

مقایسه سطح سرمایه اجتماعی زنان و مردان کارآفرین در حوزه‌های کاری زنان و مردان

زهرا آراستی^{۱*}، ژوان ناهید^۲، آرین قلی‌پور^۳

۱. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۵/۲۸

تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۱۱/۱۵

چکیده

در فرایند خلق ارزش از راه شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به منظور دستیابی به منابع و اطلاعات، کارآفرینان ناگزیر به ایجاد شبکه‌های اجتماعی و بهره‌مندی از سرمایه حاصل از ارتباطات اجتماعی (سرمایه اجتماعی) هستند. در این میان، یکی از عواملی که بر سطح سرمایه اجتماعی افراد جامعه (فرد کارآفرین به طور خاص) تأثیرگذار است نوع فعالیت‌ها، ارتباطات و عملکرد آن‌ها در حوزه‌هایی است که بدان اشتغال دارند. این پژوهش با هدف مقایسه سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینان در حوزه‌های کاری زنان و مردان از نقطه نظر چهار بعد اعتماد، مشارکت، فعالیت و شبکه‌های اجتماعی با استفاده از روش تحقیق کمی از نوع پیمایشی با استفاده از ابزار پرسشنامه و به صورت سرشماری در جامعه آماری کارآفرینان برتر استان تهران، انجام شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در حوزه‌های کاری زنانه دارای بالاترین سطح سرمایه اجتماعی نسبت به سایر گروه‌ها هستند، در صورتی که زنان و مردان کارآفرین در حوزه‌های کاری مردانه دارای کمترین سطح سرمایه اجتماعی هستند. نتایج تحقیق می‌تواند علاوه بر کمک به سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی در توسعه سرمایه اجتماعی مفید و اثربخش کارآفرینان را در انتخاب حوزه‌های فعالیت کارآفرینی که بالاترین سطح سرمایه اجتماعی و بالطبع عملکرد مناسب‌تری را به همراه داشته باشند رهنمون شود.

واژه‌های کلیدی: حوزه‌های کاری زنانه و مردانه، زنان، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی

مقدمه

کیفیت روابط انسانی مدت‌های زیادی است که مورد توجه نظریه‌پردازان اجتماعی است. مطالعات نظری و تجربی نشان می‌دهد که گسترش و تسهیل شبکه ارتباطات و پیوندهای اجتماعی سطح دسترسی افراد و گروه‌ها را به منابع اقتصادی و اجتماعی ارتقا می‌دهند. این پیوندها و ارتباطات در اشکال متفاوت خود به صورت درون‌گروهی و برون‌گروهی باعث می‌شوند که عناصر موجود در جامعه به هم اتصال یابند و کنش‌های جمعی از قبیل تعاون، حمایت‌های اجتماعی و غیره تسهیل شوند (اونق، ۱۳۸۴: ۴). در این میان، فرد کارآفرین عضوی از جامعه است که در جهت پیشبرد اهداف خود و دسترسی بیشتر به منابع و امکانات و بهره‌گیری از حمایت‌های مالی و اجتماعی دیگران ناگزیر به توسعه شبکه ارتباطات و پیوندهای اجتماعی‌اش است. جامعه‌شناسان امروزی برای بررسی کمیت و کیفیت چنین ارتباطاتی از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره‌جسته‌اند (ارشادی، ۱۳۸۸: ۱۲).

سرمایه اجتماعی به پتانسیل دستیابی به منابع ارزشمند از طریق ارتباطات اجتماعی گفته می‌شود (Cheung and Chan, 2009:126). این سرمایه می‌تواند به فرد و نیز به یک گروه یا سازمان تعلق یابد. سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌های فردی و حرفه‌ای فرد کارآفرین ایجاد می‌شود و می‌تواند به کارآفرین به شیوه‌های مختلف کمک کند. این شبکه‌ها عرضه‌کننده انواع مشاوره‌های قانونی، حقوقی، مالی، وام‌ها یا مشاوره‌های تخصصی در خصوص صنعتی هستند که فرد کارآفرین در آن فعالیت می‌کند. در حقیقت، سرمایه اجتماعی منبعی است که امکان دسترسی و دستیابی به منابع و فرصت‌های مختلف، صرفه‌جویی در زمان، بهره‌گیری از مشاوره‌های شغلی و انواع حمایت‌هایی را که ممکن است برای یک فرد در دسترس نباشد فراهم می‌آورد. این مزایا و منافع سهم بسزایی در موفقیت و بقای کسب‌وکار کارآفرین دارند اما در این میان ممکن است زنان نسبت به مردان سطح دسترسی متفاوت و کمتری به سرمایه اجتماعی داشته باشند (Sapleton, 2009:195).

کارآفرینان زن در مقایسه با کارآفرینان مرد انواع متفاوتی از سرمایه‌های اجتماعی را در مراحل مختلف به کار می‌گیرند (Kikul and Titus, 2005:6)؛ همچنین مطابق با گزارش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) میزان تغییر از وضعیت کارمندی به وضعیت خوداشتغالی

از سال ۱۹۹۰ در بین زنان افزایش و در میان مردان کاهش یافته است. این در حالی است که کسب و کارهایی که زنان بیشتر در آن‌ها فعالیت دارند در حوزه‌های محدودی باقی مانده است که در اصطلاح به آن ۳c می‌گویند؛ یعنی کسب و کارهای مربوط به تدارکات^۱، نظافت^۲ و مراقبت از کودکان یا سالمندان (Sapleton, 2007:2).

بیشتر تحقیقات داخلی انجام شده به بررسی ارتباط اشتغال زنان و مردان و سرمایه اجتماعی پرداخته و مطالعه جدی بر فعالیتهای کارآفرینی و خوداشتغالی با در نظر گرفتن تفکیک جنسیتی صورت نگرفته است. از این رو با فرض آنکه تقسیم‌بندی‌های حوزه‌های کاری از لحاظ جنسیت غالب افراد مشغول در آن بر عملکرد کارآفرینان تأثیرگذار است (Sapleton, 2009:193)، این پژوهش بر آن است تا سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینان را در حوزه‌های کاری زنان و مردانه بسنجد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

سرمایه اجتماعی

برخی معتقدند واژه سرمایه اجتماعی با مفهومی متفاوت را شخصی به نام آلفرد مارشال^۳ در سال ۱۸۹۰ به کار برد (حجتی کرمانی، ۱۳۸۵: ۴)، در حالی که برخی دیگر معتقدند این واژه اولین بار در سال ۱۹۱۹ در مقاله شخصی به نام هانیفان^۴ آورده شد که در آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای امریکا خدمت می‌کرد. وی معتقد بود که سرمایه اجتماعی به جنبه‌های محسوسی اشاره دارد که در زندگی مردم یافت می‌شود؛ برای مثال حسن نیت، رفاقت، دوستی و همدردی، دادوستد میان افراد و خانواده‌هایی که واحدهای اجتماعی را می‌سازند به خوبی دیده می‌شود (اوتق، ۱۳۸۴: ۵). به هر حال کاربرد این مفهوم در دهه ۱۹۸۰ رونق گرفت. به نقل از علمی و شارع پور (۴۳:۱۳۸۴) در این دهه، جامعه‌شناس فرانسوی پیر بوردیو^۵ (۱۹۸۰-۱۹۸۳) بر منابع اجتماعی و اقتصادی‌ای تأکید کرد که در شبکه‌های اجتماعی به صورت بالقوه

-
1. Catering
 2. Cleaning
 3. Alfred Marchal
 4. Hannifin
 5. Pierre Bourdieu

یا بالفعل وجود دارند؛ اما آنچه پایه مطالعات جدید سرمایه اجتماعی را فراهم کرد پژوهش‌های چندگانه جیمز کلمن^۱ جامعه‌شناس (۱۹۸۸-۱۹۹۰) و رابرت پاتنام^۲ (۲۰۰۰، ۱۹۹۵، ۱۹۹۳) استاد علوم سیاسی است (علمی و شارع پور، ۱۳۸۴: ۴۳). این دو نویسندهگان و پژوهشگران دیگر سعی بر آن داشتند تا به ارائه تعاریف نظری در باب این موضوع بپردازند و چهارچوبی نظری و عملی را برای آن تدارک ببینند و البته در این زمینه موفقیت‌های بسیاری کسب کردند.

مفهوم اصلی سرمایه اجتماعی را می‌توان در سه جمله بیان داشت: "ارتباطات مهم هستند"، "با ایجاد ارتباط با یکدیگر مردم دست به کارهایی می‌زنند که به‌تنهایی یا قادر به انجام آن نیستند یا برای انجام آن مشکلات فراوانی دارند"، "مردم از طریق مجموعه‌ای از شبکه‌ها با هم در ارتباطند و با دیگر اعضای شبکه‌ها ارزش‌های مشترکی دارند، به طوری که این شبکه‌ها منبعی ایجاد می‌کنند که به نظر می‌آید آن‌ها نوعی سرمایه ایجاد کرده‌اند" (فیلد، ۲۰۰۳: ۱۹). گرین^۳ (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی را طیف کاملی از نهادها، ابزارها و رفتارهای یاد گرفته شده تعریف می‌کند که گروه‌ها و افراد را قادر می‌سازد تا فضاهای فیزیکی را بهره‌ور و فضاهای فرهنگی و اجتماعی را مساعد کنند (Greene, 2001:159). گلیرز^۴ (۲۰۰۱) بر این عقیده است که سرمایه اجتماعی شامل هنجارها، شبکه‌ها و انواع ارتباطات اجتماعی است و مهم‌ترین منبع افزایش رفاه و بهبود اقتصادی در یک اجتماع استفاده از آن دسته منابع اجتماعی است که هنجارها و شبکه‌ها را در بر می‌گیرد (Gleaser, 2001:2). این تعاریف بر مبنای آنکه بر جوهره اصلی، منابع یا آثار سرمایه اجتماعی تمرکز دارند تغییر می‌کنند؛ همچنین بر سه مبنای ذیل با یکدیگر متفاوتند: ۱. روابطی که عامل می‌کوشد با دیگران برقرار و حفظ کند، ۲. ساختار روابط بین عاملان در یک گروه و ۳. تمرکز بر نوع بیرونی ارتباط (۱- روابط خارجی بین عاملان که به آن نوع پل زن سرمایه اجتماعی گویند و ۲- تمرکز بر نوع درونی ارتباطات که به آن اتصالی می‌گویند. (Adler and Kwon, 2002:18)

-
1. Jears Coleman
 2. Robert Putnam
 3. Greene
 4. Gleaser

سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کند (آشنا، ۱۳۸۴: ۳). سرمایه اجتماعی به منزله مجموعه‌ای از منابع بالقوه و بالفعلی است که در شبکه روابطی که افراد کارآفرین دارند قابل دسترسی است و از آن مشتق می‌شود (Nahapiet and Ghoshal, 1998:243). از آنجا که این اطلاعات کاملاً متنوع هستند، در مرحله بررسی تغییرات محیطی و تشخیص فرصت بسیار مؤثر خواهند بود. در روابط ضعیف، افراد دورتر مد نظرند که فراوانی و تکرار تماس‌هایمان با آن‌ها بسیار محدود است. این روابط بسیار پراهمیت هستند و به‌ویژه در یافتن ایده مناسب نقش بسزایی را ایفا می‌کنند (Boissevain, 1974:25). افزون بر این، روابط قوی با دوستان نزدیک سبب دستیابی به اطلاعات معتبرتری می‌شود که البته تنوع این اطلاعات کمتر است؛ همچنین از این طریق دسترسی به منابع حیاتی مادی و معنوی‌ای ممکن می‌شود که در اقدام به بهره‌برداری از فرصت‌ها نقش اساسی دارند و شانس موفقیت را نیز افزایش می‌دهند (همان: ۲۶). سطح بالایی از سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینان سهیم است و به طور خاص سرمایه اجتماعی زیاد دسترسی قوی‌تر به اطلاعات، مشارکت بیشتر و کسب اعتماد از سوی دیگران را برای کارآفرینان فراهم می‌کند که این در مراحل مختلف کارآفرینی مانند تشخیص فرصت و تأمین منابع می‌تواند بسیار اثرگذار باشد (امینی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۲). ارتباط مقوله کارآفرینی با سرمایه اجتماعی از نظر پیدایش نوآوری در جامعه نیز قابل بررسی است. نقش نوآوری، به عنوان عاملی اساسی در توسعه و رشد اقتصادی، در ادبیات اقتصاد و مدیریت کاملاً پذیرفته شده است. سرمایه اجتماعی عاملی اساسی برای افزایش بهره‌وری و خلق ایده‌های نو است (سعیدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۲). شکی نیست که نیاز به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، به عنوان کاتالیزور اساسی در ایجاد نوآوری، مهم‌ترین نقش را بازی می‌کند. این در حالی است که عوامل متعدد دیگری بر نوآوری تأثیر می‌گذارند. از جمله این عوامل می‌توان به سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی اشاره کرد (Boissevain, 1974:28).

تفکیک جنسیتی مشاغل

تفکیک جنسیتی تعریف کننده "موقعیتی است که در آن زنان و مردان بدون در نظر گرفتن اصل تخصیص شغل به صورت متفاوتی در مشاغل و حرف کاری توزیع شده‌اند، به صورتی که هر یک سهم زیادی از استخدام شدگان یک شغل را به خود اختصاص می‌دهند". تفکیک جنسیتی مشاغل در اغلب کشورها، بدون در نظر گرفتن سطح توسعه اقتصادی، نظام سیاسی و مذهبی و محیط اجتماعی و فرهنگی آنها وجود دارد. در واقع، تفکیک جنسیتی یکی از مشخصه‌های بازار کار است (Watts, 2003:631). تفکیک جنسیتی در مشاغل را می‌توان با در نظر گرفتن دو بعد مورد بررسی قرارداد. یک بعد در اصطلاح بعد عمودی است که در واقع به سنجش میزان نابرابری جنسی در اشتغال می‌پردازد و بعد دیگر بعد افقی است که تفاوت توزیع جنسیت در بازار کار را بدون در نظر گرفتن نابرابری بررسی می‌کند. نتیجه این دو بعد در کل تفکیک جنسیتی بازار کار را به بار می‌آورد (Blackburn, 2009:4). تفکیک عمودی اشاره به تمایل مردان برای کار در مشاغلی دارد که میزان حقوق دریافتی آنها بالاست که می‌تواند به عنوان مؤلفه نابرابری در تفکیک جنسیتی مشاغل در نظر گرفته شود. این بعد از تفکیک می‌تواند آثار شایان توجهی بر تفکیک جنسیتی مشاغل و نابرابری‌های جنسیتی بازار کار در حقوق و دستمزد داشته باشد. تفکیک افقی بعدی است که به آن بخش از تفاوت‌های شغلی اشاره دارد که الزاماً به نابرابری و بی‌عدالتی منجر نمی‌شود (Sapleton, 2009:194). بعد افقی تفکیک جنسیتی مشاغل کاملاً مستقل از بعد عمودی است. این بعد نشان‌دهنده گستره‌ای است که در آن تفکیک شغلی به نابرابری منجر نمی‌شود و در کل معایبی را برای هر دو جنس مرد و زن اعم از آزادنبودن در انتخاب شغل به بار می‌آورد. هرچه در ترکیب شاغلان یک شغل جنسیت واحدی غالب باشد، آن شغل و حرفه برای جنس مقابل نامناسب‌تر می‌شود (Blackburn, 2009:6).

بر خلاف تلاش سیاست‌گذاران، اغلب زنان و مردان اروپایی تمایل دارند در مشاغلی فعالیت کنند که اغلب اعضای آن را هم‌جنسانشان تشکیل می‌دهند (Sapleton, 2009:194). در سال ۲۰۰۵، تقریباً ۳۶ درصد زنان شاغل تنها در شش گروه از ۱۳۰ گروه استاندارد شغلی دنیا (مطابق با استاندارد ISCO) کار می‌کردند، در حالی که شش گروه شغلی که مردان در آن غالب هستند، بیش از ۲۵ درصد کل مشاغل را شامل می‌شوند (Bettio, 2008:31). جدول ۱ شش گروه شغلی را که مردان و زنان در آن غالب هستند نشان می‌دهد.

جدول ۱. شش گروه شغلی خاص زنان و مردان (منبع: ISCO)

مردان	زنان
رانندگی وسایل موتوری سنگین	مأمور فروش و عرضه در فروشگاه
کارگری سفت کاری ساختمان و امور مربوط	مددکاری، نظافت و خشک شویی
مدیریت شرکت های کوچک	مراقبت و پرستاری
کارگری نازک کاری ساختمان و امور مربوط	منشی گری
تکنیسین علوم مهندسی و فیزیک	متخصصان امور اداری
مکانیک ماشین آلات و تجهیزات	مشاغل مربوط به خدمات رستوران و خانه داری

شواهد آماری ایران نیز در جهت تأیید این نظریه ها و نشان دهنده محدودیت تنوع شغلی و فرصت های کمتر ارتقای شغلی برای زنان است. تمرکز زنان شاغل ایرانی در بخش های آموزش و بهداشت مؤید نظریه های جنسیتی است که بر گرایش زنان به جذب در مشاغل زنانه، که انعکاسی از نقش خانگی آنان است، تأکید دارد (ملک زاده، ۸۷: ۸). بر اساس آمار مرکز آمار ایران (۱۳۹۱) هم اکنون ۱۳ درصد از زنان ایرانی مشغول به کارند که این آمار در مقایسه با جایگاهی که برای اشتغال زنان در برنامه توسعه چهارم در نظر گرفته شده بود راضی کننده به نظر نمی رسد. این در حالی است که آمارهای مجمع جهانی اقتصاد نشان دهنده مشارکت ۴۲ درصدی زنان در فعالیت های اقتصادی است. بر اساس آمارهای این مجمع زنان ۴ هزار و ۴۷۵ دلار و مردان ۱۱ هزار و ۳۶۳ دلار درآمد دارند که با بررسی این آمار درمی یابیم مردان دو برابر زنان درآمد دارند (مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، ۱۳۸۹). بر اساس آمار مجمع جهانی اقتصاد، ایران در رتبه ۱۱۶ از حیث فعالیت های اقتصادی زنان قرار دارد که این آمار در گذشته جایگاه ۱۱۸ را نشان می داد (همان).

بر اساس بررسی های آماری انجام شده ۸۲/۳۸ درصد زنان شاغل در بخش آموزشی و فرهنگی کار می کنند و در بخش های خدمات فنی، مهندسی، حرفه ای و کشاورزی کمتر از ۵ درصد اشتغال دارند؛ به عبارت دیگر، زنان در مشاغل فنی و مهندسی، خدمات فنی و حرفه ای و کشاورزی کمتر تمرکز یافته اند. زنان در ایران در بخش اشتغال دولتی به ترتیب بیشترین تمرکز را در وزارت آموزش و پرورش با ۵۲۳،۰۲۴ نفر و در وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با ۹۹،۸۸۰ نفر دارند. این آمار نشان می دهد که تا کنون دو بخش آموزش و بهداشت

بیشترین کوشش را در جذب افراد آموزش عالی به‌ویژه زنان داشته‌اند و تمرکز زنان شاغل ایرانی در بخش‌های آموزش و بهداشت بیش از سایر بخش‌هاست (همان).

تفکیک جنسیتی در خوداشتغالی و کارآفرینی

اگرچه بر اساس اطلاعات دیده‌بان جهانی کارآفرینی تفکیک جنسیتی بین مردان و زنان کارآفرین کمتر است، با وجود این بسیاری از شرکت‌ها را مردان راه‌اندازی می‌کنند. بیشتر زنان صاحب کسب‌وکار در سطوح پایین صنعتی مشغول به کارند یا اینکه در زمینه خدمات یا خرده‌فروشی فعالیت دارند و بسیاری از زنانی که از کارمندی به خوداشتغالی روی می‌آورند بیشتر در بخش آموزش، مراقبت و تدارکات به فعالیت می‌پردازند (Sapleton, 2007:2). انتخاب نوع کسب‌وکار از سوی زنان می‌تواند از جریانات متفاوت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها متأثر باشد؛ برای مثال زنان سنگاپوری صاحب کسب‌وکار معمولاً کسب‌وکارهای کوچک خدماتی و تجاری با تعداد کارمندان کم ایجاد می‌کنند و با رشد تدریجی به پایداری می‌رسند (آراستی و اکبری جوکار، ۱۳۸۷: ۳۷). اطلاعات به‌دست‌آمده از ایالات متحده آمریکا، که نشان می‌دهد زنان ۴۰ درصد صاحبان کسب‌وکار کل کشور را شامل می‌شوند، بیانگر آن است که زنان تنها ۷/۳ درصد از شرکت‌های ساختمانی را در دست دارند، در حالی که صاحبان بیش از نیمی از شرکت‌های آموزشی را زنان تشکیل می‌دهند. در انگلستان، از هر ده نفر از مردان خوداشتغال سه نفر آن‌ها در صنایع ساختمانی فعالیت دارند، در حالی که حدود یک‌چهارم زنان خوداشتغال در بخش خدمات نظیر خدمات مشاوره‌ای، اجتماعی و فردی در حال فعالیتند. برآورد شده است که در بخش‌های علوم، مهندسی، ساخت و تکنولوژی تعداد شرکت‌هایی که صاحبان آن‌ها مردها هستند ۱۰ برابر تعداد شرکت‌هایی است که صاحبان آن‌ها زنان هستند (Sapleton, 2009:195). تحقیق انجام‌شده درباره زنان کارآفرین تحصیلمکرده دانشگاهی ایران نشان می‌دهد که ۲۴/۸ درصد زنان صاحب کسب‌وکار در ایران در فعالیت‌های تولیدی، ۶۶/۷ درصد آن‌ها در فعالیت‌های خدماتی و ۸/۶ درصد آن‌ها در فعالیت‌های کشاورزی و زمینه‌های مرتبط با آن فعالیت دارند (آراستی و اکبری جوکار، ۱۳۸۷: ۴۲).

مسئلاً، محیطی که زنان و مردان کارآفرین در آن کسب‌وکار خود را شروع می‌کنند در رشد و دوام کسب‌وکار آن‌ها اهمیت بسیار دارد. از آنجا که اغلب زنان و مردان کسب‌وکار خود را در

دهه ۳۰ یا ۴۰ عمر خود راهاندازی می کنند، محیط کار را می توان منبعی برای کسب دانش و برقراری ارتباطاتی دانست که از طریق آن ها کسب و کار جدید شکل می گیرد. ارتباطاتی که در محیط کار ایجاد می شود می تواند منبع مهمی از مشاوره های شغلی به شمار آید و همچنین می تواند حکم عرضه کنندگان، مشتریان و کارکنان بالقوه را داشته باشد (Sapleton, 2009:195). جدول ۲ خلاصه ای از مطالعات صورت گرفته در زمینه سرمایه اجتماعی زنان را ارائه می دهد.

جدول ۲. خلاصه ای از مطالعات سرمایه اجتماعی زنان

پژوهشگر	شرح پژوهش
سپاپلتن ^۱ (۲۰۰۹)	این تحقیق با استفاده از داده های تحقیقات یک جامعه آماری ۲۲۱۴ نفره از صاحبان کسب و کار مربوط به مرکز مطالعات اجتماعی اروپا در ۳۰ کشور آن ها را بر اساس دو متغیر جنسیت و تفکیک جنسیتی شغل به صورت سنتی (حوزه کاری زنانه- مردانه) به ۴ زیر گروه تقسیم بندی کرده و سپس تأثیر جنسیت کارآفرین (صاحب کسب و کار) و بخشی را که در آن کار می کنند بر سطح سرمایه اجتماعی آن ها بررسی می کند. یافته های این تحقیق نشان می دهد زنانی که در حوزه های سنتی زنانه صاحب کسب و کارند از بالاترین سطح سرمایه اجتماعی برخوردارند. در مقابل، آن هایی که مرد و زن- در بخش های سنتی مردانه فعالیت دارند سطوح پایین تری از سرمایه اجتماعی را در ابعاد اعتماد، مشارکت اجتماعی و شبکه های اجتماعی از خود نشان می دهند؛ علاوه بر این، نتایج این تحقیق نشان می دهد که خوداشتغالی در حوزه ای سنتی یا غیر سنتی بر اساس جنسیت عاملی تأثیرگذار بر سطح سرمایه اجتماعی است.
افه و فوش ^۲ (۲۰۰۲)	این تحقیق با مطالعه متغیرهای مؤثر بر سطح سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم معناداری بین مشارکت زنان در بازار کار و متغیر سرمایه اجتماعی پیدا کرد، به طوری که هرچه میزان مشارکت زنان در بازار کار افزایش می یابد، سطح سرمایه اجتماعی جامعه نیز بالا می رود.
دیویس و آلدريج ^۳ (۲۰۰۰)	این تحقیق به بررسی سهم عضویت های داوطلبانه و مشارکت اجتماعی در میزان دسترسی صاحبان کسب و کارهای کوچک به منابع مهم سازمانی می پردازد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که عضویت در انجمن ها و مشارکت سازمانی باعث افزایش سطح دسترسی صاحبان کسب و کارهای کوچک به برخی منابع نظیر مشاوره های تخصصی است و زنان در مقایسه با مردان در این فرایند ضرر جدی نمی بینند. ولی منافعی که از سرمایه اجتماعی حاصل از عضویت های سازمانی نصیب افراد می شود برای مردان و زنان متفاوت است. انجمن های داوطلبانه ممکن است برای زنان فرصت هایی را برای ایجاد برخی ارتباطات فراهم آورند که در بازار کار امکان پذیر نباشند؛ بنابراین می تواند به آن ها در غلبه کردن بر موانع کمک کند.

1. Sapleton
2. Offe and Fuchs
3. Davis and Aldrich

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع کمی و پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کارآفرینان برتر استانی موجود در بانک اطلاعاتی وزارت کار و امور اجتماعی است که تعداد این افراد در مجموع ۱۸۶ نفر در کل استان‌های کشور بوده است. در این پژوهش، با توجه به نیاز به تعداد نمونه آماری بیشتر برای دسته‌بندی پاسخ‌دهندگان بر اساس زمینه فعالیت کسب و کار و جنسیت کارآفرین و به دلیل محدودیت تعداد و سطح دسترسی، از روش سرشماری استفاده شده است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه استاندارد استفاده شده در تحقیق ساپلتن (۲۰۰۹) است که در پروژه ESS در ۳۰ کشور به کار رفته است. متغیر سرمایه اجتماعی در این پرسشنامه به سنجش چهار بعد از ابعاد سرمایه اجتماعی شامل اعتماد اجتماعی، فعالیت اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. پرسش‌های این پرسشنامه را دو نفر از خبرگان موضوع با در نظر گرفتن شرایط بومی بررسی کردند و روایی آن تأیید شد. در این پرسشنامه، اعتماد اجتماعی با سه پرسش سنجیده شده است که پایایی آن در پرسشنامه اصلی ۰/۷۷ بوده است. فعالیت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی تنها با یک پرسش سنجیده شده‌اند و مشارکت اجتماعی با چهار پرسش سنجیده شده است که پایایی آن در پرسشنامه اصلی ۰/۶۶ بوده است؛ همچنین نتایج چرخش عاملی واریانس در پرسشنامه اصلی مطلوب بوده است. پایایی این پرسشنامه در تحقیق حاضر با روش آلفای کرونباخ تعیین شده است که مقدار آن ۰/۷ و مطلوب است. ۹۶ پرسشنامه با میزان بازگشت ۵۱/۶ درصد دریافت شد. از دلایل میزان پایین بازگشت پرسشنامه‌ها می‌توان به تغییر آدرس، مشغله بسیار کارآفرینان و تمایل نداشتن آنان به شرکت در تحقیق اشاره کرد. پاسخ‌دهندگان بر اساس دو ویژگی جنسیت کارآفرین (زن و مرد) و زمینه فعالیت کسب و کار (زنانه و مردانه) به چهار زیر گروه تقسیم شدند. اساس تقسیم‌بندی مشاغل زنانه و مردانه مطالعات مشابه و آمارهای معتبر موجود است. در مطالعات انجام شده، مشاغل و حوزه‌های کاری که بیش از ۷۰ درصد شاغلان آن را زنان تشکیل می‌دهند زنانه محسوب شده است. در این پژوهش، با توجه به محدودیت تنوع حوزه‌های کاری زنان در ایران و با توجه به آخرین گزارش‌های آماری سازمان کار و امور اجتماعی که هم‌اکنون فقط ۱۳ درصد از زنان

ایرانی مشغول به فعالیت هستند و این میزان در مقایسه با سهم زنان فعال در سایر کشورها رقم بسیار پایینی به حساب می آید، مشاغل و حوزه‌های کاری که بالای ۵۰ درصد آن را زنان تشکیل می دهند، مشاغل زنانه در نظر گرفته شده است؛ بنابراین حوزه‌های مربوط به آموزش - و پرورش، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، امور خیریه، مددکاری و سرپرستی زنان و کودکان بی سرپرست و حوزه‌های صنایع دستی و گردشگری با توجه به آمار بالای ۵۰ درصد زنان شاغل در آن‌ها (کار، ۱۳۸۴: ۴۶) از مشاغل و حرف زنانه به شمار می روند و سایر مشاغل مردانه محسوب می شوند. بر این اساس، تعداد افراد نمونه آماری تحقیق در چهار زیر گروه عبارتند از:

- زنان کارآفرین در مشاغل زنانه: ۶ نفر
- زنان کارآفرین در مشاغل مردانه: ۲۲ نفر
- مردان کارآفرین در مشاغل مردانه: ۴۹ نفر
- مردان کارآفرین در مشاغل زنانه: ۱۹ نفر

داده‌های پرسشنامه‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. در قسمت آمارهای توصیفی، شاخص‌هایی چون درصد میانگین و فراوانی استفاده شده‌اند. در قسمت آمارهای استنباطی ابتدا با استفاده از آزمون اسمیرنوف کولموگروف، نرمال بودن توزیع داده‌ها بررسی شدند و سپس میانگین سرمایه اجتماعی چهار زیر گروه با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه آنووا (ANOVA) مقایسه شده است.

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی

از مجموع ۹۶ نفری که به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند ۷۱/۹ درصد مرد و ۲۸/۱ درصد زن هستند. اکثر آن‌ها (۳۲/۳ درصد) در رده سنی ۲۵ تا ۲۹ سال قرار دارند. بیشتر پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. ۵۰ درصد از کارآفرینان زیر ۱۰ نفر کارمند دارند و ۱۰/۴ درصد از آن‌ها بالای ۸۰ ساعت در هفته کار می کنند. جدول ۳ توصیف کامل نمونه‌ها را نشان می دهد.

جدول ۳. ویژگی‌های زنان و مردان کارآفرین و کسب‌وکارشان

سن	درصد	تحصیلات	درصد
۲۰ تا ۲۴	۱	دیپلم و پایین‌تر	۳/۱
۲۵ تا ۲۹	۳۲/۳	فوق دیپلم	۲/۱
۳۰ تا ۳۴	۲۵	لیسانس	۴۲/۷
۳۵ تا ۳۹	۲۵	فوق لیسانس	۴۵/۸
۴۰ و بالاتر	۱۶/۷	دکتر و بالاتر	۶/۳
میزان ساعات کاری	درصد	جنسیت	درصد
زیر ۲۰	۱۵/۶	زن	۲۸/۱
بین ۲۰ تا ۴۰	۱۱/۵	مرد	۷۰/۸
بین ۴۱ تا ۶۰	۳۷/۵	بی‌پاسخ	۰/۱
بین ۶۱ تا ۸۰	۲۵	تعداد کارمندان	درصد
بالای ۸۰	۱۰/۴	زیر ۱۰ نفر	۵۰
		بین ۱۰ تا ۲۰ نفر	۲۴
		بالای ۲۰ نفر	۲۶

مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان

به منظور مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان در چهار زیرگروه آماری، ابتدا نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف انجام شد. در این آزمون، فرض صفر به صورت نرمال بودن داده‌ها نوشته می‌شود. با توجه به نتایج این آزمون ($n = 96$) و ($z = 1/0.32$) و ($sig = 0/237$) سطح معناداری بزرگ‌تر از $0/05$ است و فرض صفر تأیید می‌شود؛ از این رو داده‌های مربوط به متغیر سرمایه اجتماعی نرمال هستند؛ سپس با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان مقایسه شد. نتایج آزمون در مورد متغیر سرمایه اجتماعی در جدول ۴ آمده است. طبق نتایج این جدول مشاهده می‌شود که $sig = 0/044$ و کوچک‌تر از $0/05$ است که نشان‌دهنده نابرابری میانگین چهار گروه است.

جدول ۴. مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰۴۴	۲/۸۱۳	۰/۳۴۳	۳	۱/۰۳۰	بین گروه‌ها
		۰/۱۲۲	۹۰	۱۰/۹۸۰	در گروه‌ها
			۹۳	۱۲/۰۱۰	کل

برای اینکه مشخص شود کدام گروه میانگین سرمایه اجتماعی بیشتری دارد از آزمون LSD استفاده شده است.

جدول ۵. مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی چهار گروه آماری

سطح معناداری	اختلاف میانگین	گروه بندی افراد (J)	گروه بندی افراد (I)	نوع آزمون
۰/۵۰۸	۰/۱۰۹۴۳	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	LSD
۰/۰۲۸	*۰/۳۶۱۹۷	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	
۰/۰۷۰	۰/۲۷۷۴۳	کارآفرین مرد در مشاغل مردانه	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	
۰/۵۰۸	-۰/۱۰۹۴۳	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	LSD
۰/۰۲۷	*۰/۲۵۲۵۴	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	
۰/۰۸۴	۰/۱۶۸۰۱	کارآفرین مرد در مشاغل مردانه	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	
۰/۰۲۸	*-۰/۳۶۱۹۷	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	LSD
۰/۰۲۷	*-۰/۲۵۲۵۴	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	کارآفرین مرد در مشاغل مردانه	
۰/۳۵۶	-۰/۰۸۴۵۴	کارآفرین مرد در مشاغل مردانه	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	
۰/۰۷۰	-۰/۲۷۷۴۳	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	کارآفرین مرد در مشاغل مردانه	LSD
۰/۰۸۴	-۰/۱۶۸۰۱	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	کارآفرین مرد در مشاغل زنانه	
۰/۳۵۶	۰/۰۸۴۵۴	کارآفرین زن در مشاغل مردانه	کارآفرین زن در مشاغل زنانه	

طبق نتایج ارائه شده در جدول ۵، میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان زن در مشاغل زنانه بیش از میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان زن در مشاغل مردانه است؛ همچنین سرمایه اجتماعی کارآفرینان مرد در مشاغل زنانه بیش از میانگین سرمایه اجتماعی کارآفرینان زن در مشاغل مردانه است. نتایج نشان می‌دهد در موارد دیگر اختلاف معناداری وجود ندارد. شکل ۱

نیز نمودار میزان سرمایه اجتماعی زنان و مردان کارآفرین در حوزه‌های کاری زنانه و مردانه را نشان می‌دهد. بر اساس این نمودار بالاترین میزان سرمایه اجتماعی مربوط به کارآفرینان زن در مشاغل مشاغل زنانه است و پایین‌ترین میزان سرمایه اجتماعی مربوط به کارآفرینان زن در مشاغل مردانه است. این نتایج نشان می‌دهد فعالیت زنان در محیط‌های کاری زنانه در مجموع با سطح بالاتری از سرمایه اجتماعی در چهار بعد اعتماد، مشارکت، فعالیت و شبکه‌های اجتماعی همراه است، در حالی که فعالیت در محیط‌های مردانه سطح سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد و در نتیجه به کاهش سرمایه اجتماعی در این محیط‌ها (محیط کاری مردانه) منجر می‌شود.



شکل ۱. مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی در چهار گروه آماری

بحث و نتیجه گیری

توسعه اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه‌ای مستلزم به کارگیری بهتر و مؤثرتر منابع در جهت نیل به اهداف از پیش تعریف شده است. هر جامعه‌ای علاوه بر منابع سرمایه‌ای مالی و انسانی منابع سرمایه اجتماعی نیز دارد که سرمایه مذکور از پیوندها و روابط اثربخش افراد جامعه و شبکه‌های اجتماعی ناشی می‌شود. این تحقیق با هدف مقایسه سطح سرمایه اجتماعی زنان و مردان کارآفرین در حوزه‌های کاری زنانه و مردانه با استفاده از روش تحقیق کمی در جامعه آماری کارآفرینان استانی انجام شد.

نتایج این تحقیق در مورد سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینان در چهار بعد اعتماد،

مشارکت، فعالیت و شبکه‌های اجتماعی نشان داد که فعالیت زنان در محیط‌های کاری زنانه در مجموع با سطح بالاتری از ابعاد مذکور همراه است، در حالی که فعالیت در محیط‌های مردانه سطح سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد و در نتیجه به کاهش سرمایه اجتماعی در این محیط‌ها (محیط کاری مردانه) منجر می‌شود. به طور کلی، این نتایج نشان می‌دهد که سطح سرمایه اجتماعی در حوزه‌های کاری‌ای که مشارکت زنان در آنها بیشتر است (حوزه‌های کاری زنانه) بالاتر از سطح سرمایه اجتماعی در حوزه‌های کاری مردانه است. شاید این بدین دلیل باشد که حضور زن در محیط‌های کاری (چه در مشاغل زنانه و چه مردانه) به بالارفتن میزان فعالیت اجتماعی افراد، اعم از زن و مرد، در محیط‌های کاری منجر می‌شود و میزان حسن نیت، رفاقت، دوستی و همدردی را در محیط‌های کاری افزایش می‌دهد و در نتیجه به افزایش سطح سرمایه اجتماعی کمک می‌کند.

همچنین، نتایج نشان می‌دهد که بالاترین میزان سرمایه اجتماعی به کارآفرینان زن در مشاغل زنانه مربوط است، در حالی که زنان در مشاغل مردانه پایین‌ترین سطح سرمایه اجتماعی را دارا هستند. این بدان معناست که زنان در محیط کاری زنانه در مجموع از اعتماد، مشارکت، فعالیت و شبکه اجتماعی بیشتری برخوردارند. شاید بتوان این نتایج را این گونه تفسیر کرد که زنان در برقراری ارتباطات کاری با همجنس راحت‌تر هستند. این امر می‌تواند هم به دلیل مشترکات بین آنها و هم به دلیل محدودیت‌های اجتماعی و مذهبی در ارتباطات کاری با غیر همجنس باشد.

نتایج تحقیق ساپلتن (۲۰۰۹) نیز همراستا با نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در حوزه‌های کاری زنانه بالاترین سطح سرمایه اجتماعی را به خود اختصاص می‌دهند و این در حالی است که مردان در حوزه‌های کاری مردانه دارای پایین‌ترین سطح سرمایه اجتماعی هستند. افه و فوش^۱ (۲۰۰۲) نیز به رابطه مستقیم معناداری بین مشارکت زنان در بازار کار با متغیر سرمایه اجتماعی رسیدند، به طوری که هرچه میزان مشارکت زنان در بازار کار افزایش می‌یابد، سطح سرمایه اجتماعی جامعه نیز بالا می‌رود.

پیشنهادها

سرمایه اجتماعی همچون سرمایه انسانی از باارزش ترین منابع جامعه است؛ بنابراین هرگونه تغییر خط مشی و سیاست گذاری که بر پیکره اجتماع تأثیر بگذارد، می تواند به تخریب یا تقویت این منابع سرمایه ای منجر شود. با توجه به برخی تفکرات در راستای پررنگ کردن هرچه بیشتر تفکیک های جنسیتی و به طور کل جدا کردن دو جنسیت زن و مرد در محیط های علمی، اجتماعی و فرهنگی لازم است پیامدهای چنین تفکیک هایی از نظر تأثیری که بر پدیده های اجتماعی جامعه (سرمایه اجتماعی یکی از این پدیده هاست) دارد با دقت بیشتری مطالعه شود و بر اساس نتایج مطالعات انجام گرفته در این حوزه باشد. پیشنهادهای زیر در راستای نتایج تحقیق ارائه می شود:

- در ایجاد تفکیک های شغلی و جنسیتی در جامعه، تأثیر تفکیک شغلی و جنسیتی بر سطح سرمایه اجتماعی افراد در نظر گرفته شود؛
 - کارآفرینان به انتخاب حوزه های فعالیتی که بالاترین سطح سرمایه اجتماعی را برای ایشان به همراه دارد و بالطبع عملکرد مناسب تری را در آن خواهند داشت سوق داده شوند؛
 - با ایجاد شبکه های اجتماعی مؤثر بین کارآفرینان، افزایش میزان تعامل و ارتباط مؤثر و سطح اعتماد در بین آنها به پررنگ کردن ابعاد سرمایه اجتماعی در جامعه کارآفرینان کمک شود؛ چراکه موجب عملکرد بهتر و کارآمدتری از آنان می شود؛
 - با توجه به بالابودن سطح سرمایه اجتماعی زنان کارآفرین در حوزه های کاری زنانه فرصت های استفاده اثربخش از سرمایه اجتماعی برای زنان کارآفرین شناسایی شود که موجب ارتقای دستاوردهای کسب و کارهای با مالکیت و مدیریت زنان می شود؛
 - فرهنگ محیط های کاری مردانه به منظور بالابردن سطح سرمایه اجتماعی تغییر یابد که البته یک حرکت تدریجی است و نیازمند سیاست گذاری صحیح و مستمر است.
- از آنجا که بیشتر مطالعات و تحقیقات صورت گرفته به سرمایه اجتماعی به صورت خاص پرداخته اند و تعداد تحقیقات داخلی که به بررسی ارتباط سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پرداخته اند بسیار اندک است، تحقیقات آتی زیر در راستای تحقیق انجام شده پیشنهاد می شوند:

- بررسی ارتباط دو مقوله کارآفرینی و سرمایه اجتماعی و بالاخص تأثیر کارآفرینی بر سرمایه اجتماعی به عنوان مقوله‌ای مهم در جامعه؛
- بررسی ابعاد دیگر سرمایه اجتماعی و تأثیر تفکیک جنسیتی مشاغل بر متغیرهایی چون هنجارهای اجتماعی، حمایت‌های اجتماعی و غیره؛
- بررسی مقوله تفکیک جنسیتی بر سایر پدیده‌های اجتماعی علی‌رغم حضور نه‌چندان کم‌رنگ فرهنگ جنسیتی در جامعه ایرانی؛
- بررسی راه‌های ارتقای سرمایه اجتماعی کارآفرینان با توجه به نتایج به‌دست آمده در این تحقیق.

منابع

- آراستی، زهرا؛ محمدرضا اکبری جوکار (۱۳۸۷)، "تحقیقی پیرامون ویژگی‌های کسب و کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه اندازی کسب و کار"، *دانشور (رفتار)*، دانشگاه شاهد، سال پانزدهم، شماره ۳۲.
- ارشادی، فاطمه (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه میزان برخورداری از سرمایه اجتماعی و رضایت شغلی دبیران زن دبیرستان‌های شهرستان شبستر در سال ۸۸"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- آشنا، مصطفی (۱۳۸۴)، "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در واکن‌سازی اراک"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- امینی نژاد، روجا، آریین قلی‌پور و غلامرضا اسلامی بیدگلی (۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی کارآفرینان نوپا و تأمین مالی غیر رسمی، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۴۹-۷۰.
- اونق، نازمحمد (۱۳۸۴)، "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- حجتی کرمانی، فرشته (۱۳۸۵)، "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و فقر از منظر روستاییان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. سعیدی، علی اصغر، خیام عزیزی مهر، ندا طوسی و ریحانه تمیزی فر (۱۳۸۹)، سنجش سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با نوآوری، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۹، صص ۱۳۳-۱۵۵.
- علمی، زهرا، محمود شارع‌پور (۱۳۸۶)، "رتبه‌بندی سرمایه اجتماعی در مراکز استان‌های کشور"، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۲۳۹-۲۹۶.
- فیلد، جان (۱۹۴۹)، "سرمایه اجتماعی"، ترجمه جلال متقی (۱۳۸۵)، تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
- کار، مهرانگیز (۱۳۸۴)، "زنان در بازار کار ایران"، تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱)، آمارگیری نیروی کار، http://www.amar.org.ir/Portals/0/Files/fulltext/1391/n_niru_91-4.pdf
- ملک‌زاده، فهمیه (۱۳۸۷)، "نقش اشتغال زنان در توسعه و تعدد نقش‌ها"، انتشارات علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- Adler, P. and Kwon, S. (2002), "Social capital: Prospects for a new concept", *Academy of management journal*, 27(1), pp.17-40.
- Bettio, F. & Verashchagina, A (2008), "Gender segregation in labour market: root causes, implication and policy responses in the EU", European network of experts on employment and gender equality issues. pp. 1-120.
- Blackburn, R.M (2009), "Gender Inequality at Work in Industrial Countries", *Cambridge Studies in Social Research*, 11, pp.1-19.
- Boissevain, J. (1974). "Friends of friends", Oxford: Basil Blackwell.
- Cheung, C. and Kwok-hong Chan, R. (2009), "Social Capital as Exchange: Its Contribution to Morale", *Springer Netherlands*, 23(1), pp. 123-134.
- Davis, A. B, & Aldrich, H.E. (2000), "The Organizational Advantage? Social Capital, Gender, and Small Business Owners' Access to Resources", presentation at the 2000 American Sociological Association meetings.
- Glaeser, E. (2001). "The formation of social capital, organization for economic co-operation and development", www.oecd.org/dataoecd/5/17/1824983.pdf, pp.1-20
- Greene, J. P. (2001), "social and cultural capital in colonial British America: a case study", in Rotberg, R(Ed), *Patterns of social capital: stability and change in historical perspective*, Cambridge university press, Cambridge. pp. 153-172.
- Kikul, J. & Titus, L. (2005), "Context for the legitimacy of women entrepreneurs: The role of expert capital", center for gender in organizations. pp. 1-22.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage", *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-266.
- Offe & Fuchs, S. (2002). "A decline of Social Capital ? The German Case", in Putnam, Robert D. (2002). *Democracy in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. New York: Oxford University Press.
- Sapleton, N. (2007). "Entrepreneurship segregation, Networking and Business success: The influence of gender", *research institute for business and management*, pp.1-9.
- Sapleton, N. (2009). "Women non-traditional entrepreneurs and social capital", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), pp. 192-218.
- Watts, M. (2003), "The evolution of occupational gender segregation in Australia: Measurement and interpretation", *Australian journal of labour economics*, 6(4), pp. 631-655.