

تبیین الگوی پیشران‌های نهادی موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان با اثر میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه (مطالعه موردی: زنان کارآفرین استان خوزستان)

فرج‌الله رحیمی^{۱*}، سارا محمدی^۲، میعاد سلامی^۳

چکیده

کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های اقتصادی جدید ظهور می‌کند و کسب و کارهای جدیدی در جامعه پدید می‌آید. امروزه، شواهد نشان می‌دهد که کارآفرینی زنان، با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت فعال جامعه را تشکیل می‌دهند، می‌تواند به رشد تولید و فروش، افزایش سرمایه، رفاه اقتصادی، قدرت رقابت و صادرات و در کل به توسعه اقتصادی و شکوفایی خود زنان کمک کند. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر حمایت‌نیروهای نهادی رسمی و غیررسمی بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان پرداخته است. با توجه به اینکه هدف این تحقیق بررسی تأثیر حمایت‌نیروهای رسمی و غیررسمی بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه است، می‌توان آن را در زمره تحقیقات کاربردی قرار داد و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی همبستگی دانست. همچنین، جامعه آماری در این پژوهش کارآفرینان زن استان خوزستان است که به روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع ساده، ۲۸۳ نفر از آنان به‌عنوان نمونه انتخاب و بررسی شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS22 و AMOS18 استفاده شد. پس از بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتایج پژوهش بیانگر تأثیر مثبت و معنادار حمایت‌نیروهای نهادی رسمی و غیررسمی بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان است و خودکارآمدی کارآفرینانه در رابطه بین حمایت‌نیروهای رسمی و غیررسمی و موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه نقش میانجی را ایفا می‌کند.

کلیدواژگان

خودکارآمدی کارآفرینانه، کارآفرینی، موفقیت کسب و کار، نهادهای رسمی، نهادهای غیررسمی

f.rahimi@scu.ac.ir

۱. دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید چمران اهواز (نویسنده مسئول)

j.mohammadi@scu.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید چمران اهواز

Miadsalami123045@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۱۵

مقدمه

تحولات و دگرگونی نظام‌های اقتصادی عصر حاضر در پیشرفت و تغییرات به‌وجودآمده در علم و تکنولوژی ریشه دارد و این به نوبه خود به تغییر علایق و ذائقه‌ها منجر شده است و محققان، با توجه به روندهای کلانی که جهان امروزی با آن مواجه‌اند، نگاهی بیشتر از مؤلفه‌های اقتصادی به کارآفرینی دارند؛ به‌خصوص در جایی که در آن کارآفرینان فعالیت‌های نوآورانه را به‌وجود می‌آورند و تغییرات ساختاری در اقتصاد را شکل می‌دهند [۲۴]. در این میان، کارآفرینان نقش مؤثری در فرایند توسعه اقتصادی کشورها دارند و از آنجا که کارآفرینی می‌تواند باعث شکوفایی و رشد اقتصادی در کشورها، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه باشد، امروزه در اقتصاد رقابتی و متبنی بر بازار نقش کلیدی دارد [۱۱]. مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینی زنان، با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت فعال جوامع را تشکیل می‌دهند، می‌تواند به رشد تولید و فروش، افزایش سرمایه، رفاه اقتصادی، قدرت رقابت و صادرات و در کل به توسعه اقتصادی و همچنین رشد و شکوفایی خود زنان نیز کمک کند [۱]. چنان‌که طبق نظارت جهانی کارآفرینی و گزارش ویژه زنان در سال ۲۰۱۵ فعالیت کارآفرینی زنان از سال ۲۰۱۲ به میزان ۷ درصد افزایش یافته است و فعالیت اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد [۱۶]. در ایران نیز با توجه به اینکه در سال‌های اخیر رشد درخور توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه به‌وجود آمده است، توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی کند [۹]. علاوه بر اینکه زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار کنند و موانعی را که در بروز استعدادهای خود دارند رفع کنند و هرروز بیشتر و بیشتر بر جسارت خود بیفزایند و به‌عنوان مهره اصلی برای توسعه اقتصادی پایدار و ایجاد اشتغال با تأثیرات بر فقر اجتماعی به رسمیت شناخته شوند. بنابراین موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه‌تنها سبب سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی ایجاد می‌کند [۱۴]. درواقع، زنان کارآفرین زمانی هستند که به‌تنهایی یا با مشارکت یا از طریق ارث کسب‌وکاری را ایجاد می‌کنند و با قبول خطرات مالی و مسئولیت اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی در اداره امور روزانه شرکت می‌جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد یا گسترش می‌دهند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند [۳۴]. در این میان، محققان معتقدند یکی از عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان، خودکارآمد بودن است که این عامل عنصری حیاتی در زمینه کارآفرینی زنان است و خودکارآمد بودن به‌منزله یکی از مؤلفه‌های مهم نگرش رفتاری زنان و نتایج کارآفرینی محسوب می‌شود که به نظر می‌رسد تأثیر قوی بر عملکرد کسب‌وکار و رشد آرمان‌های افرادی دارد که کسب‌وکار را راه اندازی می‌کنند [۴۲]. از دیدگاه بندورا، خودکارآمد بودن باوری است که شخص به قابلیت‌های خود برای سازمان‌دهی و اجرای اقدامات لازم در موقعیت پیش رو

دارد. به عبارت دیگر، خودکارآمدی ایمان شخص به توانایی‌های خود برای موفقیت در یک موقعیت مشخص است [۱۳]. اگرچه خودکارآمدی کارآفرینی عنصری اساسی برای فعالیت کارآفرینی زنان است، در تحقیقات مربوط به کارآفرینی زنان، تعداد محدودی از محققان (از جمله آکس و همکاران (۲۰۱۸)، هیسرسچ و براش (۲۰۰۰)، ترقبان و مبارکی (۱۳۹۱)) به بررسی پیشایندها و پیامدهای خودکارآمدی کارآفرینانه زنان پرداخته‌اند. به‌ویژه در تحقیقاتی که در زمینه کارآفرینی زنان انجام شده است، مطالعات بسیار کمی به‌طور مفهومی یا تجربی به بررسی چگونگی تأثیر نیروهای نهادی بر جنبه‌های روان‌شناختی کارآفرینی زنان پرداخته‌اند. نیروهای نهادی به‌عنوان قواعد بازی در یک جامعه محسوب می‌شوند که این نیروها می‌توانند رسمی باشند مانند مقررات، قراردادهای و رویه‌ها یا غیررسمی باشند مانند فرهنگ، ارزش‌ها یا هنجارهای اجتماعی یک جامعه خاص [۱۲]. نیروهای نهادی، به‌ویژه نهادهای رسمی، بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارند و استفاده از اقتصاد نهادی برای یافتن عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی به‌خصوص کارآفرینی زنان به منظور افزایش نرخ رشد اقتصادی اهمیت دارد [۲۲]. لذا با توجه به اهمیت کارآفرینی زنان و تأثیر حمایت نهادها بر موفقیت کسب‌های ایجادشده از سوی زنان کارآفرین، این پژوهش درصدد پاسخ به این سؤال است که نیروهای نهادی بر خودکارآمدی کارآفرینانه زنان و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان چه تأثیری دارد؟

چارچوب نظری و تدوین فرضیات

نهادهای رسمی و غیررسمی

از نظر نورث (۲۰۱۷)، نهادها محدودیت انسانی هستند که تعاملات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را ساختار می‌دهند. درواقع، نیروهای نهادی جامعه، قواعد اساسی قانونی، اجتماعی و سیاسی است که پایه‌ای برای تولید و توزیع ایجاد می‌کند و حیطة فعالیت‌های کارآفرینان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. درواقع، نهادها قوانین بازی در یک جامعه هستند و به‌طور رسمی‌تر محدودیت‌هایی هستند که کارآفرینان برای فعالیت با آنها مواجه‌اند. نهادها می‌توانند رسمی (مثل قوانین سیاسی، اقتصادی) یا غیررسمی (مثل هنجارها، ارزش‌ها و نگرش‌ها) باشند. مک‌کلند (۱۹۶۱) بیان می‌کند که سطح کارآفرینی در یک کشور به ویژگی‌های روان‌شناختی افراد بستگی دارد. از طرفی نایت معتقد است بدون احتساب زمینه‌های نهادی و فرهنگی در تصمیم‌گیری‌های افراد، نمی‌توان درباره عقلانیت اعمال آنها قضاوت کرد. عمل کارآفرینی در داخل یک جامعه و فرایند فعالیت کارآفرینانه توسط آن جامعه شکل می‌گیرد. گagliardi^۱ (۲۰۱۹) درخصوص حمایت نهادها از کارآفرینان بیان می‌کند که همه فعالیت

1. Gagliardi

اقتصادی کارآفرینان تحت تأثیر نهادهاست. اندرسون (۲۰۰۲) معتقد است از آنجا که نهادها شکل‌دهنده ساختارند و درواقع ساختار و نهادها در قالب یک رابطه عمل می‌کنند، ساختار می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذار باشد و تفاوت در سطح کارآفرینی را توضیح دهد.

خودکارآمدی کارآفرینانه

خودکارآمدی مفهومی است که نخستین بار بندورا آن را برای تبیین نظریه شناختی اجتماعی خود ارائه داد و آن را پیش‌شرط اساسی برای شکوفایی استعدادها و پنهان‌کارآفرینی افراد در نظر گرفت. این مفهوم در معنای کلی به‌عنوان یک حالت ذهنی تعریف می‌شود که بر پایه تصور افراد درباره مهارت‌ها و توانایی‌هایشان پی‌ریزی شده است. بر این پایه، خودکارآمدی کارآفرینانه به باورها و فکرها و درونی افراد در این مورد اشاره دارد که آیا آنان خود توانایی لازم برای انجام دادن یک کار نوآورانه و مخاطره‌آمیز را دارند یا اینکه آیا آنان می‌توانند به شکل اثربخشی مهارت‌های خود را برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار به کار گیرند یا خیر [۱۵]. به عبارتی، انسان در طول زندگی از خودکارآمدی ادراک‌شده به جای توانایی عینی خود انگیزه می‌گیرد و ادراکاتش عمیقاً بر حالات عاطفی و رفتاری وی تأثیر می‌گذارد و تمایل دارد وظایفی را که خودکارآمدی در آن‌ها پایین است انجام ندهد و وظایفی را که خودکارآمدی بالاتری دارد بهتر طراحی و اجرا کند. به همین دلیل، انسان‌ها مسیر شغلی‌شان را بر اساس ادراک خود از توانایی‌شان تعیین و انتخاب می‌کنند [۳۸]. اگر باورهای خودکارآمدی در انسان‌ها مثبت باشند، اقداماتشان را به گونه‌ای سازماندهی می‌کنند که موفق شوند. در مقابل وقتی این باورها منفی باشند، حتی اگر دارای مهارت‌های لازم باشند، به دلیل اینکه درباره توانایی‌هایشان تردید دارند دچار اضطراب شکست می‌شوند و رفتار را انجام نمی‌دهند یا وقتی با موانع مواجه می‌شوند، رفتار را رها می‌کنند [۲۶]. به عبارتی، خودکارآمدی کارآفرینانه روی پشتکار، انعطاف‌پذیری و مقاومت افراد در رویارویی با چالش‌ها و ناکامی‌ها تأثیر می‌گذارد و به آنان توانایی بیشتری برای حل نارسایی‌های مختلف می‌دهد [۲۰]. خودکارآمدی نقش اساسی در شکل‌گیری و تقویت قصد کارآفرینانه دارد؛ مثلاً برخی از افراد انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه را دوست دارند، اما در عمل پیوسته در این فعالیت‌ها درگیر نمی‌شوند و این به معنای آن نیست که توانمندی، دانش یا مهارت‌های لازم را ندارند، بلکه به این دلیل است که خودکارآمدی لازم را ندارند [۳۵].

موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینان زن

موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینان زن در هر کشوری تأثیرات درخور توجهی بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی آن دارند. اکثر محققان روی موفقیت ناشی از کسب‌وکارهای کارآفرینان زن

توافق دارند و اهمیت آن را قبل از هر مورد دیگری بیان می‌کنند. با رقابتی شدن محیط کسب‌وکار، شانس موفقیت تصادفی کارآفرینان زن در این حوزه کمتر می‌شود. پس لازم است علل و عوامل موفقیت کسب‌وکارهای موجود بررسی و براساس همین اطلاعات مسیر مناسبی برای موفقیت در کسب‌وکار انتخاب شود [۴۰]. همچنین، محققان معتقدند به‌کارگیری روش‌های سنتی و قدیمی، کمبود سرمایه، تکنولوژی نامناسب و محدودیت‌های داخلی باعث می‌شود حتی برخی از کسب‌وکارها تعطیل شوند. از طرفی، تحول محیط‌های رقابتی کسب‌وکار، کارآفرینان را با چالش‌های متعددی روبه‌رو می‌کند. بنابراین، کارآفرینان برای موفقیت در کسب‌وکار خود باید از یک طرف توان رقابتی و توسعه داشته باشند و از طرف دیگر، از ایجاد هزینه‌های اضافی خودداری کنند [۵]. به عبارتی، مهارت‌ها، تحصیلات و تجربه کارآفرینان زن نقش اساسی برای موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینان زن دارند [۱۱]. از دیگر عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان زن می‌توان به مشوق‌ها، امکانات مناسب زیرساختی، حمایت‌های دولتی، سرمایه‌ی مالی بلندمدت، دسترسی به بازار و دسترسی به اطلاعات اشاره کرد. موفقیت کسب‌وکار کارآفرینان هیچ‌گاه به صورت خودبه‌خود و براساس شانس نیست و این موفقیت اصولاً به سازمان‌دهی و بصیرت کارآفرینان نیاز دارد و تضمینی برای موفقیت کسب‌وکار وجود ندارد. شروع یک کسب‌وکار همیشه ریسک‌پذیر است و شانس موفقیت آن اندک است [۶]. از دیدگاه پاوو (۲۰۰۵)، یکی از عوامل موفقیت کارآفرینان در کسب‌وکار، مدیریت کارای منابع انسانی آن‌هاست. جنبه اصلی کارآفرینی همانا شناسایی و بهره‌برداری از فکرهای فرصت‌طلبانه برای گسترش و موفقیت در کسب‌وکار است. همچنین نورمن (۲۰۱۳) طی پژوهشی به این نتیجه رسید که مهم‌ترین دلیل شکست کسب‌وکارها عبارت‌اند از: نداشتن سرمایه کافی، به جریان انداختن ضعیف نقدینگی، برنامه‌ریزی نامناسب و ناکافی، نداشتن انعطاف‌پذیری، در نظر نگرفتن رقابت و آینده‌نگر نبودن. جاش (۲۰۱۷)، در تحقیقی که در سنگاپور انجام داد، دلایل مهم موفقیت کسب‌وکار را وجود تیمی قوی، آینده‌نگر و توانا، توجه به اصل مشتری‌مداری، توانایی شناسایی و تمرکز بر بازار، وجود منابع مالی و فنی غنی و توانایی توسعه ظرفیت عملکردی خود بیان کرد. از دیگر عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کسب‌وکارها ماهیت رقابت‌پذیری آن‌هاست که مطابق تحقیق انجمن کانادایی تجارت‌های مستقل، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارای مهارت بالای رقابت‌پذیری بوده و به طور مداوم سعی در بهبود با سرمایه‌گذاری در تجهیزات، آموزش و تکنولوژی جدید دارند. اکثر آن‌ها اظهار می‌کنند در مواجهه با رقابت شرکت‌های دیگر بهره‌ورتر شده و تعداد زیادی از آن‌ها در حال برنامه‌ریزی در جهت توسعه یا ایجاد تنوع در کسب‌وکارهایشان هستند [۳۳].

حمایت نهادی رسمی و خودکارآمدی کارآفرینانه

محقق لیم^۱ (۲۰۱۷) معتقد است چارچوب قانونی و رسمی برای کارآفرینی ضروری است، زیرا چارچوب قانونی بر شناخت کارآفرینی مانند: تمایل، اعتمادبه‌نفس و دیدگاه کارآفرینان تأثیر می‌گذارد. همچنین، از دیدگاه کیبلر (۲۰۱۶)، نهادهای رسمی منافعی همچون: کمک‌های مالی، مشاوره و راهنمای قانونی و راهنمایی‌های فنی دارند که عاملی اصلی در تلاش‌های کارآفرینان زن محسوب می‌شوند. به عبارتی، توجه به بعد رسمی نیروهای نهادی طی فرایند کارآفرینی زنان باعث افزایش بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه از سوی زنان می‌شود. همچنین ولتر (۲۰۰۸) معتقد است این فرایند بر نوع کسب‌وکار ایجادشده از سوی کارآفرینان زن نیز مؤثر است. بنابراین، استدلال می‌شود که حمایت نیروهای نهادی رسمی باعث افزایش خودکارآمدی کارآفرینی زنان در مدیریت کردن کسب‌وکار در شرایط عدم اطمینان می‌شود. مطالعات کارلسون (۲۰۱۸) نشان می‌دهد همکاری با نهادهای رسمی نه تنها باعث افزایش اعتمادبه‌نفس کارآفرینان زن در بهره‌گیری از فرصت برای رشد و توسعه کسب‌وکار می‌شود، بلکه باعث شرکت فعالانه کارآفرینان زن در کسب‌وکارهای رسمی می‌شود. از این‌رو، ساختار نیروهای نهادی رسمی با فراهم کردن منابع ملموس و ناملموس برای سرمایه‌گذاری موفق، امکان رشد و توسعه کسب‌وکار را برای کارآفرینان زن به وجود می‌آورند. از طرفی، هیلمن و همکاران (۲۰۱۵) معتقدند که حمایت نهادهای رسمی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی در افزایش خودکارآمدی کارآفرینان زن و افزایش اعتمادبه‌نفس آن‌ها در قبول خطرات در بهره‌گیری از فرصت‌ها برای ایجاد کسب‌وکار موفق است.

حمایت نهادی غیررسمی و خودکارآمدی کارآفرینانه

اگرچه تحقیقات قبلی تأثیر حمایت نیروهای رسمی را بر کارآفرینان زن نشان داده‌اند، تعداد کمی از تحقیقات تأثیر نیروهای نهادی غیررسمی را بر خودکارآمدی کارآفرینان زن در شروع فرایند کسب‌وکار جدید نشان می‌دهند [۴۱]. تحقیقات بامول^۲ (۲۰۰۶) نشان می‌دهند که تلاش‌های کارآفرینان زن از سوی حمایت نهادها، داشتن تفکر کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینان زن شکل می‌گیرد. به عبارتی، جلب حمایت نهادی غیررسمی باعث ایجاد مشروعیت اجتماعی برای کارآفرینان زن در جامعه می‌شود و این امکان را به کارآفرینان زن می‌دهد تا کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند و توسعه دهند و عملکرد بهتری در جامعه کسب‌وکار داشته باشند [۴۳]. از طرف دیگر، کیبلر (۲۰۱۶) معتقد است نبود حمایت نهادها ممکن است باعث جلوگیری از ادامه کار برای کارآفرینان زن شود؛ به این دلیل که کمبود منابع و نبود مشروعیت

1. Lim
2. Baumol

قانونی و اجتماعی مانع ادامه کار از سوی کارآفرینان زن می‌شود. همچنین، وجود حمایت نهادهای غیررسمی این امکان را برای کارآفرینان زن به وجود می‌آورد که اعتمادبه‌نفس خود را بهبود بخشند، امکان دسترسی به ایده‌های تجاری نوآورانه را داشته باشند و در نهایت تفکر کارآفرینی خود را توسعه دهند. بنابراین، استدلال می‌شود حمایت نهادها ضروری است تا کارآفرینان زن بتوانند بر محدودیت منابع و ترس از شکست در طول فرایند کارآفرینی غلبه کنند [۳۶]. با توجه به ارتباط بین نهادهای غیررسمی و شناخت کارآفرینی، محققان کارآفرینی شواهدی را ارائه می‌دهند که نشان می‌دهند فعالیت کارآفرینی زنان در جامعه یا کشوری که از آن‌ها حمایت می‌شود، و این فعالیت‌ها قانونی محسوب می‌شود، بیشتر است [۲۸]. با این دیدگاه، فرض اساسی در پشت این استدلال‌های نظری و تجربی این است که نبود مشروعیت قانونی و اجتماعی برای فعالیت کارآفرینان زن باعث کاهش خودکارآمدی آن‌ها در دنبال کردن و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌شود [۱۸].

خودکارآمدی کارآفرینانه و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان

خودکارآمدی به‌منزله یکی از عوامل کلیدی در رفتار و عملکرد کارآفرینانه زنان شناخته شده است [۲۱]. به نظر می‌رسد که خودکارآمدی تأثیر قوی بر اهداف کسب‌وکار، رشد و توسعه کسب‌وکار، شناخت و درک رفتار کارآفرینی و انگیزه‌دادن به افراد برای دنبال کردن آرمان‌های خود دارد [۱۷]. محقق برد (۲۰۱۰) بر این باور است که کارآفرینانی که دارای سطح بالایی از خودکارآمدی هستند، توانایی بیشتری را در بهره‌برداری از فرصت‌های جدید و رفع خطر در شرایط بسیار رقابتی و نامطمئن دارند. بر این اساس، استدلال شده است که افرادی که توانایی خودکارآمدی بالایی دارند، می‌توانند موقعیت‌ها و فرصت‌های نامشخص و نامطمئن را به‌عنوان چالش‌های قابل دستیابی در نظر گیرند [۱۳]. همچنین، به نظر می‌رسد که کارآفرینانی که توانایی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی را دارند می‌توانند جنبه‌های مبهم در فرصت‌های کارآفرینی را از طریق گفت‌وگو و همکاری با سرمایه‌گذاران اصلی مدیریت کنند. در نتیجه، این فرایند حتی با وجود شرایط نامطمئن ادامه می‌یابد [۲۳].

حمایت نیروهای نهادی و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان

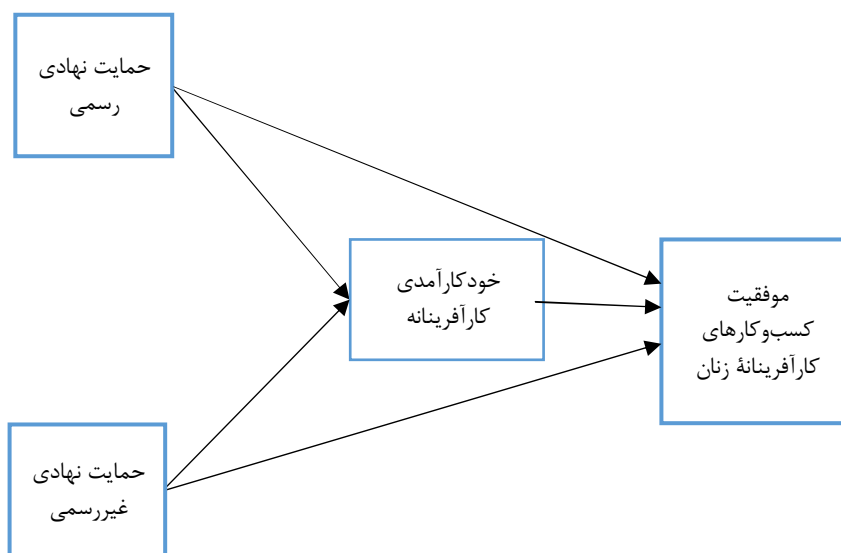
نیروهای نهادی بیشترین تأثیر را در فرایند کارآفرینی اعمال می‌کنند. دلیلش این است که کارآفرینی را می‌توان به‌منزله یک رفتار اقتصادی جامعه یا کشور طبقه‌بندی کرد که نیروهای نهادی جامعه یا کشور در آن تعبیه شده است [۱۱]. از طرفی، مایر و اسکات (۲۰۱۷) معتقدند نیروهای نهادی قواعد بازی را تشکیل می‌دهند که به رفتار و عقاید کارآفرینان شکل می‌دهد. به عبارتی، از لحاظ قانونی، نیروهای نهادی افراد را تشویق می‌کنند اهداف خود را با در نظر گرفتن

قوانین رسمی جامعه کسب و کار دنبال کنند [۳۳]. از این رو لیم و همکاران (۲۰۱۷) در گسترش دیدگاه نهادی معتقدند که اندیشه‌ها و رفتارهای کارآفرینی توسط سیستم‌های نیروهای نهادی که دسترسی به دامنه وسیعی از منابع حیاتی را کنترل می‌کنند شکل می‌گیرند. در واقع، کارآفرینان خود را با قوانین رسمی و هنجارهای اجتماعی در سطح کلان هماهنگ می‌کنند تا بتوانند بهره‌وری اقتصادی را افزایش دهند و در عین حال مشروعیت اجتماعی داشته باشند [۳۱]. تحقیقات تجربی پیشین، که به بررسی رابطه نیروهای نهادی و کارآفرینی زنان پرداختند، نتایج مختلفی را گزارش داده‌اند که با توجه به این نتایج، استدلال می‌شود برخی از این پیچیدگی‌ها در رابطه با نهادها و کارآفرینی زنان همچنان ادامه دارد. بنابراین، بر ضرورت بررسی روند تربیتی بالقوه فرایند کارآفرینی زنان، که ممکن است در طی این فرایند بقا و رشد و توسعه بلندمدت کسب و کار آسیب ببیند، تأکید می‌شود [۳۲]. به عبارتی، پاول^۱ (۲۰۱۳) معتقد است تاکنون آنچه نادیده گرفته شده است نقش حیاتی شناخت کارآفرینی در رابطه میان نهادها و رفتار کارآفرینی زنان است. در این پژوهش، فرض می‌شود که نیروهای نهادی باعث فعال شدن فرایند شناختی کارآفرینان زن می‌شود که این فرایند در نهایت باعث تقویت عملکرد آن‌ها می‌شود. خصوصاً عامل خودکارآمدی در طی فرایند شناختی کارآفرینان زنان یک عامل اصلی از جنبه روان‌شناسی محسوب می‌شود که تأثیر مثبتی بر توانایی تصمیم‌گیری درست توسط کارآفرینان زن برای موفقیت کسب و کار دارد. از طرفی، استیو و همکاران (۲۰۰۶) معتقدند که کارآفرینان زنانی که از حمایت نیروهای رسمی قانونی و مشروعیت اجتماعی برخوردارند، توانایی بیشتری دارند که بر موانع موفقیت و رشد کسب و کار خود غلبه کنند. در نتیجه، به کارآفرین زن خودکارآمد تبدیل شوند.

نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه

اگرچه تحقیقات پیشین درباره کارآفرینی زنان مفاهیم و نظریات تجربی درباره رابطه بین حمایت نهادها و سطح مشارکت زنان در فعالیت کارآفرینی ارائه داده‌اند، مطالعات کمی به اهمیت مکانیسم شناختی در تشخیص اینکه کدام یک از نهادها کمک چشمگیری به کارآفرینان زن برای موفقیت در کسب و کار می‌کنند پرداخته‌اند [۲۵]. محققان معتقدند که زنانی که حمایت بیشتری از طرف نهادها دریافت می‌کنند، از مشروعیت قانونی و اجتماعی بیشتری برخوردارند. فرض اساسی این است که کارآفرینان زنانی که خودکارآمدی بالاتری دارند، توانایی بیشتری در جست‌وجو و بهره‌برداری از فرصت‌ها دارند. در نتیجه، این باعث عملکرد بهتر آن‌ها در بازار کسب و کار می‌شود [۱۸]. به عبارتی دیگر، حتی با وجود حمایت نهادها و مشروعیت اجتماعی و قانونی، کارآفرینان زن بدون توجه به عامل خودکارآمدی بعید است بتوانند به عملکرد عالی برسند.

بر این اساس، می‌توان فرضیات ذیل را جهت بررسی مطرح کرد.
 فرضیه اول: حمایت نیروهای نهادی رسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد؛
 فرضیه دوم: حمایت نیروهای نهادی غیررسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد؛
 فرضیه سوم: خودکارآمدی کارآفرینانه بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد؛
 فرضیه چهارم: حمایت نیروهای نهادی رسمی بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد؛
 فرضیه پنجم: حمایت نیروهای نهادی غیررسمی بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد؛
 فرضیه ششم: حمایت نیروهای نهادی رسمی به‌واسطه خودکارآمدی کارآفرینانه بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر معنادار دارد؛
 فرضیه هفتم: حمایت نیروهای نهادی غیررسمی به‌واسطه خودکارآمدی کارآفرینانه بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر معنادار دارد.
 با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، می‌توان روابط بین متغیرهای تحقیق را در قالب مدل مفهومی نمودار ۱ ارائه داد.



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

روش‌شناسی

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده در گروه توصیفی-همبستگی قرار دارد. برای گردآوری اطلاعات مرتبط با ادبیات و مباحث نظری از روش کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش از پرسش‌نامه استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش کارآفرینان زن استان خوزستان است. براساس آمار به‌دست‌آمده از کانون کارآفرینی استان خوزستان، تعداد کارآفرینان زن تا سال ۱۳۹۷، هزار و ۷۰ نفر برآورد شده است. تعداد کل جامعه آماری مورد مطالعه معلوم است. از این‌رو، برای تعیین حجم نمونه مناسب از فرمول کوکران استفاده شد. براساس این فرمول، تعداد ۲۸۳ نفر از شرکت‌کنندگان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش، از میان کارآفرینان زن استان خوزستان به روش تصادفی ساده ۲۸۳ نفر نمونه در نظر گرفته شد که با توجه به احتمال برگشت ناقص پرسش‌نامه‌ها، ۳۰۰ پرسش‌نامه در مرکز کارآفرینی استان خوزستان و اداره تعاون و رفاه اجتماعی اهواز به صورت آنلاین و کاغذی توزیع شد که از این تعداد ۲۸۳ پرسش‌نامه کامل و قابل تحلیل برگشت داده شد. در این پژوهش، برای سنجش متغیر حمایت نهادی رسمی و غیررسمی از پرسش‌نامه اسکات^۱ (۲۰۱۴) با شش مؤلفه حمایت مالی، حمایت قانونی، مشوق‌های مالیاتی، حمایت اجتماعی، حمایت فرهنگی، حمایت خانوادگی و برای سنجش متغیر خودکارآمدی کارآفرینانه از پرسش‌نامه ای نابل و همکاران (۱۹۹۹) با شش مؤلفه مهارت شناخت فرصت‌ها، مهارت هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کسب‌وکار، مهارت ایجاد محیط نوآورانه، مهارت توسعه منابع انسانی، مهارت ایجاد رابطه با سرمایه‌گذاران، مهارت رویارویی با چالش‌های غیرمنتظره و برای سنجش متغیر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان از پرسش‌نامه لی^۲ و همکاران (۲۰۰۹) با چهار مؤلفه فروش، بازگشت سرمایه، افزایش سود سالانه و چشم‌انداز کسب‌وکار استفاده شد. روایی ابزار اندازه‌گیری این پژوهش به سه طریق بررسی شد که عبارت‌اند از: روایی صوری، روایی همگرا و روایی واگرا. منظور از روایی صوری این است که آیا درظاهر گویه‌هایی که برای اندازه‌گیری یک متغیر پنهان طراحی شده‌اند واقعاً آن متغیر را می‌سنجند. برای سنجش این روایی از نظر متخصصان استفاده می‌شود. منظور از روایی همگرا این است که گویه‌های طراحی شده برای اندازه‌گیری یک متغیر پنهان همبستگی بالایی با یکدیگر داشته باشند. منظور از روایی واگرا این است که گویه‌های یک متغیر پنهان با گویه‌های متغیر پنهان دیگر همبستگی بالایی نداشته و از هم متمایز باشند.

برای محاسبه روایی همگرا و واگرا باید مقادیر میانگین واریانس استخراجی (AVE)، میانگین مجذور واریانس مشترک (ASV) را محاسبه کنیم. برای روایی همگرا باید AVE

1. Scott
2. Lee

بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد. برای روایی واگرا باید AVE بزرگ‌تر از ASV باشد (رحیمی، ۱۳۹۵). با توجه به جدول ۱ مقدار AVE هریک از متغیرها بزرگ‌تر ۰/۵ و مقدار AVE بزرگ‌تر ASV است که می‌توان گفت ابزارهای اندازه‌گیری دارای روایی سازه‌ای هستند. پایایی ابزارهای اندازه‌گیری در این پژوهش نیز از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب بررسی شد. با توجه به جدول ۳ و از آنجا که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی مرکب مربوط به متغیرها از ۰/۷ بیشتر است، می‌توان ادعان داشت همه متغیرها پایا هستند.

جدول ۱. روایی همگرا و واگرا و پایایی مرکب

متغیر	منبع گویه‌ها	آلفای کرونباخ	CR	AVE	ASV
موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان	لینان و چن (۲۰۰۹)	۰/۸۱۱	۰/۹۱	۰/۵۳	۰/۲۹
حمایت نهادی رسمی	هلمریچ و همکاران (۱۹۷۹)	۰/۷۶۹	۰/۷۸	۰/۶۲	۰/۱۴
حمایت نهادی غیررسمی	هلمریچ و همکاران (۱۹۷۹)	۰/۷۱۰	۰/۷۴	۰/۵۶	۰/۲۱
خودکارآمدی کارآفرینانه	گلیک و فیسک (۱۹۹۶)	۰/۷۱۳	۰/۸۱	۰/۵۲	۰/۰۷۹

ارزیابی الگوی پیشنهادی از طریق الگویابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام گرفت. جهت آزمودن اثرها میانجی در الگوی پیشنهادی نیز از روش بارون و کنی استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

اطلاعات گردآوری شده از نمونه مورد مطالعه بیانگر آن است که ۵۹ نفر یعنی ۲۰/۸ درصد پاسخ‌دهندگان دارای مدرک دیپلم، ۶۰ نفر یعنی ۲۱/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق دیپلم، ۷۶ نفر یعنی ۲۶/۹ درصد دارای مدرک لیسانس، ۸۸ نفر یعنی ۳۱/۱ درصد پاسخ‌دهندگان نیز دارای مدرک فوق لیسانس می‌باشند. از نظر سن سن پاسخ‌دهندگان، ۵۰ نفر یعنی ۱۷/۷ درصد پاسخ‌دهندگان ۲۵ سال سن و کمتر، ۷۰ نفر یعنی ۲۴/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان ۲۶ تا ۳۰ سال سن، ۸۹ نفر یعنی ۳۱/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای ۳۱ تا ۳۵ سال سن، ۳۸ نفر یعنی ۱۳/۴ درصد پاسخ‌دهندگان ۳۶ تا ۴۰ سال سن و ۳۶ نفر یعنی ۱۲/۷ درصد دارای سن بالاتر از ۴۰ سال هستند. از نظر وضعیت تأهل، ۱۸۶ نفر یعنی ۶۵/۷ درصد پاسخ‌دهندگان مجرد و ۹۷ نفر یعنی ۳۴/۳ درصد پاسخ‌دهندگان متأهل هستند. براساس آزمون میانگین دو جامعه به بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق در دو گروه کارآفرینان زن مجرد و متأهل پرداخته شد که نتایج نشان داد وضعیت متغیرهای تحقیق در هر دو گروه کارآفرینان

زن مجرد و متأهل یکسان است. براساس آزمون آنوا وضعیت متغیرهای تحقیق در گروه تحصیلی مختلف و افراد با سنین مختلف بررسی شد که نتایج نشان داد وضعیت متغیرها در این گروه‌ها متفاوت است.

جدول ۲ نیز روابط همبستگی بین متغیرها را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج موجود در جدول ۳ عدد معناداری آزمون همبستگی متغیرها از سطح معناداری ۰/۰۰۵ کوچک‌تر است. همچنین بین همه متغیرهای تحقیق به صورت دوجه دو همبستگی معنادار وجود دارد. نکته: علامت یک ستاره (*) به شکل توان در بالای ضریب همبستگی نشان‌دهنده آن است که معناداری رابطه بین دو متغیر در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ و اطمینان ۰/۹۵ قابل تفسیر است و علامت دو ستاره (**) نیز نشان‌دهنده معناداری رابطه در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ و اطمینان ۰/۹۹ است.

جدول ۲. روابط همبستگی میان متغیرهای پژوهش

موفقیت کسب و کار	خودکارآمدی کارآفرینانه	نهاد رسمی	نهاد غیررسمی		
			۱	ضریب همبستگی پیرسون	نهاد غیر رسمی
			۲۸۳	سطح معناداری	
				تعداد	
		۱	**۳۹۱/۰	ضریب همبستگی پیرسون	نهاد رسمی
			۰۰۰/۰	سطح معناداری	
		۲۸۳	۲۸۳	تعداد	
	۱	**۴۲۲/۰	**۳۷۸/۰	ضریب همبستگی پیرسون	خودکارآمدی کارآفرینانه
		۰۰۰/۰	۰۰۰/۰	سطح معناداری	
	۲۸۳	۲۸۳	۲۸۳	تعداد	
۱	**۳۹۳/۰	**۳۷۰/۰	**۴۰۱/۰	ضریب همبستگی پیرسون	موفقیت کسب و کار
	۰۰۰/۰	۰۰۰/۰	۰۰۰/۰	سطح معناداری	
۲۸۳	۲۸۳	۲۸۳	۲۸۳	تعداد	

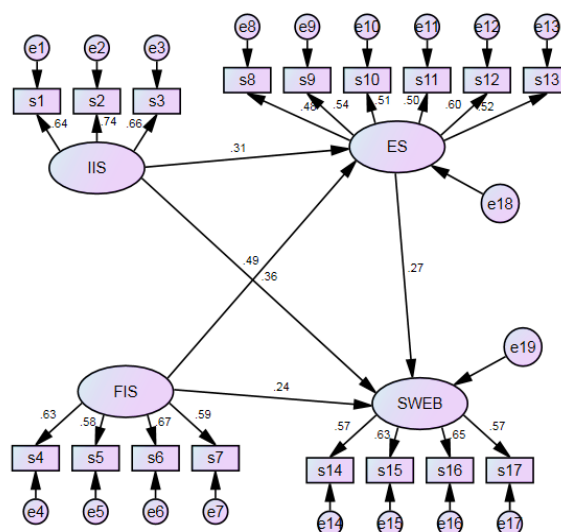
در این پژوهش، برای آزمون مدل اندازه‌گیری همه متغیرها و شاخص برازش آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار ایموس بررسی شد. برای بررسی برازندگی مدل نهایی از شاخص‌های نیکویی برازش استفاده شد. میرز و همکاران (۲۰۰۵)، شاخص‌های CFI, GFI, RMSEA, CMIN/DF را بسیار مهم می‌دانند و معتقدند که اگر این چهار شاخص برقرار باشند، مدل از برازش مناسبی

برخوردار است. مطابق جدول ۳ چهار شاخص وضعیت مناسبی دارند، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۳. شاخص‌های برازش برای مدل اندازه‌گیری

نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول	نتیجه
کای اسکور نسبی	(CMIN/DF)	۲,۵۶۹	۱ تا ۳	مطلوب
ریشه میانگین مجزورات تقریبی	(RMSEA)	۰,۰۶۴	< ۰,۰۵	مطلوب
شاخص تعدیل یافته (شاخص برازندگی)	(GFI)	۰,۹۰۰	> ۰,۹	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی	(CFI)	۰,۹۰۳	۰,۹ تا ۰,۷	مطلوب

پس از آزمون مدل اندازه‌گیری و تأیید برازش مدل، مدل ساختاری پژوهش بررسی شد که در نمودار ۲ نشان داده شده است. نتایج بررسی فرضیات این مدل به طور خلاصه در جدول ۵ نشان داده شده است.



نمودار ۲. مدل ساختاری

با توجه به جدول ۴ اثر مثبت حمایت نهادی رسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأیید شد و از سوی دیگر تأثیر مثبت حمایت نهادی غیررسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه، تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان، تأثیر حمایت نیروهای نهادی رسمی بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان و اثر متغیر حمایت نیروهای نهادی غیررسمی بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان نیز تأیید شدند.

جدول ۴. نتایج فرضیه‌های تحقیق با استفاده از معادلات ساختاری

نتیجه	P	C.R.	S.E.	Estimate	جهت رابطه
تأیید	۰/۰۰۱	۴/۵۱۳	۰/۰۸۶	۱/۳	حمایت نهادی رسمی --> خودکارآمدی کارآفرینانه
تأیید	۰/۰۰۱	۳/۴۹۷	۰/۰۶۶	۰/۴۹	حمایت نهادی غیررسمی --> خودکارآمدی کارآفرینانه
تأیید	۰/۰۲۰	۲/۲۳۲	۰/۱۴۲	۰/۲۷	خودکارآمدی کارآفرینانه --> موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه
تأیید	۰/۰۲۲	۲/۲۹۵	۰/۱۰۰	۰/۲۴	حمایت نیروهای نهادی رسمی --> موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان
تأیید	۰/۰۰۱	۳/۷۰۷	۰/۰۸۷	۰/۳۶	حمایت نیروهای نهادی غیررسمی --> موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان

در ادامه برای آزمون فرضیه‌های میانجی از روش بارون و کنی استفاده شد. این آزمون شامل سه مرحله است. در فرضیه هفتم در مرحله اول پس از بررسی مسیر مستقیم بین حمایت‌های رسمی و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان با توجه به ضریب مسیر ۱/۵۲۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰، معناداری مسیر تأیید شد و در مرحله دوم پس از اضافه کردن متغیر میانجی، مسیر متغیر حمایت‌های رسمی به خودکارآمدی کارآفرینانه (ضریب مسیر ۰/۴۳۰ و $P=0.000 < 0.05$) و خودکارآمدی کارآفرینانه به موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان (ضریب مسیر ۱/۸۴۲ و $P=0.000 < 0.05$) را بررسی کردیم که نشان داد هر دو مسیر معنادار است. در مرحله سوم پس از بررسی رابطه مستقیم بین حمایت‌های رسمی و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان در حضور متغیر میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه (ضریب مسیر ۱/۰۲۹ و $P=0.000 < 0.05$) این رابطه تأیید شد. یعنی حمایت‌های رسمی از هر دو طریق مستقیم و غیرمستقیم بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر می‌گذارد و به عبارت دیگر، خودکارآمدی کارآفرینانه نقش میانجی جزئی دارد.

در فرضیه هشتم، از روش بارون و کنی استفاده شد که در مرحله اول پس از بررسی مسیر مستقیم بین حمایت‌های غیررسمی و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان با توجه به ضریب مسیر ۰/۶۲۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰، معناداری مسیر تأیید شد و در مرحله دوم پس از اضافه کردن متغیر میانجی، مسیر متغیر حمایت‌های غیررسمی به خودکارآمدی کارآفرینانه (ضریب مسیر ۰/۴۵۳ و $P=0.000 < 0.05$) و مسیر خودکارآمدی کارآفرینانه به موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان (ضریب مسیر ۲/۰۲۱ و $P=0.000 < 0.05$) را بررسی کردیم که نشان داد هر دو مسیر معنادار است. در مرحله سوم پس از بررسی رابطه مستقیم بین حمایت‌های غیررسمی و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان در حضور متغیر میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه (ضریب مسیر ۰/۳۸۵ و $P=0.000 < 0.05$) این رابطه تأیید شد؛ یعنی حمایت‌های غیررسمی از هر دو طریق مستقیم و غیرمستقیم بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر

می‌گذارد و به عبارت دیگر، خودکارآمدی کارآفرینانه نقش میانجی جزئی دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل پژوهشی مبنی بر بررسی تأثیر حمایت نیروهای نهادی رسمی و غیررسمی بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه از برازش مطلوبی برخوردار است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که حمایت نیروهای نهادی رسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. مطالعات کارلسون^۱ (۲۰۱۸) نشان می‌دهد همکاری با نهادهای رسمی نه تنها باعث افزایش اعتمادبه‌نفس کارآفرینان زن در بهره‌گیری از فرصت برای رشد و توسعه کسب‌وکار می‌شود، بلکه باعث شرکت فعالانه کارآفرینان زن در کسب‌وکارهای رسمی می‌شود. از این رو، ساختار نیروهای نهادی رسمی با فراهم کردن منابع ملموس و ناملموس برای سرمایه‌گذاری موفق، امکان رشد و توسعه کسب‌وکار را برای کارآفرینان زن بوجود می‌آورد. از طرفی، هیلمن و همکاران (۲۰۱۵) معتقدند که حمایت نهادهای رسمی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی در افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه زنان و افزایش اعتمادبه‌نفس آن‌ها در قبول خطرها در بهره‌گیری از فرصت‌ها برای ایجاد کسب‌وکار موفق است. در این پژوهش، بعد قانونی محیط بر نرخ خودکارآمدی کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. از این رو، با افزایش تأثیر حمایت نهادهای رسمی و قانونی از کارآفرینان، خودکارآمدی کارآفرینانه هم افزایش می‌یابد، زیرا قوانین بهتر به کاهش موانع ورود و فرصت‌های کسب‌وکار بیشتر منجر می‌شوند.

نویسندگان مطالعاتی انجام داده‌اند که اهمیت تأثیر عوامل غیررسمی بر خودکارآمدی کارآفرینی را نشان می‌دهد. با توجه به مطالعات انجام‌شده، می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه دوم تأیید می‌شود و نیروهای نهادی غیررسمی بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. با استفاده از داده‌های ۶۰ کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی، عوامل نهادهای غیررسمی مؤثر بر خودکارآمدی کارآفرینی شامل: سطح توسعه‌یافتگی کشورها، سطح فرهنگ، میزان اعتمادبه‌نفس افراد، سطح توسعه فنی و آموزش عمومی و منزلت اجتماعی افراد جامعه است. بدین معنا که فرهنگ یک کشور، ارزش‌ها، باورها و هنجارها بر گرایش خودکارآمدی کارآفرینانه مردم تأثیرگذار است، زیرا براساس نتایج مطالعه بامول (۲۰۰۶)، تلاش‌های کارآفرینان زن با حمایت نهادها، داشتن تفکر کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینان زن شکل می‌گیرد. به عبارتی، جلب حمایت نهادی غیررسمی باعث ایجاد مشروعیت اجتماعی برای کارآفرینان زن در جامعه می‌شود و این امکان را به کارآفرینان

زن می‌دهد تا کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند و توسعه دهند و عملکرد بهتری در جامعه کسب‌وکار داشته باشند. در واقع، نبود حمایت نهادها ممکن است باعث جلوگیری از ادامه کار برای کارآفرینان زن شود. به این دلیل که کمبود منابع و نبود مشروعیت قانونی و اجتماعی مانع ادامه کار از سوی کارآفرینان زن می‌شود. بنابراین، استدلال می‌شود که حمایت نهادها ضروری است تا کارآفرینان زن بتوانند بر محدودیت منابع و ترس از شکست در طول فرایند کارآفرینی غلبه کنند. در واقع، نتیجه این فرضیه تأیید می‌شود که حمایت نهادهای غیررسمی به‌طور مثبت و معناداری بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر دارد. براساس محاسبات انجام‌شده، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که خودکارآمدی کارآفرینانه بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج پژوهش بالانوا^۱ (۲۰۱۶)، با هدف بررسی رابطه خودکارآمدی کارآفرینانه با موفقیت کسب‌وکار نشان داده که بین خودکارآمدی با رفتار و عملکرد کارآفرینانه زنان در موفقیت کسب‌وکار رابطه معناداری وجود دارد. به نظر می‌رسد که خودکارآمدی تأثیر قوی بر اهداف کسب‌وکار، رشد و توسعه کسب‌وکار، شناخت و درک رفتار کارآفرینی و انگیزه‌دادن به افراد برای دنبال کردن آرمان‌های خود دارد. محقق برد^۲ (۲۰۱۰)، در پژوهش خود به این نتیجه رسید که کارآفرینانی که دارای سطح بالایی از خودکارآمدی هستند، توانایی بیشتری را در بهره‌برداری از فرصت‌های جدید و رفع خطر در شرایط بسیار رقابتی و نامطمئن دارند. بر این اساس، استدلال شده است که افرادی که توانایی خودکارآمدی بالایی دارند، می‌توانند موقعیت‌ها و فرصت‌های نامشخص و نامطمئن را به‌عنوان چالش‌های قابل دستیابی در نظر گیرند. همچنین، طبق پژوهش کاردن^۳ (۲۰۱۸)، پیشنهاد شده است که دلیل اینکه ویژگی‌های خودکارآمدی کارآفرینانه با موفقیت کسب‌وکار ارتباط دارند، کارآفرینانی که توانایی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی را دارند می‌توانند جنبه‌های مبهم در فرصت‌های کارآفرینی را از طریق گفت‌وگو و همکاری با سرمایه‌گذاران اصلی مدیریت کنند. در نتیجه، این فرایند حتی با وجود شرایط نامطمئن ادامه می‌یابد. همچنین، یافته‌ها نشان داد نیروهای نهادی بیشترین تأثیر را در فرایند کارآفرینی اعمال می‌کنند. دلیل این است که کارآفرینی را می‌توان به‌منزله یک رفتار اقتصادی جامعه یا کشور طبقه‌بندی کرد که نیروهای نهادی جامعه یا کشور در آن تعبیه شده است. به‌عبارتی، از لحاظ قانونی، نیروهای نهادی افراد را تشویق می‌کنند که اهداف خود را با در نظر گرفتن قوانین رسمی جامعه کسب‌وکار دنبال کنند. لیم و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهش خود در زمینه دیدگاه نهادی به این نتیجه رسیدند که اندیشه‌ها و رفتارهای کارآفرینی توسط سیستم‌های نیروهای نهادی که دسترسی به دامنه وسیعی از منابع

1. Bulanova
2. Bird
3. Cardon

حیاتی را کنترل می‌کنند شکل می‌گیرند. درواقع، کارآفرینان خود را با قوانین رسمی و هنجارهای اجتماعی در سطح کلان هماهنگ می‌کنند تا بتوانند بهره‌وری اقتصادی را افزایش دهند و درعین حال مشروعیت اجتماعی داشته باشند. از طرف دیگر، اگرچه تحقیقات قبلی تأثیر حمایت نیروهای رسمی را بر کارآفرینان زن نشان داده‌اند، تعداد کمی از تحقیقات تأثیر نیروهای نهادی غیررسمی را بر خودکارآمدی کارآفرینان زن در شروع فرایند کسب‌وکار جدید نشان می‌دهند. از این رو، می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه پنجم تأیید می‌شود؛ یعنی نیروهای نهادی غیررسمی بر خودکارآمدی کارآفرینان زن تأثیر مثبت و معناداری دارد. تحقیقات بامول (۲۰۰۶) نشان می‌دهند که تلاش‌های کارآفرینان زن توسط حمایت نهادها، داشتن تفکر کارآفرینی و خودکارآمدی کارآفرینان زن شکل می‌گیرد. به عبارتی، جلب حمایت نهادی غیررسمی باعث ایجاد مشروعیت اجتماعی برای کارآفرینان زن در جامعه می‌شود و این امکان را به کارآفرینان زن می‌دهد تا کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند و توسعه دهند و عملکرد بهتری در جامعه کسب‌وکار داشته باشند. بنابراین، نتیجه‌گیری می‌شود که نبود مشروعیت قانونی و اجتماعی برای فعالیت کارآفرینان زن باعث کاهش خودکارآمدی آن‌ها در دنبال کردن و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌شود و برعکس وجود حمایت نهادها و مشروعیت قانونی و اجتماعی برای فعالیت کارآفرینان زن باعث افزایش خودکارآمدی زنان در دنبال کردن و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌شود.

پژوهش‌گر برای انجام هر پژوهشی با محدودیت‌هایی مواجه است. مطالعه حاضر نیز محدودیت‌هایی داشت. با توجه به اینکه این پژوهش فقط در یک حوزه انجام شده است، به محققان دیگر پیشنهاد می‌شود این پژوهش را در زمینه‌های مختلف، مانند دانشگاه‌ها، سازمان‌ها یا شرکت‌های مختلف در سایر استان‌ها انجام دهند تا نتایج آن قابلیت تعمیم بیشتری داشته باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود که همین پژوهش در مقاطع زمانی مختلف بررسی شود.

منابع

- [۱] احمدپور، داریانی (۱۳۹۶). کارآفرینی، چ ۴، تهران: پردیس.
- [۲] ترقبان، مریم؛ مبارکی، محمدحسن (۱۳۹۱). «بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران با استفاده از رویکرد میانگین‌گیری بیزی»، فصل‌نامه توسعه کارآفرینی، ۵ (۳): ۱۲۵-۱۴۴.
- [۳] حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چ ۲۰، تهران: سمت.
- [۴] حبیبی، حسن؛ صفری شالی، رضا (۱۳۹۱). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی، تهران: متفکران-لویه.
- [۵] خاکی، غلامرضا (۱۳۹۰). روش تحقیق با رویکردی بر پایان‌نامه‌نویسی، چ ۷، تهران: کانون فرهنگی

انتشارات بازتاب.

- [۶] خاکی، غلامرضا (۱۳۹۴). روش تحقیق در مدیریت (با رویکرد پیمایشی). تهران: فوژان.
- [۷] رحیمی، فرج الله (۱۳۹۵). نرم/فزارهای کاربردی در تحقیقات مدیریت، تهران: تراوا.
- [۸] سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۹۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، چ ۳۰، تهران: آگه.
- [۹] میرغفوری، حبیب‌الله؛ صیادی، حسین؛ طاهری دمنه، محسن (۱۳۹۴). «تبیین تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، س اول، ش ۲، ص ۴۵-۸۰.
- [۱۰] مومنی، منصور؛ فعال قیومی، علی (۱۳۹۶). تحلیل‌های آماری با استفاده از spss، تهران: مؤلف.
- [11] Aldrich, H.E; Fiol, C.M. (2014). "The institutional context of industry creation", *Academy of Management Review*, 19 (4), PP 645-670.
- [12] Anderson, A ; Smith, R. (2012). "The moral space in entrepreneurship: An exploration of ethical imoratives and the moral legitimacy of being enterprising", *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6), PP 479-794.
- [13] Bandura, A. (2005). "Self-efficacy: toward a unifying theory of behaviorak change", *Psychological Review*, 84 (2), PP 191-215.
- [14] Bandura, A. (1989). "Human agency in social-cognitive theory", *American Psychologist*, 44(3), PP 1175- 1184.
- [15] Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman Publisher.
- [16] Brush, C; De Bruin, A.; Gatewood, E.J; and Henry, C.(2017). "Introduction: women Entrepreneurs and Growth", *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth*, 4(3), PP 1-18.
- [17] Baumol, W.J. (2006). "Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive", *Journal of Political Economy*, 98 (5), 893-921.
- [18] Baughn, C; Chua B.-L; and Neupert, K.E. (2006). "The normative context for women's participation in entrepreneurship: a multicountry study", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), PP 687-708.
- [19] Baron, R.A. (2014). "The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic 'why' questions", *Journal of business venturing*, 19(3), PP 221-239.
- [20] Bulanova, O; Isaksen, E.J; and Kolvereid, L. (2016). "Growth aspirations among women entrepreneurs in high growth firms", *Baltic Journal of Management*, 11(29), PP 187-206.
- [21] Bird, B.J. (2010). "The successful intelligence of high-growth entrepreneurs: links to new venture growth", *Organization Science*, 21 (2), PP 397-412.
- [22] Bjornskov, C; Foss, N. (2013). "How Strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth", *Strategic entrepreneurship journal banner*, 7(1), PP 50-69.
- [23] Cardon, M.S; and Kirk, C.P. (2015). "Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 39 (5), PP 1027-1050.
- [24] Drayton, B. (2012). *Social Entrepreneurship in the Age of Atrocities*. New York: Edward Elgar Publishing.
- [25] Estrin, S; and Mickiewicz, T. (2017). "Institutions and female

- entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 37 (4), PP 397-415.
- [26] Hartsfield, M. (2003). The internal dynamics of transformational leadership: effects of spirituality, emotional intelligence, and self-efficacy. Submitted to Regent University School of Leadership Studies: Unpublished Doctorate Thesis.
- [27] Heilman, M.E; Martell, R.F; and Simon, M.C. (2015). “The vagaries of sex bias: conditions regulating the undervaluation, equivaluation, and overvaluation of female job applicants”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 41(1), PP 98-110.
- [28] Hopp, C; and Stephan, U. (2018). “The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: community culture, motivation, self-efficacy and start-up success”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(10), PP 917-945.
- [29] Hisrich, R.D; and Brush, C.G. (2000). *The Women Entrepreneur*. New York: Lexington.
- [30] Karlsson, T. (2018). “Institutional forces and the written business plan”, *Journal of Management*, 30(1), PP 29-48.
- [31] Kibler, E; Kautonen, T; and Fink, M. (2016). “Regional social legitimacy of entrepreneurship: implications for entrepreneurial intention and start-up behavior”, *Regional Studies*, 48 (6), PP 995-1015.
- [32] Lee, H; and Marvel, M.R. (2014). “Revisiting the entrepreneur gender-performance relationship: a firm perspective”, *Small Business Economics*, 42 (4), PP 769-786.
- [33] Lim, D; Morse, E; Mitchell, R; and Seawright, K. (2017). “Institutional environment and entrepreneurial cognitions: a comparative business system perspective”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (3), PP 491-516.
- [34] Lovoie, Dina. (1995). *Forum sur Entrepreneurship Feminin Quebecois*. Montreal: Ecole des Hautes Etudes commerciales.
- [35] Luthans, F; Stajkovic, a; Ibrayera, E. (2000). “Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economic”, *Journal of world business*, 35(1), PP 95-110.
- [36] McGowan, P; Cooper, S; Durkin, M; and O’Kane, C. (2015). “The influence of social and human Capital in developing young women as entrepreneurial business leaders”, *Journal of Small Business Management*, 53 (3), PP 645-661.
- [37] North, D. (2017). *Institutions Institutional Changes and Economic Performance*. Cambridge: University Press.
- [38] Naktiyok, A; Karabey, C.N; Gulluce, A.C. (2010). “Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case”, *International entrepreneurship and management journal*, 6(4), PP 419-435.
- [39] Powell, G.N; Eddleston, K.A. (2013). “Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: do female and male entrepreneurs experience different outcomes?”, *Journal of Business Venturing*, 28(2), PP 261-280.
- [40] Paauwe, J. (2004). *Human resource management and performance. Achieving longterm viability*. Oxford. Oxford University Press.
- [41] Stephan, U; Uhlaner, L.M. (2018). “Performance-based vs socially supportive culture: a CrossNational study of descriptive norms and entrepreneurship”, *Journal of International Business Studies*, 41(8), PP 1347-1364.

- [42] Shinnar, R.S; Giacomini, O; and Janssen, F. (2017). "Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), PP 465-493.
- [43] Shepherd, D; McMullen, J; and Jennings, P. (2018). "The formation of opportunity beliefs: overcoming ignorance and reducing doubt", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(2), PP 75-95.
- [44] Suchman, M.C. (2005). "Managing legitimacy: strategic and institutional approaches", *Academy of Management Review*, 20 (3), PP 571-611.