فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴، صفحات ۱ تا ۱۳

https://www.jasd.ir

eISSN: 3115-7955

Research

Relationship between Social Capital and Entrepreneurial Spirit among Students

Siroos Ahmadi, Maryam Mokhtari, Nahid Abbasi

Department of Social Sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran

Receive:
23 February 2025
Revise:
18 April 2025
Accept:
05 May 2025

Keywords:
Entrepreneurial spirit, Social capital, Students

Abstract

Purpose: The purpose of this study was to examine the relationship between social capital and the entrepreneurial spirit among university students.

Method: This research employed a descriptive survey design with a correlational approach. The statistical population consisted of students at Yasouj University, of whom 391 individuals were selected through multi-stage random sampling. Data were collected using the 49-item Entrepreneurship Spirit Questionnaire developed by Seyadat et al. (2012) and the 34-item Social Capital Questionnaire by Onyx and Bullen (2000). The reliability of the entrepreneurial spirit questionnaire was measured at 0.912, and the reliability of the social capital questionnaire was 0.875.

Findings: The results of data analysis indicated that students' entrepreneurial spirit was at a moderate level. A positive and significant relationship was found between social capital and entrepreneurial spirit. In addition, none of the demographic variables showed a significant relationship with entrepreneurial spirit.

Conclusion: Enhancing social capital can promote the entrepreneurial spirit among students, thereby contributing to addressing one of the country's major social issues—namely, the unemployment of university graduates.

Please cite this article as (APA): Ahmadi, S., Mokhtari, M. and Abbasi, N. (2025). Relationship between Social Capital and Entrepreneurial Spirit among Students. *Journal of Approaches in Sociology and Development*, *1*(1), 1-13.

https://doi.org/10.22034/jasd.2025.215434

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Raz Nahan Publishing (RN. PUB)

Corresponding Author: Saeid Bagher Salimi | **Email:** s.b.salimi@iau.ac.ir

فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه
Journal of Approaches in Sociology and Development
https://www.jasd.ir
دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴، صفحات ۱ تا ۱۳
علمی پژوهشی
eISSN: 3115-7955

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان

سیروس احمدی، مریم مختاری، ناهید عباسی

گروه علوم اجتماعی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

تاریخ دریافت:
۰۵ اسفند ۱۴۰۳
تاریخ بازنگری:
۲۹ فروردین ۱۴۰۴
تاریخ پذیرش:
۱۵ اردیبهشت ۱۴۰۴

کلید واژه‌ها:
روحیه کارآفرینی،
سرمایه اجتماعی،
دانشجویان

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان بود.

روش: روش پژوهش حاضر توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق دانشجویان دانشگاه یاسوج هستند که ۳۹۱ نفر از آنان به روش نمونه گیری تصادفی چندمرحله‌ای انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات تحقیق از پرسشنامه ۴۹ سوالی روحیه کارآفرینی سیادت و همکاران (۱۳۹۱) و پرسشنامه ۳۴ سوالی سرمایه اجتماعی اونیکس و بولن (۲۰۰۰) استفاده شد. پایایی پرسشنامه روحیه کارآفرینی ۰/۹۱۲ و پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی ۰/۸۷۵ سنجده شد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد، روحیه کارآفرینی دانشجویان در سطح متوسط می‌باشد. رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی وجود دارد. بعلاوه، هیچ یک از متغیرهای جمعیتی رابطه معناداری با روحیه کارآفرینی نشان نمی‌دهند.

نتیجه‌گیری: با افزایش سرمایه اجتماعی می‌توان روحیه کارآفرینی را در بین دانشجویان ارتقا داد و از این طریق به یکی از مسائل اجتماعی مهم کشور یعنی بیکاری فارغ‌التحصیلان کمک کرد.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): احمدی، سیروس، مختاری، مریم و عباسی، ناهید. (۱۴۰۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان. *فصلنامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه*. (۱)۱. ۱-۱۳.

https://doi.org/10.22034/jasd.2025.215434

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: انتشارات راز نهان

نویسنده مسئول: سیروس احمدی
ایمیل: sahmadi@yu.ac.ir

مقدمه

اگرچه، تحصیلات دانشگاهی از جنبه‌های روانی- اجتماعی حائز اهمیّت است اما بخش اعظم جوانان به امید اشتغال، وارد دانشگاه‌ها می‌شوند و انتظار دارند پس از فراغت از تحصیل، شاغل شوند. با توجه به اینکه نیروی انسانی متخصّص، از عوامل اساسی توسعه در هر کشور است (تودارو، ۱۳۷۵) انتظار کسب اشتغال پس از طی آموزش‌های عالی، دور از ذهن نیست. ضمن اینکه برخی متخصّصان، اساساً بر نقش محوری دانشگاه در اشتغال تاکید ورزیده‌اند (وردو و داویا[1]، ۲۰۲۳؛ ایوز[2] و همکاران، ۲۰۰۲). از دهه ۱۹۸۰ به این سو جذب شدن به بازار کار برای جوانان به تدریج سخت‌تر شده است (آلن و ولدن[3]،۲۰۰۷) و میزان اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی بر حسب کشورهای مختلف، تفاوت‌های کاملاً معناداری نشان می‌دهد (گارسیا- مونتالوو[4] و همکاران، ۲۰۰۷). این امر باعث شده است، اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی مورد توجه جدی قرار گیرد و رابطه تحصیلات عالی و کار به یکی از مهمترین موضوعات تحصیلات عالی در چنددهه اخیر تبدیل شود (تیشلر[5]، ۲۰۰۷). روندهای موجود در ایران حاکی از آن است که بازار کار توانایی جذب فارغ التحصیلان دانشگاهی را ندارد و در نتیجه، هر ساله بخش قابل توجهی از فارغ التحصیلان به صف بیکاران کشور می‌پیوندند (احمدی،۱۳۹۴). حسب گزارش مرکز آمار ایران در پاییز ۱۴۰۳، سهم جمعیت بیکار فارغ التحصیل آموزش عالی از کل بیکاران به ۴۳/۱٪ رسیده است (تجارت نیوز، ۱۴۰۳). بدون تردید، تداوم این وضعیت، مسیر توسعه کشور را با چالش‌های جدی مواجه خواهد ساخت. یک راهکار اساسی در خصوص اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی که مورد توجه جوامع مختلف قرار گرفته است، کارآفرینی است (آنتونسیچ و هیسریچ[6]،۲۰۰۳) که با توجّه به فزونی عرضه نیروی کار نسبت به ظرفیت‌ها و تقاضای بازار کار در ایران، توجه به آن در ایران نیز یک ضرورت بنیادی است. کارآفرینی، فرآیند دایمی کشف، ارزیابی و بهره گیری از فرصت‌ها در جهت ارائه محصول یا خدمت جدید به بازار است (شان و ونکاتارانام[7]،۲۰۰۰) و دارای یک ظرفیت عظیم در توسعه اقتصادی، بهره وری و افزایش فرصت‌های اشتغال (گالور و میکالاپولوس[8]،۲۰۰۸) می‌باشد. با توجه به اینکه، پیش زمینه اساسی کارآفرینی، وجود روحیه کارآفرینی است، ممالک مختلف دنیا به طور گسترده بر روی تقویت روحیه کارآفرینی، سرمایه گذاری می کنندو تلاش می کنند آن را بویژه در بین مدیران، تجار و دانشجویان ارتقاء بخشند (آنتونسیچ و هیسریچ،۲۰۰۳). روحیه کارآفرینی عبارت است از مجموعه نگرش‌های مثبت در مورد فعالیت‌های اقتصادی، کسب و کار، ابتکارات و عمل. به بیان دیگر، روحیه کارآفرینی، مجموعه‌ای از نگرش‌ها، باورها و احساسات در مورد کارآفرینی است که زمینه ساز کارآفرینی می گردند (وزرات و بچلت[9]،۲۰۰۶). حجم بالای فارغ التحصیلان دانشگاهی بیکار در ایران اگرچه دلایل متعدد دارد اما همچنین بیانگر این است که روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان ایرانی، رشد و توسعه نیافته است. روحیه کارآفرینی متأثر از عوامل مختلف اقتصادی، مدیریتی، سیاسی و روانشناختی (ربانی و انصاری،۱۳۸۴) است اما همچنین پیوند نزدیکی با عوامل اجتماعی

1.Verdu & Davia
2- Ives
3- Allen &, Velden
4- Garcia-Montalvo
5- Tiechler
6- Antoncic & Hisrich
7- Shane & Venkataranam
8- Galor & Michalopoulos
9- Verzat & Bachelet

همچون سرمایه اجتماعی دارد که کمتر مورد توجه قرار گرفته است. براین اساس، مساله اساسی پژوهش حاضر این است که اولاً، روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان به چه میزان است و ثانیاً، آیا رابطه معناداری با سرمایه اجتماعی دارد؟

مبانی نظری

روحیه‌ی کارآفرینی ناحیه‌ای آگاهانه‌ای از ذهن تعریف می‌شود که توجه فردی، تجربیات و رفتار را به سوی رفتار کارآفرینی هدایت می‌کند (کرانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۱۶). و به قضاوتی درباره‌ی داشتن یک کسب و کار شخصی برای امرار و معاش و همچنین شامل یک نقشه‌ی کلی منحصر به فرد برای کارآفرین شدن اشاره دارد (کرانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۱۶). یکی از عوامل تأثیرگذار بر روحیه کارآفرینی سرمایه اجتماعی است. از نظر پاتنام، سرمایه اجتماعی در درون گروه‌های مدنی و دینی، پیوندهای خانوادگی، شبکه‌های اجتماعی غیررسمی دوستان و خویشاوندان، داوطلب شدن، از خودگذشتگی و اعتماد نهفته است. به زعم وی سرمایه اجتماعی به هنجارهای روابط متقابل و شبکه یا انجمن‌ها اشاره دارد که باعث ارتقای همکاری و عملکردها می‌شود و می‌تواند به عنوان منابع اجتماعی در جهت منافع متقابل استفاده شود (داس، ۲۰۰۳: ۳۰). پاتنام اصطلاح سرمایه اجتماعی را برای اشاره به اتصال‌های بین افراد و شبکه‌های اجتماعی و هنجارها و اعتمادی که در نتیجه‌ی آن‌ها به وجود می‌آید، به کار می‌برد. از نظر وی اعتماد و عمل متقابل اعضا در شبکه به عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (پاتنام، ۲۰۰۰). وی معتقد است که سرمایه اجتماعی شامل موارد ذیل است: میزان مشارکت در امور اجتماع محلی و زندگی سازمانی، مشارکت در امور عمومی، رفتار داوطلبانه، فعالیت‌های اجتماعی، غیر رسمی و سطح اعتماد بین افراد، بدین ترتیب سنجه او دارای دو عامل اساسی است. سنجه مشارکت انجمنی و سنجه اعتماد (فولادیان، ۱۳۸۸: ۹۱). به عقیده پاتنام، سرمایه اجتماعی کنش جمعی نیست، بلکه هنجارها و ضمانت‌های اعتماد و عمل متقابل در بین شبکه‌های اجتماعی است که مشکلات غیرقابل حل کنش اجتماعی را حل می‌کند (شارع پور و راد، ۱۳۸۷: ۱۳۱). پاتنام در بررسی عناصر سرمایه اجتماعی، مشارکت مدنی را را از اشکال ضروری به شمار می‌آورد و معتقد است که هر چه این شبکه‌ها در جامعه‌ای متراکم باشند احتمال همکاری شهروندان در جهت منافع متقابل بیشتر است و باعث می‌گردد که هزینه‌های بالقوه عهدشکنی در هر معامله‌ای افزایش یابد، هنجارهای قوی معامله متقابل تقویت شوند، ارتباط را تسهیل و جریان اطلاعات را در مورد قابل اعتماد بودن افراد بهبود بخشند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۷). از نظر او ویژگی بازتولیدی سرمایه اجتماعی منجر به تعامل اجتماعی همراه با سطح بالایی از همکاری، اعتماد، بده و بستان و روابط متقابل، مشارکت مدنی و رفاه اجتماعی می‌گردد (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۵: ۲۸). کلمن سرمایه‌ی اجتماعی را پدیده‌ای اجتماعی می‌داند که باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیری می‌شود که از جمله شاخص‌های کارآفرینی محسوب می‌شوند (ربیعی و صادق زاده، ۱۳۹۰: ۲۱۰). پس سرمایه اجتماعی نوعی ابزار دسترسی به منابع اقتصادی و فرهنگی از طریق ارتباطات اجتماعی است. تاکید بوردیو بر مشارکت فرد در شبکه‌های اجتماعی است که این مشارکت سبب دسترسی او به منابع و امکانات گروه می‌شود (تنهایی و حضرتی صومعه،۱۳۸۸: ۴۴). براین اساس می‌توان گفت سرمایه‌ی اجتماعی با افزایش سطح اعتماد، همکاری متقابل و مشارکت داوطلبانه در فعالیت‌های اجتماعی و کاهش هزینه تبادلات باعث می‌شود افراد توانایی بالاتری برای کارآفرینی داشته باشند. افرادی که سرمایه اجتماعی بالاتری دارند به اطلاعات بیش‌تری دسترسی دارند و همین اطلاعات

در گسترش کسب و کار و دستیابی به بازارهای جدید تأثیرگذار است. از این رو سرمایه اجتماعی اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد. کارآفرینانی که در گروه‌های اجتماعی دارای سرمایه‌ی بیش‌تری هستند به احتمال فراوان در داخل شبکه‌ها در وضعیت مساعدتری قرار دارند، بنابراین احتمال بیش‌تری دارد که بتواند به طور مؤثر فرصت‌های تجاری را تشخیص داده و از آن بهره گیرند. وجود سرمایه‌های اجتماعی بالا، زمینه را برای تفاهم، اعتماد و یکپارچگی مردم فراهم می‌کند و احتمالاً مراودات و تعاملات قوی و نزدیک‌تری با هم خواهند داشت. ارزش‌هایی چون همکاری و اعتماد باعث تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود و این عوامل زمینه‌ی مهیا شدن شرایط سودمندتری را برای کارآفرین شدن افراد فراهم می‌کند.

پیشینه پژوهش

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی کمتر مورد بررسی علمی قرار گرفته است. با این حال، از برخی مطالعات می‌توان نام برد که کم و بیش به این مبحث پرداخته‌اند. ایمانیان اردبیلی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی رابطه انواع سرمایه‌ها و روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد پرداختند. یافته‌های این پژوهش که به روش کمی انجام شد نشان داد، سرمایه معطوف به روابط دوستی و خانوادگی رابطه معنادار مثبتی با روحیه کارآفرینی دارند؛ درحالی‌که رابطه سرمایه نهادی با روحیه کارآفرینی رابطه منفی است. این نتایج نشان می‌دهد که علاوه بر تقویت سرمایه اجتماعی، لازم است که دانشگاه‌ها در مدل‌های آموزشی خود، افراد شاغل در محیط واقعی را در بحث آموزش در دانشگاه درگیر نمایند. چراکه این نوع برنامه‌ها دانشجویان را در مسائل و چالش‌های تجربه شده به‌وسیله کارآفرینان در موقعیت واقعی زندگی درگیر می‌کند. فیروز آبادی و نصرالهی وسطی (۱۳۹۳) در پژوهشی در زمینه رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی نشان دادند که بین اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. رضائی و درینی (۱۳۹۲) در پژوهشی در زمینه نقش مولفه‌های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی نشان دادند که هر سه فرضیه اصلی پژوهش مورد پذیرش قرار گرفته و هر یک از مولفه‌های سرمایه اجتماعی شامل شناختی، رابطه‌ای و ساختاری، اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته داشته‌اند. ربیعی و سرابی (۱۳۹۱) در پژوهشی در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان نشان دادند که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تأثیر بر کارآفرینی زنان است و پس از آن بعد شناختی قرار دارد و بعد رابطه‌ای دارای کمترین تأثیر بر کارآفرینی زنان است. یدالهی فارسی و رضوی (۱۳۹۰) در پژوهشی در زمینه نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال نشان دادند که اندازه‌ی شبکه‌ی اجتماعی با موفقیت در کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری دارد و مهارت‌های کارآفرین و تجربه وی با موفقیت در کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد. ربیعی و صادق زاده (۱۳۹۰) در پژوهشی در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی نشان دادند رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی وجود دارد و بعد کیفیت سرمایه اجتماعی در جامعه مورد مطالعه دارای اهمیّت بیشتری بوده است. آموزش مصرف بهینه به دانش آموزان، باعث کاهش محسوس مصرف انرژی در خانه‌ها گردید. قلی پور و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و طی آن با افزایش سرمایه اجتماعی،

کارآفرینی افراد به طور معناداری افزایش می‌یابد. کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) در پژوهشی‌در زمینه نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی نشان دادند که رابطه مثبتی بین اعتماد و هنجارها و شبکه‌های اجتماعی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. به این معنا که هر چه افراد از میزان اعتماد بیشتری نسبت به یکدیگر برخوردار باشند، به همان اندازه در توسعه کارآفرینی نقش و اثر بیشتری مشاهده می‌شود. وانگ[1] و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی در چین به بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه در شرکت‌های چینی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد، رابطه مستقیم و معناداری بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه وجود دارد. پون[2] و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی زنان در مناطق روستایی نشان دادند سرمایه اجتماعی خانواده احتمال کارآفرین شدن زنان را افزایش می‌دهد اما سایرسرمایه های اجتماعی اثر معناداری بر احتمال کارآفرین شدن زنان نداشتند. استرین[3] و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی در زمینه کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و نهادها نشان دادند، سرمایه اجتماعی و تجاری اساساً به وسیله نهادهای رسمی مانند حقوق مالکیت قوی و عملگرایی دولت، تسهیل می‌شود. آن‌ها همچنین نشان دادند، عملگرایی دولت ممکن است به گونه‌ای متفاوت بر هریک از انواع کارآفرینی (تجاری و اجتماعی) تأثیر بگذارد. دیویدجاهر[4] و نیگاما[5] (۲۰۱۱) در پژوهشی در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی بر فرصت‌های شناختی رفتار کارآفرینی نشان دادند که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر روی فرصت‌های شناختی رفتار دارد.

روش

روش انجام پژوهش حاضر، روشی پیمایشی است که به لحاظ هدف کاربردی، بر حسب روش و شیوه جمع آوری داده‌ها توصیفی- پیمایشی و به لحاظ فرایند اجرا مقطعی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، دانشجویان دانشگاه یاسوج است که تعداد آن ۷۰۰۰ نفر بوده است. جهت تعیین حجم نمونه تحقیق از فرمول نمونه گیری کوکران (۱۹۷۷) استفاده شده است. با تعیین مقادیر p برابر با ۰/۵، q برابر با ۰/۵، t برابر با ۱/۹۶، d برابر با ۰/۰۵ و N برابر با ۷۰۰۰، اندازه نمونه برابر با ۳۸۱ نفر است که در راستای دست یابی به برآوردی دقیق‌تر، اندازه نمونه به ۳۹۱ نفر افزایش یافت. جهت انجام نمونه گیری با توجه به در دسترس بودن چارچوب نمونه گیری، شیوه نمونه گیری سیستماتیک مورد نظر بود اما چون دستیابی به نمونه‌های تعیین شده به دلایل مختلف همچون غیبت دانشجو، فارغ التحصیلی دانشجو و غیره امکان پذیر نبود، جهت انجام نمونه گیری از روش تصادفی چند مرحله‌ای استفاده گردید. مکانیزم آن به این صورت بود که ابتدا، جمعیّت هریک از دانشکده‌های فنی، علوم پایه، کشاورزی و علوم انسانی مشخّص گردید. سپس، متناسب با جمعیّت دانشکده‌ها، سهم آنها در نمونه مشخّص گردید. سپس، در هریک از دانشکده‌ها، کلاس‌های آموزشی شمارش و در هر دانشکده تعدادی از آنها انتخاب گردیدند و در مرحله نهایی، با مراجعه به کلاس‌ها از دانشجویان خواسته شد در صورت تمایل به مشارکت در تحقیق، به سئوالات تحقیق جواب دهند. ابزار تحقیق جهت سنجش روحیه کارآفرینی دانشجویان پرسشنامه روحیه کارآفرینی سیادت و همکاران (۱۳۹۱) است که مشتمل بر پنج بعد ریسک پذیری، کنترل درونی، توفیق طلبی،

1-Wang
2- Poon
3-Estrin
4-David jawahar
5-Nigama

استقلال طلبی و خلاقیت است. این پرسشنامه دارای ۴۹ گویه است که در سطح ترتیبی ۵ گزینه‌ای (از کاملاً موافقم=۵ تا کاملاً مخالفم=۱) سنجیده شده است و دامنه نمرات آن از ۴۹ تا ۲۴۵ است. در تحقیق جهت تعیین پایایی این پرسشنامه از همسانی درونی به روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن برابر با ۰/۹۱۲ می‌باشد. ابزار تحقیق جهت سنجش سرمایه اجتماعی پرسشنامه سرمایه اجتماعی اونیکس و بولن (۲۰۰۰) است که مشتمل بر هفت بعد ارزش زندگی، عاملیت اجتماعی، احساس امنیت و اعتماد، مشارکت در جامعه، تعاملات با اطرافیان، تحمل تنوع و روابط کاری است. این پرسشنامه داری ۳۴ گویه است که در سطح ترتیبی ۵ گزینه‌ای (از خیلی زیاد=۵ تا خیلی کم=۱) سنجیده شده است و دامنه نمرات آن از ۳۴ تا ۱۷۰ است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی اونیکس و بولن (۲۰۰۰) توسط باقری یزدی (۱۳۹۰) و رجبی گیلان و همکاران (۱۳۹۲) مورد استفاده قرار گرفته و ویژگی‌های روانسنجی آن در شرایط جامعه ایران مورد بررسی قرار گرفته است. جهت تعیین پایایی این پرسشنامه از همسانی درونی به روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن برابر با ۰/۸۷۵ می‌باشد.

یافته‌ها

براساس داده‌های جدول شماره ۱، از مجموع کل پاسخگویان، ۴۷/۳٪ مرد و ۵۲/۷٪ زن می‌باشند که نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان را زنان تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۱ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیتی

	مقوله	F	%
جنسیت	مرد	۱۸۵	۴۷/۳
	زن	۲۰۶	۵۲/۷
محل سکونت	شهر	۲۷۶	۷۰/۶
	روستا	۱۰۶	۲۷/۱
	منطقه عشایری	۹	۲/۳
قومیت	لر	۲۵۴	۶۵
	فارس	۹۹	۲۵/۳
	سایر	۳۸	۹/۷
وضع تأهل	متأهل	۴۱	۱۰/۵
	مجرد	۳۵۰	۸۹/۵
گروه تحصیلی	ادبیات	۱۱۸	۳۰/۲
	کشاورزی	۶۸	۱۷/۴
	پایه	۸۳	۲۱/۲
	فنی مهندسی	۱۲۲	۳۱/۲
مقطع تحصیلی	کارشناسی	۳۰۳	۷۷/۵
	کارشناسی ارشد	۸۸	۲۲/۵

در زمینه محل سکونت، از مجموع کل پاسخ گویان، ۷۰/۶٪ در شهر، ۲۷/۱٪ در روستا و ۲/۳٪ در منطقه عشایری زندگی می‌کنند. در زمینه قومیت، از مجموع کل پاسخ گویان، ۶۵٪ لر، ۲۵/۳٪ فارس و ۹/۷٪ سایر می‌باشند. در زمینه وضعیت تأهل، از مجموع کل پاسخ گویان، ۱۰/۵٪ متأهل و ۸۹/۵٪ مجرد می‌باشند. در زمینه گروه تحصیلی، از مجموع کل پاسخ گویان، ۳۰/۲٪ شامل دانشکده ادبیات، ۱۷/۴٪ دانشکده کشاورزی، ۲۱/۲٪ دانشکده پایه و ۳۱/۲٪ دانشکده فنی می‌باشند. در زمینه مقطع تحصیلی، از مجموع کل پاسخ گویان، ۷۷/۵٪ کارشناسی و ۲۲/۵٪ کارشناسی ارشد می‌باشند. براساس داده‌های جدول شماره ۲ میانگین سنی پاسخ گویان ۲۲/۸ سال با انحراف معیار ۳/۱ سال بوده است. و میانگین معدل تحصیلی پاسخ گویان ۱۵/۳ با انحراف معیار ۱/۵ می‌باشد. براساس نتایج توصیفی میانگین نمره سرمایه اجتماعی بر روی مقیاسی با دامنه ۳۴(کم‌ترین) تا ۱۷۰(بیش‌ترین) برابر با ۱۰۷ با انحراف معیار ۱۶/۳۷ است. میانگین نمره روحیه کارآفرینی بر روی مقیاسی با دامنه ۴۹(کم‌ترین) تا ۲۴۵(بیش‌ترین) برابر با ۱۷۷/۳۶ با انحراف معیار ۲۰/۶۳ است.

جدول شماره ۲ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیتی سن و معدل

	فراوانی	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
سن	۳۹۱	۱۸	۴۷	۲۲/۸	۳/۱
معدل	۳۹۱	۱۰/۲	۱۹/۹	۱۵/۳	۱/۵

جهت سنجش رابطه بین سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی، با توجه به اینکه هردو متغیر در سطح فاصله‌ای سنجش شده‌اند و توزیع آنها از منحنی نرمال تبعیت می‌کند، از ماتریس همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون در قالب مدل ۱ و مدل ۲ استفاده شده است که نتایج آنها در جداول ۳، ۴ و ۵ انعکاس یافته است. براساس داده‌های جدول شماره ۳ بین سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی و نیز تمام ابعاد آنها رابطه معناداری در فاصله اطمینان ۰/۹۹ وجود دارد. براساس مدل شماره ۱ که در قالب جدول شماره ۴ نمایش داده شده و طی آن رابطه سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی نشان داده شده است، سرمایه اجتماعی قادر است ۰/۳۶۸ تغییرات روحیه کارآفرینی را تبیین کند. اما براساس مدل شماره ۲ که در قالب جدول شماره ۵ نمایش داده شده و طی آن تأثیر متغیرهای جمعیتی (سن، جنسیت، سکونت در روستا و عشایر، قومیّت لر و فارس، وضعیت تأهل، دانشکده پایه، کشاورزی و فنی، مقطع تحصیلی و معدل تحصیلی) نیز در کنار سرمایه اجتماعی بر روحیه کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است، ضریب تعیین به ۰/۳۹۳ رسیده است اما هیچ یک از متغیرهای جمعیتی رابطه معناداری با روحیه کارآفرینی ندارند. به عبارت دیگر رابطه بین متغیرهای اصلی تحقیق یعنی سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی، متأثر از متغیرهای جمعیتی نمی‌باشد.

جدول شماره ۳ : ماتریس همبستگی سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. روحیه کارآفرینی	۱								
۲. ارزش زندگی	** ۰/۳۵	۱							
۲-عاملیت اجتماعی	** ۰/۵۲	** ۰/۳۳	۱						
۳-اعتماد و امنیت	** ۰/۴۳	** ۰/۲۷	** ۰/۴۰	۱					
۴-مشارکت در جامعه	** ۰/۳۸	** ۰/۳۱	** ۰/۴۳	** ۰/۳۷	۱				
۵-تعامل با اطرافیان	** ۰/۴۷	** ۰/۲۳	** ۰/۴۷	** ۰/۴۲	** ۰/۵۰	۱			
۶-تنوع طلبی	** ۰/۳۱	** ۰/۰۹	** ۰/۲۹	** ۰/۲۱	** ۰/۲۱	** ۰/۳۷	۱		
روابط کاری	** ۰/۳۸	** ۰/۲۲	** ۰/۳۸	** ۰/۳۵	** ۰/۴۰	** ۰/۴۹	** ۰/۳۶	۱	
۷-سرمایه اجتماعی	** ۰/۶۰	** ۰/۴۵	** ۰/۷۲	** ۰/۶۵	** ۰/۷۸	** ۰/۸۰	** ۰/۴۶	** ۰/۶۵	۱

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است .* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است

جدول شماره ۴ : پیش بینی روحیه‌ی کارآفرینی براساس سرمایه اجتماعی. مدل ۱

	R	R2	F	Sig	B	Beta	t	Sig
مقدار ثابت	۰/۶۰	۰/۳۶۸	۲۲۶/۴	۰/۰۰۰	۹۵/۶	–	۱۷/۴	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی					۰/۷۶	۰/۶۰	۱۵/۱	۰/۰۰۰

جدول شماره ۵ : پیش بینی روحیه‌ی کارآفرینی براساس مجموع متغیرهای مستقل. مدل ۲

	R	R2	R^{2}_{adj}	F	Sig	B	Beta	T	Sig
مقدار ثابت						۹۵/۴		۷/۱۷	۰/۰۰۰
سن						۰/۴۱۴	۰/۰۶۴	۱/۰۶	۰/۲۸۶
جنسیت						−۱/۵۹۴	−۰/۰۳۹	−۰/۸۸۱	۰/۳۷۹
سکونت روستا						−۲/۳۵	−۰/۰۵۱	−۱/۱۵	۰/۲۵۰
سکونت عشایر						−۵/۴۱۲	−۰/۰۳۹	−۰/۹۲۸	۰/۳۵۴

قومیت لر	۰/۶۲۷	۰/۳۹۳	۰/۳۷۲	۱۸/۷۶	۰/۰۰۰	۱/۰۱	۰/۰۲۱	۰/۴۸۵	۰/۶۲۸
قومیت فارس						-۱/۵۱	-۰/۰۲۲	-۰/۵۲۰	۰/۶۰۴
وضع تأهل						-۴/۰۹	-۰/۰۶۱	-۱/۳۹	۰/۱۶۴
دانشکده کشاورزی						-۲/۶۲	-۰/۰۴۸	-۱/۰۳	۰/۳۰۲
دانشکده پایه						۰/۶۲۲	۰/۰۱۳	۰/۲۵۹	۰/۷۹۶
دانشکده فنی						۲/۸۹	۰/۰۶۴	۱/۲۳	۰/۲۱۹
مقطع تحصیلی						۲/۵۵	۰/۰۵۲	۰/۸۷۷	۰/۳۸۱
معدل تحصیلی						-۰/۲۳۴	-۰/۰۱۷	-۰/۳۸۱	۰/۷۰۳
سرمایه اجتماعی						۰/۷۴۸	۰/۵۹۴	۱۳/۹۰	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری و بحث

وضعیت اشتغال بویژه در بین فارغ التحصیلان دانشگاهی در ایران نامطلوب است. روندهای موجود در ایران حاکی از آن است که بازار کار توانایی جذب فارغ التحصیلان دانشگاهی را ندارد و در نتیجه، هر ساله بخش قابل توجهی از فارغ التحصیلان، به صف بیکاران کشور می‌پیوندند. اگرچه ظرفیت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در ایران افزایش یافته است اما شرایط اشتغال برای آنها فراهم نیست و بر تعداد فارغ التحصیلان بیکار نیز افزوده شده است. تداوم این امر پیامدهای زیانباری برای کشور خواهد داشت. با توجه به این‌که روحیه کارآفرینی یک راهکار مناسب در حل این مسئله است، پژوهش حاضر تلاش کرده است، روحیه کارآفرینی را در بین دانشجویان دانشگاه یاسوج بررسی و رابطه آن را با سرمایه اجتماعی نشان دهد.

براساس یافته‌های تحقیق، روحیّه کارآفرینی دانشجویان در سطح متوسّط است. به طوری که میانگین روحیه کارآفرینی برروی مقیاسی با دامنه ۲۴۵-۴۵ برابر با ۱۷۷ است. این امر بیانگر این است که روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان چندان مورد توجه نبوده و نیازمند تحول جدی است. یافته تحقیق حاضر مبنی بر مطلوب نبودن نمرات روحیه کارآفرینی هم برای مسئولان دانشگاهی و هم برای دانشجویان دارای پیام است. مسئولان دانشگاهی باید زمینه‌های لازم برای تقویت روحیه کارآفرینی را فرآهم کنند و دانشجویان باید بدانند با توجه به رفتار دولت‌ها در طی دو دهه اخیر که در عمل نشان داده‌اند قادر به جذب حجم گسترده فارغ التحصیلان دانشگاهی نیستند، خودشان باید این معضل بیکاری را با کارآفرینی مرتفع نمایند و پیش زمینه اصلی آن، روحیه کارآفرینی قوی است. تا زمانی که روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان، قوی نباشد نمی‌توان امید زیادی به رفع مهمترین مشکلشان یعنی بیکاری گسترده‌شان داشت.

نتایج پژوهش نشان داد، بین سرمایه‌ی اجتماعی و روحیه‌ی کارآفرینی دانشجویان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان بالاتر باشد، روحیه‌ی کارآفرینی آن‌ها نیز بالاتر خواهد بود و بالعکس هر چه سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان، پایین‌تر باشد، روحیه‌ی کارآفرینی آن‌ها نیز پایین‌تر خواهد بود. نتایج این تحقیق، به لحاظ تجربی با نتایج پژوهش قلی پور و همکاران (۱۳۸۷) که نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنا داری وجود دارد، کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) که نشان دادند رابطه مثبتی بین اعتماد و هنجارها و شبکه‌های اجتماعی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد، ربیعی و صادق زاده (۱۳۹۰) که نشان دادند رابطه مثبت و

معناداری بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد، یدالهی فارسی و رضوی (۱۳۹۰) که نشان دادند، اندازه شبکه‌ی اجتماعی با موفقیت در کارآفرینی، رابطه مثبت و معناداری دارد، فیروز آبادی و نصرالهی وسطی (۱۳۹۳) که نشان دادند بین اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد، دیویدجاهر و نیگاما (۲۰۱۱) که نشان دادند، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر روی فرصتهای شناختی رفتار دارد، پون و همکاران (۲۰۱۲) که نشان دادند، سرمایه اجتماعی خانواده احتمال کارآفرین شدن زنان را افزایش می‌دهد و استرین و همکاران (۲۰۱۲) که نشان دادند، سرمایه اجتماعی می‌تواند به گونه‌ای متفاوت بر هریک از انواع کارآفرینی (تجاری و اجتماعی) تأثیر بگذارد، منطبق است و آن‌ها را تأیید می‌کند. این یافته تحقیق به لحاظ نظری در راستای نظریه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی پاتنام است. وی سرمایه‌ی اجتماعی را شبکه‌ای از روابط و تعاملات توام با آگاهی و اعتماد اجتماعی می‌داندکه باعث ارتقای همکاری و عملکردها می‌شود و می‌تواند به عنوان منابع اجتماعی در جهت منافع متقابل استفاده شود. یافته تحقیق حاضر مبنی بر رابطه معنادار بین سرمایه‌ی اجتماعی و روحیه کارآفرینی است. نتیجه این تحقیق حاکی از این است که هر چه سرمایه‌ی اجتماعی افراد بالاتر باشد روحیه‌ی کارآفرینی افراد بالاتر می‌رود. سرمایه اجتماعی با افزایش سطح اعتماد و همکاری و کاهش هزینه تبادلات باعث می‌شود افراد توانایی بالاتری برای کارآفرینی داشته باشند. این سرمایه تمایل فرد را برای مخاطره‌پذیری و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش می‌دهد. افرادی که سرمایه اجتماعی بالاتری داشته باشند به اطلاعات بیش‌تری دسترسی دارند و همین اطلاعات باعث می‌شود افراد کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی‌شان را گسترش دهند و دست به خلاقیت، رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیر بزنند. عضویت افراد در شبکه‌ها باعث تقویت فعالیت کارآفرینانه می‌شود؛ چرا که این عضویت، منابع مفید اطلاعات را در اختیار شخص قرار می‌دهد.

براساس یافته‌های تحقیق، هیچ یک از متغیرهای جمعیتی جنسیت، محل سکونت، قومیت، وضع تأهل و دانشکده محل تحصیل، قادر به پیش بینی معنادار روحیه کارآفرینی نیستند. اگرچه، این امر به لحاظ آماری بیانگر این است که رابطه متغیرهای اصلی تحقیق یعنی سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی متأثر از متغیرهای مزاحم یا بیرونی نیست اما بویژه عدم تفاوت معنادار نمرات روحیه کارآفرینی در بین دانشکده‌های مختلف بیانگر یک نکته مهم است و آن اینکه، آموزش‌های ارائه شده به دانشجویان حتی در رشته‌های فنی مهندسی که قاعدتاً باید آمادگی‌های بیشتری برای کارآفرینی داشته باشند، متناسب نیست و به نظر می‌رسد سیطره آموزش‌های نظری در نظام دانشگاهی ایران با توجه به ضرورت‌های کنونی، باید بیش از گذشته مورد توجه و البته بازنگری قرار گیرد.

منابع

الوانی، مهدی، شیروانی، علیرضا. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها). تهران: انتشاراتمانی.

ایمانیان اردبیلی، مسعود.، افخمی مصطفوی، مریم سادات.، امیرپور، مهناز. (۱۴۰۱). بررسی رابطه انواع سرمایه با تاکید بر سرمایه اجتماعی و روحیه کارآفرینی. اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۲۴، ۲۴۶-۲۱۵.

باقری یزدی، هانیه السادات. (۱۳۹۰). رابطه سرمایه اجتماعی با خطر پذیری در دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی تهران، فصلنامه رفاه اجتماعی، ۴۱، ۲۵۰-۲۲۳.

پاتنام، رابرت. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی (تجربه ایتالیا و درس‌هایی برای کشورهای در حال گذار)، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.

تجارت نیوز (۱۴۰۳). چند درصد فارغ التحصیلان بیکار هستند. خبرگزاری تجارت نیوز، مورخ ۱۸ دی ۱۴۰۳ (کد خبر: ۹۶۰۱۷۳).

تنهایی، حسین ابولحسن.، حضرتی صومعه، زهرا. (۱۳۸۸). بررسی نظری پژوهش‌های سرمایه اجتماعی در جامعه ایران، فصلنامه علوم رفتاری، (۱)۱، ۵۲-۲۹.

توداورو، مایکل. (۱۳۷۷). توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: موسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه.

ربانی، رسول.، انصاری، اسماعیل. (۱۳۸۴). جامعه شناسی کار و مشاغل: دیدگاه‌ها و نظریه‌ها. اصفهان: دانشگاه اصفهان.

ربیعی، علی و سرابی، سولماز. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی؛ انجمن زنان مدیر کارآفرین)، فصلنامه‌ی مطالعات توسعه اجتماعی – فرهنگی، (۴)۱، ۶۸-۳۳.

ربیعی، علی.، صادق زاده، حکیمه. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۴۱، ۲۲۱-۱۹۱.

رجبی گیلان، نادر.، قاسمی، رامین.، رشادت، سهیلا.، رجبی، سجاد. (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی و کیفیت زندگی مرتبط با سلامت در معلمان، مجله دانشگاه علوم پزشکی زنجان، ۸۸، ۱۰۷-۹۵.

رضائی، روح اله.، درینی، روح اله. (۱۳۹۲). بررسی نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان زاهدان)، مدیریت دولتی (۳)۵، ۶۲-۴۳.

سیادت، علی.، رضازاده، شکوفه سادات.، ببری، حسن. (۱۳۹۱). میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۱۲، ۵۳۶- ۵۲۷.

فیروزآبادی، احمد.، نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد)، پژوهش‌های روستایی، (۱)۵، ۴۴-۲۵.

فولادیان، احمد. (۱۳۸۸). بررسی میزان سرمایه‌ی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، فصلنامه تخصصی فقه و تاریخ تمدن، ۲۱، ۱۱۲-۸۷.

قلی پور، رحمت الله.، مدهوشی، مهرداد.، جعفریان، وحید. (۱۳۸۷). تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی سدید)، فرهنگ مدیریت، ۱۷، ۱۲۹-۱۱۱.

کاوسی، اسماعیل.، کیاسی، حمیرا. (۱۳۸۷). بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی، کتاب ماه علوم اجتماعی، ۱۰، ۱۰۵-۹۷.

کرانی، زهرا.، منوری فرد، فیض الله.، صالحی، لاله. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد روحیه کارآفرینی کشاورزان (مطالعه موردی: شهرستان کرمانشاه)، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۵، ۳۲۲-۳۱۵.

یدالهی فارسی، جهانگیر.، رضوی، مصطفی. (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۷۹، ۱۱۵-۱۰۳.

Allen, J., Velden, R. (2007). Transition from higher education to work. In: Careers of university graduates: Views and experiences in comparative perspectives, Edited by Ulrich Teichler, The Netherlands, Springer.

Antoncic,B.,Hisrich,R. (2003).Privatization,corporate entrepreneurship,and performance: testing a normative model. Journal of Developmental Entrepreneurship. 8(3), 197-218.

Das, J. R. (2003).Social capital and poverty of the wage-Laboure class: problems with the Social Capital Theory. University of Dundee, Department of Geography, Dundee DD1 4HN.

David Jawahar, P., Nigama, K. (2011).The influence of social capital on entrepreneurial opportunity recognition behaviour. Journal of Economics and Management, 5, 351-368.

Estrin, S., Mickiewicz, T.,Stephan, U. (2012).Entrepreneurship, social capital and institutions. Economics Working Paper,115, 1-42.

Garcia-Montalvo, J., Mora, J., Garcia-Aracil, A. (2007). The employment situation about four years after graduation. In: Careers of university graduates: Views and experiences in comparative perspectives, Edited by Ulrich Teichler, The Netherlands, Springer.

Galor,O.,Michalopoulos,S (2008).The evolution of entrepreneurial spirit and the process of development.Available at: http://www.carloalberto.org/assets/working-papers/no.111.pdf

Ives,B.,Valacich, J., Waston, T,R. (2002). What every business student needs to know about information systems. Communication of the Association for Information System, 9, 467-477.

Putnam. R, D. (2000).Democracies in flux, The evolution of social capital in contemporary society, Oxford University Press.

Poon, J., Thai,T., Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: evidence from Vietnam. Applied Geography,35, 308-315.

Shane, S., Venkataranam, S (2000).The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review. 21, 217-226.

Tiechler, U. (2007). Graduate employment and work: Various issues in a comparative perspective. In: Careers of university graduates: Views and experiences in comparative perspectives, Edited by Ulrich Teichler, The Netherlands, Springer.

Verdu, C, A., Davia, M.A. (2023). University-supported job search methods and educational mismatch in bachelor's and master's graduates. Education & Training, 65(10), 29-45.

Verzat,C.,Bachelet,R. (2006). Developing an enterprising spirit among engineering college students: what are the educational factors? International Entrepreneurship Education, Issues and Newness, Fayolle Alain et Klandt Heinz (Ed.), pp191-217.

Wang, L., Xie, G., Lee, B. (2021). Understanding the impact of social capital on entrepreneurship performance: The moderation effects of opportunity recognition and operational competency. Frontiers in Psychology, 12, 1-25.