

واکاوی تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی با نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی

چکیده

امروزه بسیاری از سازمان‌های پیشرو به دنبال یافتن راهکارهایی برای حفظ سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خود هستند و در این راستا رویکردهای نوظهور زیادی مطرح گردیده است. پژوهش حاضر با هدف واکاوی تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی با نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان انجام شده است. این مطالعه از لحاظ هدف کاربردی، از نوع توصیفی و با روش همبستگی انجام شده است. جامعه آماری در این مطالعه شرکت‌های دانش‌بنیان است. به منظور تحلیل داده‌ها، روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS3 مورد استفاده قرار گرفت. جهت سنجش روایی از روایی همگرا بهره گرفته شد و به منظور برازش پایایی، آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت و ضریب آن برای تمام سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ می‌باشد. نتایج به دست آمده، حاکی از آن است که اکوسیستم کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی دارد. همچنین اکوسیستم کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه انسانی دارد و از طرف دیگر اکوسیستم کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر جهت‌گیری کارآفرینی دارد. و در نهایت نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. و در نهایت نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلیدواژه: اکوسیستم کارآفرینی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، جهت‌گیری کارآفرینی

در سال‌های اخیر اکوسیستم‌های کارآفرینی به طور گسترده به عنوان یکی از جذاب‌ترین موضوعات برای دست‌اندرکاران صنعتی، سیاست‌گذاران دولتی و محققان دانشگاهی مورد مطالعه قرار گرفته است. در سال‌های اخیر، اکوسیستم‌های کارآفرینی به عنوان یک چارچوب نظری مهم ظهور کرده‌اند که توسعه کارآفرینی منطقه‌ای و موفقیت استارت‌آپ‌های جدید را بررسی و توضیح می‌دهد معنای اصلی یک اکوسیستم، یک جامعه بیولوژیکی از موجودات در حال تعامل و محیط فیزیکی آنها است (روندی^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). پژوهش مور^۲ (۱۹۹۶) یکی از اولین مطالعاتی بود که مفهوم اکوسیستم را به ادبیات کسب و کار معرفی کرد و اکوسیستم تجاری را به عنوان یک جامعه اقتصادی تعریف نمود که توسط گروهی از افراد متقابل حمایت می‌شود. ایزنبرگ^۳ (۲۰۱۰) بیشتر اکوسیستم‌های کارآفرینی را مورد بحث قرار داد و "اکوسیستم‌های کارآفرینی" را به عنوان یک سیستم ارگانیسم تعریف کرد که شامل گروهی از عناصر ملموس و ناملموس مانند مشتریان، بازار سرمایه، رهبری و فرهنگ است که به روش‌های پیچیده برای تعامل با ایجاد سرمایه‌گذاری و توسعه کارآفرینی سازماندهی شده‌اند (یوان^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). کارآفرینی درآمد مردم را افزایش می‌دهد، زیرا اقتصاد را با استفاده از منابع موجود به سمت بهره‌وری بیشتر سوق می‌دهد. شومپتر تأکید کرد که کارآفرینی به تدریج در حال تبدیل شدن به موتور ایجاد شغل و رشد اقتصادی است. علاوه بر این، کارآفرینی باعث افزایش نوآوری در جامعه می‌شود، زیرا ارزش اقتصادی منابع متعلق به جامعه را افزایش می‌دهد. توانایی افراد برای کارآفرین شدن است تحت تأثیر سطح باز بودن نوآوری در پذیرش، تجزیه و تحلیل تغییرات محیطی، جستجو و پردازش اطلاعات به فرصت‌های تجاری در راستای توسعه و تعالی در مقایسه با سایر شرکت‌ها می‌باشد. نوآوری نقش مهمی در موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط دارد، زیرا نسبت به شرکت‌های بزرگ از انعطاف‌پذیری بالایی در مواجهه با تغییرات محیطی برخوردار است. بیور و پرنس^۵ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند که نقش نوآوری در موفقیت شرکت باید از تعهد و انگیزه افراد و فعالیت‌های مدیریتی بازارمحور، ارتباطات داخلی خوب، مدیریت سرمایه و سازگاری با تغییرات محیطی باشد. با این کارآفرینی، خانواده‌ها این فرصت را خواهند داشت تا کسب و کار خود را مدیریت کنند و مالکیت بین نسلی را برای رهبری شرکت‌ها در آینده مدیریت کنند. یک مطالعه تجربی توسط کوبایاشی^۶ و همکاران (۲۰۰۶) دریافته‌اند که در محیط تجارت الکترونیکی، ساکنان روستایی یک شبکه اجتماعی ناهمگون و گسترده‌تر به دست آوردند، وابستگی به اعتماد عاطفی را کاهش دادند، با هنجارهای اجتماعی بازار سازگار شدند و سرمایه اجتماعی جدید و غنی‌تری را توسعه دادند که در نهایت فعالیت‌های کارآفرینی را تسهیل کرد. بنابراین سرمایه اجتماعی برای کارآفرینان موجب نوآوری و رشد بنگاه‌های کارآفرینانه و در نهایت بهبود عملکرد کارآفرینی می‌شود. نائوکو و یوتاکا^۷ (۲۰۱۴) توضیح می‌دهند که کارآفرینی برای بقای بلندمدت به سرمایه اجتماعی و انسانی نیاز دارد. با این حال، چندین مرحله برای شروع یک کسب و کار وجود دارد که شامل پیدا کردن یک فرصت تجاری، راه‌اندازی یک کسب و کار می‌شود. کاستانو^۸ و همکاران (۲۰۱۵) توضیح دادند که سه عامل وجود دارد که می‌تواند فرد را به کارآفرین شدن تشویق کند، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی و عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی یا جو محیط اجتماعی، اقتصادی و نهادی است که در آن افراد فعالیت‌های روزانه‌ای را انجام می‌دهند که از افراد برای تبدیل شدن به کارآفرین حمایت می‌کند. عوامل فرهنگی نیز به حمایت‌های محیطی برای ایجاد آزادی برای اداره یک کسب و کار توجه دارند. عوامل اقتصادی از طریق سیاست‌های اقتصادی دولت، عملکرد اقتصادی،

-
1. Roundy
 2. Moore
 3. Isenberg
 4. Yuan
 5. Beaver & Prince
 6. Kobayashi
 7. Naoko & Yutaka
 8. Castaño

نوآوری و گشودگی به اطلاعات و ایده‌های جدید، فعالیت‌های کارآفرینانه را تشویق می‌کنند. گائو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) تأثیر ریسک‌گرایی، نوآوری و استراتژی‌های فعال و کارآفرینانه بر عملکرد کارآفرینی را بررسی کردند. در این پژوهش، عملکرد شرکت‌های خوداشتغالی به دلیل شجاعت مالکان در ریسک‌پذیری، توانایی نوآوری و پیش‌فعال بودن نسبت به تغییرات با سایر شرکت‌ها متفاوت است و نیازهای زیست‌محیطی آن بر اساس تفاوت در نتایج تحقیقاتی است که تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه را بر عملکرد کارآفرینانه بررسی می‌کند. لی^۲ و همکاران (۲۰۲۱) به طور تجربی نشان داد که سرمایه اجتماعی نه تنها به طور مستقیم پذیرش تجارت الکترونیکی کشاورزان را ارتقا می‌دهد، بلکه نقشی در رابطه مثبت بین "تجربه کارآفرینی قبلی - رفتار پذیرش تجارت الکترونیکی کشاورزان" و "تجربه آموزش قبلی کشاورزان - رفتار پذیرش تجاری" ایفا می‌کند. هانگ^۳ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود برای درک ظهور یک اکوسیستم کارآفرینی یک مدل دو مرحله‌ای ایجاد نمودند و محتوا و تعامل سرمایه‌های کارآفرینی، عادت‌ها و شیوه‌های هر مرحله را شناسایی نمودند. نتایج این پژوهش نشان داد که دنبال کردن سرمایه اقتصادی و عادت کسب سود سریع منجر به شیوه‌های کارآفرینی در کسب و کار کپی‌برداری می‌شود و در مرحله خودمختار، ارزش‌گذاری سرمایه فرهنگی و عادت نوع‌دوستی منجر به شیوه‌های کارآفرینی فعالیت نوآوری می‌شود. برخی از مطالعات تأثیر مثبتی را نشان می‌دهند، در حالی که سایر مطالعات تأثیر منفی یا بدون تأثیر را در رابطه‌ی ریسک-پذیری، نوآوری با عملکرد کارآفرینی نشان می‌دهند. جهت‌گیری کارآفرینی پیوند قوی با عملکرد شرکت در کسب و کارهای کوچک دارد. این موضوع به توانایی سازگاری سریع با تهدیدها و فرصت‌های موجود در بازار شرکت‌های کوچک و متوسط بستگی دارد. این شایستگی برای شرکت‌های کوچک و متوسط ضروری است تا بتوانند عملکرد خود را در طول زمان حفظ و بهبود بخشند (آندریانی^۴ و همکاران، ۲۰۲۱). با مرور پیشینه پژوهش می‌توان بیان نمود که پژوهش‌های گذشته توجه خود را معطوف به بررسی یک یا دو متغیر از متغیرهای پژوهش حاضر نموده‌اند به عبارتی نگاه غالب این پژوهش‌ها به بررسی روابط دو سویه حاصل از تأثیرگذاری یکی از متغیرها بر دیگری بوده است. در واقع وجه نوآوری پژوهش حاضر را می‌توان در آن دانست که پژوهش‌های گذشته به موضوعات اکوسیستم کارآفرینی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی و جهت‌گیری کارآفرینی به صورت مجزا پرداخته‌اند و تاکنون پژوهشی جامع که ارتباط این چهار متغیر را بررسی کرده باشد و جهت‌گیری کارآفرینی را متغیر میانجی بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان نظر گرفته باشد، انجام نگرفته است.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اکوسیستم کارآفرینی

اکوسیستم کارآفرینی متشکل از مجموعه‌ای از عناصر فردی، مانند رهبری، فرهنگ، بازارهای سرمایه و مشتریان آزاداندیش است که به روش‌های پیچیده ترکیب می‌شوند (مالکی^۵، ۲۰۱۸). در حالی که اصطلاح «کارآفرینی» و معنای آن هنگام توصیف یک اکوسیستم کارآفرینانه بصری به نظر می‌رسد، کلمه اکوسیستم مستحق بحث بیشتر است. از نظر ریشه‌شناسی، واژه اکوسیستم از واژه‌های یونانی «eco» - «οἶκος» به معنای «خانه» و «συστημα» - «سیستم» به معنای «پیچیده» تشکیل شده است و بنابراین حس مهمان‌نوازی را هم بر می‌انگیزد. بنابراین، پذیرش و پیچیدگی در یک اکوسیستم به معنای یک سیستم پیچیده است که میزبان تعدادی از موجودات است. مفهوم اکوسیستم عمدتاً در زمینه زیست‌شناسی مورد استفاده قرار گرفته است و اولین بار توسط تانسلی (۱۹۳۵) معرفی شد. در علم زیست‌شناسی در ابتدا اکوسیستم یک سیستم تعاملی از موجودات زنده (یعنی جزء زیستی) در محیط فیزیکی آنها و جزء غیر زنده بود. این قیاس بیولوژیکی اغلب توسط محققان در زمینه‌های اقتصاد و مدیریت به کار می‌رود. مارشال اولین کسی بود که این قیاس بیولوژیکی را مطرح

1. Gao
2. Li
3. Hong
4. Andriani

کرد و پس از آن آلچیان (۱۹۵۰) بر چگونگی موضوع حداکثر کردن سود تمرکز کرد. با این حال، مشهورترین استفاده از یک قیاس بیولوژیکی همان چیزی بود که توسط نلسون و وینتر (۱۹۸۲) معرفی شد. این نویسندگان بر اساس قیاس‌های مکانیزم انتخاباتی که از زیست‌شناسی تکاملی استخراج شده‌اند. اولین نظریه‌های اقتصادی تکاملی را ابداع کردند. بعدها مفهوم اکوسیستم ابتدا توسط مور (۱۹۹۳) و سپس توسط ایانسیتی و لوین (۲۰۰۴) وارد ادبیات مدیریت شد. به گفته مور، "اکوسیستم‌های تجاری از چرخش اولیه سرمایه، علاقه مشتری و استعداد ایجاد شده توسط یک نوآوری جدید متراکم می‌شوند، همانطور که گونه‌های موفق از منابع طبیعی نور خورشید، آب و مواد مغذی خاک سرچشمه می‌گیرند. به عبارت دیگر، اکوسیستم کسب و کار شبکه‌ای از سازمان‌های به هم پیوسته است که احتمالاً حول یک شرکت یا پلتفرم کانونی عمل می‌کنند. این تشابه با اکوسیستم‌های بیولوژیکی در ماهیت به پیچیدگی روابط و وابستگی‌های متقابل منجر می‌شود که همچنین از نظر ماهیت و نحوه تعامل بازیگران علاقه‌مند، یکی از ویژگی‌های اکوسیستم‌های تجاری است. این مفهوم اولیه تعداد زیادی از انواع اکوسیستم را به وجود آورده است که از جمله آنها می‌توان به اکوسیستم‌های دانشگاهی (رایس و همکاران، ۲۰۱۴)، اکوسیستم‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات مبتنی بر بخش (لتایفا و رابو، ۲۰۱۳)، اکوسیستم‌های سازمانی (مارس و همکاران، ۲۰۱۲) و اکوسیستم‌های نوآوری یا دانش (کلاریس و همکاران، ۲۰۱۴؛ زهرا و نامیسان، ۲۰۱۱) اشاره کرد که همواره توجه دانشمندان را به خود جلب کرده‌اند. اتو و توماس (۲۰۱۴) اکوسیستم نوآوری را به عنوان "شبکه‌ای از سازمان‌های به هم پیوسته، سازماندهی شده حول یک شرکت کانونی یا یک پلتفرم و ترکیب شرکت‌کنندگان جانبی تولید و استفاده و تمرکز بر توسعه ارزش جدید از طریق نوآوری" تعریف کردند (کاوالو و همکاران، ۲۰۱۸). مفهوم اکوسیستم کارآفرینی خود را به عنوان جدیدترین گرایش در حوزه تحقیقاتی کارآفرینی تثبیت کرده است (الله، ۲۰۱۹). اکوسیستم کارآفرینی عبارت است از مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل وابسته به یکدیگر که به گونه‌ای هماهنگ شده‌اند که کارآفرینی مولد را در یک قلمرو خاص ممکن می‌سازند (جعفری و ساکوس، ۲۰۲۲). اکوسیستم کارآفرینی به عنوان مجموعه‌ای از بازیگران کارآفرین به هم پیوسته (اعم از بالقوه و موجود)، سازمان‌های کارآفرین (به عنوان مثال شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، نمایندگان تجاری، بانک‌ها و مؤسسات، دانشگاه‌ها، آژانس‌های بخش دولتی، نهادهای مالی و فرآیندهای کارآفرینی (مانند نرخ تولد کسب و کار، تعداد شرکت‌های با رشد بالا، سطوح کارآفرینی پر فروش، تعداد کارآفرینان زنجیره‌ای، میزان ذهنیت فروش در شرکت‌ها و سطوح جاه‌طلبی کارآفرینی تعریف می‌شود که به طور رسمی و غیررسمی برای اتصال، میانجی‌گری و مدیریت عملکرد در محیط کارآفرینی محلی ادغام می‌شوند (خطاب و عثمان المگل، ۲۰۱۷). اکوسیستم‌های کارآفرینی ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه هستند که از توسعه و رشد استارت‌آپ‌های نوآور حمایت می‌کنند و کارآفرینان نوپا و دیگر بازیگران را تشویق می‌کنند تا ریسک راه‌اندازی، تأمین مالی و در غیر این صورت حمایت از سرمایه‌گذاری‌های پرخطر را بپذیرند (اشپینگل، ۲۰۱۷). نیک و همکاران (۲۰۰۴) مفهوم مرکزی اکوسیستم کارآفرینی را به عنوان مجموعه‌ای از مؤلفه‌های اساسی و ضروری برای شیوه‌های کارآفرینی که به طور پیچیده به هم مرتبط هستند، مانند رهبری، جامعه، منابع مالی و پول تعریف کرده‌اند (معصومی و صالحی، ۲۰۲۲). اکوسیستم کارآفرینی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و منابع اساسی است که بویایی کارآفرینی منطقه‌ای را تعیین می‌کند (فریتاس و کیتسون، ۲۰۲۲). اکوسیستم کارآفرینی به عنوان تلاش‌های هماهنگ برای ایجاد محیط‌هایی که منجر به احتمال موفقیت برای سرمایه‌گذاری‌های جدید پس از راه‌اندازی اکوسیستم‌های کارآفرینی خود، بر ایجاد محیط‌های مساعد برای موفقیت کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌های جدیدشان متمرکز شده‌اند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۱۷). اکوسیستم‌های کارآفرینی معمولاً مکان‌های مطلوبی برای زندگی هستند یا به دلیل جاذبه‌های فرهنگی یا ویژگی‌های فیزیکی‌شان که فرصت‌هایی را برای فعالیت‌های بیرونی فراهم می‌کنند. فلوریدا (۲۰۰۲) بر اهمیت چنین ملاحظات برای طبقه خلاق تأکید کرده است. اشتغال موجود آنها اغلب به سمت بخش‌های دانش‌محور است که تعداد زیادی از فارغ‌التحصیلان را استخدام می‌کند. در برخی موارد یک اکوسیستم کارآفرینی ممکن است از یک صنعت قبلی پدید آید (میسون و براون، ۲۰۱۴). ویژگی‌های متمایز اکوسیستم‌های کارآفرینی شامل موارد زیر است: هسته‌ای از کسب و کارهای بزرگ تأسیس شده، از جمله آن

کسب و کارهایی که توسط کارآفرینان رهبری شده‌اند و بازیافت کارآفرینی که به موجب آن کارآفرینان موفق پول نقد، زمان و تخصص خود را در حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند و یک محیط غنی از اطلاعات که در آن این اطلاعات هم در دسترس و هم به اشتراک گذاشته می‌شود. یک بازیگر کلیدی در این زمینه، معامله‌کننده‌ای است که در چندین سرمایه‌گذاری کارآفرینی با ظرفیت امانتداری مشارکت دارد. سایر جنبه‌های مهم یک اکوسیستم کارآفرینی شامل فرهنگ آن، در دسترس بودن سرمایه اولیه و رشد، حضور شرکت‌های بزرگ، دانشگاه‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات است. با این حال، مطالعات تمایل به انجام یک رویکرد ایستا برای مطالعه اکوسیستم‌های کارآفرینی که عمدتاً منشأ و محرک‌های آنها و همچنین فرآیندهایی را که توسط خود آنها پدیدار می‌شوند، نادیده می‌گیرد. پدید آوردن اکوسیستم‌های کارآفرینی چالش‌های مختلفی را برای سیاست‌گذاران ایجاد می‌کند. چندین اصل کلی وجود دارد که باید رعایت شود. مداخله سیاستی باید رویکردی کل‌نگر با تمرکز بر موارد بازیگران کارآفرین در اکوسیستم؛ تأمین‌کنندگان منابع در اکوسیستم؛ اتصال‌دهنده‌های کارآفرینی در اکوسیستم و محیط کارآفرینی اکوسیستم داشته باشد. در نهایت، مهم است که سیاست‌گذاران معیارهایی را به منظور تعیین نقاط قوت و ضعف اکوسیستم‌های فردی ایجاد کنند تا نقاط قوت و ضعف آن‌ها را بتوان تشخیص داد و ارزیابی کرد. باید مشخص کرد که آیا و چگونه باید مداخله کرد و در طول زمان چگونه اثربخشی چنین مداخلاتی را نظارت کرد. اینکه چه چیزی باید اندازه‌گیری شود، رویکردهای اندازه‌گیری و دسترسی به داده‌ها در مقیاس‌های جغرافیایی مناسب، همگی چالش‌های بزرگی را ایجاد می‌کنند (میسون و براون، ۲۰۱۴). همچنین لیگوری و همکاران (۲۰۱۹) با هدف و توسعه و اعتبارسنجی اندازه‌گیری ادراکی اکوسیستم‌های کارآفرینی، اکوسیستم را با ۶ بعد سیاست، دسترسی به منابع، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازارها مورد بررسی قرار دادند.

۲. ابعاد اکوسیستم کارآفرینی

سیاست: سیاست کارآفرینی هرگونه مداخله دولت در جهت بهبود اکوسیستم کارآفرینی، تسهیل فعالیت‌های بخش خصوصی با توانمندسازی مشاغل است. دولت نقش هدایت‌گری اکوسیستم کارآفرینی را بر عهده دارند و در ساخت و حفظ اکوسیستم کارآمد نقش حیاتی ایفا می‌کنند (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸).

منابع مالی: دسترسی به منابع مالی یک نیاز ضروری برای توسعه شرکت‌ها است. از این رو، در دسترس بودن منابع از ویژگی‌های مهم اکوسیستم کارآفرینی است. دولت باید به مؤسسات تأمین مالی اطمینان دهد تا تأمین مالی را تسهیل کنند (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸). این نشان‌دهنده ساختار کمک مالی موجود در یک جامعه است. این نشان می‌دهد که تا چه حد یک کارآفرین می‌تواند به وجوه رسمی یا غیررسمی برای شروع یک سرمایه‌گذاری دسترسی داشته باشد. این تأمین‌کنندگان صندوق می‌توانند سرمایه‌گذاران فرشته، صندوق‌های سهام خصوصی، بانک‌های تجاری، مؤسسات مالی خرد، سازمان‌های غیردولتی یا نهادهای دولتی باشند (مجاهد و همکاران، ۲۰۱۹).

حمایت: حمایت‌های غیرمالی شامل دسترسی به زیرساخت‌های مناسب (حمل و نقل، دسترسی سریع به اینترنت، حمایت‌های حرفه‌ای (حقوقی، حسابداری) و نهادهای توسعه‌دهنده کارآفرینی مراکز منابع تجاری کوچک، اتاق‌های بازرگانی، مسابقات برنامه‌های تجاری است (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸). حمایت برای شرکت‌ها به ویژه اگر از خانواده کارآفرین باشد یا از طرف دولت یا سازمان‌های غیردولتی باشد، یک نیاز مهم است. علیرغم توسعه سیاست‌های خوب، کارآفرینان به دنبال کمک‌هایی مانند حقوقی، فنی و مالی برای انجام سرمایه‌گذاری خود هستند و یک مکانیسم یکپارچه برای ارائه چنین کمک‌هایی می‌تواند منبع مهم‌تری برای ترویج سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی باشد، زیرا برخی از کسب و کارها بدون چنین کمکی توسعه نمی‌یابند. این کمک می‌تواند از سوی بازیگران غیردولتی مانند انجمن‌های تجاری از آنها در توسعه انکوباتورها یا از مؤسسات دولتی باشد (مجاهد و همکاران، ۲۰۱۹).

بازار: یکی از مهم‌ترین عواملی که به توسعه اکوسیستم کارآفرینی منجر می‌شود، دسترسی به بازارهاست که شامل دسترسی به کانال‌های توزیع، شبکه‌ها و غیره است (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸). یک بازار دلگرم‌کننده و بزرگ باید متشکل از مشتریان، شرکت‌های واسطه

شامل تأمین کنندگان و توزیع کنندگان باشد که به سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی کمک می‌کنند تا خودشان را ارتقاء دهند. وجود چنین بازارهایی بستر مناسبی برای مشتریان فراهم می‌کند و این مشاغل جدید و همچنین تأمین کنندگان برای خرید مواد یا خدمات دیگر در چنین بازارهایی عمداً در قالب خوشه‌های صنعتی توسعه می‌یابند (مباریک، ۲۰۱۵). این خوشه‌های صنعتی نقش بسزایی در ارتقای شرکت‌های جدید دارند (مجاهد و همکاران، ۲۰۱۹).

سرمایه انسانی: یکی از ابعاد مهم و ضروری در شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی و یکی از عوامل مهم مؤثر بر عملکرد کارآفرینی سرمایه‌های انسانی است. در بازارهای توسعه‌یافته، دسترسی به سرمایه انسانی کافی به طور منظم بر رشد و موفقیت سرمایه‌گذاری تأثیر می‌گذارد (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸).

فرهنگ: فرهنگ به عنوان یکی از عناصر مهم سیستم کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت است. فرهنگ در اکوسیستم کارآفرینی از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته از جمله میزان تحمل تغییر، ریسک‌پذیری و فرهنگ اعتماد و امنیت در منطقه (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۸).

۳. سرمایه انسانی

مفهوم سرمایه انسانی اولین بار در نظریه‌های اقتصادی مدرن در آثار آدام اسمیت مورد بحث قرار گرفت. او چهار نوع سرمایه را مورد بحث قرار داد: الف) ماشین‌های تولید و ابزارهای مورد استفاده برای تجارت ب) ساختمان‌های درآمدی ج) زمین برای استفاده. پس از اسمیت، در طول دهه ۱۹۰۰، اصطلاح "سرمایه انسانی" چندان در ادبیات مورد بحث قرار نگرفت تا اینکه توسط آرتور سیسیل پیگو که سرمایه انسانی را به عنوان سرمایه‌گذاری در انسان‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی تعریف کرد. پیگو همچنین رابطه بین رشد اقتصادی، تابع تولید و بهره‌وری را مورد بحث قرار داد نیروی کار در رابطه با بازده پولی سرانه. کارهای او به طور کلی به رابطه بین اشتغال و سرمایه انسانی نیروی کار نگاه کرد (ویتولینا و همکاران، ۲۰۲۲). سرمایه انسانی به دانش، مهارت‌ها و انگیزه‌ای اطلاق می‌شود که افراد دارای ارزش اقتصادی نهفته یا واقعی هستند. میزان ارزش واقعی آن برای یک سازمان به میزان کارآمدی استفاده از آن بستگی دارد. سرمایه انسانی اساساً شامل دو نوع دانش اصلی است که افراد دارند: دانش صریح و ضمنی. دانش صریح به اطلاعاتی اطلاق می‌شود که قابل جستجو هستند و می‌توان آن‌ها را به آسانی به اشتراک گذاشت و در کتاب‌ها و وب‌سایت‌ها در قالب‌های عددی، واژگانی یا رمزی یافت می‌شود. دانش ضمنی به راحتی بیان نمی‌شود. این دانش بسیار شخصی است که فقط در ذهن افراد و بر اساس تجربیات و دیدگاه‌های آنها یافت می‌شود که اشتراک‌گذاری آن را با دیگران از طریق نوشتن یا شفاهی دشوار می‌کند (علوالمه، ۲۰۲۲). تاماشاوسکینه (۲۰۱۴) ویژگی‌های سرمایه انسانی را تحت عنوان آموزش، سلامت، دانش، شایستگی، مهارت‌ها، استعداد، انگیزه، ارزش‌ها، فرهنگ و فلسفه ملی بازار کار، شرایط، تمایلات مهاجرت، تخصص، تجربه، شهود، توانایی درک اهداف ملی، کارآفرینی و اخلاق خلاصه کرد. کل مفهوم سرمایه انسانی بر رفتار اقتصادی افراد متمرکز است، به ویژه روشی که انباشت دانش و مهارت آنها را قادر می‌سازد تا بهره‌وری و درآمد خود را افزایش دهند و با انجام این کار، بهره‌وری و ثروت جوامعی را که در آن زندگی می‌کنند، افزایش دهند (الکناویچیوتو و همکاران، ۲۰۱۶). فیلسو و همکاران (۲۰۱۴) سرمایه انسانی را شامل چهار بعد می‌دانند؛

الف) دانش: این بعد شامل تحصیلات دانشگاهی فرد، تحصیلات دانشگاهی مدیر، آموزش‌های تخصصی فرد و آموزش‌های تخصصی مدیر می‌شود.

ب) تجربه: این بعد شامل تجربه‌ی کسب و کار، تجربه‌ی رهبری یا مدیریت، تجربه‌ی کار تجاری، تجربه‌ی صنعتی و تجربه‌ی متنوع می‌شود.

ج) مهارت‌های حرفه‌ای: این بعد شامل تخصص حرفه‌ای در عرصه‌ی فنی یا فناوری، تخصص حرفه‌ای در مدیریت سازمان دانش گسترده و مهارت‌های ارتباطات و اطلاعات می‌شود.

توانایی‌های شناختی: این بعد شامل تصمیم‌گیری راهبردی در شرایط ریسک، توانایی نوآوری، اداره‌ی ریسک و تهدید و جستجو و اکتشاف فرصت‌ها می‌شود (گودرزی، ۱۳۹۶).

۴. سرمایه اجتماعی

نظریه سرمایه اجتماعی برای اولین بار توسط بورديو در سال ۱۹۷۲ و کلمن در سال ۱۹۸۸ به طور سیستماتیک معرفی شد. تعریف اساسی ارائه شده این است که سرمایه اجتماعی منبعی ذاتی در روابط اجتماعی است که می‌تواند از این منابع برای منافع شخصی و گروهی استفاده کند (آزیتا آزیس و سنیمانارا^۱، ۲۰۲۲). ایده ارسطو، فیلسوف مشهور یونانی که می‌گفت «انسان ذاتاً حیوانی اجتماعی است» مخفف مفهوم سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی در یکی از ویژگی‌های اولیه زندگی اجتماعی انسان‌ها یعنی تعاملات اجتماعی، روابط، پیوندها و یا ارتباطات دیده می‌شود. سرمایه اجتماعی بیانگر چسبی است که جامعه را با احساس تعلق و هنجارهای مشترک در کنار هم نگه می‌دارد. سرمایه اجتماعی برای یک نظم اجتماعی کارآمد ضروری است و آن چسب بیانگر روابط اجتماعی است که شامل عناصر حیاتی خاص مانند اعتماد، تعامل، هنجارهای مشترک و همکاری می‌شود. بیشتر ادبیات در مورد مفهوم اجتماعی سرمایه، اهمیت روابط اجتماعی را به عنوان منبعی برای تسهیل کنش کنشگران فردی یا اجتماعی و بهره‌مندی از آن مشاهده می‌کند. فرض اصلی این مفهوم این است که تعاملات اجتماعی، روابط، پیوندها و ارتباطات در ساختار اجتماعی یا شبکه‌ای منابع ارزشمندی هستند، البته بسته به تراکم و محتوای چنین روابطی انسجام اجتماعی با عناصر فراگیر مانند اعتماد و هنجارها، تعامل و همکاری می‌کند. سرمایه اجتماعی که برگرفته از تحقیقات روانشناختی است، ارزش مهمی در ایجاد روابط شبکه‌ای در شرکت‌ها دارد. این امر بر جهت و گرایش ارتباطات شبکه در شرکت‌های نوپا تأثیر می‌گذارد و به تدریج به عامل مهمی در مطالعه کارآفرینی توسط محققان تبدیل شده است (ژی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). چنین روابط اجتماعی به عنوان منبعی در ساختار یا سازمان اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی برای آنها مزیت ایجاد می‌کند و به دنبال آن است. روابط و تعاملات اجتماعی از خانواده نزدیک و مدارهای خانوادگی گسترده و سپس محافل دوستان و آشنایان به اعضای یک گروه، جامعه، انجمن، شبکه و در یک سازمان محتوا و جوهره تحقق یا بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی به عنوان یک منبع مشاهده می‌شود که پیوندها و یا روابط اجتماعی در یک ساختار اجتماعی مناسب هستند (ونکاتانارایانا^۳، ۲۰۱۸). کلاریج^۴ (۲۰۱۸) ابعاد سرمایه اجتماعی را به شرح زیر بیان کرده‌اند:

بعد ساختاری: این اصطلاح، ترکیب غیر شخصی از پیوندها بین افراد یا واحدها را شرح می‌دهد. این ترکیب الگویی از ارتباطات بین افراد به شمار می‌آید و شامل نقش‌ها، قوانین، سوابق و پروسه‌هایی است که اصطلاحاتی از این پیکره‌بندی به شمار می‌آیند (کلاریج، ۲۰۱۸).

بعد شناختی: به منابعی مربوط می‌شود که بازنمایی‌ها، تفاسیر و سیستم‌های معنایی مشترک بین احزاب را فراهم می‌کند. این طرحواره‌ها و سیستم‌های شناختی از معناست که به شکل لغت و روایات مشترک ظاهر می‌شود. سرمایه اجتماعی شناختی زبان و رمز و راز مشترکی است که اساسی برای ارتباطات را فراهم می‌سازد (کلاریج، ۲۰۱۸).

بعد رابطه‌ای: به ویژگی‌ها و کیفیت روابط شخصی از قبیل اعتماد، تعهدات، احترام و حتی دوستی مربوط می‌شود. بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی به ویژگی و ماهیت روابطی که از طریق تاریخچه‌ای از تعامل توسعه یافته، اشاره می‌کند و در ویژگی‌های رفتاری از قبیل امانت‌داری، معیارهای گروهی مشترک، تعهدات و تعیین هویت نقش دارد (کلاریج، ۲۰۱۸).

^۱ . Azita Azis & Senimantara

^۲ . Xie

^۳ . Venkatanarayana.

^۴ . Claridge

۵. جهت گیری کارآفرینی

کارآفرینی را می توان به عنوان یک "ورود جدید" تعریف کرد (یعنی کارآفرینی از چه چیزی تشکیل شده است)، که می تواند با ورود به یک بازار جدید یا با سرمایه گذاری در بازارهای قبلاً تأسیس شده از طریق کالاها یا خدمات موجود یا جدید به دست آید، در حالی که اصطلاح جهت گیری کارآفرینی را می توان به عنوان اقدامات پردازش، تمرین و تصمیم گیری که منجر به چنین ورودی های جدیدی می شود، تعریف کرد. چایلد (۱۹۷۲) منشاء جهت گیری کارآفرینی را از دیدگاه انتخاب استراتژیک ارائه کرد و اظهار داشت که فرصت های ورود جدید را می توان به طور مؤثر با "تصویب هدفمند" انجام داد. بعداً، مینتزرگ (۱۹۷۳) بیان کرد که جهت گیری کارآفرینی ریشه های خود را از ادبیات مرتبط با فرآیند ساخت استراتژی به دست آورده است و تحقیقات بر اساس نشانه های اولیه از محیط های داخلی و خارجی شرکت ها نشان می دهد که جهت گیری کارآفرینی می تواند اقدامات یک شرکت را تسریع کند و در نتیجه به آنها کمک کند تا از آنها جلوتر باشند (آل مامون و همکاران، ۲۰۱۷).

جهت گیری کارآفرینی (EO) یکی از جهت گیری های استراتژیک است که به دلیل تأثیر تأیید شده آن بر عملکرد سازمان ها مورد مطالعه قرار گرفته است. به عنوان یک جهت گیری استراتژیک تعریف می شود که به طور خاص جنبه های کارآفرینی استراتژی سازمان ها را به منظور آمادگی بهتر برای تنظیم عملیات خود در محیط های رقابتی پویا نشان می دهد مطالعات روی جهت گیری کارآفرینی عمدتاً برای شرکت های بزرگ انتفاعی هدف قرار می گیرد و در این مطالعات، مطالعاتی وجود دارد که از این ایده حمایت می کند که جهت گیری کارآفرینی بر رشد و تعهد کارکنان، یادگیری سازمانی و سرمایه انسانی تأثیر می گذارد (آلمیدا و همکاران، ۲۰۱۹). به گفته فرانکو و هاس (۲۰۱۳)، جهت گیری کارآفرینی یک مفهوم کلیدی در درک اینکه آیا یک شرکت فعالیت های کارآفرینانه را اتخاذ می کند یا خیر است. میلر (۱۹۸۳) اولین نویسنده ای بود که کارآفرینی را برای سه فعالیت کارآفرینانه، نوآوری، اقدام پیشگیرانه و ریسک پذیری شناسایی کرد و اظهار داشت که شرکت هایی که این فعالیت ها را نشان دادند رابطه کارآفرینی داشتند (سلیکان و محمد، ۲۰۱۹). جهت گیری کارآفرینی به عنوان تمایل سازمانی برای یافتن و پذیرش فرصت های جدید و قبول مسئولیت برای تأثیرگذاری بر تغییر تعریف می شود. طبق نظر راوچ و فرس (۲۰۰۹)، جهت گیری کارآفرینی فرآیندهای استراتژیک سطح شرکت را توصیف می کند که کسب و کارها برای به دست آوردن مزیت رقابتی از آنها استفاده می کنند. بنابراین، جهت گیری کارآفرینی با متغیرهای سطح فردی مرتبط نیست، همانطور که در تنوری های قبلی کارآفرینی، به فرآیندهای سطح شرکت مربوط می شود. به ویژه شرکت های تازه تأسیس باید در پیگیری جهت گیری های استراتژیک بسیار محتاط باشند زیرا منابع مالی و مدیریتی محدودی دارند. ابعاد جهت گیری کارآفرینی شامل ۵ بعد نوآوری، تمایل به ریسک، فعال بودن، پرخاشگری رقابتی و استقلال به شرح زیر است (زهیر^۱ و همکاران، ۲۰۱۵).

۱.۶ ابعاد جهت گیری کارآفرینی

در ادامه ابعاد جهت گیری کارآفرینی ارائه شده است (زهیر و همکاران، ۲۰۱۵)؛

الف) نوآوری: به گفته لامپکین و دس (۱۹۹۶: ۱۴۲)، نوآوری منعکس کننده تمایل به حمایت از خلاقیت و آزمایش در معرفی محصولات/ خدمات جدید و تازگی، رهبری تکنولوژیکی و تحقیق و توسعه در توسعه فرآیندهای جدید است. شومپتر یکی از محققانی است که ابتدا بر اهمیت نوآوری در فرآیندهای کارآفرینی تأکید کرد و نوآوری را انجام کارهای جدید یا انجام کارهای موجود به روش های جدید تعریف کرد. به گفته دراگر (۱۹۸۵)، نوآوری مهم ترین موضوع کارآفرینی است و به همین ترتیب لامپکین و دس (۱۹۹۶) آن را جزء کلیدی کارآفرینی می دانند.

ب) تمایل به ریسک: لامپکین و دس (۱۹۹۶: ۱۴۴)، تمایل به ریسک را بازتابی از فعالیت های شرکت های کارآفرینی مانند "تحمل بدهی های سنگین یا تعهدات منابع بزرگ، به نفع دستیابی به بازده بالا با استفاده از فرصت ها در بازار" تعریف کردند. رفتار ریسک پذیر

1. Zehir

عاملی حیاتی است که کارآفرینان را از دیگران متمایز می کند، زیرا می تواند باعث ضرر و ناسازگاری در عملکرد شود. اما این بعد رفتاری یک جهت گیری کارآفرینی است که در طول آن فرصت دنبال می شود.

ج) فعال بودن: فعال بودن به عنوان جستجوی فرصت های جدید در بازار تعریف می شود و شرکت ها می توانند با پیش بینی تقاضاها و فرصت های آتی در بازار، شرکت در بازارهای نوظهور، شکل دهی به محیط و معرفی محصولات و برندهای جدید قبل از رقبای خود فعال باشند. شرکت های فعال بهتر از رقبای عمل می کنند، زیرا به تغییرات بازار بلافاصله پاسخ می دهند و با فرصت هایی که در برابر رقبای خود پیدا می کنند، رهبران صنعت می شوند.

د) پرخاشگری رقابتی: به تمایل یک شرکت برای به چالش کشیدن مستقیم و شدید رقبای خود برای دستیابی به ورود یا بهبود موقعیت، یعنی پیشی گرفتن از رقبای صنعتی در بازار اشاره دارد. همچنین، آنها پرخاشگری رقابتی را به عنوان پاسخ شرکت ها برای دستیابی به مزیت رقابتی در بازار می دانستند.

ه) استقلال: به عنوان یک اقدام مستقل توسط یک فرد یا یک تیم با تمرکز بر ایجاد یک مفهوم تجاری یا یک چشم انداز و انجام آن تا تکمیل تعریف می شود. به گفته مینتزربرگ و واترز (۱۹۸۵)، کارآفرینان رهبران قوی هستند زیرا فرآیندهای تصمیم گیری آنها مستلزم اقدامات قاطع و مخاطره آمیز است، بنابراین استقلال کارآفرینی با آزادی کارآفرینان، اقدامات آزاد و تصمیم گیری مستقل مرتبط است.

۷. پیشینه پژوهش

موسوی کاشی و شمس (۱۴۰۱) تأثیر هنجارهای جنسیتی و سرمایه اجتماعی بر جهت گیری کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر اخلاق کاری در حسابداران کار در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن هست که نتایج آزمون فرضیه نشان داد که اخلاق کار نقش میانجی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و هنجارهای جنسیتی با جهت گیری کارآفرینی جهت گیری دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان می دهد که سرمایه اجتماعی با گرایش کارآفرینی حسابداران رابطه معناداری دارد. از سوی دیگر، بین هنجارهای جنسیتی و گرایش کارآفرینی حسابداران رابطه معناداری وجود دارد. زینی و اکا پورناماواتی (۲۰۲۳) در پژوهشی نقش گرایش کارآفرینی در میانجی گری سرمایه اجتماعی و نوآوری در افزایش عملکرد بازاریابی شرکت های کوچک شرکت های متوسط پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که نتایج پژوهش به دو بخش همبستگی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می شود تحلیل همبستگی مستقیم نشان می دهد که از ۵ همبستگی، ۳ همبستگی تأثیر معناداری دارند: متغیرهای سرمایه اجتماعی بر نوآوری و جهت گیری کارآفرینی ۱. متغیر جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد بازاریابی. علاوه بر این، دو همبستگی بر عملکرد بازاریابی تأثیر نمی گذارند: نوآوری و سرمایه اجتماعی ۲. تحلیل همبستگی غیرمستقیم دو همبستگی معنی دار را نشان می دهد: ارتباط مثبت سرمایه اجتماعی با عملکرد بازاریابی با کمک هم نوآوری و جهت گیری کارآفرینانه، و رابطه مثبت سرمایه اجتماعی با عملکرد بازاریابی صرفاً از طریق جهت گیری کارآفرینانه ۳. علاوه بر این، ۱ همبستگی وجود دارد که تأثیری ندارد، یعنی متغیر سرمایه اجتماعی در عملکرد بازاریابی از طریق نوآوری ۴. از این نتایج، ما می توانیم نشان دهیم که جهت گیری کارآفرینی برای افزایش تأثیر نوآوری و سرمایه اجتماعی بر عملکرد بازاریابی بسیار مهم است. این یافته پژوهش دو مفهوم دارد: اول اینکه نتایج پژوهش می تواند به عنوان مرجعی برای به کارگیری نوآوری مورد استفاده قرار گیرد. سرمایه اجتماعی و جهت گیری کارآفرینی شرکت های کوچک و متوسط صادرکننده جاوه شرقی. دوم، نتایج مطالعه، دولت های محلی را در اتخاذ سیاست هایی برای کمک به شرکت های کوچک و متوسط صادرکننده در بهبود عملکرد بازاریابی خود راهنمایی می کند. واهبو سولیتانی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان خود کارآمدی به عنوان نقش میانجی تأثیر سرمایه اجتماعی بر جهت گیری کارآفرینانه: موردی از کارآفرینی قومی دایک به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر جهت گیری کارآفرینانه با نقش میانجی خود کارآمدی تأثیر مثبت و معناداری دارد. ویتولینا و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی به عنوان مؤلفه های مهم اکوسیستم های نوآوری و توسعه اقتصادی پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است

که بحث‌های طولانی در مورد عوامل و شرایطی که بر توسعه و پیشرفت اقتصادی تأثیر می‌گذارد، وجود داشته است. واضح است که مؤلفه‌های متعدد از حوزه‌های مختلف در حال تعامل هستند و شرایط منحصر به فردی را ایجاد می‌کنند که کپی کردن آن‌ها غیرممکن است و یک به یک در زمینه‌ای متفاوت دلالت می‌کنند. علاوه بر این، هیچ یک از فرآیندهای توسعه در حالت خطی ظاهر نمی‌شوند و عملکرد گذشته موفقیت آینده را پیش‌بینی نمی‌کند، هر چند پیش شرط‌ها و وابستگی به مسیر را ایجاد کند که بر توسعه اقتصادی-اجتماعی هر کشور و منطقه تأثیر می‌گذارد. در این پژوهش پژوهشگران چندین جنبه اصلی توسعه اقتصادی - یعنی سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و اکوسیستم‌های نوآوری را ادغام می‌کنند. پژوهشگران چارچوب جدیدی را برای مطالعه توسعه اقتصادی از طریق مؤلفه‌های «نرم» پیشنهاد می‌کنند و استدلال می‌کنند که توسعه پایدار امکان‌پذیر است. تنها زمانی که سرمایه انسانی و اجتماعی مداخله کند و منجر به اکوسیستم‌های نوآوری شود که به نوبه خود با همکاری فعال و واقعی دولت، بخش‌های دانشگاهی و تجاری حمایت می‌شوند. برای نشان دادن این چارچوب، نویسندگان تمرکز بر چندین مورد در کشورهای در حال توسعه که موفقیت‌آمیزتر یا کمتر موفق ظاهر شده‌اند و آن را از طریق توسعه سرمایه اجتماعی و انسانی توضیح می‌دهند. نتایج پژوهش ژری و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که هر دو سرمایه اجتماعی پیوندی و پل زدنی بر عملکرد کارآفرینی کشاورزی تأثیر مثبت و معناداری دارند. ظرفیت کارآفرینی کارآفرینان کشاورزی رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد خلاق را تنظیم می‌کند. در رابطه بین سرمایه اجتماعی یکپارچه و عملکرد خلاق، شایستگی عملیاتی نقش مثبت و شناخت فرصت نقش منفی دارد. از سوی دیگر، در رابطه بین سرمایه اجتماعی پل زدن و عملکرد خلاق، شناخت فرصت نقش مثبت و شایستگی عملیاتی نقش منفی دارد. اولوتواز و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان جهت‌گیری و قصد کارآفرینی، تأثیر عوامل موثر بر اکوسیستم کارآفرینی پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است تنوع قابل توجهی در جهت‌گیری و قصد کارآفرینی وجود دارد که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به تعامل کنترل‌نشده بین متغیرهای اکوسیستم کارآفرینی مانند تأیید افراد مرجع نسبت داده می‌شود. افزایش فناوری؛ حفاظت از کسب و کار و غیره. اما این تنوع وابسته به زمینه است. این یافته‌ها نیاز به ایجاد اکوسیستم کارآفرینی مساعد را برای تکمیل آموزش کارآفرینی نشان می‌دهد. بنابراین توصیه می‌شود که سیاست‌گذاران باید در ایجاد اکوسیستم کارآفرینی مکمل در زمینه اقتصاد در حال توسعه و بهبود حفاظت از کسب و کار برای کارآفرینان نوپا، همچون تسهیل دسترسی به منابع مالی برای فارغ‌التحصیلان کارآفرین؛ بهبود وضعیت زیرساخت‌های مورد نیاز برای انگیزه کارآفرینی سنجیده عمل کنند. علاوه بر این، برنامه‌ریزان دانشگاهی باید تمرکز بر برنامه درسی آموزش کارآفرینی را گسترش دهند تا نحوه برخورد استراتژیک با عوامل اکوسیستم را که می‌تواند به طور قابل توجهی بر اقدامات کارآفرینانه تأثیر بگذارد را در بر گیرد. یوهاس^۱ و همکاران (۲۰۱۷) تأثیر سرمایه اجتماعی و جهت‌گیری کارآفرینی بر استراتژی کسب و کار و عملکرد شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط: مطالعه‌ای در تیمور تنگه اوتارا پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی و جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر معناداری بر استراتژی کسب و کار و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط دارد.

۸. توسعه فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی رابطه مثبت و معناداری دارد.

از آنجایی که اسمیت (۱۷۷۶) سرمایه انسانی را به عنوان یک دارایی در نظر گرفت از ارزش اقتصادی، علاقه دانشگاهی بر اثرات اقتصادی سرمایه انسانی متمرکز شده است. در سال ۱۹۳۱، شومپتر خواستار تمرکز بر کارآفرین فردی یا مخرب خلاق با انگیزه‌ها، آرزوها، آرزوها و فعالیت‌های او در هنگام برخورد با کارآفرینی و کارآفرینان شد. در این راستا، این مقاله بر بررسی عمیق حوزه سرمایه انسانی در اکوسیستم کارآفرینی ایزنبرگ تمرکز دارد. این ذهنیت کارآفرینی افراد بسیار پیچیده را به عنوان یک شرط لازم برای موفقیت کارآفرینی و در نهایت برای رشد و توسعه کسب و کار به تصویر می‌کشد. ادبیات فزاینده در مورد سرمایه انسانی، ارتباط مکان‌یابی و اصلاح عوامل موفقیت

¹.smet

کارآفرینی را تأیید می‌کند. در نتیجه، این مقاله با افزودن آموزش، مهارت، سیاست، بازار، فرهنگ، نیروی انسانی اکوسیستم‌های کارآفرینی را بهبود می‌بخشد (اوترگارد و مارینووا، ۲۰۱۸). پراهلاد (۲۰۰۵) "اکوسیستم کارآفرینی" را توضیح داد و مشاهده کرد که فعالیت‌های اکوسیستم به طور همزمان توسط جامعه، شرکت‌ها و افراد تحت تأثیر قرار می‌گیرند، می‌توانند باعث رونق اقتصادی شوند. اکوسیستم کارآفرینی به طور رسمی به عنوان چارچوبی است که به بخش خصوصی و بازیگران اجتماعی، اغلب با سنت‌ها و انگیزه‌های متفاوت و با اندازه‌های مختلف، اجازه می‌دهد تا با هم عمل کنند و در یک رابطه نمادین ثروت ایجاد کنند، تعریف شده است (چاودوری و همکاران، ۲۰۲۲).

فرضیه دوم: اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری دارد.

سرمایه‌گذاری‌های جدید در اقتصاد در حال گذار چین با تعدادی محدودیت، کمبود منابع و کمبود اعتبار برای دسترسی به منابع لازم روبرو هستند. در نتیجه، آنها به دنبال روابط شبکه‌ای برای حل این مشکلات هستند، یعنی کسب و کارهای جدید بیشتر شبکه محور هستند (لانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). اکوسیستم‌های کارآفرینی به عنوان حوزه‌هایی با روش‌های کارآفرینی فشرده و هماهنگ شناخته می‌شوند. با این حال، تمرکز کمتری روی چشم‌انداز طولی برای ردیابی چگونگی شکل‌گیری اکوسیستم‌های کارآفرینی وجود دارد (هانگ و همکاران، ۲۰۲۲). اکوسیستم‌های کارآفرینی توسط محیط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و در زیرساخت‌های اجتماعی مریان، شبکه‌ها و سایر حمایت‌های کارآفرینی ارائه شده به کارآفرینان شکل می‌گیرند (محمدی و کریمی^۲، ۲۰۲۱؛ اسپگل^۳، ۲۰۱۷). از یک طرف، محیط اقتصادی یا فرهنگی خارجی با فراوانی منابع ضروری مانند سیاست کارآفرینی، امور مالی، فرهنگ، پشتیبانی، سرمایه انسانی و بازارها بر روی عملکرد کارآفرینان تأثیر زیادی دارد (مک‌آدام^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، شیوه‌های کارآفرینان نه تنها با زمینه تنظیم می‌شوند، بلکه نقش ایجاد و توسعه اکوسیستم‌های کارآفرینی را نیز بر عهده می‌گیرند (اشپیگل و هریسون^۵، ۲۰۱۸؛ تامپسون^۶ و همکاران، ۲۰۱۸؛ مولینا-رامیرز و باربا-سانچز^۷، ۲۰۲۱). محققان رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی را مطالعه کرده‌اند و دریافته‌اند که سرمایه اجتماعی کارآفرینان اتخاذ رفتارهای کارآفرینانه توسط کارآفرینان را تسهیل می‌کند (وانگ^۸ و همکاران، ۲۰۱۹).

فرضیه سوم: اکوسیستم کارآفرینی بر جهت‌گیری کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد.

با توجه به تحریک انگیزه کارآفرینی برای دستاوردهای اقتصادی، لازم است به طور تجربی مشخص شود که کدام متغیرهای اکوسیستم کارآفرینی به طور قابل توجهی جهت‌گیری کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. سیاست‌گذاران باید در ایجاد اکوسیستم کارآفرینی مکمل در زمینه اقتصاد در حال توسعه و بهبود حفاظت از کسب و کار برای کارآفرینان نوپا، سنجیده عمل کنند (الیوتاس^۹ و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به اهمیت اکوسیستم کارآفرینی در شکل‌دهی جهت‌گیری و تمایل به سمت جهت‌گیری کارآفرینی، ساختن یک اکوسیستم کارآفرینی قوی و انعطاف‌پذیر برای کشورها ضروری است. برای انجام این کار، شواهد قانع‌کننده از تحقیقات تجربی به صورت زمان به زمان برای هدایت سیاست‌ها و جهت‌گیری‌های عملی مورد نیاز است. شواهد نشان خواهند داد که کدام عوامل اکوسیستم کارآفرینی باید تقویت شوند. که حوزه‌های اولویت هستند و تغییراتی در این عوامل رخ داده است که نشان از اهمیت نسبی آنها دارد (اولوتواز و همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس بخش‌های دولتی باید در صناعی با فناوری بالا سرمایه‌گذاری کنند که می‌توانند جهت‌گیری‌های کارآفرینی ایجاد کنند و رویدادهای اجتماعی می‌توانند شیوه‌های کارآفرینی را از سطح فردی توزیع شده به ساختار اجتماعی

1. Long

2. Mohammadi & Karimi

3. Spigel

4. McAdam

5. Spigel & Harrison

6. Thompson

7. Molina-Ramírez & Barba-Sánchez

8. Wang

9. Olutuase

هماهنگ تبدیل کنند (هانگ و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعه الیوتاس و همکاران (۲۰۱۸) با هدف تعیین میزان تغییر در جهت گیری و قصد کارآفرینی ناشی از عوامل اکوسیستم کارآفرینی در طول زمان انجام شد. عوامل کلیدی اکوسیستم کارآفرینی در این مطالعه شامل حفاظت از کسب و کار، تایید افراد مرجع؛ وضعیت زیرساختی که از جهت گیری و قصد کارآفرینی پشتیبانی می کند، سهولت دسترسی به منابع مالی؛ سیاست های اقتصادی دوستانه؛ و افزایش تکنولوژی. یافته ها نشان می دهد که تنوع قابل توجهی در جهت گیری و قصد کارآفرینی وجود دارد که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به تعامل کنترل نشده بین متغیرهای اکوسیستم کارآفرینی بستگی دارد. این یافته ها نیاز به ایجاد اکوسیستم کارآفرینی مساعد را برای تکمیل آموزش کارآفرینی نشان می دهد.

فرضیه چهارم: نقش میانجی جهت گیری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر رابطه اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه انسانی و اجتماعی دارد.

در حال حاضر کسب و کارها در روابط اجتماعی خاصی تعبیه شده اند و توسعه آنها ناگزیر تحت تأثیر روابط اجتماعی است. زمانی که کارآفرینان یا کسب و کارهای جدید به طور فعال روابط شبکه ای را ایجاد می کنند و آنها را برای رفتار تجاری توسعه می دهند، جهت گیری شبکه ای قوی از خود نشان می دهند که اساس ایجاد و حفظ مزیت رقابتی را برآورده می کند (استروبل^۱ و کرونینرگ، ۲۰۱۶؛ میو^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). تنها زمانی که سرمایه انسانی و اجتماعی مداخله کند و منجر به اکوسیستم های نوآوری شود که به نوبه خود با همکاری فعال و واقعی دولت، بخش های دانشگاهی و تجاری حمایت می شوند. سرمایه اجتماعی شامل روابط شخصی، اعتماد و پیوندهای مخرب است انواع مختلفی (عاطفی، فرهنگی، اجتماعی، نهادی و اقتصادی) که به کارآفرینان اجازه می دهد از اثرات خارجی مثبت بهره مند شوند. روابط شخصی می تواند به شکل روابط غیررسمی با خانواده و دوستان باشد. این شبکه سازی، به ویژه در مرحله اولیه، به ویژه برای آوردن منابع نامشهود و شایستگی های انواع مختلف، مانند توانایی های فنی، تجاری، اداری و سازمانی که یک کارآفرین به سختی مالک آن است، مهم است. همچنین، روابط با جامعه و قلمرو به همان اندازه مهم هستند، زیرا می توانند تهیه منابع مالی را از طریق مکانیسم هایی مانند تأمین مالی جمعی تسهیل کنند (بایومانه-ویتولینا^۳ و همکاران، ۲۰۱۹).

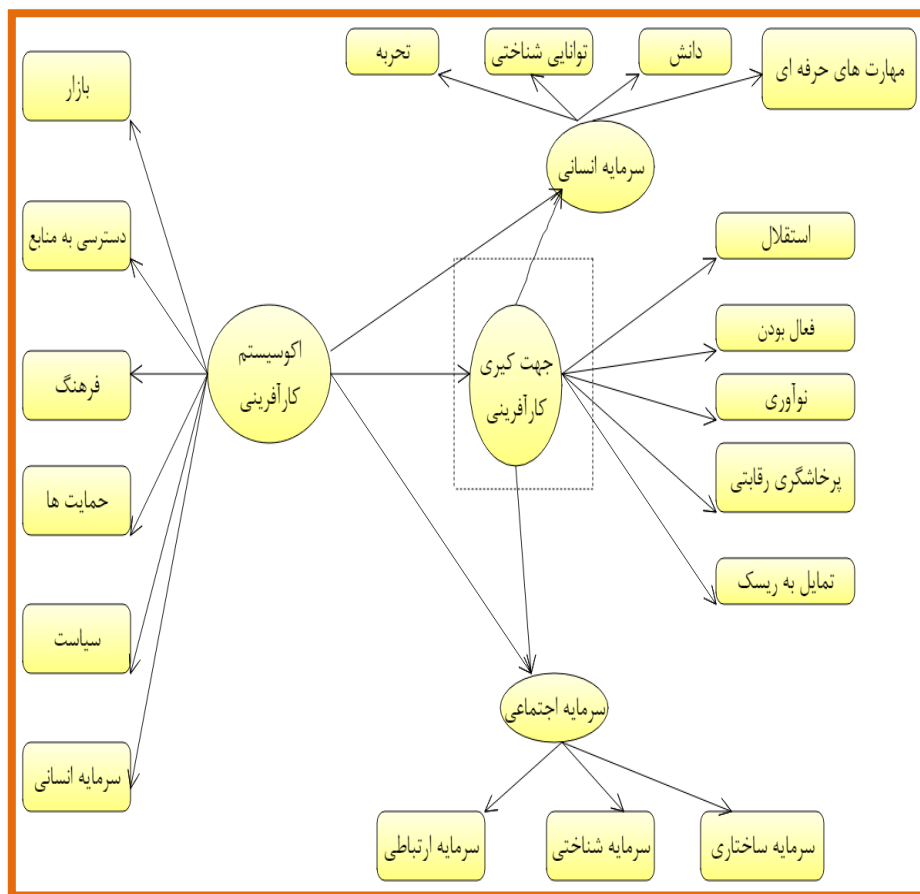
۹. مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش نشان دهنده روابط بین متغیرها است. این مدل متغیر اکوسیستم کارآفرینی را به عنوان متغیر مستقل و متغیرهای سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی را به عنوان متغیر وابسته در نظر می گیرد و جهت گیری کارآفرینی به عنوان نقش میانجی در این دو رابطه در نظر گرفته شده است.

1. Strobl

2. Mu

3. Baumane-Vītoliņa



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

۱۰. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از حیث روش گردآوری اطلاعات همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان تشکیل می‌دهند. با توجه به این که حجم جامعه آماری در این پژوهش نامحدود است از فرمول محاسبه نمونه کوکران نسبت به تعیین حجم نمونه بکار گرفته شده و براساس آن حجم نمونه در سطح اطمینان ۰/۹۵ برابر ۳۸۴ نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد می‌باشد. پرسشنامه اکوسیستم کارآفرینی حاصل مدل لیگوری و همکاران (۲۰۱۹) که شامل ۶ بعد سیاست، دسترسی به منابع، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازارها استفاده شده است. برای جمع‌آوری سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) که شامل ۳ بعد سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی، و سرمایه ارتباطی استفاده شده است و همچنین برای سرمایه انسانی از پرسشنامه فیلسو و همکاران (۲۰۱۴) استفاده شده است که شامل سه بعد دانش، تجربه، مهارت‌های حرفه‌ای و توانایی شناختی است و در نهایت برای متغیر جهت‌گیری کارآفرینی از ابعاد مدل زهیر و همکاران (۲۰۱۵) که شامل ۵ بعد نوآوری، تمایل به ریسک، فعال بودن، پرخاشگری رقابتی و استقلال به شرح زیر است. درخصوص روش تحلیل و نرم افزارهای مورد استفاده در این پژوهش لازم به توضیح است که برای بررسی و آزمون نرمال بودن داده‌ها و سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و آلفای کرونباخ استفاده شد. همچنین برای سنجش روایی همگرا و واگرایی پرسشنامه و آزمون فرضیات پژوهش از نرم‌افزار Smart PLS بهره گرفته شده است. درخصوص چرایی استفاده از نرم‌افزار Smart PLS لازم به توضیح است که این نرم‌افزار برای آزمون رگرسیون چند متغیری و آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های کمی، در حالتی که داده‌ها از حالت نرمال بودن برخوردار نباشند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آنجا که بر

اساس آزمون کلموگروف اسمیرنوف میزان معنی داری شاخص بیش از ۰/۰۵ بود و نشان از غیرنرمال بودن داده‌ها داشت و با توجه به طرح تحقیق و هدف آن که باید از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده می‌شد، از نرم افزار Smart PLS بهره گرفته شد. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی ابزار تحت عنوان روایی محتوایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. روایی محتوایی به‌وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد شده و این روایی توسط نظرسنجی از اساتید حاصل گشت. روایی همگرا به این اصل بر می‌گردد شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند (فورنل و لارکر^۱، ۱۹۸۱). همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر طبق نظر استفاده شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از ۰/۷ است می‌توان پایایی پرسشنامه مذکور را مناسب ارزیابی کرد. در جدول ۲ و ۳ نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است.

۱۰. تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی:

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری تحت نرم‌افزار smart pls3 و به منظور بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار spss19 استفاده شده است. که به شکل جدول ۱ است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	سابقه خدمت	فراوانی
مرد	۲۳۷	زیر ۳۰ سال	۹۲	دیپلم و پائین‌تر	۳۰	زیر ۵ سال	۹۰
زن	۱۴۷	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۷۲	کاردانی	۴۸	۶ تا ۱۰ سال	۱۳۲
		۴۱ تا ۵۰ سال	۱۰۰	کارشناسی	۱۸۰	۱۱ تا ۲۰ سال	۱۰۵
		۵۰ به بالا	۲۰	کارشناسی ارشد	۱۱۲	۲۱ سال به بالا	۵۷
				دکتر	۱۴		

یافته‌های مربوط به روایی همگرا و پایایی نیز به شرح زیر است.

جدول ۲: روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

متغیرهای پژوهش	ضریب میانگین واریانس استخراج شد	ضریب پایایی مرکب PC>0.7(CR)	آلفای کرونباخ
اکوسیستم کارآفرینی	۰/۶۵	۰/۹۲	۰/۸۹
سرمایه انسانی	۰/۶۷	۰/۸۹	۰/۸۳
سرمایه اجتماعی	۰/۷۶	۰/۹۱	۰/۸۴
جهت‌گیری کارآفرینی	۰/۶۹	۰/۹۲	۰/۸۹

روایی واگرا: روش فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرا ماتریسی را پیشنهاد می‌دهند که قطر اصلی آن حاوی جذر مقادیر AVE مربوط به هریک از متغیرها است. که در جدول ۴ نشان داده شده است.

1. Fornal & lakner

جدول ۴: روایی و اگر ا به روش فورنل و لارکر

سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	جهت گیری کار آفرینی	اکوسیستم کار آفرینی	
۰/۷۷۵	۰/۷۳۴	۰/۸۱۳	۰/۹۰	اکوسیستم کار آفرینی
۰/۸۷۱	۰/۷۳۸	۰/۸۳	۰/۸۱۳	جهت گیری کار آفرینی
۰/۶۵۸	۰/۸۷	۰/۷۳۸	۰/۷۳۴	سرمایه اجتماعی
۰/۸۲	۰/۶۵۸	۰/۸۷۱	۰/۷۷۵	سرمایه انسانی

براساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار Smart Pls3، جداول ۱ و ۲ نشان‌دهنده آن است که ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوایی، همگرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردارند. همچنین معیارهای کیفیت مدل در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵: معیارهای کیفیت مدل

متغیر	R Square	Communality
اکوسیستم کار آفرینی	–	۰/۶۵
سرمایه انسانی	۰/۷۷	۰/۶۷
سرمایه اجتماعی	۰/۶۰	۰/۷۶
جهت گیری کار آفرینی	۰/۶۶	۰/۶۹
میانگین	۰/۶۸	۰/۶۹

برازش کلی مدل: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در قالب یک مدل کلی ارزیابی می‌شود.

معیار نیکویی برازش^۱: توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش سنجش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. معیار Gof توسط تننهاوس و همکاران^۲ در سال (۲۰۰۴) ابداع گردید و فرمول آن در زیر آورده شده است.

$$GOF = \sqrt{\text{Communnlities} \times \bar{R}^2}$$

Communality: (مقادیر اشتراکی) از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به‌دست می‌آید.

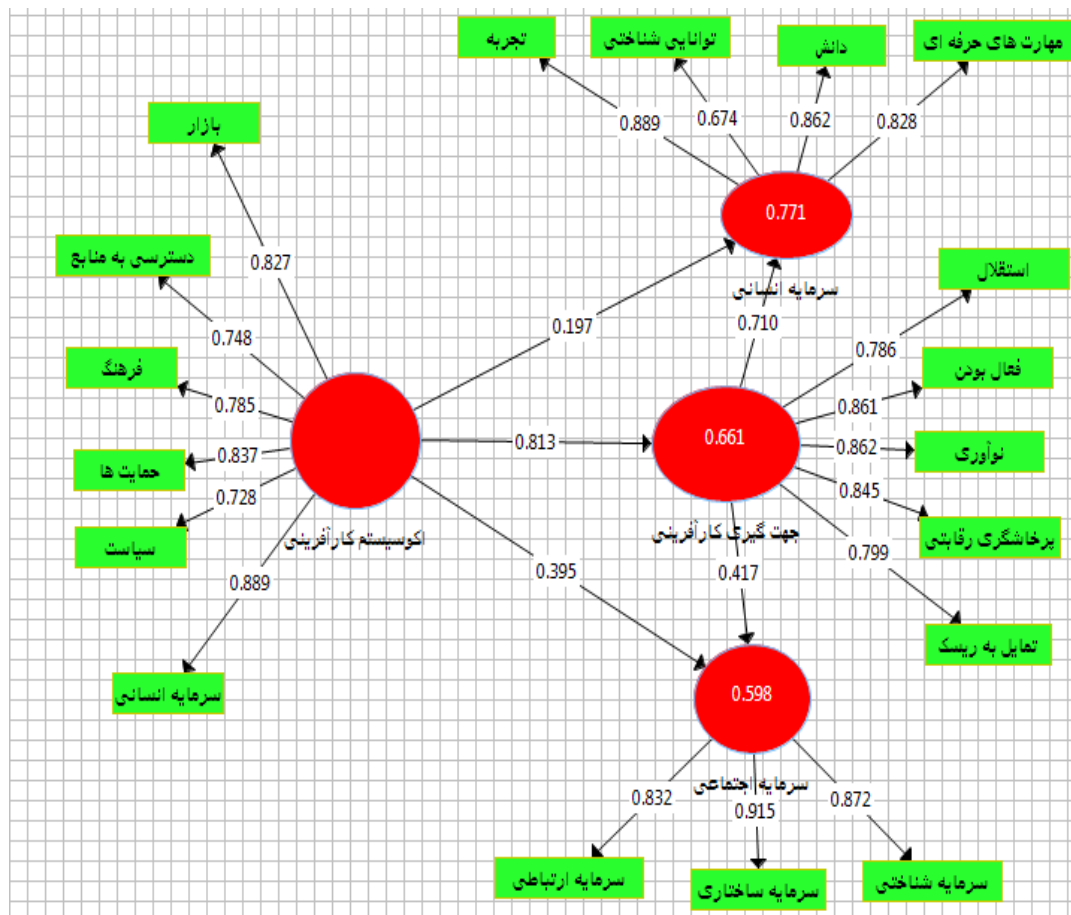
Communality: از میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر درون زای مدل به‌دست می‌آید.

$\bar{R}^2$: میانگین مقادیر R Square متغیرهای درون‌زای مدل است.

$$GOF = \sqrt{0/69 \times 0/68} = 0/68$$

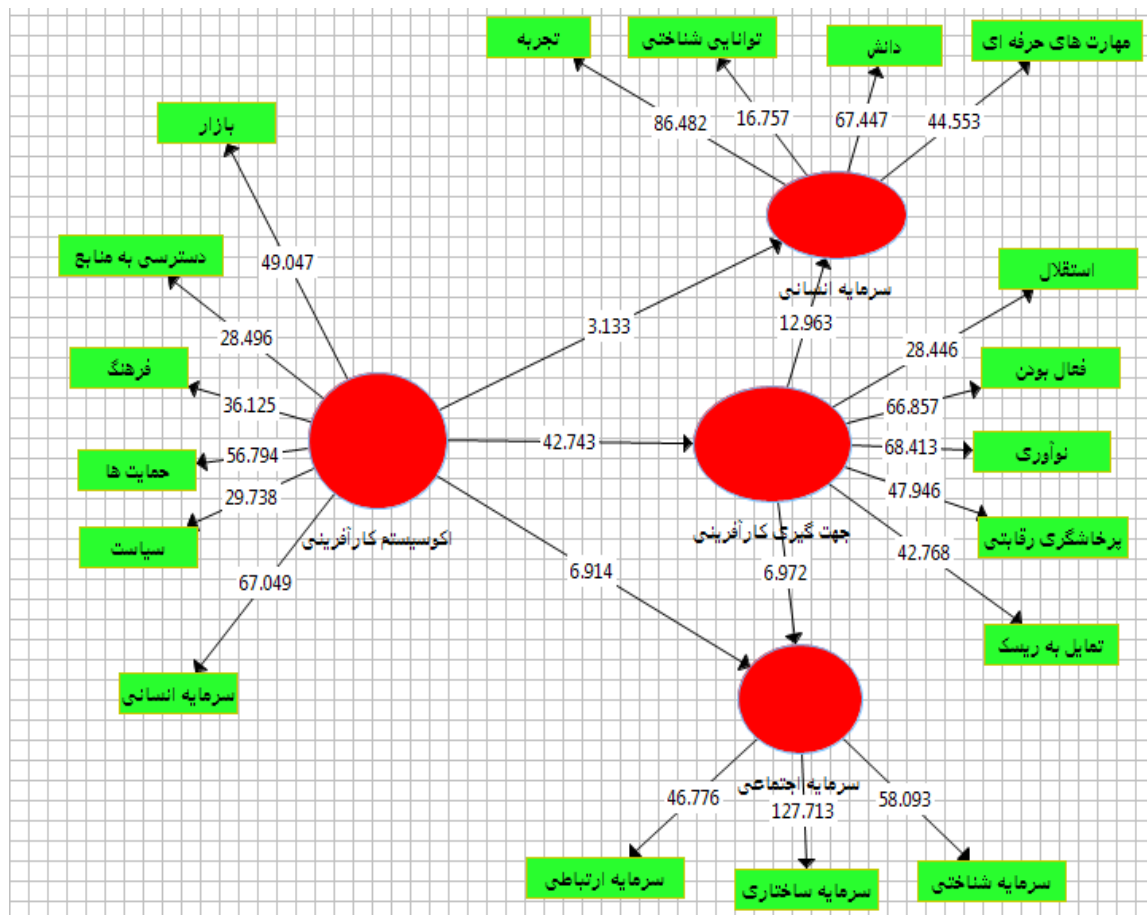
نتیجه حاصل از محاسبه میزان شاخص نیکویی برازش مدل پژوهش حاضر نشان می‌دهد، این مقدار برابر ۰/۶۸ بوده است که نشان‌دهنده برازش خوب مدل مفهومی این پژوهش است.

1. Gof
2. Tenenhaus et al



شکل (۲): ضرایب تعیین و ضرایب مسیر مدل پژوهش

در شکل ۳، خروجی نرم افزار Smart Pls3 بر روی مدل مفهومی پژوهش نشان داده شده است. مقادیر نشان داده شده بر روی خطوط بیانگر ضرایب مسیر و مقادیر درون متغیرها بیانگر ضرایب تعیین هستند خروجی های t آماری مدل مفهومی پژوهش از نرم افزار نیز در شکل ۳ نشان داده شده است.



شکل (۳): مقادیر معناداری t آماری پژوهش

۱۱. آزمون فرضیات

در پژوهش حاضر به منظور آزمون معناداری فرضیات، از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده که شرح آن به صورت جدول ۶ است.

جدول ۶: نتایج آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه	مقدار آماری	ضریب مسیر	عنوان فرضیه
تأیید	۳/۱۳	۰/۲۰	فرضیه ۱: اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارد
تأیید	۶/۹۱	۰/۳۹	فرضیه ۲: اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد
تأیید	۴۲/۷۴	۰/۸۱	فرضیه ۳: اکوسیستم کارآفرینی بر جهت گیری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأیید	۱۱/۹۰	۰/۵۷	فرضیه ۴: نقش میانجی جهت گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأیید	۶/۸۹	۰/۳۴	فرضیه ۵: نقش میانجی جهت گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به داده‌های جدول شماره ۵ همان‌گونه که بیان شده است، اگر مقدار t آماری برای یک رابطه و فرضیه بالاتر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه تأیید می‌شود و از آنجایی که این مقدار برای تمامی فرضیه‌های موجود در این پژوهش بالاتر از ۱/۹۶ است، می‌توان بیان کرد تمامی این فرضیات در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید شده است.

۱۲. نتایج آزمون سوبل: با توجه به ضرایب استاندارد شده مسیر در شکل ۲، فرضیه ۴: نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه انسانی دارد با احتساب موارد یاد شده می‌توان اذعان داشت که میزان $(0.81 \times 0.71) = 0.57$ تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه اجتماعی دارد. $0.34 = (0.81 \times 0.42)$

با توجه به این که قدر مطلق Z -Value حاصل از آزمون سوبل بیشتر از 1.96 است. که مقدار بدست آمده از آزمون ۱۱،۹۰ محاسبه شده است که می‌توان اظهار کرد که نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین با توجه به این که قدر مطلق Z -Value حاصل از آزمون سوبل بیشتر از ۱،۹۶ است. که مقدار بدست آمده از آزمون ۶،۸۹ محاسبه شده است که می‌توان اظهار کرد که نقش جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۱۳. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در عصر حاضر و در دنیای پیچیده و متلاطم هدف اصلی هر شرکت، کسب مزیت رقابتی برتر و بهبود عملکرد سازمان می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت مهم‌ترین منبعی که می‌تواند در شرکت‌های دانش‌آفرین مزیت رقابتی دائمی ایجاد نماید، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است. هدف از پژوهش حاضر واکاوی نقش اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی و اجتماعی با توجه به نقش میانجی جهت‌گیری کارآفرینی می‌باشد. با توجه به یافته‌های تحقیق در راستای فرضیه اول، تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی مورد تأیید قرار گرفت که این با نتایج چادهوری و همکاران (۲۰۲۳)؛ هیوزاک و گیتینز (۲۰۲۲)؛ استرگارد و مارینوآ (۲۰۱۸)؛ نائوکو و یوتاكا (۲۰۱۴) هم‌سویی دارد. بنابراین می‌توان گفت جهت‌گیری کارآفرینی به عنوان یک شرط لازم برای موفقیت کارآفرینی و در نهایت برای رشد و توسعه کسب و کار در نظر گرفته می‌شود و ادبیات فزاینده در مورد سرمایه انسانی، ارتباط آن را با عوامل موفقیت در کارآفرینی تأیید می‌کند. در نتیجه، این مطالعه نقشه راه اکوسیستم‌های کارآفرینی را با افزودن مهارت‌های ذاتی و مفهوم سازی چهار بعد سرمایه انسانی اعم از دانش، مهارت‌های حرفه‌ای، تجربه و توانایی شناختی بهبود می‌بخشد. نتایج فرضیه دوم نشان می‌دهد که اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد که این با یافته‌های بناویدس - سالازار و همکاران (۲۰۲۱)؛ نئومیر و همکاران (۲۰۱۹)؛ تئوداراکی و همکاران (۲۰۱۸) و نائوکو و یوتاكا (۲۰۱۴) همخوانی دارد. بنابراین توجه به بازار و شرایط موجود در آن، دسترسی به منابع، حمایت‌ها و سیاست‌های دولت، سرمایه‌های انسانی، فرهنگ کسب و کار و دسترسی به منابع می‌تواند منجر به گسترش سرمایه اجتماعی در شرکت‌های دانش بنیان گردد. در نتیجه سرمایه اجتماعی را می‌توان به عنوان یک دارایی با ارزش در نظر گرفت که نتیجه و برآیند نحوه فعالیت اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. در رابطه با فرضیه سوم یافته‌های پژوهش نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی بر جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با یافته‌های پژوهش وی آی و همکاران (۲۰۲۳)؛ الیوتاس و همکاران (۲۰۱۸)؛ پراتونو و محمد (۲۰۱۵) همخوانی دارد. بنابراین با توجه به نتایج این فرضیه می‌توان گفت که توسعه کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان به شبکه‌ای از عناصر مختلف در قالب اکوسیستم کارآفرینی نیاز دارد. در نتیجه اکوسیستم کارآفرینی متشکل از عناصر، افراد، سازمان‌ها یا نهادها می‌تواند بر تمایل یا عدم تمایل افراد و حتی نوع جهت‌گیری کارآفرینانه آنها در شرکت‌های دانش‌بنیان اثر بگذارد. با توجه به یافته‌های تحقیق در راستای فرضیه چهارم

رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی بر سرمایه انسانی با توجه به متغیر میانجی جهت‌گیری کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفت. فرضیه بالا در این پژوهش برای اولین مرتبه مورد ارزیابی قرار گرفت و در نتیجه مشخص گردید که اکوسیستم کارآفرینی از طریق ایجاد جهت‌گیری کارآفرینی می‌تواند منجر به گسترش سرمایه انسانی در شرکت‌های دانش‌بنیان گردد. نتایج آزمون فرضیه پنجم نیز نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه اجتماعی نقش میانجی ایفا می‌کند. نتایج این فرضیه که برای اولین مرتبه مورد آزمون واقع گردید، نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان، در رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و سرمایه اجتماعی نقش میانجی ایفاء می‌کند. یافته‌های این پژوهش نه تنها برای محققان بلکه برای مسئولان و مشاوران عرصه کسب و کار و فعالان حاضر در شرکت‌های دانش‌بنیان مفید است. شرکت‌های دانش‌بنیان به طور کلی تحت تأثیر فشارهای زیادی در محیط بیرونی خود هستند و از طرف دیگر مسائل درون شرکت چنین اقتضاء می‌کند که استراتژی‌های مناسبی برای حل چالش‌ها و تبدیل آن به فرصت‌ها به کار گرفته شود. در این راستا بسیاری از شرکت‌ها نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه خود بی‌توجه هستند و در راستای سرمایه‌های اجتماعی و انسانی خود مطالعات چندانی ندارند. با توجه به نتایج پژوهش به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در استان لرستان پیشنهاد می‌شود که به حفظ رقابت، نوآوری و ریسک‌پذیری در میان سرمایه‌های انسانی خود توجه کنند و ارتباطات غنی‌تری در میان بخش‌های مختلف شرکت و با سایر شرکت‌ها ایجاد نمایند تا در نتیجه میزان عملکرد کارآفرینانه آنها افزایش پیدا کند و فضای مطلوب‌تری برای رشد و پیشرفت سرمایه‌های سازمانی فراهم گردد. همچنین به پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود که با توجه به اینکه در این پژوهش صرفاً از داده‌های مقطعی استفاده شده است؛ بنابراین، تحقیقات آینده باید یک تحلیل طولی برای رسیدگی به اثرات علی و تعدیل شده در نظر بگیرند. دوم، این مطالعه صرفاً از نمونه خاصی از شرکت‌های دانش‌بنیان در استان لرستان که دارای فرهنگ یکسانی هستند، صورت گرفته است و محققان آینده باید این روابط را در سایر استان‌ها، شهرها و مراکز دانش‌بنیان دیگر تأیید کنند.

منابع

موسوی کاشی، زهره، شمس، مریم (۱۴۰۱). تأثیرهنجارهای جنسیتی و سرمایه اجتماعی بر جهت‌گیری کارآفرینی با درنظر گرفتن نقش تعدیل‌گراخلاق کاری (مطالعه موردی: حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، فصلنامه پژوهش‌های مالی و رفتاری درحسابداری، دوره دوم، شماره چهارم، پیاپی ۷، ص ۱۰۰-۸۴)

- Al Mamun, A., Kumar, N., Ibrahim, M. D., Bin Yusoff, M. N. H. (2017). Validating the Measurement of Entrepreneurial Orientation. *Economics and Sociology*, 10(4), 51-66. doi:10.14254/2071-789X.2017/10-4/5
- Azita Azis, I, S & Senimantara, I, N (2022). The Role of Government Policies in Moderating the Influence of Social Capital and Human Capital on the Performance of SMEs in Denpasar, *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, Vol 6, Issue 8, PP 58-
- Alawamleh, A, Ismail, L, B, Aqeel, D, & Alawamleh, K, J (2022). The bilateral relationship between human capital investment and innovation in Jordan, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*,
- Aleknaviciute, R, Skvarciany, V, & Survilaite, S (2016). THE ROLE OF Human Capital for National Innovation Capability in EU countries, *Economics and Culture*, 13(01), PP. 114-125.
- Almeida, J, Daniel, A, D, & Figueiredo, C (2019). Understanding the Role of Entrepreneurial Orientation In, *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol 22, Issue 2, PP. 1-14.
- Andriani, C, Thaib, I, & Fitria, Y (2021). The Role of Entrepreneurship Orientation to Improving Business Performance for Millennial Generation (Study of Coffee Shop in Padang city), *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol 659 *Proceedings of the Eighth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship*, PP. 234-238.
- Azita Azis, I, S, & Senimantara, I, N (2022). *The Role of Entrepreneurship Orientation In Mediation of Social Capital Relationship to*.

- Baumane-Vītolīņa, I., Suh, Y., Dudek, D., Yıldırım, G., Solarz, N., & Tesfaye, Z. N. (2019). Human Capital and Social Capital as Important Components OF Innovation Ecosystems and Economic Development. *Humanities and Social Sciences Latvia*, 93.
- Beaver, G., & Prince, C. (2002). Innovation, entrepreneurship and competitive advantage in the entrepreneurial venture. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), PP.28-37.
- Benavides-Salazar, C., Iturrioz-Landart, C., Aragón-Amonarriz, C., & Ibañez-Romero, A. (2021). The role of entrepreneurial families in entrepreneurial ecosystems: The family social capital approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, (ahead-of-print).
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of business research*, 68(7), 1496-1500.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., Balocco, R. (2018). Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, PP., 1-24.
- Claridge, T. (2018). Dimensions of Social Capital - structural, cognitive, and relational, *Social Capital Research*. All rights reserved. PP.2-4.
- Chaudhuri, R., Chatterjee, S. & Vrontis, D. (2019). Effects of human capital on entrepreneurial ecosystems in the emerging economy: the mediating role of digital knowledge and innovative capability from India perspective, *Journal of Intellectual Capital*, PP.1-24. DOI 10.1108/JIC-07-2021-0177.
- Drucker, P. (1985). Innovation and entrepreneurship, New York: Harper & Row. ecosystem: a proposed framework, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, PP.2-21.
- Freitas, C. Kitson, M. (2022). Perceptions of entrepreneurial ecosystems in remote islands and core regions, *Island Studies Journal*, ahead of print. PP.2-18.
- Gao, Y., Ge, B., Lang, X., & Xu, X. (2018). Impacts of proactive orientation and entrepreneurial strategy on entrepreneurial performance: An empirical research. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 178-187.
- Hong, M., Ge, Z., & Wu, C. (2022). Emergence of Entrepreneurial Ecosystems by Capital, Habitus, and Practice: A Two-Phase Model based on Bourdieu's Approach. *Frontiers in Psychology*, 13, 8608.
- Huszák, L., & Gittins, T. B. (2022). Understanding the Budapest Entrepreneurial Ecosystem: Human Capital Flows and Social Capital Ties. *Central European Business Review*, 11(3), 97-125.
- INTENTION: IMPACT OF ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM FACTORS, *Journal of Entrepreneurship Education*, Volume 21, Issue 3, PP.1-14.
- Isenberg, Daniel, (2010). The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution, *Harvard Business Review*.
- Jafarov, N., & Szakos, J. (2022). Review of Entrepreneurial Ecosystem Models, *Aserjournal of socio-economic studies*, 3, Volume 5, Number 1, PP. 3-16.
- Khattab, I., & Osman Al, O. (2017). Towards an Integrated Model of Entrepreneurship Ecosystem, *Journal of Business & Economic Policy*, Vol. 4, No. 4, PP.80-92.
- Kobayashi, T., & Ikeda, K. i., & Miyata, K. (2006). *Social capital online: Collective use of the Internet and reciprocity as lubricants of democracy*. *Information, Communication & Society*, 9(5), 582-611.
- Li, X., Guo, H., Jin, S., Ma, W., & Zeng, Y. (2021). Do farmers gain internet dividends from E-commerce adoption? Evidence from China. *Food Policy*, 101, 102024.
- Long, H., Tu, S., Ge, D., Li, T., & Liu, Y. (2016). The allocation and management of critical resources in rural China under restructuring: Problems and prospects. *Journal of Rural Studies*, 47, PP.392-412.

- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996), 'Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, *Academy of Management Review*, 21(1):PP. 135–173
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems, <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/gec3.12359>
- Mason, C., & Brown, R. (2014). NTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS AND GROWTH ORIENTED ENTREPRENEURSHIP, Adam Smith Business School, University of Glasgow, Glasgow, UK.
- Masoum, E. & Salehi, M. (2022). Technology Startups and University-Based Entrepreneurial Ecosystems in the Universities of Golestan Province, *International Journal of Information Science and Management*, ol.20, No.2, PP.145-165
- McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories from the field: Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53, PP.459-474.
- Mohammadi, N., & Karimi, A. (2022). Entrepreneurial ecosystem big picture: A bibliometric analysis and co-citation clustering. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 24(1), PP. 23-38.
- Molina-Ramírez, E., & Barba-Sánchez, V. (2021). Embeddedness as a differentiating element of indigenous entrepreneurship: insights from Mexico. *Sustainability*, 13(4), 2117.
- Moore, J.F. (1996). The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. HarperBusiness. 297p
- MSME PERFORMANCE IN DENPASAR CITY, *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom*, Vol. X, Issue 10, PP.381-396
- Mu, J., Thomas, E., Peng, G., & Di Benedetto, A. (2017). Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability. *Industrial Marketing Management*, 64, PP.187-201.
- Mujahid, S., Mubarik, S. & Naghav, N. (2019). Prioritizing dimensions of entrepreneurial
- Naoko, M. A. T. S. U. D. A., & Yutaka, M. A. T. S. U. O. (2014). DP-RIETI Discussion Paper Series 14-E-018-Empirical Analysis on Factors Behind Successful Entrepreneurs.
- Neumeyer, X., Santos, S. C., Caetano, A., & Kalbfleisch, P. (2019). Entrepreneurship ecosystems and women entrepreneurs: A social capital and network approach. *Small Business Economics*, 53, PP.475-489.
- Olutuase, S. O., Brijlal, P., Yan, B., & Ologundudu, E. (2018). Entrepreneurial orientation and intention: Impact of entrepreneurial ecosystem factors. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3), PP.1-14.
- Østergaard, A., & Marinova, S. T. (2018). Human capital in the entrepreneurship ecosystem. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 35(3), PP.371-390.
- Prahalad, C.K. (2005), *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*. PP.67-75, Pearson Education, New Delhi.
- Pratono, A. H., & Mahmood, R. (2015). Entrepreneurial orientation and firm performance: How can micro, small and medium-sized enterprises survive environmental turbulence?. *Pacific Science Review B: Humanities and Social Sciences*, 1(2), PP.85-91.
- Roundy, P. T., Bradshaw, M., & Brockman, B. K. (2018). The emergence of entrepreneurial ecosystems: A complex adaptive systems approach. *Journal of Business Research*, 86, 1-10.
- Solikahan, E. Z., & Mohammad, A. (2019). Development of Entrepreneurial Orientation, *International Journal of Applied Business & International Management*, Vol. 4 No. 1, PP.2-7.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 49-72.
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), PP.151-168.

- Strobl, A., & Kronenberg, C. (2016). Entrepreneurial networks across the business life cycle: the case of Alpine hospitality entrepreneurs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), PP.1177-1203.
- 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, PP.153-170.
- Thompson, T. A., Purdy, J. M., & Ventresca, M. J. (2018). How entrepreneurial ecosystems take form: Evidence from social impact initiatives in Seattle. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 96-116.
- Ullah,S(2019). The Effect of Entrepreneurial Ecosystems on Performance of SMEs in Low Middle Income Countries with a Particular Focus on Pakistan, *Lancaster UniversityDepartment of Management The Management School*.
- Venkatanarayana,M(2018). Some Notes on the Concept of SocialCapital: A Review of Perspectives,Definitions and Measurement, *Freelance Research Consultant at Hyderabad (India)*
- Vītoliņa, I,B,Dudek, D,Solarz, N,Suh, Y,Yıldırım,G,& Tesfaye,Z,N(2022). *Human Capital And Social Capital Asimportant Components of Innovation*.
- Wang, W., Tang, Y., Liu, Y., Zheng, T., Liu, J., & Liu, H. (2019). Can sense of opportunity identification efficacy play a mediating role? Relationship between network embeddedness and social entrepreneurial intention of university students. *Frontiers in Psychology*, 1342.
- Wei, Z., Lee, M. J., Jia, Z., & Roh, T. (2023). Do entrepreneurial resources drive startup activation? *Mediating effect of entrepreneurial orientation. Heliyon*.
- Xie, G. H., Wang, L. P., & Lee, B. F. (2021). Understanding the impact of social capital on entrepreneurship performance: the moderation effects of opportunity recognition and operational competency. *Frontiers in Psychology*, 12, 687205.
- Yohanes, F, Zainul,A & Kholid, M, M(2017). The Influence of OF Social CapitalL and Entrepreneurship Orientation on *Business Strategy and Performance of Micro, Small and Medium Enterprises: A Study InTIMOR Tengah Utara, Rjoasj*, 12(72),PP.93-99. DOI <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-12.11>
- Yuan, X , Hao,H ,Guan C, & Pentland, A(2022). What are the key components of an entrepreneurial ecosystem in a developing economy? A longitudinal empirical study on technology business incubators in China, Capital Institute of Science and Technology Development Strategy, Beijing, China,
- Zaini,A & Poernamawati,D (2023). The Role of Entrepreneurship Orientation in Mediation of Social Capital and Innovation to Augment *Marketing Performance of Small Medium Enterprises (SMEs)*, AMBEC, AEBMR 224,PP. 11–23
- Zehir , C, Can ,E, & Karaboga,T(2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*,210 ,PP.358 – 3670.

Analyzing the impact of the entrepreneurial ecosystem on human capital and social capital with the mediating role of entrepreneurial orientation

Abstract

Today, many leading organizations are looking for ways to preserve their human and social capital, and many emerging approaches have been proposed in this regard. The present study was conducted with the aim of analyzing the effect of entrepreneurial ecosystem on human capital and social capital with the mediating role of entrepreneurial orientation in knowledge-based companies of Lorestan province. This study is descriptive and correlational in terms of applied purpose. The statistical population in this study is knowledge-based companies. In order to analyze the data, partial least squares method and Smart PLS-3 software were used. Convergent validity was used to measure validity, and Cronbach's alpha was used to measure reliability, and its coefficient is greater than 0.7 for all research constructs. The obtained results indicate that the entrepreneurial ecosystem has a positive and significant effect on social capital. Also, entrepreneurial ecosystem has a positive and significant effect on human capital, and on the other hand, entrepreneurial ecosystem has a positive and significant effect on entrepreneurial orientation. And finally, the mediating role of entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurial ecosystem has a positive and significant effect on human capital. And finally, the mediating role of entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurial ecosystem has a positive and significant effect on social capital.

Keywords: entrepreneurial ecosystem, human capital, social capital, entrepreneurial orientation