تاثیر شبکه‌های اجتماعی و کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی

حمید اکاتی[1*]

۱گروه مدیریت، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تاثیر شبکه‌های اجتماعی و کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی صورت گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی–پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان کارآفرین و صاحبان کسب‌وکارهای متعلق به زنان در شهر تهران است که در حوزه‌های مختلف اقتصادی فعالیت دارند. با توجه به ماهیت روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر PLS، تعداد ۲۳۲ نفر از زنان صاحب کسب‌وکار به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری در دسترس (غیرتصادفی) استفاده شده است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه استاندارد است که بر اساس مطالعات پیشین و ادبیات پژوهش طراحی و بومی‌سازی شده است. داده‌های مورد نیاز از طریق توزیع پرسشنامه به صورت حضوری یا آنلاین در میان نمونه پژوهش جمع‌آوری گردید. برای بررسی روایی ابزار پژوهش از روایی صوری و محتوایی استفاده شد. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از شاخص‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی و تایید شد. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی، برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه از شاخص‌هایی مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. همچنین در بخش آمار استنباطی، به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش و بررسی روابط میان متغیرها از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس بهره گرفته شد. نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی تاثیر مثبتی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان دارد. همچنین تاثیر منفی کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تایید شد. در ادامه نیز نتایج نشان داد حمایت نهادی نقش تعدیلگر در این مدل دارد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، کمبود منابع، عملکرد کسب‌وکار، حمایت نهادی

مقدمه

کارآفرینی یک سازوکار جهانی است که رشد اقتصادی را هدایت می‌کند (اوردنانا و همکاران[1]، ۲۰۲۴) و یکی از محرک‌های کلیدی اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد به شمار می‌رود. فعالیت‌های کارآفرینانه مردان و زنان هر دو به اهمیت دارند. با این حال، کسب‌وکارهای متعلق به زنان دارای توانمندی‌های منحصربه‌فردی

[1] Ordenana et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

هستند که می‌توانند به نوآوری، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی فراگیر منجر شوند (رامیا و همکاران[1]، ۲۰۲۴). باورهای کلیشه ای و تبعیض های جنسیتی همچنان از جمله موانع مهمی هستند که می توانند بر تمایل و انگیزه زنان برای ورود به عرصه کارآفرینی تاثیر منفی بگذارند (طالبی و آچاک، ۱۴۰۴). کارآفرینی زنان می تواند به عنوان عاملی موثر در توسعه اقتصادی ایفای نقش کند؛ زیرا ورود زنان به عرصه کارآفرینی نه تنها به افزایش تولید ناخالص داخلی و افزایش فرصت های شغلی منجر می شود، بلکه تنوع در بخش های اقتصادی و تجاری را تقویت می کند و امکان بهره برداری از پتانسیل های نادیده گرفته شده را فراهم می آورد. با این حال، اگرچه زنان در خاورمیانه به طور فزاینده ای به کارآفرینی روی می آورند، اما موانع فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به شدت بر رشد و موفقیت آنها تاثیر می گذارد (راستگو و کیخای فرزانه، ۱۴۰۴).

در این میان، نظریه مبتنی بر منابع[2] از توضیح این‌که چگونه منابع داخلی می‌توانند مزیت رقابتی ایجاد کنند (جیانگ و همکاران[3]، ۲۰۲۳) به چارچوبی پویاتر تکامل یافته است که تعامل اساسی میان سازمان و محیط بیرونی آن را نیز در نظر می‌گیرد (وارادراجان[4]، ۲۰۲۳). این تحول یک پیشرفت نظری مهم محسوب می‌شود، زیرا تمرکز را از دارایی‌های داخلیِ ایستا به سمت مدیریت راهبردی وابستگی‌های بیرونی تغییر می‌دهد. پژوهش‌های اولیه در ادبیات این نظریه، به‌ویژه مطالعه مهم لیپمن و روملت[5] (۲۰۰۳)، بیان می‌کردند که منابع منحصربه‌فرد شاخص‌های اصلی عملکرد هستند. با این حال، پژوهش‌های بعدی به یک نتیجه مهم رسیدند: در اقتصادهای نوظهور، شرکت‌ها نمی‌توانند تنها با اتکا به منابع داخلی موفق شوند؛ بلکه باید بتوانند به‌طور ماهرانه در اکوسیستم‌های پیچیده بیرونی حرکت کنند تا به این منابع دست یابند (ادوماکو و احسان[6]، ۲۰۲۲). دستیابی به منابع فیزیکی در نظریه مبتنی بر منابع امری اساسی است، زیرا به بقای سازمان کمک می‌کند، وابستگی‌های بیرونی را کاهش می‌دهد (وارادراجان، ۲۰۲۳) و به مقابله با چالش‌های پیش‌بینی‌نشده خارجی می‌پردازد. چنین منابعی می‌توانند مزیت رقابتی ایجاد کنند و در نتیجه عملکرد سازمان را بهبود بخشند. بنابراین، بررسی منابع در کسب‌وکارهای متعلق به زنان در اقتصادی کمتر مورد مطالعه مانند ایران، گسترشی بر نظریه

[1] Ramya et al
[2] Resource-Based Theory
[3] Jiang et al
[4] Varadarajan
[5] Lippman & Rumelt
[6] Adomako & Ahsan

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

موجود مبتنی بر منابع به شمار می‌آید. افزون بر این، زنان کارآفرین با دسترسی محدود به شبکه‌های اجتماعی مواجه هستند (ناسوشن و همکاران[1]، ۲۰۲۲) که یک کمبود مهم محسوب می‌شود و به ناکافی بودن منابع برای رشد و شکوفایی کسب‌وکارهای آنان منجر می‌گردد. علاوه بر این، دولت نقش اساسی در تخصیص منابع ایفا می‌کند و از این‌رو سازمان‌ها تعاملات مناسبی را مدیریت می‌کنند تا به منابع مورد نیاز دسترسی پیدا کنند (شائو و وانگ[2]، ۲۰۲۳).

در سال‌های اخیر، بیشتر پژوهشگران بر فعالیت‌های کارآفرینانه مردان تمرکز کرده‌اند، در حالی که کسب‌وکارهای متعلق به زنان کمتر مورد پژوهش قرار گرفته‌اند (هیتی و همکاران[3]، ۲۰۲۴). در نتیجه، این ابهام در ادبیات پژوهشی نیازمند بررسی بخشی است که کمتر مطالعه شده است. منابع کارآفرینانه عوامل اساسی برای عملکرد بالای کسب‌وکارهای متعلق به مردان و زنان هستند. با این حال، زنان کارآفرین به دلیل کمبود آگاهی، استفاده نادرست از منابع، محدودیت‌های مالی و تبعیض جنسیتی با موانعی روبه‌رو هستند (وو و همکاران[4]، ۲۰۱۹).

در این میان، شبکه‌سازی نقش بسیار مهمی در رشد کسب‌وکارها ایفا می‌کند (زو و همکاران[5]، ۲۰۲۴). بسیاری از پژوهشگران شواهدی ارائه داده‌اند که شبکه‌ها بر توسعه کسب‌وکارها تأثیر می‌گذارند (یو و وانگ[6]، ۲۰۲۱)، اما تعداد کمی از مطالعات رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان را بررسی کرده‌اند.

علاوه بر این، محیط‌های نهادی حمایتی نقش قابل توجهی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند. به‌طور کلی، نهادها می‌توانند به کسب‌وکارها کمک کنند تا با عدم‌قطعیت‌های محیطی موجود مقابله کنند (زریری و یارمرادی، ۱۴۰۴)، وابستگی‌های خارجی را کاهش دهند و دسترسی به منابع ارزشمند را فراهم سازند (یانگ و یو[7]، ۲۰۲۲)؛ این امر تصمیم‌گیری‌های مدیریتی سازمان را بهبود می‌بخشد. تحقیقات متعددی نشان داده‌اند که سطح پایین حمایت نهادی تأثیر منفی بر عملکرد کسب‌وکارها دارد (آدرچ و همکاران[8]، ۲۰۲۳). موسوی و

[1] Nasution et al
[2] Shao & Wang
[3] Hytti et al
[4] Wu et al
[5] Xu et al
[6] Yu & Wang
[7] Yang & Yu
[8] Audretsch et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

همکاران (۱۴۰۴) بیان کردند شکل گیری کنوانسیون های بین المللی و حمایت جهانی از حقوق زنان، سبب شد تا وضعیت آموزش، تحصیلات، اشتغال، آزادی های مدنی و حتی مشارکت های سیاسی زنان نسبت به دهه های پیشین افزایش پیدا کند. با این حال، زنان کارآفرین به دلیل محیط نهادی پیچیده در صنعت کسب‌وکار با تبعیض و چالش‌هایی مواجه می‌شوند (عبدالواحد و همکاران[1]، ۲۰۲۳)، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه؛ از این رو بررسی این موضوع از منظر نظریه مبتنی بر منابع ضروری است. بر همین اساس در این پژوهش به این موضوع پرداخته شده که شبکه‌های اجتماعی و کمبود منابع با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی چه تاثیری بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان دارند؟

فرضیه های پژوهش

- شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تاثیر معناداری دارد.
- کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تاثیر معناداری دارد.
- شبکه‌های اجتماعی با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تاثیر معناداری دارد.
- کمبود منابع با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به تاثیر معناداری دارد.

روش شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی–پیمایشی است. هدف آن بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی و کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر حمایت نهادی است. داده‌های مورد نیاز پژوهش از طریق گردآوری اطلاعات میدانی و با استفاده از پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری شده است.

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان کارآفرین و صاحبان کسب‌وکارهای متعلق به زنان در شهر تهران است که در حوزه‌های مختلف اقتصادی فعالیت دارند. با توجه به ماهیت روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر پی‌ال‌اس[2]، حجم نمونه بر اساس قاعده حداقل نمونه تعیین شد. مطابق با قاعده «ده برابر بیشترین تعداد

[1] Abdelwahed et al
[2] PLS

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

مسیرهای ورودی به یک سازه در مدل»، حداقل حجم نمونه تعیین گردید. با این حال، به منظور افزایش دقت تحلیل‌ها و قابلیت تعمیم نتایج، تعداد ۲۳۲ نفر از زنان صاحب کسب‌وکار به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری در دسترس (غیرتصادفی) استفاده شده است. بدین صورت که پرسشنامه‌ها در میان زنان صاحب کسب‌وکار که امکان دسترسی به آن‌ها وجود داشت توزیع گردید. تلاش شد نمونه انتخابی از نظر نوع فعالیت اقتصادی، سابقه کسب‌وکار و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از تنوع مناسبی برخوردار باشد تا نماینده مناسبی از جامعه آماری باشد.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه استاندارد است که بر اساس مطالعات پیشین و ادبیات پژوهش طراحی و بومی‌سازی شده است. این پرسشنامه شامل دو بخش است: بخش اول: اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان (مانند سن، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت کسب‌وکار) و بخش دوم: گویه‌های مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش شامل شبکه‌های اجتماعی، کمبود منابع، حمایت نهادی و عملکرد کسب‌وکار. گویه‌ها با استفاده از مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) اندازه‌گیری شده‌اند. داده‌های مورد نیاز از طریق توزیع پرسشنامه به صورت حضوری یا آنلاین در میان نمونه پژوهش جمع‌آوری گردید.

برای بررسی روایی ابزار پژوهش از دو نوع روایی استفاده شد. روایی صوری و محتوایی: پرسشنامه پس از طراحی اولیه در اختیار تعدادی از اساتید دانشگاه و خبرگان حوزه کارآفرینی قرار گرفت و نظرات اصلاحی آن‌ها اعمال شد. روایی سازه: در مرحله تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور از شاخص‌هایی نظیر میانگین واریانس استخراج‌شده[1] و بارهای عاملی استفاده شد. مقدار AVE بزرگ‌تر از ۰.۵ نشان‌دهنده روایی همگرا مناسب سازه‌ها است. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از شاخص‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد. مقادیر بالاتر از ۰.۷ برای این شاخص‌ها نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار اندازه‌گیری هستند.

در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی، برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه از شاخص‌هایی مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. همچنین در بخش آمار استنباطی، به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش و بررسی روابط میان

[1] AVE

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

متغیرها از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس بهره گرفته شد. تحلیل مدل در دو مرحله انجام می‌شود. ارزیابی مدل اندازه‌گیری: شامل بررسی پایایی شاخص‌ها، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا. ارزیابی مدل ساختاری: شامل بررسی ضرایب مسیر، آماره تی (با استفاده از روش بوت‌استرپینگ)، ضریب تعیین[1] ، اندازه اثر[2] و شاخص برازش مدل.

یافته ها

در این پژوهش به منظور توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان، متغیرهایی نظیر سطح تحصیلات، وضعیت تأهل و سابقه کاری مورد بررسی قرار گرفت. نتایج توصیفی نشان داد که از مجموع ۲۳۲ نفر از زنان صاحب کسب‌وکار مورد مطالعه، از نظر سطح تحصیلات ۳۴ نفر (۱۴.۷ درصد) دارای مدرک کاردانی، ۱۰۲ نفر (۴۴ درصد) دارای مدرک کارشناسی، ۷۴ نفر (۳۱.۹ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۲۲ نفر (۹.۴ درصد) دارای مدرک دکتری و بالاتر بودند. این توزیع بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده و بیشترین فراوانی مربوط به مقطع کارشناسی است. از نظر وضعیت تأهل نیز نتایج نشان داد که ۱۴۸ نفر از پاسخ‌دهندگان (۶۳.۸ درصد) متأهل، ۶۲ نفر (۲۶.۷ درصد) مجرد و ۲۲ نفر (۹.۵ درصد) مطلقه بودند که نشان می‌دهد اکثریت زنان صاحب کسب‌وکار مورد بررسی در گروه افراد متأهل قرار دارند. همچنین بررسی سابقه کاری پاسخ‌دهندگان نشان داد که ۸۴ نفر (۳۶.۲ درصد) کمتر از ۱۰ سال سابقه کاری، ۷۶ نفر (۳۲.۸ درصد) بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه کاری، ۴۸ نفر (۲۰.۷ درصد) بین ۲۰ تا ۳۰ سال سابقه کاری و ۲۴ نفر (۱۰.۳درصد) بیش از ۳۰ سال سابقه کاری دارند. بر این اساس می‌توان گفت بخش قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کاری کمتر از ۲۰ سال هستند که بیانگر حضور قابل توجه زنان کارآفرین با تجربه کاری متوسط در جامعه مورد مطالعه است.

در ادامه به بررسی آمار توصیفی متغیرها پرداخته شد. نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که میانگین متغیر شبکه‌های اجتماعی برابر با ۳.۷۴ و عملکرد کسب‌وکار برابر با ۳.۶۸ است که نشان‌دهنده سطح نسبتاً مطلوب این متغیرها در بین پاسخ‌دهندگان است. همچنین میانگین متغیر کمبود منابع (۳.۲۱) و حمایت

[1] R^2
[2] f^2

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

نهادی (۳.۰۵) بیانگر سطح متوسط این متغیرها در جامعه مورد بررسی می‌باشد. علاوه بر این، مقادیر چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها در بازه قابل قبول (بین ۲±) قرار دارند که نشان می‌دهد توزیع داده‌ها از نرمالیت نسبی برخوردار است و می‌توان از روش‌های آماری پارامتریک برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
شبکه‌های اجتماعی	۳.۷۴	۰.۷۱	-۰.۴۲	-۰.۳۶
کمبود منابع	۳.۲۱	۰.۸۳	۰.۲۸	-۰.۴۱
حمایت نهادی	۳.۰۵	۰.۷۶	۰.۱۷	-۰.۵۲
عملکرد کسب‌وکار	۳.۶۸	۰.۶۹	-۰.۳۳	-۰.۲۷

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها و بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شد. این روش به دلیل توانایی مناسب در تحلیل مدل‌های پیچیده، امکان بررسی همزمان روابط بین متغیرهای مکنون و شاخص‌های مشاهده‌پذیر، و همچنین عدم حساسیت زیاد به نرمال بودن توزیع داده‌ها، برای تحلیل داده‌های این پژوهش مناسب تشخیص داده شد. در رویکرد حداقل مربعات جزئی، تحلیل داده‌ها در دو مرحله انجام می‌شود: ارزیابی مدل اندازه‌گیری (بیرونی) و ارزیابی مدل ساختاری (درونی).

- **نتایج مدل اندازه‌گیری**

نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری نشان داد که بارهای عاملی تمامی گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰.۵۰ بوده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند ($t > 1.96$). بنابراین پایایی شاخص‌ها تأیید شد. همچنین شاخص‌های پایایی درونی و روایی همگرا مطابق جدول زیر به دست آمد:

جدول ۲- روایی و پایایی ابزار پژوهش

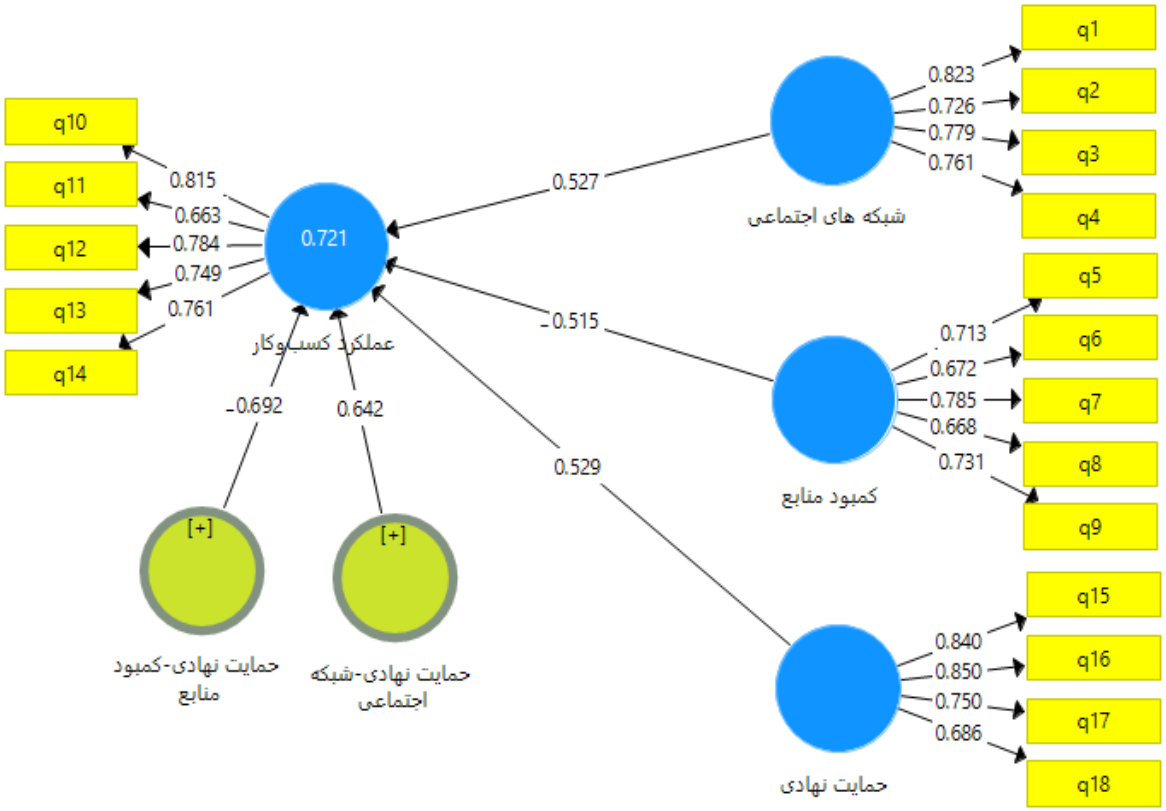
متغیر	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
شبکه‌های اجتماعی	۰.۵۹۸	۰.۸۴۹	۰.۸۶۲
کمبود منابع	۰.۵۳۷	۰.۷۶۱	۰.۸۵۴
حمایت نهادی	۰.۵۱۴	۰.۹۰۱	۰.۷۶۴
عملکرد کسب‌وکار	۰.۵۱۷	۰.۸۱۹	۰.۷۳۸

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

تمامی مقادیر آلفای کرونباخ و CR بزرگ‌تر از ۰.۷ و مقادیر AVE بزرگ‌تر از ۰.۵ هستند؛ بنابراین پایایی درونی و روایی همگرای سازه‌ها تأیید می‌شود. همچنین روایی واگرا با معیار فورنل–لارکر بررسی شد. جذر AVE هر سازه (اعداد قطری جدول) بزرگ‌تر از همبستگی آن با سایر سازه‌ها بود؛ بنابراین روایی واگرا تأیید شد. همچنین شاخص HTMT برای تمامی روابط کمتر از ۰.۸۵ به دست آمد که نشان‌دهنده تمایز مناسب سازه‌ها است.

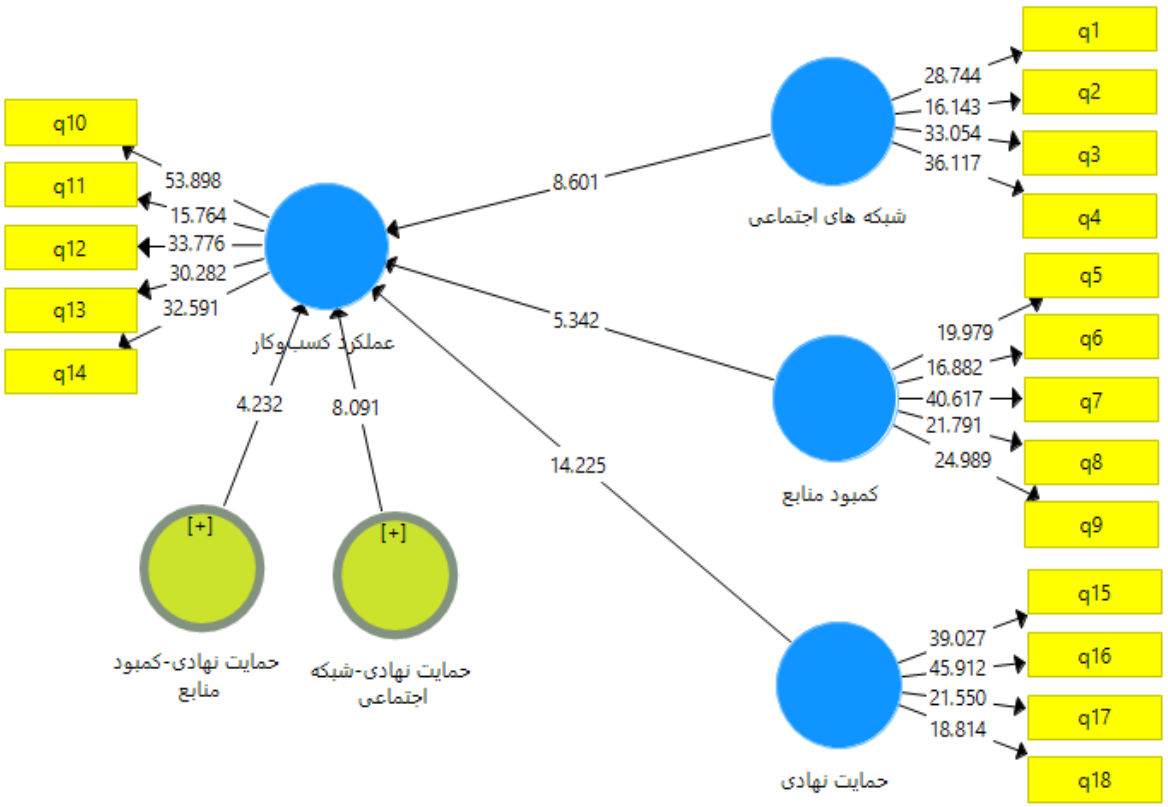
- **ارزیابی مدل ساختاری**

برای آزمون معناداری مسیرها از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ بازنمونه استفاده شد. بخش مدل ساختاری برخلاف مدل اندازه گیری، به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها عامل های پنهان همراه با روابط میان آنها بررسی می گردد. نتایج حاصل از بررسی مدل پژوهش به شرح زیر است:



شکل ۱- نمایش گرافیکی ضرایب مسیر

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]



شکل ۲- نمایش گرافیکی ضرایب معناداری

ارزیابی برازش مدل اصلی

هدف از ارزیابی برازش کل مدل این است که مشخص شود تا چه حد کل مدل با داده‌های تجربی مورد استفاده سازگاری و توافق دارد. مدل یابی معادلات ساختاری، ترکیبی از تحلیل تأییدی و رگرسیون چند متغیره می‌باشد. در این روش، آزمون کلی مدل شامل آزمون مدل اندازه‌گیری (بررسی پایایی و روایی) و آزمون مدل ساختاری (ضریب مسیر و واریانس تبیین شده) می‌باشد.

شاخص ضریب تعیین متغیرهای وابسته: ضریب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) است و تأثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته را نشان می‌دهد که سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳و ۰.۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شوند. مقدار R^2 برای متغیر پژوهش، ۰.۷۲۱شده است.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

شاخص اشتراک: این معیار نشان می‌دهد که چه مقدار از تغییرپذیری شاخص‌ها (سؤالات) توسط سازه مرتبط با خود تبیین می‌شود و از میانگین شاخص اشتراک برای تعیین روایی همگرا استفاده می‌شود که این شاخص ۰.۵۷ است.

معیار نیکویی برازش: مقدار این شاخص، با استفاده از میانگین هندسی R2 و متوسط شاخص اشتراک برای کل مدل مقدار ۰.۵۲۳ محاسبه می شود.

$$Gof = \sqrt{\overline{communalities} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0.54 * 0.721} = 0.623$$

از آنجایی که مقادیر محاسبه شده GOF برای مدل فرضیه اصلی پژوهش بزرگ‌تر از ۰.۳۶ بدست آمده، نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

شاخص ارتباط پیش بین Q^2: این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را نشان میدهد. ملاک تفسیر Q^2، سه مقدار ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی می‌باشد. مقدار Q^2 برای متغیرهای تحقیق ۰.۳۱۹، ۰.۳۳۵، ۰.۳۱۸، ۰.۳۹۵ است که در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

شاخص NFI: شاخص تناسب غیرهنجاردار که نشان می دهد، مدل معرفی شده تناسب را تا ۹۰ درصد بهبود می بخشد. اعداد این مدل باید بزرگتر از ۰.۹ باشد. شاخص NFI برای این مدل، عدد ۰.۹۹۲ را نشان می دهد. در نهایت با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی برازش مناسبی دارد.

بحث و نتیجه گیری

همانگونه که ملاحظه شد، در پژوهش حاضر به تاثیر شبکه‌های اجتماعی و کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی پرداخته شد. در این راستا نتایج به شرح زیر است:

- **تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان**

مطابق با شکل های ۱ و ۲، آماره معنی داری شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان برابر ۸.۶۰۱ می باشد که بزرگتر از مقدار ۱.۹۶ است و نشان دهندهٔ این است که شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

کسب‌وکارهای متعلق به زنان در سطح اطمینان (۹۵٪) معنی دار است. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰.۵۲۷ است و میزان اثرگذاری مثبت شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان را نشان می دهد. به عبارتی دیگر یک واحد تغییر در شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش ۰.۵۲ واحدی در عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان خواهد شد. این بدان معناست که شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تاثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با مبانی نظری سرمایه اجتماعی و دیدگاه مبتنی بر منابع هم‌خوانی دارد؛ زیرا شبکه‌های اجتماعی با تسهیل دسترسی زنان کارآفرین به اطلاعات، مشتریان بالقوه، حمایت‌های عاطفی و فرصت‌های همکاری، بخشی از محدودیت‌های منابعی و ساختاری موجود را جبران می‌کنند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان یک منبع راهبردی برای توسعه کسب‌وکار عمل کرده و به بهبود بازاریابی، افزایش تعامل با مشتریان، ارتقای آگاهی از برند و در نهایت بهبود عملکرد منجر شوند. از سوی دیگر، برای زنان کارآفرین که ممکن است در دسترسی به کانال‌های سنتی بازاریابی و توسعه بازار با محدودیت‌هایی مواجه باشند، شبکه‌های اجتماعی بستری کم‌هزینه، در دسترس و اثرگذار فراهم می‌کنند تا بتوانند محصولات و خدمات خود را به‌طور مستقیم به بازار هدف معرفی کنند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بهره‌گیری مؤثر و هدفمند از شبکه‌های اجتماعی، یکی از عوامل کلیدی در ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان است. با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر تأثیر مثبت و معنادار شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان، توجه بیشتر به بهره‌برداری مؤثر از این بسترها می‌تواند به بهبود عملکرد این کسب‌وکارها کمک کند. در این راستا پیشنهاد می‌شود زنان کارآفرین با تدوین راهبردهای مشخص برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، از این ابزارها به‌صورت هدفمند در جهت معرفی محصولات و خدمات، برندسازی و گسترش ارتباط با مشتریان استفاده کنند. همچنین آموزش مهارت‌های مرتبط با بازاریابی دیجیتال، تولید محتوای مؤثر و مدیریت ارتباط با مشتری در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در افزایش اثربخشی حضور آنان در این فضا ایفا کند.

- **تاثیر کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان**

مطابق با شکل های ۱ و ۲، آماره معنی داری کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان برابر ۵.۳۴۲ می باشد که بزرگتر از مقدار ۱.۹۶ است و نشان دهندهٔ این است که کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان در سطح اطمینان (۹۵٪) معنی دار است. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر ۰.۵۱۵-

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

است و میزان اثرگذاری منفی کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان را نشان می دهد. به عبارتی دیگر یک واحد تغییر در کمبود منابع موجب کاهش ۰.۵۱ واحدی در عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان خواهد شد. این بدان معناست که کمبود بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تاثیر منفی و معناداری دارد. این یافته از منظر نظریه مبتنی بر منابع و همچنین دیدگاه محدودیت‌های کارآفرینی قابل توجیه است. بر اساس این دیدگاه، منابع سازمانی شامل منابع مالی، انسانی، اطلاعاتی و فناورانه از عوامل کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی و بهبود عملکرد کسب‌وکار محسوب می‌شوند. بنابراین، محدودیت در دسترسی به این منابع می‌تواند توانایی بنگاه‌ها را در بهره‌برداری از فرصت‌های بازار، توسعه فعالیت‌های تجاری و افزایش بهره‌وری کاهش دهد. در مورد کسب‌وکارهای متعلق به زنان، کمبود منابع می‌تواند مانع رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه شده و ظرفیت این کسب‌وکارها را در زمینه بازاریابی، نوآوری و گسترش بازار محدود سازد. علاوه بر این، برخی مطالعات نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در مقایسه با مردان با محدودیت‌های بیشتری در دسترسی به منابع مالی، شبکه‌های حمایتی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری مواجه هستند؛ ازاین‌رو، کمبود منابع می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان داشته باشد. با توجه به تأثیر منفی کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و نهادهای حمایتی اقدامات لازم را برای تسهیل دسترسی زنان کارآفرین به منابع موردنیاز انجام دهند. از جمله این اقدامات می‌توان به توسعه برنامه‌های حمایتی مالی، ارائه تسهیلات اعتباری، ایجاد صندوق‌های حمایتی ویژه زنان کارآفرین و گسترش برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای در حوزه مدیریت کسب‌وکار اشاره کرد. همچنین تقویت شبکه‌های حرفه‌ای و کارآفرینی زنان می‌تواند زمینه تبادل دانش، دسترسی به اطلاعات بازار و بهره‌مندی از فرصت‌های همکاری را فراهم کند. علاوه بر این، توسعه زیرساخت‌های آموزشی در زمینه مدیریت منابع، برنامه‌ریزی مالی و استفاده از ابزارهای دیجیتال می‌تواند به زنان کارآفرین کمک کند تا با مدیریت بهینه منابع موجود، عملکرد کسب‌وکار خود را بهبود بخشند. در مجموع، کاهش محدودیت‌های منابعی و افزایش دسترسی زنان به منابع کلیدی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای عملکرد و پایداری کسب‌وکارهای متعلق به زنان ایفا کند.

- **تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی**

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

در بررسی فرضیه تعدیلگر، میزان ضریب مسیر نقش متغیر تعدیلگر برابر ۰.۶۴۲ است. همچنین معناداری بیشتر از ۱.۹۶ برآورد شده. این امر نشان می دهد در صورت بالا بودن میزان حمایت نهادی، شبکه های اجتماعی نیز تاثیر بیشتری بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان خواهند داشت. در واقع نتایج پژوهش نشان داد که حمایت نهادی می‌تواند نقش تعدیل‌گر در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان ایفا کند؛ به‌گونه‌ای که در سطح بالاتر حمایت نهادی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد این کسب‌وکارها تقویت می‌شود. این نتیجه را نیز می‌توان با تکیه بر دیدگاه نهادی و نظریه مبتنی بر منابع تبیین کرد. بر اساس دیدگاه نهادی، وجود ساختارها، قوانین، برنامه‌های حمایتی و تسهیل‌گر (مانند دسترسی به آموزش، مشاوره، زیرساخت‌های دیجیتال و حمایت‌های حقوقی) می‌تواند محیطی امن‌تر و کارآمدتر برای بهره‌گیری از ابزارهای نوین همچون شبکه‌های اجتماعی فراهم کند. در چنین شرایطی، زنان کارآفرین نه‌تنها امکان حضور فعال‌تر و حرفه‌ای‌تر در شبکه‌های اجتماعی را پیدا می‌کنند، بلکه از طریق دسترسی به دانش، مهارت و حمایت‌های رسمی، می‌توانند این حضور را به نتایج ملموس‌تری در حوزه عملکرد کسب‌وکار تبدیل کنند. به عبارت دیگر، در شرایط ضعف حمایت نهادی، حتی استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی ممکن است به‌طور کامل به بهبود عملکرد منجر نشود؛ زیرا موانعی نظیر محدودیت دسترسی به اینترنت پایدار، عدم آشنایی با اصول بازاریابی دیجیتال، نبود حمایت‌های قانونی و کمبود برنامه‌های آموزشی مناسب، کارایی این ابزارها را کاهش می‌دهد. در مقابل، هنگامی که حمایت نهادی در سطح بالاتری قرار دارد، شبکه‌های اجتماعی به ابزاری مؤثرتر برای بازاریابی، توسعه بازار، برندسازی و ایجاد ارتباطات گسترده‌تر برای زنان کارآفرین تبدیل می‌شوند. بر این اساس، می‌توان گفت که ترکیب حمایت نهادی مناسب و بهره‌گیری راهبردی از شبکه‌های اجتماعی، نقش مهمی در ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان دارد. در این راستا به سیاستگذاران پیشنهاد می شود برنامه‌ها و سیاست‌هایی را طراحی و اجرا کنند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط زنان کارآفرین را تسهیل و تقویت نماید؛ از جمله ارائه دوره‌های آموزشی در حوزه بازاریابی دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوا و برندسازی آنلاین.

- **تاثیر کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان با توجه به نقش تعدیلگر حمایت نهادی**

در بررسی فرضیه تعدیلگر دوم، میزان ضریب مسیر نقش متغیر تعدیلگر برابر ۰.۶۹۲- است. همچنین معناداری بیشتر از ۱.۹۶ برآورد شده. این امر نشان می دهد در صورت بالا بودن میزان حمایت نهادی، تأثیر منفی کمبود

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان تضعیف می‌شود. در واقع حمایت نهادی، اثر منفی کمبود منابع بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان را کاهش می‌دهد. این یافته را نیز می‌توان با اتکا به دیدگاه نهادی و نظریه مبتنی بر منابع تبیین کرد. دیدگاه نهادی تأکید می‌کند که ساختارهای نهادی (قوانین، سیاست‌ها، زیرساخت‌ها) چگونه رفتار کارآفرینان را هدایت می‌کنند. در محیط‌هایی که حمایت نهادی بالاست (مانند دسترسی به وام‌های کم‌بهره، برنامه‌های آموزشی هدفمند، شبکه‌های حمایتی)، زنان کارآفرین می‌توانند از موانع ساختاری (مانند تبعیض جنسیتی، محدودیت زمانی) عبور کنند و از فرصت‌های بازار بهره ببرند. بنابراین، حمایت نهادی نه‌تنها اثرات منفی کمبود منابع را تعدیل می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک منبع استراتژیک برای مقابله با چالش‌های محیطی عمل کند. همچنین، از منظر نظریه مبتنی بر منابع، هرچند کمبود منابع مالی، انسانی و اطلاعاتی به‌طور مستقیم می‌تواند توان رقابتی و عملکرد کسب‌وکار را تضعیف کند، اما حمایت نهادی این امکان را فراهم می‌سازد که بنگاه‌ها از منابع جایگزین، تسهیلات بیرونی و ظرفیت‌های حمایتی برای کاهش آثار منفی این کمبودها بهره‌مند شوند. در واقع، زمانی که سطح حمایت نهادی بالا باشد، زنان کارآفرین می‌توانند از طریق دسترسی بیشتر به آموزش، اعتبارات، مشاوره‌های تخصصی، شبکه‌های حمایتی و زیرساخت‌های مناسب، بخشی از کمبود منابع خود را جبران کرده و از شدت اثر منفی این کمبودها بر عملکرد کسب‌وکار بکاهند. به بیان دیگر، حمایت نهادی در این رابطه نقش تعدیل‌گر ایفا می‌کند و مانع از آن می‌شود که کمبود منابع به‌طور کامل به افت عملکرد منجر شود. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که تقویت حمایت‌های نهادی، به‌ویژه در حوزه تأمین مالی، توانمندسازی مدیریتی و توسعه زیرساخت‌های حمایتی، نقش مهمی در حفظ و ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان در شرایط محدودیت منابع دارد. در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که حمایت نهادی نه‌تنها به‌عنوان یک عامل مستقل در بهبود عملکرد کسب‌وکارهای زنان عمل می‌کند، بلکه می‌تواند تأثیرات مخرب کمبود منابع را خنثی یا کاهش دهد. بنابراین، سیاست‌گذاران و نهادهای حمایتی باید با توجه به این یافته، اقداماتی را در جهت تقویت حمایت‌های نهادی انجام دهند تا زنان کارآفرین بتوانند در شرایط محدودیت منابع نیز به رقابت و توسعه کسب‌وکار خود ادامه دهند.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده به بررسی ابعاد و متغیرهای مکمل در مدل مورد مطالعه بپردازند تا درک جامع‌تری از عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای متعلق به زنان حاصل شود. نخست، توصیه می‌شود نقش متغیرهای میانجی مانند نوآوری، توانمندی دیجیتال، سرمایه اجتماعی و

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

جهت‌گیری کارآفرینانه در رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد کسب‌وکار مورد بررسی قرار گیرد. این متغیرها می‌توانند سازوکارهای درونی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی را روشن‌تر سازند. دوم، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی نقش سایر متغیرهای تعدیل‌گر مانند فرهنگ سازمانی، سطح تحصیلات کارآفرین، تجربه مدیریتی، نوع صنعت و شدت رقابت بازار را در مدل وارد کنند تا مشخص شود در چه شرایطی اثر شبکه‌های اجتماعی یا کمبود منابع تقویت یا تضعیف می‌شود. سوم، با توجه به اینکه این پژوهش در شهر تهران انجام شده است، انجام مطالعات مشابه در سایر شهرها یا مناطق کشور و حتی در سطح بین‌المللی می‌تواند به مقایسه نتایج و افزایش قابلیت تعمیم یافته‌ها کمک کند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهشگران از روش‌های نمونه‌گیری تصادفی و حجم نمونه بزرگ‌تر برای افزایش دقت و تعمیم‌پذیری نتایج استفاده کنند. در نهایت، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی اثرات بلندمدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر پایداری و رشد کسب‌وکارهای متعلق به زنان بپردازند و مدل‌های طولی را برای تحلیل تغییرات عملکرد در گذر زمان به کار گیرند.

منابع

راستگو، سوگند و کیخای فرزانه، مصطفی (۱۴۰۴). تاثیر عوامل اجتماعی کارآفرینی زنان بر توسعه اقتصادی در کشورهای خاورمیانه، چهاردهمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی، تهران.

زریری، محمدرضا و یارمرادی، آرمان (۱۴۰۴). تاثیر روانی حمایت های قانونی از زنان بر نحوه عملکرد آن ها در محیط کار، *فصلنامه پژوهش های مدیریت در جهان اسلام*، ۷(۲۳).

طالبی، کامبیز و آچاک، فریبا (۱۴۰۴). واکاوی عوامل تاثیرگذار بر تشخیص فرصت- های کارآفرینی: مطالعه محدودیت های جنسیتی در میان زنان کارآفرین، *مجله پژوهش های کارآفرینی*، ۴(۴).

موسوی، فاطمه سادات و حیدرپور، ماشاالله و کفایی فر، محمدعلی (۱۴۰۴). بررسی وضعیت اصلاح نظام حمایت از حقوق زنان در کشورهای عربی خلیج فارس در عصر جهانی شدن حقوق بشر بین المللی، *فصلنامه پژوهش های اخلاقی*، ۱۶(۳).

Abdelwahed, N. A. A., Soomro, B. A., Shah, N., & Saraih, U. N. (2023). Effect of institutional support and entrepreneurial knowledge on women's entrepreneurial self-efficacy and venture performance in a developing country. *International Journal of Innovation Science, 15*(5), 776–798. https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2021-0218

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

Adomako, S., & Ahsan, M. (2022). Entrepreneurial passion and SMEs' performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research, 144*, 122–135.

Audretsch, D. B., Belitski, M., & Guerrero, M. (2023). Sustainable orientation management and institutional quality: Looking into European entrepreneurial innovation ecosystems. *Technovation, 124*, Article 102742. https://doi.org/10.1016/ j.technovation.2023.102742

Jiang, H., Luo, Y., Xia, J., Hitt, M., & Shen, J. (2023). Resource dependence theory in international business: Progress and prospects. *Global Strategy Journal, 13*(1), 3–57. https://doi.org/10.1002/gsj.1467

Lippman, S. A., & Rumelt, R. P. (2003). A bargaining perspective on resource advantage. *Strategic Management Journal, 24*(11), 1069–1086

Nasution, M. D. T. P., Rini, E. S., Absah, Y., & Sembiring, B. K. F. (2022). Social network ties, proactive entrepreneurial behavior and successful retail business: a study on Indonesia small enterprises. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 24* (1), 141–160. https://doi.org/10.1108/JRME-07-2020-0095

Ordenana, ˜ X., Vera-Gilces, P., Zambrano-Vera, J., & Jim´enez, A. (2024). The effect of high-growth and innovative entrepreneurship on economic growth. *Journal of Business Research*, 171, Article 114243. https://doi.org/10.1016/j. jbusres.2023.114243

Ramya, U., Pushpa, A., & Ghosh, N. (2024). Women entrepreneurship–a way towards sustainability. In *The framework for resilient industry: A holistic approach for developing economies* (pp. 281–299). Emerald Publishing Limited

Shao, K., & Wang, X. (2023). Do government subsidies promote enterprise innovation?——evidence from Chinese listed companies. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), Article 100436.

Varadarajan, R. (2023). Resource advantage theory, resource based theory, and theory of multimarket competition: Does multimarket rivalry restrain firms from leveraging resource advantages? *Journal of Business Research, 160*, Article 113713. https://doi. org/10.1016/j.jbusres.2023.113713

Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal.*. https://doi.org/10.1007/ s11365-019-00570-z

Xu, S., Wu, X., He, J., Zhu, R., Morrison, A. M., & Xie, C. (2024). Turning entrepreneurial networks into business model innovation for start-ups. *Management Decision, 62*(4), 1395–1423. https://doi.org/10.1108/MD-04-2023-0558

Yang, J., & Yu, M. (2022). The influence of institutional support on the innovation performance of new ventures: the mediating mechanism of entrepreneurial orientation. *Sustainability, 14*(4), 2212.

Yu, X., & Wang, X. (2021). The effects of entrepreneurial bricolage and alternative resources on new venture capabilities: evidence from China. *Journal of Business Research, 137*, 527–537

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

The Impact of Social Media and Resource Scarcity on the Performance of Women-Owned Businesses: Considering the Moderating Role of Institutional Support

Hamid Okati[1*]

1 Department of Management, Zab.C, Islamic Azad University, Zabol, Iran (Corresponding Author)

*Corresponding author email address: hamidokati@iau.ac.ir

Abstract

The present study aimed to investigate the impact of social media and resource scarcity on the performance of women-owned businesses, considering the moderating role of institutional support. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of nature and methodology. The statistical population included all women entrepreneurs and owners of women-owned businesses in Tehran, operating in various economic sectors. Given the requirements of the Structural Equation Modeling (SEM) based on PLS, 232 business owners were selected as the study sample using a non-probability convenience sampling method. The primary data collection instrument was a standard questionnaire, which was designed and localized based on previous literature. Data were collected via both in-person and online distribution. The validity of the instrument was assessed through content and face validity, while reliability was confirmed using Cronbach's alpha and composite reliability coefficients. Both descriptive and inferential statistics were employed for data analysis. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to describe demographic characteristics. In the inferential section, Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was utilized via SmartPLS software to test the hypotheses and examine the relationships between variables. The results indicated that social media has a positive impact on the performance of women-owned businesses. Furthermore, the negative impact of resource scarcity on the performance of these businesses was confirmed. Finally, the findings demonstrated that institutional support plays a moderating role in this model.

Keywords: Social Media, Resource Scarcity, Business Performance, Institutional Support

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]