



فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه

دوره پانزدهم، شماره پنجاه و هفتم، بهار ۱۴۰۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۱۹۷-۱۷۴

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی در حسابداران شاغل در

### شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار

مریم شمس<sup>۱</sup>

زهره موسوی کاشی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۴/۱۴

#### چکیده

در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از هر سرمایه دیگری به سرمایه اجتماعی نیازمندیم، زیرا بدون این سرمایه استفاده از سرمایه‌های دیگر به‌طور بهینه صورت نمی‌گیرد. پژوهش حاضر به‌منظور بازتاب اهمیت سرمایه اجتماعی بر گرایش به کارآفرینی حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار انجام گردیده است. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است. زمان انجام پژوهش سال ۱۳۹۸ است. جامعه آماری پژوهش، کلیه حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار کرج مشتمل بر ۵۰۰ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۱۷ نفر انتخاب گردید. داده‌های این پژوهش از طریق پرسشنامه ساختاریافته جمع‌آوری گردید برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به گرایش به کارآفرینی از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است؛ و سپس با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به تحلیل و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که بین جنسیت با گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین سرمایه اجتماعی و ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی آن با گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

#### کلمات کلیدی

سرمایه اجتماعی، جنسیت، گرایش به کارآفرینی

۱- گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. Maryam.shams7068@gmail.com

۲- گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. ( نویسنده مسئول) zohreh\_mousavi\_k@yahoo.com

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

### مقدمه

سرمایه اجتماعی که برگرفته از تحقیقات روان‌شناختی است، ارزش مهمی در ایجاد روابط شبکه‌ای در شرکت‌ها دارد. این امر بر جهت و گرایش ارتباطات شبکه‌ای در شرکت‌های نوپا تأثیر می‌گذارد و به تدریج به عامل مهمی در مطالعه کارآفرینی توسط محققان تبدیل شده است (زو و همکاران، ۲۰۲۱). رویکرد سرمایه اجتماعی نمایانگر یک‌روند نظری نوظهور است که ارزش ذاتی ساختارهای اجتماعی را به رسمیت می‌شناسد. سازمان‌های موفق در آینده، سازمان‌هایی هستند که بیش از سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی به سرمایه اجتماعی اتکا دارند. از طرفی در سازمان‌های نوین کارآفرینی دیگر یک حق انتخاب تلقی نمی‌شود بلکه تنها راه چاره برای مدیرانی است که درصدد ارتقای عملکرد سازمان‌هایشان می‌باشند. سرمایه اجتماعی برای فعالیت‌های کارآفرینانه، به‌ویژه در کسب دانش، شناسایی فرصت‌های تجاری، شبکه‌سازی، ایجاد شهرت و بهبود عملکرد مفید است (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). محققان رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی را مطالعه کرده‌اند و دریافته‌اند که سرمایه اجتماعی کارآفرینان اتخاذ رفتارهای کارآفرینانه توسط کارآفرینان را تسهیل می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

امروزه در کشورهای در حال توسعه کارآفرینی و تأسیس نهادهای کوچک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. همچنین پدیده جهانی شدن، افزایش رقابت، رضایت مشتری و نوآوری و غیره؛ اقتصاد کشورها را با چالش جدی روبرو کرده است. این شرایط در کشورهای مختلف، ناگزیر اهمیت کارآفرینی را در رشد و توسعه اقتصادی در سراسر جهان شدت بخشیده است. در واقع از منظر مقامات اقتصادی (اشخاص)، کارآفرینی به‌عنوان منبع اصلی نوآوری، خلاقیت، اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و افزایش رفاه اجتماعی و اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. امروز، از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی، کارآفرینی به‌عنوان روشی در شبکه متغیر روابط اجتماعی تلقی می‌شود؛ بنابراین، این روابط اجتماعی می‌تواند دسترسی کارآفرین به منابع و فرصت‌های موردنیاز را تسهیل کند؛ یعنی گروهی از افراد از طریق روابط ویژه با یکدیگر در ارتباط هستند (کفچه و حسینی، ۲۰۱۵).

گرایش به کارآفرینی موقعیت استراتژیک یک سازمان است و مربوط به سیاست‌ها و شیوه‌های اساسی برای توسعه اقدامات کارآفرینی به دنبال ایجاد مزیت رقابتی است. سطح پویایی بازارهای اخیر تا حد زیادی عهده‌دار محرک رشد و نوآوری هستند که به سازمان برای پاسخگویی به تقاضاهای پیچیده‌تر با استفاده از رویکردهای فزاینده هزینه‌های رقابتی فشار می‌آورند (لامپکین و دس، ۱۹۹۶) از طرفی تحقیقات در مورد تفاوت‌های جنسیتی در ویژگی‌ها و عملکرد کارآفرینی توجه قابل ملاحظه‌ای را

به خود جلب کرده و همچنان ادامه دارد. از سوی دیگر کارآفرینی به یک حوزه تحقیقاتی مهم تبدیل شده است. هم‌زمان با رشد آن، علاقه به بررسی مسائل زنان مرتبط با کارآفرینی نیز ظاهر شده است. این تعجب‌آور نیست زیرا مالکیت کسب‌وکار راهی است که از طریق آن زنان می‌توانند از سقف شیشه‌ای موجود در سازمان‌ها عبور کنند. کارآفرینی همچنین با افزایش برابری بین گروه‌های اجتماعی-اقتصادی و جمعیتی در جامعه همراه است و به رشد زنان کارآفرین کمک می‌کند (سولیوان و میک، ۲۰۱۲). با توجه به افزایش اخیر زنان کارآفرین، محققان به دنبال درک بهتر مسائل مرتبط با زنان و کارآفرینی هستند. دو موضوع اساسی وجود دارد که اغلب در ادبیات کارآفرینی زنان ظاهر می‌شود. اول هنجارهای اجتماعی مربوط به جنسیت است. برای مثال، این هنجارهای جنسیتی بر قصد کارآفرین شدن، خودکارآمدی که افراد با آن امکان ایجاد مشاغل را پیدا می‌کنند؛ انتخاب بخش فعالیتی که در آن تجارت توسعه می‌یابد تأثیر می‌گذارد؛ و الگوهای زن یا مرد در ایجاد کارآفرینان زن جدید را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (فرناندز و همکاران، ۲۰۱۸)

در سازمان‌های نوین کارآفرینی دیگر یک حق انتخاب تلقی نمی‌شود بلکه تنها راه چاره برای مدیرانی است که درصدد ارتقای عملکرد سازمان‌هایشان می‌باشند مطالعه‌های انجام‌شده در خصوص سرمایه اجتماعی و جنسیت گویای این حقیقت است که تأثیر قابل توجهی بر گرایش به کارآفرینی کارکنان دارد (کوسوموردانی، ۲۰۲۰). حسابداری دارای شاخه‌های مختلف دانش است که می‌تواند به‌طور جامع به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های غلبه بر چالش‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استفاده شود (هارون و همکاران، ۲۰۱۰). مشکل در به دست آوردن سرمایه به دلیل عدم وجود سوابق مالی با ساده‌سازی گزارش‌های مالی می‌تواند برطرف شود. فرآیندهای غیر مؤثر و ناکارآمد با اطلاعات بهتر حسابداری قابل حل است. با استفاده از کنترل داخلی می‌توان تقلب و کمبود سیستم کنترل را برطرف کرد. با توجه به این موارد، موضوع کارآفرینی، حسابداری و ضرورت ارتباط آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که تاکنون مطالعات زیادی در این باره صورت نگرفته است. وجود کارآفرین به‌عنوان موتور تحرک و پیشرفت جامعه بوده و در صورتی که این موتور به دانش حسابداری نیز مجهز گردد اثرات آن کاملاً در بطن جامعه مشخص خواهد شد. علاوه بر این زنانی که درگیر کارآفرینی هستند کمک‌های اجتماعی و اقتصادی مثبتی به اقتصاد می‌کنند و برخی از محققان معتقدند که این می‌تواند یکی از راه‌حل‌های ممکن برای کاهش فقر باشد (بوزکرایبی و فرهان، ۲۰۱۷). نتایج مطالعه ماهفود و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی به‌طور همکاری و تعاملی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (ماهفود و همکاران، ۲۰۲۰). یافته‌های مطالعات

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

یوکونگدی و کانت (۲۰۲۰) نشان داد که تمایل به حمایت از همسر، رضایت همسر، درآمد تکمیلی و مسئولیت‌های مراقبت از فرزندان از نکات اساسی برای زنان در هنگام تصمیم‌گیری برای شروع کار کارآفرینی است (یوکونگدی و کانت، ۲۰۲۰). "هنجارهای جنسیتی"، به‌طور خاص، به معنی قوانین افتراقی رفتار برای زنان و مردان، از جمله قوانین حاکم بر تعاملات بین زنان و مردان است. بسیاری از این قوانین فضاهای اجتماعی یا عرصه‌هایی را که برای مردان مناسب است در مقایسه با آنچه برای زنان مناسب است مشخص می‌کنند. (پیترز و کانل، ۲۰۱۶)

برخی از حوزه‌های بازار کار وجود دارد که پیشرفت در جذب زنان در بازار کار کندتر اتفاق می‌افتد. یکی از این زمینه‌ها مدیریت عالی است که در آن حضور زنان هنوز به‌طور نامطلوبی کم است و دیگری کارآفرینی است، جایی که مشارکت زنان کاملاً پایین است. دو موضوع اساسی وجود دارد که اغلب در ادبیات مربوط به کارآفرینی زنان وجود دارد. اولین مورد هنجارهای اجتماعی مربوط به جنسیت است (OECD, 2017). دوم این است که چگونه نیاز به رسیدن به تعادل خوب بین کار و خانواده می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر بگذارد و اینکه چگونه ممکن است این تأثیرات بین کارآفرینان زن و مرد متفاوت باشد (تسیگانوا و شیروکوا، ۲۰۱۰). همچنین از جمله فراگیرترین ویژگی‌های اقتصادهای مدرن می‌توان به تقسیم جنسیتی کار، نابرابری جنسیتی در درآمد و ثروت، سلسله مراتب جنسیتی در بنگاه‌های صنعتی، تفاوت جنسیتی در حقوق مالکیت و تفاوت جنسیتی در شرایط استخدام و الگوهای بیکاری اشاره کرد (گاتفرید و هایدی، ۲۰۱۳)؛ بنابراین بررسی این مطلب که آیا جنسیت و سرمایه اجتماعی بر گرایش به کارآفرینی تأثیر دارد ضروری به نظر می‌رسد، با توجه به اهمیت کارآفرینی در حرفه حسابداری در این تحقیق سعی شده است تا گوشه‌ای از خلأ تحقیقاتی موجود در تبیین اثر سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی در جامعه حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار پر شود.

### چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

#### سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی برای اولین بار توسط بورديو (۱۹۷۷) توصیف شد که آن را به‌عنوان «مجموع منابع بالفعل یا بالقوه مرتبط با شبکه‌ای پایدار از روابط کم‌وبیش نهادینه‌شده درک و شناخت متقابل تعریف کرد. سرمایه اجتماعی وابسته به روابط اعتمادی است که بر اساس هنجارهای مشترک ساخته شده است که اغلب از طریق احساس تعهد نسبت به دیگران در شبکه حفظ می‌شود (ویلیرز و همکاران، ۲۰۲۲). از نظر کلمن (۱۹۸۸) سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که چگونه ساختار اجتماعی یک

گروه می‌تواند به‌عنوان منبعی برای افراد آن گروه عمل کند. وی اعتماد؛ اطلاعات، اختیار و تعهد در یک گروه را لازمه سرمایه اجتماعی می‌داند. کلمن دو عامل را در شکل‌های مختلف سرمایه اجتماعی مشترک می‌داند: همه آن‌ها جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی را در برمی‌گیرند و همه آن‌ها انجام اقدام خاصی را توسط عاملان آن تسهیل می‌کنند (شریفیان ثانی ۱۳۸۰). ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را به‌عنوان شبکه‌ای از روابط تعریف می‌کنند که به اعضای آن اجازه تبادل و دسترسی به دارایی‌های مختلف موجود در این شبکه‌ها را می‌دهد. از دیدگاه آنان، سرمایه اجتماعی دارای سه بعد است:

۱. بعد ساختاری<sup>۱</sup>: دربرگیرنده الگوهای ارتباطی میان اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی است. در بعد ساختاری به خصوصیات سیستم اجتماعی و شبکه روابط به‌طور کلی توجه می‌شود. بعد ساختاری شامل پیوندهای مشترک (شیوه‌ی خاص ارتباط و همکاری اعضا)، وضعیت شبکه (تعیین‌کننده الگوهای پیوند میان اعضا) و سازمان مناسب (میزان نزدیک و شباهت افراد واحد اجتماعی) است.
۲. بعد رابطه‌ای<sup>۲</sup>: این بعد به روابط بین شخصی افراد که در گذر زمان و تعامل با یکدیگر ایجاد می‌گردد، می‌پردازد و بر روی روابط خاصی که افراد دارند، متمرکز می‌شود. بعد رابطه‌ای شامل اعتماد، هنجارها، الزام‌ها و هویت می‌شود.
۳. بعد شناختی<sup>۳</sup>: به منابعی اشاره دارد که بازنمایی و ارائه تفسیر مشترک را بر عهده داشته و سیستمی از معانی را در بین گروه‌ها فراهم می‌آورند. بعد شناختی شامل زبان و کدهای مشترک (افسانه‌ها، داستان‌ها و استعاره‌ها) می‌باشد

### گرایش به کارآفرینی

گرایش به کارآفرینی، یکی از مفاهیم اصلی در ادبیات کارآفرینی، به پیکربندی شیوه‌ها، سیاست‌ها و فرآیندهایی اشاره دارد که در مورد ایجاد اقدامات و تصمیمات کارآفرینانه بینش‌هایی را ارائه می‌دهد. درواقع جهت‌گیری کارآفرینی اصطلاحی است که به ذهنیت شرکت‌هایی می‌پردازد که به دنبال سرمایه‌گذاری‌های جدید هستند و چارچوب مفیدی برای تحقیق در مورد فعالیت‌های کارآفرینی ارائه می‌دهد. (لامپکین و دس، ۲۰۱۵). گرایش به کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان فرآیندها، شیوه‌ها و تصمیم‌گیری‌هایی توصیف کرد که منجر به معرفی محصولات، خدمات، نوآوری‌ها، بازارها یا مدل‌های تجاری جدید توسط یک شرکت می‌شود که قبلاً وجود نداشته است (کوین و والز، ۲۰۱۹). تحقیق در مورد گرایش کارآفرینی جدید نیست. گرایش به کارآفرینی به‌عنوان منایی برای کسب مزیت رقابتی در نظر گرفته می‌شود زیرا روشن می‌کند که چگونه شرکت‌ها می‌توانند عملیات خود را برای مسیرهای

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

رشد جدید بازسازی کنند. گرایش به کارآفرینی فرآیندی است که از طریق آن مالکان برای انتشار مأموریت سازمان تصمیم می‌گیرند (رومن و همکاران، ۲۰۲۱)

در ادبیات حسابداری توجه نسبتاً کمی به کارآفرینان به‌عنوان افراد یا به‌عنوان یک مجموعه عملکردی از مسئولیت‌ها به کارآفرینی پرداخته شده است (تومس، ۲۰۰۶). با تغییر نگاه سنتی به حسابداری، الگوی جدیدی در دهه اخیر در حال ظهور است که اهمیت حسابداری از نظر کارآفرینی و نوآوری را نشان می‌دهد. برنامه‌های مالی و بودجه ایجاد شده توسط حسابداران که زمانی به‌عنوان معیارهایی برای دستیابی مدیران تصور می‌شدند، اکنون برای تشویق مردم به پیش‌بینی فرصت‌های آینده، شناسایی روندهای جدید و اتخاذ استراتژی‌های جدید استفاده می‌شود (داویلا و همکاران، ۲۰۰۹).

در پژوهش‌های مختلف، ابعاد متفاوتی برای سنجش گرایش به کارآفرینی ارائه شده است که الگوی پنج بعدی لامپکین و دس (۱۹۹۶) از رایج‌ترین آن‌هاست:

استقلال: اقدام مستقل توسط یک فرد یا تیم با هدف ارائه مفهوم تجاری یا چشم‌انداز یا تکمیل آن نوآوری: تمایل به معرفی جدید و جدید بودن از طریق آزمایش و فرآیندهای خلاق با هدف توسعه محصولات و خدمات جدید و همچنین فرآیندهای جدید

فعال بودن: یک مشخصه چشم‌انداز آینده‌نگر برای رهبر بازار است که پیش‌بینی می‌کند فرصت‌ها را در تقاضای آینده تصاحب کند

پرخاشگری رقابتی: تلاش جدی (مشتاقانه) برای بهتر از رقبای صنعت بودن. این ویژگی توسط یک وضعیت مجادله‌ای یا یک واکنش تهاجمی با هدف بهبود موقعیت یا غلبه بر یک تهدید در یک بازار رقابتی ریسک‌پذیری: تصمیم‌گیری و اقدام بدون آگاهی خاص از نتایج احتمالی؛ برخی شرکت‌ها همچنین ممکن است درگیر تعهدات منابع قابل توجهی در فرآیند پیشروی باشند.

امروزه در کشورهای در حال توسعه کارآفرینی و تأسیس نهادهای کوچک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. همچنین پدیده جهانی شدن، افزایش رقابت، رضایت مشتری و نوآوری و غیره؛ اقتصاد کشورها را با چالش جدی روبرو کرده است. این شرایط در کشورهای مختلف، ناگزیر اهمیت کارآفرینی را در رشد و توسعه اقتصادی در سراسر جهان شدت بخشیده است. در واقع از منظر مقامات اقتصادی (اشخاص)، کارآفرینی به‌عنوان منبع اصلی نوآوری، خلاقیت، اشتغال، کاهش نرخ بیکاری و افزایش رفاه اجتماعی و اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. امروز، از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی، کارآفرینی به‌عنوان روشی در شبکه متغیر روابط اجتماعی تلقی می‌شود؛ بنابراین، این روابط

اجتماعی می‌تواند دسترسی کارآفرین به منابع و فرصت‌های موردنیاز را تسهیل کند؛ یعنی گروهی از افراد از طریق روابط ویژه با یکدیگر در ارتباط هستند (کفچه و حسینی، ۲۰۱۵). در دنیای امروز، کارآفرینی و گرایش به آن نقش مهمی را در بقا و توسعه سازمان‌ها در محیط‌های متلاطم و پویا ایفا می‌کند. امروزه توسعه گرایش به کارآفرینی به‌منظور تقویت نوآوری، ابتکار عمل و مخاطره‌پذیری در سازمان‌ها از جمله مباحث مورد توجه در ادبیات مدیریت است (درویش و همکاران ۱۳۹۰).

### جنسیت و گرایش به کارآفرینی

یافته‌های مطالعات برخی محققین نشان‌دهنده تفاوت بین مردان و زنان در کارآفرینی است. (کران، ۲۰۲۲). در واقع با توجه به تعارض کار و خانواده، زنان اغلب نسبت به مردان مسئولیت بیشتری در قبال فعالیت‌های مراقبت از کودک دارند و سرمایه اجتماعی فرصت بیشتری برای مردان جهت فرصت‌یادگیری، توسعه کسب‌وکار و دسترسی به منابع در مقایسه با زنان فراهم می‌کند. کارآفرینی به‌طور سنتی یک حوزه مردسالار در نظر گرفته می‌شود برخی از محققین دلایل شغلی خودشناسی، موفقیت مالی، نقش‌ها، شناخت و استقلال را در تفاوت زنان کارآفرین با هم‌تایان مرد خود بررسی کردند، زنان شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تری را گزارش کرده‌اند که منجر به دسترسی کمتر به حمایت مالی می‌شود. (فلدمن و همکاران، ۲۰۲۲) ضمناً، هنجارها یا نقش‌های سنتی جنسیتی زن را با کار در خانه (کارهای خانه و مراقبت از کودک) و مرد را با نقش نان‌آور پیوند می‌دهند. این هنجارهای جنسیتی در حال تغییر است و در حقیقت، در پیشرفته‌ترین جوامع بیشتر خانوارها خانوارهایی با درآمد دوگانه هستند (گوپتا و همکاران، ۲۰۰۹).

نتایج تحقیق عباسی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد بین سرمایه روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی نیز تأثیر مثبت و معنادار بر عملکرد سازمانی می‌گذارند و تأثیر سرمایه اجتماعی معنادارتر و قوی‌تر است. سرمایه روان‌شناختی از طریق متغیر سرمایه اجتماعی به‌طور غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی مؤثر است و سرمایه اجتماعی بین سرمایه روان‌شناختی و عملکرد سازمانی نقش میانجی دارد. طبق نتایج پژوهش فاتحی و اخلاصی (۱۳۹۲) وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیرهای مستقل «شکال هویتی»، «سلامت روانی»، «تحصیلات والدین» و «سرمایه فرهنگی» و متغیر وابسته «سرمایه اجتماعی» تأیید گردید. یافته‌های تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که انطباق‌پذیری، مشارکت، سازگاری و مأموریت، شاخص‌های اصلی فرهنگ سازمانی است و در بین شاخص‌های سه‌گانه‌ی گرایش به کارآفرینی، نوآوری قوی‌ترین شاخص است. همچنین، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی بر گرایش به

### بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

کارآفرینی در تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. یافته‌های الوانی و عبدالله پور (۱۳۸۷) نشان داد که یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی است. از بین سه بعد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) سرمایه ساختاری از سایر ابعاد مهم‌تر است. هادیزاده مقدم و همکاران (۱۳۸۸) طی پژوهشی نشان دادند که مهارت‌های فردی (خودآگاهی، خودتنظیمی، انگیزش) ارتباطی قوی و مثبت با گرایش به کارآفرینی دارد. به عبارت دیگر، دارندگان مهارت‌های فردی، افرادی مبتکر، خلاق، نوآور، پیش‌فعال و ریسک‌پذیر هستند

طبق پژوهش زو و همکاران (۲۰۲۱) در فرآیند اجرای کارآفرینی، کارآفرینان معمولاً برای کسب اطلاعات و منابع ارزشمند، شناسایی و توسعه فرصت‌های ارزشمند و پرورش شایستگی‌های اصلی برای ایجاد مزیت رقابتی و تضمین مداوم پایداری سرمایه‌گذاری جدید، سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌کنند و از آن‌ها استفاده می‌کنند سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فرآیند کارآفرینی ایفا می‌کند، تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ارتباط تنگاتنگی با ایجاد فرصت در چندین صنعت دارد. (دوانترو و همکاران، ۲۰۲۱)

نتایج پژوهش استراسر و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که زنان تمایل دارند انواع مختلفی از کسب‌وکار را نسبت به مردان انجام دهند. فعالیت‌های کارآفرینی ضروری آن‌هایی هستند که بیشتر به بخش‌هایی مربوط می‌شوند که به موانع کمتری برای ورود، ارائه خدمات به جوامع محلی (بر خلاف گسترش جهانی و صادرات بین‌المللی) نیاز دارند و ممکن است به ساعات کاری کمتر یا فرصت بهتری برای مدیریت ساعات کاری برای انجام فعالیت‌های دیگر مانند تشکیل خانواده نیاز داشته باشند.

طبق پژوهش‌های (رویز و همکاران، ۲۰۲۲) شرایط در سطح کشور، به‌جای شرایط در سطح فردی، می‌تواند مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده برای توضیح تفاوت‌های جنسیتی در پیگیری فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه سازمان‌ها باشد. طبق تحقیقات (سیمونه و همکاران، ۲۰۲۱) تضاد بین حوزه‌های کار و خانواده نقش مهمی در موفقیت کارآفرینی درک شده ایفا می‌کند. باستیانو همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که مشارکت حرفه‌ای زنان در اقتصاد و کاهش نابرابری جنسیتی یک پیشینه مهم برای توسعه کلی اقتصادی و تکامل اجتماعی است. با توجه به نتایج که نشان می‌دهد نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی هم بر نیت زنان و هم مردان تأثیر می‌گذارد. درواقع، وجود نابرابری جنسیتی در جوامع احتمال مشارکت مردان و زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه را کاهش می‌دهد و متعاقباً تلاش‌های کارآفرینی را سرکوب می‌کند. در تحقیقات نارایاناسامی (۲۰۱۱) ثابت شد که تفاوت‌های قابل توجهی در ریسک‌گریزی بین کارآفرینان مرد و زن وجود دارد، اگرچه آن‌ها ویژگی‌های مشابهی را نشان می‌دهند.



## فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲

ورهول و همکاران (۲۰۰۴) بیان می‌کنند از آنجایی که کارآفرینان زن و مرد معمولاً در بخش‌های مختلف فعالیت می‌کنند و راه‌های مختلفی را برای توسعه کسب‌وکار خود دنبال می‌کنند، افزایش تعداد کارآفرینان زن نیز باعث افزایش تنوع کارآفرینی در اقتصاد می‌شود.

زو و همکاران (۲۰۲۱) دریافتند که سرمایه اجتماعی برای کارآفرینان منجر به نوآوری و رشد بنگاه‌های کارآفرینانه و در نهایت بهبود عملکرد کارآفرینی می‌شود.

یوکونگدی (۲۰۲۰) اذعان می‌نماید خانواده، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و خدمات حمایتی دولت در تصمیمات کارآفرینی زنان در درجات مختلف تأثیر داشته است. طبق پژوهش‌های وانگ و همکاران (۲۰۱۹) سرمایه اجتماعی کارآفرینان اتخاذ رفتارهای کارآفرینانه توسط کارآفرینان را تسهیل می‌کند. نتایج مطالعه تاج پور و حسینی (۲۰۱۹) تأثیر معنادار ابعاد سرمایه انسانی و اجتماعی بر فعالیت‌های کارآفرینی را نشان داد. رفیعی و همکاران (۲۰۱۸) دریافتند ارتقا سطح سرمایه اجتماعی در محیط‌های آکادمیک مزایای قابل توجه تأثیر مثبت بر رفتارهای کارآفرینی اعضای دانشگاه دارد؛ بنابراین، مدیران باید این عنصر اصلی را در سازمان‌های خود تقویت کنند تا عملکرد شغلی خود را ارتقا دهند. رودریگو و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند قابلیت‌های پویا سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و شناختی را به سمت جهت‌گیری کارآفرینی بالاتری سوق می‌دهد. کووان و همکاران (۲۰۱۳) متوجه شدند که افراد در جوامع با سطح اعتماد اجتماعی بالا در مقایسه با افراد جوامع با سطح اعتماد اجتماعی پایین‌تر احتمال بیشتری دارد که خود اشتغال شوند.

بائرنشوستر و همکاران (۲۰۱۰) دریافتند که سرمایه اجتماعی به کارآفرینان کمک می‌کند تا بر محدودیت‌های منابع غلبه کنند. این امر به‌ویژه در جوامع کوچک که اغلب شاهد کمبود نهادهای بازارگرا مانند شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر هستیم، اهمیت دارد

### **فرضیه‌های پژوهش**

با توجه به ارتباط مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن که شامل شناختی، ساختاری، ارتباطی با گرایش به کارآفرینی (کریمی و شکراللهی، ۱۳۹۵) است، بنابراین فرضیه اول پژوهش به صورت زیر بیان می‌شود:

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مستقیم دارد.

از سوی دیگر، مطابق نتایج تحقیقات گوری (۲۰۱۷) بسیاری از مطالعات از این دیدگاه حمایت می‌کنند که مردان دارای نگرش کارآفرینی بالاتری هستند. به‌طور کلی، نگرش کارآفرینی دانشجویان

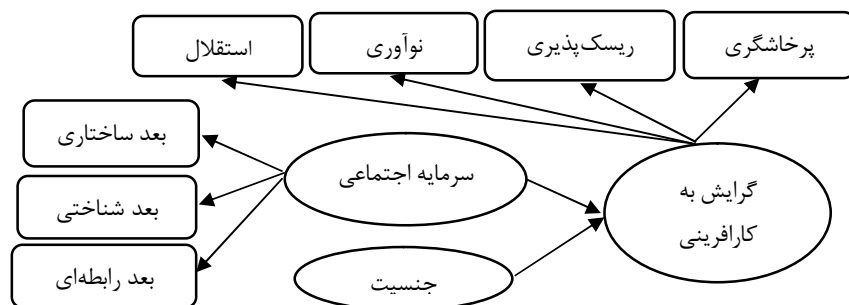
## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

دختر و پسر دانشگاه به طور قابل توجهی متفاوت از یکدیگر است، مشخص شده است که دانشجویان پسر دانشگاه از نظر گرایش به کارآفرینی در مقایسه با دانشجویان دختر بالاتر هستند (گوری، ۲۰۱۷) بنابراین فرضیه دوم پژوهش به صورت زیر بیان می شود

فرضیه دوم: جنسیت با گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مستقیم دارد.

### مدل مفهومی پژوهش

پس از مطالعه مدل های سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی و با توجه به موارد ذکر شده مدل مفهومی پژوهش به شرح شکل یک در نظر گرفته شد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

### روش شناسی پژوهش

با در نظر گرفتن هدف پژوهش که رابطه بین سرمایه اجتماعی و جنسیت با گرایش به کارآفرینی حسابداران شاغل در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در کرج بود، روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. چهارچوب نظری و پیشینه پژوهش از راه قیاسی و جمع آوری داده ها و از طریق پرسشنامه انجام شد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، حسابداران شاغل در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار شهر کرج می باشد. برای جمع آوری اطلاعات از سه پرسشنامه گرایش به کارآفرینی لامپکین (۱۹۹۶) با ۱۸ گویه و چهار بُعد گرایش به کارآفرینی شامل خطرپذیری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال موردسنجش قرار می دهد. پرسشنامه سرمایه اجتماعی (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸) با ۱۸ عبارت سه بعد شناختی، رابطه ای و ساختاری و پرسشنامه جنسیت GEMS با دوازده گویه مورد استفاده قرار گرفتند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط تعدادی از پاسخگویان و صاحب نظران با استفاده از روش دلفی تأیید گردید. در سطح آمار استنباطی ابتدا ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری کارکنان که به پرسشنامه های تحقیق پاسخ داده اند. با استفاده از جداول

## فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲

توزیع فراوانی و درصد فراوانی و نمودارهای میله‌ای توصیف می‌شود و سپس شاخص‌های آماری میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی برای متغیرهای تحقیق آورده می‌شود. در سطح آمار استنباطی برازش مدل ساختاری تحقیق با استفاده از نرم‌افزار آماری Smart PLS که به توزیع نرمال مشاهدات و تعداد نمونه‌های زیاد متکی نمی‌باشد مورد آزمون قرار می‌گیرد بدین منظور مناسب بودن مدل ساختاری تحقیق جهت آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از معیارهای ضرایب معناداری استاندارد Z یا مقادیر R-square، t-values، اندازه تأثیر ( $F^2$ ) و معیار ( $Q^2$ ) مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس فرضیات تحقیق نیز با استفاده از معادلات ساختاری و همین نرم‌افزار با به کارگیری حداقل مربعات جزئی (PLS) مبتنی بر واریانس در مدل ساختاری و اجرای دستور Bootstrapping مورد آزمون قرار گرفت.

### جامعه و نمونه آماری

حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار جامعه هدف این تحقیق را تشکیل می‌دهند. نمونه آماری حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار کرج و با استفاده از فرمول کوکران ۲۱۷ نفر می‌باشد.

### یافته‌های پژوهش

در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نمونه‌های آماری از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها در قسمت توصیفی نرم‌افزار SPSS و در قسمت استنباطی نرم‌افزار pls می‌باشد.

### آمار توصیفی پژوهش

از ۲۰۰ نفر نمونه در دسترس آماری در این تحقیق ۶۵٫۲ درصد مرد و ۳۴٫۸ درصد زن بوده‌اند. ۶/۸ درصد کارکنان تحصیلات فوق‌دیپلم، ۶۱/۹ درصد تحصیلات لیسانس، ۳۱/۳ درصد تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر داشته‌اند. جدول ۱ سایر یافته‌های توصیفی پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱. تعداد پاسخ‌دهندگان بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی

متغیر	تعداد	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۳۴٫۸
	مرد	۶۵٫۲
سن	۲۵ تا ۳۰	۱۸٫۴
	۳۱ تا ۳۵	۲۰٫۷
	۳۶ تا ۴۰	۳۶٫۴

**بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کار آفرینی.../موسوی کاشی و شمس**

۱۲	۲۴	۴۱ تا ۴۵	میزان تحصیلات
۱۲,۴	۲۵	بالای ۴۵	
۶,۸	۱۴	فوق دیپلم	
۶۱,۹	۱۲۴	لیسانس	
۳۱,۳	۶۲	فوق لیسانس و بالاتر	سابقه خدمت
۲۳	۴۶	کمتر از ۵ سال	
۴۸,۸	۹۸	۵ تا ۱۰ سال	
۱۸,۹	۳۸	۱۱ تا ۱۵ سال	
۹,۲	۱۸	بالای ۱۵ سال	

**شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای تحقیق**

شاخص‌های آمار توصیفی مرکزی و پراکندگی (میانگین، انحراف استاندارد، کمترین، بیشترین و دامنه) تغییرات برای متغیرهای حاضر در الگوی ساختاری تحقیق در جدول ۲ آمده است.

**جدول ۲. شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای تحقیق**

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	بیشینه	کمینه	دامنه تغییرات	چولگی	کشیدگی
جنسیت	۲/۱۵	۰/۲۱۷	۲/۸۰	۱/۸۲	۰/۹۸	-۴/۱۲۲	۲/۶۸۹
سرمایه اجتماعی	۴/۱۰	۰/۲۶۲	۴/۶۹	۲/۷۵	۱/۹۴	-۶/۶۷۸	۵/۱۸۹
گرایش به کارآفرینی	۳/۰۸	۰/۰۸۳	۳/۵۶	۳/۰۷	۰/۴۹	۳/۶۸۳	-۳/۱۲۶

نتایج آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، واریانس استخراج‌شده و روایی همگرایی برای هریک از سازه‌های مدل جهت آزمون فرضیه اصلی در جدول ۳ آمده است.

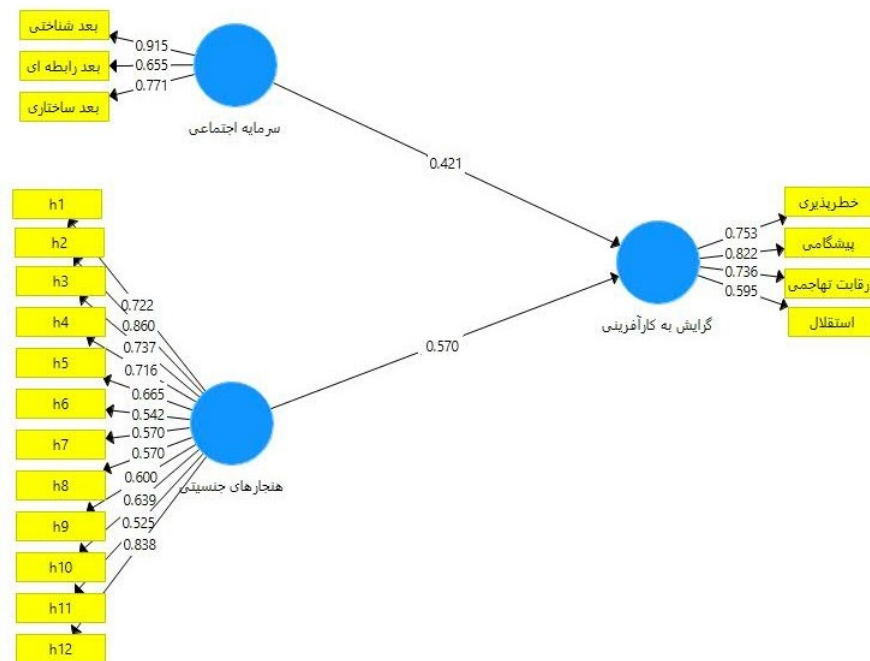
**جدول ۳: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرایی**

سازه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	روایی همگرا (CV)	واریانس استخراج‌شده (AVE)
سرمایه اجتماعی	۰/۸۱۱	۰/۸۷۴	۰/۶۲۴	۰/۸۱۸
هنجارهای جنسیتی	۰/۸۳۰	۰/۷۸۴	۰/۵۱۹	۰/۶۳۴
گرایش به کارآفرینی	۰/۸۹۹	۰/۹۱۷	۰/۷۱۲	۰/۶۱۳

حداقل مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰,۷، برای پایایی ترکیبی ۰,۷، برای واریانس استخراج‌شده بالاتر از حداقل مقدار مناسب تعیین شده می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت سازه‌های مدل ساختاری جهت آزمون فرضیه اصلی از لحاظ پایایی و روایی همگرا و واریانس استخراج‌شده در وضعیت مناسبی قرار دارند.

### میزان بارهای عاملی

میزان بار عاملی استاندارد شده برای هر گویه در مدل ساختاری را معمولاً ۰/۴ در نظر گرفته می‌شود در صورتی که میزان بار عاملی از این مقدار کمتر باشد باید گویه مورد نظر از مدل ساختاری حذف گردد. نتایج میزان بار عاملی هر یک از مؤلفه‌ها و ضریب استاندارد مسیرها در مدل ساختاری در شکل ۲ آمده است، همان‌طور که مشاهده می‌شود برای تمام گویه‌های موجود در مدل ساختاری بارهای عاملی از ۰/۴ بزرگ‌تر می‌باشد و نیاز به حذف هیچ‌کدام از گویه‌ها در مدل ساختاری نمی‌باشد که این می‌تواند یکی از دلایل مناسب بودن مدل ساختاری تحقیق می‌باشد.

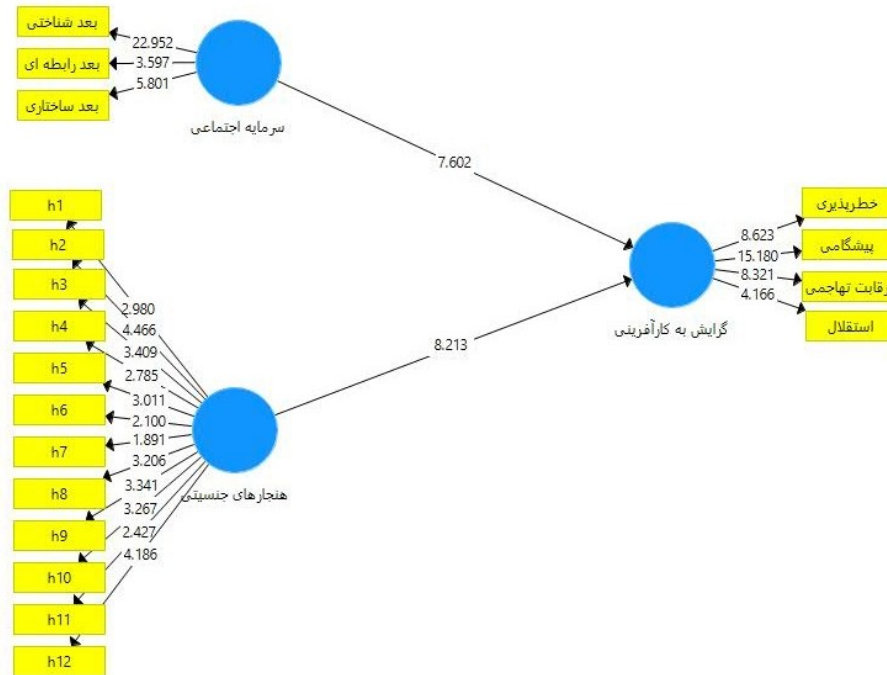


شکل ۲. میزان بارهای عاملی در مدل ساختاری تحقیق

### ضرایب معناداری z (مقادیر t-value)

معیار اول از بررسی برازش مدل ساختاری ضرایب معناداری z یا همان مقدار ((t-value است. برازش مدل ساختاری همان‌طور که در شکل ۳ آمده است با استفاده از ضرایب t، به این صورت است که این ضرایب باید از ۱،۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تائید فرضیه‌های پژوهش را تائید ساخت.

**بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس**



شکل ۳. مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری ضرایب مسیره‌ها

**معیار R-square یا  $R^2$**

در مدل ساختاری معیار  $R^2$  یا ضریب تعیین بیان می‌کند که چه اندازه از تغییرات متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل در مدل ساختاری تبیین می‌شود که مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۹ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته می‌شوند مقدار  $R^2$  برای تبیین تغییرات متغیر وابسته یعنی گرایش به کارآفرینی ۰/۶۹۸ می‌باشد که با مقدار ملاک قوی (۰/۶۹) برابر می‌باشد، بنابراین با توجه به مقدار  $R^2$  در مدل ساختاری نتیجه می‌شود که مدل ساختاری تحقیق از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

**معیار اندازه تأثیر ( $F^2$ )**

به‌منظور تعیین شدت رابطه‌ی میان سازه‌های مدل ساختاری از معیار اندازه تأثیر استفاده می‌شود که مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷۰ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است. بدین منظور جهت محاسبه اندازه تأثیر ابتدا مقدار  $R^2$  سازه‌ی درون‌زا محاسبه

## فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲

می‌شود سپس سازه‌ی برون‌زا را از مدل حذف نموده و مدل بدون این سازه اجرا می‌شود و مقدار  $R^2$  سازه‌ی درون‌زا محاسبه می‌شود و سپس در فرمول کوهن قرار داده می‌شود که طبق فرمول اندازه تأثیر  $X$  بر  $Y$  برابر است با:

$$F^*(x \rightarrow y) = \frac{R^2y(x \text{ included}) - R^2y(x \text{ excluded})}{1 - R^2y(x \text{ included})}$$

اندازه تأثیر سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی، به ترتیب ۰/۴۸۸ و ۰/۸۹۵ می‌باشد که بالاتر از اندازه اثر متوسط (۰/۳۳۰) قرار دارد بنابراین معیار اندازه تأثیر ( $F^2$ ) نشان می‌دهد که مدل ساختاری تحقیق از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

### معیار $Q^2$

معیار  $Q^2$  یا آزمون استون-گیسر نیز برای بررسی مناسب بودن برازش مدل ساختاری پژوهش به کار می‌رود که مقدار ۰/۰۲ نشان‌دهنده قدرت ضعیف مدل ساختاری، ۰/۱۵ نشان‌دهنده قدرت متوسط مدل ساختاری و مقدار ۰/۳۵ و بالاتر نشان‌دهنده قوی بودن در پیش‌بینی سازه‌های درون‌زا (متغیرهای پنهان وابسته) می‌باشد. لازم به ذکر است که این معیار برای متغیرهایی که در مدل نقش میانجی دارند محاسبه نمی‌شود بلکه فقط برای متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) محاسبه می‌شود مقدار  $Q^2$  برای مدل ساختاری جهت پیش‌بینی گرایش به کارآفرینی ۰/۳۹۱ به دست آمده است که بالاتر از مقدار قوی معیار  $Q^2$  (۰/۳۵) می‌باشد بنابراین معیار  $Q^2$  نیز مناسب بودن مدل ساختاری تحقیق را تأیید می‌کند.

### برازش مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود که برای بررسی برازش مدل کلی از معیاری به نام شاخص نیکویی برازش استفاده می‌شود. این شاخص سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه‌گیری شده را نشان

$$\text{GOF} = \sqrt{\text{average (Commonality)} \times \text{average (R}^2\text{)}} \quad \text{می‌دهد و برابر است با:}$$

بالا بودن مقدار شاخص از ۰,۴ برازش مدل را نشان می‌دهد. مقدار شاخص برازش برابر ۰,۴۹ شده است که نشان از برازش مناسب مدل دارد.

### آزمون فرضیه‌ها

#### آزمون فرضیه اول

بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج روش

### بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیه اول بر اساس شکل‌های ۲ و ۳، همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب استاندارد مسیر بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی ۰/۴۲۱ می‌باشد که مقدار آماره  $t$  به‌دست‌آمده (۷/۶۰۲) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر می‌باشد ( $t\text{-value} > 1/96$ ) یعنی اینکه در سطح خطای ۵ درصد بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش سرمایه اجتماعی به‌اندازه یک انحراف معیار، گرایش به کارآفرینی کارکنان به‌اندازه ۰/۴۲۱ انحراف معیار افزایش می‌یابد. مقدار  $R^2$  برابر است با ۰/۱۷۷ می‌باشد یعنی اینکه ۱۷/۷ درصد واریانس گرایش به کارآفرینی کارکنان توسط سرمایه اجتماعی به‌صورت مستقیم تبیین شده است که در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه اول تحقیق تأیید می‌گردد.

#### **آزمون فرضیه دوم**

بین جنسیت و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج روش معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیه دوم بر اساس شکل‌های ۲ و ۳، همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب استاندارد مسیر بین جنسیت و گرایش به کارآفرینی ۰/۵۷۰ می‌باشد که مقدار آماره  $t$  به‌دست‌آمده (۸/۲۱۳) از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر می‌باشد ( $t\text{-value} > 1/96$ ) یعنی اینکه در سطح خطای ۵ درصد بین پذیرش جنسیت و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش پذیرش جنسیت به‌اندازه یک انحراف معیار، گرایش به کارآفرینی کارکنان به‌اندازه ۰/۵۷۰ انحراف معیار افزایش می‌یابد. مقدار  $R^2$  برابر است با ۰/۳۲۵ می‌باشد یعنی اینکه ۳۲/۵ درصد واریانس گرایش به کارآفرینی کارکنان توسط جنسیت به‌صورت مستقیم تبیین شده است که در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه دوم تحقیق تأیید می‌گردد.

#### **بحث و نتیجه‌گیری**

با توجه به اهمیت کارآفرینی و کمک به حل مساله در حرفه حسابداری، در پژوهش حاضر رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار کرج مورد مطالعه قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان از رابطه معنادار سرمایه اجتماعی و جنسیت با گرایش به کارآفرینی حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار کرج دارد؛ بنابراین با توجه به مثبت بودن ضریب استاندارد مسیر بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش سرمایه اجتماعی به‌اندازه یک انحراف معیار، گرایش به کارآفرینی کارکنان به‌اندازه ۰/۴۲۱ انحراف معیار افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش با مطالعات (کفچه و حسینی، ۲۰۱۵) و (اندرسون و میلر، ۲۰۰۳) همخوانی دارد. سرمایه



اجتماعی مجموعه‌ای از مهم‌ترین منابع برای کارآفرینان از جمله سرمایه اجتماعی در سطوح فردی و اجتماعی است (زی و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین عوامل کارآفرینی، سرمایه اجتماعی است. امروزه نیاز به کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، بنابراین افراد و سازمان‌ها باید تلاش کنند تا روش‌های مناسبی برای ارتقاء آن پیدا کنند (کفچه و حسینی، ۲۰۱۵). از طرفی، سرمایه اجتماعی برای رشد و توسعه کسب‌وکارهای تأسیس‌شده و جدید بسیار مهم است، زیرا کانال مهمی برای افراد، تیم‌ها و سازمان‌ها برای به دست آوردن اطلاعات و منابع لازم از منابع خارجی است؛ بنابراین سرمایه اجتماعی نقش عمده‌ای در فعالیت‌های کارآفرینی دارد زیرا این یک فرایند اقتصادی-اجتماعی است که از دو دیدگاه به زمینه و شرایط اجتماعی متکی است. اول، کارآفرینان محصولات محیط اجتماعی خود هستند. دوم، کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و وجود یا فقدان پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت مشاغل تأثیر می‌گذارد (اندرسون و میلر، ۲۰۰۳). سرمایه اجتماعی به‌عنوان محرک مهم کارآفرینی است و اشتراک‌گذاری منابع را تسهیل می‌کند و سازمانی که سرمایه اجتماعی بالایی دارد، سطح بالایی از اعتماد و تناسب هدف در بین کارکنان و سازمان را به نمایش می‌گذارد. یافته‌های پژوهش نشان داد که اگر کارکنان در حرفه حسابداری از سرمایه اجتماعی بهتری برخوردار باشند، گرایش به کارآفرینی بیشتری اتفاق خواهد افتاد. همچنین نتایج پژوهش‌های گذشته نشان داده است سازمان‌های برخوردار از سطوح بالای سرمایه اجتماعی احتمالاً از رقبای خود موفق‌تر خواهند بود، سرمایه اجتماعی به دلیل مراقبت متقابل، احترام و پشتیبانی متقابل به یکدیگر، تعامل بین اعضای را تقویت می‌کند و به اشتراک گذاشتن بیشتر دانش منجر می‌شود که خود به‌عنوان عاملی جهت کارآفرینی بیشتر حسابداران عمل کند؛ به‌عبارت‌دیگر کارکنان در محیطی با سرمایه اجتماعی بالاتر ارتباط شغلی بهتر و تعاملات اثربخش‌تر دارند که خود باعث موفقیت بیشتر در انجام وظایف سازمانی می‌شود (رفیعی و همکاران، ۲۰۱۸).

علاوه‌براین، برای ارتقا استراتژی، نیاز به درک نقش‌های مهم هر بعد از گرایش به کارآفرینی مانند پیش‌بینی، نوآوری و ریسک‌پذیری است و همچنین شناخت ابعاد سرمایه اجتماعی، یعنی ساختاری، رابطه‌ای و شناختی بسیار مهم است، سازمان‌ها برای کارآفرینی بیشتر باید به ساختار مناسب کارآفرینی توجه کنند، سازمان‌هایی با ساختارهای متمرکز، رفتار نوآورانه کارمندان را کاهش می‌دهند؛ بنابراین، توصیه می‌شود در سازمان‌ها به افراد آزادی عمل داده می‌شود تا خلاقیت خود را اعمال کنند و ایده‌های خوب و نوآور پشتیبانی می‌کنند تا کارآفرینی اتفاق بیفتد. استقلال، مشارکت کردن در تغییر و درگیر

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

شدن در فعالیتهای کارآفرینانه تشویق شود که با استفاده از اطلاعات حسابداری به موفقیت شرکت و بهبود عملکرد آن کمک می‌کند.

سازمان‌ها باید به آموزش بیشتر حسابداران توجه ویژه داشته باشند. گذراندن دوره آموزش عمومی، نقش اصلی را در ایجاد سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. سازمان می‌تواند برنامه‌های آموزشی را در زمینه مهارت‌های کارآفرینی، مانند تحلیل ریسک و ارزیابی، تفکر خلاق و مهارت‌های حل مساله توسعه دهد که می‌تواند منجر به فرآیندهای نوآورانه بیشتری شود. برای تقویت سرمایه انسانی، دانش، مهارت و کارآیی باید مورد توجه قرار گیرد. مدیران سازمان می‌توانند با برگزاری دوره‌های کارآفرینی و برنامه‌ریزی شغلی، این شاخص‌ها را ارتقا بخشند؛ و پشتیبانی‌های لازم را در این زمینه فراهم کنند.

مشاهده می‌شود ضریب استاندارد مسیر بین جنسیت و گرایش به کارآفرینی مثبت می‌باشد بین پذیرش جنسیت و گرایش به کارآفرینی کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش پذیرش جنسیت به اندازه یک انحراف معیار، گرایش به کارآفرینی کارکنان به اندازه ۰/۵۷۰ انحراف معیار افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش با مطالعات (گری، ۲۰۱۷) و (رومی و پارت ۲۰۰۸) همخوانی دارد.

توسعه هر جنبه روان‌شناختی در یک فرد به ارگانیسم فعال انسانی و محیط بستگی دارد؛ بنابراین، با توجه به ارگانیسم انسان، زنان از نظر ماهیت و رفتار نرم و محافظه‌کار هستند. علاوه بر این، موانع اجتماعی و مذهبی زیادی برای زنان وجود دارد که ممکن است دلایلی باشد که آن‌ها خود را به مردان وابسته می‌دانند. در بسیاری از وظایف، زنان، خود را در مقایسه با مردان ضعیف فرض می‌کردند. زنان در انجام خطرپذیری بلا تکلیف بوده، اعتماد به نفس کافی ندارند. با توجه به زمینه اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند، زنان باید بسیاری از اصرارهای خود را فدا یا سرکوب کنند تا سایر اعضای خانواده را تسهیل کنند. از طرف دیگر، مردان نسبت به زنان مستقل و توانمندتر در نظر گرفته می‌شوند که به آن‌ها کمک می‌کند تا گرایش به کارآفرینی خاص و کارآمدتری ایجاد کنند. از زمان‌های گذشته، در نظر گرفته شده است که فعالیتهای کارآفرینی برای مردان حفظ می‌شود و زنان نمی‌توانند در این کار پیچیده موفق شوند. به همین دلیل زنان نسبت به هم‌تایان مرد خود فاقد خودکارآمدی، منبع کنترل، کیفیت ریسک‌پذیری محاسبه‌شده، نیاز به استقلال و نگرش کلی کارآفرینی هستند. در حرفه حسابداری جنسیت در قالب موانع ساختاری به هم پیوسته نشان داده می‌شود که دسترسی زنان کارآفرین به منابع را محدود می‌کند. تعاملات اجتماعی بیانگر فضایی است که ایدئولوژی‌های جنسیتی در آن‌ها تقویت شده است، اما همچنین فضایی است که زنان برای ایجاد تغییرات از طریق مقاومت از آن‌ها استفاده می‌کنند. زنان در مقایسه با کارآفرینی بیشتر به عنوان ابزاری برای حفظ

استقلال و متعادل‌سازی خواسته‌های شغلی و خانوادگی ارزش قائل بودند. مردان شغل کارآفرینی را بیشتر به‌عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به ثروت و داشتن شغلی چالش‌برانگیز ارزیابی می‌کردند. در مجموع، این نتایج اختلافات مهم جنسیتی را در عواملی که اهداف کارآفرینی را شکل می‌دهد، نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد تمایزات مهمی در دلایل انتخاب مردان برای کارآفرینی در مقایسه با زنان وجود دارد. اقداماتی با هدف تقویت کارآفرینی زنان بسیار مهم است بنابراین پروژه‌های تحقیقاتی که با توجه به هدف حیاتی افزایش مشارکت زنان در سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی پایدار بر شناسایی موانع موفقیت و پیشبرد راه‌حل‌های بالقوه تمرکز دارند، احتمالاً بیشترین ارزش و تأثیر را خواهند داشت. علاوه بر این کارگاه‌های کارآفرینی باید دانش را در مورد روند شروع، تسهیل‌کننده‌ها و موانع خاص جنسیتی، بهبود مهارت‌های خودتنظیمی برای غلبه بر موانع و عقب‌نشینی‌ها و راه‌های افزایش پایداری افزایش دهند. ارتقا سیاست‌های عدم تفکیک جنسیتی در حرفه حسابداری برای کاهش این تفکر که کارآفرینی یک حوزه مردانه است، می‌تواند بسیار مفید باشد. انتظارات یا محدودیت‌های محیطی که کارآفرینان زن ممکن است در بسیاری از موارد با آن مواجه شوند نیز بسیار مهم است که در این پژوهش به آن پرداخته نشده است. علاوه بر این ابعاد متفاوت سرمایه اجتماعی می‌تواند با هم ادغام شود و تأثیرات بیشتری بر کارآفرینی حسابداران داشته باشد. نقش فرهنگ کارآفرینی نیز بسیار مهم است؛ بنابراین مطالعات بیشتری در این زمینه موردنیاز است.

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

### منابع

- (۱) الوانی سیدمهدی و عبدالله پور، مونا. (۱۳۸۷). نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی. پیام مدیریت، شماره ۲۷: ۵-۲۶.
- (۲) بنی مهد، بهمن و درویش، حدیثه. (۱۳۹۵). اعتماد اجتماعی و نگرش حسابرسان درباره استقلال، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال پنجم، شماره ۵۵، ص ۲۶-۱۷.
- (۳) درویش، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ صالحی صدقیانی، جمشید؛ عباس زاده، حسن. (۱۳۹۰) عوامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی در بانک‌های خصوصی ایران. فصلنامه علمی\_پژوهشی مدیریت بهبود و تحول، سال بیست و یکم، شماره ۶۶، ص ۹۹-۷۹.
- (۴) شکرالهی، ژاله؛ کریمی، فریبا. (۱۳۹۵). الگوی روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان. مدیریت بهره‌وری سال نهم شماره ۳۶، ص ۱۲۵-۱۴۰.
- (۵) شریفیان ثانی، مریم. (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال یکم، شماره ۲، ص ۱۸-۵.
- (۶) عباسی، محرم؛ خنیفر، فاطمه؛ عباسی، احمد؛ نوری، کامیل. (۱۳۹۹). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی با عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: کسب‌وکارهای کوچک شهر تبریز). مجله علمی "مدیریت فرهنگ‌سازمانی". سال هجدهم، شماره ۱، ص ۱۴۱-۱۶۳.
- (۷) فاتحی، ابوالقاسم؛ اخلاصی، ابراهیم (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: دانش آموزان دختر پیش‌دانشگاهی شهر شیراز)، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۱۴۵-۱۸۲.
- (۸) کریمی، آصف؛ احمدپور داریانی، روح‌الله؛ انصاری، محمود. (۱۳۹۲). تأثیر فرهنگ‌سازمانی بر گرایش‌های کارآفرینانه (مورد مطالعه: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران): فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی سال ششم، شماره ۳، ص ۱۶۳-۱۸۲.
- (۹) هادیزاده مقدم، اکرم، رامین‌مهر، حمید، حسینی، سیدسجاد. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه مطالعه موردی: سازمان‌های وابسته به شرکت نفت. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ۲، ص ۱۳۹-۱۶۲.
- 10) Abu-Rumman, Ayman, Ata Al Shraah, Faisal Al-Madi, and Tasneem Alfalah. (2021). "Entrepreneurial networks, entrepreneurial orientation, and performance of

small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link?" Journal of Innovation and Entrepreneurship 10(1): 1-16.

11) Anderson, Alistair R. and Claire J. Miller. (2003). "“Class matters”": Human and social capital in the entrepreneurial process." The journal of socio-economics 32.1: 17-36.

12) Bastian, Bettina Lynda, Beverly Dawn Metcalfe, and Mohammad Reza Zali. (2019). "Gender inequality: Entrepreneurship development in the MENA region." Sustainability 11(22): 6472.

13) Bauernschuster, Stefan, Oliver Falck, and Stephan Heblch. (2010). "Social capital access and entrepreneurship." Journal of Economic Behavior & Organization 76(3): 821-833.

14) Bourdieu, Pierre. (1977). Outline of a Theory of Practice. New York: Cambridge University Press

15) Bouzekraoui, Hind, and Driss Ferhane. (2017): "An exploratory study of women’s entrepreneurship in Morocco." Journal of Entrepreneurship: Research & Practice: 1-19.

16) Covin, Jeffrey G. and William J. Wales. (2019). "Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines." Entrepreneurship theory and practice 43(1):3-18.

17) Crane, S.R. (2022), "Entrepreneurship and economic growth: does gender matter?", International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 14 No. 1, pp. 3-25

18) Davila, Antonio, George Foster, and Daniel Oyon. (2009). "Accounting and control, entrepreneurship and innovation: Venturing into new research opportunities." European Accounting Review 18.2: 281-311.

19) De Simone, Silvia, Jessica Pileri, Max Rapp-Ricciardi, and Barbara Barbieri. (2021). "Gender and Entrepreneurship in pandemic time: What demands and what resources? An exploratory study." Frontiers in Psychology 12: 1803.p:1-11

20) De Villiers, Charl, Matteo La Torre, and Vida Botes. (2022). "Accounting and social capital: A review and reflections on future research opportunities." Accounting & Finance.

21) Dewantoro, Albertus Daru, and Lena Ellitan. (2021). "The Role of Entrepreneurship and Social Capital in Building the Sustainability of SMES in Indonesia." 5(4):53-58

- 22) Feldmann, M. Lukes, M. & Uhlaner, L(2022) Disentangling succession and entrepreneurship gender gaps: gender norms, culture, and family. *Small Bus Econ* 58, 997–1013.
- 23) Gottfried, Heidi. (2013). *Gender, work, and economy: Unpacking the global economy*. John Wiley & Sons, London: Polity Press.
- 24) Gupta, Vishal K. Daniel B. Turban, S. Arzu Wasti, and Arijit Sikdar. (2009). "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur." *Entrepreneurship theory and practice* 33(2): 397-417.
- 25) Gure, Gobind Singh. (2017). "Gender Influences on the Entrepreneurial Tendencies & Entrepreneurial Attitude of University Students." *International Journal of Research in Social Sciences* 7(8): 746-759.
- 26) Haron, Datin Hasnah, Dato Ishak Ismail, Sofri Yahya, Siti Nabiha Abdul Khalid, and Yuvaraj Ganesan. (2010). "Cases of successful Malaysian small and medium enterprises (SMEs): Does business advisory services help?" *Malaysia Accountancy Research and Education (MAREF)*
- 27) Kafcheh, Parviz;And Seyed Erfan. Hosseini. (2015).Relationship between social capital and entrepreneurship in the developing countries. *Journal of Finance and Risk Perspectives*: 72-81.
- 28) Kwon, Seok-Woo, Colleen Heflin, and Martin Ruef. (2013). "Community social capital and entrepreneurship." *American Sociological Review* 78, no. 6 (2013): 980-1008
- 29) Lumpkin, G. Tom, and Gregory G. Dess. (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." *Academy of management Review* 21(1): 135-172.
- 30) Lumpkin, George Thomas, and Gregory G. Dess. (2015). "Entrepreneurial orientation." *Wiley encyclopedia of management* :1-4.
- 31) Mahfud, Tuatul, Mochamad Bruri Triyono, Putu Sudira, and Yoghiana Mulyani. (2020). "The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital." *European Research on Management and Business Economics* 26(1): 33-39.
- 32) Nahapiet, Janine, and Sumantra Ghoshal. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage." *Academy of management review* 23(2): 242-266.
- 33) Narayanasamy, Kogilah, Devinaga Rasiah, and C. J. Jacobs. (2011). "An empirical study of factors influencing gender differences in entrepreneurship." *International Business & Economics Research Journal (IBER)* 10(10): 17-30.

- 34) OECD. (2017). Glass ceilings still unbroken. In *The Pursuit of gender equality. An Uphill Battle*. Paris: OECD Publishing.
- 35) Pearse, Rebecca, and Raewyn Connell. (2016). "Gender norms and the economy: insights from social research." *Feminist Economics* 22(1): 30-53.
- 36) Rafiei, Sima, Rafat Mohebibar, Bahman Ahadi Nejad, and Nadia Nisari. (2018). "The study of the Relationship between Social Capital and Entrepreneurship Behavior of Faculty Members of Qazvin University of Medical Sciences in 2018." *Evidence Based Health Policy, Management and Economics* 2(4): 275-280.
- 37) Rhee, Jaehoon, Alisher Dedahanov, and Dohyung Lee. (2014). "Relationships among power distance, collectivism, punishment, and acquiescent, defensive, or prosocial silence." *Social Behavior and Personality: an international journal* 42(5): 705-720.
- 38) Rodrigo-Alarcón, Job, Pedro M. García-Villaverde, María J. Ruiz-Ortega, and Gloria Parra-Requena. (2018). "From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities." *European Management Journal* 36(2): 195-209.
- 39) Roomi, Muhammad Azam, and Guy Parrott. (2008). "Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan." *The Journal of Entrepreneurship* 17(1): 59-72.
- 40) Ruiz, Linda Elizabeth, José Ernesto Amorós, and Maribel Guerrero. (2022). "Does gender matter for corporate entrepreneurship? A cross-countries study." *Small Business Economics* :1-18.
- 41) Strawser, Joyce A. Diana M. Hechavarría, and Katia Passerini. (2021). "Gender and entrepreneurship: Research frameworks, barriers and opportunities for women entrepreneurship worldwide." *Journal of Small Business Management* 59, (1): S1-S15.
- 42) Sullivan, Diane M. and William R. Meek. (2012). "Gender and entrepreneurship: a review and process model." *Journal of managerial psychology* 27(5):428-458
- 43) Tajpour, Mehdi, and Elahe Hosseini. (2019). "The effect of human and social capital on entrepreneurial activities: A case study of Iran and implications." *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 6(3): 1193-1203
- 44) Tsyganova, Tatiana, and Galina Shirokova. (2010). "Gender differences in entrepreneurship: evidence from GEM data." *Organizations and markets in emerging economies* 1(1): 120-141.

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی.../موسوی کاشی و شمس

- 45) Toms, Steven. (2006). "Accounting for entrepreneurship: a knowledge-based view of the firm." *Critical Perspectives on Accounting* 17.2-3: 336-357
- 46) Verheul, Ingrid, André Van Stel, and Roy Thurik. (2004). "Explaining female entrepreneurship across 29 countries." *Discussion papers on entrepreneurship, growth and public policy*. Max-Planck Institute: 1-32.
- 47) Wang, Wenke, Yingkai Tang, Yao Liu, Tao Zheng, Jing Liu, and Haiyue Liu. (2019). "Can sense of opportunity identification efficacy play a mediating role? Relationship between network embeddedness and social entrepreneurial intention of university students." *Frontiers in Psychology* 10: 1342.
- 48) Xie, Gui-Hua, Lin-Ping Wang, and Bey-Fen Lee. (2021). "Understanding the Impact of Social Capital on Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects of Opportunity Recognition and Operational Competency." *Frontiers in Psychology* 12: 2026.
- 49) Yukongdi, Vimolwan, and Jennyvi Mosuta Cañete. (2020). "The influence of family, human, social capital & government support services on women entrepreneurial start-up decisions: A qualitative study." *Review of Integrative Business and Economics Research* 9: 307-318.
- 50) Zhou, Luanping, Michael Yao-Ping Peng, Lijin Shao, Hsin-Yi Yen, Ku-Ho Lin, and Muhammad Khalid Anser. (2021). "Ambidexterity in social capital, dynamic capability, and SMEs' performance: quadratic effect of dynamic capability and moderating role of market orientation." *Frontiers in Psychology*: 4024.

یادداشت‌ها:

- 
1. Structural
  2. Relational
  3. Cognitive