

تأثیر سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید با نقش میانجی سوگیری شناختی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران)

محمدجواد نائیجی^۱، کامبیز طالبی^۲، رضا کهن هوش‌نژاد^{۳*}

۱. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. دانشیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۱۸)

چکیده

با توجه به تأکید متون نظری کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی به‌طور مجزا، این پژوهش به دنبال ترکیب دو جریان پژوهشی با دو رویکرد است که شامل رویکرد جامعه‌شناختی، که صرفاً بر نقش سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید تأکید می‌کند، و رویکرد شناختی، که صرفاً به تبیین نقش سوگیری شناختی در این زمینه می‌پردازد. بنابراین، هدف این پژوهش پرکردن شکاف مربوط به نقش سرمایه اجتماعی بر سوگیری شناختی و بالطبع تصمیم به شروع کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید، با به‌کارگیری نظریه شناخت اجتماعی است. داده‌های این تحقیق از نمونه‌ای ۲۰۳ نفری از دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران که به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند، گردآوری شده و با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل آزمون شد. روابط میانجی مدل نیز با روش بوت‌استرپ بررسی شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌های تحقیق پرسشنامه است. برای بررسی روایی ابزار پژوهش روایی محتوا و روایی سازه، و برای بررسی پایایی آن ضریب آلفای کرونباخ به‌کار گرفته شد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، و از نظر روش گردآوری داده‌ها کمی و توصیفی - همبستگی است. یافته‌های پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی (حفره‌های ساختاری، اعتماد، روابط قوی، و زبان و کدهای مشترک) بر تصمیم دانشجویان به شروع کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مستقیم و مثبتی می‌گذارد. همچنین، سرمایه اجتماعی از طریق متغیر میانجی سوگیری شناختی به‌طور غیرمستقیم بر تصمیم به شروع کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد.

کلیدواژگان

تصمیم‌گیری، سرمایه اجتماعی، سوگیری شناختی، کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید.

* نویسنده مسئول، رایانامه: rezak_5@yahoo.com

مقدمه

از دیدگاه محققان یکی از زیرمجموعه‌های بسیار مهم^۱ کارآفرینی ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید است (Hindle & Al-Shanfari, 2011; Bhave, 1994; Gartner, 1985, 2007; Davidsson, 2009). این کسب‌وکارها به دلایلی از جمله خلق ارزش جدید و تحریک رشد از طریق آوردن ایده‌های جدید به بازار، دارابودن فناوری‌های جدید، روش‌های کسب‌وکار جدید، ایجاد بازار جدید، و تغییر در ساختار صنعت از کسب‌وکارهای معمول متمایز شده‌اند (Hindle & Al-Shanfari, 2011, p. 19). علی‌رغم ارزش اقتصادی مشخص و اهمیت کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید، منشأ آن چندان آشکار نبوده و از رویکردهای گوناگونی به این موضوع پرداخته شده است. دی کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶) بر مبنای نظریه شناخت اجتماعی اذعان کردند ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید نتیجه تأثیر متقابل سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی خاص کارآفرینان است. در واقع، از دیدگاه آن‌ها هم شناخت فردی و هم سرمایه اجتماعی در درک رفتار کارآفرینانه بااهمیت است. آن‌ها بیان کرده‌اند با توجه به اینکه رویکردهای جامعه‌شناختی و شناختی به‌طور مجزا نقش سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی را بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تبیین کرده‌اند، بنابراین، شکافی در متون نظری در ارتباط با به‌کارگیری رویکردی ترکیبی (جامعه‌شناختی - شناختی) مبنی بر چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی بر سوگیری شناختی افراد و بالطبع تصمیم آن‌ها به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز وجود دارد. بنابراین، پرسش اصلی این پژوهش آن است که چگونه سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را متأثر می‌کنند؟

بیان مسئله

با اینکه درباره اهمیت ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید اجماع عمومی وجود دارد، درباره منشأ

1. Most important subsets

و تمایل به شروع این گونه کسب‌وکارها، دیدگاه‌های بسیار متفاوتی وجود دارد. متون نظری و تجربی گسترده‌ای این پرسش را مطرح می‌کنند که چرا برخی افراد قادر به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید هستند (Simon et al., 2000; Kollinger et al., 2005; De Carolis et al., 2009; Robinson & Marino, 2013; Kannadhassan et al., 2014; Butt et al., 2015)، در حالی که برخی دیگر توان این کار را ندارند. بخش عمده‌ای از متون نظری موجود در این زمینه، به نقش صفات شخصیتی و عوامل جمعیت‌شناختی اشاره کرده‌اند. با این حال، نتایج این یافته‌ها مبهم است (Brockhaus & Horowitz, 1986; Low & MacMillan, 1988; Shaver & Scott, 1991).

به‌علاوه، یک جریان پژوهشی که مربوط به دیدگاه‌های محققان جامعه‌شناختی است، بر نقش تعیین‌کننده سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأکید کرده است (Aldrich & Zimmer, 1986; Myint et al., 2005; Liao & Welsch et al., 2005; Han & McKelvey, 2008; Moyes et al., 2015). از جمله لیو و ولش (۲۰۰۵)، تأثیر ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید را بررسی کردند. از سوی دیگر، پژوهش‌هایی با رویکرد شناختی بر نقش سوگیری شناختی بر ادراک کمتر کارآفرینان از ریسک و تأثیر این کاهش ریسک بر تمایل به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز تأکید کرده‌اند. دی کارولیس و همکاران (۲۰۰۹) با به‌کارگیری نظریه شناخت اجتماعی معتقدند تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید، نتیجه تعامل سرمایه اجتماعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان و سوگیری شناختی است. براساس دیدگاه آن‌ها، سوگیری شناختی به‌خوبی قادر به تبیین چرایی تأثیر بالای سرمایه اجتماعی بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید است.

ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید نشان‌دهنده یک انتخاب مرتبط با مسیر حرفه‌ای یا شغلی برای دانشجویان است (Koellinger et al., 2007)، که احتمالاً میان گزینه‌های کارآفرینانه یا غیرکارآفرینانه دست به انتخاب می‌زنند. بنابراین، در ارتباط با عوامل مؤثر بر انتخاب مسیر حرفه‌ای کارآفرینانه، می‌توان گفت سرمایه اجتماعی توانایی دانشجویان را برای شروع کسب‌وکار

مخاطره‌آمیز از طریق دریافت حمایت‌های اطلاعاتی، عاطفی، و دسترسی به منابع متنوع افزایش می‌دهد (Liao & Welsch, 2005; Robinson & Marino, 2015). همچنین، سوگیری‌های شناختی بر باور و تمایل آن‌ها برای قصد شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز بسیار تأثیرگذار است (Simon et al., 2000).

سرمایه اجتماعی نقشی مهم در ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید دارد، زیرا کارآفرینی فرایندی اجتماعی - اقتصادی و متکی بر بافت اجتماعی است. در واقع، وجود یا فقدان، و شکل سرمایه اجتماعی بر ماهیت کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد (Anderson & Miller, 2003, pp.2-3). لیو و ولش (۲۰۰۵) مطالعات انجام‌گرفته بر روی تولد کسب‌وکارها را به سه دسته تقسیم کرده‌اند؛ در دسته دوم که مربوط به فرایند بوده و دربرگیرنده رویدادهایی است که به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید منتهی می‌شود، سرمایه اجتماعی را بستری مناسب برای خلق و تسهیم دانش دانسته، و آن را عاملی تعیین‌کننده در تصمیم به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید قلمداد کرده‌اند (Liao & Welsch, 2005, p.348). از دیدگاه دی‌کارولیس و همکاران (۲۰۰۹) و دی‌کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶)، در حالی که به‌صراحت تأکید شده سرمایه اجتماعی محرکی برای ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید است، در متون نظری شکافی در رابطه با چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی بر سوگیری شناختی افراد و بالطبع تصمیم آن‌ها به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید وجود دارد. بنابراین، این پژوهش به دنبال آن است که بر مبنای نظریه شناخت اجتماعی نشان دهد چگونه سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی، تصمیم‌گیری به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی و تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید

دانشمندان علوم اجتماعی دو شکل سرمایه اجتماعی را توصیف کرده‌اند: سرمایه اجتماعی

«پیونددهنده»^۱، و سرمایه اجتماعی «متصل‌کننده»^۲. رویکرد سرمایه اجتماعی پیونددهنده، تأثیر روابط داخلی یک جمع و تداوم روابط شبکه درون یک جمع را بررسی می‌کند (Alder & Kwon, 1999; Leanna & Van Buaren, 2002). رویکرد سرمایه اجتماعی متصل‌کننده، بر افراد و روابط شبکه‌ای آن‌ها تأکید می‌کند (Adler & Kwon, 2002; Burt, 1997). این رویکرد بر روابط اجتماعی خارجی افراد، و اینکه چگونه سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی در راستای منافع شخصی و در واقع، موفقیت افراد به کار گرفته می‌شود، تأکید کرده است (Adler & Kwon, 2002). همراستا با اینکه چگونه کارآفرینان از شبکه و ارتباطات برای مزیت رقابتی بهره می‌برند (Aldrich & Zimmer, 1986)، این مقاله رویکرد متصل‌کننده سرمایه اجتماعی را اتخاذ کرده است، به طوری که سرمایه اجتماعی از طریق ارتباطات خارجی افراد آشکار می‌شود.

در حالی که در گذشته محققان سرمایه اجتماعی را به عنوان مفهومی تک‌بعدی مورد مطالعه قرار می‌دادند (از جمله Burt, 1992; Coleman, 1988; Walker et al., 1997)، اخیراً محققان به طور فزاینده رویکردی چندبعدی از سرمایه اجتماعی را اتخاذ کرده‌اند (از جمله Lesser, 2000; Nahapiet & Ghoshal, 1998). در این مقاله سه بعد سرمایه اجتماعی مطرح شده توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) را اقتباس کرده‌ایم، شامل بعد ساختاری، بعد رابطه‌ای و بعد شناختی.

بعد ساختاری: به الگوی کلی ارتباطات میان بازیگران در ساختار شبکه اشاره می‌کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). موقعیت‌ها درون شبکه بسیار اهمیت دارند، زیرا موجب دسترسی متمایز به اطلاعات می‌شود (Burt, 1992). برای نمونه برت (۱۹۹۲) استدلال کرد هنگامی که خوشه‌های متفاوتی از بازیگران وابسته، ارتباطات اندکی با یکدیگر دارند، حفره‌های ساختاری پدید می‌آید. بنابراین، برخی افراد در مرکز قرار گرفته و به عنوان پلی برای منابع و اطلاعات (غیرزائد) عمل می‌کنند. سرمایه ساختاری اساساً ظرفیت و امکان دسترسی کارآفرینان نوپا به اطلاعات، منابع و حمایت را فراهم می‌کند که در تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز حیاتی

1. Bonding
2. Binding

است. در واقع، فردی که در موقعیت مرکزی یک شبکه قرار دارد، به احتمال زیاد فرصت‌های کسب‌وکار را تشخیص داده، و به منابع ضروری دسترسی پیدا کرده است. بنابراین مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را که به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید منجر می‌شود، آغاز خواهد کرد (Liao & Welsch, 2005, p.349).

بعد رابطه‌ای: این بعد بر ماهیت روابط شخصی که میان افراد خاص توسعه می‌یابد، دلالت دارد (Nahapiet & Ghoshal, 1998)؛ که به صورت روابط «قوی» در مقابل روابط «ضعیف» نمایان شده است. روابط قوی ضمن تسهیل جریان اطلاعات مناسب (Gulati, 1998; Rowley et al., 2000)، موجب انتقال دانش ضمنی می‌شود (Uzzi, 1996). اعتماد نیز به اکتساب منابع، ترکیب دانش و تبادل منجر می‌شود. افرادی که درجه بالایی از اعتماد را توسعه می‌دهند، به احتمال زیاد دانش و اطلاعات مناسب، و دیگر اشکال منابع قابل دسترس را در شبکه اجتماعی اکتساب خواهند کرد. از دیدگاه لیو و ولش بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی در حوزه کارآفرینی، به میزانی که کارآفرین واقعاً توانایی دریافت حمایت‌های اطلاعاتی، مادی و عاطفی را در شروع فرایند ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را دارد، اشاره می‌کند. سرمایه رابطه‌ای فرایند ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را از طریق پرورش اعتماد و ارتباطات تسهیل می‌کند (Liao & Welsch, 2005, p.350).

بعد شناختی: این بعد سرمایه اجتماعی بر مظاهر مشترک، تفاسیر و سیستم‌های معانی مشترک میان گروه‌ها دلالت دارد که افراد را درون شبکه به ادراک اطلاعات و طبقه‌بندی آن‌ها قادر می‌کند (Augoustinos & Walker, 1995). زبان و کدهای مشترک که از مهم‌ترین جنبه‌های بعد شناختی سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید، تبادل اطلاعات، یادگیری و خلق دانش را تسهیل می‌کند و به افراد امکان می‌دهد به تسهیم دانش بپردازند (Grant, 1996; Nonaka, 1994). نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که بعد شناختی سرمایه اجتماعی نه تنها تمایل کارآفرینان نوپا به ایجاد کسب‌وکار را افزایش می‌دهد، بلکه حتی توانایی آن‌ها برای ایجاد کسب‌وکار جدید را افزایش می‌دهد (Liao & Welsch, 2005, p.351).

سوگیری شناختی و تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید

سوگیری شناختی بیان‌کننده روشی است که کارآفرینان تفکر و استدلال کرده، و تصمیم‌گیری می‌کنند (Baron & Markman, 2003, p.43). آثار نظری و تجربی اخیر در حوزه کارآفرینی، تأثیر شناخت و فرایندهای تصمیم‌گیری را برای تبیین رفتار کارآفرینانه (ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید) بررسی کرده است. این یافته‌ها حاکی از آن است که سوگیری شناختی ادراک افراد از موقعیت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (De Carolis et al., 2009, p.531)، در واقع، سبب می‌شود کارآفرینان موقعیت‌ها را به‌طور متفاوت، تجربه و تفسیر کنند، و این امر به شناسایی و ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید توسط آن‌ها منجر می‌شود (Simon et al., 2000). پژوهش‌های اخیر (Simon et al., 1999; Kollinger, et al., 2005; Robinson & Marino, 2013; Butt, et al., 2015) در حوزه کارآفرینی، سوگیری‌های شناختی خاصی را که ادراک کارآفرینان از ریسک را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شناسایی کرده‌اند، آنچه در پژوهش‌های مرتبط با تأثیر سرمایه اجتماعی بر سوگیری شناختی بدان‌ها اشاره شده است، عبارت‌اند از اطمینان بیش‌ازحد^۱، توهم کنترل^۲ و نمایندگی^۳ (De Carolis & Saporito, 2006; De Carolis et al., 2009).

اطمینان بیش‌ازحد: شکست افراد در شناخت محدودیت‌های دانشی خود، نتیجه سوگیری شناختی اطمینان بیش‌ازحد است (Bazerman, 1990). هنگامی که افراد اطمینان بیش‌ازحد به خود دارند، احتمال درست‌بودن فرضیه‌هایشان را بیش‌ازحد برآورد می‌کنند و بر این باورند که اقداماتشان ریسک کمی دارد (De Carolis & Saporito, 2006, p.45). نتایج تحقیقات نشان داده است افراد دارای چنین سوگیری شناختی، ریسک کمتری را ادراک می‌کنند و این امر بر تصمیم آن‌ها برای شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد (Simon et al., 1999; Kollinger et al., 2005; Robinson & Marino, 2013; Kannadhassan, et al., 2014; Butt et al., 2015).

1. Overconfidence
2. Illusion of control
3. Representativeness

توهم کنترل: به برآورد بیش از حد افراد نسبت به میزانی که آن‌ها می‌توانند بر نتایج وضعیت‌های خاص تأثیر بگذارند، اشاره می‌کند (Duhaime & Schwenk, 1985). براساس شواهد، توهم کنترل نقشی حیاتی در تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز ایفا می‌کند، زیرا باور افراد نسبت به مهارت‌هایشان برای کنترل نتیجه یک کسب‌وکار، بر قصد آن‌ها نسبت به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز تأثیر می‌گذارد (Simon et al., 2000, p.118). نتایج تحقیقات حاکی از آن است که افراد با سوگیری شناختی توهم کنترل، ریسک کمتری را ادراک می‌کنند و این امر بر تصمیم آن‌ها برای شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد (De Carolis et al., 2009; Robinson & Marino, 2013; Kannadhassan et al., 2014; Butt et al., 2015).

نمایندگی (اعتقاد به قانون اعداد کوچک): نمایندگی از این مسئله ناشی می‌شود که با توجه به فعالیت افراد در محیط دارای عدم قطعیت و در نتیجه احتمال پایین جمع‌آوری همه اطلاعات مورد نیاز، صرفاً تعداد محدودی از منابع اطلاعاتی برای اتخاذ تصمیم به‌کار گرفته می‌شود (Carolis & Saporito, 2006, p.45). بنابراین، با تکیه بر منابع اطلاعاتی کمتر، احتمال خوش‌بینی براساس نمونه‌های کوچک افزایش می‌یابد (Simon et al., 1999). براساس نتایج تحقیقات، افراد با سوگیری شناختی نمایندگی با تکیه بر نمونه‌های کوچک، ریسک کمتری را ادراک می‌کنند و این امر بر تصمیم آن‌ها برای شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد (Kollinger et al., 2005; De Carolis et al., 2009; Robinson & Marino, 2013; Butt et al., 2015).

سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی

حفره‌های ساختاری: این جنبه مهم از بعد ساختاری، یک زمینه اجتماعی غنی فراهم می‌کند که بر شناخت تأثیر می‌گذارد. افرادی که در شبکه‌ای از روابط متنوع درگیرند، می‌توانند به‌سرعت و به‌موقع بر مجموعه‌ای از اطلاعات متنوع دسترسی داشته باشند (Burt, 1997). این ارتباطات و دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع، جذب اطلاعات و عقاید افراد درباره سطح دانش خود در یک حوزه معین را افزایش می‌دهد (Cohen & Levinthal, 1990). در نتیجه، این مجموعه گسترده از اطلاعات ممکنه باعث شود کارآفرینان میزان دانش خود را بیش از حد برآورد کنند. بنابراین،

حفره‌های ساختاری سبب ایجاد سوگیری اطمینان بیش از حد خواهد شد، زیرا موجبات دسترسی افراد به اطلاعات را فراهم می‌کند (Burt, 1997). بدین ترتیب، افراد با تکیه بر شبکه‌ای از منابع، کمتر احساس عدم قطعیت می‌کنند. از طرف دیگر، از آنجا که افراد معتقد به توانایی کنترل ناشناخته‌ها از طریق موقعیتشان در شبکه و مزایای اطلاعاتی منتج از آن می‌باشند، پیگیری فرصت‌های جدید برای آن‌ها جذاب‌تر به نظر می‌رسد (سوگیری توهم کنترل) (De Carolis et al., 2009).

اعتماد: دربارهٔ با این جنبه مهم بعد رابطه‌ای باید اشاره کرد شناسایی و پیگیری ایده‌های جدید پرمخاطره است و مستلزم سرمایه‌گذاری قابل توجهی از لحاظ زمان، پول و دیگر منابع است. شروع یک کسب و کار مخاطره آمیز جدید همچنین، مستلزم اعتماد به دیگران برای کسب طیف گسترده‌ای از منابع، اعم از حمایت اجتماعی و عاطفی، و دارایی‌های ملموس است. به‌علاوه، اطلاعاتی که از افراد معتمد دریافت شده، به احتمال زیاد دقیق و مرتبط ادراک می‌شود. این امر دو تأثیر بالقوه دارد: ۱. هنگامی که اطلاعات از یک گروه مورد اعتماد دریافت می‌شود، احتمال کمی وجود دارد که کارآفرین دقت این اطلاعات را بررسی کند (McEvily et al., 2003). بنابراین، منطبق بودن اطلاعات بر حقایق بیش از حد برآورد می‌شود (سوگیری اطمینان بیش از حد)؛ ۲. وقتی دقت اطلاعات دریافتی از منبع مورد اعتماد بررسی نمی‌شود، کارآفرین بر تعداد کمتری از منابع اطلاعاتی تکیه می‌کند (سوگیری نمایندگی) (De Carolis & Saporito, 2006, p.47).

روابط قوی: علاوه بر اعتماد، قدرت روابط درون ساختار شبکه عنصری مهم از بعد رابطه‌ای است (Nahapiet & Ghoshal, 1998)، که به‌طور مستقیم بر سوگیری نمایندگی تأثیر می‌گذارد. در حالی که ممکن است تعداد کمی از روابط قوی درون شبکه وجود داشته باشد، این روابط تسهیم دانش ضمنی را افزایش می‌دهد. افرادی که روابط قوی در شبکه دارند، اطلاعات غنی ولی با تنوع کمتر را فراهم می‌کنند. بنابراین، با تکیه بر منابع اطلاعاتی و ارتباطی کمتر، احتمال خوش‌بینی براساس نمونه‌های کوچک افزایش می‌یابد. بنابراین، کارآفرینان با روابط قوی در شبکه، احتمال سوگیری شناختی نمایندگی را افزایش می‌دهند (De Carolis & Saporito, 2006, p.47).

زبان و کدهای مشترک: به کارگیری استنتاج‌های نظریه‌های «پردازش اطلاعات اجتماعی» و «جاذبه بین فردی» در شبکه‌های اجتماعی، دلالت دارد بر اینکه زبان و کدهای مشترک، دیدگاه‌ها، و نگرش‌های مشابهی را درون شبکه کارآفرینان شکل می‌بخشد. معانی و ادراک مشترک مانند سازوکاری پیونددهنده بین اعضای شبکه برای تسهیم منابع و دانش عمل می‌کنند (Inkpen & Tsang, 2005). واژگان مشترک به افراد امکان می‌دهد عقاید یا نگرش‌های مخالف را در راستای توجیه نظریات خود پالایه کنند (سوگیری اطمینان بیش‌ازحد). به‌طور مشابه، با تکیه بر معانی مشترک توسعه‌یافته در روابط شبکه‌ها، سوگیری توهم کنترل افزایش می‌یابد، بدین معنا که افراد معتقدند مهارت‌هایشان می‌تواند بر نتایج یک تصمیم تأثیر گذارد (De Carolis & Saporito, 2006, p.49).

پیشینه پژوهش

در جدول ۱ برخی از مرتبط‌ترین مطالعات در زمینه موضوع تحقیق بیان شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بیشتر این مطالعات تأثیر سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی بر شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید را تأیید کرده‌اند. از نظر رویکردی، بیشتر مطالعات، مطابق با جدول ۱، صرفاً بر رویکرد شناختی یا جامعه‌شناختی در تصمیم به شروع ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید متمرکز بوده‌اند و فقط دی‌کارولیس و همکاران (۲۰۰۹) و دی‌کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶) رویکرد ترکیبی را به کار گرفته‌اند.

جدول ۱. مطالعات و پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه موضوع تحقیق

پژوهشگران	خلاصه‌ای از پژوهش	رویکرد پژوهش
Butt et al. (2015)	در مقاله‌ای تأثیر سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش‌ازحد و توهم کنترل بر تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز را بررسی کردند.	رویکرد شناختی
Robinson & Marino (2015)	در مقاله‌ای تأثیر اطمینان بیش‌ازحد بر تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را بررسی کردند.	رویکرد شناختی

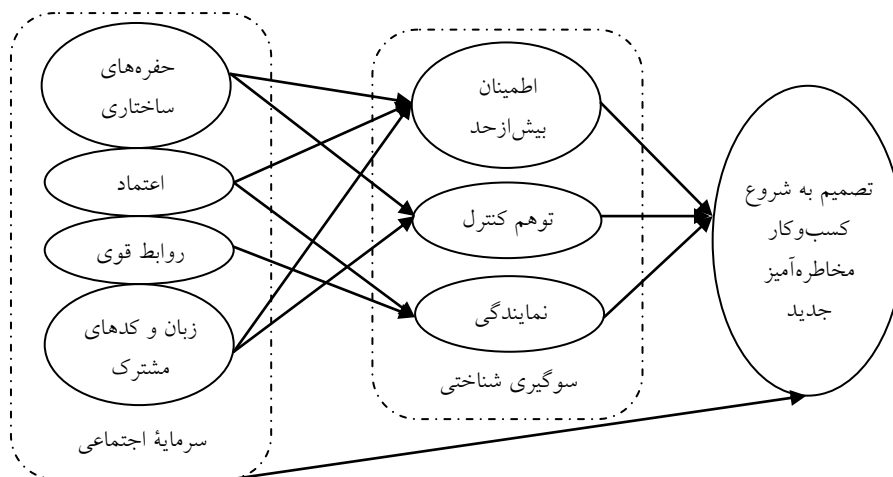
ادامهٔ جدول ۱. مطالعات و پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینهٔ موضوع تحقیق

پژوهشگران	خلاصه‌ای از پژوهش	رویکرد پژوهش
De Carolis et al. (2009)	در مقاله‌ای تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید را با میانجی‌گری سوگیری‌های شناختی توهم کنترل و تمایل به ریسک بررسی کردند.	رویکرد ترکیبی جامعه‌شناختی - شناختی
De Carolis & Saporito (2006)	در مقاله‌ای تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (حفره‌های ساختاری، اعتماد، روابط قوی، و کدهای مشترک) را بر تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش‌ازحد، توهم کنترل و نمایندگی بررسی کردند.	رویکرد ترکیبی جامعه‌شناختی - شناختی
Liao & Welsch (2005)	در مقاله‌ای تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) را بر ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید بررسی کردند.	رویکرد جامعه‌شناختی
Simon et al. (2000)	در مقاله‌ای تأثیر اطمینان بیش‌ازحد، توهم کنترل و نمایندگی بر تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید بررسی کردند.	رویکرد شناختی

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، و به‌ویژه با تمرکز بر مدل‌های دی‌کارولیس و همکاران (۲۰۰۹)، دی‌کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶)، لیو و ولش (۲۰۰۵)، و سیمون و همکاران (۲۰۰۰) چارچوب مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ ترسیم شد. علت انتخاب مدل‌های سیمون و لیو و ولش، تبیین عمیق رویکردهای شناختی و جامعه‌شناختی به‌طور مجزا، و دلیل تمرکز بر مدل‌های دی‌کارولیس و همکاران، پرکردن شکاف نظری مرتبط با به‌کارگیری رویکرد ترکیبی جامعه‌شناختی - شناختی در تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید بوده است. در واقع، در متون نظری موضوع، بیشتر دو رویکرد مجزا در تصمیم به شروع ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید بررسی شده است. بنابراین، ابتدا در راستای تبیین رویکرد اول (رویکرد شناختی)، بر مدل سیمون و همکاران (۲۰۰۰) تمرکز شد که آن‌ها سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش‌ازحد، توهم

کنترل، و نمایندگی را در این زمینه بررسی کردند. سپس، برای تبیین رویکرد دوم (جامعه‌شناختی)، مدل لیو و ولش (۲۰۰۶) بررسی شد که آن‌ها تأثیر ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی را بر ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز بررسی کردند. در ادامه با توجه به شکاف نظری مطرح شده توسط دی‌کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶) در ارتباط با به‌کارگیری رویکرد ترکیبی در این زمینه، مدلی نظری در این زمینه توسط آن‌ها ترسیم شد که طبق آن ابعاد سرمایه اجتماعی و سوگیری‌های شناختی را بررسی کردند، ولی مدل را آزمون نکردند و در بخش پیشنهادها، آزمون مدل را به سایر پژوهشگران محول کردند. همچنین، دی‌کارولیس و همکاران (۲۰۰۹) تأثیر سرمایه اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی و سرمایه رابطه‌ای) و سوگیری توهم کنترل بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز را آزمون کردند. با توجه به موارد مطرح شده، نوآوری این پژوهش آن است که در مدل مفهومی (شکل ۱) رویکردی ترکیبی که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته، به‌کار گرفته شده است. در ضمن با اتخاذ رویکرد ترکیبی ابعاد جامع‌تری در زمینه سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی بررسی شده است. به‌طوری که مثلاً در بررسی سرمایه اجتماعی بر حفره‌های ساختاری (بعد ساختاری)، اعتماد (بعد رابطه‌ای)، روابط قوی (بعد رابطه‌ای)، و زبان و کدهای مشترک (بعد شناختی) متمرکز بوده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری ورودی سال ۹۲ تا ۱۳۹۴ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به تعداد ۴۲۷ نفر بود. این جامعه به دلایلی انتخاب شد، اول، به‌کارگیری دانشجویان روش قابل قبولی برای درک روابط میان سوگیری‌های شناختی و تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید است (Moore & Cain, 2007)؛ دوم، انتخاب دانشجویان به این دلیل مفید است که چون اکثر آن‌ها تجربیات زیادی ندارند، فرض‌ها و ذهنیت گذشته آن‌ها، تصمیمشان به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را متأثر نمی‌کند، بنابراین برای اجتناب از سوگیری‌های قبلی مطلوب است (Shaver & Scott, 1991)؛ سوم، انتخاب محیط کنترل‌شده‌ای مانند دانشگاه (کلاس درس) برای آزمون سوگیری‌های شناختی افراد بسیار مناسب است (Schwenk, 1995). حجم نمونه براساس فرمول کوکران برای حجم جامعه محدود معادل ۲۰۳ نفر، و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی است.

$$\frac{427(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,5)^2(426) + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 203$$

برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش به‌منظور طراحی الگوی مفهومی پژوهش و تدوین پرسشنامه، روش کتابخانه‌ای به‌کار گرفته شده است. در تدوین پرسشنامه محقق ساخته روش دلفی اجرا شد. به‌منظور بررسی روایی محتوای بخشی از ابزار پژوهش که محقق ساخته بود، ابتدا شاخص درجه توافق کلی (IRA) برای مناسبت و شفافیت پرسشنامه محاسبه شد که به‌ترتیب، ۸۳ درصد و ۹۱ درصد به‌دست آمد. سپس، سایر شاخص‌های روایی محتوا محاسبه شد که مناسبت و شفافیت کل ابزار (S-CVI) به‌ترتیب، ۹۷ درصد و ۹۸ درصد و جامعیت ابزار نیز ۱۰۰ درصد به‌دست آمد. روایی محتوای بخشی از ابزار پژوهش نیز که استاندارد بود، از طریق نظر خبرگان تأیید شد. در ضمن، برای تأیید روایی سازه نیز تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار لیزرل اجرا شد که

نتایج مطلوب آن در شکل ۲ (بار عاملی مربوط به تأثیر مستقیم مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بالای ۰/۵ است، و همه مقادیر تی بالای ۱/۹۶ است) و جدول ۴ (شاخص‌های برازش مطلوب هستند) مشخص است.

در جدول ۲، منابعی که برای طراحی پرسشنامه پژوهش به کار گرفته شده است، همراه تعداد گویه‌های هر متغیر و ضرایب آلفای کرونباخ آمده است. ضرایب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالاتر از ۷۰ درصد بوده که مقادیر قابل قبول و مناسبی است.

جدول ۲. منابع استخراج گویه‌ها و ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها

عوامل	متغیرها	تعداد گویه‌ها	منابع استخراج	ضریب آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	حفره‌های ساختاری	۳		۰/۸۱
	اعتماد	۳	محقق ساخته	۰/۸۲
	روابط قوی	۳	براساس روش دلفی	۰/۸۱
سوگیری شناختی	کدها و زبان مشترک	۳		۰/۷۵
	اطمینان بیش‌ازحد	۳	Fridman (2007)	۰/۷۸
	توهم کنترل	۳	Keh et al. (2002)	۰/۹۴
	نمایندگی	۳	Keh et al. (2002)	۰/۷۹
تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید		۵	Robinson & Marino (2013)	۰/۹۰

یافته‌های تحقیق

برای بررسی وجود همبستگی میان متغیرهای تحقیق با توجه به رتبه‌ای بودن مقیاس به کار گرفته شده، آزمون تاو - کندال بی اجرا شد. نتایج نشان داد میان همه متغیرهای تحقیق همبستگی وجود دارد. همچنین، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها آزمون کولموگروف - اسمیرنوف اجرا شد که با توجه به اینکه سطح معناداری برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۰۵ به دست آمد، نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید شد.

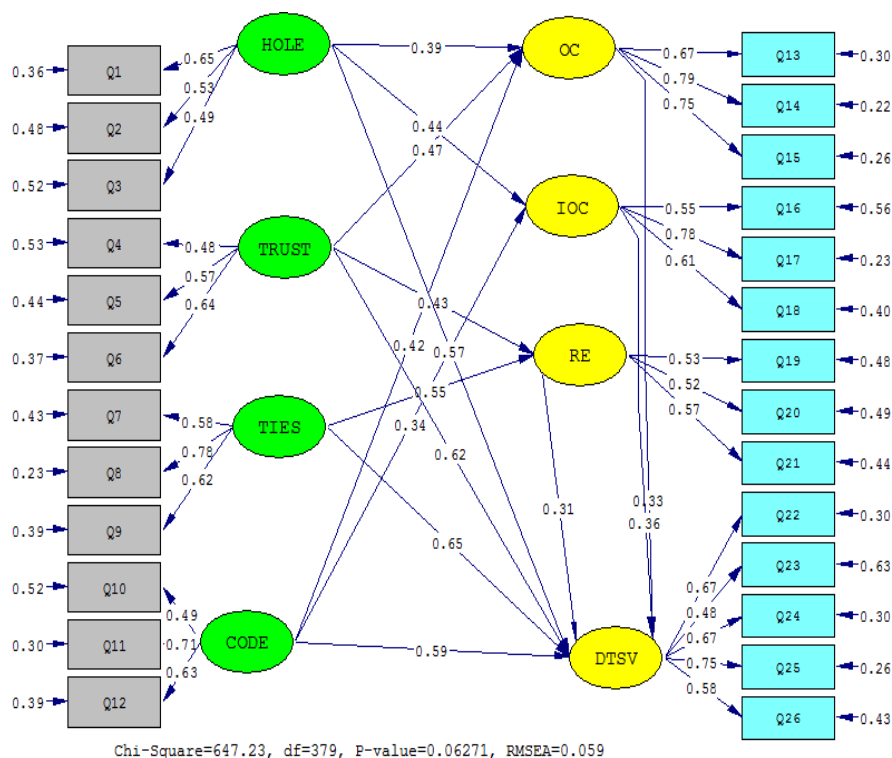
مدل‌سازی معادلات ساختاری

ابتدا، برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق تحلیل

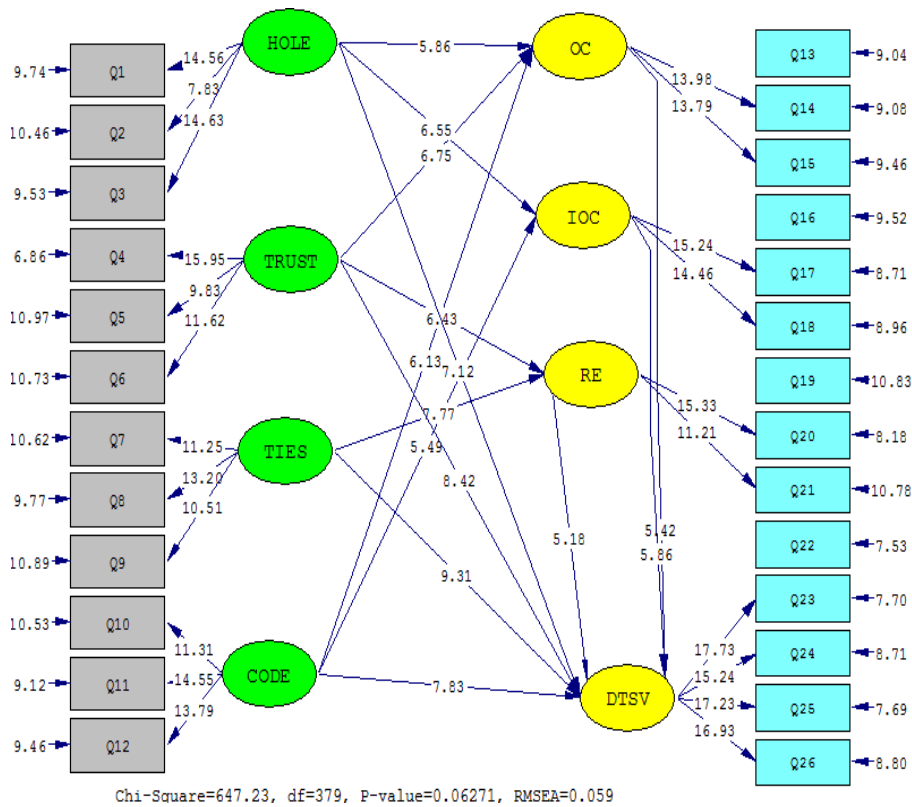
مسیر اجرا شد. شایان ذکر است قبل از انجام دادن تحلیل عاملی تأییدی، شاخص KMO محاسبه و آزمون بارتلت انجام گرفت و همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، شاخص KMO از مقدار قابل قبولی برخوردار است و با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ به‌دست آمد، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) مناسب است.

جدول ۳. نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

عوامل	شاخص KMO	آزمون بارتلت
سرمایه اجتماعی	۰/۸۵۸	۰/۰۰۰
سوگیری‌های شناختی	۰/۸۶۲	۰/۰۰۰
تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید	۰/۸۷۱	۰/۰۰۰



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳. مدل مفهومی تحقیق در حالت معناداری

همان‌طور که مشاهده می‌شود، بارهای عاملی حاکی از اهمیت رابطه میان متغیرهای آشکار و پنهان است. به عبارت دیگر، بارهای عاملی نشان می‌دهد متغیرهای آشکار به‌طور مناسبی متغیر پنهان را سنجیده‌اند. طبق نظر آماردانان، بارهای عاملی کمتر از ۰/۳ ضعیف و بالای ۰/۵ بسیار مطلوب است و نشان می‌دهد متغیر پنهان به‌درستی سنجیده شده است. همچنین، مقدار آماره تی اگر بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد، بار عاملی معنادار خواهد بود (هومن، ۱۳۸۹، ص ۸۰). در همه شاخص‌ها، بارهای عاملی و مقادیر تی از مقدار بسیار مطلوبی برخوردارند. نتایج برآزش مدل نیز نشان داد شاخص‌های برآزش مدل مفهومی تحقیق از مقادیر قابل قبولی برخوردارند،

به عبارت دیگر، مدل مفهومی تحقیق به میزان مطلوبی برازش یافته است (جدول ۴). در این پژوهش حد قابل قبول براساس نظر شوماخر و لومکس^۱ (۲۰۱۰) مطرح شده است.

جدول ۴. برازش مدل مفهومی تحقیق

نام شاخص	مقدار قابل قبول	مقدار به دست آمده برای مدل مفهومی تحقیق	نتیجه
Chi – Square (dfX ²)	(P-Value > ۰,۰۵)	۶۴۷,۲۳ (۰,۰۶۳)	برازندگی قابل قبول مدل
نسبت X^2/df	حداکثر برابر با ۳	۱,۷	برازندگی قابل قبول و بسیار مطلوب مدل
RMSEA	کوچکتر از ۰,۱	۰,۰۵۹	برازندگی قابل قبول و مطلوب مدل
GFI	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۹	قابل قبول
AGFI	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۷	قابل قبول
NFI	بین ۰,۹ تا ۰,۹۵ قابل قبول و بالاتر از ۰,۹۵ عالی است.	۰,۹۷	قابل قبول و عالی است.
NNFI یا TLI	بین ۰,۹ تا ۰,۹۵ قابل قبول و بالاتر از ۰,۹۵ عالی است.	۰,۹۸	قابل قبول و عالی است.
CFI	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۷	قابل قبول
IFI	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۷	قابل قبول
RFI	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۸	قابل قبول
SRMR	کمتر از ۰,۰۵	۰,۰۳	قابل قبول (بیان‌کننده خطای اندک مدل و برازش قابل قبول آن)

در آزمون فرضیه‌ها، همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، از یک طرف، ضریب مسیر بین متغیرها نشان‌دهنده رابطه مثبت است و از طرف دیگر، با توجه به اینکه مقدار آماره تی بیش از ۱,۹۶ است، همه فرضیه‌ها تأیید شده است.

جدول ۵. ضرایب مسیر و مقادیر تی برای روابط میان متغیرها

فرضیه	مسیر علی	ضریب مسیر	آماره تی	نتیجه آزمون
۱	حفره‌های ساختاری - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۵۷	۷,۱۲	تأیید
۲	اعتماد به رابط‌های شبکه - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۶۲	۸,۴۲	تأیید
۳	روابط قوی - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۶۵	۹,۳۱	تأیید
۴	زبان و کدهای مشترک - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۵۹	۷,۸۳	تأیید
۵	حفره‌های ساختاری - اطمینان بیش‌ازحد	۰,۳۹	۵,۸۶	تأیید
۶	حفره‌های ساختاری - توهم کنترل	۰,۴۴	۶,۵۵	تأیید
۷	اعتماد به رابط‌های شبکه - اطمینان بیش‌ازحد	۰,۴۷	۶,۷۵	تأیید
۸	اعتماد به رابط‌های شبکه - نمایندگی	۰,۴۳	۶,۴۳	تأیید
۹	روابط قوی در شبکه - نمایندگی	۰,۵۵	۷,۷۷	تأیید
۱۰	زبان و کدهای مشترک - اطمینان بیش‌ازحد	۰,۴۲	۶,۱۳	تأیید
۱۱	زبان و کدهای مشترک - توهم کنترل	۰,۳۴	۵,۴۹	تأیید
۱۲	اطمینان بیش‌ازحد - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۳۳	۵,۴۲	تأیید
۱۳	توهم کنترل - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۳۶	۵,۸۶	تأیید
۱۴	نمایندگی - تصمیم افراد به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید	۰,۳۱	۵,۱۸	تأیید

نتایج بررسی روابط میانجی مدل نیز با آزمون بوت‌استرپ در برنامه Macro پریچر و هیز (۲۰۰۸)، در جدول ۶ نشان داده شده است. اندازه اثر غیرمستقیم نمونه پژوهش با عنوان ستون داده، اندازه اثر غیرمستقیم متغیرهای میانجی که از میانگین توزیع نمونه‌گیری حاصل از بوت‌استرپ به دست آمده است، با عنوان بوت، اختلاف این دو مقدار با عنوان درجه اریب و خطای معیار

توزیع نمونه‌گیری بوت‌استرپ نشان داده شده است. به‌علاوه، فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای مندرجات جدول ۶ حاکی از آن است که برای همه مسیرها حد پایین و حد بالا صفر را دربر نمی‌گیرد، بنابراین، نقش متغیرهای میانجی تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتایج آزمون بوت‌استرپ برای مسیرهای غیرمستقیم مدل مفهومی تحقیق

فرضیه	مسیرها	داده	بوت	اریب	خطای	
					فاصله اطمینان	معیار
					حد پایین	حد بالا
۱۵	حفره‌های ساختاری - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق اطمینان بیش‌ازحد	۰٫۱۳۳۴	۰٫۱۳۵۹	۰٫۰۰۲۵	۰٫۰۳۹۶	۰٫۰۶۸۹
۱۶	حفره‌های ساختاری - تصمیم به شروع کسب‌وکار از توهم کنترل اعتماد به رابط‌های شبکه -	۰٫۱۴۵۶	۰٫۱۴۹۵	۰٫۰۰۳۹	۰٫۰۵۶۱	۰٫۱۰۹۵
۱۷	تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق اطمینان بیش‌ازحد اعتماد به رابط‌های شبکه -	۰٫۲۱۶۵	۰٫۲۱۵۰	-۰٫۰۰۱۶	۰٫۰۴۵۵	۰٫۱۳۶۵
۱۸	تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق نمایندگی روابط قوی در شبکه - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق نمایندگی زبان و کدهای مشترک - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق اطمینان بیش‌ازحد	۰٫۱۲۸۷	۰٫۱۳۰۴	۰٫۰۰۱۷	۰٫۰۱۶۸	۰٫۲۱۱۲
۱۹	زبان و کدهای مشترک - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق اطمینان بیش‌ازحد	۰٫۱۵۶۲	۰٫۱۵۶۹	۰٫۰۰۰۷	۰٫۰۲۷۱	۰٫۰۴۰۷
۲۰	زبان و کدهای مشترک - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق اطمینان بیش‌ازحد	۰٫۲۵۴۷	۰٫۲۵۱۴	-۰٫۰۰۳۳	۰٫۰۹۱۵	۰٫۱۲۱۴
۲۱	زبان و کدهای مشترک - تصمیم به شروع کسب‌وکار از طریق توهم کنترل	۰٫۰۸۹۹	۰٫۰۹۰۳	۰٫۰۰۰۴	۰٫۰۱۲۲	۰٫۰۶۹۶

همچنین، با توجه به اینکه اعداد معناداری (آماره‌های تی) فقط صحت رابطه‌ها را نشان می‌دهد و شدت رابطه میان سازه‌ها را نمی‌توان با آن‌ها سنجید، بنابراین، برای بررسی شدت رابطه میان سازه‌ها ضریب تعیین R^2 محاسبه شد. مقدار R^2 فقط برای سازه‌های درون‌زای مدل محاسبه

می‌شود و درباره سازه‌های برون‌زا، مقدار این معیار صفر است. طبق محاسبات، ضریب تعیین تأثیر متغیرهای برون‌زای سرمایه اجتماعی بر متغیرهای درون‌زای اطمینان بیش‌از‌حد، توهم کنترل، و نمایندگی با به‌کارگیری نرم‌افزار لیزرل به ترتیب، برابر با ۰/۵۴۹۴، ۰/۳۰۹۲، و ۰/۴۸۷۴ به دست آمد. ولی به جای ارائه صرفاً یک گزارش کلی برای متغیر درون‌زای آخر (تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز)، و در واقع، برای تبیین دقیق‌تر آن برنامه Macro پریچر و هیز (۲۰۰۸) به کار گرفته شد تا تأثیر متغیرهای برون‌زا بر متغیر درون‌زای تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز به‌طور جداگانه تبیین شود. بنابراین، ضریب تعیین تأثیر چهار متغیر برون‌زای حفره‌های ساختاری، اعتماد، روابط قوی، و زبان و کدهای مشترک بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌سوگیری‌های شناختی، به ترتیب برابر با ۰/۵۶۳۴، ۰/۵۸۹۴، ۰/۵۱۸۶، و ۰/۵۸۶۶ به دست آمد. برای تفسیر ضرایب تعیین، الگوی چین^۱ (۱۹۹۸) به کار گرفته شد. طبق این الگو ضریب تعیین کمتر ۱۹ درصد، ضعیف، ۱۹ تا ۳۳ درصد، متوسط، ۳۳ تا ۶۷ درصد، قوی، و بیشتر از ۶۷ درصد، خیلی قوی است. طبق الگوی یادشده، می‌توان تفسیر کرد که متغیرهای برون‌زای سرمایه اجتماعی بر متغیرهای درون‌زای اطمینان بیش‌از‌حد و نمایندگی تأثیر مثبت قوی و معنادار دارد، اما بر متغیر درون‌زای توهم کنترل تأثیر مثبت و معناداری، ولی متوسط گذاشته‌اند. به‌علاوه، تأثیر متغیرهای برون‌زای سرمایه اجتماعی بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌سوگیری‌های شناختی، مثبت قوی و معنادار بوده است.

بحث و نتیجه

این پژوهش، با توجه به تمرکز صرف محققان جامعه‌شناختی بر نقش تعیین‌کننده سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید، و از طرف دیگر، تمرکز خاص محققان شناختی بر تبیین نقش سوگیری شناختی بر تصمیم افراد نسبت به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز

1. Chin

جدید، و به‌ویژه با الهام از تحقیقات دی کارولیس و همکاران (۲۰۰۹) و دی کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶)، به دنبال بررسی تأثیر تعامل سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید بود.

در این پژوهش، با تبیین مدل‌های طراحی شده در تحقیقات پیشین، به‌ویژه مدل‌های سیمون و همکاران (۲۰۰۰)، لیو و ولش (۲۰۰۵)، دی کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶)، دی کارولیس و همکاران (۲۰۰۹)، و بات و همکاران (۲۰۱۵)، الگویی برای اندازه‌گیری اثرات مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با میانجی سوگیری شناختی ارائه و آزمون شد. براساس نتایج این پژوهش، تأثیر متغیرهای مستقل حفره‌های ساختاری، اعتماد، روابط قوی، و زبان و کدهای مشترک بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید، و نقش میانجی سوگیری شناختی، به‌طور کامل تأیید شد.

نتایج مطالعه لیو و ولش (۲۰۰۵)، که با رویکرد جامعه‌شناختی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی را بر تصمیم افراد به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز تبیین کردند، نشان داد ضمن تأثیر مثبت ابعاد سرمایه اجتماعی بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز، هیچ تفاوت معناداری میان کارآفرینان نوپا و غیرکارآفرینان در ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی وجود ندارد. یافته این تحقیق با بخش اول پژوهش یادشده همخوانی دارد. نتایج مطالعه سیمون و همکاران (۲۰۰۰) نیز، که با رویکرد شناختی به تبیین تأثیر سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش‌ازحد، توهم کنترل و نمایندگی بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز پرداخته بودند، نشان داد سوگیری‌های توهم کنترل و نمایندگی به‌دلیل اینکه موجب می‌شود افراد ادراک کمتری از ریسک داشته باشند، تأثیری مثبت بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز می‌گذارد، ولی این امر در ارتباط با اطمینان بیش‌ازحد دیده نشد، که البته یافته‌های این پژوهش ضمن اینکه در دو سوگیری شناختی توهم کنترل، و نمایندگی با نتایج پژوهش یادشده همخوانی دارد، ولی بر خلاف پژوهش یادشده، شاهد تأثیر معنادار اطمینان بیش‌ازحد بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز نیز بوده است.

همچنین، دی کارولیس و همکاران (۲۰۰۹)، که با رویکرد ترکیبی جامعه‌شناختی - شناختی

تأثیر سرمایه اجتماعی را بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید با میانجی‌سوگیری‌های شناختی (توهم کنترل و تمایل به ریسک) تبیین کردند، نشان دادند سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم مثبتی بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید می‌گذارد، همچنین، سرمایه اجتماعی با میانجی‌سوگیری شناختی، به‌طور غیرمستقیم نیز بر تصمیم به ایجاد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید، تأثیر مثبتی داشته است. نتایج یافته‌های این پژوهش نیز در متغیرهای مشابه، با یافته‌های فوق همخوانی دارد؛ ضمن اینکه محققان در این پژوهش با الهام از رویکرد ترکیبی پژوهش یادشده، و با بررسی جامع‌تر ابعاد سرمایه اجتماعی و اضافه‌کردن دو سوگیری شناختی اطمینان‌بیش‌ازحد و نمایندگی؛ که دی‌کارولیس و ساپاریتو (۲۰۰۶)، و برخی محققان دیگر از جمله سیمون و همکاران (۲۰۰۰) بر نقش پراهمیت آن‌ها تأکید کرده بودند، نقش سرمایه اجتماعی و سوگیری شناختی را بر تصمیم به شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید بررسی کردند.

پیشنهادها

براساس نتایج تحقیق، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

۱. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر، تأثیر مثبت ابعاد سرمایه اجتماعی بر تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأیید شد، و همچنین، به ترتیب روابط قوی، اعتماد، زبان و کدهای مشترک، و حفره‌های ساختاری بیشترین تأثیر مستقیم را در این زمینه داشته‌اند، می‌توان گفت، سرمایه رابطه‌ای (روابط قوی و اعتماد)، دانشجویان را از طریق دریافت حمایت‌های اطلاعاتی، مادی، و عاطفی در تصمیم به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید توانمند کرده، و از تأثیرگذاری بیشتری برای آن‌ها نسبت به دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی، برخوردار است. دانشجویان کارآفرینی از طریق ایجاد روابط قوی در ساختار شبکه‌ها، موجبات تسهیم دانش ضمنی در حوزه کسب‌وکار مورد علاقه خود را افزایش داده، و با فراهم کردن اطلاعات غنی (هر چند با تنوع کمتر)، توانایی آن‌ها برای تصمیم‌گیری نسبت به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید افزایش می‌یابد. همچنین، با وجود محدودیت‌هایی

مانند پول، زمان، و منابع، تصمیم به شروع کسب‌وکار مستلزم اعتماد دانشجویان به دیگران (از جمله افرادی که با آنها روابط قوی دارند)، برای کسب طیف گسترده‌ای از منابع است. به‌علاوه، واژگان مشترک نیز توانایی دانشجویان برای ترکیب اطلاعات جدید برای تصمیم‌گیری را ارتقا می‌دهد، و در نهایت، حفره‌های ساختاری نیز با زمینه‌سازی برای دسترسی سریع و به موقع دانشجویان به منابع و اطلاعات متنوع، در تصمیم آن‌ها نسبت به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید نقشی حیاتی ایفا می‌کند.

۲. با توجه به اینکه تأثیر سرمایه اجتماعی بر سوگیری شناختی تأیید شد و به ترتیب حفره‌های ساختاری، اعتماد، زبان و کدهای مشترک، و روابط قوی بیشترین تأثیر غیرمستقیم را در این زمینه داشته‌اند، می‌توان گفت، با توجه به اطمینان پایین موجود در شرایط تصمیم‌گیری برای ایجاد کسب‌وکار، دانشجویان با ارتقای سرمایه اجتماعی خود می‌توانند از جنبه‌های مثبت سوگیری شناختی، که به‌عنوان محرکی برای شروع کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید عمل می‌کنند، بهره ببرند، به‌عنوان نمونه حفره‌های ساختاری با فراهم کردن دسترسی دانشجویان به منابع و اطلاعات متنوع، عقاید آن‌ها درباره سطح دانش خود در حوزه کسب‌وکاری جدید را افزایش داده و سبب اطمینان بیش‌ازحد در آنان می‌شود. در این شرایط دانشجویان با تکیه بر شبکه‌ای از منابع، کمتر احساس عدم قطعیت می‌کنند، و تصور توانایی کنترل رویدادهای نامطلوب، تصمیم آن‌ها نسبت به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین، اعتماد دانشجویان به‌ویژه به کسانی که با آنها روابط قوی دارند، سبب می‌شود با توجه به کمبود یا نقصان اطلاعات به‌دلیل عدم قطعیت، بر افراد (موثق) کمتری تکیه کرده، و با فرض منطبق بودن اطلاعات آن‌ها بر حقایق برای شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تصمیم‌گیری کنند.

۳. با توجه به اینکه سوگیری شناختی بر تصمیم دانشجویان به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر مثبت می‌گذارد، می‌توان گفت، سوگیری شناختی دانشجویان کارآفرینی بر نحوه ادراک و تفسیر اطلاعات آن‌ها تأثیر می‌گذارد، و سبب می‌شود ریسک کمتری را ادراک

کنند. در واقع، سوگیری شناختی آن‌ها باعث می‌شود خروجی‌های نامطلوب و عدم اطمینان‌های همراه با تصمیم‌هایشان را کم‌اهمیت در نظر بگیرند، و این امر بر تمایل آن‌ها به شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید تأثیر می‌گذارد. اگر چه سوگیری شناختی به دانشجویان کارآفرینی در سازگاری با محدودیت‌های شناختی‌شان کمک می‌کند، گاهی به تصمیم‌های کمتر عقلایی و جامع منتهی می‌شود، و این امر احتمال شکست پس از راه‌اندازی را بیشتر می‌کند. بنابراین، باید با تعدیل‌کننده‌هایی مانند تجزیه و تحلیل دقیق عوامل داخلی و خارجی همراه شود تا احتمال موفقیت کسب‌وکار افزایش یابد.

منابع و مأخذ

۱. هومن، حیدرعلی (۱۳۸۹). مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل. تهران: انتشارات سمت.
2. Adler, P.S. & Kwon, S.W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
3. Anderson, A.R. & Miller, C.J. (2003). "Class matters": Human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal of Socio-economics*, 32(1), 17-36.
4. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
5. Butt, M., Jamil, N. & Nawaz, R. (2015). The mediating role of risk perception among cognitive biases towards decision to start a New Venture. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(6), 1-5.
6. Cantner, U. & Stützer, M. (2010). The use and effect of social capital in new venture creation: Solo entrepreneurs vs. new venture teams (No. 2010, 012). *Jena Economic Research Papers*.
7. Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
8. De Carolis, D.M. & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41-56.
9. De Carolis, D.M., Litzky, B.E. & Eddleston, K.A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 527-545.
10. Friedman, H. (2007). Does Overconfidence Affect Entrepreneurial Investment? *Wharton Research Scholars Journal*, 42, 1-30.
11. Hindle, K. & Al-Shanfari, D. (2011). Mapping the landscape of new venture creation research. *Handbook of Research on New Venture Creation*, Edward Elgar Publishing.
12. Houghton, S.M., Simon, M., Aquino, K. & Goldberg, C.B. (2000). No safety in numbers persistence of biases and their effects on team risk perception and team decision making. *Group & Organization Management*, 25(4), 325-353.
13. Inkpen, A.C. & Tsang, E.W. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.
14. Kannadhasan, M., Aramvalathan, S. & Kumar, B.P. (2014). Relationship among cognitive biases, risk perceptions and individual's decision to start a venture. *Decision*, 41(1), 87-98.
15. Keh, H.T., Foo, M.D. & Lim, B.C. (2002). Opportunity evaluation under risky

- conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148.
16. Koellinger, P., Minniti, M. & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 502-527.
 17. Liao, J. & Welsch, H. (2005). Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 345-362.
 18. McEvily, B., Perrone, V. & Zaheer, A. (2003). Trust as an organizing principle. *Organization Science*, 14(1), 91-103.
 19. Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
 20. Robinson, A.T. & Marino, L.D. (2015). Overconfidence and risk perceptions: do they really matter for venture creation decisions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 149-168.
 21. Simon, M., Houghton, S.M. & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113-134.
 22. Trevelyan, R. (2008). Optimism, overconfidence and entrepreneurial activity. *Management Decision*, 46(7), 986-1001.