

## بررسی دیدگاه زنان کارآفرین ایرانی به فشارهای نهادی

علی تیزرو<sup>۱\*</sup>، وحید مکی زاده<sup>۲</sup>، محمد رضا فتحی<sup>۳</sup>، فرزانه سقائی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۲/۲۷ صص: ۸۴-۶۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۲/۱۷

### چکیده

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تغییرات سریع و شتابان بین‌المللی همراه است، از کارآفرینی به منزله موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود. به علت تاثیرات مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، کارآفرینی را به عنوان راه حل اساسی برای ضعف رشد اقتصادی، افزایش نرخ بیکاری و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در فراهم آوردن شغل مناسب برای فارغ التحصیلان دانشگاهی، برگزیده‌اند. هدف اصلی این پژوهش شناسایی فشارهای نهادی وارد شده بر زنان کارآفرین ایرانی و دیدگاه آن‌ها به این فشارها و همچنین زمینه این پاسخ‌هاست. این پژوهش از نظر نتیجه، بنیادین و از نظر هدف اکتشافی است. جامعه مورد پژوهش را کارآفرینان زن تقدیر شده در جشنواره‌های زنان کارآفرین استانی و کشوری در سه استان گلستان، مازندران و هرمزگان تشکیل می‌دهند و شرکت‌کنندگان در پژوهش به روش گلوله برفی انتخاب شده‌اند. پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختار یافته، تجزیه و تحلیل داده‌ها با رویکرد جهت‌دار و به روش کدگذاری سه مرحله‌ای انجام شد. براساس نتایج بدست آمده، فشارهای اختصاصی بر زنان کارآفرین در بعد تنظیمی شامل فشار از سوی مسئولین، در بعد هنجاری شامل فشار از سوی مردان جامعه و فشار از سوی خانواده و در بعد تشخیصی شامل وظایف زن، خودکم‌بینی و نادیده گرفتن خود می‌شود. آنان همچنین در پاسخ فشارهای تنظیمی استراتژی‌های مصالحه، اجتناب و مبارزه، در پاسخ به فشارهای هنجاری از استراتژی‌های مصالحه، اجتناب، مبارزه و دستکاری کردن و در پاسخ به فشارهای تشخیصی استراتژی تساهل را استفاده می‌کنند.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، زنان کارآفرین ایرانی، دیدگاه، فشارهای نهادی.

<sup>۱</sup> استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

<sup>۳</sup> استادیار گروه مدیریت صنعتی و مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

<sup>۴</sup> کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

\* نویسنده مسئول مقاله: [tizrooali@yahoo.com](mailto:tizrooali@yahoo.com)

## مقدمه

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تغییرات سریع و شتابان بین‌المللی همراه بوده و مشخصه آن گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی است، از کارآفرینی به‌منزله موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود. (Yaghoubi Farani et al, 2013) به علت تاثیرات مثبت کارآفرینی، بسیاری از کشورهای درحال توسعه از جمله ایران، کارآفرینی را به عنوان راه حل اساسی برای ضعف رشد اقتصادی، کاهش نرخ بیکاری و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در فراهم آوردن شغل مناسب برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، برگزیده‌اند (Karimi et al, 2010). بر مبنای گزارش موسسه جهانی کارآفرینی و توسعه<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۶، رتبه کارآفرینی ایران در میان ۱۳۰ کشور جهان، رتبه ۸۰ و در میان ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا نیز رتبه ۱۴ را داراست. براساس گزارش موسسه جهانی کارآفرینی و توسعه، کارآفرینی زنان در ایران، رتبه ۷۱ از بین ۷۷ کشور موردبررسی را داراست. نهادها به عنوان "قواعد بازی" در جامعه، یا محدودیت-هایی که انسان‌ها برای شکل دادن به تعاملاتشان ایجاد کرده‌اند، تعریف می‌شود (North, 1990) و دارای سه رکن تنظیمی، هنجاری و فرهنگی-تشخیصی هستند (Scott, 2001). ساختار اجتماعی نهادی شده در سطح کلان، نیمه کلان و خرد می‌تواند تاثیرات مهمی بر کارآفرینی زنان داشته باشد (Brush, De Bruin, & Welter, 2009). در نگاه‌های سنتی نهادی، افراد و بنگاه‌ها در مقابل فشارهای نهادی منفعل دیده می‌شوند ولی نهادگرایان جدید بر نقش افراد و بنگاه‌ها در تعامل سازمان‌ها و نهادها به وسیله پاسخ‌های استراتژیک تاکید می‌کنند (Seo & Creed, 2002). نظریه نهادی نظریاتی درباره چگونگی رابطه سازمان و محیط و روش‌هایی که سازمان به محیط پاسخ می‌دهد، بیان می‌کند (Oliver, 1991). پژوهش‌های قدیمی در حوزه زنان به طور سنتی در سطح خرد انجام می‌گرفت و شامل خصوصیات شخصیتی زنان کارآفرین مثل انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی یا تجربیات آن‌ها و یا ویژگی‌های بنگاه آن‌ها مثل اندازه، هدف، دسترسی به سرمایه، مدیریت و کارایی می‌شوند درحالی‌که جدیداً به تاثیرات عوامل سطح کلان بر کارآفرینی به‌طور عام و کارآفرینی زنان به‌طور خاص توجه می‌شود (Baughn et al, 2006; Verheul et al, 2006). البته برای حصول فهم کاملی از کارآفرینی زنان در یک بستر خاص، هر دوی این عوامل مهم هستند (Jamali, 2009). در ایران نیز اکثر قریب به اتفاق پژوهش‌ها در حوزه کارآفرینی زنان به ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها و یا موانع کارآفرینی زنان پرداخته است و اصلاً به رفتار و پاسخ این زنان در بستر نهادی پرداخته نشده است. با توجه به مزایای کارآفرینی زنان برای رفاه و پیشرفت کشور، شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر

<sup>1</sup> Global Entrepreneurship and Development Institution (GEDI)

عظیم اجتماعی موثر واقع شود. به عبارتی شناسایی الگوهای موفق می‌تواند در ایجاد فضای مناسب برای شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان علیرغم محدودیت‌ها و فشارهای نهادی، مفید باشد (Saber, 2006). توسعه کارآفرینی نه تنها به خاطر تولید شغل و ثروت اهمیت دارد، بلکه باعث رفاه اقتصادی و اجتماعی کل جامعه می‌شود (Aidis, Welter, Smallbone & Isakova, 2007) به همین دلیل توجه به کارآفرینی و پرورش زمینه‌های تحقق آن در جوامع امروز یک ضرورت است (Adib, Y, Mardan, 2014). از طرفی، اگر کارآفرینی باعث توسعه اقتصادی و برخورداری اجتماعی می‌شود، این موضوع بسیار اهمیت دارد که کارآفرینان زن هم مانند مردان به‌طور کامل شناخته شوند (Aidis et al, 2007). کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه اهمیت زیادی دارد زیرا آن‌ها تمایل دارند که زنان را به کار گیرند و این به خودی خود باعث کاهش تبعیض جنسیتی در بازار نیروی کار می‌شود. دلیل دیگر اهمیت کارآفرینی زنان این است که زنان کارآفرین می‌توانند نقش الگو را برای نسل جوان ایفا کنند و با تشویق زنان کارآفرین بالقوه به شروع یک کسب و کار، در جامعه خود تغییرات بزرگی به وسیله افزایش ظرفیت نوآوری و توسعه بخش خصوصی ایجاد کنند (Welter, Smallbone, Isakova, Aculai & Schakirova, 2004). همچنین گزارش سازمان جهانی دیدبان کارآفرینی<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۲، نیاز مبرمی را به زنانی برای رهبری و ارائه مدل بومی کارآفرینی به دیگر زنان نشان می‌دهد (Clarke, 2015). از طرفی کشف پاسخ‌های استراتژیک سازمان‌ها به فشارهای نهادی و عوامل موثر بر این پاسخ‌ها اهمیت بالایی دارد زیرا می‌تواند به شکل‌گیری نگرش بنیادین، برای بازنگری در مورد مشکلات و ابهامات کمک کند (Falcone & Osborne, 2005) و فهم درستی از موانع فعالیت‌های اقتصادی در مناطق پر چالش در سراسر جهان ایجاد می‌کند و همچنین بینشی مناسبی برای رسیدن به سیاست‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی ایجاد کند (Sutter, Webb, Kistruck & Bailey, 2013). همچنین در عصری که منابع روز به روز کمیاب‌تر می‌شوند، به دست آوردن بینش استراتژیک (Julian, Ofori-Dankwa & Justis, 2008) برای درک رابطه بین سیاست‌های عمومی و پاسخ‌های استراتژیک بنگاه به این سیاست‌ها اهمیت بسیاری دارد (Cashore & Vertinsky, 2000). بنابراین، شناخت فشارهای نهادی وارد بر زنان کارآفرین و دیدگاه این زنان به این فشارها، می‌تواند به زنان کارآفرین ایرانی، برای تقویت توانایی‌هایشان و درگیر شدن موثر در کسب و کار کمک شایانی کند. در این پژوهش قصد داریم دیدگاه زنان کارآفرین ایرانی را به فشارهای نهادی را با استفاده از روش تحقیق کیفی و از نگاه خود این زنان بررسی کنیم. باتوجه به مباحث فوق، این پژوهش در پی پاسخ به سوال‌های ذیل می‌باشد:

<sup>1</sup> Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

- چه نوع فشار نهادی بر زنان کارآفرین ایرانی وارد می‌شود؟ (تنظیمی، هنجاری و یا تشخیصی؟)
  - دیدگاه زنان کارآفرین ایرانی به فشارهای نهادی وارد شده از سوی هریک از ارکان سه‌گانه نهادی چیست؟
  - زمینه‌های این پاسخ استراتژیک به هر رکن نهادی چیست؟
- یکی از زمینه‌های پژوهشی نوظهور در رابطه با کارآفرینی، بررسی پاسخ‌های استراتژیک کارآفرینان به فشارهای نهادیست (Sutter et al, 2013). به صورت سنتی، نظریه نهادی افراد و بنگاه‌ها را در مقابل فشارهای نهادی منفعل می‌بیند. با این وجود اخیراً محققان بر نقش فعال افراد و بنگاه‌ها در پاسخ به فشارهای نهادی تأکید می‌کنند (Seo & Creed, 2002). نهادها صرفاً فعالیت‌های افراد را محدود نمی‌کنند و محیط نهادی یک «ففس آهنین» نیست بلکه به‌وسیله فعالیت‌های افراد شکل می‌گیرند (DiMaggio & Powell, 1983). این چارچوب نهادی که به آن منطق نهادی نیز گفته می‌شود، به وسیله هنجارهای فرهنگی، قوانین، ضمانت‌های اجرایی و سیاست‌ها، بر رفتار و انتخاب‌های افراد تأثیر می‌گذارد (Thornton, 2002). این منطق به صورت الگوهای کلان، به تفسیر افراد از زندگی روزمره‌شان و نحوه پاسخ‌دهی آن‌ها به محیط نهادی معنی می‌بخشد. تئوری نهادی نظریاتی درباره چگونگی رابطه سازمان و محیط و روش‌های پاسخگویی سازمان به محیط دارد (Oliver, 1991). سازمان متناسب با عواملی مثل ویژگی‌های اجزای سازنده هنجارهای نهادی و اهداف سازمانی، به صورت‌های گوناگونی از انطباق منفعلانه با هنجارهای نهادی تا مقابله فعال با محیط نهادی، پاسخ می‌دهند (Goodstein, 1994). طبق چارچوب الیور، سازمان‌ها پنج استراتژی کلی را در پاسخ به فرآیندهای نهادی دنبال می‌کنند. در جوامع نوین، تحولات زیادی در عرصه‌های مختلف رخ داده که بنیان‌های زندگی اجتماعی پیشین را کاملاً دگرگون ساخته‌است و روابط انسانی نیز تحت تأثیر این تغییر و تحولات اشکال نوینی پیدا کرده‌اند. نمونه بارز آن، تغییر نقش و مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف جامعه است. حضور پررنگ زنان در همه عرصه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، موضوعی است که در بیشتر جوامع سنتی در حال گذار، در حال روی دادن است (Balali et al, 2015). نیمی از جمعیت و یک سوم نیروی کار جهان را زنان تشکیل می‌دهند. آن‌ها سهم قابل توجهی در رشد اقتصادی قرن گذشته داشته‌اند (Ghani et al, 2012). اهمیت کارآفرینی زنان برای توسعه اقتصادی به خوبی شناخته‌شده است و تحقیقات بسیاری تأثیر مثبت کارآفرینان زن بر رشد اقتصادی، توسعه و صلح پایدار اثبات کرده‌اند (Woetzel, 2015). کسب و کارهای

کارآفرینانه زنان یکی از سریع‌ترین نرخ‌های رشد در میان کسب و کارهای دنیا را داراست. آمار نشانگر آن است که نرخ جهانی کارآفرینی زنان در دو سال گذشته ۶ درصد افزایش یافته است اگر چه کارآفرینی غالباً یک امر مردانه تلقی می‌شود و گفتمان کارآفرینی به زن به‌عنوان زیردست و وابسته نگاه می‌کند (Verduijn & Essers, 2013). ولی زنان کارآفرین در همه هشتاد و سه کشور موردبررسی سازمان دیدبان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۷، از هم‌تایان مرد خود نوآورتر بوده‌اند. این بدین معناست که نقش اقتصادی، اجتماعی و حرفه‌ای زنان کارآفرین، برای تبدیل اقتصاد کشورهای در حال توسعه به اقتصادهای مبتنی بر دانش و نوآوری هر روز پررنگ‌تر از دیروز خواهد بود (Ragunandan, 2018). زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و توسعه کشورهای خود هستند؛ اما حوزه کارآفرینی زنان در بستر این کشورها مورد بی‌توجهی قرار گرفته (Taqi, 2016) و اغلب مطالعات در این زمینه مربوط به کشورهای پیشرفته‌ای چون آمریکا و کانادا و انگلیس است (Arasti & Bahmani, 2017). البته در سال‌های اخیر به واسطه افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در کشورهای در حال توسعه، نظر بخش دانشگاهی به این مقوله جلب شده است (Clarke, 2015). به علاوه، طبق پژوهشی که بانک جهانی در حوزه کارآفرینی زنان انجام داده است، مردان در خاورمیانه نگرش منفی‌تری به اشتغال زنان در بین مردان آسیایی دارند (Chamlou et al, 2008) و در این منطقه تنها ۴ درصد از فعالیت‌های کارآفرینانه متعلق به زنان است. پرداختن به مشارکت اقتصادی زنان در قالب یکی از ابعاد مشارکت در ایران، به منزله نمونه‌ای از یک کشور در حال توسعه، موضوعیت می‌یابد. نهادها ساختار اجتماعی چندوجهی و پایداری هستند که از عناصر نمادین، فعالیت‌های اجتماعی و منابع مادی تشکیل شده‌اند. نهادها ویژگی‌های مشخصی از خود نشان می‌دهند؛ آن‌ها در برابر تغییر نسبتاً مقاوم هستند (Jepperson, 1991) و نسل به نسل منتقل می‌شوند تا حفظ و بازتولید شوند (Zucker, 1987). نهادها محدودیت‌های انسانی هستند که ساختار تعاملات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را می‌سازند. البته همان‌طور که نهادها به عنوان محدودیت تعریف می‌شوند، افراد این توانایی را دارند تا این محدودیت‌های نهادی را به فرصت تبدیل کنند (Endicott, 2001). این محدودیت‌ها تعیین‌کننده هزینه تولید و مبادله و در نتیجه راه اندازی کسب و کار و سودآوری و امکان‌پذیری فعالیت اقتصادی هستند (Veciana & Urbano, 2008). نهادها برای حصول اطمینان از اجرای تجویزات خود، از ترکیبی از مشوق‌ها و محدودیت‌ها استفاده می‌کنند. مشوق‌ها شامل توانایی افراد در دریافت حق مالکیت، انعقاد قراردادها در هنگام

نزاعها، دسترسی به زیرساخت‌های تسهیل کننده تعاملات کارآمد و توانایی رقابت برای اجرای تعهدات وسیع‌تر، می‌شوند و محدودیت‌ها به ناتوانی در دسترسی به این مشوق‌ها، جریمه و حتی حبس اشاره دارد (North, 1990). اسکات نهادها را دارای سه رکن تنظیمی، هنجاری و فرهنگی-شناختی می‌داند. رکن تنظیمی با فعالیت‌های رسمی همچون قانون‌گذاری، نظارت و ضمانت اجرایی شناخته می‌شود (Scott, 1995). با مرور پژوهش‌های انجام شده در حوزه کارآفرینی زنان چه در جهان و چه در ایران، به نظر می‌رسد که مطالعات زیادی به این پدیده با رویکرد نهادی نپرداخته‌اند. جین (Jin, 2014) در پژوهشی به ارتباط بین انگیزه‌های کارآفرینانه زنان و ویژگی‌های نهادی و شخصیتی پرداخت. نتایج نشان داد که هرچه زنان مهارت‌های کارآفرینانه بیشتر، ترس از شکست کمتر، شبکه اجتماعی وسیع‌تری داشته باشند، انگیزه بیشتری برای کارآفرینی خواهند داشت. رمانی و همکاران (Ramani et al, 2013) به تدوین مدلی برای برقراری ارتباط بین اقتصاد رسمی و غیررسمی برای کسب و کار مشتری محور و رقابتی در جوامع در حال توسعه پرداختند. کلیور، نیلسن و اوالد (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی رابطه بین برابری جنسیتی، نرخ خوداشتغالی زنان و سطح توسعه یافتگی یک کشور پرداختند. استرین و میکویز (Estrin, S., & Mickiewicz, 2011) به مقایسه تاثیر نهادها بر تصمیم زنان به ایجاد یک کسب و کار پرداختند. براساس نتایج در کشورهایی که دارای بخش دولتی بزرگ-تری هستند، زنان تمایل کمتری به کارآفرینی دارند. الام و تجرسن (Elam & Terjesen, 2010) به کشف چگونگی تاثیرپذیری کارآفرینی از معیارهای نهادی فرهنگی سخت و نرم پرداختند. باون و همکاران (Baughn et al, 2006) در پژوهشی نشان دادند که حمایت نهادی از زنان به صورت مثبتی با موفقیت کارآفرینی زنان و برابری جنسیتی ارتباط دارد. موفقیت کارآفرینی زنان رابطه معکوسی با سطح توسعه اقتصادی دارد. تقی (Taqi, 2016) در پژوهشی نشان داد که چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین شامل فرهنگ و عدم حمایت اجتماعی، دسترسی نامناسب به منابع مالی، محدودیت‌های قانونی و آموزش و تقابل کار و خانواده می‌باشد. تالیس (Flaiss, 2015) در پژوهشی نشان داد که زنان مسلمان کارآفرین ارزش‌های اسلامی چون عمل صالح، امانت‌داری، صدق، احسان و عدل را از لوازم موفقیت در کسب و کار خود می‌دانند. المبارک و مانولوا (Almobaireek & Manolova, 2013) نشان دادند که مهم‌ترین انگیزه زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی عربستان برای کارآفرینی نیاز مالی است. مدیچی و گالانت (Madichie & Gallant, 2012) نشان دادند که تغییرات در سیاست‌های دولت و تحولات فرهنگی، کلیدی برای هموارسازی

مسیر کارآفرینی زنان مورد نیاز است. زیدان و بهرامی (Zeidan & Bahrami, 2011) نشان دادند که کارآفرینی زنان در خاورمیانه نسبت به سایر کشورهای با درآمد متوسط عقب مانده است. برای جبران این عقب ماندگی کشورهای عضو بایستی هنجارهای اجتماعی را از طریق قانون تغییر دهند. زامبر احمد (Zamberi Ahmad, 2011) نشان داد که زنان کارآفرین سعودی دارای اعتماد به نفس بالا، تحصیل کرده و بسیار خوش بین نسبت به آینده هستند. با این حال با موانع زیادی از جمله تبعیض جنسیتی، دسترسی محدود به منابع مالی رسمی و دسترسی به تکنولوژی روز روبرو هستند. آراستی و ملکی کرم آباد (Arasti & Maleki Karamabad, 2014) نشان دادند که شبکه های اجتماعی از عوامل نهادی غیررسمی و مکانیسم های حمایتی از عوامل نهادی رسمی بر پیاده سازی فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی زنان موثر است. یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani et al, 2013) معتقدند که رابطه مثبت و معنی داری بین میزان بهره مندی از فرصت های آموزشی و میزان دسترسی زنان روستایی به عوامل نهادی- سازمانی با سطح کارآفرینی آنها وجود دارد. حسین زاده و کاظمی (Hosseinzadeh and Kazemi, 2018) به شناسایی موانع و راهکارهای بهبود سیستم کارآفرینی زنان با استفاده از رویکردهای تحقیق در عملیات سخت و نرم پرداختند.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف اکتشافی و بر اساس رویکرد کلان، کیفی است که در آن از راهبرد تحلیل محتوا برای داده های متنی استفاده شده است. به جهت وجود یک نظریه مرجع-نظریه الیور (Oliver, 1991) از رویکرد تحلیل محتوای جهت دار استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش تمامی زنان کارآفرین تقدیر شده جشنواره های زنان کارآفرین استانی و کشوری در سه استان گلستان، مازندران و هرمزگان است. با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند ۱۵ نفر از این کارآفرینان شناسایی شدند و با مشارکت در این پژوهش موافقت کردند. داده های پژوهش با مصاحبه های نیمه ساختاریافته با مشارکت کنندگان در پژوهش، به دست آمد. هر یک از این مصاحبه ها به طور متوسط یک ساعت به طول انجامید و صوت جلسه با کسب اجازه از مصاحبه شوندگان ضبط شده و به متن تبدیل شد. تجزیه و تحلیل داده ها به روش کدگذاری سه مرحله ای انجام شد. بدین صورت که با بازخوانی متن مصاحبه ها، هر قسمت از متن که با توجه به نظریه مرجع، حاوی نکته ای بود، عنوان یک کد به خود می گرفت. کدها، مورد مقایسه مداوم قرار گرفته و آن دسته از کدهایی که بر یک جنبه مشترک دلالت می نمودند، عنوان یک مفهوم به خود گرفتند. چند مفهوم، یک مقوله و چند مقوله، یک مقوله هسته را می سازند.

در این پژوهش برای تامین روایی و پایایی مطالعه از روش ارزیابی لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985) استفاده گردید. بدین منظور و بر پایه این روش چهار معیار جهت ارزیابی در نظر گرفته شد. که شامل موارد ذیل می باشد:

- (۱) **اعتبار:** پژوهشگر با صرف زمان کافی، تایید فرآیند پژوهش توسط هشت متخصص، استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری، چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران، استفاده از پرسش‌های عینی و نگارش یادداشت یادآور در طول پژوهش، میزان موثق بودن داده‌های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است.
- (۲) **انتقال‌پذیری:** برای حصول اطمینان از انتقال‌پذیری یافته‌های پژوهشی سه متخصص وب که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند.
- (۳) در همه مراحل کار و به منظور ایجاد اطمینان‌پذیری، جزئیات پژوهش و یادداشت برداری‌ها ثبت و ضبط شد.
- (۴) **تأیید پذیری:** اگر یافته‌های پژوهشی بخواهد تأیید شدنی باشد، باید کلیه جزئیات در تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شود که این کار در مورد پژوهش حاضر انجام شد.

### یافته های پژوهش

با توجه به سوال اول که «چه نوع فشار نهادی بر زنان کارآفرین ایرانی وارد می‌شود؟ (تنظیمی، هنجاری و یا تشخیصی؟)، نتایج ذیل حاصل گردید.

همه مشارکت کنندگان در این تحقیق در دوره فعالیت خود، فشارهایی را از سوی هر سه رکن نهادی حس کرده‌اند. می‌توان گفت که فشار تنظیمی از طریق عواملی چون مالی، مجوز، هزینه‌ها، رقبا، نیروی کار، قانون و مسئولین بر کارآفرین وارد می‌گردد. این عوامل در رکن هنجاری شامل فشارها از سوی مردان جامعه و از سوی خانواده می‌شود. عوامل فشار رکن تشخیصی نیز وظایف زن، خودکم‌بینی و نادیده گرفتن خود هستند. بیان این نکته ضروری است که با توجه به متون مصاحبه، در بخش تنظیمی، عوامل فشاری چون مسائل مالی، هزینه‌ها، نیروی کار، مجوز، رقبا و قانون شديداً تحت تاثیر عوامل کلان جامعه است، وابسته به جنسیت خاصی نیست و برای همه کارآفرینان، اعم از زن و مرد به‌طور یکسان وجود دارد. همچنین در رکن تنظیمی زیر مقوله تبعیض توسط مجریان قوانین مربوط به فشار از سوی مسئولین وابسته به جنسیت است؛ اما تمامی عوامل فشار هنجاری و تشخیصی شناسایی شده، جنسیتی بوده و تنها بر زنان کارآفرین وارد می‌شوند. در جدول (۱) این یافته به تفصیل شرح داده شده است.



## جدول ۱- یافته‌های مربوط به سوال اول

تم	مقوله	زیر مقوله
فشار تنظیمی	مالی	عدم حمایت مالی دولتی
		ضمانت وام
		هزینه کردن وام
		سود بالای وام
		کاغذبازی روند اخذ وام
		پارتنری بازی در اعطای وام
	مسئولین	برخورد سلیقه‌ای با قانون
		تبعیض توسط مجریان قوانین
		عدم تخصص مسئولین
		سختگیری مجریان
هزینه‌ها	مشکلات ارزی	
	هزینه بالای تولید	
	نیروی کار	
	کمبود نیروی کار متخصص	
	مجوز	
	روند سخت و طولانی اخذ مجوز	
	رقبا	
	واردات	
فشار هنجاری	از سوی مردان جامعه	عدم جمعیت قانون
		تحمیل جلو افتادن زنان از مردان
فشار تشخیصی	از سوی خانواده	دست‌کم گرفته شدن زنان
		در نظر گرفتن تنها دو نقش همسری و مادری برای زن
	وظایف زن	لزوم رفتار طبق عرف جامعه
		وظایف اول زن را همسری و مادری دانستن
		خودکم‌بینی
		عدم شناخت کامل توانایی‌های خود
نادیده گرفتن خود	عدم رسیدگی به نیازهای زنانه خود	

براساس نتایج حاصل از تحقیق، از سمت هر سه رکن نهادی بر زنان کارآفرین فشار وارد می‌شود. فشارهای اختصاصی بر زنان کارآفرین در بعد تنظیمی شامل فشار از سوی مسئولین (تبعیض توسط مجریان قوانین)، در بعد هنجاری شامل فشار از سوی مردان جامعه (عدم تحمیل جلو افتادن زنان از مردان و دست‌کم گرفته شدن زنان) و فشار از سوی خانواده (در نظر گرفتن تنها دو نقش همسری و مادری برای زن) و در بعد تشخیصی شامل وظایف زن (لزوم رفتار طبق عرف جامعه و وظایف اول زن را همسری و مادری دانستن)، خودکم‌بینی (عدم شناخت کامل توانایی‌های خود) و نادیده گرفتن خود (عدم رسیدگی به نیازهای زنانه خود) می‌شود. با توجه به سوال دوم که «دیدگاه زنان

کارآفرین ایرانی به فشارهای نهادی وارد شده از سوی هریک از ارکان سه‌گانه نهادی چیست؟»، ابتدا مصاحبه‌ها تحلیل شد و نتایج زیر حاصل شد.

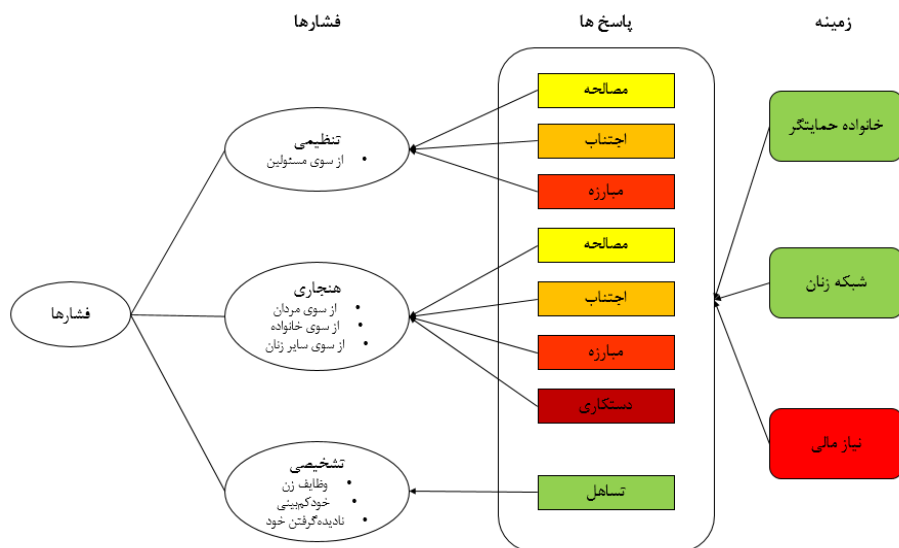
در رکن تنظیمی، در مقوله فشار از سوی مسئولین، تنها عامل فشار وابسته به جنسیت تبعیض توسط مجریان قوانین شناسایی شد. پاسخ کارآفرینان زن به این نوع فشار، مصالحه، اجتناب و مبارزه است. در رکن هنجاری سه مقوله اصلی فشار شامل فشار از سوی مردان جامعه (عدم تحمل جلو افتادن زنان از مردان و دست‌کم گرفته شدن زنان)، فشار از سوی سایر زنان (عدم حمایت زنان از یکدیگر) و فشار از سوی خانواده (در نظر گرفتن تنها دو نقش همسری و مادری برای زن) شناسایی شد. با توجه به داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها می‌توان گفت که زنان کارآفرین در مقابل این فشارها تسلیم نمی‌شوند و مسالمت‌آمیزترین پاسخ آن‌ها مصالحه است. با شدت گرفتن این فشارها پاسخ‌ها شکل تهجمی‌تر به خود گرفته و از مصالحه به سمت اجتناب، مبارزه و حتی دستکاری کردن پیش می‌رود. در بعد تشخیصی سه مقوله اصلی فشار شامل وظایف زن (لزوم رفتار طبق عرف جامعه و وظایف اول زن را همسری و مادری دانستن)، خودکم‌بینی (عدم شناخت کامل توانایی‌های خود) و نادیده گرفتن خود (عدم رسیدگی به نیازهای زنانه خود) می‌شود. زن کارآفرین در مواجهه با فشارهای ناشی از ارزش‌ها و هنجارهای نهادینه‌شده در خودش تنها از استراتژی تساهل استفاده می‌کند؛ یعنی بدون هیچ مقاومتی تسلیم این فشارها می‌شود و از الزامات آن اطاعت می‌نماید. در جدول (۲) پاسخ زنان کارآفرین به هر نوع فشار نهادی ارائه شده است.

جدول ۲- پاسخ‌های استراتژیک کارآفرینان زن ایرانی به فشارهای نهادی

فشار	پاسخ
تنظیمی	مصالحه اجتناب مبارزه
هنجاری	اجتناب مبارزه دستکاری کردن
تشخیصی	تساهل

همان‌طور که مشاهده می‌شود، پاسخ‌های کارآفرینان به فشارهای تنظیمی تهجمی‌ترین حالت، در پاسخ به فشارهای هنجاری کمی همراه با مصالحه ولی همچنان تهجمی ولی در مواجهه با فشارهای تشخیصی کاملاً منفعلانه است. در پاسخ به پرسش سوم این پژوهش که «زمینه‌های این پاسخ استراتژیک به هر رکن نهادی چیست؟»، با تحلیل داده‌های به‌دست آمده از طریق مصاحبه با

زنان کارآفرین، به نظر می‌رسد که هرچه کارآفرین خانواده حمایت‌گرتری داشته باشد و یا به وسیله شبکه وسیع‌تری از زنان حمایت شود، پاسخ‌های تهاجمی‌تری نسبت به فشارهای نهادی از خود بروز می‌دهد. برعکس، هرچه نیاز مالی بیشتری را حس کند، تمایل او برای مصالحه با فشارهای نهادی بیشتر می‌گردد. با توجه به یافته‌های پژوهش، مدل دیدگاه زنان کارآفرین به فشارهای نهادی تدوین شد که در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل ۱- دیدگاه زنان کارآفرین ایرانی به فشارهای نهادی و زمینه‌های این پاسخ‌ها

## بحث و نتیجه‌گیری

برای ورود به بحث در مورد سوال اول این پژوهش یعنی این سوال که «چه نوع فشار نهادی بر زنان کارآفرین ایرانی وارد می‌شود؟ (تنظیمی، هنجاری و یا تشخیصی؟)»، ابتدا لازم است یافته‌های پژوهش‌هایی با سوال مشابه این سوال را مرور کنیم. گوپال و یاداو (Goyal & Yadav, 2014) در پژوهشی با عنوان «کارآفرین بودن یا نبودن زنان در کشورهای در حال توسعه»، به بررسی فشارهای وارده بر زنان کارآفرین پرداختند و در آخر به فشارهایی چون دشواری در دسترسی به منابع مالی، عوامل فرهنگی-اجتماعی مثل سوگیری منفی نسبت به جایگاه زن و عوامل فردی چون کمبود اعتماد به نفس، وجود محدودیت‌های نهادی و کمبود مهارت‌های کارآفرینانه و تحصیلات در این زمینه رسیدند. روشن‌نیا و همکاران (Roshania et al, 2015) در مقاله‌ای با عنوان «چالش‌ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان»، موانع کارآفرینی زنان را در چهار بعد فردی، فرهنگی، اجتماعی و

اقتصادی بررسی نموده‌اند. طبق یافته‌های این پژوهش در مورد موانع فردی می‌توان گفت که بیشتر انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های جمعیت شناختی مدنظر است می‌توان گفت میان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود، بر اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد، به طوری که پنداشت از خود و اعتماد به نفس بالا تأثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنان دارد. بنا بر اطلاعات جمعیت شناختی، هر چه نرخ باروری به دلیل جوانی جمعیت افزایش می‌یابد، با نزول اشتغال زنان مواجه هستیم؛ همچنین میان تعداد فرزند و اشتغال رابطه معکوس وجود دارد. همچنین در مورد سوال دوم این پژوهش یعنی این سوال که «پاسخ استراتژیک زنان کارآفرین ایرانی به فشارهای نهادی وارد شده از سوی هریک از ارکان سه‌گانه نهادی چیست؟»، ابتدا لازم است یافته‌های پژوهش‌هایی با سوال مشابه این سوال را مرور کنیم. لازم به ذکر است که هیچ پژوهشی در ایران به پاسخ کارآفرینان به فشارهای نهادی نپرداخته است، اما با مرور ادبیات موجود در این زمینه در جهان به سه تفاوت عمده این پژوهش با تحقیقات قبلی مشابه برمی‌خوریم؛ تفاوت اول این‌که تقریباً در همه پژوهش‌های قبلی، یک عامل فشار در نظر گرفته شده و پاسخ کارآفرین فقط به آن عامل خاص شناسایی شده است. تفاوت دوم این است که از بین همه پژوهش‌های بررسی شده، تنها یک تحقیق به طور خاص به پاسخ‌های زنان کارآفرین پرداخته است. تفاوت بعدی نیز تئوری مورد استفاده در شناسایی پاسخ‌های کارآفرینان است. همه این عوامل باعث شد تا امکان مقایسه اصولی یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات اصولی از پژوهشگر گرفته شود. نکته دیگری که در یافته‌ها به چشم می‌خورد انفعال کامل زنان کارآفرین در مقابل فشارهای تشخیصی است؛ به عبارت دیگر این زنان هیچ تلاشی برای تغییر الگویی که از یک زن در ذهن آن‌ها نهادینه شده است نمی‌کنند.

همچنین در انتها جهت بحث پیرامون نتایج حاصل برای سوال سوم با هدف «شناسایی زمینه‌های پاسخ استراتژیک به هر رکن نهادی توسط زنان کارآفرین ایرانی» است، با مرور پژوهش‌های موجود در زمینه کارآفرینی، هیچ پژوهش مشابهی برای مقایسه با نتایج تحقیق حاضر یافت نشد. تنها در تحقیقی با عنوان «توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشگاهی» که به وسیله آراستی (Arasti, 2004) انجام شد، او به این نتیجه رسید که عامل تقویت‌کننده در زنان کارآفرین، نگرش موافق اطرافیان است. همچنین لانگویتز و مینیتی (Langowitz & Minniti, 2007) در مقاله‌ای با عنوان «گرایش کارآفرینانه زنان»، بیان می‌کنند که شناختن کارآفرینان دیگر از مهم‌ترین ویژگی‌های یک زن کارآفرین است. این نتایج به‌شدت با یافته‌های این پژوهش هم‌سوست؛ شاید بتوان گفت که اطرافیان حمایتگر (خانواده و شبکه زنان) با نگرش موافق خود موجب تقویت زن کارآفرین می‌شوند و او این اعتمادبه‌نفس را می‌یابد که نسبت به فشارهای نهادی فعال‌تر عمل کند. اما آنچه

این پژوهش بدان دست یافته است که احتمالاً نیاز مالی انگیزه بیشتری برای مصالحه با فشارهای نهادی به زن کارآفرین می‌دهد و او را از پاسخ‌های تهاجمی بازمی‌دارد.

## پیشنهادات تحقیق

### پیشنهادات نظری

این پژوهش به‌طور خاص بر کارآفرینان در بخش خصوصی متمرکز شده است؛ با توجه به گستردگی زمینه کارآفرینی و انواع مختلف آن، می‌توان همین پژوهش را برای شناخت کارآفرینان سازمانی، کارآفرینان اجتماعی و غیره اجرا نمود. به علاوه، اساس یافته‌های این پژوهش، مشاهده می‌شود که پاسخ کارآفرینان زن به انواع مختلف فشارهای نهادی، متفاوت است. تبیین چرایی این تفاوت در پاسخ، می‌تواند زمینه خوبی برای تحقیقات آتی باشد. با توجه به یافته‌های مربوط به زمینه پاسخ‌های استراتژیک این کارآفرینان، می‌توان زمینه پاسخ به هر نوع فشار نهادی را به صورت جداگانه مورد بررسی قرارداد. در ارتباط با تبدیل تهدیدهای نهادی به فرصت توسط کارآفرینان زن، می‌توان چگونگی این رفتار، مکانیسم‌های اعمال آن و میزان اثربخشی این روش را مطالعه کرد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پاسخ کارآفرینان زن به فشارهای نهادی غالباً تهاجمی و در جهت تغییر مفروضات و ویژگی‌های نهادیست اما زنان کارآفرین با استفاده از همین ویژگی‌های نهادی - به‌طور مثال مردسالاری جامعه - به اهداف خود می‌رسند؛ تبیین تضاد بین این دو مسئله نیز می‌تواند بستر مناسبی برای تحقیقات آتی باشد. آخرین یافته این پژوهش نیز کشف اعتماد جامعه به زنان کارآفرین بود که در همین جهت می‌توان به چرایی و نتیجه این پدیده در بلندمدت پرداخت. علاوه بر پیشنهادهای نظری بر پایه یافته‌های این پژوهش، (۱) اجرای سیاست‌های زمینه‌سازی مثل ایجاد سمن‌ها، اتحادیه‌ها و انجمن‌های زنان کارآفرین برای تقویت شبکه زنان کارآفرین، (۲) بهبود روش‌های آموزش کارآفرینی با تکیه بر رشد فردی (ویژگی‌های مهارتی و شخصیتی کارآفرینان) و اجتماعی (فرصت تجربه‌اندوزی و پایین آوردن هزینه شکست) می‌تواند بستر خوبی را برای رشد کارآفرینی زنان در کشور ایجاد نماید.

### References

- Adib, Y, Mardan, F (2014). Phenomenology of Entrepreneurs' Experiences and Perceptions of the Entrepreneurial Phenomenon: A Qualitative Study, *Journal of Entrepreneurship Development*, 7 (3), 447-465.
- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D., & Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157-183.

–Almobaireek, W. N., & Manolova, T. S. (2013). Entrepreneurial motivations among female university youth in Saudi Arabia. *Journal of Business Economics and Management*, 14(sup1), S56-S75 .

–Arasti, Z., & Bahmani, N. (2017). Women's Entrepreneurship in Iran Iranian Entrepreneurship (pp. 109-137): Springer.

–Arasti, Z and Maleki Karamabad, M.M (2014). Formal and Informal Institutional Factors Influencing Women's Entrepreneurial Social Performance, *Social Psychological Studies of Women*, 12 (1), 97-118.

–Arasti, Z (2004). Entrepreneurship Development for University Girls and Girls, *Quarterly Journal of Employment and Entrepreneurship*, 3, 8-9. (in Persian).

–Balali, I, Sayyah, M, Mohebbi, S.F (2015). Including Women in Men's Jobs: The Reasons and Consequences of Qualitative Analysis of Expert Opinions, *Women in Development and Politics (Women's Research)*, 13 (3), 399-424. (in Persian).

–Baughn, C. C., Chua, B. L., & Neupert, K. E. (2006). The normative context for women's participation in entrepreneurship: A multicountry study. *Entrepreneurship Theory and practice*, 30(5), 687-70.

–Brush, C., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.

–Cashore, B., & Vertinsky, I. (2000). Policy networks and firm behaviours: Governance systems and firm responses to external demands for sustainable forest management. *Policy sciences*, 33(1), 1-30 .

–Chamlou, N., Klapper, L., & Muzi, S. (2008). The environment for women's entrepreneurship in the Middle East and North Africa: World Bank Publications.

–Clarke, J.-A. M. (2015). The integrative entrepreneur: A lifeworld study of women sustainability entrepreneurs. Fielding Graduate University.

–DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Collective rationality and institutional isomorphism in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.

–Elam, A., & Terjesen, S. (2010). Gendered institutions and cross-national patterns of business creation for men and women. *The European Journal of Development Research*, 22(3), 331-348.

–Endicott, T. (2001). Law is necessarily vague. *Legal theory*, 7(4), 379-385.

–Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small business economics*, 37(4), 397.

–Falcone ,T., & Osborne, S. (2005). Entrepreneurship: a diverse concept in a diverse world .

- Ghani, E., Goswami, A. G., & Kerr, W. R. (2012). Is India's manufacturing sector moving away from cities?: The World Bank.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.
- Goyal, P., & Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 2(2), 68-78 .
- Goodstein, J. D. (1994). Institutional pressures and strategic responsiveness: Employer involvement in work-family issues. *Academy of management journal*, 37(2), 350-382.
- Hosseinzadeh, M and Kazemi, A (2018). Identifying Barriers and Strategies for Improving Women's Entrepreneurship System Using Research Approaches to Hard and Soft Operations, *Journal of Industrial Management*, 9 (4), 609-632. (in Persian).
- Jamali, D. (2009). Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 232-251.
- Jepperson, R. (1991). Institutions, institutional effects, and institutionalism. *The new institutionalism in organizational analysis*, 143-163.
- Jin, M. (2014). Do Gendered Social Institutions and Resources Promote Women's Entrepreneurial Intentions? A Multi-Country Study. *Université d'Ottawa/University of Ottawa*.
- Julian, S. D., Ofori-Dankwa, J. C., & Justis, R. T. (2008). Understanding strategic responses to interest group pressures. *Strategic management journal*, 29(9), 963-984 .
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J., & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.
- Klyver, K., Nielsen, S. L., & Evald, M. R. (2013). Women's self-employment: An act of institutional (dis) integration? A multilevel, cross-country study. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 474-488 .
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry* (Vol. 75), SAGE Publications, Inc.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and practice*, 31(3), 341-364.
- Madichie, N. O & ,Gallant, M. (2012). Broken silence: a commentary on women's entrepreneurship in the United Arab Emirates. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 13(2), 81-92 .
- Minniti, M. (2010). Female entrepreneurship and economic activity. *The European Journal of Development Research*, 22(3),294-312.

–North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*: Cambridge university press.

–Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of management review*, 16(1), 145-179.

–Raghunandan, V. (2018). Changing Equations: Empowerment, Entrepreneurship and the Welfare of Women. *Journal of International Women's Studies*, 19(3), 187-198.

–Ramani, S. V., Thutupalli, A., Medovarszki, T., Chattopadhyay, S., & Ravichandran, V. (2013). Women entrepreneurs in the informal economy: Is formalization the only solution for business sustainability ?

–Roshania, D, Khademi Shahrivar, R, Ghovati, S (2015). *Social Entrepreneurship Challenges and Barriers in Women, Social, Economic, Scientific and Cultural Workbook*, 188, 64-74. (in Persian).

–Saber, F (2006). *Ways to Develop Women's Entrepreneurship in Iran; Strategies for Empowering Women for Economic, Social, and Political Equality in Iran*, Iran, Tehran: Enlightenment and Women's Studies. (in Persian).

–Scott, W. R. (2001). *Institutions and organizations*. Thousande Oakes: Sage..

–Seo, M.-G., & Creed, W. D. (2002). Institutional contradictions, praxis, and institutional change: A dialectical perspective. *Academy of management review*, 27(2), 222-247.

–Sutter, C. J., Webb, J. W., Kistruck, G. M., & Bailey, A. V. (2013). Entrepreneurs' responses to semi-formal illegitimate institutional arrangements. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 743-758.

–Taqi, N. (2016). *The challenges facing women entrepreneurs: a study on gulf cooperation council (GCC) countries*. Brunel University London.

–Thornton, P. H. (2002). The rise of the corporation in a craft industry: Conflict and conformity in institutional logics. *Academy of management journal*, 45(1), 81-1.

–Tlaiss, H. A. (2015). How Islamic business ethics impact women entrepreneurs: Insights from four Arab Middle Eastern countries. *Journal of Business Ethics*, 129(4), 859-877.

–Veciana, J. M., & Urbano, D. (2008). *The institutional approach to entrepreneurship research*. Introduction: Springer.

–Verduijn, K., & Essers, C. (2013). Questioning dominant entrepreneurship assumptions: the case of female ethnic minority entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7-8), 612-630.

–Verheul, I., Stel, A. V., & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2), 151-183.

–Welter, F., Smallbone, D., Isakova, N., Aculai, E., & Schakirova, N. (2004). *Women's entrepreneurship in Ukraine, Republic of Moldova and Uzbekistan: Results of a comparative study*.

–Woetzel, J. (2015). *The power of parity: How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth*. Retrieved from.



-Yaghoubi Farani, A and Soleimani, A (2015). The Impact of Personality Traits on the Success of Rural Entrepreneurs in Hamadan Province, *Women in Development and Politics*, 13 (1), 113-130. (in Persian).

-Yaghoubi Farani, A, Soleimani, A, Movahedi, R, Eskandari, F (2013). The Impact of Educational and Institutional Factors on Entrepreneurship in Rural Women (Case Study: Hamadan Province), *Entrepreneurship Development*, 6 (2), 115-134. (in Persian).

- Zamberi Ahmad, S. (2011). Businesswomen in the Kingdom of Saudi Arabia: Characteristic, growth patterns and progression in a regional context. *Equality, diversity and inclusion: an international journal*, 30(7), 610-614 .

-Zeidan, S., & Bahrami, S. (2011). Women entrepreneurship in GCC: A framework to address challenges and promote participation in a regional context. *International Journal of Business and Social Science*, 2(14), 100-107.

-Zucker, L. G. (1987). Institutional theories of organization. *Annual review of sociology*, 13(1), 443-464.

-Goyal, P., & Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 2(2), 68-78 .

-Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J., & Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.

-North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*: Cambridge university press.

-Oliver, C. (1991). Strategic responses to institutional processes. *Academy of management review*, 16(1), 145-179.

-Roshania, D, Khademi Shahrivar, R, Ghovati, S (2015). Social Entrepreneurship Challenges and Barriers in Women, *Social, Economic, Scientific and Cultural Workbook*, 188, 64-74. (in Persian).

-Scott, W. R. (2001). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks: Sage.

-Yaghoubi Farani, A, Soleimani, A, Movahedi, R, Eskandari, F (2013). The Impact of Educational and Institutional Factors on Entrepreneurship in Rural Women (Case Study: Hamadan Province), *Entrepreneurship Development*, 6 (2), 115-134. (in Persian).

