

## بررسی رابطه کارآفرینی و شبکه های اجتماعی

صفي الله صفايي<sup>۱</sup>، هوشنگ نسب قنبري<sup>۲</sup>

۱-دکتری جامعه شناسی، استادیار دانشگاه پیام نور همدان

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه پیام نور همدان

## چکیدہ

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه کارآفرینی و شبکه های اجتماعی بین کارآفرینان استان خوزستان به روش توصیفی از نوع همبستگی به انجام رسید. جامعه آماری این پژوهش مشتمل بر ۳۱۳ نفر از کارآفرینان استان خوزستان بوده که به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. اطلاعات حاصله با استفاده از پرسشنامه به دست آمد. روایی محتوایی و صوری پرسشنامه ها با استفاده از نظرات استاد راهنما، چند تن از صاحب نظران موضوعی و تعدادی از افراد جامعه آماری مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل حاصل از این پژوهش با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS۲۳ و در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از مشخصه های آماری مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمالیتی و ضریب همبستگی پیرسون انجام شد. یافته های تحقیق بیانگر آن بود که با توجه به فرضیه اول پژوهش مبنی بر: بین منابع اجتماعی اطلاعات کارآفرینان در تشخیص فرصت کارآفرینانه با ضریب همبستگی (۰/۸۶۷) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) رابطه وجود دارد. همچنین بین ساختار روابط اجتماعی کارآفرینان در تشخیص فرصت کارآفرینانه با ضریب همبستگی (۰/۷۷۷) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) رابطه وجود دارد. یافته های فرضیه محتوای روابط اجتماعی و تشخیص فرصت کارآفرینانه نشان می دهد رابطه معنادار و مستقیم به میزان ( $I = +0/808$ ) وجود دارد. همچنین نتایج آزمون فرضیه آخر نشان می دهد ضریب همبستگی بین شبکه اجتماعی و تشخیص فرصت کارآفرینانه معنادار است و بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد. یعنی بین شبکه اجتماعی و تشخیص فرصت کارآفرینانه رابطه معنادار و مستقیم به میزان ( $I = +0/903$ ) وجود دارد.

### واژگان کلیدی: بررسی، رابطه، کارآفرینی، شبکه های اجتماعی