

## بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد

سیداحمد فیروزآبادی - دانشیار و مدیر گروه مطالعات توسعه روستایی، دانشکده علوم اجتماعی،  
دانشگاه تهران  
لیلا نصرالهی وسطی\* - کارشناس ارشد توسعه اجتماعی روستایی، دانشکده علوم اجتماعی،  
دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۳/۱۸ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۱۲/۱۲

### چکیده

با ایجاد روحیه کارآفرینی در زنان روستایی و تقویت اعتماد به نفس و استفاده هرچه بیشتر از نیروهای بالقوه زنان روستایی، دستیابی به توسعه روستایی سریع‌تر محقق خواهد شد. هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی میان زنان کارآفرین روستایی است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه زنان عضو شرکت تعاونی دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد است، که تمام ۱۱۸ نفر اعضای آن، نمونه آماری مطالعه را تشکیل می‌دهند. گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه انجام گرفت و روایی و پایایی آن به ترتیب با نظر استادان و ضریب آلفای کرونباخ تأیید گردید. فرض اصلی پژوهش این بود که بین اعتماد اجتماعی (با ابعاد فردی، عمومی و نهادی) و روحیه کارآفرینی (با ابعاد ریسک‌پذیری و خلاقیت) رابطه معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که بین اعتماد اجتماعی (فردی، عمومی و نهادی) و روحیه کارآفرینی (ریسک‌پذیری و خلاقیت) زنان روستایی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

**کلیدواژه‌ها:** اعتماد اجتماعی، خلاقیت، روحیه کارآفرینی، ریسک‌پذیری، زنان کارآفرین.

## مقدمه

کارآفرینی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی است که با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، می‌تواند نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷، ۱۶۳). اهمیت کارآفرینی در توسعه روستایی در این است که فرد کارآفرین می‌تواند با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات موجود، راهکارهایی برای رشد و توسعه ابداع کند. بدین ترتیب کارآفرینی می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره‌برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در توسعه روستایی داشته باشد (حسینی و سلیمان‌پور، ۱۳۸۵). کشورهای درحال رشد به‌منظور دستیابی به توسعه روستایی و کشاورزی، راهبردهای متفاوتی را در مقاطع زمانی گوناگون اجرا کرده‌اند، با این حال در بسیاری از موارد نتوانسته‌اند اهداف توسعه را محقق سازند. یکی از مهم‌ترین دلایل عدم موفقیت راهبردهای یادشده، توجه نکردن به فعال‌سازی سرمایه‌های اجتماعی، توسعه منابع انسانی و توسعه مشارکت‌های جمعی و مردمی میان روستاییان و کشاورزان بوده است (امیرانی و ظریفیان، ۱۳۸۲، ۱۱۷). توسعه کارآفرینی می‌تواند مشکلات ذکرشده را برطرف سازد و به‌عنوان راهبردی مناسب از طریق افزایش مشارکت‌های مردمی و فعال‌سازی سرمایه‌های اجتماعی و به‌کارگیری منابع انسانی موجود در منطقه، موانع توسعه روستایی را حل کند (هاشمی و دیگران، ۱۳۹۰، ۹۵). از سوی دیگر، اگر کارآفرینی را ضرورتی انکارناپذیر در عصر حاضر برشماریم، باید به مهم‌ترین عامل کارآفرینی - که همانا ایجاد روحیه کارآفرینی در افراد است - نیز باور داشته باشیم. کارآفرینی زنان - به‌ویژه زنان روستایی - با موانع فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی فراوانی روبه‌روست، که در بسیاری از موارد به‌سبب ناآگاهی و کمبود آموزش‌های لازم ایجاد شده‌اند. کارآفرینی زنان روستایی منجر به شکوفایی اقتصادی آنها می‌شود و زمینه‌های خودکفایی‌شان را به‌وجود می‌آورد. از بعد اجتماعی، ایجاد روحیه کارآفرینی در زنان روستایی در مسیر نجات آنان از انزوا و ایجاد اعتماد به‌نفس و استفاده هرچه بیشتر از نیروهای بالقوه این گروه اهمیت ویژه‌ای دارد (پاسبان، ۱۳۸۳، ۲۸۱).

استان لرستان در میان استان‌های کشور رتبه نخست آمار بیکاری را دارد، که بالطبع شامل نقاط روستایی و آمار خوداشتغالی جامعه روستایی استان نیز می‌شود. یکی از مشکلات اساسی در روستاهای کشور، به‌ویژه در منطقه مطالعه‌شده در این پژوهش - بخش شیروان از توابع شهرستان بروجرد- بیکاری است، که معضل کمبود درآمد را نیز با خود به‌دنبال دارد. به‌نظر می‌رسد به‌دلیل غلبه فرهنگ سنتی و بومی در منطقه مذکور روحیه کارآفرینی پایین است. محدودیت‌های فرهنگی و سنتی برای زنان، این مشکل را بیشتر می‌کند چون غالباً با مشارکت بیرون از خانه زنان موافقت نمی‌شود. باورهای سنتی، اجازه خروج از خانه را به زنان نمی‌دهد. از طرفی زنان نیز ممکن است از دلایل کاهش کارآفرینی باشند، چون به جامعه اعتماد نمی‌کنند و وارد فعالیت‌های کارآفرینی نمی‌شوند.

هدف اصلی مطالعه حاضر، بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی (به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی) با روحیه کارآفرینی زنان روستایی بخش شیروان شهرستان بروجرد است؛ تا تعیین شود که اعتماد اجتماعی (فردی، گروهی، نهادی) چگونه می‌تواند بر روحیه کارآفرینی زنان تأثیرگذار باشد. مطالعه حاضر در پی پاسخگویی به این سه پرسش است: الف) آیا بین اعتماد اجتماعی فردی و روحیه کارآفرینی از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه‌ای وجود دارد؟ ب) آیا بین اعتماد اجتماعی عمومی و روحیه کارآفرینی از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه‌ای وجود دارد؟ ج) آیا بین اعتماد اجتماعی نهادی و روحیه کارآفرینی از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه‌ای وجود دارد؟

## مبانی پژوهش

کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. ورتمن، کارآفرینی روستایی را این‌گونه تعریف می‌کند: ایجاد سازمانی جدید که تولید یا خدمت جدیدی را معرفی می‌کند، یا بازار جدیدی را ایجاد می‌کند، یا از فناوری جدیدی در محیط روستایی استفاده می‌کند. امروزه برنامه‌ریزان - به‌ویژه اقتصاددانان روستایی- مناسب‌ترین راهبرد پاسخ‌گویی به

چالش‌های روستایی - به‌ویژه چالش‌های اقتصادی - را تشویق روستاییان به «تجارت خانگی» به‌شبهه کارآفرینی می‌دانند. خاستگاه فلسفی نظریه مذکور این است که تجارت خانگی نوعی خوداشتغالی را در سطح جامعه محلی به‌وجود می‌آورد و روستاییان می‌توانند از طریق آن، تولیدات‌شان را صادر (و روانه بازار) کنند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹، ۲۷). با توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک کارآفرین، روستاییان به کالاها و خدماتی که نیاز دارند، دست می‌یابند و این امر تأثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش مهاجرت به شهرها دارد. از سویی دیگر، روستاها نیز همچون شهرها مملو از فرصت‌های جدید و کشف‌نشده‌ای هستند که کشف و بهره‌برداری به‌موقع از آنها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، مزایای اقتصادی فراوانی را برای روستاییان به‌همراه می‌آورد. کشورهای پیشرفته صنعتی توانستند نقش کارآفرینان را در توسعه اقتصادی کشف کنند و به‌دنبال توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان مدیران اقتصادی برآمدند (اکبری، ۱۳۸۵، ۱۷). دابسون<sup>۱</sup> و دیگران (۲۰۰۲) در مطالعه‌شان به‌منظور طراحی فعالیت‌های کارآفرینی و جمع‌آوری اطلاعات درباره سازمان‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های حمایت‌کننده از کارآفرینی در مناطق روستایی به این نتیجه رسیدند که برای حیات‌بخشی به روح کارآفرینی در مناطق روستایی به چهار عامل اصلی نیاز است که عبارت‌اند از:

- ایجاد فعالیت‌های متناسب با نیازهای شناسایی‌شده جامعه محلی؛
- تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت‌های محلی؛
- تمرکز بر کارآفرینی؛ و
- یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه‌های قبلی (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹، ۲۸).

---

1. Dabson

تحقیقات نشان می‌دهند که مهم‌ترین عامل مؤثر بر فعالیت کارآفرینی و از قوه به فعل درآوردن آن، ایجاد روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش است. از این رو فعالیت‌های آموزشی برای تربیت کارآفرینان، در دستور کار بسیاری از مراکز آموزش کارآفرینی قرار دارد (موحدی و همکاران، ۱۳۸۹، ۲).

با بررسی ویژگی‌های افراد کارآفرین، خصلت‌هایی در آنها آشکار می‌شود که شناسایی آنها می‌تواند زمینه لازم را برای تقویت و توسعه کارآفرینی بین سایر افراد جامعه فراهم آورد. برخی از این خصلت‌ها را می‌توان چنین برشمرد: تحمل ریسک، فرصت‌گرایی، از خودگذشتگی، میل به پیشرفت و توفیق‌طلبی، هدف‌گرایی، خوش‌بینی، آینده‌نگر بودن، رقابت‌مندی، قدرت تحمل، کنترل محیط بیرون، داشتن انگیزه و مصمم بودن، اعتماد به نفس داشتن، نتیجه‌گرایی، خلاقیت و نوآوری، قدرت‌طلبی، و استقلال‌طلبی (موحدی و همکاران، ۱۳۸۹، ۶۷-۶۶). در بیشتر تحقیقات، ریسک‌پذیری و خلاقیت به‌عنوان ابعاد اصلی شکل‌گیری روحیه کارآفرینی مطرح شده‌اند. ریسک‌پذیری به «توانایی فرد در ورود یافتن و انجام کارهایی اشاره دارد که دارای پیامدهایی پیش‌بینی‌ناپذیر یا احتمالاً خطرآفرین هستند». گیزیلین<sup>۱</sup> خلاقیت را بیان کیفیت‌های تازه‌ای از مفاهیم و معانی می‌داند. در واقع، خلاقیت عبارت است از استعداد‌های بالقوه فرد که توانایی او را برای ایجاد نوآوری و انجام امور روزمره افزایش می‌دهد (آقایی، ۱۳۸۳، ۱۶).

سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup> از مفاهیم جدید حوزه علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی است که اقبال و توجه پژوهشگران و صاحب‌نظران را در رشته‌ها و گرایش‌های مختلف جامعه‌شناسی، اقتصاد، و مدیریت به خود جلب کرده است. کارکردهای ویژه سرمایه اجتماعی، باعث تسهیل کنش‌های افراد می‌شود و موجبات کم‌کردن هزینه‌های مبادلات را در بین آنان فراهم می‌سازد. سرمایه

---

1. Gyzylyn

2. Social Capital

اجتماعی در عمل کارکردهای منحصر به فردی را به دنبال دارد که جز از طریق آن دست یافتنی نخواهند بود. از دیدگاه لینا و وان بورن<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی شامل دو بعد وابستگی و اعتماد است. وابستگی به منزله آن است که تمایل و توانایی افراد برای مشارکت در کنش‌های جمعی، بستگی به پذیرش این باور دارد که کوشش‌های فردی‌ای که به طور مستقیم به اجتماع سود می‌رساند، به طور غیرمستقیم نیز باعث بهره‌مندی افراد می‌شود. از نظر پژوهشگران سازمانی، اعتماد هم مقدمه‌ای است برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز و هم می‌تواند نتیجه کنش‌های جمعی موفق باشد. برای اینکه افراد بتوانند در کنار یکدیگر پروژه‌های مشترکی را انجام دهند، اعتماد لازم است (تسلیمی و دیگران، ۱۳۸۵، ۶).

اعتماد اجتماعی عبارت است از «ذهنیت افراد نسبت به هم برای انجام امور روزمره و جاری خود، به نحوی که هرچه میزان آن در بین افراد بیشتر باشد افراد برای انجام کنش‌های متقابل‌شان راحت‌تر خواهند بود» (فیروزآبادی، ۱۳۸۴). اعتماد نهادی، اعتماد به نهادهای دولتی و دانش کارشناسان و متخصصان است، که در پی آن پاره‌ای از روابط اجتماعی در فواصل بزرگ زمانی و مکانی برقرار می‌شود. جوامع مختلف با گذشت زمان به نظام‌های تخصصی اعتماد می‌کنند و از طریق آن، رابطه میان افراد و این نظام‌ها برقرار می‌شود. اعتماد همان چیزی است که جوامع مدرن را یکپارچه نگه می‌دارد (فیروزآبادی، ۱۳۸۴). مطالعات تجربی نشان می‌دهند که اعتماد اجتماعی از عوامل مهم توسعه کارآفرینی است. کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی را در توسعه کارآفرینی بررسی کردند و نشان دادند که رابطه مثبتی بین اعتماد و شبکه‌های اجتماعی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد؛ بدین ترتیب که هرچه میزان اعتماد افراد به یکدیگر بیشتر باشد، در توسعه کارآفرینی مؤثرتر خواهند بود. ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰) نشان دادند که داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده،

---

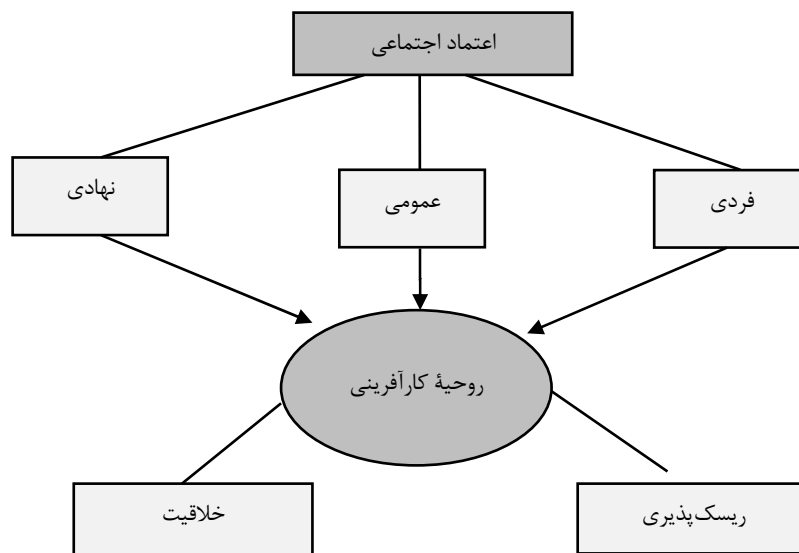
1. Lina & Van buren

بالابودن اعتماد، و تبادل اطلاعات میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. افزون بر اینها، بالابردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه، ارتقای روحیه کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل همراه با اعتماد نیز از زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به‌شمار می‌آیند. الوانی و عبدالله‌پور (۱۳۸۷) دریافتند که سرمایه اجتماعی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی است و از بین سه بعد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی)، سرمایه ساختاری را مهم‌تر از سایر ابعاد برشمردند. به اعتقاد این پژوهشگران، بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی به روابط توأم با اعتماد اشاره دارد که افراد در طول تعاملات‌شان آن را به‌وجود می‌آورند. اعتماد باعث پیوندهایی قوی می‌شود و این پیوندها به‌نوبه خود تبادل اطلاعات را تسهیل می‌کنند.

سازمان‌های کارآفرین باید از بین سه بعد سرمایه اجتماعی، به «سرمایه رابطه‌ای» توجه ویژه مبذول دارند. در پژوهش مذکور بر نقش اعتماد در موفقیت کارآفرین در تأمین مالی تأکید می‌شود. امینی‌نژاد و دیگران (۱۳۸۹) در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی، اعتماد، و تمایل به همکاری بر تأمین مالی غیررسمی تأثیر می‌گذارند. ساپلتن<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) با استفاده از داده‌های تحقیق مرکز مطالعات اجتماعی اروپا به این نتیجه رسید که زنانی که در حوزه‌های سنتی زنانه صاحب کسب‌وکار هستند، از بالاترین سطح سرمایه اجتماعی برخوردارند. در مقابل، آنهایی که مرد و زن در بخش‌های سنتی مردانه فعالیت دارند، سطوح پایین‌تری از سرمایه اجتماعی را در ابعاد اعتماد، مشارکت اجتماعی، و شبکه‌های اجتماعی از خود نشان می‌دهند. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهند که خوداشتغالی در حوزه‌های سنتی بر اساس جنسیت یا غیرسنتی بودن، بر سطح سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

---

1. Sappleton



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

### روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نوع توصیفی - کاربردی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. ابتدا با روش اسنادی و کتابخانه‌ای، پیشینه و مبانی نظری پژوهش مطالعه شد و برای انجام فاز میدانی عموماً از روش پیمایش<sup>۱</sup> استفاده گردید. از آنجاکه ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است، از پرسشنامه‌های استاندارد موجود بهره گرفته شد. پرسش‌های مربوط به اعتماد فردی (۵ پرسش) و عمومی (۴ پرسش) از تحقیق فیروزآبادی (۱۳۸۴) و اعتماد نهادی (۴ پرسش) از تحقیق حسونند (۱۳۹۰) اقتباس شد. پرسش‌های مرتبط با خلاقیت (۴ پرسش) از مطالعه رازقندی (۱۳۸۷) و ریسک‌پذیری (۳ پرسش) نیز از مطالعه رستمی (۱۳۸۶) برگرفته شد.

1. Survey Method



**جدول ۱. گویه‌های استفاده‌شده در پژوهش**

<b>اعتماد فردی</b>
فامیل درجه یک (پدر، مادر، خواهر، برادر، پدربزرگ، مادربزرگ و ...)
فامیل درجه دو (عمو، عمه، دایی، خاله و فرزندان‌شان)
دوستان و آشنایان
همسایگان و هم‌محله‌ای‌ها
همکاران
<b>اعتماد عمومی</b>
به‌طور کلی فکر می‌کنید مردم چقدر قابل اعتماد هستند؟
مردم تا چه اندازه به قول و قرارهای‌شان عمل می‌کنند؟
مردم تا چه اندازه به حفظ و نگهداری وسایل امانت گرفته‌شده پایبند هستند؟
به‌نظر شما مردم در صحبت‌های‌شان تا چه اندازه راستگو و صادق هستند؟
<b>اعتماد نهادی</b>
من دیگر تمایلی ندارم که پول‌هایم را در تعاونی و صندوق قرض‌الحسنه روستا پس‌انداز کنم.
آیا در صورت احساس خطر یا تهدید، ترجیح می‌دهید که موضوع را به نیروی انتظامی گزارش دهید؟
اعضای شورای روستا و دهیار در طرح و پیگیری مشکلات مردم به وظایف خود عمل می‌کنند؟
چقدر به صداقت و درستی عملکرد و رفتار کارکنان بانک کشاورزی و جهاد کشاورزی اعتماد دارید؟
<b>خلاقیت</b>
ترجیح می‌دهم زندگی یکنواختی داشته باشم تا اینکه خود را با تغییرات سازگار کنم.
گاهی اوقات به‌قدری ایده‌های متنوع دارم که نمی‌دانم کدام را انتخاب کنم.
بعضی اوقات مردم ایده‌های مرا غیرعادی و دست‌نیافتنی می‌پندارند.
می‌توانم در یک زمان چندین کار را انجام دهم.
<b>ریسک‌پذیری</b>
اگر شانس موفقیت انجام کاری ۵۰-۵۰ باشد آن را انجام می‌دهم.
هنگام تعیین هدف برای فعالیت‌های خود ترجیح می‌دهم هدف‌های سخت را انتخاب کنم.
دوست دارم برنامه‌ها و طرح‌های ریسک‌آور و جدیدی را آغاز کنم.
اگر در کاری احتمال شکست وجود داشته باشد باز هم ترجیح می‌دهم آن کار را انجام دهم.

پس از توزیع نمونه مقدماتی (۳۰ نفر)، پایایی و روایی پرسشنامه آزمون شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب محاسبه‌شده برای متغیرهای

پژوهش در جدول ۲ نشان داده شده است. این ضریب برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۶۹ بوده که در تحقیقات علوم انسانی این مقدار رضایت‌بخش است. برای بررسی روایی پرسشنامه نیز از نظر خبرگان و استادان استفاده شد. جامعه آماری مطالعه شده، تمام زنان عضو شرکت تعاونی روستای شیروان از توابع بخش شیروان شهرستان بروجرد است. طبق آمار به دست آمده از شرکت تعاونی بخش شیروان، ۱۱۸ نفر عضو رسمی تعاونی و در آن مشغول به فعالیت بودند. با توجه به محدود بودن جامعه، از تمامی اعضای آن به صورت سرشماری نمونه‌گیری به عمل آمد.

جدول ۲. ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ ( $\alpha$ )
اعتماد فردی	۰/۷۱۴
اعتماد عمومی	۰/۷۳۳
اعتماد نهادی	۰/۷۵۳
خلاقیت	۰/۶۹۹
ریسک‌پذیری	۰/۷۱۳

برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش از آمار توصیفی (فراوانی و درصد) و آزمون همبستگی کندال تائوبی استفاده شد. با آزمون کندال مشخص می‌شود که افزایش یا کاهش یک متغیر تا چه اندازه با افزایش یا کاهش در متغیر دیگر همراه است. مقدار ضریب کندال بین +۱ تا -۱ در نوسان است؛ اگر توافق میان دو رتبه کامل باشد ضریب یک و اگر عدم توافق میان دو رتبه زیاد باشد، ضریب منفی یک است. برای تمام ترکیبات میان منفی یک و مثبت یک، افزایش ارزش باعث افزایش توافق میان رتبه‌ها می‌شود و زمانی که ضریب صفر است رتبه‌ها کاملاً مستقل هستند (کلانتری، ۱۳۸۲، ۱۰۶). تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۵ انجام شده است. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهند که سن پاسخ‌دهندگان این مطالعه در دامنه ۲۶ تا ۵۰ سال بود که ۱۵ نفر از آنها در دامنه سنی ۲۶ تا

۳۰ سال؛ ۲۶ نفر در دامنه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال؛ ۳۷ نفر در دامنه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال؛ ۲۰ نفر در دامنه سنی ۴۱ تا ۴۵ سال؛ و ۲۰ نفر در دامنه سنی ۴۶ تا ۵۰ سال قرار داشتند. از نظر وضعیت تأهل، از ۱۱۸ نفر شرکت‌کننده در این پژوهش ۸ نفر مجرد، ۱۰۰ نفر متأهل و ۱۰ نفر مطلقه بودند. از نظر سطح تحصیلات، افراد شرکت‌کننده در این مطالعه به دو گروه پایین‌تر از دیپلم و بالاتر از دیپلم تقسیم شدند که ۹۷ نفر از آنها تحصیلات کمتر از دیپلم و ۲۱ نفر دیگر تحصیلات لیسانس داشتند. از ۱۱۸ نفر شرکت‌کننده در این مطالعه فقط ۱۳ نفر سرپرست خانواده بودند، که نشان می‌دهد اکثر زنان عضو تعاونی (و درواقع اعضای نمونه مطالعه‌شده) جوان و متأهل هستند.

### یافته‌های پژوهش

پرسش نخست: آیا بین اعتماد اجتماعی فردی و روحیه کارآفرینی، از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه وجود دارد؟

نتایج آزمون همبستگی کندال تائوبی که در جدول ۳ ارائه شده، حاکی از آن است که بین اعتماد اجتماعی فردی و خلاقیت رابطه وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی  $0/30$  و سطح معناداری  $0/000$  است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر اعتماد اجتماعی فردی و خلاقیت دارد. هرچه اعتماد اجتماعی فردی قوی‌تر باشد خلاقیت افراد نیز بیشتر خواهد بود. اعتماد اجتماعی فردی از جمله متغیرهایی است که همبستگی قوی با خلاقیت افراد دارد. اعتماد فردی در کنار اعتماد به‌نفس و قدرت تفکر و تعقل در افراد، آنان را فراتر از محیط اجتماعی خود قرار می‌دهد و این امر باعث افزایش خلاقیت و نوآوری میان افراد می‌شود. نتایج آزمون همبستگی بیانگر آن است که رابطه معناداری بین اعتماد اجتماعی فردی و ریسک‌پذیری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی  $0/29$  و سطح معناداری  $0/000$  است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر رابطه اعتماد اجتماعی فردی و ریسک‌پذیری دارد. بدین ترتیب، هرچه اعتماد اجتماعی فردی بیشتر باشد، ریسک‌پذیری نیز بیشتر خواهد بود. اعتماد

اجتماعی فردی با ایجاد خلاقیت مبتنی بر توانایی‌های فردی و همچنین با مهیا کردن انگیزه‌های فردی و فرافردی، قدرت ریسک‌پذیری افراد را در امور رسمی و غیررسمی افزایش می‌دهد.

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی کندال

معناداری	ضریب همبستگی	سطح متغیر	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۰/۰۰۰	۰/۳۰	رتبه‌ای-رتبه‌ای	خلاقیت	اعتماد اجتماعی فردی
۰/۰۰۰	۰/۲۹	رتبه‌ای-رتبه‌ای	ریسک‌پذیری	اعتماد اجتماعی فردی
۰/۰۰۰	۰/۲۸	رتبه‌ای-رتبه‌ای	خلاقیت	اعتماد اجتماعی عمومی
۰/۰۰۰	۰/۳۴	رتبه‌ای-رتبه‌ای	ریسک‌پذیری	اعتماد اجتماعی عمومی
۰/۰۰۰	۰/۳۰	رتبه‌ای-رتبه‌ای	خلاقیت	اعتماد اجتماعی نهادی
۰/۰۰۰	۰/۱۰	رتبه‌ای-رتبه‌ای	ریسک‌پذیری	اعتماد اجتماعی نهادی

پرسش دوم: آیا بین اعتماد اجتماعی عمومی و روحیه کارآفرینی، از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه وجود دارد؟

نتایج تحقیق، حاکی از وجود رابطه معنادار بین اعتماد اجتماعی عمومی و خلاقیت است. مقدار ضریب همبستگی ۰/۲۸ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر رابطه اعتماد اجتماعی عمومی و خلاقیت دارد. بنابراین، هرچه اعتماد اجتماعی عمومی بیشتر باشد، خلاقیت افراد نیز بیشتر خواهد بود. اعتماد اجتماعی عمومی فرد را در تعامل با دیگران قرار می‌دهد. هرچه اعتماد عمومی بالاتر برود، توان فرد نیز در زندگی فردی و اجتماعی‌اش بالاتر می‌رود. اعتماد عمومی با گسترش فضای تعاملات فرد و با خارج ساختن فرد از دنیای درونی و قراردادن افراد در دنیا و فضای بیرونی، توانایی بالقوه فراوانی برای خلاقیت فرد به وجود می‌آورد.

نتایج تحلیل همبستگی نشان می‌دهند که رابطه معناداری بین اعتماد اجتماعی عمومی و ریسک‌پذیری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی  $0/34$  و سطح معناداری  $0/000$  است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر رابطه اعتماد اجتماعی عمومی و ریسک‌پذیری دارد. بنابراین، هرچه اعتماد اجتماعی عمومی بیشتر باشد ریسک‌پذیری افراد نیز بیشتر خواهد بود. از آنجا که اعتماد اجتماعی عمومی، افراد را در ارتباط اجتماعی گسترده‌تری با دیگران قرار می‌دهد و باعث می‌شود که فرد در گروه‌ها و سازمان‌هایی قرار گیرد که جنبه نوآورانه و سازمانی‌شان قوی است، سبب می‌شود که فرد بیشتر و بهتر ظرفیت‌های خود را بشناسد و به اموری که خلاقیت و ریسک‌پذیری بیشتری دارند، دست بزند.

پرسش سوم: آیا بین اعتماد اجتماعی نهادی و روحیه کارآفرینی، از نظر ریسک‌پذیری و خلاقیت رابطه وجود دارد؟

با توجه به یافته‌های پژوهش درمی‌یابیم که رابطه معناداری بین اعتماد اجتماعی نهادی و خلاقیت وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی  $0/30$  و سطح معناداری  $0/000$  است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر رابطه اعتماد اجتماعی نهادی و خلاقیت دارد. بدین ترتیب، هرچه اعتماد اجتماعی نهادی بیشتر باشد، خلاقیت افراد نیز بیشتر خواهد بود. اعتماد نهادی فرد را به‌طور مستقیم در برابر نهادها و سازمان‌های عمومی و اجتماعی قرار می‌دهد، و او را در اموری وارد می‌سازد که از جریان‌های روزمره و تکراری به‌دورند. هرچه افراد در این نوع سازمان‌ها و نهادها بیشتر وارد شوند، کنش و فعالیت‌های‌شان جنبه سازمان‌یافته‌تری پیدا می‌کند و قدرت خلاقیت و نوآوری‌شان بالا می‌رود. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهند که رابطه معناداری بین اعتماد اجتماعی نهادی و ریسک‌پذیری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی در اینجا  $0/10$  و سطح معناداری  $0/000$  است، که نشان از همبستگی مستقیم بین متغیر رابطه اعتماد اجتماعی نهادی و ریسک‌پذیری دارد. بنابراین، هرچه اعتماد اجتماعی نهادی بیشتر باشد ریسک‌پذیری افراد نیز بیشتر خواهد بود. اعتماد نهادی - همان‌طور که در فرض قبلی اشاره شد - به کنش‌ها جنبه سازمان‌یافته‌تری می‌دهد و از این طریق سبب می‌شود که ذهن و انگیزه‌های افراد در

اموری وارد شوند که روزمره‌گی کمتری دارند. این فرایند باعث می‌شود که ذهن، روان و انگیزه‌های فرد برای وارد شدن در اموری که ریسک‌پذیری بیشتری دارند آمادگی بیشتری پیدا کند.

### نتیجه‌گیری

هدف از انجام این مطالعه، بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی - به‌عنوان یکی از ابعاد مهم سرمایه اجتماعی - و روحیه کارآفرینی زنان روستایی بود. در این مطالعه، اعتماد اجتماعی در قالب سه بعد اعتماد اجتماعی فردی، اعتماد اجتماعی نهادی و اعتماد اجتماعی عمومی بررسی گردید. در مورد روحیه کارآفرینی نیز ابعاد خلاقیت و ریسک‌پذیری - به‌عنوان دو بعد مهم در رفتار کارآفرینان - بررسی شد. نتایج مطالعه نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان ابعاد اعتماد اجتماعی (فردی، عمومی، و نهادی) و ابعاد روحیه کارآفرینی (خلاقیت و ریسک‌پذیری) وجود دارد. سرمایه اجتماعی با ابعاد چندگانه‌اش از جمله اعتماد اجتماعی (اعتماد فردی، نهادی و عمومی)، از متغیرهایی است که ساخت و بافت جامعه روستایی با آنها زنده است. وجود این ابعاد بین اقشار و گروه‌های مختلف روستایی - به‌ویژه زنان - کنش‌هایی را در سطوح درون‌گروهی و برون‌گروهی ایجاد می‌کند که استعدادها بالقوه و بالفعل آنها را تقویت می‌کند. تقویت این استعدادها در مرحله‌ای دیگر منجر به بروز روحیه کارآفرینی و روحیه حمایتی و مددجویانه بین ساکنان روستا می‌شود.

اعتماد فردی عنصر قوی و مؤثری است که تعاملات فرد را با افرادی که بیشترین سازگاری و هماهنگی ذهنی و نگرشی را با او دارند افزایش می‌دهد. بدین ترتیب، فرد بیش از پیش به توانایی‌های خود پی می‌برد و در اموری فعالیت می‌کند که منجر به خلاقیت و ریسک‌پذیری بیشتری در او شود. اعتماد عمومی به‌همراه اعتماد فردی گسترش‌یافته هر شخص، فضای کنشی مساعدی را از لحاظ عینی برای وی فراهم می‌سازد. فرد با داشتن اعتماد عمومی خودش را در امور و فعالیت‌هایی سهیم می‌داند که با نگرش‌هایش بیشترین تطابق را دارند و از آنجاکه

اعتماد نیز عمدتاً ریشه در تفکر مثبت شخص برای همکاری با دیگران دارد، میزان تعامل را افزایش می‌دهد. زنان روستایی با افزایش اعتماد عمومی، به مشارکت و عضویت در گروه‌های از جنس خود و با طرز تفکر شبیه به خود سوق داده می‌شوند و همین عامل تعاملات درون‌گروهی میان آنان را افزایش می‌دهد و ریسک‌پذیری‌شان را نیز بالا می‌برد. بنابراین اعتماد عمومی - که حاصل اعتماد بسط‌یافته فردی است - نقش بسزایی در تقویت روحیه کارآفرینی زنان روستایی دارد، زیرا زنان را از طریق کاهش تفکرات محافظه‌کارانه در کانون فعالیت‌ها قرار می‌دهد و توان بالقوه آنان را بالفعل می‌سازد.

اعتماد نهادی نیز از جمله متغیرهای مهمی است که بر روحیه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. اعتماد نهادی رابطه فرد را با سازمان‌ها و نهادهای متولی توسعه روستایی - از جمله تعاونی‌ها و شرکت‌ها و دیگر مؤسسات روستایی - گسترش می‌دهد. زنان روستایی به شیوه‌های گوناگونی تحت تأثیر مستقیم و غیرمستقیم این مؤسسات و نهادها قرار دارند. این مؤسسات از طریق کمک‌های مالی، حمایتی و مددجویانه به زنان، و با تأسیس تعاونی‌ها و شرکت‌های تولیدی‌ای که منجر به اشتغال و کارآفرینی زنان (و دیگر اقشار) می‌شوند، درآمدزایی می‌کنند و روحیه کارآفرینی - از جمله ریسک‌پذیری و خلاقیت - را نیز بالا می‌برند. مؤسسات کارآفرین روستایی از طریق تقویت انگیزه‌های مالی و پولی - که مکانیسمی انکارناپذیر در شکل‌دهی به کنش‌ها و مشارکت‌های اجتماعی رسمی است - به رفع دغدغه‌های رفاهی و پولی این قشر اهتمام می‌ورزند. این امر به‌ویژه درباره زنان سرپرست خانوار که استقلال مالی چندانی ندارند مصداق بیشتری می‌یابد.

تأیید فرضیه این تحقیق، که اعتماد عمومی، فردی و نهادی تأثیر شایانی بر روحیه کارآفرینی دارد، با نتایج تحقیق امینی‌نژاد و دیگران (۱۳۸۴) همخوان است. در تحقیق حاضر تمرکز اصلی بر مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی بوده است. کارآفرین با توجه به اعتماد فردی و سرمایه شخصی خود و با اتکا به ارتباطاتی که با منابع غیررسمی همچون خانواده و دوستانش - دارد، برای کسب‌وکار و ایجاد نوآوری و خلاقیت با موانع ساختاری و حقوقی کمتری

مواجه است. بنابراین، هم روحیه خلاقیتش بالا می‌رود و هم ریسک‌پذیری‌اش در سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. اعتماد نهادی از شاخص‌های مهمی است که در ایجاد روحیه کارآفرینی - و به‌ویژه خلاقیت- بسیار مؤثر است و میزان اعتمادی را نشان می‌دهد که فرد به نهادها دارد.

نتایج حاصل از این مطالعه، پژوهش کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) و اسدی ابوخیلی (۱۳۹۰) را نیز تأیید کرد. اعتماد نهادی زنان مطالعه‌شده در پژوهش حاضر، همبستگی بالایی با روحیه کارآفرینی آنان دارد. در واقع مهم‌ترین عاملی که سبب شد زنان روستای مطالعه‌شده اقبال ویژه و مناسبی به تعاونی روستای‌شان داشته باشند، نگرش مثبت‌شان به نهادهای رسمی برای ایجاد کسب‌وکار - یا همان اعتماد نهادی - است. کاوسی و کیاسی (۱۳۸۷) خاطرنشان کردند که هرچه افراد اعتماد بیشتری به یکدیگر و درعین‌حال به نهادها و سازمان‌ها داشته باشند، توسعه کارآفرینی میان‌شان بیشتر خواهد بود. ابوخیلی (۱۳۹۰) در تحقیق خود آشکارا اشاره کرده است که سرمایه اجتماعی به ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبعی باارزش اشاره دارد، و با هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف سازمان می‌شود. اعتماد به سه سازمان مردم‌نهاد (محک، رع‌الدیر و مهرآفرین) نقش مهمی در افزایش سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی افراد مطالعه‌شده در این تحقیق داشته است. اعتماد نهادی و حتی فردی و اجتماعی در بین افراد مطالعه‌شده در اینجا، منجر به گسترش روابط رسمی بین زنان و نهادهای توسعه‌ای (شرکت تعاونی) شد و همین امر سرمایه انسانی آنان را در قالب خلاقیت و ریسک‌پذیری به‌شدت افزایش داد.

با توجه به یافته‌های این تحقیق و همچنین مشاهدات پژوهشگران آن، پیشنهادهایی ارائه می‌شود که هم به پژوهشگران دیگر در انجام تحقیقات مشابه یاری می‌رساند، و هم به سازمان‌ها و نهادهای متولی کارآفرینی و حمایت از گروه‌ها و اقشار آسیب‌پذیر -ازجمله زنان- در ارائه خدمات و کمک‌های حمایتی و مالی کمک می‌کند. یکی از عوامل مهمی که باعث افزایش



روحیه کارآفرینی (ریسک‌پذیری و خلاقیت) بین افراد و گروه‌های مختلف می‌شود، کمک‌های مالی سازمان‌ها و نهادهای دولتی است. این کمک‌ها باید بر مبنای توانایی‌ها و بسترهای اجتماعی و همچنین نیازهای زنان روستایی باشند تا بتوانند زمینه‌های رشد سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و برون‌گروهی آنان را فراهم آورند. دست‌اندرکاران می‌توانند کلاس‌های کارآفرینی و خلاقیت را برای بانوان و دختران منطقه برگزار کنند تا ریسک‌پذیری آنها افزایش یابد. رهنمودهای دیگری نیز می‌توان برای ارتقای روحیه کارآفرینی زنان روستایی ارائه کرد که از آن جمله‌اند: ۱. جلب مشارکت زنان منطقه به منظور ایجاد واحدهای تولیدی غذایی، صنایع دستی و مانند اینها از طریق کمک‌ها و همکاری‌های سنتی و مناسبتی مذهبی و بومی، ۲. حمایت از ایده‌های خلاقانه کسب‌وکار زنان با عرضه وام‌های کم‌بهره و صدور مجوزهای لازم در حداقل زمان ممکن، ۳. ایجاد صندوق‌های قرض‌الحسنه بین زنان به منظور ایجاد منابع مالی لازم برای شروع کسب‌وکار، ۴. ارائه بسته‌های تشویقی کسب‌وکار به منظور حمایت از زوج‌های جوان جویای کار، و ۵. چاپ و توزیع گاهنامه‌ها و نشریات کارآفرینی از سوی بخشداری منطقه با هدف تشویق به خوداشتغالی.

انجام این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز روبه‌رو بود. نخست اینکه، یافته‌های این پژوهش به بُعد زمانی و مکانی انجام پژوهش محدودند. بایستی توجه داشت که این پژوهش در شهرستان بروجرد انجام شده است، لذا قدرت تعمیم‌پذیری نتایج محدود می‌گردد. دوم آنکه، منابع فارسی و غیرفارسی برای تکمیل پیشینه پژوهش محدود بود و مطالعات اندکی به بررسی این موضوع پرداخته‌اند. سوم، برخی از پاسخ‌دهندگان به دلیل پایین بودن سطح تحصیلات‌شان، توانایی تکمیل پرسشنامه را نداشتند. سخن پایانی اینکه از منظر روش پژوهش بایستی در نظر داشت که نتایج پژوهش‌های همبستگی به شدت تحت تأثیر حجم نمونه‌اند، و ممکن است نتایج با نوسان حجم نمونه تغییر کنند.

## منابع

- آقایی، صمد، ۱۳۸۳، خلاقیت جوهره کارآفرینی، دانشگاه تهران، مرکز کارآفرینی تهران.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ سجاسی قیداری، حمداله، ۱۳۸۹، توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی، چاپ اول، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، تهران.
- اکبری، ک.، ۱۳۸۵، توسعه کارآفرینی، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- الوانی، سیدمهدی؛ عبدالله‌پور، مونا، ۱۳۸۷، نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی، پیام مدیریت، شماره ۲۷، تابستان، صص. ۲۶-۵.
- امیرانی، م. و ظریفیان، ش.، ۱۳۸۲، نقش سازمان‌های غیردولتی در روند ترویج و توسعه روستایی، ماهنامه جهاد (۲۵۷)، صص. ۱۲۳-۱۱۵.
- پاسبان، ف.، ۱۳۸۳، نقش زنان کارآفرین در توسعه روستایی کشورهای در حال توسعه، مجموعه مقالات کنگره توسعه روستایی، چالش‌ها و چشم‌اندازها، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران.
- تسلیمی، م. س.، فرهنگی، ع. ا.، اسماعیلی، و.، ۱۳۸۵، سازوکارهای یادگیری سازمانی، مبنایی برای ایجاد یک سازمان یادگیرنده، مجله دانش مدیریت، شماره ۷۳، صص. ۱۸-۱.
- حسنوند، اسماعیل، ۱۳۹۰، بررسی ارتباط اعتماد اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی در سطوح روستا، شهر و داده‌های جهانی (پیمایش شهرستان سلسله و تحلیل ثانویه پیمایش ارزش‌های جهانی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، توسعه روستایی، گرایش توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- حسینی، م. و سلیمان‌پور، م.، ۱۳۸۵، بررسی اثرات تقویت روحیه کارآفرینی در تقویت روند توسعه کشاورزی، ماهنامه جهاد (۲۷۳)، صص. ۴۷-۵۵.

رازقندی، ناهید، ۱۳۸۷، پیش‌بینی مهم‌ترین عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.

ربیعی، علی؛ صادق‌زاده، حکیمه، ۱۳۹۰، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یازدهم، شماره ۴۱، صص. ۲۲۲-۱۹۱.

رستمی، فائزه، ۱۳۸۶، تحلیل جنسیتی کارآفرینان روستایی از لحاظ ویژگی‌های شخصیتی (تحت مدل اختصاری LINDRCIS)، در سه شهرستان منتخب از استان همدان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی، گروه توسعه روستایی، دانشگاه تهران.

رضوانی، محمدرضا؛ نجارزاده، محمد، ۱۳۸۷، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی شهرستان اصفهان)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان، صص. ۱۸۲-۱۶۱.

فیروزآبادی، سید احمد، ۱۳۸۴، بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در شهر تهران، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

کاوسی، اسماعیل؛ کیاسی، حمیرا، ۱۳۸۷، بررسی نقش اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۱۰، دی‌ماه، صص. ۹۷-۱۰۵.

کاوسی، اسماعیل؛ کیاسی، حمیرا، ۱۳۸۸، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی، پژوهشنامه مدیریت و سرمایه اجتماعی (۲)، شماره ۴۰، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، صص. ۸۱-۱۱۰.

کلانتری، خلیل، ۱۳۸۲، پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی و اقتصادی، انتشارات علامه طباطبایی، تهران.

موحدی، رضا؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ خداوردیان، مجیدرضا؛ زارعی، شیما، ۱۳۸۹، بررسی روحیه کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و شیوه‌های بهبود آموزش کارآفرینی، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال سوم، شماره ۳، پاییز، صص. ۸۱-۶۵.

سیداحمد فیروزآبادی و لیلیا نصرالهی وسطی — بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی

Hongseok, O., 2000, **The Antecedents of Social Capital and Its Effects on Entrepreneurial Success**, Ph.D. dissertation, The Pennsylvania State University, USA.

Kazumi, T., 2010, **Women Entrepreneurs' External Financial Access and Social Networks in Business Start-ups**, Senshu University, School of commerce.

Paul J., Ferri, Deakins, D. and Whittam, G., 2009, **The Measurement of Social Capital in the Entrepreneurial Context**, Journal of Enterprising communities: people and places in the Global Economy, 3(2), PP. 138- 151.

Sapleton, N., 2009, **Women Non- traditional Entrepreneurs and Social Capital**, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(3), PP. 192- 218.