

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه تربیت مدرس

دانشکده مدیریت و اقتصاد

پایان نامه‌ی دوره‌ی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی

برآورد اثر سرمایه مذهبی بر ایجاد نوآوری دانشجویان دکتری دانشگاه

تربیت مدرس با استفاده از ژنراتور موقعیت

مرضیه باغچقی

استاد راهنما:

دکتر مرتضی عزتی

استاد مشاور:

دکتر امیرحسین مزینی

بهمن ماه ۱۳۹۳

به نام خدا

تاییدیه اعضای هیات داوران در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی
 اعضای هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه کارشناسی ارشد خانم مرضیه باغچقی
 تحت عنوان: «بر آورد اثر سرمایه مذهبی بر ایجاد نوآوری دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت
 مدرس با استفاده از ژنراتور موقعیت» از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل
 درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کند.

امضا	رتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اعضای هیات داوران
	استادیار	دکتر مرتضی عزتی	استاد راهنما
	استاد یار	دکتر امیر حسین مزینی	استاد مشاور
	استادیار	دکتر رضا نجارزاده	استاد ناظر
	استاد یار	دکتر محمد حسین حسینی	استاد ناظر
	استاد یار	دکتر رضا نجارزاده	نماینده تحصیلات تکمیلی

آیین نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاستهای پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عنوان پایان‌نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان‌نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می‌باشد ولی حقوق معنوی پدید آورندگان محفوظ خواهد بود.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید استاد راهنمای اصلی، یکی از اساتید راهنما، مشاور و یا دانشجو مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان‌نامه و رساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می‌باشد. تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

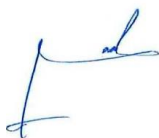
ماده ۳- انتشار کتاب، نرم افزار و یا آثار ویژه (اثری هنری مانند فیلم، عکس، نقاشی و نمایشنامه) حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشکده ها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده‌ها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و براساس آئین‌نامه‌های مصوب انجام شود. ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته‌ها در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین‌نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیأت رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم‌الاجرا است.

«اینجانب **مرضیه باغچقی** دانشجوی رشته **علوم اقتصادی** ورودی سال تحصیلی **۱۳۹۱** مقطع **کارشناسی ارشد** دانشکده **مدیریت و اقتصاد** متعهد می‌شوم کلیه نکات مندرج در آئین نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه تربیت مدرس را در انتشار یافته‌های علمی مستخرج از پایان‌نامه / رساله تحصیلی خود رعایت نمایم. در صورت تخلف از مفاد آئین نامه فوق‌الاشعار به دانشگاه وکالت و نمایندگی می‌دهم که از طرف اینجانب نسبت به لغو امتیاز اختراع بنام بنده و یا هر گونه امتیاز دیگر و تغییر آن به نام دانشگاه اقدام نماید. ضمناً نسبت به جبران فوری ضرر و زیان حاصله بر اساس برآورد دانشگاه اقدام خواهم نمود و بدینوسیله حق هر گونه اعتراض را از خود سلب نمودم»

نام و نام خانوادگی: **مرضیه باغچقی**

تاریخ و امضا: ۱۳۹۳/۱۱/۱۲



آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد/ رساله دکتری نگارنده در رشته **علوم اقتصادی** است که در سال **۱۳۹۳** در دانشکده **مدیریت و اقتصاد** دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر **مرتضی عزتی**، مشاوره جناب آقای **دکتر امیرحسین مزینی** از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب **مرضیه باغچی** دانشجوی رشته **علوم اقتصادی** مقطع **کارشناسی ارشد** تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: **مرضیه باغچی**

تاریخ و امضا: ۱۳۹۳/۱۱/۱۲



من لم یسکر المخلوق لم یسکر الخالق

نخازنده بر خود فرض می‌داند از همه بزرگوارانی که وی را در بخارش و اراده نوشته حاضر همراهی کرده اند صمیمانه تشکر و قدردانی کند. استاد
فرزانه و کراتقدر، جناب آقای دکتر عزتی بار اسمانی ما و نظرات کبریا و ارزنده شان، نقش چیمگیری در به ثمر رسیدن این تحقیق
داشتند. همچنین از خانواده عزیزم که در تمامی مراحل انجام این کار با صبر و بردباری وافر همراهی ام نمودند و پشتوانه من بودند

بی نهایت سپاسگزارم.

چکیده

هدف از این پژوهش، برآورد اثر سرمایه مذهبی بر نوآوری در میان دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس است. منظور از سرمایه مذهبی در این پژوهش سرمایه مذهبی فردی با تأکید بر مذهب اسلامی ایرانی است. منظور از نوآوری نیز انجام کارهای علمی دارای نوآوری از سوی دانشجویان است. جامعه مورد بررسی دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس هستند که تا پایان سال تحصیلی (۹۲-۹۳) در این دانشگاه مشغول به تحصیل هستند.

در این پژوهش برای سنجش سرمایه مذهبی از تکنیک ژنراتور موقعیت استفاده کردیم. روش انجام پژوهش مطالعات اسنادی و همچنین مصاحبه مکتوب با انجام پیمایش می باشد. در محاسبات آماری از نرم افزار spss18 استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش OLS و با استفاده از نرم‌افزار اقتصادسنجی ایویوز انجام شده است.

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که در جامعه مورد بررسی، بر مبنای تکنیک ژنراتور موقعیت، به طور کلی دسترسی به منابع سرمایه مذهبی در میان مردان، افراد متأهل، دانشجویان حوزه (طلبه)، نخبگان و دانشجویان رشته‌های علوم انسانی از دیگران بیشتر است.

در بخش پایانی نیز از یک سو اثرات شاخص‌های مختلف سرمایه مذهبی بر نوآوری و از سوی دیگر اثر رشته‌های تحصیلی مختلف بر نوآوری برآورد شد. نتایج حاصل نشان داد که تمامی شاخص‌های سرمایه مذهبی اثر مثبت و معناداری بر نوآوری دارند. همچنین تحصیل در رشته‌های علوم انسانی و علوم پزشکی باعث افزایش میزان نوآوری‌های علمی و تحصیل در رشته‌های مدیریت و اقتصاد باعث کاهش این نوآوری‌ها می‌شود. همچنین تحصیل در رشته‌های فنی-مهندسی اثر معناداری بر نوآوری‌های مذکور ندارد.

کلید واژه‌ها: سرمایه مذهبی، نوآوری، ژنراتور موقعیت، اندازه‌گیری

فهرست مطالب

..... فصل اول: مقدمه و کلیات طرح تحقیق	
..... ۲ مقدمه	
..... ۴-۱-۱ بیان مسئله	
..... ۷-۲-۱ هدف پژوهش	
..... ۸-۳-۱ پرسش پژوهش	
..... ۸-۴-۱ فرضیه‌ی پژوهش	
..... ۸-۵-۱ مواد و روش انجام پژوهش	
..... ۱۱-۶-۱ جنبه جدید بودن و نوآوری	
..... ۱۲-۷-۱ تعریف مفاهیم و واژگان اختصاصی	
..... ۱۲-۱-۷-۱ سرمایه انسانی	
..... ۱۳-۲-۷-۱ سرمایه اجتماعی	
..... ۱۷-۳-۷-۱ سرمایه مذهبی	
..... ۱۸-۴-۷-۱ تفاوت سرمایه مذهبی و سرمایه اجتماعی در کارکردهای اقتصادی	
..... ۲۱-۵-۷-۱ نوآوری	
..... ۲۲ جمع بندی	
..... فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق	
..... ۲۴ مقدمه	
..... ۲۶-۱-۲ نوآوری	

۲۶	۱-۱-۲- مفهوم نوآوری
۳۱	۲-۱-۲- مفهوم خلاقیت
۳۴	۳-۱-۲- تفاوت نوآوری و خلاقیت
۳۶	۴-۱-۲- نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه کلی و عمومی
۳۶	۵-۱-۲- نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری از جنبه‌های فردی
۳۷	۶-۱-۲- طبقه بندی عمومی نوآوری
۳۹	۷-۱-۲- منابع نوآوری
۴۲	۸-۱-۲- شاخص‌های نوآوری
۴۵	۲-۲- اندازه‌گیری سرمایه مذهبی
۴۶	۱-۲-۲- دسترسی به سرمایه اجتماعی فردی
۴۷	۲-۲-۲- روش‌ها و ابزارهای سنجش سرمایه اجتماعی فردی
۵۵	۳-۲- پیشینه پژوهش
۵۵	۱-۳-۲- پیشینه نظری
۵۵	۱-۱-۳-۲- سرمایه مذهبی
۶۱	۲-۱-۳-۲- سرمایه اجتماعی
۶۴	۳-۱-۳-۲- ژنراتور موقعیت
۶۶	۴-۱-۳-۲- نوآوری
۶۸	۲-۳-۲- پیشینه تجربی
۶۸	۱-۲-۳-۲- سرمایه مذهبی

۲-۲-۳-۲- سرمایه اجتماعی ۲۷

۲-۲-۳-۲- ژنراتور موقعیت ۸۳

۲-۲-۳-۴- نوآوری ۹۰

جمع بندی ۱۰۴

فصل سوم: تبیین مدل و تحلیل نتایج

مقدمه ۱۰۸

۱-۳- نمونه آماری و ویژگی‌های آن ۱۰۹

۲-۳- پرسش‌نامه ۱۱۱

۳-۳- تحلیل نتایج ۱۱۲

۱-۳-۳- برآورد سرمایه مذهبی با استفاده از ژنراتور موقعیت ۱۱۲

۲-۳-۳- تعیین پرستیژ مشاغل مذهبی مورد بررسی ۱۱۷

۳-۳-۳- تعیین سرمایه مذهبی پرستیژ بالا و پایین ۱۲۰

۴-۳-۳- اثر برخی متغیرهای برونزا بر سرمایه مذهبی ۱۲۵

۴-۳- سطح نوآوری ۱۳۴

۵-۳- مدل سازی ۱۳۷

۱-۵-۳- رابطه سرمایه مذهبی و نوآوری ۱۳۷

۲-۵-۳- رابطه رشته‌های تحصیلی و نوآوری ۱۴۵

جمع بندی ۱۵۲

فصل چهارم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱۵۵.....	۱-۴- مروری بر پژوهش
۱۶۰.....	۲-۴- یافته‌های پژوهش
۱۶۳.....	۳-۴- پیشنهادها
۱۶۶.....	فهرست منابع

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱-۱- تمایز بین سرمایه اجتماعی و سرمایه مذهبی ۱۸
- جدول ۱-۲- سه مکتب مهم مطالعات نوآوری بر اساس دیدگاه شومپیتر ۲۸
- جدول ۱-۳- مشخصات کلی نمونه آماری ۱۰۹
- جدول ۲-۳- خلاصه نتایج پرسش‌نامه ژنراتور موقعیت در زمینه سرمایه مذهبی ۱۱۳
- جدول ۳-۳- شدت پیوندهای دانشجویان دکتری با صاحبان مشاغل مذهبی ۱۱۶
- جدول ۴-۳- رتبه بندی پرستیژ مشاغل مذهبی ۱۱۸
- جدول ۵-۳- قابلیت اعتماد به شاخص‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۱۲۱
- جدول ۶-۳- اطلاعات کلی مقیاس‌های سرمایه مذهبی ۱۲۲
- جدول ۷-۳- حداقل و حداکثر دسترسی به مشاغل مذهبی با پرستیژ بالا و پایین ۱۲۳
- جدول ۸-۳- میانگین سرمایه مذهبی در میان زیرگروه‌های دانشجویان دکتری ۱۲۴
- جدول ۹-۳- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های علوم انسانی بر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا ۱۲۷
- جدول ۱۰-۳- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های فنی-مهندسی بر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا ۱۲۸
- جدول ۱۱-۳- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های علوم پزشکی بر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا ۱۲۹
- جدول ۱۲-۳- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های مدیریت و اقتصاد بر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا ۱۳۰
- جدول ۱۳-۳- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های علوم انسانی بر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین ۱۳۱

- جدول ۳-۱۴- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های فنی-مهندسی بر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین ۱۳۲
- جدول ۳-۱۵- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های علوم پزشکی بر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین ۱۳۲
- جدول ۳-۱۶- نتایج تخمین اثرات متغیرهای مورد بحث به همراه رشته‌های مدیریت و اقتصاد بر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین ۱۳۳
- جدول ۳-۱۷- خلاصه پاسخ به بخش نوآوری پرسش‌نامه ۱۳۵
- جدول ۳-۱۸- اطلاعات مربوط به مقیاس نوآوری ۱۳۷
- جدول ۳-۱۹- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا بر نوآوری ۱۳۹
- جدول ۳-۲۰- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی پرستیژ بالا بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا... ۱۴۰
- جدول ۳-۲۱- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین بر نوآوری ۱۴۱
- جدول ۳-۲۲- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی پرستیژ پایین بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا. ۱۴۲
- جدول ۳-۲۳- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی کل بر نوآوری ۱۴۳
- جدول ۳-۲۴- نتایج تخمین اثر سرمایه مذهبی کل بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا..... ۱۴۴
- جدول ۳-۲۵- نتایج تخمین اثر رشته‌های علوم انسانی بر نوآوری ۱۴۵
- جدول ۳-۲۶- نتایج تخمین اثر رشته‌های علوم انسانی بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا ۱۴۶
- جدول ۳-۲۷- نتایج تخمین اثر رشته‌های مدیریت و اقتصاد بر نوآوری ۱۴۷
- جدول ۳-۲۸- نتایج تخمین اثر رشته‌های مدیریت و اقتصاد بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا.. ۱۴۸
- جدول ۳-۲۹- نتایج تخمین اثر رشته‌های علوم پزشکی بر نوآوری ۱۴۹
- جدول ۳-۳۰- نتایج تخمین اثر رشته‌های علوم پزشکی بر نوآوری بعد از حذف اثر متغیرهای بی معنا ۱۵۰

جدول ۳-۳۱- نتایج تخمین اثر رشته‌های فنی-مهندسی بر نوآوری..... ۱۵۱

فصل اول

مقدمه و کلیات طرح تحقیق

مقدمه

مفهوم سرمایه مذهبی به صورت خام بیش از ۳۰ سال پیش وارد ادبیات اقتصاد شده است، اما برداشت‌های اولیه نسبت به این مفهوم بسیار ناقص بوده است و آن را بیشتر به عاملی برای مصرف تعبیر کرده‌اند. با این وجود ما در این پژوهش با توجه به مبانی و مفاهیم اسلامی، مفهوم کامل‌تری از سرمایه مذهبی را مد نظر داریم^۱. سرمایه مذهبی به‌طور مشخص موجب ایجاد و خلق فعالیت‌های ویژه می‌شود و می‌توان آن را نوعی ایجاد کننده دانست، مانند سرمایه اقتصادی که ایجاد کننده محصول یا سرمایه انسانی که موجب رشد تولید است. سرمایه مذهبی شامل عناصر مختلفی است. این عناصر می‌توانند به صورت‌های مختلف بر فعالیت‌های اقتصادی اثرگذار باشند. از جمله مهمترین این فعالیت‌ها عبارتند از: بهبود توزیع ثروت و درآمد، افزایش رشد اقتصادی، توسعه اقتصادی، افزایش شفافیت بازارها و گسترش اطلاعات صحیح و مفید، اصلاح مصرف فرد و جامعه، اصلاح ساختار و عرضه و تقاضای بازارهای مالی، بهبود امنیت اجتماعی و اقتصادی، افزایش رفاه فرد و جامعه، افزایش مخارج مذهبی افراد و غیره.

نوآوری به عنوان مسئله‌ای مهم برای افراد، نهادها و روی هم رفته، برای همه جوامع به دلیل ارتباط آن با انعطاف پذیری و تولید بسیار مهم و اساسی است. از آنجا که نوآوری بعنوان نیروی محرکه عمده اقتصاد در نظر گرفته می‌شود و عامل مهمی در رشد اقتصادی است، عواملی نیز که منتهی به نوآوری می‌گردند، در نظر سیاستگذاران مهم انگاشته می‌شوند. یکی از این عوامل سرمایه مذهبی است. از این رو در اینجا پرسش اصلی این است که آیا سرمایه مذهبی بر ایجاد نوآوری اثر دارد؟

تأکید این پژوهش بر نوآوری فردی دانش بنیان است. در این پژوهش برای سنجش سرمایه مذهبی فردی از پرسش‌نامه استفاده می‌شود که مبتنی بر تکنیک ژنراتور موقعیت طراحی شده است. جامعه مورد بررسی

^۱ از جمله برای اطلاع از مفهوم سرمایه مذهبی در مطالعات غیر اسلامی به دادگر و عزتی (۱۳۸۱) مراجعه شود.

در این پژوهش دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس می‌باشند که تا پایان سال تحصیلی (۹۲-۹۳) در این دانشگاه مشغول به تحصیل هستند.

ضرورت این تحقیق بر این است که به طور کلی می‌توان گفت بحث از سرمایه مذهبی با این عنوان، جدید بوده و مطالعات مختلفی که انجام شده، به نوعی اثر مذهب بر رفتارهای اقتصادی در آنها مطرح شده است و آنها اغلب مذهب را در یک یا چند باور و اعتقاد خلاصه کرده‌اند. نکته مهم آن است که این توجه باعث شده است مذهب به عنوان یک سرمایه جدی به ویژه در بعد اجتماعی مورد توجه قرار نگیرد و آن را در بعد ضروری خلاصه و اثر سرمایه‌ای آن را نیز محدود کرده‌اند. همچنین تاکنون از روش ژنراتور موقعیت برای سنجش سرمایه مذهبی استفاده نشده است.

بنابراین به نظر می‌رسد که بررسی سرمایه مذهبی به عنوان سرمایه‌ای در کنار انواع سرمایه‌ها و همچنین اثر این سرمایه بر نوآوری به صورت تجربی می‌تواند کمک خوبی به توسعه این مبحث علمی و سیاست‌گذاری در این زمینه باشد و از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱-۱- بیان مسئله

نوآوری به عنوان مسئله‌ای مهم برای افراد، نهادها و روی هم رفته، برای همه جوامع به دلیل ارتباط آن با انعطاف پذیری و تولید بسیار مهم و اساسی است. مهمترین عامل در رشد و پیشرفت بشر در تمام زمینه‌ها نوآوری و خلاقیت است.

نوآوری از کلمه انگلیسی innovate به معنی ساختن یک چیز جدید استخراج شده است. شوچیتی^۲ اولین کسی بود که نوآوری را در قالب مفهوم علمی مطرح کرد. بر اساس نظریه وی، نوآوری به یکی از اشکال زیر مطرح می‌شود:

۱- معرفی و تجارتي کردن محصول یا خدمت جدید یا بهبود اساسی در کاربرد محصولات و خدمات موجود

۲- معرفی فرآیند تولید جدید یا بهبود اساسی در فرآیندهای کاری موجود

۳- گشودن درهای بازار جدید

۴- توسعه منابع جدید تأمین کننده مانند مواد اولیه، تجهیزات و دیگر ورودی‌ها

۵- ایجاد تغییرات اساسی در ساختارهای صنعتی و سازمانی.

دلایل متعددی برای توسعه نوآوری وجود دارد که مهمترین آنها به شرح زیر است:

- نوآوری باعث رشد اقتصادی است.

- نوآوری رفاه اجتماعی را افزایش می‌دهد.

- نوآوری موجب برتری رقابتی می‌شود.

² Shouchiti

- نوآوری سود نوآور را افزایش می‌دهد.

- نوآوری استفاده از فرصت‌ها را ممکن می‌سازد.

- نوآوری بازگشت سرمایه را بهبود می‌بخشد و مهمتر از همه بقای سازمان را تضمین می‌کند.

رشد نوآوری در یک کشور، محرک بهبود در شرایط بسیاری از حوزه‌ها است. نوآوری، رشد اقتصادی را متأثر، فرهنگ کار و کارآفرینی را تقویت، فضای زندگی فردی و اجتماعی را متحول و در نهایت رضایت و رفاه مردم را افزایش می‌دهد. به همین جهت برخی از محققان این عرصه، از آن به عنوان موتور رشد اقتصادی یاد می‌کنند. توجه به نوآوری در دنیایی که تغییر و تحول در عرصه اقتصاد و صنعت با نهایت سرعت اتفاق می‌افتد؛ شرط اساسی حضور در عرصه رقابت بین‌المللی است و به همین جهت می‌بایست مطالعات بیشتری در این زمینه صورت پذیرد. در این راه شناسایی عوامل اثرگذار بر نوآوری ضروری است. سرمایه مذهبی که به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین فاکتورهای تحقق نوآوری باشد می‌تواند بر افزایش نوآوری در کشور مؤثر باشد.

از آنجایی که نوآوری یکی از مؤلفه‌های رشد و شکوفایی استعدادهای افراد جامعه است باید مطالب پیرامون آن به درستی شناخته و به کار بسته شود تا منجر به تولید علم، افزایش کیفیت خدمات، رشد همه جانبه و شکوفایی مستمر و گسترده استعدادها گردد. نقطه امید و توجه هر جامعه به نسل جوانی است که در حال تعلیم و تربیت و رشد و شکوفایی است. در حقیقت بیشترین توقع در موضوع خلاقیت و نوآوری از جوانان است.

نوآوری دارای مصادیق مختلفی همچون: ساختن و معرفی یک چیز جدید و مفید در ذهن و آغاز یک عمل برای بار نخست، بکارگیری و عملی ساختن تفکرات جدید ناشی از خلاقیت، فرآیند تبدیل ایده به محصول، خدمات، فرآیندها، روش‌ها و برنامه‌های نو و سایر موارد می‌باشد و زمینه ساز و منشأ آن وجود

تراکم علم و تولید دانش در کشور است و بدون این زمینه سازی خود به خود نوآوری حاصل نمی‌شود. منظور از نوآوری در این پژوهش انجام کارهای علمی دارای نوآوری از سوی دانشجویان است.

در این تحقیق سعی بر این است تا اثر سرمایه مذهبی بر نوآوری را در جامعه دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس بررسی نماییم.

از جمله عناصر تأثیر گذار بر فرآیند نوآوری در افراد سرمایه مذهبی می‌باشد. افراد با استفاده از سرمایه مذهبی به دنبال نتایج اقتصادی زودرس نیستند، آنها به دنبال اجر اخروی هستند که در این دنیای مادی به دست نمی‌آید. بنابراین، الگویی ماورای زمان برای خود متصورند. همین الگو سبب می‌شود که سرمایه مذهبی دارای الگوی مادی غیر مستقیمی باشد که عواید مادی آن به همه افراد جامعه برسد.

سرمایه مذهبی به مجموعه نهادها، تجربه‌ها، ارتباطات، باورها، ارزش‌ها، دانش، قوانین و مقررات، نمادها و واقعیت‌های محیطی فیزیکی و غیر فیزیکی و مانند آن در جامعه اشاره دارد که از وجود مذهب و ایمان مذهبی نشأت گرفته باشد. سرمایه مذهبی را بنابر سطوح تحلیلی خرد و کلان به دو بخش سرمایه مذهبی فردی و سرمایه مذهبی اجتماعی تفکیک می‌کنیم. در سطح تحلیلی خرد، واحد بررسی، فرد یا بنگاه (و یا تعدادی از افراد یا بنگاه‌ها) است و سرمایه مذهبی فردی در این سطح قرار می‌گیرد. در مقابل، در سطح تحلیلی کلان، سرمایه مذهبی به عنوان یک مفهوم برای مطالعه عملکرد نهادی و اقتصادی در سطح جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرد و سرمایه مذهبی اجتماعی در این سطح قرار می‌گیرد. سرمایه مذهبی در این دو سطح با یکدیگر ارتباط دارند و مکمل یکدیگر هستند. در حقیقت نوعی جایگزینی بین سطوح مختلف وجود دارد.

بر اساس این دیدگاه، دو نوع سرمایه مذهبی قابل طرح است: