

عنوان مقاله:

شناسایی نقش سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری) بر تشخیص فرصت کارآفرینان (مطالعه موردی صنعت نساجی استان تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 2، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فیروزه ساجدینیا - کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مجتبی ناهید - دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد قزوین، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

کارآفرینان از طریق ارتباطات بین فردی خود اطلاعات راجع به فرصت های کارآفرینانه را بدست می آورند الگوی کلی ارتباطات میان فردی سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری) کارآفرینان محسوب می شود که میتواند به افراد برای بدست آوردن انواع منابع اجتماعی کمک کند. از سویی دیگر فرصت ممکن است شانس دیدن نیاز (یا علاقه، یا خواست) در بازار برای ارایه ارزش بالاتر از طریق ترکیب خلاق منابع باشد، در بین تمام این عوامل، سرمایه اجتماعی به علت توجیه و نفوذ قوی آن مورد توجه بسیاری از دانشمندان قرار گرفته است، جایگاه خاص بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کارآفرین در درون شبکه اجتماعی می تواند تاثیر زیادی در تشخیص و بهره برداری فرصت های کارآفرینی داشته باشد. از این رو هدف این مقاله شناسایی نقش شناسایی نقش سرمایه های اجتماعی (بعد ساختاری) بر تشخیص فرصت کارآفرینان صنعت پوشاک است. روش تحقیق این پژوهش از نوع کاربردی و بصورت آمیخته اکتشافی می باشد، بخش کیفی تحقیق از طریق مصاحبه با شش نفر از خبرگان (صاحب نظران و اساتید دانشکده کارآفرینی، کارآفرینان صنعت پوشاک (نساجی) و سرمایه گذاران، مسئولین دستندکار) انجام شده است و جامعه آماری تحقیق حاضر 75 نفر از کارآفرینان صنعت پوشاک (نساجی) و سرمایه گذاران، مسئولین دستندکار می باشند که بخش کمی با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. یافته ها نشان می دهد، سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت کارآفرینان نقش دارد، سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری) بر تشخیص فرصت کارآفرینان نقش دارد، همچنین شکل و ترکیب شبکه بر تشخیص فرصت کارآفرینان نقش دارد.

کلمات کلیدی:

سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری)، تشخیص فرصت کارآفرینانه، صنعت پوشاک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/721291>

