



Investigating the role of social capital in the development of sustainable entrepreneurship in small and medium-sized companies located in the industrial town of Kermanshah

Mehdi Eslampanah¹ Said Bakhshi ² Mehdi Hosseinpour ^{3*} Mahtab Mortezaei ⁴

1. Assistant Professor, Faculty of Management, Alama Tabatabai University, Tehran, Iran.

2. PhD Student of Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

4. PhD Student of Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:

Original Research

Received: 11.27.2023

Revised: 02.27.2024

Accepted: 06.19.2024

Keyword:

Social Capital
Cognitive Capital
Relational Capital
Sustainable
Entrepreneurship

*Corresponding Author:

Mehdi Hosseinpour

Email:

m.hosseinpour@razi.ac.ir

ABSTRACT

The main goal of this research was to study the effects of social capital dimensions on sustainable entrepreneurship in small and medium-sized companies located in Kermanshah. From the point of view of the data collection method, this research is among the descriptive and survey research, and in terms of the purpose, it is practical. The statistical population of the research consisted of 180 managers of companies located in Faraman Industrial Town, Kermanshah. The standard questionnaire of social capital and sustainable entrepreneurship was used to collect data. The validity of the questionnaires was verified by professors and Cronbach's alpha, and confirmatory factor analysis was used to measure the validity of the questionnaire. From the distributed questionnaires, 100 were returned and analyzed using the structural equation model and Amos software. The results obtained from the research confirmed the conceptual model of the research. The findings showed that the dimensions of social capital (structural, cognitive and relational) have a positive and significant effect on sustainable entrepreneurship. In addition, in examining which dimensions of social capital have the greatest impact on the sustainable development of entrepreneurship, it was found that among the dimensions of social capital, the structural dimension had the greatest impact on the development of sustainable entrepreneurship, followed by the cognitive dimension, and the relational dimension with the least impact.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Today, sustainable economic development with an emphasis on improving human welfare, environment and people's income has been given serious attention. Sustainability has been defined as the ability to meet the needs of the present without jeopardizing the ability of the future. Sustainable entrepreneurship includes actions and processes that develop profitability and sustainable opportunities and accelerate structural, social and economic changes in society. Sustainable entrepreneurship has received much attention in today's business environment (Paul et al., 2017). Entrepreneurs have an essential role in the economic development of societies. In an innovative economic system, the owners of thoughts and ideas and the basic capital of an economic enterprise are essential factors of sustainable development (Talari et al., 2020). In advanced societies, social capital has been considered one of the sociological and organizational factors for the formation of sustainable entrepreneurship. Promoting social welfare and achieving stable and effective development has been made possible socially by creating social solidarity, culturally by creating moral commitment, economically by reducing costs and politically by promoting a new form of policy-making with people's participation (Melkzadeh et al., 2018). In the absence of social capital, other capitals lose their efficiency. Therefore, the issue of social capital is considered a central principle in achieving progress (Saidaei, 2018). Social capital helps entrepreneurs take innovative actions that improve their initial position and allow them to take advantage of new opportunities. Social capital plays an important role in the development of sustainable entrepreneurship, but understanding the role of social capital in the sustainability of entrepreneurship is considered one of the important and important factors that need to be carefully understood. In the present research, this issue is addressed.

Methodology

The current research was quantitative in nature and practical in terms of purpose using surveys as a data collection method. The statistical population consisted of 180 companies located in Faraman Industrial Town, Kermanshah; Cochran's formula was used to select 118 companies as the sample through a simple random sampling method. 100 valid and usable questionnaires were obtained by distributing questionnaires among the managers of these companies. To collect data, the standard questionnaires of 27 questions on social capital by Nahapit and Ghoshal (1998) and sustainable entrepreneurship by Hoy et al. (2016) were used using a 5-point Likert scale. Finally, descriptive statistics (mean, quality deviation and Kolmogorov-Smirnov) and inferential statistics from structural models were used to analyze the data using SPSS23 and Amos23 software.

Results and Discussion

The results of factor analysis for variables of social capital and sustainable entrepreneurship and their dimensions were between 0.65 and 0.93, and greater than 0.5. The reliability results (Cronbach's alpha) of all questions were equal to 0.91 which is an excellent and desirable level. According to the results of the Kolograph Smirnov (k-s) test,

the significance level of each variable was greater than 0.05. Therefore, all fit indicators (absolute relative destination) obtained the appropriate value and the proposed model can be said to be suitable. Finally, according to the output of the structural equation model, the standard regression coefficients of each of the independent variables including structural, cognitive and relational capital on sustainable entrepreneurship were equal to 0.656, 0.577 and 0.486 per cent respectively; this level of significance was less than 0.008% and all hypotheses were confirmed.

Conclusions

The results of the hypothesis test and the verification of the conceptual model of the research show the positive effects of social capital and its dimensions on sustainable entrepreneurship and its comparison with previous research. By improving the social capital of people, their desire for entrepreneurship increases. In this way, people who have higher communication and trust with other companies, suppliers, distributors, employees, local governments, and customers have greater capabilities in taking advantage of new ideas, accepting risks and taking advantage of environmental opportunities. The outputs of the structural model showed that the structural dimension has the highest impact on entrepreneurship and was a priority, which is confirmed by the research findings of Rabiei and Sadeghzadeh (2011) and Rabiei and Sarabi (2012). The cognitive dimension was the second priority which is in line with the research findings of Steuman et al. (2010) and Forohar et al. (2011). The relational dimension had far less effect on entrepreneurship and was ranked last which is in agreement with the findings of Taghipour (2018) and Ejali and Darhamjani (2015). Considering that the higher social capital a person has, the more access to resources and information they will have, it can be effective in forming and reaching new markets. Entrepreneurs who are present in social groups have the most social capital and have an effective influence within the networks, making them recognize business opportunities better and take the best advantage of them (Rabiei and Sadeghzadeh, 2018). To engage in entrepreneurial activities, they must examine environmental changes and their impact on business. The entrepreneur's lack of discernment in business success creates an uncertainty that prevents them from cooperating in entrepreneurial activity. On the other hand, social networks create knowledge and skills that reduce ambiguity in the entrepreneurial process. The foundation of industrial and manufacturing companies in the present and future is the use of sustainable entrepreneurship, the discovery of opportunities in this field and the creation of economic, social and environmental values through their production and commercial activities. Therefore, it is recommended that these companies pay special attention to social capital and its dimensions, particularly structural and organizational, to access more resources and information, improve the company's knowledge and human skills through membership in social networks and interaction with others and training, formulate guidelines, allocate budget, grant points and review the structure, and move towards organic structures to survive and discover more upcoming opportunities, reach new markets and earn greater profits.



بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی پایدار در شرکت های

کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی شهر کرمانشاه

مهدی اسلام پناه^۱، سعیدی بخشی^۲، مهدی حسین پور*^۳، مهتاب مرتضایی^۴

۱. استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی تهران.

۲. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۴. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

بازنگری مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۰۸

پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۳۰

کلید واژگان:

سرمایه اجتماعی

سرمایه شناختی

سرمایه رابطه‌ای

کارآفرینی پایدار

*نویسنده مسئول: مهدی حسین پور

پست الکترونیکی:

m.hosseinpour@razi.ac.ir

هدف اصلی پژوهش حاضر، مطالعه تأثیرات ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی پایدار در شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در شهر کرمانشاه می‌باشد. این پژوهش از منظر روش گردآوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های توصیفی و پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی بوده است. جامعه آماری پژوهش را ۱۸۰ نفر از مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی فرمان کرمانشاه تشکیل داده‌اند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استاندارد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پایدار استفاده شده است. روایی پرسش‌نامه‌ها را استادان تأیید کردند و از آلفا کرونباخ و تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش اعتبار پرسش‌نامه استفاده شده است. از پرسش‌نامه‌های توزیع شده، تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه برگشت داده شد و با استفاده از مدل معادلات ساختاری و با بهره‌گیری از نرم‌افزار Amos تجزیه و تحلیل شدند. نتایج پدید آمده از پژوهش، مدل مفهومی پژوهش را تأیید کرد. یافته‌ها نشان داد ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) بر کارآفرینی پایدار تأثیر مثبت و معناداری دارد و در بررسی اینکده کدام یک از ابعاد سرمایه اجتماعی، بیشترین تأثیر را بر توسعه پایدار کارآفرینی دارند مشخص شد که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی پایدار دارد و پس از آن بعد شناختی قرار دارد و بعد رابطه‌ای دارای کمترین تأثیر بر توسعه کارآفرینی پایدار است.



مقدمه

در عصر حاضر، تأکید صرف بر استفاده بیش از حد از منابع تجدیدناپذیر به منظور افزایش سود و میزان تولید، منجر به پیامدهای منفی ناگواری برای کشور و منجر به تخریب محیط زیست، نابرابری اجتماعی، کاهش منابع و ... گردیده است. جبران این معضلات در درازمدت موجب ضررهای فراوان اقتصادی خواهد شد. در پی چنین شرایطی، از مهم‌ترین راه‌حل‌های خروج از این بحران، استفاده از ملزومات کارآفرینی پایدار به‌جای کارآفرینی اقتصادی مبتنی بر سود می‌باشد. این نوع کارآفرینی، اهداف توسعه پایدار را دنبال می‌کند و کاهش مصرف منابع غیرقابل تجدید را به دنبال دارد. صنایع تولیدی اغلب رکن اساسی اقتصاد مدرن نامیده می‌شوند و در حال حاضر بیش از هر زمانی مسائل محیط زیست در این صنایع مورد توجه قرار گرفته‌اند. این بخش از صنعت در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، هم در ایجاد شغل و هم در رشد اقتصادی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. در این بین، شرکت‌های بزرگ تولیدی روزبه‌روز شیوه‌های سبز و نوین در تولید محصولات و ارائه خدمات خود به‌کار گرفته‌اند اما بنگاه‌های کوچک و متوسط در این مسیر به دلیل محدودیت دسترسی به منابع و دانش، با موانع متعددی مواجه هستند [۱]. از دیگر ضرورت‌های پرداختن به موضوع حاضر، شکاف تحقیقاتی در خصوص کارآفرینی پایدار در کشورهای در حال توسعه است. تحقیقات کارآفرینی اغلب به دلیل تعمیم نتایج و یافته‌ها حاصل شده بدون تطبیق آن با کشور مقصد، مورد انتقاد قرار گرفته‌اند [۲]. این نکته نیز شایان توجه است که برای مثال ساختار اجتماعی کشورهای در حال توسعه، بسیار متفاوت از اقتصادهای توسعه‌یافته است [۳]. علت قرار گرفتن توسعه پایدار در مرکز توجهات، انتشار بیش از حد دی‌اکسیدکربن، تغییرات جوی و اقلیمی، تخریب اوزن و از بین رفتن تنوع زیستی است [۴]. شواهد حاکی از آن است که بنگاه‌های کوچک و متوسط منبع تقریباً ۷۰ درصد از آلودگی‌های جهانی هستند. از این رو الزامی است که برای حرکت در مسیر توسعه پایدار این بنگاه‌ها ملاحظات پایداری را در فعالیت‌های خود لحاظ کنند [۵]. امروزه نگرانی‌ها در خصوص موضوع پایداری در کره زمین به‌شدت افزایش یافته است تا آن‌جا که تعداد کثیری از صاحبان کسب‌وکار و محققان در رشته‌های مختلف [۶]. تمرکز خود را متوجه این حوزه ساختند و در جستجوی راهکارهای مقابله با تخریب زیست‌محیطی و نابرابری‌های اجتماعی هستند [۷؛ ۸]. کارآفرینی می‌تواند نقش کلیدی در حرکت به سوی آینده پایدار و پاسخگویی به مشکلات بحرانی زیست‌محیطی و اجتماعی باشد. انگیزه‌ها و ارزش‌های که منجر به فعالیت کارآفرینانه پایدار گرا می‌شود ممکن است منجر به تغییرات اجتماعی- اقتصادی وسیع‌تر به سوی توسعه پایدار شود [۹]. یک کسب‌وکار پایدار گرای موفق باید هم قادر باشد فعالیت‌های سودآور خود را حفظ کند و هم محدودیت‌های نظام اجتماعی و اکولوژیکی را رعایت کند [۱۰]. براساس شواهد موجود، کارآفرینی پایدار اغلب به‌عنوان استراتژی در سازمان‌های بزرگ و شرکت‌های صنعتی به‌کار گرفته شده است و نه در کسب‌کارهای کوچک و متوسط [۲]. این در حالی است که یافته‌های تجربی گواهی بر این مدعاست که نقش و تعداد بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد جهانی پررنگ‌تر است [۱۱]. این بنگاه‌ها از قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار هستند و می‌توانند با سرعت بیشتری پاسخگوی مسائل و مشکلات زیست‌محیطی باشند. غالباً سازمان‌های که قادر به شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه پایدار و ایجاد مزیت رقابتی بر این اساس هستند، باید انرژی و زمان زیادی را صرف شناسایی پیشران‌ها و عوامل مؤثر بر شیوه‌های پایدار کسب‌وکار کنند. اجزا و عوامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار و روابط بین آنها همچنان در هاله ابهام قرار دارد و نیاز به انجام تحقیقات و توسعه بیشتر در این حوزه به‌روشنی مشهود است [۱۲]. اگرچه طی سال‌های اخیر بحث پایداری در کارآفرینی مورد توجه و محبوبیت قرار گرفته است اما هنوز پذیرش کمی از سوی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط صورت گرفته است [۱۳]. باتوجه به خلأهایی که در مطالعات مربوط به شرکت‌های کوچک و متوسط وجود دارد و در نظر داشتن نقش مهم و حیاتی که این کسب‌وکارها در چرخه اقتصاد دارند ضروری است برای رشد روند حرکت به سوی پایداری از حضور آن‌ها منتفع شد. ضرورت توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی پایدار، به یک فوریت برای کشور ما و همه جوامع تبدیل شده است. به عنوان یک فرایند اجتماعی- اقتصادی، کارآفرینی از روابط اجتماعی جدایی‌ناپذیر تلقی می‌شود و آن نقش مهمی در توسعه رفتار کارآفرینانه و همچنین کمک به کارآفرینان در دستیابی به مشتریان بالقوه،

اطلاعات حیاتی و منابع ضروری ایفا می‌کند و آن یک مزیت رقابتی نسبت به رقبای کارآفرینان فراهم می‌کند. از این رو، سرمایه اجتماعی را می‌توان یک منبع استراتژیک در نظر گرفت زیرا منحصربه‌فرد، تقلید نسبتاً دشوار و برای رقبا نامرئی است [۱۴]. تعاریف مختلفی از این مفهوم وجود دارد اما در کل سرمایه اجتماعی به‌عنوان نوعی «علاج همه مشکلات» جامعه مدرن تلقی شده است. ایده اصلی این است که شبکه‌های اجتماعی دارای ارزش هستند. همان‌طور که پیچ‌گوشتی (سرمایه فیزیکی) یا تحصیلات دانشگاهی (سرمایه انسانی) هم به‌صورت فردی و هم در شکل جمعی می‌توانند موجب افزایش بهره‌وری شوند، ارتباطات اجتماعی نیز بر بهره‌وری افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارد [۱۵]. وجود میزان قابل‌قبولی از سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، به‌طوری که در مواقع بحرانی می‌توان برای حل مشکلات از سرمایه اجتماعی به‌عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرایندهای موجود سود برد. سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر یکی از مهم‌ترین متغیرهای تعیین‌کننده سطح توسعه و رفاه جوامع و توسعه محلی در سطوح گوناگون و مورد توجه خاص سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است [۱۶]. ویس^۱ و همکاران (۲۰۱۹) بیان می‌کنند اگر در جامعه‌ای میزان سرمایه اجتماعی پایین باشد؛ خطر افتادن آن جامعه در وضعیت تله اجتماعی یا مشکل منافع جمعی، بسیار بالاست. تله اجتماعی یعنی سرمایه اجتماعی پایین، نبودن اعتماد و اطمینان به یکدیگر بین همکاران، شرکت‌های موجود در یک صنعت و ... است. در نهایت شرکت‌های کوچک و متوسط^۲ سهم قابل‌توجهی در اقتصاد ایران دارند اما با معضلات بسیاری در مورد اتخاذ شیوه‌های کارآفرینی پایدار روبه‌رو هستند [۱۷]. یکی از بزرگ‌ترین موانع، سرمایه‌های اجتماعی است که بر رویه‌های تجاری کشور تأثیر می‌گذارد. در ایران سرمایه اجتماعی^۳ و ابعاد آن (شناختی، ساختاری و ارتباطی) نقش مهمی را در شکل‌دهی رفتار و تصمیم‌گیری کارآفرینان بازی می‌کنند. سرمایه اجتماعی را شبکه‌های اجتماعی، روابط و استانداردهای مشترکی که در یک جامعه وجود دارد و پتانسیل ارتقای همکاری و حمایت را در بین اعضا تعریف کردند [۱۸؛ ۱۹]. پلوم^۴ و همکاران (۲۰۱۸) در یک پژوهش تجربی اکتشافی که بر روی ۹۶ کارآفرین انجام دادند دریافتند ارزش‌های رفتاری طرفدار محیط زیست و شایستگی‌های اخلاقی، شاخص‌های مهمی از توانایی تشخیص فرصت‌ها برای توسعه پایدار هستند [۲۰؛ ۲۱]. بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی، دارایی نامشهود سرمایه اجتماعی، منبع مهمی برای دسترسی کارآفرینان به منابع بوده است [۲۲؛ ۲۳]. هیدالگو و همکاران^۵ [۲۴] و سورنسون و میلبرانت^۶ [۲۵] دریافتند که سطح سرمایه اجتماعی، تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت تجاری دارد. سرمایه اجتماعی تأثیر بسزایی بر فعالیت‌های تجاری مردم و همچنین خودکارآمدی کارآفرینی و انگیزه کارآفرینی دارد [۲۶]. چنین ارزیابی‌هایی که توسط سازمان‌های خبره معتبر انجام شده است، نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در حال تبدیل شدن به یک پیش‌نیاز اساسی و حیاتی برای رشد و شکوفایی اقتصادی پایدار است [۲۷]. عملکرد سازمان‌ها بنگاه‌های کوچک و متوسط به سرمایه اجتماعی برای همکاری، تبادل اطلاعات و بسیج منابع وابسته هستند زیرا به‌طور پیچیده در جوامع محلی خود بافته شده‌اند. براساس تحقیقات، سرمایه اجتماعی تأثیر مطلوبی بر رقابت‌پذیری و عملکرد شرکت دارد [۲۸]. سرمایه اجتماعی و توسعه شبکه برای موفقیت کارآفرینی در قرن بیست‌ویکم حیاتی است. فراتر از ایده کارآفرین به‌عنوان یک قهرمان انفرادی، تحقیقات نشان داده است که شبکه‌ها و ارتباطات با افراد کلیدی برای تلاش‌ها و موفقیت کارآفرینی حیاتی هستند [۲۹؛ ۳۰] و می‌توانند به‌عنوان میانجی برای بسیاری از تحقیقات کارآفرینی استفاده شوند. سرمایه اجتماعی به کارآفرینان کمک

۱. Weiss

۲. SMEs

۳. Social Capital

۴. Ploum

۵. Hidalgo et al

۶. Sorenson and Milbrandt

می‌کند تا اقدامات نوآورانه‌ای انجام دهند که موقعیت اولیه آنها را ارتقا می‌دهد و به آنها اجازه می‌دهد برای بهره‌برداری از فرصت‌های جدید اقدام کنند. کارآفرینی، ارتباط نزدیکی با اقدامات طراحی شده برای تقویت پایداری سرمایه‌های اجتماعی دارد. پایداری به توانایی برآوردن نیازهای حال بدون به‌خطرانداختن توانایی آینده اشاره دارد [۳۱]. علاوه بر این، برخی مطالعات نشان داده‌اند که سرمایه بین‌سازمانی قابل‌دستیابی از طریق سرمایه اجتماعی و سایر قابلیت‌ها می‌تواند بر شدت کارآفرینی در بین شرکت‌ها و کارآفرینان و در نتیجه مزیت رقابتی پایدار، تأثیرگذار باشد [۳۲]. آشکار است که سرمایه اجتماعی نقش مهمی در توسعه کارآفرینی پایدار دارد اما شناخت نقش سرمایه اجتماعی در پایداری کارآفرینی از عوامل مهم و حائز اهمیت آن شمرده می‌شود که نیاز به شناختی موشکافانه دارد، بر همین پایه در نوشتار حاضر سعی می‌شود تا ضمن پر کردن بخشی از خلأ موجود در ادبیات نظری، با نگاهی چندبعدی بدان بپردازد و به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

۱. سرمایه اجتماعی چه تأثیری بر توسعه کارآفرینی پایدار دارد؟
 ۲. تأثیرات ابعاد سرمایه اجتماعی بر ارتقای کارآفرینی پایدار به چه میزان است؟
 ۳. ویژگی‌های کارآفرینی پایدار به تفکیک ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی کدامند؟
- پژوهش حاضر طبق راهنمای نگارش مقاله مجله کارافن در پنج بخش تدوین شده است. در ابتدا به بیان مقدمه و ادبیات نظری پرداخته شده است و در ادامه روش‌شناسی، یافته‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها ارائه می‌گردد.

مبانی نظری پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی تکمیل‌کننده عرصه‌ای از سرمایه انسانی است. چشم‌انداز سرمایه اجتماعی به شکل بنیادین با اهمیت روابط به‌عنوان یک سرچشمه برای فعالیت اجتماعی مرتبط است [۳۳]. نظریه‌پردازان سرمایه اجتماعی، ضرورتاً سرمایه اجتماعی را عامل انسجام و ایجاد روابط اجتماعی بیان می‌کنند. این عامل ایجاد اهدافی را ممکن می‌کند که رسیدن به آن‌ها سخت یا گران است؛ در واقع سرمایه اجتماعی وسیله‌ای است که عمل و تعهد متقابل بین اعضای یک جامعه را اندازه‌گیری می‌کند و بخشی از ویژگی‌های سازمانی است که همکاری و هماهنگی را برای سود متقابل آسان می‌کند [۳۴]. سرمایه اجتماعی شامل بخش مهمی از هنجارهایی است که سرمایه اجتماعی تولید می‌کنند. ضرورتاً باید شامل ویژگی‌هایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوسویه باشد. واژه سرمایه اجتماعی بر روابط بین انسان‌ها متمرکز است. روابطی که در همه مراحل زندگی و در طول عمر انسان‌ها جریان دارد و رفتارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به‌طور کلی می‌توان مفهوم اصلی سرمایه اجتماعی را در سه بخش بیان کرد. ارتباطات مهم هستند، مردم با ایجاد ارتباط با یک دیگر، دست به کارهایی می‌زنند که به‌تنهایی نمی‌توان انجام داد یا برای انجام آن مشکلات زیادی ایجاد می‌شود [۳۵]. سرمایه اجتماعی، فعالیت‌ها را آسان می‌کند. اگر سرمایه فیزیکی آشکار باشد و سرمایه انسانی کمتر آشکار و از دانش و مهارت‌های فرد باشد، سرمایه اجتماعی به‌طور پنهان است و مطابق با رابطه‌ای که بین افراد شکل می‌گیرد، سرمایه انسانی و سرمایه فیزیکی و همچنین سرمایه اجتماعی می‌تواند فعالیت‌ها را آسان کند [۳۶؛ ۳۷].

ناهاپیت و گوشال^۱ سرمایه اجتماعی را شامل سه طبقه می‌دانند:

۱. سرمایه ساختاری^۲: بعد ساختاری به الگوی عمومی ارتباطات بین افراد اشاره دارد. این بدان معناست که شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. فرض اصلی نظریه سرمایه اجتماعی این می‌باشد که رابطه‌های

^۱. Nahapiet and Ghoshal

^۲. Structural capital

- شبکه امکان دسترسی به منبعها (اطلاعات) را آماده می‌سازد. پیکربندی اساسی رابطه‌های شبکه، یک جنبه بارز از سرمایه اجتماعی است که قادر است بر پیشرفت سرمایه فکری و بهینه‌کردن عملکرد آن‌ها تأثیر بگذارد. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از: روابط شبکه‌ای، پیکربندی روابط شبکه‌ای و سازمان مناسب.
۲. **سرمایه ارتباطی**^۱: اهمیت این بعد، ماهیت روابط در یک سازمان را پوشش می‌دهد. همچنین بعد ارتباط بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز است. بعد ارتباطی دربرگیرنده میزان اعتماد دوطرفه بین عضوهای یک واحد اجتماعی می‌باشد. اعتماد، یک فاکتور بسیار مهم و ارزشمند در به‌وجودآوردن ارتباط بین اعضا می‌باشد. مواردی مثل اعتماد اعضا به یکدیگر، تمایل به همکاری با رقبای در یک واحد و اعتماد اعضا به گفته‌های همکارانشان، نشان‌دهنده میزان اعتماد متقابل در بین اعضای یک واحد اجتماعی است. روابط شبکه‌ای، یکی از پیشنهادها اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که با استفاده از روابط شبکه‌ای می‌توان به منابع و دانش دسترسی پیدا کرد. عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی، توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد به سبب سابقه تعاملاتشان با یکدیگر برقرار می‌کنند. جنبه‌های مهم این بُعد عبارتند از: هویت، اعتماد، مشارکت، هنجارها و تعهد و روابط متقابل.
۳. **سرمایه شناختی**^۲: به بخشی از سرمایه اجتماعی که کمتر ملموس است و به ارزش‌ها و باورها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی اشاره دارد، سرمایه اجتماعی گفته می‌شود. این ارزش‌ها عبارتند از: اعتماد، همبستگی، اجماع و داد و ستد که در بین اعضای یک جامعه رایج است. بعد شناختی سرمایه اجتماعی به منبع‌هایی گفته می‌شود که جلوه‌ها، تفاسیر و نظام را ارائه می‌کنند و معانی رایج در بین گروه‌ها هستند. جنبه‌های مهم این بُعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: زبان و قواعد مشترک، حکایات مشترک (تجربیات و خاطرات مشترک) [۳۸].

کارآفرینی پایدار

کارآفرینی پایدار از ترکیب کارکردهای توسعه پایدار در کارآفرینی سنتی به‌وجود می‌آید که در واقع یکی از جدیدترین مسائل موردتوجه در تعریف کارآفرینی است. در کارآفرینی پایدار سه هدف اصلی پیگیری است. پایداری اجتماعی-فرهنگی، پایداری محیطی و اقتصادی در مدل‌های کارآفرینی جدید (پایدار) فاکتورهایی که به‌گونه‌ای سعی در ارجاع پایداری ابعاد متنوع دارند در کسب‌وکار لحاظ می‌گردند [۳۹].

فرض اصلی کارآفرینی پایدار^۳ در بررسی این موضوع است که چه اکوسیستم‌های طبیعی/اجتماعی باید پایدار یا حفظ شوند و چه چیزی برای مردم، جامعه یا اقتصاد توسعه می‌یابد و فرصت‌های کارآفرینی قابل‌توجهی برای مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه فراهم می‌کند. آنها همچنین نشان دادند که این فرصت‌ها پایه‌های یک مدل نوظهور کارآفرینی پایدار را ایجاد می‌کنند. ادغام پایداری در فعالیت‌های یک شرکت، به دلیل خواسته‌ها و اهداف اغلب رقابتی، پیچیدگی و عدم‌اطمینان بالایی ایجاد می‌کند. شرکت‌ها را ملزم می‌کند به‌طور هم‌زمان به ارزش اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی دست یابند [۲۳؛ ۴۰]. از سوی دیگر، کارآفرینی پایدار، فرصت‌ها را برای توسعه پایدار تحقق می‌بخشد و از آن بهره‌برداری می‌کند و در آرزوی ایجاد راه‌حل‌های بازار پایدار و عمل به‌عنوان عوامل تغییر می‌باشد [۴۱]. تعاریف متعددی از کارآفرینی پایدار ارائه شده است. کارآفرینی پایدار، تمرکز بر حفظ طبیعت، حمایت از زندگی و جامعه در تعقیب فرصت‌های درک شده برای به‌وجودآوردن محصولات و فرایندهای آینده است. کارآفرینی پایدار یک چشم‌انداز منحصربه‌فرد که ترکیبی از ایجاد

^۱. Communication capital

^۲. Cognitive capital

^۳. Sustainable Entrepreneurship

ارزش‌های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی است که بر تضمین رفاه نسل‌های آینده تمرکز دارد تعریف می‌شود [۲۲]. شپرد و پاتزلت^۱ (۲۰۱۱) کارآفرینی پایدار را جستجوی فرصت‌ها برای تبدیل آن‌ها به وجود فرایندها و خدمات آینده و محصولات و همچنین منافع اقتصادی و غیراقتصادی برای همه افراد تعریف کرده‌اند. جامعه و اقتصاد در حالی که بر حفظ طبیعت، حمایت از جامعه و زندگی تمرکز می‌کند در تلاش است تا راه‌حل‌های تجاری قابل دوام تشکیل دهد تا بتواند فرصت‌ها را برای توسعه پایدار ایجاد و از آن‌ها استفاده کند؛ در واقع تمرکز اصلی کارآفرینی پایدار، ایجاد ارزش اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی از طریق فعالیت‌های تجاری است [۴۱].

مدل کارآفرینی پایدار کوهن، اسمیت و میشل^۲ که در سال ۲۰۰۸ معرفی شده است [۴۲] بر پایه اصول سه‌گانه پایداری^۳ (پایبندی به تعادل اجتماعی، حفاظت از محیط زیست و دستیابی به سود اقتصادی) بنا شده است. تمامی سه حوزه فوق نیز با یکدیگر ترکیب می‌شوند و اهدافی شش‌گانه را ترسیم می‌کنند. در نهایت با قرارگرفتن این اهداف در کنار مفهوم پایداری، زنجیره‌ای از هفت جزء خلق ارزش کارآفرینی پدید می‌آید. دستیابی به چارچوبی برای تشریح مدل سه پی (مردم، سود و سیاره زمین)، ابزاری کاربردی برای تعریف مفاهیم پایداری و همچنین اقدامی ضروری برای پژوهش در این راستا می‌باشد [۴۳]. در این راستا اجزای کارآفرینی پایدار به شرح زیر مدل‌سازی شده است:

- ۱- اهداف عملکرد اقتصادی (تحقق سود و بهره‌وری اقتصادی)
- ۲- دستیابی به اهداف اجتماعی
- ۳- دستیابی به تعادل زیست محیطی
- ۴- بهره‌وری اجتماعی (دستیابی هم‌زمان به اهداف اجتماعی و اقتصادی)
- ۵- زیست محیطی- اجتماعی
- ۶- بهره‌وری- اقتصادی (دستیابی هم‌زمان به اهداف زیست محیطی و سود اقتصادی)
- ۷- مفهوم پایداری (دستیابی هم‌زمان به اهداف اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی).

پیشینه پژوهش

فکی^۴ (۲۰۱۹) با بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، کارآفرینی و رشد اقتصادی در بین ۴۰ کشور توسعه‌یافته و درحال توسعه در بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۴ پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان داد بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی و رشد اقتصادی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین سرمایه اجتماعی می‌تواند از طریق فعالیت‌های کارآفرینان به صورت غیرمستقیم باعث رشد اقتصادی گردد [۴۴].

آستوتی^۵ و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی تأثیرات سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین بر علاقمندی به کارآفرینی با خودکارآمدی پرداختند. نتایج نشان‌دهنده تأثیرات متغیرها بر تمایل به کارآفرینی است [۴۵].

مرونگ و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و نوآوری فناوری بر رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و متوسط پرداختند. یافته‌های پژوهش مفاهیمی را در افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک و

۱. Shepherd & Patzelt

۲. Cohen, Smith & Mitchell

۳. Triple Bottom Line

۴. Feki

۵. Astuti

۶. Merung

متوسط و بینش‌های عملی ارائه می‌کند که با تمرکز بر بهبود سرمایه اجتماعی، انطباق با نوآوری و افزایش سطح جهت‌گیری کارآفرینی برای شرکت‌های کوچک و متوسط در کینتمالی بالی، برنامه‌هایی را برای رشد پایدار در این منطقه منحصربه‌فرد هدایت می‌کند [۴۶].

ایمون و خان^۱ (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر هنجارهای فرهنگی بر رویه‌های کارآفرینی پایدار در شرکت‌های کوچک و متوسط بنگلادش پرداختند. یافته‌ها نشان داد هنجارهای فرهنگی از جمله گرایش به اجتناب از ریسک، شبکه‌ای اجتماعی پیچیده و پویای خانواده نیز تأثیرات مهم مثبت و منفی بر رویه‌های کارآفرینی پایدار دارد [۴۷].

جانباز در پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی» پرداخت و نتایج حاصل از این پژوهش نشان‌دهنده ارتباط معنادار و مثبت سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی است [۴۸]. قنادی در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی از طریق فعالیت‌های کارآفرینی در شرکت‌های شهرک صنعتی مبارکه اصفهان پرداخت و نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی سازمان بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر دارد و همچنین فعالیت‌های کارآفرینی بر عملکرد مالی تأثیر دارد و همچنین سرمایه اجتماعی سازمان بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد [۴۹].

تقی‌پور در پژوهشی به شناسایی رابطه بین ساختاری و سرمایه رابطه‌ای با کارآفرین سازمانی (مطالعه موردی کارکنان منابع طبیعی استان هرمزگان) پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین مؤلفه سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی) با کارآفرینی سازمانی در جامعه موردبررسی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت و می‌توان گفت که با افزایش سرمایه ساختار و رابطه‌ای و کارآفرینی سازمانی ارتقا می‌یابد [۵۰].

فتحی و همکاران به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه پتانسیل کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تبریز) پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با پتانسیل کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معنی دارد و اعتماد اجتماعی و شبکه اجتماعی بیشتر نقش را در تبیین پتانسیل کارآفرینی دانشجویان دارد [۵۱]. دی بروج در پایان‌نامه خود به شناسایی تأثیر سرمایه اجتماعی در آموزش و پرورش برای کارآفرینی پایدار پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که پذیرش تنوع و شایستگی‌های بین رشته‌ای، صلاحیت تفکر سیستم‌ها و صلاحیت تفکر پیش‌بینی شده تأثیر مثبتی در پیوند یا پیوندزدن ابعاد سرمایه اجتماعی دارد [۵۲].

اجلی و درهمجانی به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد سازمان‌ها برای افزایش عملکرد خود از طریق نوسازی استراتژیک و ایجاد فرصت‌های جدید پرمخاطره، به کارآفرینی روی می‌آورند. در این میان، یادگیری سازمانی، یک راه مؤثر برای نوسازی استراتژیک محسوب می‌شود. یادگیری سازمانی می‌تواند توانایی یک شرکت را برای تشخیص فرصت‌ها تقویت کند و کمک کند که این توانایی‌ها را به نحو مؤثری برای عملی کردن فرصت‌های جدید به کار بگیرند. یکی از عوامل تأثیرگذار در اعتلای کارآفرینی، سرمایه اجتماعی است. این نوشتار در مورد سرمایه اجتماعی و رابطه میان آن با کارآفرینی که امروزه یکی از راه‌های بیرون‌آمدن از مشکلات بر سر راه سازمان‌ها و کسب و کارها است، می‌باشد [۵۳].

فتوت و همکاران در پژوهشی به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین سه مؤلفه سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار شامل انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی و امنیت اجتماعی وجود دارد اما بین اعتماد اجتماعی و توسعه پایدار رابطه‌ای وجود ندارد [۵۴].

^۱. Emon & Khan

یامی^۱ و همکاران در پژوهش خود به سرمایه اجتماعی و انسانی و نقش آن در افزایش ارتباطات، خلق نوآوری و در نهایت شکل‌گیری کارآفرینی پرداخته‌اند. نتایج حاصل از مطالعات نشان می‌دهد که در جهان امروز رابطه‌ای معنادار بین سرمایه اجتماعی و شکل‌گیری کارآفرینی وجود دارد [۵۵].

اسمیت^۲ و همکاران در مطالعات خود یک برنامه پژوهش‌های برای درک چگونگی افزایش سرمایه اجتماعی در عصر دیجیتال توسط کارآفرینان برای کارآفرینی ارائه می‌دهند. این پژوهش چارچوب مفهومی را با ۱۲ گزاره پژوهشی توسعه می‌دهد که مشخص‌کننده چگونگی تأثیر توانایی‌های فنی منحصربه‌فرد سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر روی پل ارتباطی و پیوند سرمایه اجتماعی به صورت آنلاین توسط کارآفرینان است. این گزاره‌ها از طریق شواهد حکایتی بنیانگذاران که تفاوت سرمایه اجتماعی کارآفرینان را در فضای آنلاین متفاوت می‌دانند، مطلع می‌شوند [۵۶].

تورپورکار^۳ و همکاران در پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر کارآفرینی و پایداری کسب‌وکار» عوامل مؤثر بر اقداماتی که برای تقویت پایداری کسب‌وکار طراحی شده‌اند، بررسی شد. این عوامل با محیط، رفتار، روابط انسانی و فعالیت تجاری مرتبط هستند. بر اساس پاسخ‌های پرسش‌نامه کارشناسان، از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) برای رتبه‌بندی معیارهای کسب‌وکار پایدار با توجه به اهمیت آنها برای کارآفرینی، استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین محرک‌های کارآفرینی پایدار، عوامل رفتاری و عوامل تجاری هستند. همچنین اصول و ارزش‌های اخلاقی، همراه با هوش رقابتی، برای انجام اقداماتی که منجر به پایداری می‌شود، حیاتی هستند [۵۷].

چارچوب مفهومی پژوهش

نظریه سرمایه اجتماعی و نهادهای دو چارچوب نظری هستند که هدف آنها تبیین دیدگاه‌های دانشگاهی و نظری در مورد کارآفرینی پایدار است. نظریه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی و روابط بین کارآفرینان و ذی‌نفعان می‌تواند اتخاذ شیوه‌های کارآفرین پایدار را تسهیل کند. این نظریه بر اهمیت ارتباطات اجتماعی و اعتماد اجتماعی در پیشبرد کارآفرینی پایدار تأکید می‌کند [۵۸؛ ۵۹].

سرمایه اجتماعی را می‌توان به عنوان منابعی تعریف کرد که افراد و سازمان‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی خود به آن دسترسی دارند. این منابع می‌تواند شامل اطلاعات، تخصص و فرصت‌های همکاری باشد. نظریه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که کارآفرینانی که شبکه‌های اجتماعی قوی دارند، بهتر می‌توانند به منابعی که برای موفقیت نیاز دارند، از جمله دانش در مورد شیوه‌های کسب‌وکار پایدار، دسترسی داشته باشند [۶۰-۶۲]. ویکلن^۴ اعتقاد دارد با توجه به اینکه عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی مانند مزیت‌های بازار و سرمایه، عوامل غیراقتصادی مانند شبکه روابط اجتماعی نیز می‌تواند بر پدیده کارآفرینی، مؤثر باشد. سرمایه اجتماعی سبب شکل‌گیری ایده‌پروری و خلاقیت، ریسک‌پذیری و آسان‌سازی رفتارهای نوآورانه می‌شود [۶۳].

با توجه به اینکه هرچه فردی سرمایه اجتماعی بالاتری داشته باشد، دسترسی آن به منابع و اطلاعات بیشتر خواهد بود، می‌تواند در شکل‌گیری و افزایش کسب‌وکار و رسیدن به بازارهای نوین مؤثر باشد. کارآفرینانی که در گروه‌های اجتماعی حضور دارند دارای بیشترین سرمایه اجتماعی هستند و تأثیر بسزایی در داخل شبکه‌ها دارند بنابراین باعث می‌شود که فرصت‌های تجاری را بهتر تشخیص دهند و از آن بهترین سود را ببرند. برای مشغول شدن در فعالیت‌های کارآفرینی، باید تغییرات محیطی و تأثیر آن را بر کسب‌وکار بررسی کرد. نبود قدرت تشخیص کارآفرین در موفقیت

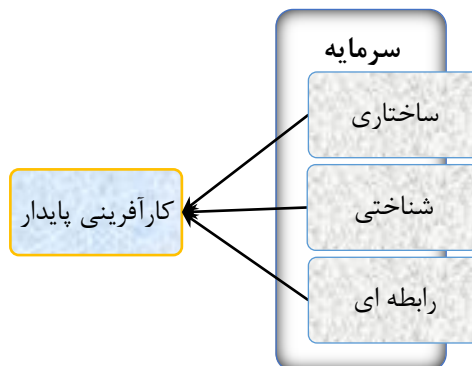
۱. Yami

۲. Smith

۳. Tur-Porcar

۴. Wicklen

تجاری، باعث ایجاد یک عدم اطمینان می شود که مانع از همکاری وی در فعالیت کارآفرینانه می شود. از طرفی شبکه های اجتماعی دانش و مهارتی را ایجاد می کنند که سبب کاهش ابهام در فرایند کارآفرینی می شود [۶۴].



به طور کلی، این مطالعات اهمیت درک سرمایه اجتماعی را در ترویج کارآفرینی پایدار در ایران نشان می دهند. با پرداختن به موانع فرهنگی کارآفرینی و ترویج سرمایه اجتماعی، کارآفرینی پایدار را می توان در ایران ارتقا داد و به توسعه اقتصادی و پایداری محیطی و اجتماعی کمک کرد. مطالعه حاضر تلاشی برای پرداختن به این موضوعات است که دانش غالب در مورد کارآفرینی پایدار را بیشتر پیش می برد و راه های پژوهش های بیشتر را روشن می کند. برای نیل به اهداف پژوهش، باتوجه به مطالب بیان شده در قسمت پیشینه نظری و تجربی و چارچوب نظری، مدل مفهومی تحقیق طبق شکل ۱ طراحی شده است.

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (تنظیم توسط پژوهشگران) [۳۷؛ ۴۲؛ ۶۵].

باتوجه به مدل مفهومی پژوهش و ادبیات نظری بیان شده، فرضیه های این پژوهش عبارتند از:

۱. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی پایدار تأثیرگذار است.
۲. بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی پایدار تأثیرگذار است.
۳. بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی پایدار تأثیرگذار است.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع پژوهش های کمی، به لحاظ گردآوری داده ها جزء پژوهش های پیمایشی و از نظر هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران (ارشد/میان/عملیاتی) ۱۸۰ شرکت مستقر در شهرک صنعتی فرمان شهر کرمانشاه هستند. باتوجه به اینکه جامعه آماری، محدود است. در پژوهش حاضر از مدل نمونه گیری در دسترس به شکل هدفمند استفاده خواهیم کرد. برای تعیین حجم نمونه نیز کل شماری خواهد شد. در نمونه برداری تصادفی طبقه ای با انتصاب متناسب جامعه آماری ابتدا به گروه های ناسازگار شامل (۴۱ نفر از گروه ساخت ماشین آلات و تجهیزات، ۲۱ نفر سایر فعالیت های خدمات مهندسی، ۱۹ نفر از محصولات غذایی و آشامیدنی ها، ۱۶ نفر از محصولات لاستیک و پلاستیک، ۱۶ نفر از ساخت فلزات اساسی و محصولات کانی غیرفلزی، ۳۴ نفر از ساخت مواد و محصولات شیمیایی، ۲۳ نفر از کک و فراورده های حاصل از نفت و در نهایت ۱۰ نفر از گروه محصولات فلزی فابریکی) که در بافت پژوهش مرتبط، متناسب و معنادار هستند، تقسیم می شود. حجم نمونه آماری مورد مطالعه با استفاده از

فرمول کوکران تعداد ۱۱۸ نفر برای جامعه ۱۸۰ نفری مشخص شد و در نهایت با توزیع پرسش‌نامه بین مدیران شرکت-های مذکور تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه سالم و قابل استفاده جمع‌آوری گردید. برای گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه استاندارد بر اساس مدل سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) که دربردارنده ابعاد: ۱- ساختاری ۵ گویه، ۲- بعد شناختی ۵ گویه و ۳- بعد ارتباطی ۷ گویه و همچنین مدل کارآفرینی پایدار توسط اوکیا^۱ و همکاران شامل ابعاد: ۱- اقتصادی ۴ گویه، ۲- اجتماعی ۷ گویه و ۳- محیطی ۴ گویه می‌باشد و بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری گردید. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و کولموگروف اسمیرنوف) در نرم‌افزارهای SPSS²³ و آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری به‌وسیله نرم‌افزار Amos²³ استفاده شده است.

یافته‌ها

در این قیمت به بررسی پایایی و اعتبار سازه‌های گویه‌های پرسش‌نامه می‌پردازیم. نتایج تحلیل اعتبار سازه‌های (بارعاملی بیشتر از ۰/۵) برای متغیرهای سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پایدار و ابعاد آن‌ها در جدول ۱ و همچنین نتایج تحلیل پایایی (۰/۷۰) سوالات انجام گرفته برای متغیرهای مستقل ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، ارتباطی) و متغیر وابسته کارآفرینی پایدار و ابعاد آن (اقتصادی، اجتماعی، محیطی) و کل سوالات در جدول ۲ نشان می‌دهد پایایی سوالات در سطح عالی و مطلوب است.

جدول ۱. تحلیل سازه‌های متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	بارعاملی	متغیر	ابعاد	بارعاملی
سرمایه اجتماعی	ساختاری	۰/۹۳	کارآفرینی پایدار	اقتصادی	۰/۷۰
	شناختی	۰/۸۹		اجتماعی	۰/۶۵
	ارتباطی	۰/۷۳		محیطی	۰/۸۴

جدول ۲. نتایج تحلیل پایایی سوالات پرسش‌نامه

متغیر	تعداد سوالات	پایایی (آلفای کرونباخ)	متغیر	تعداد سوالات	پایایی (آلفای کرونباخ)
سرمایه اجتماعی	۱۷	۰/۹۴۷	کارآفرینی پایدار	۱۵	۰/۹۵۵
بعد ساختاری	۵	۰/۸۹۴	بعد اقتصادی	۴	۰/۹۰۰
بعد شناختی	۵	۰/۸۷۴	بعد اجتماعی	۷	۰/۹۱۱
بعد ارتباطی	۷	۰/۹۱۱	بعد محیطی	۴	۰/۸۷۸
کل سوالات				۳۲	۰/۹۶۹

پیش از انجام روش معادلات ساختاری باید از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل کرد. مناسب‌ترین روش برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، استفاده از آزمون کولوگراف اسمیرنوف (k-s) است. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. بررسی وضعیت توزیع داده‌ها

آزمون تک‌نمونه‌ای کولموگروف اسمیرنوف

^۱. Wakkee

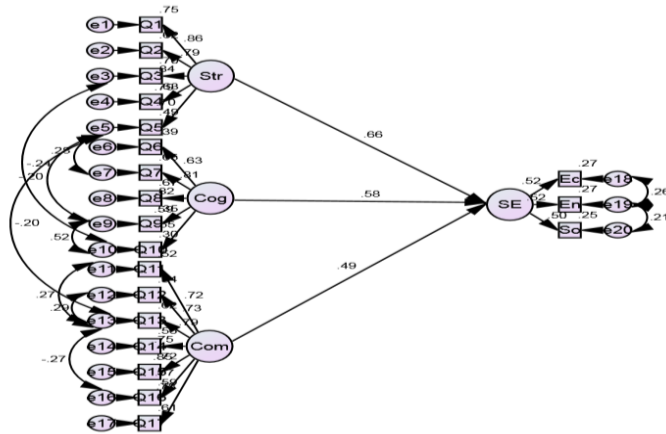
		کار آفرینی پایدار	سرمایه اجتماعی	ارتباطی	شناختی	ساختاری
تعداد		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
پارامترهای نرمال	میانگین	۳/۳۳۳۶	۳/۲۱۵۵	۳/۲۴۵۳	۳/۸۸۲۶	۳،۷۵۰۰
	انحراف معیار استاندارد	۰/۴۷۰۰۲	۰/۴۱۴۵۷	۰/۶۱۶۳۷	۰/۴۶۹۹۹	۰/۵۴۲۶۳
شدیدترین تفاوت‌ها	مطلق	۰/۰۹۲	۰/۰۵۶	۰/۰۷۳	۰/۰۷۸	۰/۱۰۱
	مثبت	۰/۰۹۲	۰/۰۵۵	۰/۰۶۲	۰/۰۷۸	۰/۰۶۹
	منفی	-۰/۰۸۹	-۰/۰۵۶	-۰/۰۷۳	-۰/۰۶۱	-۰/۱۰۱
Z کولموگروف اسمیرنوف		۰/۹۲۳	۰/۵۶۳	۰/۷۲۷	۰/۷۷۸	۱/۰۱۱
سطح معنی‌داری		۰/۳۶۱	۰/۹۱۰	۰/۶۶۶	۰/۵۸۰	۰/۲۵۸

باتوجه به اینکه سطح معناداری هریک از متغیرها در جدول ۳ بزرگ‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، نتیجه می‌گیریم که توزیع داده‌های این پژوهش نرمال می‌باشد.

در پژوهش حاضر، با استفاده از نرم‌افزار آموس مدل مسیر و روابط بین متغیرها ترسیم شد و برای ارزشیابی مدل پژوهش از معیارهای برازشی (مطلق، نسبی، مقصد) که در مدلسازی معادلات ساختاری وجود دارد استفاده شده است. اولین شاخص، مربع کای نسبی (CMIN/DF) است، اگر این شاخص کمتر از ۳ باشد نشانی از تأیید بالاتر این مدل خواهد بود؛ در این پژوهش این مقدار برابر با ۱/۸۸۱ به‌دست آمده است. دومین معیار مهم ریشه میانگین توان دوم خطا تقریب (RMSEA) می‌باشد که هرچه به ۰/۰۵ نزدیک‌تر باشد مدل کارتر خواهد بود، در این پژوهش مقدار $RMSEA=0.054$ گزارش شده است. در نهایت شاخص‌های برازش مطلق و نسبی چون IFI-NFI-TLI-CFI بالاتر از ۰/۹۰ و نزدیک ۱ است و همچنین شاخص‌های هنجار برازش مقصد PCFI و PNFI بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد که بالاتر از آستانه برازش مناسب قرار دارند. بنابراین با وجود اینکه تمامی شاخص‌ها مقدار مناسب را کسب کرده‌اند، می‌توان بیان کرد که مدل پیشنهادی رضایت بخش و مناسب می‌باشد. در جدول ۴ مقادیر این شاخص‌ها نشان داده شده است.

جدول ۴. شاخص برازش مدل معادل ساختاری پژوهش

شاخص برازش	CMIN/DF	NFI	CFI	IFI	TLI	PNFI	PCFI	RMSEA
مقدار	۱/۸۸۱	۰/۹۸۴	۰/۹۸۳	۰/۹۸۶	۰/۸۵۹	۰/۶۵۲	۰/۷۳۴	۰/۰۵۴



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری پژوهش با مقادیر ضرایب استاندارد شده

در شکل ۲ مدلسازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرها و فرضیه‌های پژوهش نشان داده شده است.

پس از بررسی و تأیید مدل برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص مقدار بحرانی (C.R) و سطح معناداری (P) استفاده شده است. براساس سطح معناداری $P=0/05$ مقدار بحرانی باید بیشتر از $1/96$ باشد، پارامتر کمتر از این مقدار در الگو مهم شمرده نمی‌شود، همچنین مقادیر کمتر از $P=0/05$ برای مقدار P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی استاندارد با مقدار صفر در سطح $0/95$ دارد. نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش بر اساس تجزیه و تحلیل خروجی مدل در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. آماره‌های مربوط به آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	ضریب رگرسیونی غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری	نتیجه
سرمایه ساختاری << کارآفرینانه پایدار	۰/۴۲۲	۰/۱۲۴	۰/۶۵۶	۳/۳۹۶	***	تأیید فرضیه
سرمایه شناختی <<< کارآفرینانه پایدار	۰/۴۱۲	۰/۱۳۲	۰/۵۷۷	۳/۱۳۱	۰/۰۰۲	تأیید فرضیه
سرمایه رابطه‌ای <<< کارآفرینانه پایدار	۰/۲۷۲	۰/۱۰۲	۰/۴۸۶	۲/۶۶۹	۰/۰۰۸	تأیید فرضیه

در سطح کمتر از ۰,۰۰۱، معنی دار است. $P < 0/001$

باتوجه به داده‌های جدول ۵ و نیز مقادیر سطح معناداری (P-value) کمتر از ۵ درصد و مقدار بحرانی (C.R) بالاتر ۱/۹۶ به دست آمده با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی پایدار تأثیر مثبت و معناداری دارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

از دیدگاه استراتژیک، سرمایه‌های ناملموسی مانند فکری، اجتماعی و ... به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی مورد استفاده واقع می‌شود و موفقیت یک سازمان بستگی به توانایی آن در مدیریت این منابع کمیاب دارد [۶۶]. در نتیجه باتوجه به مدل ارائه شده و نتایج خروجی مدلسازی معادلات ساختاری، نتایج پژوهش حاضر حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) بر کارآفرینی پایدار در بین کارکنان و مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی فرمان شهر کرمانشاه است. بیان رابطه مثبت و مستقیم میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پایدار نشان می‌دهد که با افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی افراد میزان کارآفرینی آن‌ها نیز افزایش یا کاهش می‌یابد و فردی که از سرمایه اجتماعی خوبی برخوردار باشد، می‌تواند با تأثیری که از تبادل اطلاعات و روابط با دیگران می‌گیرد، در بهره‌گیری از ایده‌های جدید و آغاز فعالیت کارآفرینی عملکرد موفق‌تری داشته باشد. همچنین در بررسی این که کدامیک از ابعاد سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی پایدار دارند. مشخص شد که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تأثیر بر کارآفرینی پایدار است و میزان تأثیر این رابطه برابر ۰/۶۵۶ به صورت مستقیم و در حالت استاندارد می‌باشد. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های با پژوهش ربیعی و سراپی [۶۷] همسو و هم‌جهت می‌باشد و پس از آن بعد شناختی قرار دارد. تأثیرات سرمایه شناختی بر کارآفرینی پایدار در حالت استاندارد و به صورت مستقیم برابر با ۰/۵۷۷ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های تهنس^۱ و همکاران [۶۸] و فروهر^۲ و همکاران [۶۹] همسو می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد بعد رابطه‌ای دارای کمترین تأثیر بر کارآفرینی پایدار است و ضریب آن در حالت استاندارد برابر با ۰/۴۸۶ می‌باشد. نتایج این قسمت از پژوهش با نتایج تقی‌پور [۵۰] و اجلی و درهمجانی [۵۳] همسو و هم‌راستا می‌باشد. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی یعنی روابط و تعاملات اجتماعی، امکان دسترسی بیش‌تری کارآفرینان را به منابع اطلاعاتی و مالی فراهم می‌آورد و بیش از دو بعد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی، کارآفرینان را در راه‌اندازی یک کسب‌وکار کمک کرده است. بدین صورت که در مرحله تأمین سرمایه اولیه آغاز کارآفرینی که یکی از موانع و دشواری‌های شروع فعالیت کارآفرینی است، بهره‌گیری از روابط شبکه‌ای می‌تواند امکان دسترسی بیشتر به تسهیلات مالی و تأمین منابع را سبب می‌شود. این بعد به الگوی کلی تماس‌های افراد اشاره دارد یعنی اینکه هر فرد به چه کسانی و چگونه دسترسی دارد و از سه عنصر روابط شبکه‌ای (وسعت و شدت ارتباطات)، پیکربندی شبکه (میزان ارتباط‌پذیری و تراکم شبکه) و تناسب سازمانی (متناسب و کاربردی بودن شبکه‌ها) تشکیل شده است.

یافته‌های این مطالعه پیامدهای مهمی دارد که دامنه وسیعی دارد و توصیه‌های علمی را برای سیاستمداران، کارآفرینان و سایر ذی‌نفعان ارائه می‌کند تا در تدوین قوانین و مقررات مؤثر با یکدیگر همکاری کنند. تلاش مشترک، این ظرفیت را دارد که نه به تنهایی شیوه‌های کارآفرینی پایدار را امکان‌پذیر کند بلکه کمکی ارزشمند در راستای پرورش آینده‌ای پایدار و مرفه برای بنگلادش و سایر کشورهای در حال توسعه داشته باشد. باتوجه به نتایج این پژوهش مدیران باید در مورد توسعه پایدار و حفظ محیط زیست و همچنین تأثیرات فعالیت‌های سازمان خود از خود واکنش نشان دهند و به‌طور مداوم در راستای درک و بهبود سرمایه اجتماعی تلاش کنند تا فرصتی برای توسعه کارآفرینی پایدار فراهم شود.

۱. Tehseen

۲. Forohar

برای تقویت درک ما از این رشته محوری، تلاش‌های پژوهش‌های آینده برای بررسی این پویایی پیچیده و آشکار کردن مسیرهای جدید برای تقویت پایداری در شرکت‌های کوچک و متوسط قرار گرفته‌اند.

باتوجه به تعاریف مطرح‌شده فوق پیشنهادهای ذیل برای بهبود و تقویت بعد ساختاری مطرح می‌شود:

- ✓ تشویق کارآفرینان و کارکنان آنها در راستای برقراری ارتباط بیشتر با اطرافیان
 - ✓ تسهیل ارتباطات کارآفرینان و توسعه تشکیلات حرفه‌ای و تخصصی کارآفرینی
 - ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی کار تیمی و تکنیک‌های مربوط به آن در تمامی سطوح شرکت
 - ✓ ایجاد و تغییر در ساختار شرکت برای حمایت از کار تیمی
 - ✓ قدردانی و پاداش‌دهی به فعالیت‌های تیمی و استفاده از معیارهای عملکرد تیمی
 - ✓ تأکید بر مدیریت مبتنی بر همکاری و مشارکت کارکنان در اتخاذ تصمیمات در تیم.
- بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی که بر ماهیت و کیفیت روابط متمرکز است، از دو عنصر مهم اعتماد و هویت تشکیل می‌شود.
- ✓ هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرهنگ‌سازی در راستای ایجاد اعتماد بیشتر میان افراد و نیز اعتماد به کارآفرین
 - ✓ استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی که دستیابی به اطلاعات را برای کارکنان ساده می‌سازد.
 - ✓ اختصاص بودجه و توجه بیشتر به همکاری و تعامل نزدیک بین کارکنان شرکت و سایر شرکت‌های و سازمان‌ها
 - ✓ در قالب همایش‌ها، سمینارها و نشست‌های تخصصی و کاری
 - ✓ برقراری ارتباط‌های باز و شفاف و فراهم کردن بستری پایدار و آزاد در ارتباطات گروهی کارآفرین همراه با شفافیت اطلاعات
 - ✓ استفاده از سیستم پاداش‌های برای دریافت نظرات و ایده‌ها
 - ✓ حمایت از کار گروهی پرسنل
- بعد شناختی سرمایه اجتماعی دربرگیرنده دو عنصر زبان و کدهای مشترک و نیز معانی مشترک است. بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به میزان اشتراکات افراد درون یک شبکه دارد که از راه زبان مشترک و مبادله سرگذشت‌های محقق می‌شود با توجه به تعریف مطرح‌شده پیشنهادهای زیر برای بهبود و تقویت بعد شناختی ارائه می‌شود:
- ✓ ارائه آموزش‌های لازم در راستای ایجاد ارتباط تعاملی و به دور از تعارض
 - ✓ آموزش تکنیک‌های ارتباطی و فنون مذاکرات
 - ✓ شناسایی نیازهای کارکنان.

محدودیت‌ها و پژوهش‌های آتی پیشنهادی

این پژوهش نیز مانند سایر پژوهش‌ها با موانع و محدودیت‌هایی مواجه بوده است. از جمله محدودیت‌های این پژوهش شامل استفاده از پرسش‌نامه به‌عنوان تنها منبع جمع‌آوری داده‌ها، نحوه تکمیل پرسش‌نامه توسط پاسخ‌دهنده‌ها و دقت در پاسخگویی توسط آنها، تعمیم‌دادن نتایج باتوجه به جامعه مورد مطالعه که در شرکت‌های کوچک و متوسط صورت گرفته و برای تعمیم به سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ باید محتاطانه عمل کرد و در نهایت می‌توان به موانع مربوط به کمبود زمان و همچنین مسائل مالی و نبود فعالیت‌های پژوهشی مشابه اشاره کرد. باتوجه به مقطعی بودن پژوهش در گردآوری داده‌ها و به‌اثبات نرساندن علیت توسط مدلسازی معادلات ساختاری پیشنهاد می‌گردد سایر محققان به‌صورت طولی و با جامعه بزرگی به بررسی موضوع پژوهش بپردازند، پیشنهاد می‌شود تحقیقات کیفی با دوره زمانی بیشتری صورت گیرد، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌هایی برای سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی بر مراحل مختلف فرایند کارآفرینی

پایدار انجام و شدت تأثیر بر هر مراحل مختلف سنجیده شود و در پژوهش‌های آینده نیز سایر متغیرها مثل فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی و ... را مورد تبیین و واکاوی قرار دهند.

References

- [1] Vikash Kumar, K., & Sivasankara Raju, R. (2020). Statistical modeling and optimization of al-mmcS reinforced with coconut shell ash particulates. In *Innovative Product Design and Intelligent Manufacturing Systems: Select Proceedings of IICIPDIMS 2019* (pp. 703-712). Springer.
- [2] Lawal, F. A., Worlu, R. E., & Ayoade, O. E. (2016). *Critical success factors for sustainable entrepreneurship in SMEs: Nigerian perspective*. Mediterranean Journal of Social Sciences, 7(3).
- [3] Bruton, G. D., Zahra, S. A., & Cai, L. (2018). Examining entrepreneurship through indigenous lenses. In (Vol. 42, pp. 351-361): Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- [4] Reynolds, O. (2018). *Examining the legitimation strategies of sustainability-oriented*. Academy of Management Review, 32(3), 836-863.
- [5] Habibi Anbohi, G. (2022). *Factors affecting the exploitation of entrepreneurial opportunities in the direction of sustainable development in recycling companies* University of Tehran]. Tehran.
- [6] Breuer, H., Fichter, K., Lüdeke-Freund, F., & Tiemann, I. (2018). *Sustainability-oriented business model development: Principles, criteria and tools*. International Journal of Entrepreneurial Venturing, 10(2), 256-286.
- [7] Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). *Sustainable entrepreneurship: A convergent process model*. Business strategy and the environment, 26(1), 1-17.
- [8] Muñoz, P., Cacciotti, G., & Cohen, B. (2018). *The double-edged sword of purpose-driven behavior in sustainable venturing*. Journal of business venturing, 33(2), 149-178.
- [9] Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). *Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship*. Small business economics, 52(4), 759-771.
- [10] Grinevich, V., Huber, F., Karataş-Özkan, M., & Yavuz, Ç. (2019). *Green entrepreneurship in the sharing economy: Utilising multiplicity of institutional logics*. Small business economics, 52(4), 859-876.
- [11] Choongo, P., Van Burg, E., Paas, L. J., & Masurel, E. (2016). *Factors influencing the identification of sustainable opportunities by SMEs: Empirical evidence from Zambia*. Sustainability, 8(1), 81.
- [12] Konys, A. (2019). *Towards sustainable entrepreneurship holistic construct*. Sustainability, 11(23), 6749.
- [13] Mirzaei, S. (2016). *Identifying the factors of tendency towards sustainable entrepreneurship in small and medium enterprises of Kermanshah city* Kharazmi University]. Tehran, Iran.
- [14] Sulistyani, N. W., & Suhariadi, F. (2022). *Self-efficacy as a mediator of the impact of social capital on entrepreneurial orientation: A case of dayak ethnic entrepreneurship*. Sustainability, 14(9), 5620.

- [15] Mohseni, S. (2022). *Analysis of the effect of structural and relational social capital on women's entrepreneurship with the mediating role of social innovation (case study: Handicrafts of Herat, Afghanistan)*, Ferdowsi University of Mashhad]. Mashhad, Iran.
- [16] Osei, C. D., & Zhuang, J. (2020). *Rural poverty alleviation strategies and social capital link: The mediation role of women entrepreneurship and social innovation*. Sage Open, 10(2), 2158244020925504.
- [17] Polas, M. R. H., Raju, V., Muhibbullah, M., & Tabash, M. I. (2022). *Rural women characteristics and sustainable entrepreneurial intention: a road to economic growth in Bangladesh*. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 16(3), 421-449.
- [18] Akanmu, A. O., Olowe, O. M., Phiri, A. T., Nirere, D., Odebode, A. J., Karemera Umuhzo, N. J., Asemoloye, M. D., & Babalola, O. O. (2023). *Bioresources in organic farming: implications for sustainable agricultural systems*. Horticulturae, 9(6), 659.
- [19] Harsono, I., Purnamawati, I. G. A., & Demung, I. W. (2023). *Determinants of Economic Growth, Poverty, and Unemployment: A Path Analysis Study*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 12(2), 359-366.
- [20] Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G. M., del Pilar Casado-Belmonte, M., & de las Mercedes Capobianco-Uriarte, M. (2020). *Sustainable entrepreneurship: Review of its evolution and new trends*. Journal of Cleaner Production, 252, 119742.
- [21] Ploum, L., Blok, V., Lans, T., & Omta, O. (2018). *Exploring the relation between individual moral antecedents and entrepreneurial opportunity recognition for sustainable development*. Journal of Cleaner Production, 172, 1582-1591.
- [22] Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). *Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead*. Business strategy and the environment, 27(3), 300-322.
- [23] Chen, R., Liu, Y., & Zhou, F. (2020). *Research on the relationship between social capital and social entrepreneurship intention: The mediating role of entrepreneurial bricolage*. 6th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2020),
- [24] Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). *Social capital as a driver of social entrepreneurship*. Journal of Social Entrepreneurship, 15(1), 182-205.
- [25] Sorenson, R. L., & Milbrandt, J. M. (2023). *Family social capital in family business: A faith-based values theory*. Journal of Business Ethics, 184(3), 701-724.
- [26] Siswanto. (2024). *Religiosity and entrepreneurial motivation roles in the goal-specific relation: A case of Muslim students in Indonesia*. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 15(4), 701-725.
- [27] Suryadi, D. F., Muis, M., Taba, M. I., & Hakim, W. (2023). *The role of religion and social capital on employees' performance: An empirical study post Indonesia's Islamic bank merger*. Cogent Business & Management, 10(2), 2207676.
- [28] Mishchuk, H., Bilan, Y., Androniceanu, A., & Krol, V. (2023). *Social capital: Evaluating its roles in competitiveness and ensuring human development*. Journal of Competitiveness, 15(2).
- [29] Kanini, K. S., Bula, H. O., & Muathe, S. M. (2022). *Social Capital and Performance of Manufacturing MSMEs in Kenya*. developing economies, 7(1).

- [30] Sari, N. T. P., & Kusumawati, A. (2022). *Literature review: The efforts to strengthening of micro, small and medium-sized enterprises (MSME) in Indonesia*. Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science, 2(01), 98-115.
- [31] Zaato, S. G., Ismail, M., Uthamaputhran, S., & Owusu-Ansah, W. (2020). *The impact of entrepreneurial orientation on SMEs performance in Ghana: The role of social capital and government support policies*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 22(2), 99-114.
- [32] Salder, J., Gilman, M., Raby, S., & Gkikas, A. (2020). *Beyond linearity and resource-based perspectives of SME growth*. Journal of Small Business Strategy (archive only), 30(1), 1-17.
- [33] Huo, B., Tian, M., Tian, Y., & Zhang, Q. (2019). *The dilemma of inter-organizational relationships: Dependence, use of power and their impacts on opportunism*. International journal of operations & production management, 39(1), 2-23.
- [34] Jiang, J. Y., & Liu, C.-W. (2015). *High performance work systems and organizational effectiveness: The mediating role of social capital*. Human resource management review, 25(1), 126-137.
- [35] Li, Y., Chen, H., Liu, Y., & Peng, M. W. (2014). *Managerial ties, organizational learning, and opportunity capture: A social capital perspective*. Asia Pacific Journal of Management, 31(1), 271-291.
- [36] Lee, H. J. (2019). *What factors are necessary for sustaining entrepreneurship?* Sustainability, 11(11), 3022.
- [37] Sedaghati Farjoud, H. (2021). *The impact of social capital on scientific policy making*, Allameh-Tabatabai University]. Tehran, Iran.
- [38] Kazemi, S. (2016). *Social capital and its role in the organization* in The second national conference of management and humanities researches in Iran, Tehran.
- [39] Azad Poush Miandoab, F. (2022). *Clarifying the concept of service systems as a type of sustainable entrepreneurship; Examining the degree of compliance with sustainable development functions* Fifth International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering, Tehran.
- [40] Farny, S., Kibler, E., Hai, S., & Landoni, P. (2019). *Volunteer retention in prosocial venturing: The role of emotional connectivity*. Entrepreneurship Theory and Practice, 43(6), 1094-1123.
- [41] Farny, S., & Binder, J. (2021). *Sustainable entrepreneurship*. World encyclopedia of entrepreneurship, 2, 605-611.
- [42] Cohen, B., Smith, B., & Mitchell, R. (2008). *Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research*. Business strategy and the environment, 17(2), 107-119.
- [43] Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2009). *Greening Goliaths versus Emerging Davids*.
- [44] Feki, C. (2019). *The Impact of Social Capital and Entrepreneurship on Economic Growth: A Panel Data Approach*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(9).
- [45] Astuti, A., Banowati, E., Sucihatiningsih, D., & Rusdarti, R. (2023). *Analysis of the Effect of Social Capital, Cultural Capital And Symbolic Capital On Interest in Entrepreneurship with Self-Efficacy*. Proceedings of International Conference on Science, Education, and Technology,
- [46] Merung, A. Y., Susanti, I. A. M. D., & Juniasih, I. A. K. (2024). *Impact of Entrepreneurial Orientation, Social Capital, and Technological Innovation on*

- Competitiveness of MSMEs in Kintamani, Bali*. Sinergi International Journal of Management and Business, 2(1), 26-39.
- [47] Emon, M. M. H., & Khan, T. (2023). *The impact of cultural norms on sustainable entrepreneurship practices in SMEs of Bangladesh*. Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS), 3(3), 201-209.
- [48] Janbaz, M. H. (2021). *The impact of intellectual capital and social capital on organizational entrepreneurship* in The first international conference on new challenges and solutions in industrial engineering and management and accounting, Mazandaran-Sari. <https://civilica.com/doc/1045648>
- [49] Ghanadi, N. (2019). *The impact of social capital on financial performance through entrepreneurial activities in the companies of Mobarakeh Industrial City* in International Conference on Management, Accounting, Economics and Banking in the Third Millennium, Tehran. <https://civilica.com/doc/913791>
- [50] Taghipour, H. A. (2018). *Identifying the relationship between structural capital and relational capital with the organizational entrepreneur (case study of natural resources workers in Mazandaran province)* in The first national entrepreneurship conference, Mazandaran- Chalus. <https://civilica.com/doc/805616>
- [51] fathi, I., por kasmaei, m., & Ebrahimi, M. (2018). *Investigating the Impact of Social Capital with Mediating the Motivation of Advancement on the Entrepreneurial Spirit*. Journal of Social Work Research, 5(15), -. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2018.10948>
- [52] de Bruijn, S. *Identifying social capital effects within education for sustainable entrepreneurship*.
- [53] Ejali, J. D., A.A. (2015). *Examining the relationship between social capital and entrepreneurship* in The first national conference of knowledge-based resistance economy, Markazi- Tafarsh.
- [54] Fotovvat, S., Safari, K., Zayyari, K., & Boostani, S. (2014). *A study on relationship between social capital and sustainable development*. Management Science Letters, 4(9), 2117-2120.
- [55] Yami, S., M'Chirgui, Z., Spano, C., & Barykina, O. G. (2021). *Reinventing science and technology entrepreneurship education: The role of human and social capitals*. Technological Forecasting and Social Change, 164, 120044.
- [56] Smith, C., Smith, J. B., & Shaw, E. (2017). *Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online*. Journal of business venturing, 32(1), 18-34.
- [57] Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018). *Factors affecting entrepreneurship and business sustainability*. Sustainability, 10(2), 452.
- [58] Chu, S. H., Yang, H., Lee, M., & Park, S. (2017). *The impact of institutional pressures on green supply chain management and firm performance: Top management roles and social capital*. Sustainability, 9(5), 764.
- [59] Theodoraki, C., Messegem, K., & Rice, M. P. (2018). *A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study*. Small business economics, 51(1), 153-170.
- [60] Buttice, V., Colombo, M. G., & Wright, M. (2017). *Serial crowdfunding, social capital, and project success*. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(2), 183-207.
- [61] Spiegel, O., Abbassi, P., Zylka, M. P., Schlagwein, D., Fischbach, K., & Schoder, D. (2016). *Business model development, founders' social capital and the success of*

- early stage internet start-ups: a mixed-method study*. Information Systems Journal, 26(5), 421-449.
- [62] Lang, R., & Fink, M. (2019). *Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels*. Journal of Rural Studies, 70, 155-168.
- [63] Sandefur, R. L., & Laumann, E. O. (2009). A paradigm for social capital. In *Knowledge and social capital* (pp. 69-87). Routledge.
- [64] Rabiei, A., & Sarabi, S. (1392). *Examining the effect of social capital and its dimensions on women's entrepreneurship Case study: (Association of Entrepreneurial Women Managers)*. Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies, 33-68.
- [65] Wakkee, I., Van der Sijde, P., Vaupell, C., & Ghuman, K. (2019). *The university's role in sustainable development: Activating entrepreneurial scholars as agents of change*. Technological Forecasting and Social Change, 141, 195-205.
- [66] Abbasnia, S. M., & Abdi, M. (2023). *Designing a Model of the Effect of Intellectual Capital on Improving Financial Performance in the Hotel Industry (with the Mediating Role of Organizational Learning Capabilities)*. Karafan Journal, 20(Special Issue), 349-371. <https://doi.org/10.48301/kssa.2022.350698.2195>
- [67] Rabiei, A., & Sarabi, S. (2013). *the influences if social capital and its aspects on the women's entrepreneurship* THE
- [68] Tehseen, S., & Haider, S. A. (2021). *Impact of universities' partnerships on students' sustainable entrepreneurship intentions: A comparative study*. Sustainability, 13(9), 5025.
- [69] Forohar, M., Hovida, R., & Jamshidan, R. (2012). *Psychological capital and intraprunership among faculty members*.