توسعه فرصت‌های کسب و کار و بهبود استانداردهای زندگی مردم در حیطه‌های مختلف نقشی اساسی دارد و توجه زیادی را به خود جلب کرده است [Si, S., et al, 2019]. کارآفرینی به عنوان فرآیند تشخیص و پیگیری فرصت‌ها با توجه به منابع موجود تعریف شده است و فرآیندی است که در آن فرد با یک ایده جدید، محصولات و خدمات جدیدی را با بهره‌گیری از منابع از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار جدید که می‌تواند با ریسک مالی، اجتماعی و اعتباری همراه باشد را معرفی می‌کند. بر این اساس، کارآفرینی نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده است که مدل‌های مختلف قصد برنامه‌ریزی برای تبیین آن مناسب هستند. اولین گام در فرآیند کارآفرینی، قصد کارآفرینانه^۲ بوده که به عنوان حالتی از ذهن که در آن یک فرد کارآفرین قصد ایجاد یک کسب و کار جدید یا ارزش جدید در یک کسب و کار تجاری یا سازمان را دارد و به عنوان نیروی محرکه اصلی برای فعالیت‌های کارآفرینی تعریف شده است (احمدی کافشانی و ناظمی، ۱۳۹۳). در واقع قصد کارآفرینی یک عقیده و باور درونی فرد و قصد وی در ایجاد کسب و کار جدید و برنامه‌ریزی آگاهانه برای دستیابی به این هدف در آینده می‌باشد [Ndofirepi, T.M. 2020].

تغییرات اقتصادی حاکم و چالش‌های اجتماعی فزاینده حال حاضر جهان، به ویژه در رابطه با بیکاری جوانان و عدم تطابق مهارت‌ها با اشتغال، نیازمند بازنگری و یک تغییر پارادایم در انتقال دانش است. بر این اساس، مفاهیمی از جمله سرمایه اجتماعی^۳ کارآفرین در راستای این پارادایم تکامل یافته است. جالب توجه است که

^۱ Entrepreneurship

^۲ Entrepreneurial intention

^۳ Social capital

مفهوم کارآفرینی و توسعه سرمایه اجتماعی مرتبط با هم می باشد. در این رابطه هیندل و همکاران (۲۰۰۹) بیان می کنند که فرآیند توسعه قصد کارآفرینانه فرآیندی است که بر پایه سرمایه اجتماعی افراد شکل می گیرد. از این رو، توسعه سرمایه اجتماعی مرتبط با کارآفرینی که در میان گروه ها به عنوان ابزاری که می تواند دستیابی به اهداف توسعه اجتماعی و اقتصادی هر منطقه را تسهیل کند، تلقی می شود، به عنوان یک راه حل قابل اجرا در نظر گرفته شده است.

سرمایه اجتماعی به مثابه نوعی دارایی است که در اختیار و تصاحب افراد است و برخی بر این عقیده می باشند که سرمایه اجتماعی در اختیار گروه، شبکه و سازمان است و برخی نیز آن را دارایی جامعه دانسته اند که منافع حاصل از آن، عاید کل جامعه می شود. ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) اینطور بیان کردند که سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه منابع پنهان و آشکار، که در مجموعه روابط واحدهای فردی و اجتماعی قرار دارد و از این روابط مشتق می شود. این دو محقق سرمایه های اجتماعی شناختی، رابطه ای و ساختاری را به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی معرفی کردند. سرمایه اجتماعی شناختی به هنجارهای مشترک، ارزش ها، اعتماد، نگرش و باورها اشاره دارد. سرمایه اجتماعی رابطه ای دربرگیرنده نوع روابط شخصی با دیگران از طریق پیشینه تعاملی موجود است [Nahapiet, J. and S. Ghoshal 1998]. سرمایه اجتماعی ساختاری به نقش آسانگری تسهیم اطلاعات و اقدام گروهی و تصمیم گیری از طریق نقش های تثبیت شده، شبکه های اجتماعی و ساختارهای اجتماعی دیگر بر اساس مقررات و رویه ها اشاره دارد. کلمن (۱۹۹۸) در کنار وجه کارکردی سرمایه اجتماعی، بر وجه ساختاری آن نیز تأکید کرده است و سرمایه اجتماعی را منبعی اجتماعی و ساختاری میداند که به عنوان دارایی افراد محسوب شده و شامل ویژگی هایی می باشد که در ساختار اجتماعی موجود و باعث می گردد تا افراد با سهولت بیشتری وارد کنش های اجتماعی شوند [افخمی مصطفوی ۱۴۰۱]. در حال حاضر در میان نظریه ها و مدل های رایج در علوم اجتماعی، نظریه سرمایه اجتماعی برای بیش از دو دهه به عنوان نظریه غالب باقی مانده است و به دلیل تطبیق پذیری آن در ارائه توصیف روشنی از رفاه در میان گروه ها یا افراد، بر محبوبیت آن نیز افزوده شده است. این نظریه سرمایه را منبعی ذاتی برای تعاملات اجتماعی می داند. بنابراین، سرمایه اجتماعی محصول روابط اجتماعی، به ویژه عواملی مانند اعتماد به نفس، اعتماد، امنیت، وفاداری است که توسط جوانان از

مشارکت در گروه‌های مختلف در خانواده، دانشگاه و یا سازمان‌ها ایجاد می‌شود [Galvão, A.R., et al 2020]. علاوه بر این، برخی از محققان ارتباط بین پیشرفت تحصیلی و توسعه ابعاد مختلف سرمایه را در بین افراد آشکار کردند. همچنین ارتباط بین آموزش و ظهور سرمایه اجتماعی بر اساس مبانی نظری کلمن (۱۹۸۸) و بارنت (۲۰۰۳) که نشان دادند روابط اجتماعی عنصر بسیار مهمی در ایجاد سرمایه‌های اجتماعی هستند، ایجاد شده است. گلیرز (۲۰۰۱) نیز تاکید کرد که بخش قابل توجهی از تحصیلات دانشگاهی شامل یادگیری و پرورش مهارت‌های اجتماعی است که به توسعه سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. راجو سیچ و برانویچ (۲۰۱۶) سرمایه اجتماعی را با نهادهای آموزشی از جمله مراکز دانشگاهی مرتبط دانستند و بیان داشتند که دانشگاه‌ها از نظر ایجاد و فراهم سازی فضای تعاملی و سازنده یکی از مرکزهای ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی می‌تواند باشد [Rogošić, S. and B. Baranović 2016].

دانشگاه‌ها با توجه به جو ارتباطی و ساختاری موجود و همچنین امکاناتی که در اختیار دانشجویان قرار می‌دهد می‌توانند آموزش‌های لازم جهت برقراری ارتباط با اشخاص حقیقی و حقوقی را در اختیار دانشجویان قرار دهد. همچنین دانشگاه، دیدگاه و بینشی در زمینه شغل آینده و فرصت‌های شغلی را به دانشجویان ارائه می‌دهد که ممکن است برای آنها پیش‌آید [شکیبا، حجازی، حسینی ۱۳۹۴]. در عصر حاضر، جهان به سرعت در حال حرکت از اقتصاد صنعتی به اقتصاد دانش محور است و دانشگاه‌ها محور اصلی کلیه فعالیت‌های دانش بنیان از جمله تولید، توزیع، ارتقا، تبدیل و بهره‌گیری از دانش‌های نوین هستند. در این راستا توانمندسازی دانشگاه^۱ به عنوان یک فرآیند هوشمند و هدفمند جهت دستیابی به توسعه و استفاده از ظرفیت‌های دانشگاه در ابعاد و زمینه‌های مختلف فردی، گروهی و سازمانی به عنوان یک راهبرد کلیدی پیشنهاد گردیده است. به بیان والاس و همکاران (۲۰۱۱) توانمند سازی، فرآیند منظم و برنامه ریزی هدفمندی است که ظرفیت‌های بالقوه را به بالفعل تبدیل و زمینه رشد فردی، گروهی و توسعه سازمانی را منجر می‌گردد [Wallace, C., et al 2011].

^۱ University Empowerment

در جوامع دانش محور کنونی، دانشگاه ها به طور فزاینده ای درگیر فعالیت های توسعه ای هستند که فراتر از آموزش و تحقیق است [Ardito, L., et al 2019]. از سوی دیگر تعامل بین دانشگاه ها، صنایع و دولت پایه و اساس مدل سه جانبه ای است که در آن جامعه، دانش و پتانسیل کارآفرینی را در کنار توسعه اقتصادی ایجاد خواهد کرد. در این راستا بهبود توانمندی های دانشگاه ها در راستای این روابط سه جانبه از دیدگاه های توسعه ای متعددی حیاتی به شمار می آید. به بیان اترکوویتز و همکاران (۲۰۰۰) این نقش جدید دانشگاه ها که در سومین مأموریت آن ها مشخص شده است، به دانشگاه ها مأموریت توسعه اقتصادی-اجتماعی را به عنوان مسیری در پیشرفت در مأموریت های سنتی آموزش خود محول کردند. همچنین، ظرفیت بی وقفه دانشگاه برای جهت دهی دانشجویان بر اساس مهارت ها، ایده ها و جنبه های کارآفرینی مرتبط با استعداد، دارایی اصلی جامعه محسوب شده است [Etzkowitz, H. and L 2000]. دانشگاه ها موظف به تبدیل شدن به دانشگاه های کارآفرین به عنوان یکی از مأموریت های اصلی خود هستند که می تواند منجر به پیشرفت دانش، کسب مهارت های اجتماعی و ذهنیت کارآفرینی در دانشجویان شود که از توسعه فناوری و نوآوری ها برای مطابقت با نیازهای نوظهور اقتصاد و تجارت کشور پشتیبانی کند. دانشگاه های کارآفرین کانالی را برای تأثیرات گسترده فراهم می کنند که از طریق یک مأموریت مشترک که شامل تحقیق، آموزش و همچنین رویدادهای کارآفرینی است، به توسعه اجتماعی و اقتصادی کمک می کند. دانشجویان در این دانشگاه ها با تأکید بر دانش کارآفرینی آموزش می بینند تا برای تبدیل شدن به کارآفرینی برتر یا بنیان گذار استارت آپ ترغیب شوند، بنابراین این توانمندی در دانشگاه ها می تواند از رشد اقتصادی از طریق ایجاد مشاغل نیز حمایت کند [Galvão, A.R., et al 2020].

در شرایط فعلی اقتصاد جهانی، که هدف تشویق توسعه پایدار از طریق دستیابی به اهداف توسعه پایدار در دستور کار تا سال ۲۰۳۰ برای دستیابی به توسعه پایدار است، محققینی، از جمله فیشر و همکاران (۲۰۱۸) و آرگید و همکاران (۲۰۲۱)، از نقش کارآفرینی به عنوان عامل تغییر چنین توسعه پایدار حمایت می کنند. ادبیات تخصصی قطعاً نقشی را ایفا می کند که کارآفرینی در اقتصاد به عنوان مولد ثروت و اشتغال ایفا می کند [Barba-Sánchez 2022]. از این رو ترویج کارآفرینی توسط دولت ها به عنوان یک اولویت ملی در سراسر جهان

مشاهده می‌شود. محیط‌های دانشگاهی که بتواند با آموزش و ایجاد مهارت کارآفرینی دانشجویان را به تاسیس کسب و کارهای خود ترغیب کنند، در توسعه کارآفرینی تاثیرگذار هستند. از آنجا که دانشگاه‌ها به طرق مختلف از دانشجویان حمایت‌های مستقیم و غیر مستقیم می‌کنند، بنابراین لازم است که این اقدامات و حمایت‌ها و تاثیری که در قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد، شناسایی شوند [عسگری نژاد . معصومی ۱۴۰۱]. در این راستا مطالعات اندکی به بررسی نقش نهادهای آموزشی در شکل‌دهی سرمایه اجتماعی و در مورد تأثیر توانمندسازی دانشگاه کارآفرین بر توسعه سرمایه اجتماعی به ویژه در حوزه کارآفرینی پرداختند. در حال حاضر کشور با افزایش بی‌سابقه نرخ بیکاری بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و عدم توانایی دولت در ایجاد اشتغال برای آنان روبه‌رو است. از سوی دیگر عدم تطابق مهارت‌ها در میان فارغ‌التحصیلان جوان دانشگاهی در ایران، به چالش‌های اجتماعی و اقتصادی موجود، از جمله فقر و بیکاری به ویژه در میان جوانان تحصیل کرده منجر شده است. با توجه به مطالب بیان شده سؤال اصلی این مطالعه بدین شرح است که آیا توانمندسازی دانشگاه می‌تواند بر سرمایه اجتماعی و قصد پیاده‌سازی کارآفرینانه دانشجویان موثر باشد؟ جهت پاسخگویی به این سؤال و با توجه به هدف این مطالعه، مدل مفهومی این مطالعه در نمودار (۱) ارائه و بر آن اساس فرضیه‌های مطالعه نیز بیان شده است.

مبانی نظری

قصد پیاده‌سازی کارآفرینانه

امروزه کارآفرینی و تمایل به آن در میان قشر تحصیل کرده و به خصوص دانشجویان باید به شکلی برنامه‌ریزی شده در نظر گرفته شود، چرا که بر اساس شواهد موجود متأسفانه میزان تمایل به کارآفرینی در میان دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های دانشگاهی که جویای کار نیز می‌باشند به شدت پایین است. کارآفرینی به عنوان رفتار ارادی برنامه‌ریزی شده می‌باشد که می‌تواند کارایی اقتصادی را افزایش دهد و با افزودن نوآوری و دانش نوین به خدمات و محصولات، کسب و کارهای جدید ایجاد و سطح اشتغال در جامعه را بهبود بخشد. یکی از قدم‌های اساسی در فرآیند کارآفرینی قصد است که به عنوان وضعیت ذهنی که توجه فرد را به سوی هدفی معین برای دستیابی به چیزی خاص معطوف می‌کند، تعریف شده است [عسگری نژاد . معصومی ۱۴۰۱].

از این رو زمانی فرد به سوی کسب و کار و کارآفرینی قدم برمی دارد که قصد و انگیزه ای قوی برای این کار داشته باشد. در فرایند کارآفرینی این یک لحظه حیاتی به شمار می آید. کارآفرینی رفتار است، البته رفتاری که مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه است. به عبارت دیگر، پیش از آن که فرد اقدام به رفتار کارآفرینانه کند، باید قصد این اقدام را داشته باشد. در واقع براساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده^۱ که در سال ۱۹۹۱ توسط آیزن ارائه گردید، هر نوع رفتاری نیازمند مقدار معینی برنامه ریزی است که می تواند به وسیله قصد فرد پیش بینی شود. نظریه رفتار برنامه ریزی شده مدل مبتنی بر قصد است که می تواند برای پیش بینی قصد کارآفرینانه به کار رود. این نظریه برای پیش بینی و تبیین رفتار انسان در زمینه های ویژه طراحی شده است، با این فرض که هر رفتاری نیازمند مقدار معینی برنامه ریزی است و این با قصد فرد برای اتخاذ کنش پیش بینی می شود. خود قصد دارای مقدمه هایی است که به عنوان پیش بینی کننده های آن به کار می روند. سه عامل مستقل تعیین کننده قصد بدین صورت است [احمدی کافشانی، ناظمی ۱۳۹۲]:

- نگرش ها به رفتار^۲ که بیانگر ارزیابی مطلوب یا نامطلوب فرد نسبت به رفتار است.
 - عامل اجتماعی که هنجار ذهنی^۳ نامیده می شود و به فشار اجتماعی ادراک شده برای انجام یا عدم انجام رفتار اشاره دارد.
 - کنترل رفتاری ادراک شده^۴ که به آسان یا مشکل بودن ادراک شده از انجام رفتار اشاره دارد و فرض می شود که منعکس کننده تجارب گذشته و همچنین موانع پیش بینی شده است.
- هر رفتاری از جمله کارآفرینی، نیازمند برنامه ریزی هایی است که می توان آن را از طریق قصد و نیت پیش بینی کرد. قصد کارآفرینی به هدف فرد برای راه اندازی یک کسب و کار با رشد بالا و کار به عنوان یک کارآفرین در آینده اشاره دارد. آیزن (۱۹۹۱) از قصد کارآفرینانه به عنوان تلاشی که فرد برای انجام دادن رفتار کارآفرینی در آینده انجام می دهد، اشاره کرده است. قصد کارآفرینی حالت آگاهانه ذهن می باشد که پیش از عمل واقع شده و قصد نسبت به راه اندازی کسب و کار را به عنوان یک هدف هدایت می کند [Ajzen, I. 2020]. کوراتکو و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند که قصد کارآفرینی به توسعه یک برنامه کاربردی و خاص برای شروع یک کسب و کار اشاره دارد. همچنین به عنوان تمایل به داشتن و راه اندازی یک کسب و کار خصوصی، از جمله برنامه هایی برای تبدیل شدن به کارآفرین تعبیر می شود. از آنجایی که قصد کارآفرینی به عنوان مقدمه ای برای شروع یک کسب و کار در نظر گرفته می شود، پیش نیازی برای شروع یک کسب و کار و یا استارت آپ است و بر این اساس قصد

^۱ The Theory of Planned Behavior

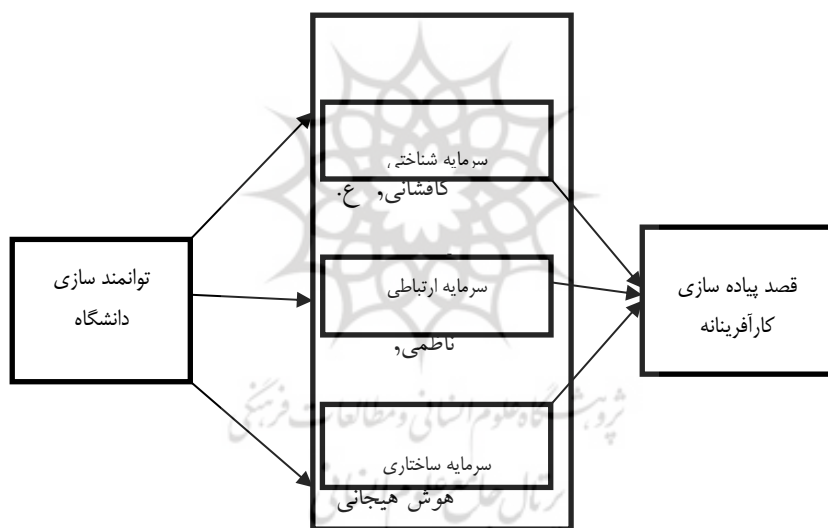
^۲ Attitudes toward the behavior

^۳ Subjective norm

^۴ Perceived behavioral control

کارآفرینی در تلاش‌های شخصی کارآفرین برای اجرای فعالیت‌های راه‌اندازی، اعمال علایق و اقدامات فردی برای شروع یک کسب و کار تجسم می‌یابد [Lee, S., M.-J. Kang 2022].

برای اینکه فردی قصد کارآفرینانه را در راستای کسب و کاری کارآفرینانه بکار ببرد، عوامل متعددی دخیل اند، از جمله، مطلوبیت، تمایل به عمل و درک امکان‌پذیری، نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی، ادراک کنترل رفتاری، عوامل فردی و محیطی، خودکارآمدی، نگرش‌های فردی و عمومی و عوامل شخصیتی، اما هیندل و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که سرمایه اجتماعی تاثیر اولیه‌ای بر کارآفرینان دارد. زیرا سرمایه اجتماعی نه تنها بر توانایی افراد برای کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها موثر است، بلکه بر قصد افراد نیز موثر می‌باشد [Hindle, K., Klyver 2009].



نمودار ۱) مدل مفهومی نقش توانمند سازی دانشگاه بر سرمایه اجتماعی و و قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان

- فرضیه (۱): توانمند سازی دانشگاه بر بُعد شناختی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه (۲): توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه (۳): توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه (۴): بُعد شناختی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه (۵): بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه (۶): بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معناداری دارد.

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی چه به صورت رسمی و چه غیررسمی از تعامل افراد برای به کسب پاداش مورد انتظار در بازار فراهم می شود. بدین معنی که، سرمایه اجتماعی به عنوان سرمایه ای تولید شده در قالب رابطه های اجتماعی تعریف می شود [شکیبا . حجازی، حسینی ۱۳۹۴] سرمایه اجتماعی اولین بار توسط جامعه شناسان برای توضیح استفاده از روابط عمومی تعبیه شده بین فردی، مانند جامعه، دوستان، همکاران و روابط خانوادگی برای کمک به ایجاد سرمایه اجتماعی و ثروت برای افراد معرفی شد. سرمایه اجتماعی اولین بار توسط بورديو (۱۹۷۷) توصیف شد، که آن را به عنوان مجموع منابع بالفعل یا بالقوه مرتبط با شبکه ای پایدار از روابط کم و بیش نهادینه شده درک و شناخت متقابل تعریف کرد. از نظر وی، جامعه دارای ترکیبی از سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می باشد و باید سرمایه اجتماعی را در کنار سرمایه فیزیکی و انسانی در نظر گرفت که تحت برخی شرایطی حتی به سرمایه فیزیکی نیز تبدیل می گردد. سرمایه اجتماعی به عنوان یک رابطه بین فردی نیز تعریف شده است که در طول زمان پرورش می یابد و پایه خوبی برای اعتماد گروهی، همکاری و اقدام جمعی فراهم می کند. تئوری سرمایه اجتماعی بر این موضوع تمرکز دارد که چگونه روابط بین فردی که در طول زمان پرورش می یابد می تواند منبع ارزشمندی برای اعضای یک شبکه باشد [Bj, et al 2016].

سرمایه اجتماعی به منزله مجموعه ای از منابع بالقوه و بالفعلی می باشد که در شبکه ارتباطی که افراد کارآفرین دارند، وجود دارد، قابل دسترسی است و از آن مشتق می گردد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی مجموعه ای از مهم ترین منابع برای کارآفرینان از جمله سرمایه اجتماعی در سطوح فردی و اجتماعی است. واتسون (۲۰۰۷) استدلال می کند که کسب و کارها در روابط اجتماعی خاصی تعبیه شده اند و توسعه آنها ناگزیر تحت تاثیر روابط اجتماعی است. زمانی که کارآفرینان یا کسب و کارهای جدید به طور فعال روابط شبکه ای را ایجاد می کنند و آنها را برای رفتار تجاری توسعه می دهند، جهت گیری شبکه ای قوی از خود نشان می دهند که مبنای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی را برآورده می کند. آدلر

و کوون^۱ (۲۰۰۲) اینطور بیان کردند که نظریه سرمایه اجتماعی به وجود شبکه های اجتماعی اشاره دارد که در آن افراد روابط اجتماعی ویژه ای را از طریق تعامل خود با دیگران برقرار می کنند و منابع یا اطلاعاتی را که بازیگران از طریق این تعاملات به دست می آورند. از طریق تعامل اجتماعی نزدیک، کارایی، عمق و وسعت تبادل دانش بین افراد افزایش می یابد [Adler, P.S. and K. Seok-Woo 2002]. از نظر ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) از آنجا که سرمایه اجتماعی در برگیرنده مجموعه ای از روابط می باشد، جنبه های متفاوتی را شامل می گردد و می توان آن را در سه بُعد، شناختی، رابطه ای و ساختاری بررسی کرد. بُعد شناختی سرمایه اجتماعی به منابعی اطلاق شده است که بیانات، برداشت ها و سیستم های معانی مشترک را در بین اعضای تیم کاری امکان پذیر می کند. بُعد ساختاری از نوع ساختاری، تنوع، مرکزیت و نقش مرزبانی شرکت کنندگان در شبکه منتج می شود. بُعد رابطه ای شامل قابلیت اعتماد پذیری و اعتماد کردن بر روابط ویژه از جمله احترام، اعتماد، امانتداری، مهربانی و صمیمیت استوار است که افراد در ارتباط با دیگران از خود بروز می دهند. [Mu, J., et al 2017].

توانمندسازی دانشگاه کارآفرین

در طی سده اخیر نیز با گسترش فناوری و تحولات شگرفی که در روند زندگی انسان در جوامع مختلف ایجاد شد، دانشگاهها نیز مأموریت‌های نوینی را برای خود به منظور کمک به توسعه جوامع تبیین نمودند که از آن جمله می توان به توسعه پژوهش و پاسخ به سؤالات ذهن بشر در حیطه های مختلف اشاره کرد. و لیکن تمرکز بر این مأموریت با واقعیت های موجود در هزاره سوم چندان منطبق نبوده و این امر مهم، دانشگاهها را بر آن داشت تا از گذار پژوهش نیز عبور کرده و برای حیات خود در هزاره سوم، مأموریت ویژه ای را متصور شوند که آن مأموریت، کارآفرینی و خلق ثروت دانش بنیان است. اگرچه چندین محقق در طول سالها به مسائل مربوط به دانشگاه‌های کارآفرین پرداخته‌اند، دیدگاه مشترک در مورد این موضوع هنوز وجود ندارد. با این حال، صرف نظر از ماهیت عمومی یا خصوصی آن، به نظر می رسد محققان موافق هستند که اگر دانشگاهی بخواهد به سمت یک مدل کارآفرینی توسعه یابد، باید پنج ویژگی در نظر گرفته شود، اول، وجود ارتباطات متقابل با دولت ها، صنایع و جوامع. دوم، وجود جریان‌های درآمدی مختلف، که دانشگاه را تا حدی یا کاملاً از بودجه عمومی مستقل می کند. سوم، مشارکت دانشجویان و اساتید در برخی از فعالیت‌های کارآفرینانه، مانند آموزش کارآفرینی یا فعالیت‌های انتقال فناوری؛ چهارم، ایجاد استارت‌آپ‌های دانشگاهی که با اجرای استراتژی‌های موردی و توسعه ساختارهای خاص حمایت می شوند. و پنجم، انطباق ساختار سازمانی دانشگاه برای اجرای چنین تغییراتی [P. Rippa 2020].

بر این اساس، نقش دانشگاه‌ها از یک نهاد صرفاً آموزشی به عنوان یکی از اساسی ترین و قوی ترین نهادهای تولید و انتقال دانش و فناوری دچار تحول شده است. این تغییر زمانی آغاز شد که اتزکوویتز^۲ (۱۹۸۳) برای

^۱ Adler & Kwon

^۲ Etzkowitz

اولین بار مفهوم دانشگاه کارآفرین^۱ را معرفی کرد. در نتیجه، تحقیقات در مورد دانشگاه های کارآفرین به طور پیوسته در طول سال ها افزایش یافته است، به ویژه در زمینه های تجاری و مدیریت. این موضوع به موضوعات مرتبط با هم، مانند انتقال فناوری، مدیریت دانش، مدیریت عملکرد و توسعه منطقه ای نیز گسترش یافته است. [Forliano, C., P. De Bernardi 2021]. محققان دریافته اند که سهم دانشگاه ها در پیشرفت اجتماعی و اقتصادی نباید به سرمایه گذاری دانش محدود شود، زیرا دانشگاه ها می توانند به عنوان عوامل محلی برای تحریک سرمایه کارآفرینی عمل کنند [Audretsch, D 2017].

با ترویج تفکر، اقدامات و نهادهای کارآفرینانه، دانشگاه های کارآفرین باید به عنوان عوامل تحول آفرین در نظر گرفته شوند که توانایی های کارآفرینی را تقویت نمایند [Guerrero, M., D 2016]. بر این اساس در برنامه ریزی توسعه دانشگاهی، توانمندسازی دانشگاه در اولویت قرار گرفته است، زیرا توانمندسازی به عنوان مجموعه ای از رفتارها و برنامه های سازمانی، سهم ساختن گروه های خودگردان به تعیین سرنوشت حرفه ای شان، اعطای اختیار تصمیم گیری به زیردستان، ایجاد آزادی عمل بیشتر به نیروی انسانی، بهبود و بکارگیری مهارت ها و تخصص در جهت اهداف سازمانی در نظر گرفته شده است. [Torkzade, J., et al 2017].

از نظر والس و همکاران (۲۰۱۱) توانمندسازی فرآیند منظم و برنامه ریزی هدفمندی می باشد که ظرفیت های بالقوه را به ظرفیت های بالفعل مبدل نموده و امکان رشد فردی، رشد جمعی و توسعه را با ایجاد باور، تقویت دانش و مهارت افراد از طریق اختیار و آزادی عمل، حس مفید بودن و تاثیر گذاری، شایستگی و اعتماد در اختیار سازمان قرار می دهد. از دیدگاه چیانگ و هسیه^۲ (۲۰۱۲)، به طور کل مفهوم توانمندسازی اشاره به آماده سازی نیروی انسانی با میزان بالایی از انعطاف پذیری و آزادی در تصمیمات سازمانی دارد و به تفویض اختیار باز می گردد، این مفهوم در مقابل تکنیک های مدیریت سنتی قرار داشته که جهت کنترل به سلسله مراتب متکی بوده است. برای سیستم آموزش عالی هر کشوری حیاتی است که از طریق توانمندسازی دانشگاه ها، آموزشهایی را در اختیار دانشجویان قرار دهد تا بتوانند در آینده کسب و کار خود را بر پایه کارآفرینی ایجاد و راه اندازی نمایند. در این راستا توانمندسازی دانشگاه با بهره گیری از امکانات و آرایه آموزشها و برگزاری کارگاه های کارآفرینی به عنوان مهم ترین گام برای ایجاد و تقویت قصد کارآفرینی در دانشجویان بحساب می آید [Bouncken, R., et al 2020].

پیشینه تحقیق

در ارتباط با موضوع این مطالعه، بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که براگا و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیقی به بررسی تأثیر دانشگاه های کارآفرین بر توسعه سرمایه اجتماعی در اقتصاد نوظهور مالزی پرداختند. در این تحقیق داده ها از یک نمونه ۳۸۲ دانشجوی در دو موسسه دانشگاهی و براساس پرسشنامه گردآوری و با استفاده از

^۱ Entrepreneurial university

^۲ Chiang & Hsieh

مدل سازی معادلات ساختاری (PLS-SEM) تجزیه و تحلیل شدند و نتایج نشان دهنده رابطه مستقیم بین سه معیار دانشگاه کارآفرین (ورودی، فرآیند و ستانده) با سرمایه اجتماعی بوده است. با این حال، اثرات تعدیل کننده قصد کارآفرینی مورد حمایت قرار گرفت. همچنین این تحقیق شواهدی را برای توسعه مدل‌هایی برای دانشگاه‌های کارآفرین در حال ظهور در مالزی ارائه می‌کند که می‌تواند به هدف ملی کاهش بیکاری به دلیل عدم تطابق مهارت‌ها در میان فارغ‌التحصیلان کمک کند. وانگ و همکاران (۲۰۱۹) رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی را مطالعه و نشان دادند که سرمایه اجتماعی کارآفرینان اتخاذ رفتارهای کارآفرینانه توسط کارآفرینان را تسهیل می‌کند [Wang, C., N. Mundorf 2022]. نتایج تحقیق تاتارکو و اشمیت (۲۰۱۶) در روسیه در مورد نقش سرمایه اجتماعی فردی و نیت‌های کارآفرینی، نشان داد که افرادی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری می‌باشند، این سرمایه تاثیر مستقیم مثبت و غیر مستقیمی از طریق نگرش و کنترل رفتاری درک شده بر نیت کارآفرینی و قصد ایجاد کسب و کار دارد [Tatarko, A. and P. Schmidt 2015]. افخمی و همکاران (۱۴۰۱) تحقیقی با هدف شناسایی وضعیت روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان و تاثیر سرمایه اجتماعی و انواع آن، سرمایه فرهنگی و اقتصادی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان به روش کمی انجام دادند. جامعه آماری، دانشجویان دانشگاه فردوسی و علوم پزشکی مشهد بود که ۴۴۲ نفر از آنان به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود که با استفاده از اعتبار محتوا و اعتبار سازه، تعیین اعتبار و با استفاده از همسانی درونی به روش آلفای کرونباخ تعیین پایایی شدند. نتایج نشان داد که از بین انواع سرمایه اجتماعی، سرمایه دوستی و خانوادگی رابطه معنادار مثبتی با روحیه کارآفرینی دارند اما رابطه سرمایه نهادی با روحیه کارآفرینی رابطه منفی است. همچنین بر اساس یافته‌ها سرمایه فرهنگی و روحیه کارآفرینی رابطه منفی معناداری داشته، اما در حالی که رابطه سرمایه اقتصادی و روحیه کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار است. رضایی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به بررسی نقش آموزش‌های دانشگاهی بر توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان پرداختند. نتایج نشان داد که اثربخشی آموزش‌های دانشگاهی و تاکید بر کاربردی کردن آموزش‌ها برای تربیت و ورود دانشجویان به بازار کار از طریق آموزش‌های متناسب با نیازهای بازار کار و تغییر در شیوه‌های تدریس از عوامل موثر بر توسعه توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان به شمار می‌روند. شکیبا و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران انجام دادند. جامعه آماری تمام دانشجویان سال آخر کارشناسی کشاورزی پردیس کرج و پردیس ابوریحان دانشگاه تهران به تعداد ۴۲۰ نفر بود. نمونه آماری به تعداد ۲۰۱ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب انتخاب شدند. ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود. برای آزمون فرضیات پژوهش از مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج نشان داد که از بین ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی ساختاری از طریق متغیر میانجی امکان‌پذیری درک شده تاثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. مرادی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه با در نظر گرفتن نقش میانجی سبک شناختی در نمونه ۱۴۰ نفری از جامعه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده برق و کامپیوتر دانشگاه تهران پرداخته است. روش نمونه‌گیری، تصادفی در دسترس بوده است. داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه لیکرت از طریق تکنیک مدل معادله‌های ساختاری و با استفاده از نرم افزار لیزرل تحلیل شد. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و

قصد کارآفرینانه از طریق سبک شناختی شهودی بوده است. همچنین رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی ساختاری و اجتماعی شناختی با قصد کارآفرینانه از طریق سبک شناختی منطقی نیز وجود داشت [مرادی، پرنیان ۱۳۹۳].

روش شناسی

با توجه به این که این مطالعه با هدف بررسی نقش توانمند سازی دانشگاه بر سرمایه اجتماعی و قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان در دانشگاه فنی و حرفه ای بندرعباس انجام شده است، این مطالعه از لحاظ هدف از نوع کاربردی و همچنین از لحاظ روش از نوع توصیفی - همبستگی بر پایه مدل معادلات ساختاری^۱ بود، جامعه آماری آن نیز شامل کلیه دانشجویان از تمامی رشته های دانشکده فنی دختران بندرعباس به تعداد ۲۵۰ نفر بوده است که در کلاسهای کارآفرینی این دانشگاه در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ شرکت داشتند. که با توجه به محدود و کم بودن تعداد کل جامعه آماری با استفاده از روش سرشماری کلیه افراد جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفتند. تکنیک جمع آوری داده ها در این مطالعه بصورت پیمایشی و از طریق ابزار پرسشنامه بوده است. پرسشنامه شامل دو بخش (عمومی و تخصصی) بوده است که در بخش عمومی سوالاتی در مورد عوامل جمعیت شناختی دانشجویان از جمله سن، مقطع تحصیلی و رشته تحصیلی آنان مطرح شده است. بخش تخصصی پرسشنامه نیز شامل ۲۸ گویه بوده است. این پرسشنامه برگرفته از پرسشنامه توانمند سازی دانشگاه کارآفرین سوره و همکاران^۲ (۲۰۱۶) [Sooreh, L., et al 2011]، شامل ۸ گویه، پرسشنامه سرمایه اجتماعی کریشنا و شریدر^۳ (۱۹۹۹) شامل ۱۵ گویه (۵ گویه در مورد سرمایه اجتماعی شناختی، ۵ گویه در مورد سرمایه اجتماعی رابطه ای و ۵ گویه در مورد سرمایه اجتماعی ساختاری) و پرسشنامه قصد کارآفرینی توفان و همکاران^۴ (۲۰۱۷) شامل ۵ گویه بوده است، که برای آن ها از مقیاس لیکرت ۵ درجه ای استفاده شده است. در خصوص روایی و پایایی این پرسشنامه در این مطالعه از تکنیک روایی سازه - همگرا جهت بررسی روایی آن استفاده شده است. بدین منظور از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی (با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده و بررسی شده است. جدول (۱) نتایج بررسی روایی سازه - همگرایی پرسشنامه ی این مطالعه را نشان می دهد:

جدول ۱. نتایج بررسی روایی سازه - همگرایی پرسشنامه

متغیر	گویه ها / شاخص ها	بار عاملی	معناداری بار عاملی	میانگین واریانس
	گویه ۱	۰/۸۲۶	معنادار	۱/۰۸۸

^۱ Structural Equation Modeling (SEM)

^۲ Sooreh et al

^۳ Krishna & Shrader

^۴ Tofan et al

۰/۶۷۷	معنادار	۰/۸۶۱	گویه ۲	توانمند سازی دانشگاه کارآفرین
	معنادار	۰/۷۸۸	گویه ۳	
	معنادار	۰/۸۸۳	گویه ۴	
	معنادار	۰/۸۴۸	گویه ۵	
	معنادار	۰/۸۱۷	گویه ۶	
	معنادار	۰/۸۲۱	گویه ۷	
	معنادار	۰/۷۶۹	گویه ۸	
۰/۶۳۳	معنادار	۰/۸۸۱	گویه ۹	سرمایه اجتماعی شناختی
	معنادار	۰/۷۱۶	گویه ۱۰	
	معنادار	۰/۸۰۶	گویه ۱۱	
	معنادار	۰/۷۶۰	گویه ۱۲	
	معنادار	۰/۸۰۶	گویه ۱۳	
۰/۶۹۱	معنادار	۰/۸۱۶	گویه ۱۴	سرمایه اجتماعی رابطه ای
	معنادار	۰/۸۴۲	گویه ۱۵	
	معنادار	۰/۸۲۳	گویه ۱۶	
	معنادار	۰/۸۶۴	گویه ۱۷	
	معنادار	۰/۸۱۰	گویه ۱۸	
۰/۶۹۱	معنادار	۰/۸۶۵	گویه ۱۹	سرمایه اجتماعی ساختاری
	معنادار	۰/۸۸۷	گویه ۲۰	
	معنادار	۰/۸۸۸	گویه ۲۱	
	معنادار	۰/۸۳۴	گویه ۲۲	
	معنادار	۰/۸۸۲	گویه ۲۳	
۰/۶۵۱	معنادار	۰/۸۲۶	گویه ۲۴	قصد کارآفرینی
	معنادار	۰/۸۰۲	گویه ۲۵	
	معنادار	۰/۸۲۶	گویه ۲۶	
	معنادار	۰/۷۰۷	گویه ۲۷	
	معنادار	۰/۸۶۸	گویه ۲۸	

با توجه به اینکه بار عاملی بدست آمده برای همه گویه‌های متغیرهای موجود در مدل مطالعه بیشتر از ۰/۴ می باشد از این رو تک بعدی بودن سوالات مدل مورد تایید قرار می گیرد. همچنین با توجه به نتایج بدست آمده چون مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بدست آمده نیز برای همه متغیرهای مدل بیش از مقدار

۰/۴ محاسبه شده اعتبار همگرایی مدل نیز مورد تایید خواهد بود. همچنین روش آلفای کرونباخ به جهت سنجش پایایی پرسشنامه ها مورد استفاده قرار گرفت که نتایج در جدول (۲) قابل مشاهده است.

دول ۲. پایایی پرسشنامه ها

مؤلفه	ضریب آلفای کرونباخ
توانمند سازی دانشگاه کارآفرین	۰/۹۳۲
سرمایه اجتماعی شناختی	۰/۸۵۴
سرمایه اجتماعی رابطه ای	۰/۸۸۸
سرمایه اجتماعی ساختاری	۰/۹۱۶
قصد کارآفرینی	۰/۸۶۵

بر این اساس با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده برای متغیرهای اصلی این مطالعه بزرگتر از ۰/۷ باشد، ابزار اندازه گیری از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

یافته‌ها

یافته های توصیفی: آمار ویژگی های جمعیت شناختی دانشجویان در جدول (۳) نشان داده شده است :

جدول ۳. توصیف جمعیت شناختی دانشجویان

متغیر	فراوانی	درصد
سن	۱۴۰	۵۶٪
سال ۱۹-۲۰		

۱۱۰	%۴۴	۲۱-۲۲ سال	
۱۴۵	%۵۸	کاردانی	مقطع
۱۰۵	%۴۲	کارشناسی	تحصیلی
۳۵	%۱۴	حسابداری	رشته تحصیلی
۳۰	%۱۲	معماری	
۴۵	%۱۸	گرافیک	
۳۰	%۱۲	امور اداری	
۵۵	%۲۲	طراحی و دوخت	
۳۵	%۱۴	طراحی پارچه و لباس	
۲۰	%۸	سایر رشته ها	

در ادامه به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده های این مطالعه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج در جدول (۴) نشان داده شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در مورد نرمال بودن متغیرهای مطالعه

متغیر	آماره آزمون کولموگروف اسمیرنوف z	سطح معناداری
توانمند سازی دانشگاه کارآفرین	۱/۹۷۵	۰/۰۰۱

۰/۰۰۲	۱/۸۸۱	سرمایه اجتماعی شناختی
۰/۰۰۱	۱/۹۰۸	سرمایه اجتماعی رابطه ای
۰/۰۰۴	۱/۷۵۹	سرمایه اجتماعی ساختاری
۰/۰۰۰	۲/۰۹۶	قصد کارآفرینی

با توجه به نتایج جدول (۴) از آنجایی که سطوح معنی داری متغیرهای این مطالعه از مقدار خطای آزمون یعنی ۰/۰۵ کمتر است، پس فرض نرمال بودن میانگین نمره متغیرهای مطالعه در سطح خطای ۰/۰۵ رد می شود. از این رو لازم است که از نرم افزار Smart PLS 3 برای تحلیل داده ها استفاده شود چرا که حساسیتی به نرمال یا غیر نرمال بودن متغیرها ندارد.

ارزیابی مدل ساختاری: جهت بررسی برازش مدل ساختاری ابتدا از شاخصی به نام R^2 (ضریب تعیین) استفاده می شود. این مقدار برای سازه های وابسته محاسبه می شود و در مورد سازه های مستقل این معیار تعریف نمی شود. عامل دیگری که در ارزیابی اعتباری مدل ساختاری مورد توجه قرار می گیرد ضریب تاثیر یا اثر کوهن f^2 است. در نهایت قابلیت پیش بینی مدل با استفاده از آزمون ناپارامتری استون گیسر ارزیابی می گردد که در قالب افزونگی روایی متقاطع (CV Redundancy) جهت ارزیابی مدل ساختاری و اشتراک روایی متقاطع (CV Communality) جهت ارزیابی مدل سنجش ارائه می گردد. در نهایت ارزیابی مدل کلی معادلات ساختاری از طریق شاخص GOF و بر اساس رابطه زیر ارزیابی گردید، که در جدول (۵) نشان داده شده است:

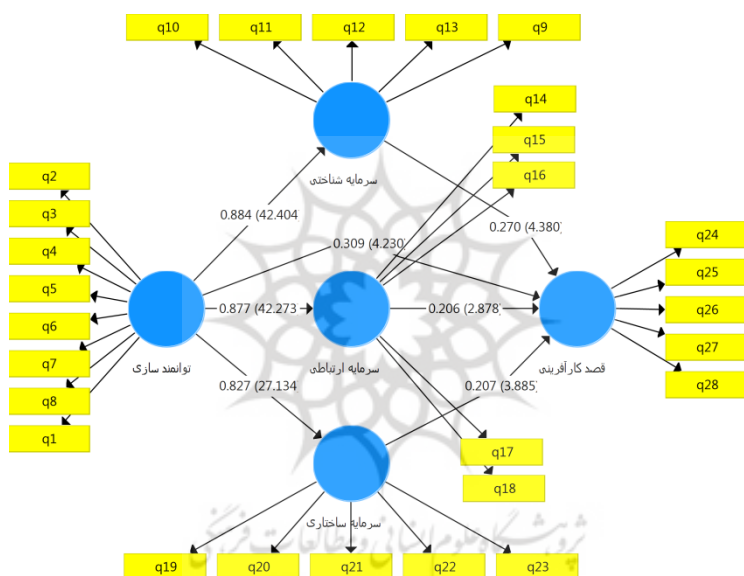
$$GOF = \sqrt[2]{Communality \times R^2}$$

جدول ۵. شاخص های برازندگی مدل توانمند سازی دانشگاه بر سرمایه اجتماعی و قصد پیاده سازی کارآفرینانه

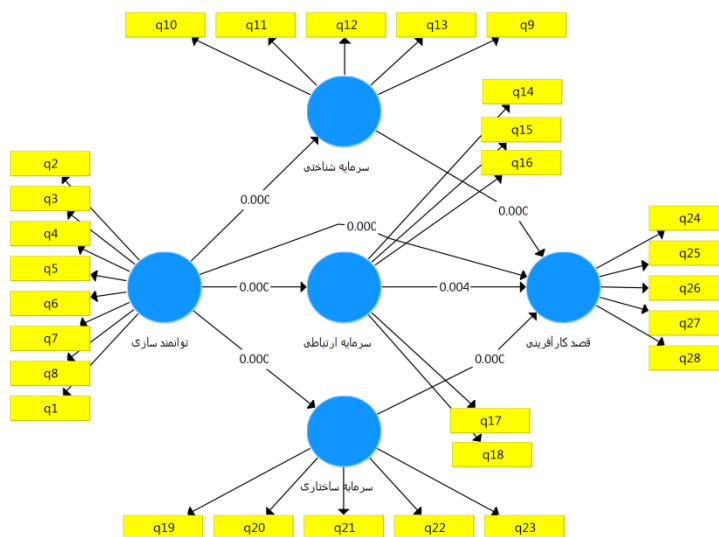
شاخص	R^2	f^2	Communality	Redundancy	GOF
مقادیر محاسبه شده	۰/۷۷۷	۴/۰۱۴	۰/۵۰۰	۰/۴۸۹	۰/۶۲۲

نتایج بررسی ارزیابی مدل ساختاری مدل ساختاری که در جدول (۵) آمده است نشان می دهد با توجه به ضریب تعیین ارائه شده (۰/۷۷۷) مقدار ضریب تعیین متغیرهای وابسته این مطالعه در محدوده ۰/۶ به بالا می باشد که نشانگر قوی بودن ضریب تعیین مدل است، مقدار اثر کوهن (۴/۰۱۴) نیز بیانگر تاثیر بسیار قوی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در روابط بین متغیرها می باشد. همچنین با توجه به مقادیر افزونگی روایی متقاطع و اشتراک روایی متقاطع ملاحظه می گردد که مقادیر متغیرهای پنهان پژوهش دارای قابلیت پیش بینی مطلوبی

می‌باشد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای معیار GOF معرفی شده است (صدر انصاری، ۱۳۹۴). همانطور که در این جدول نشان داده شده است، مقدار GOF برای مدل مطالعه، برابر با ۰/۶۲۲ می‌باشد که نشان‌دهنده برازش قوی مدل است. اکنون بر اساس مدل مفهومی مطالعه و با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری، به طور اخص فن تحلیل مسیر، به بررسی فرضیه‌ها می‌پردازیم. به منظور بررسی روابط مورد نظر، مدل مطالعه را اجرا می‌کنیم. برای آزمون فرضیه‌های مطالعه از آزمون معنی‌داری تی استفاده شده است. در صورتی که مقدار این اعداد از قدر مطلق ۱/۹۶ بیشتر شوند، نشان از صحت رابطه‌ی بین سازه‌ها و در نتیجه تایید فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. نتایج آزمون معادلات ساختاری مدل شامل ضرایب مسیر، مقادیر تی و سطوح معنی‌داری به شرح نمودارهای (۲) و (۳) می‌باشد.



نمودار ۲. ضرایب مسیر و (t-value) بین متغیرهای پنهان توانمندسازی، سرمایه اجتماعی و قصد کارآفرینانه



نمودار ۳. سطح معنی داری رابطه بین متغیرهای پنهان توانمند سازی، سرمایه اجتماعی و قصد کارآفرینانه

با توجه به نتایج ارایه شده در نمودارهای (۲) و (۳) از تحلیل مدل مطالعه می توان در مورد فرضیه های ارایه شده به این شکل اظهار نظر کرد: فرضیه اول مطالعه عبارت بود از: توانمند سازی دانشگاه بر بُعد شناختی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد. با توجه به مدل ارایه شده و اینکه سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۴۲/۴۰۴) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۸۸۴)، پس توانمند سازی دانشگاه بر بُعد شناختی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معنادار و مثبتی دارد. فرضیه دوم عبارت بود از: توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد. با توجه به مدل ارایه شده و اینکه سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۴۲/۲۷۳) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۸۷۷)، پس توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معنادار و مثبتی دارد. فرضیه سوم عبارت بود از: توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی دانشجویان تاثیر معناداری دارد. با توجه به مدل ارایه شده و اینکه سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۲۷/۱۳۴) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۸۲۷)، پس توانمند سازی دانشگاه بر بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی دانشجویان نیز تاثیر معنادار و مثبتی دارد. فرضیه چهارم عبارت بود از: بُعد شناختی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معناداری دارد. با توجه به مدل ارایه شده و اینکه سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۴/۳۸۰) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۲۷۰)، پس بُعد شناختی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معنادار و مثبتی دارد. فرضیه پنجم عبارت بود از: بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معناداری دارد. با توجه به مدل ارایه شده و اینکه سطح معنی داری بدست

آمده (۰/۰۰۴) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۲/۸۷۸) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۲۰۶)، پس بُعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معنادار و مثبتی دارد. فرضیه ششم عبارت بود از: بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معنادار دارد. با توجه به مدل ارائه شده و اینکه سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) از مقدار خطای ۰/۰۵ کمتر است و ضریب معناداری t نیز (۳/۸۸۵) از ۱/۹۶ بیشتر و با توجه به ضریب مسیر (۰/۲۰۷)، پس بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان تاثیر معنادار و مثبتی داشته است.

نتیجه گیری

یکی از چالش‌های اساسی فارغ التحصیلان دانشگاهی فقدان توانایی‌های فردی، اجتماعی و مهارت‌های لازم جهت ایجاد کسب و کار مناسب می‌باشد. دانشگاه‌ها به عنوان متولیان اصلی تربیت و پرورش منابع انسانی متخصص، نقشی اساسی دارند. در این راستا آموزش از جمله راهکارهایی است که می‌تواند ضمن آشنایی دانشجویان با نیازهای جامعه انگیزه کارآفرینی را در آنان افزایش دهد و به این ترتیب دانشگاه می‌تواند قصد کارآفرینی را از طریق جو ارتباطی و ساختاری اش و همچنین امکانات و آموزش‌های دانشگاهی پرورش دهد. از سوی دیگر یکی از عوامل موثر بر ایجاد قصد کارآفرینی در دانشجویان، سرمایه اجتماعی است و از این رو ادبیات شبکه‌های کارآفرینی و سرمایه اجتماعی متشکل از ارتباط بین افراد به طور همزمان با ادبیات قصد کارآفرینی توسعه یافته است. این مطالعه با هدف بررسی نقش توانمند سازی دانشگاه بر سرمایه اجتماعی و قصد پیاده سازی کارآفرینانه دانشجویان صورت گرفت و نتایج برگرفته از معادلات ساختاری نشان داد که توانمند سازی دانشگاه موجب ارتقای ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری سرمایه اجتماعی در دانشجویان شده است و همچنین ارتقای سرمایه اجتماعی موجب ایجاد قصد پیاده سازی کارآفرینانه در دانشجویان گردید. این نتایج نشان داد که تغییرات در سیستم آموزشی دانشگاه و ارتقای توانمندی دانشگاه از یک سیستم متعارف به یک سیستم کارآفرینانه بر توسعه سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، دانش یا شبکه‌های به دست آمده از طریق بهبود سرمایه اجتماعی در دانشجویان یکی از پتانسیل‌های آنان برای قصد کارآفرینی است. نتایج به دست آمده از فرضیات پژوهش همراستا با ادبیات نقش اساسی و مثبت دانشگاه کارآفرین بر سرمایه اجتماعی را تأیید می‌کند، که از جمله براگا و همکاران (۲۰۲۲)، افخمی و همکاران (۱۴۰۱) و همچنین مطالعات

وانگ و همکاران (۲۰۱۹)، تاتارکو و اشمیت (۲۰۱۶) و شکبیا و همکاران (۱۳۹۵) که نشان دهنده نقش سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینی افراد بودند. در رابطه با نتایج این مطالعه می‌توان اینطور بیان کرد که سرمایه اجتماعی می‌تواند تمرکز افراد را از ذهنیات درونی فرد به محیط اجتماعی حاکم بر جامعه سوق داده و بر تصمیم‌گیری‌های آنان اثرگذار باشد. در ارتباط با دانشجویان، توسعه سرمایه اجتماعی باعث خواهد شد تا آنان با هنجارهای اجتماعی بازار کار سازگار شده و این سرمایه اجتماعی ایجاد شده می‌تواند به تسهیل فعالیت‌های کارآفرینی در آنان منجر گردد. بعد شناختی سرمایه اجتماعی در برگزیده زبان و کدهای مشترک و معانی مشترک است که موجب همکاری و شکل‌گیری روابط اجتماعی گسترده‌ای می‌شود و درک اجتماعی از امکان‌پذیری کارآفرینی به ویژه حمایت از سوی دیگران را در فرد کارآفرین بهبود می‌بخشد. در این بین بهبود سرمایه اجتماعی رابطه‌ای با گسترش روابط توأم با اعتماد و صمیمت در دانشجویان می‌تواند اطلاعاتی در مورد قابلیت‌های خلق ارزش ارائه نموده و قصد کارآفرینانه در دانشجویان را از طریق اطمینان در مورد تأمین منابع، حمایت‌اترافیان و مسایل روانی تسهیل نماید. همچنین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با بهره‌گیری از تعاملات اجتماعی و پیوندهای فردی دسترسی کارآفرینان را به منابع اطلاعاتی و مالی فراهم نموده و با نقش موثری که بر تشخیص فرصت کارآفرینی و ایجاد نوآوری دارد می‌تواند بر قصد کارآفرینی اثرگذار باشد. بر این اساس سرمایه اجتماعی موجب ایجاد و گسترش قصد کارآفرینی در دانشجویان شده تا با بروز خلاقیت و نوآوری ریسک ایجاد کسب و کار جدیدی را بپذیرند. بطور کل فرآیندهای توانمندسازی دانشگاه کارآفرین، بسترهایی را برای سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌ای از تعامل بین دانشجویان، اساتید، کارشناسان حرفه‌ای صنعتی و ... ایجاد می‌کند و بر این اساس، فارغ‌التحصیلان را پتانسیل بالا و قصد پیاده‌سازی کارآفرینانه برای شروع سرمایه‌گذاری‌های جدید به عنوان یک کارآفرین آماده می‌سازد. این مطالعه نتیجه می‌گیرد که دانشگاه‌های کارآفرین توسعه سرمایه اجتماعی را تشویق می‌کنند. بنابراین، ترویج تبدیل دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای به دانشگاه‌های کارآفرین از طریق بهبود توانمندی‌های دانشگاه در این حوزه می‌تواند از هدف ملی کاهش عدم تطابق مهارت‌ها و بیکاری جوانان حمایت کند. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد، دانشگاه‌ها از طریق ارائه آموزش‌های لازم جهت ایجاد ارتباط تعاملی و توسعه تکنیک‌های ارتباطات اجتماعی و همچنین ایجاد تعامل بین دانشجویان و کارآفرینان موفق جامعه در قالب ایجاد کارگاه‌های کارآفرینی و دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و حتی برگزاری همایش‌های تخصصی کارآفرینی، به عنوان راهکاری برای ارتقای سطوح سرمایه اجتماعی و قصد کارآفرینی در دانشجویان بهره‌مند گردند. فراهم ساختن امکانات و زمینه لازم بهره‌مندی دانشجویان از مشاوران متخصص در حوزه کارآفرینی یکی دیگر از راهکاری پیشنهادی این مطالعه است. همچنین، برنامه ریزان، اساتید و مدیران آموزشی در دانشگاه‌ها با ایجاد فرصت برقراری ارتباط مستقیم و مستمر میان دانشجویان و سرمایه‌گذاران، صاحبان صنایع و مشاغل به منظور مشارکت و ارائه تسهیلات مالی و حمایتی و همچنین تبادل اطلاعات، امکان ایجاد قصد کارآفرینانه را در دانشجویان شکوفا نمایند. در نهایت پیشنهاد می‌گردد که برای بهبود فرهنگ کارآفرینی و بروز تحولات اساسی در جامعه، تحول در رویکردهای سنتی سنجش و تدریس از طریق توسعه توانمندی‌های دانشگاه‌ها، در دستور کار متولیان دانشگاهی کشور قرار گیرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

۱. احمدی کافشانی. ناظمی، بررسی ارتباط هوش هیجانی با قصد کارآفرینانه مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی دانشگاه تهران. نشریه مدیریت ورزشی، ۲۰۱۴.
۲. افخمی مصطفوی، م.س.و. م. ایمانیان اردبیلی، م. امیرپور، بررسی رابطه انواع سرمایه با تأکید بر سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی. اقتصاد و توسعه منطقه ای، ۲۰۲۳، ۲۹ (پاییز و زمستان ۲۴)
۳. شکیب، ح.، س.ی. حجازی، and س.م. حسینی، رابطه سرمایه اجتماعی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی دانشگاه تهران. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۲۰۱۶، ۸ (۳۸)
۴. عسگری نژاد، م. معصومی، بررسی تاثیر محیط دانشگاه بر قصد کارآفرینانه دانشجویان. ماهنامه جامعه شناسی سیاسی ایران، ۲۰۲۳، ۵ (۱۱)
۵. مرادی، م.ع.و. م. زالی، ر. پرنیان، تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۲۰۱۵، ۸ (۱)
6. Si, S., et al., *Business, Entrepreneurship and Innovation Toward Poverty Reduction*. Entrepreneurship & Regional Development, 2019. **32**: p. 1-20.
7. Ndofirepi, T.M., *Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators*. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 2020. **9**(1): p. 2.
8. Yan, F. and D. Mao, *The Impact of Social Capital on the Employment of College Graduates*. Chinese Education & Society, 2015. **48**: p. 59-75.
9. Nahapiet, J. and S. Ghoshal, *Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage*. The Academy of Management Review, 1998. **23**.
10. Galvão, A.R., et al., *Stakeholders' role in entrepreneurship education and training programmes with impacts on regional development*. Journal of Rural Studies, 2020. **74**: p. 169-179.

11. Rogošić, S. and B. Baranović, *Social Capital and Educational Achievements: Coleman vs. Bourdieu*. Center for Educational Policy Studies Journal, 2016. **6**: p. 81-100.
12. Wallace, C., et al., *Structural and Psychological Empowerment Climates, Performance, and the Moderating Role of Shared Felt Accountability: A Managerial Perspective*. The Journal of applied psychology, 2011. **96**: p. 840-50.
13. Ardito, L., et al., *The role of universities in the knowledge management of smart city projects*. Technological Forecasting and Social Change, 2019. **142**: p. 312-321.
14. . Etzkowitz, H. and L. Leydesdorff, *The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations*. Research Policy, 2000. **29**(2): p. 109-123.
15. Barba-Sánchez, V., M. Mitre-Aranda, and J.d. Brío-González, *The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective*. European Research on Management and Business Economics, 2022. **28**(2): p. 100184.
16. Ajzen, I., *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. Human Behavior and Emerging Technologies, 2020. **2**(4): p. 314-324.
17. Lee, S., M.-J. Kang, and B.-K. Kim, *Factors Influencing Entrepreneurial Intention: Focusing on Individuals' Knowledge Exploration and Exploitation Activities*. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 2022. **8**: p. 165.
18. Hindle, K., K. Klyver, and D. Jennings, *An "Informed" Intent Model: Incorporating Human Capital, Social Capital, and Gender Variables into the Theoretical Model of Entrepreneurial Intentions*. 2009. p. 35-50.
19. Bj, et al., *INSTITUTIONS, ENTREPRENEURSHIP, AND ECONOMIC GROWTH: WHAT DO WE KNOW AND WHAT DO WE STILL NEED TO KNOW?* Academy of Management Perspectives, 2016. **30**(3): p. 292-315.
20. Adler, P.S. and K. Seok-Woo, *Social Capital: Prospects for a New Concept*. The Academy of Management Review, 2002. **27**(1): p. 17-40.

21. Mu, J., et al., *Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability*. Industrial Marketing Management, 2017. **64**: p. 187-201.
22. Secundo, G., P. Rippa, and R. Cerchione, *Digital Academic Entrepreneurship: A structured literature review and avenue for a research agenda*. Technological Forecasting and Social Change, 2020. **157**: p. 1201.۱۸
23. Forliano, C., P. De Bernardi, and D. Yahiaoui, *Entrepreneurial universities: A bibliometric analysis within the business and management domains*. Technological Forecasting and Social Change, 2021. **165**: p. 120522.
24. Audretsch, D., *Entrepreneurship and universities*. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 2017. **31**: p. 4.
25. Guerrero, M., D. Urbano, and F. Alain, *Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities*. The Journal of Technology Transfer, 2016. **41**: p. 105-131.
26. Torkzade, J., et al., *Academic Empowerment with a Strategic Approach: a Situational Framework for Planning the Development of Bamiyan University, Afghanistan*. Journal of Educational Planning Studies :۱۱)۶. ۲۰۱۷. p. 133-157.
27. Bouncken, R., et al., *Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy*. Journal of Business Research, 2020. **114**: p. 102-110.
28. Wang, C., N. Mundorf, and A. Salzarulo-McGuigan, *Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration*. The International Journal of Management Education, 2022. **20**(2): p. 100570.
29. Tatarko, A. and P. Schmidt, *Individual social capital and the implementation of entrepreneurial intentions: The case of Russia*. Asian Journal of Social Psychology, 2015.
30. Sooreh, L., et al., *Defining and Measuring Entrepreneurial Universities: A Study in Iranian Context Using Importance-Performance Analysis and Topsis Technique*. 2011.