

واکاوی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان

دانشکده کشاورزی دانشگاه زابل

ولی اله سارانی^۱

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زابل، vsarani@uoz.ac.ir

چکیده

نرخ بالای بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی از یک سو و قابلیت‌ها و پتانسیل‌های اشتغالزایی زیاد بخش کشاورزی کشور از دیگر سو، موجب شده که امروزه بحث شناسایی فرصت‌های موجود در بخش کشاورزی و ارتقای این قابلیت در میان دانشجویان و دانش‌آموختگان کشاورزی به یکی از مباحث مورد توجه محققان، صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان تبدیل شود. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف واکاوی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی در قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه زابل انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان سال چهارم کارشناسی دانشکده کشاورزی دانشگاه زابل بودند (N=370). حجم نمونه با استفاده از جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱) به تعداد ۱۳۲ نفر تعیین شد که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب بر اساس رشته تحصیلی برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه‌ای مشتمل بر سه بخش ویژگی‌های فردی پاسخگویان، سرمایه اجتماعی و قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بود که روایی و پایایی آن با استفاده از نظرات اعضای هیأت علمی دانشگاه زابل و آزمون ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی نیز از نرم‌افزار SPSS Win23 بهره گرفته شد. بر اساس یافته‌های پژوهش میزان قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان مورد مطالعه پایین‌تر از حد متوسط بود. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه از تأثیر مثبت و معنادار ابعاد سرمایه اجتماعی (درون گروهی و برون گروهی) بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان مورد مطالعه حکایت داشت. نتایج این مطالعه دستاوردهای مناسبی برای کمک به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران نظام آموزش عالی کشاورزی کشور در جهت ارتقای قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی کشور به همراه دارد.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی درون گروهی، سرمایه اجتماعی برون گروهی، قابلیت تشخیص فرصت، آموزش عالی کشاورزی

Exploring the Effect of Social Capital Components on Competency of Entrepreneurship Opportunity Recognition among Agricultural Students in University of Zabol

Assistant Professor in Department of Agricultural Extension and Education; university of zabol;
vsarani@uoz.ac.ir

Abstract

Increasing rate of unemployment among the graduates of Iranian higher education system, particularly the graduates of agricultural colleges has been developed into one of the major socio- economic problems of the nation. Considering the importance of entrepreneurship in job related competencies of graduates the present research was conducted to exploring the effect of social capital components on competency of entrepreneurship opportunity recognition among agricultural students University of Zabol. The population of the study was consisted of all the 370 agricultural senior students in University of Zabol. Using Bartlett's table, 132 students were selected as the sample using the proportionate stratified sampling method. The main instrument in this study was questionnaire which its validity was confirmed by the panel of experts and its reliability was confirmed by Cronbach's Alpha coefficient. Data were analyzed by SPSS_{Win23} software in two parts of descriptive and inferential statistics. Findings revealed that the present status of competency of entrepreneurship opportunity recognition among agricultural students was at lower than the moderate level. Based on the results of research the social capital components (bonding and bridging) have a positive and significant effect on competency of entrepreneurship opportunity recognition among agricultural students of Zabol University. The finding of this study can contribute to the improvement of competency of entrepreneurship opportunity recognition among agricultural students for policymakers, planning and Manager of higher education programs in agriculture.

Keywords: Bonding Social Capital, Bridging Social Capital, Entrepreneurship Opportunity Recognition, Higher Agricultural Education

مقدمه

امروزه بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی به یکی از چالش‌های اساسی بخش کشاورزی تبدیل شده و ذهن تمامی سازمان‌های فعال در توسعه کشاورزی را به خود مشغول کرده است. به طوری که بررسی روند اشتغال و بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی نشان می‌دهد که این بخش از آموزش عالی با سهمی برابر با ۴۷ درصد کم‌ترین سهم را در اشتغال دانش‌آموختگان به خود اختصاص داده است (یعقوبی، ۱۳۸۹). بررسی وضعیت دانش‌آموختگان کشاورزی در ایران طی یک دوره چهار ساله بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸ نشان می‌دهد که هر ساله بین ۳۶ تا ۱۲۰ هزار نفر (در مجموع این سال‌ها نزدیک به ۲۲۰ تا ۴۶۰ هزار نفر) دانش‌آموخته کشاورزی از دانشگاه‌های دولتی و آزاد فارغ‌التحصیل شده‌اند که بخش عمده‌ای از این تعداد یا بیکارند یا در بخش‌های غیرکشاورزی مشغول به کارند (فرهانی، ۱۳۸۹). به طوری که هم‌اکنون نرخ بیکاری دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی، بسیار بیشتر از نرخ بیکاری دانش‌آموختگان سایر رشته‌های دانشگاهی است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳). این در حالی است که بخش کشاورزی نسبت به سایر بخش‌ها از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بالاتری برخوردار بوده؛ به گونه‌ای که بررسی‌ها حاکی از آن است که در دنیا حدود سه هزار شغل در زمینه کشاورزی وجود دارد که در کشور ما تنها ۲۱۴ مورد آن‌ها شناسایی شده است (خوش‌مرام، ۱۳۹۵). بنابراین، به نظر می‌رسد سوق دادن دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های کشاورزی به سمت بهره‌برداری از فرصت‌ها و پتانسیل‌های کشف و بهره‌برداری نشده تا حد زیادی بتواند از مشکلات مذکور بکاهد. در واقع، وجود مشکلاتی نظیر آنچه به آن پرداخته شد، امروزه بسیاری از دانشگاه‌های معتبر دنیا را به پرورش استعدادها، افکار، نگرش‌ها، ادراکات، نیات و رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان و در نتیجه دانش‌آموختگان کارآفرین تشویق نموده است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱؛ آنونیموس^۱، ۲۰۰۸). تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه یافته و در حال توسعه نیز نشان‌دهنده این است که بهترین گزینه برای آماده‌سازی دانشجویان برای اشتغال در بازار کار و خوداشتغالی، ترویج کارآفرینی در بین آنان می‌باشد (تاج‌آبادی، ۱۳۷۸). در این راستا، صاحب‌ظران بر این باورند که تشخیص فرصت مرکز ثقل کارآفرینی به شمار می‌رود و بدون آن کارآفرینی معنایی نخواهد داشت. به بیانی دیگر، یکی از بخش‌های مهم در فرایند کارآفرینی «فرصت» است و شروع فرایند کارآفرینی از طریق شناسایی فرصت اتفاق می‌افتد (هیلز و همکاران^۲، ۱۹۹۷؛ هنری و همکاران^۳، ۲۰۰۳).

بنابراین با توجه به آنچه گفته شد می‌توان به این نتیجه دست یافت که تلاش در راستای پرورش استعدادها و قابلیت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان و دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی کشاورزی مستلزم پرورش قابلیت تشخیص فرصت به عنوان نخستین و مهم‌ترین گام می‌باشد. در این راستا، شناسایی عواملی که تشخیص فرصت را در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی تحت تأثیر قرار می‌دهد، از اهمیت بالایی برخوردار است، تا به موجب آن بتوان بستری را فراهم نمود تا قابلیت مذکور در میان دانشجویان ارتقا یابد. در واقع، به واسطه شناسایی عواملی که قابلیت تشخیص فرصت را در میان دانشجویان ارتقا می‌بخشد، می‌توان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشاورزی را تشویق نمود تا به واسطه فراهم نمودن زمینه‌های موردنیاز نسبت به تجهیز دانشجویان به قابلیت شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و سودآور در بخش کشاورزی اقدام نمود. این امر به نوبه خود راهکاری برای غلبه بر بحران بیکاری در میان دانش‌آموختگان کشاورزی خواهد بود. در این راستا، بررسی‌ها حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی است (ادرتج و همکاران^۴، ۲۰۱۱؛ سنجم و رید^۵، ۲۰۰۲؛ دیویدسون و هونگ^۶، ۲۰۰۳). به طور کلی سرمایه اجتماعی به منابع بالقوه و بالفعلی اشاره دارد که افراد آن را از دانسته‌های دیگران به دست می‌آورند، با آن‌ها بخشی از یک شبکه اجتماعی می‌شوند و یا صرفاً با آن‌ها

¹Anonymous

²Hills et al.

³Henry et al.

⁴Audretsch et al.

⁵Senjem and Reed

⁶Davidsson and Honig

شناخته می‌شوند (ناهاییت و قوشال، ۱۹۹۸). در توجیه این ادعا می‌توان گفت که ارتباط با افراد آگاه موجب دستیابی به اطلاعات تأثیرگذار و مهمی می‌شود (دیویدسون و هونگ، ۲۰۰۳) که به تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی کمک می‌کند. بنابراین پژوهش حاضر با هدف واکاوی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل انجام شد.

پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین گروهی و تعامات افراد با گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی و قرین همبستگی و انسجام اجتماعی است، حمایت اجتماعی لازم را برای افراد و گروه‌ها به وجود می‌آورد و انرژی لازم برای تسهیل کنش‌ها در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی را میسر می‌سازد (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶). تا کنون تقسیم‌بندی‌های مختلفی در مورد سرمایه اجتماعی انجام شده است که یکی از آن‌ها تقسیم آن به نوع درون گروهی (پیوندی، قوی) و برون گروهی (اتصال، ضعیف) است. سرمایه اجتماعی درون گروهی از پیوندهای اجتماعی نیرومند مبتنی بر روابط خانوادگی، خویشاوندی، جنسیت، قومیت و دین حکایت دارد (چو، ۲۰۰۴). سرمایه اجتماعی برون گروهی مبتنی بر روابط و پیوندهای افراد و گروه‌ها با دیگر افراد و گروه‌های غیرهمسان می‌باشد (پاتام، ۱۳۸۰). برخی محققان بر این باورند که حضور افراد در جمع خانواده و دوستان می‌تواند به وی در رفع محدودیت‌ها و مشکلات مالی و مدیریتی کمک کند. این روابط قوی نه تنها حمایت عاطفی خانواده را از فرد فراهم می‌نماید بلکه همچنین بستری را به وجود می‌آورد تا وی بدون صرف وقت زیادی برای جستجو، اطلاعات مفید و قابل اطمینانی را کسب نماید (گرو و سالاف، ۲۰۰۳). روابط ضعیف به روابط فرد با شبکه‌های خاصی اشاره دارد که می‌تواند موجب دسترسی وی به اطلاعات و ایده‌های زیادی شود. اگرچه روابط ضعیف به احتمال زیاد موجب دسترسی افراد به اطلاعات جدید و متنوعی می‌شود اما این اطلاعات از قابلیت اعتماد کمتری برخوردارند و کارآفرینان کمتر به آن اعتماد می‌کنند (رمضان‌پور و همکاران، ۲۰۱۴). از آنجایی که روابط ضعیف به طور معمول و منظم اتفاق نمی‌افتد، لذا این‌گونه روابط در مقایسه با روابط دوستانه و صمیمی می‌توانند موجب دسترسی بهتر به اطلاعات منحصر به فرد شوند. از آنجایی که کشف فرصت‌های کارآفرینانه نیازمند دسترسی به اطلاعات جدید است، بنابراین می‌توان گفت افرادی که دارای روابط ضعیف بیشتری نسبت به سایرین هستند به احتمال زیادتری فرصت‌های کارآفرینانه را درک می‌کنند (آرنیوس و کلرک، ۲۰۰۵). در تأیید این موضوع، آنیس و محمد (۲۰۱۲) نیز در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتند که علی‌رغم تأثیر مثبت و معنادار روابط ضعیف بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، روابط قوی اثر معناداری در تشخیص این فرصت‌ها ندارند.

در این راستا، بسیاری از محققان نیز با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی در تشخیص فرصت به بررسی آن در جوامع مختلفی پرداخته‌اند که در ادامه به نتایج برخی از این مطالعات پرداخته می‌شود. در این راستا، یداللهی فارسی و رضوی (۱۳۹۱)، تأثیر سرمایه اجتماعی را در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها توسط جوانان روستایی بخش کربال، مورد بررسی قرار دادند و نتیجه گرفتند که اندازه شبکه اجتماعی، مهارت‌های کارآفرین و تجربه وی با موفقیت در کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری دارد. باگواتولا و همکاران (۲۰۱۰) از دیگر محققانی هستند که تأثیر سرمایه و اجتماعی را بر تشخیص فرصت و بسیج منابع در صنایع بافندگی هند، مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌های مطالعه آنان نشان داد که سرمایه اجتماعی از طریق دسترسی افراد به منابع، تبادل اطلاعات و دریافت عقاید دیگران به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی

¹Nahapiet and Ghoshal

²Chau

³Greve and Salaff

⁴Ramezanpour et al.

⁵Arenius and Clercq

⁶Anis and Mohamed

⁷Bhagavatula et al

منجر می‌شود. روشن و همکاران (۲۰۱۴)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی» به تأثیر مثبت شبکه‌های اجتماعی بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اذعان نمودند. رمضان‌پور و همکاران (۲۰۱۴) نیز در مطالعات خویش به این نتیجه دست یافتند که سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معناداری بر تشخیص فرصت توسط کارآفرینان دارند. نیتو و آوارز^۲ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی»، به این نتیجه دست یافتند که افرادی که در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا زندگی می‌کنند، به احتمال بیشتری فرصت‌های کارآفرینی را کشف و بهره‌برداری می‌کنند. همچنین نتایج مطالعه مذکور نشان داد که سرمایه اجتماعی در سطح فردی نسبت به سرمایه اجتماعی در سطح منطقه‌ای، تأثیر بیشتری بر کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها دارد. وانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۳) در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتند که خودکارآمدی، دانش قبلی، شبکه‌های اجتماعی، ادراک از محیط صنعتی (کسب و کار) اثر مثبت و معناداری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی دارد. همان‌گونه که از بیان مطالب فوق نیز برمی‌آید، اغلب مطالعاتی که در این خصوص نقش سرمایه اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی انجام ده است، در میان کارآفرینان بوده است و به انجام چنین پژوهشی در میان دانشجویان توجه چندانی نشده است. این در حالی است که دانشجویان به زودی و پس از فراغت از تحصیل وارد بازار کار شده و تلاش در راستای تجهیز آنان به قابلیت تشخیص فرصت‌های سودآور می‌تواند تا حد زیادی از معضل بیکاری دانش‌آموختگان بکاهد. بنابراین، دستیابی به هدف اصلی پژوهش حاضر که همانا واکاوی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل می‌باشد، مستلزم بررسی اهداف زیر است:

- ۱- بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل؛
- ۲- بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل؛
- ۳- بررسی وضعیت قابلیت تشخیص فرصت در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل؛
- ۴- بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با تشخیص فرصت در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل؛
- ۵- بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر ماهیت کمی، با توجه به هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، جزو مطالعات توصیفی-همبستگی می‌باشد. با توجه به محدوده زمانی، تحقیق حاضر تک مقطعی بوده و داده‌ها و اطلاعات در یک مقطع زمانی گردآوری شده‌اند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان سال چهارم کارشناسی رشته‌های کشاورزی دانشگاه زابل به تعداد ۳۷۰ نفر بودند که با استفاده از جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱) تعداد ۱۳۲ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب بر اساس رشته تحصیلی برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای مشتمل بر سه بخش بود. بخش اول شامل؛ ویژگی‌های فردی پاسخگویان، بخش دوم شامل؛ سرمایه اجتماعی و بخش سوم شامل؛ مقیاسی برای سنجش قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بود. در بخش دوم از مدل سرمایه اجتماعی ویلیامز^۴ (۲۰۰۶) در دو بعد سرمایه اجتماعی درون گروهی (۱۰ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت) و برون گروهی (۱۰ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت) بهره گرفته شد. همچنین، برای سنجش قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی از مدل نیکلاو و همکاران^۵ (۲۰۰۹) بهره گرفته شد که برای سنجش متغیر مذکور از پنج گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده نموده است. به منظور بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش از نظرات اعضای هیأت علمی دانشگاه زابل و آزمون ضریب آلفای کرونباخ

¹Rowshan et al

²Nieto & Álvarez

³Wang et al.

⁴Williams

⁵Nicolaou et al.

بهره گرفته شد. با توجه به این که مقدار آلفای کروناخ کلیه سازه‌های پژوهش در بخش پیش آزمون بالاتر از ۰/۷۰ بود، لذا می‌توان گفت که ابزار پژوهش از قابلیت اعتماد بالایی برای انجام مطالعه برخوردار است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی (فراوانی، درصد، درصد تجمعی، کمینه، بیشینه، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون چندگانه) از نرم‌افزار SPSSWin21 بهره گرفته شد.

جدول ۱- ضریب آلفای کروناخ سازه‌های پژوهش

سازه‌ها	تعداد گویه	آلفای کروناخ
- قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی	۵	۰/۹۳
- سرمایه اجتماعی درون گروهی	۱۰	۰/۸۲
- سرمایه اجتماعی برون گروهی	۱۰	۰/۸۷

یافته‌های پژوهش

- ویژگی‌های فردی پاسخگویان:

بر اساس نتایج پژوهش میانگین سن دانشجویان مورد مطالعه ۲۳/۵۳ سال با انحراف معیار ۲/۳۰ سال بود و آن‌ها در دامنه سنی ۲۱ تا ۳۱ سال قرار داشتند. علاوه بر این، نتایج پژوهش نشان داد که ۶۶/۷ درصد از دانشجویان مورد مطالعه با بیشترین فراوانی دختر و ۳۳/۳ درصد از آن‌ها با کمترین فراوانی پسر بودند.

- بررسی وضعیت ابعاد سرمایه اجتماعی و قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی:

به منظور بررسی وضعیت موجود ابعاد سرمایه اجتماعی و قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه از میانگین و انحراف معیار استفاده شد (جدول ۲). نتایج ارائه شده در جدول ۲؛ بیانگر این است که وضعیت موجود ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی سرمایه اجتماعی درون گروهی و برون گروهی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه پایین‌تر از حد متوسط (۳) است؛ بنابراین، می‌توان گفت وضعیت سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه نامطلوب است. علاوه بر این، نتایج جدول مذکور نشان دهنده این است که وضعیت قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه پایین‌تر از حد متوسط (۳) است؛ بنابراین، می‌توان گفت دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه از قابلیت‌های پایینی برای شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی برخوردارند.

- بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی:

برای بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد (جدول ۲).

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳
۱- قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی	۲/۸۹	۰/۸۷	۱		
۲- سرمایه اجتماعی درون گروهی	۲/۹۵	۰/۶۹	۰/۵۹۷**	۱	
۳- سرمایه اجتماعی برون گروهی	۲/۵۹	۰/۶۹	۰/۲۰**	۰/۵۵۸**	۱

** معنی داری در سطح خطای یک درصد

نتایج ارائه شده در جدول ۲؛ نشان دهنده این است که رابطه مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بین سرمایه اجتماعی درون گروهی و سرمایه اجتماعی برون گروهی با قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه وجود دارد. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت نمود که با افزایش و یا کاهش سرمایه اجتماعی درون گروهی و برون گروهی در بین دانشجویان کشاورزی، قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین آنها نیز افزایش و یا کاهش می‌یابد.

- تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی:

به منظور بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه از تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه توأم استفاده شد (جدول ۳ و ۴). بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۳ و ۴؛ مشاهده می‌شود که آماره عامل تورم واریانس و شاخص تحمل از مقادیر مناسب و ایده‌الی برخوردارند. همچنین، مقدار آماره تحلیل واریانس در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد؛ بنابراین، رابطه هم‌خطی بین متغیرهای مستقل وجود ندارد و مدل رگرسیونی این پژوهش برازش خوبی دارد.

جدول ۳- ضریب همبستگی چندگانه و ضریب تبیین ابعاد سرمایه اجتماعی

متغیرهای مستقل	R	R ²	AdR ²	F	Sig.
ابعاد سرمایه اجتماعی	۰/۶۸	۰/۴۶	۰/۴۵	۵۵/۲۴**	۰/۰۰۰

** معنی‌داری در سطح خطای یک درصد

نتایج ارائه شده در جدول ۳؛ بیانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه (R) بین ابعاد سرمایه اجتماعی و قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه برابر ۶۸ درصد و ضریب تبیین (R²) آن برابر ۴۶ درصد است. بدین معنی که ۴۶ درصد از تغییرات واریانس وابسته قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه توسط سرمایه اجتماعی درون گروهی و برون گروهی در بین آنها قابل تبیین و پیش‌بینی است که مقدار قابل توجه و بسیار بالایی است.

جدول ۴- مقادیر تأثیر و معناداری اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی

متغیرهای مستقل	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ضریب ثابت	۰/۴۴	۰/۳۲	-	۲/۵۹**	۰/۰۰۹	-	-
سرمایه اجتماعی درون گروهی (X ₁)	۰/۶۰	۰/۱۲	۰/۳۸	۴/۸۷**	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۱/۴۵
سرمایه اجتماعی درون گروهی (X ₂)	۰/۶۱	۰/۱۲	۰/۳۹	۵/۰۱**	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۱/۴۵

** معنی‌داری در سطح خطای یک درصد

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۴؛ مشاهده می‌شود که ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی سرمایه اجتماعی درون گروهی و سرمایه اجتماعی برون گروهی تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی مورد مطالعه دارند. از این رو، با توجه به توضیحات بالا و نتایج ارائه شده در جدول ۴؛ معادله خطی حاصل از رگرسیون به شکل زیر می‌باشد:

$$Y = 0.44 + 0.60 X_1 + 0.61 X_2$$

همان طوری که اشاره شد معنی دار بودن آزمون های F و t حاکی از معنی دار بودن و نیکویی برازش معادله رگرسیون می باشد. اما، معادله رگرسیون چیزی در مورد اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در مورد پیش بینی تغییرات متغیر وابسته بیان نمی کند. از این رو، برای تعیین اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در پیش بینی تغییرات متغیر وابسته باید به مقدار بتا (Beta) توجه کرد، این آماره تأثیر هر متغیر مستقل را جدا از تأثیر سایر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته نشان می دهد. بر اساس آماره بتا، تأثیرگذارترین متغیر مستقل بر متغیر وابسته پژوهش (قابلیت تشخیص فرصت های کارآفرینی)، متغیر سرمایه اجتماعی برون گرومی است که مقدار بتا در این مورد ۰/۳۹ است، یعنی یک واحد تغییر در انحراف معیار متغیر سرمایه اجتماعی برون گرومی باعث ۰/۳۹ واحد تغییر در انحراف معیار متغیر وابسته پژوهش، یعنی قابلیت تشخیص فرصت های کارآفرینی می شود.

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

نظر به این که درک بالای فرد از محیط اطراف می تواند زمینه ساز شناسایی نیازها و فرصت های موجود در محیط باشد، لذا امروزه این باور به وجود آمده که راه اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه موفق مستلزم وجود یک بستر اجتماعی مناسب است (مقیمي اسفندآبادی و همکاران، ۲۰۱۶). واضح و مبرهن است که ادراک فرد از محیط اطراف تا حد زیادی به میزان تعاملات وی با جامعه بستگی دارد. به بیانی دیگر، ارتباط با سازمان ها و افراد مختلف موجب شکل گیری دامنه وسیعی از اطلاعات می شود و لذا می توان امیدوار بود در لایه لای این تعاملات و ارتباطات، فرد موفق به شناسایی فرصت سودآور و منحصر به فردی در بخش کشاورزی شود. اهمیت این امر تا آنجاست که حتی برخی محققان معتقدند که ظهور اولین جرقه های تشخیص فرصت در ذهن افراد وابستگی زیادی به زمینه اجتماعی و میزان سرمایه اجتماعی آنان دارد (مقیمي اسفندآبادی و همکاران، ۲۰۱۶). در این راستا، یافته های مطالعه در خصوص وضعیت ابعاد سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل نشان داد که اکثر افراد مورد مطالعه از نظر سرمایه اجتماعی درون گرومی و برون گرومی در سطح پائینی قرار داشتند، اما میانگین بعد سرمایه اجتماعی درون گرومی از بعد برون گرومی آن بالاتر بود. پرواضح است که محیط دانشگاه ها اغلب برای دانشجویان محیطی بسته همانند محیط مدرسه بوده و امکان برقراری ارتباط با سایر افراد، ارگان ها و نهادها را برای دانشجویان فراهم نمی سازد و لذا به نظر می رسد همین امر موجب شده که میزان سرمایه اجتماعی در میان دانشجویان مورد مطالعه پایین باشد. این در حالی است که ارتباطات برون گرومی و فراگرومی (اتصال) با فراهم نمودن اطلاعات نو، شناسایی فرصت های کارآفرینانه کشاورزی را تسهیل می نماید. در واقع، فرد در روابط برون گرومی (آشنایان تصادفی) اطلاعاتی را کسب می کند که لزوماً در روابط درون گرومی (خانواده و دوستان) قابل حصول نیست (رمضان پور و همکاران، ۲۰۱۴). اما به طور کلی، می توان گفت علی رغم اهمیت بیشتر روابط برون گرومی نسبت به بعد روابط درون گرومی، مطالعات مختلف بر اهمیت هر دو بعد درون گرومی و برون گرومی در شناسایی فرصت های کارآفرینی اذعان داشته اند (ارنیوس و کلرک، ۲۰۰۵؛ گرو و سالاف، ۲۰۰۳؛ رمضان پور و همکاران، ۲۰۱۴). در این راستا، با نگاهی به دیدگاه ها و نظریات مختلفی نیز که در حوزه تشخیص فرصت های کارآفرینی ارائه شده است، می توان به این نکته پی برد که در اغلب آنان به نقش مهم و تأثیرگذار اطلاعات در شناسایی فرصت های کارآفرینی اشاره شده است. به بیانی دیگر، برای شناسایی یک فرصت کاری جدید و موفق، فرد بایستی به طرق مختلف نسبت به دریافت، جمع آوری، تفسیر و کاربست اطلاعات در خصوص صنایع، تکنولوژی، بازارها، سیاست های دولت و ... اقدام نماید (ازگن و بارون، ۲۰۰۷). شکل گیری سرمایه اجتماعی خود مستلزم برقراری ارتباط با شبکه های اجتماعی مختلف می باشد (مقیمي اسفندآبادی و همکاران، ۲۰۱۶). در نهایت نیز، یافته ها بیانگر این واقعیت بود که به طور کلی اکثر دانشجویان کشاورزی

¹Moghimi Esfandabadi et al.

²Ozgen and Baron

مورد مطالعه از سرمایه اجتماعی پایین تر از متوسطی برخوردار بودند. همچنین، یافته‌ها از تأثیر مثبت و معنادار ابعاد سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل حکایت داشت که بسیاری از محققان (کانتین و اوجالا، ۲۰۱۱؛ مقیمی اسفندآبادی و همکاران، ۲۰۱۶؛ آردیچولی و همکاران، ۲۰۰۳؛ ازگن و بارون، ۲۰۰۷؛ رمضان‌پور و همکاران، ۲۰۱۴؛ کلاول و همکاران، ۲۰۱۴) نیز در مطالعات خود، مشابه یافته‌های پژوهش حاضر به تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان نموده‌اند. بنابراین، با استناد به سطح پایین سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل از یک سو، و اهمیت عامل مذکور در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی از دیگر سو، تلاش در راستای ارتقای سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه زابل ضروری می‌نماید. بنابراین، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر به مدیران گروه‌های آموزشی، آموزشگران و همچنین رؤسای دانشکده‌های کشاورزی پیشنهادهای کاربردی به منظور ارتقای سرمایه اجتماعی و به دنبال آن قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان ارائه می‌شود:

- ۷ دعوت از کارآفرینان و به‌ویژه دانش‌آموختگان موفق در زمینه کارآفرینی به‌منظور حضور در کلاس‌های درس و بیان تجارب موفق خود و همچنین تسهیل ارتباط، تعامل و تبادل نظر دانشجویان با آنان؛
- ۷ تقویت ارتباط و تعامل دانشجویان کشاورزی با شرکت‌های دانش‌بنیان، مراکز رشد، صنایع و شرکت‌های تولیدی موفق در بخش کشاورزی از طریق برگزاری کلاس‌ها و دروس عملی در این نهادها؛
- ۷ راه‌اندازی و فعال نمودن مراکز مشاوره شغلی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌های کشاورزی؛
- ۷ آشنا نمودن دانشجویان با نهادها، انجمن‌ها، مراکز و یا مؤسسات (دولتی و خصوصی) ارائه دهنده خدمات فنی و مشاوره‌ای از مرحله ثبت ایده تا راه‌اندازی و بهره‌برداری از آن؛
- ۷ آشنا نمودن دانشجویان با مؤسسات مالی و اعتباری اعطا کننده تسهیلات مالی مناسب (نظیر وام کم بهره) برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه؛
- ۷ برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهایی با حضور روانشناسان زبده و ماهر با هدف تقویت ارتباط دانشجویان با خانواده‌های آنان.

فهرست منابع

- احمدی، ف. شافعی، ر. و مفاخری‌نیا، ف. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۵): ۱۶۳-۱۴۵.
- پاتنام، ر. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی. ترجمه دل فروز، تهران: وزارت کشور.
- تاج‌آبادی، ر. (۱۳۸۷). آموزش و توسعه کارآفرینی و روش‌های به‌کارگیری آن در نظام آموزش عالی کشاورزی. مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، فرهنگ و جامعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رود هن.
- خوش‌مرام، مژگان. (۱۳۹۵). طراحی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه رازی، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.
- عبداللهی، م و موسوی، م. ط. (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان شناسی گذار. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۶ (۲۵): ۲۳۳-۱۹۵.
- فرهانی، م. (۱۳۸۹). بیکاری ۵۰ درصد دانش‌آموختگان کشاورزی. گزارش سایت خبری ایلنا مورخه ۱۳۸۹/۲/۲۷.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۳). چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار. موجود در: <http://www.amar.org.ir>

¹Kontinen and Ojala

²Ardichvili et al.

³Kolawole et al.

- بداللهی فارسی، ج؛ رضوی، م. (۱۳۹۱). نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال. پژوهش های جغرافیای انسانی، ۷۹: ۱۱۵-۱۰۳.
- یعقوبی، ج. (۱۳۸۹). بررسی عوامل بازدارنده کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی و ارایه سازوکارهایی برای تقویت آن. توسعه کارآفرینی، شماره ۸: ۱۴۰-۱۲۱.
- Anis, Omri; Mohamed, Frikha. (2012). How entrepreneurs identify opportunities and access to external financing in Tunisian's micro-enterprises? African Journal of Business Management, 6 (12): 4635-4647.
- Anonymous. (2008). The social entrepreneur: A field guide for corporate change markers (1st ed). London, England: Sustainability.
- Ardichvili, A; Cardozo, R; Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18(3):105-103.
- Arenius, P; Clercq, D. D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. Small Business Economics, 24(3): 249-265.
- Audretsch, D. B; Aldridge, T. T; Sanders, M. (2011). Social capital building and new business formation: a case study in silicon valley. International Small Business Journal, 29(2): 152-169.
- Belsley, D. A., Kuh, E. and Welsch, R. E. (1980). Regression Diagnostics: Identifying Influential Data and Sources of Co-linearity. John Wiley and Sons, New York.
- Bhagavatula, S; Elfring, T; Van Tilburg, A; Van De Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. Journal of Business Venturing, 25(3): 245-260.
- Chau, Y. K. (2002). Modeling social capital and growth. University of Melbourne, Research paper Number 865.
- Davidsson, P; Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 18(3): 301-331.
- Greve, A; Salaff, J. W. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. Entrepreneurship: Theory and practice, 28(1): 1-23.
- Hasheminasab, H., Farshadfar, E. and Varvani, H. (2014). Application of Physiological Traits Related to Plant Water Status for Predicting Yield Stability in Wheat under Drought Stress Condition. Annual Research and Review in Biology, 4 (5): 778-789.
- Henry, C; Frances H; Claire, L. (2003). Entrepreneurship education and training. London: Ashgate.
- Hills, G. E; Lumpkin, G. T; Singh, R. P. (1997). Opportunity recognition: Perceptions and behaviors of entrepreneurs. Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference.
- Kolawole, John; Hassan, Abu Salawu; Oluwasanni, Odunayo. (2014). Social Network and Human Capital as Determinants of Entrepreneurial Opportunity Recognition in Nigeria. International Journal of Public Administration and Management Research, 2 (2): 116-128.
- Kontinen, T; Ojala, A. (2011). International opportunity recognition among small and medium-sized family firms. Journal of Small Business Management, 49(3): 490-514.
- Moghimi Esfandabadi, Hossein; Yadollahi Farsi, Jahangir; Mobaraki, Mohammad Hassan; Moghimi Esfandabadi, Ali Reza. (2016). The Effect of Social Capital on Opportunity Recognition in Entrepreneurs as Mediated by the Social Network: A Case of Managers in the Science and Technology Park of the University of Tehran. Arabian Journal of Business and Management Review, 6 (3).
- Nahapiet, J; Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. The Academy of Management Review, 23(2): 242-266.
- Nieto, Mariano; Álvarez, Nuria González. (2016). Social capital effects on the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. International Entrepreneurship and Management Journal, 12 (2): 507-530.
- Ozgen, E; Baron, R. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. Journal of Business Venturing, 22(2): 174-192.
- Ramezani, S; Amiriyani, S; Mosleh Shirazi, A. N. (2014). Investigation of the relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals. International Journal of Asian Social Science, 4(5): 598-613.
- Rowshan, S. A; Adnani, M; Joodzadeh, M. (2014). Examining the Role of Social Networks in Entrepreneurial Opportunity Recognition. Academic Journal of Research in Business and Accounting, 2 (8): 8-16.
- Senjem, J.C; Reed, K. (2002). Social capital and network entrepreneurs. Frontiers of entrepreneurship research. Wellesley, MA: Babson College.
- Wang, Y; Ellinger, A.D; JimWu, Y. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. Management Decision, 51 (2): 248-266.
- Williams, D. (2006). On and Off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(2), 593-628.