

نقش تعدیل‌گری جنسیت در رابطه سرمایه کارآفرینانه

و تشخیص فرصت

معصومه احمدی

کارشناس ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

*زهرا آراستی

دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

چکیده

تشریح چگونگی کشف و توسعه فرصت‌ها و شناخت عوامل مؤثر بر آن در موفقیت کارآفرین تأثیر بسیار دارد و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه یکی از موضوعات اصلی در تحقیقات کارآفرینی است. یکی از عوامل بسیار تأثیرگذار در فرآیند تشخیص فرصت، سرمایه‌های کارآفرینانه هستند که شامل سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی است. هدف این تحقیق بررسی نقش تعدیل‌گری جنسیت در رابطه سرمایه کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با استفاده از روش تحقیق توصیفی پیمایشی است. صنعت گردشگری به دلیل پتانسیل و فرصت‌های کارآفرینانه‌ای که در این صنعت وجود دارد به عنوان زمینه تحقیق انتخاب شده است. برای انتخاب نمونه آماری از میان ۲۱۰ عضو انجمن صنفی گردشگری افرادی انتخاب شدند که تجربه مدیریت یا ایجاد کسب و کار داشتند (۱۱۰ نفر). با توجه به تعداد کم نمونه‌ها از نمونه در دسترس استفاده شد و پرسش‌نامه تحقیق برای ۱۱۰ نفر ارسال شد. تحلیل داده‌های حاصل از ۸۲ پرسش‌نامه جمع‌آوری شده با نرم افزار پی ال اس نشان داد که متغیر جنسیت نقش تعدیل‌گری در رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی با تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد. در حالی که نقش تعدیل‌گری در رابطه سرمایه اقتصادی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه ندارد. این نتایج می‌تواند به سیاستگذاران در توسعه کارآفرینی زنان در صنعت گردشگری کمک کند.

*نویسنده مسئول arasti@ut.ac.ir

تاریخ ارسال: ۱۳۹۶/۱۰/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۹/۲۶

DOI: 10.22051/jwsp.2019.18894.1648

واژگان کلیدی

کارآفرینی، جنسیت، تشخیص فرصت، سرمایه کارآفرینانه

مقدمه:

کارآفرینی نقش موثری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند (آلینا^۱، ۲۰۱۱). در این میان شناخت و تشخیص فرصت یکی از موضوعات اساسی و مهم در فرآیند و تحقیقات کارآفرینی است (گاگلیو و کتز^۲، ۲۰۰۱). از نظر پژوهشگران پرسش اساسی در ارتباط با فرصت‌های کارآفرینانه عبارت است از اینکه "چرا و چگونه و چه زمانی برخی از افراد و نه دیگران فرصت‌ها را کشف و از آنها بهره برداری می‌کنند؟" (شین و ونکاتارامن^۳، ۲۰۰۰). آنچنان که در پژوهش‌های کارآفرینی اشاره شده است، تشریح چگونگی کشف و توسعه فرصت‌ها و شناخت عوامل مؤثر بر آن در موفقیت کارآفرین تأثیر بسیار دارد (هاکواتورا^۴ و همکاران ۲۰۱۰). در پژوهش‌های مختلف محققان به این نتیجه رسیده‌اند که برخی از سرمایه‌های کارآفرینان، رابطه مثبتی با کشف فرصت‌های کارآفرینانه دارد (فیرکین^۵، ۲۰۰۱؛ گونزالز و رودریگز^۶، ۲۰۱۱؛ داهالان^۷ و همکاران ۲۰۱۳؛ دتین و چندلر^۸، ۲۰۰۷). این در حالی است که مطالعات پیشین نشان داده‌اند که سرمایه‌های کارآفرینانه با توجه به جنسیت متفاوت اند (شاو^۹ و همکاران، ۲۰۰۹). مردان و زنان هر یک روش‌های اندیشه و پس‌زمینه‌های ذهنی متفاوتی برای شناسایی فرصت‌ها دارند و این روش‌ها

¹ Alina² Gaglio & Katz³ Shane & Venkataraman⁴ Bhagavatula, Elfring, van Tilburg, & van de Bunt⁵ Firkin⁶ Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez⁷ Dahalan⁸ DeTienne & Gaylen Chandler⁹ Shaw



باعث تفاوت در روند درک فرصت می‌شود (دتین و چندلر، ۲۰۰۷). فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در دنیا با رشد بسیاری در این سال‌ها مواجه بوده به طوری که از حدود ۲۱ درصد کل کسب و کارها در سال ۱۹۹۰ به ۳۶/۵ درصد در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته‌است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱، ۲۰۱۵) ولی با وجود رشد تعداد کسب و کارهای زنان، این کسب و کارها رشد داخلی اندکی داشته‌اند و همچنین سرمایه‌گذاری‌های اندکی در این حوزه انجام شده‌است (اش^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). در مقایسه کارآفرینی زنان با مردان، گزارش مرکز جهانی کارآفرینی^۳ (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که همانند سال‌های قبل، مردان نسبت به زنان تمایل بیشتری به فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. بیشترین میزان کارآفرینی زنان مربوط به منطقه آمریکای لاتین و کارائیب است (۱۶،۷٪) و بعد از آن آمریکای شمالی (۱۲،۸٪). منطقه اروپا کمترین میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا را دارد (۶،۱٪). در پنج کشور قزاقستان (۱۱،۳٪ در مقابل ۱۱،۴٪)، قطر (۷،۴٪ در مقابل ۷،۴٪)، ویتنام (۲۴،۸٪ در مقابل ۲۱،۷٪)، اکوادور (۳۰،۶٪ در مقابل ۲۸،۷٪) و برزیل (۲۰،۷٪ در مقابل ۱۹،۹٪) نرخ کارآفرینی زنان مساوی یا بالاتر از نرخ کارآفرینی مردان گزارش شده‌است. در ایران، نرخ کارآفرینی زنان با ۱۵ درصد کاهش از ۱۰،۵٪ در سال ۲۰۱۴ به ۸،۹٪ در سال ۲۰۱۶ رسیده‌است و رتبه ۳۱ را در میان ۵۴ کشور دارد. این در حالی است که قصد کارآفرینی در میان زنان رشد ۸۴ درصدی داشته و از ۲۲،۵٪ در سال ۲۰۱۴ به ۴۱،۵٪ در سال ۲۰۱۶ رسیده‌است. ولی همچنان شکاف جنسیتی ۰،۷٪ زنان نسبت به مردان در قصد کارآفرینی وجود دارد.

از سوی دیگر، امروزه صنعت گردشگری یکی از صنایع با پتانسیل زیاد در کشف و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در ایران و سایر کشورها است. به طوری که کشوری مانند ترکیه، بخش عظیمی از منابع درآمدی خود را از همین طریق بدست آورده‌است. در کشور ما نیز

¹ OECD

² Ashe

³ GEM

فرصت‌های این بخش بسیار جذاب و دست نخورده است که کشف این فرصت‌ها می‌تواند منجر به کسب منافع بسیار زیادی هم در اشتغال داخلی و هم در افزایش درآمد ملی شود (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱). باید توجه داشت بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری را سرآغازی برای کارآفرینی می‌دانند و همین مسئله یکی از مهم‌ترین نکات مثبت مقوله گردشگری در روند توسعه کشورها به شمار می‌آید. این در حالی است که بر اساس آخرین گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱، ایران از نظر شاخص الگوی سفر و توریسم در جایگاه ۹۳ در دنیا قرار دارد.

هدف این تحقیق بررسی تاثیر جنسیت بر رابطه سرمایه‌های کارآفرینانه و تشخیص فرصت است. علی‌رغم اینکه مبحث تشخیص فرصت و سرمایه‌های کارآفرینی مورد توجه محققان حوزه‌های مختلف قرار گرفته است، اما مطالعات کمی در خصوص تاثیر جنسیت به عنوان متغیر تعدیلگر بر ارتباط همزمان این متغیرها صورت گرفته است که اهمیت و ضرورت پرداختن به تحقیق حاضر را بیش از پیش نشان می‌دهد. لذا سوال اصلی تحقیق این است که: آیا جنسیت رابطه سرمایه‌های کارآفرینانه و تشخیص فرصت را تعدیل می‌کند؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بر اساس دیدگاه منبع محور در شرکت‌ها، مالکان کسب و کار، منابع مالی و غیر مالی در دسترس را به عنوان سرمایه‌های شرکت شناسایی و مورد توجه قرار می‌دهند. در تئوری سرمایه، درک مفهوم سرمایه کارآفرینانه (با توضیح انواع منابع مالی و غیر مالی) برای استقرار، ادامه حیات و پایداری و رشد کسب و کارها امری لازم و ضروری است. مفهوم سرمایه کارآفرینانه پیشنهاد می‌کند علاوه بر سرمایه‌های مالی در فرآیند کارآفرینی، سرمایه‌های دیگری نیز همانند شبکه، ارتباطات فرد و سرمایه‌های انسانی در تصرف کارآفرین، عملکرد کسب و کار را تحت تاثیر قرار می‌دهند (شاو و همکاران، ۲۰۰۹). از زمانی که محققان کارآفرینی، سرمایه‌های غیر مالی را تعریف کردند در

¹ World Tourism Organisation



تحقیقات مشترک به این نتیجه رسیده‌اند که غیر از سرمایه اقتصادی، عموماً کارآفرینان دارای سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و سمبولیک هستند (شاو و همکاران، ۲۰۰۹). همانطور که فیرکین (۲۰۰۱) مطرح می‌کند، چهار نوع سرمایه شامل: سرمایه اقتصادی^۱، سرمایه اجتماعی^۲، سرمایه انسانی^۳ و سرمایه فرهنگی^۴ در مباحث کارآفرینی تأثیرگذارند و سرمایه‌های کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شوند. پژوهش‌های بوردیو^۵ (۱۹۷۷) اثرات زیادی بر تجزیه و تحلیل‌های فمینیستی در تاثیر جنسیت بر سرمایه‌های کارآفرینانه داشته‌است. پیشنهاد او این بود که موقعیت‌های فردی شکل گرفته در ساختار اجتماعی با مقدار و نوع سرمایه‌های هر فرد سنجیده می‌شود و به ارزش‌گذاری انجام شده روی سرمایه فردی توسط دیگران ارتباط دارد. زمانی این ارزش‌گذاری بر سرمایه‌ها مورد توجه و مطلوب است که بحث در مورد جنسیت و سرمایه‌های کارآفرینی باشد (شاو و همکاران، ۲۰۰۹؛ نقل از بوردیو ۲۰۱۱). بوردیو در سال ۱۹۷۷ استدلال کرد که ساختارهای اجتماعی فرضیه‌های ناگفته جامعه را درباره تفاوت‌های جنسیتی منعکس می‌کند. به طور مثال ایجاد نگرش‌های دو قطبی در میان زنان و مردان که شامل "مردان قدرتمند" و "زنان ضعیف" می‌شود، در نهایت به نفع مردان و به ضرر زنان جامعه تمام می‌شود. او اشاره می‌کند که ساختارهای اجتماعی فرصت‌های شغلی بهتری برای مردان ایجاد می‌کنند که منجر به بدست آوردن سرمایه اقتصادی بیشتری می‌شود، در حالی که زنان در بخش‌های شلوغ و کم درآمد بازار و به صورت پاره وقت استخدام می‌شوند. استدلال‌های بوردیو به سه نتیجه مهم و اثرگذار در رابطه جنسیت و سرمایه کارآفرینی می‌رسد: اول اینکه زنان و مردان کارآفرین ممکن است دارای اشکال و مقدار سرمایه‌های متفاوتی از یکدیگر باشند. دوم اینکه حتی اگر سرمایه‌های کارآفرینان زن و مرد دارای

¹ Economic capital

² Social capital

³ Human capital

⁴ Cultural capital

⁵ Bourdieu

نوع و طرح مشابهی باشد، ارزش‌های آنها ممکن است با یکدیگر متفاوت باشد و سوم اینکه این تفاوت‌ها در تجربه کسب و کار شخصی و ایجاد فرصت‌های کسب و کار میان زنان و مردان تاثیرگذار است.

فرصت عبارت است از شانس تامین نیاز از بازار با ترکیب خلاق منابع برای ایجاد ارزش بیشتر. فرصت در واقع نیازی از بازار است که یا دقیق تعریف نشده یا منابع و توانایی‌هایی است که به طور بهینه از آنها استفاده نمی‌شود (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱). کشف یک ایده جهت خلق کسب و کارهای جدید (اوزجان و بارون^۱، ۲۰۰۷) و یا توانایی شناسایی ایده خوب و تبدیل آن به مفهوم تجاری که موجب ایجاد ارزش و بازده اقتصادی می‌شود (لامپکین و لیختنشتین^۲، ۲۰۰۲) را تشخیص فرصت تعریف می‌کنند. تشخیص فرصت قلب کارآفرینی است و بر اساس استعاره پنجره فرصت‌ها، سازمان‌ها در دوره‌ی زمانی کشف فرصت تا ورود به بازارهای جدید با مدیریت فرصت سر و کار دارند (الیاسی، رکنی و طیبی، ۱۳۹۰). شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در فضای کسب و کار حین انجام فعالیت‌های روزمره مهم‌ترین قابلیت یک کارآفرین موفق و اساسی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی است.

مردان و زنان هر یک روش‌های اندیشه و پس زمینه ذهنی متفاوتی از یکدیگر برای شناسایی فرصت‌ها دارند، این روش‌ها باعث تفاوت در روند شناسایی فرصت نیز می‌شود. تحقیقات اندکی بر روی تفاوت‌های جنسیتی موثر بر تشخیص فرصت صورت گرفته‌است (دتین و چندلر، ۲۰۰۷) برخی مطالعات نشان می‌دهند تفاوت‌های جنسیتی در جستجوی منابع برای فرصت‌های کسب و کار وجود دارد. نتایج تحقیقات دتین و چندلر (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که به طور مثال زنان معمولاً در صنعت بهداشت و درمان بیشتر به شناسایی فرصت‌ها می‌پردازند و به طور کلی مردان علاقه بیشتری نسبت به زنان برای جستجوی فرصت‌های کسب و کاری از خود نشان می‌دهند. در پژوهش گونزالز و رودریگز (۲۰۱۱) نشان داده شده‌است که مردان و زنان در

^۱ Ozgen & Baron

^۲ Lumpkin & Lichtenstein



تجربه یادگیری، تفکر و نتیجه‌گیری متفاوت اند که این تفاوت‌ها منجر به تفاوتی اساسی در فرآیند تشخیص فرصت می‌شود. برخی محققان هم اشاره کرده‌اند که به دلیل تفاوت در سرمایه انسانی، باید آموزش‌های خاصی در روند شناسایی فرصت برای هر گروه به افراد داده‌شود (دتین و چندلر، ۲۰۰).

همانطور که فیرکین (۲۰۰۱) مطرح می‌کند، چهار نوع سرمایه شامل: سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه انسانی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تاثیرگذارند و سرمایه‌های کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شوند.

بارون^۱ (۲۰۰۶) با بیان سه عامل مهم فرآیند تشخیص فرصت را خلاصه می‌کند: (۱) هوشیاری نسبت به فرصت (۲) درگیری در یک جستجوی فعال برای فرصت‌ها (۳) دانش تخصصی پیشین نسبت به بازار و یا فرصت‌ها. به باور لانگ و مک مولان^۲ (۱۹۸۴)، فرآیند تشخیص فرصت تا اندازه‌ای تحت کنترل کارآفرین است. آنها بیان می‌کنند که به منظور تشخیص توان بالقوه یک فرصت میزان قابل ملاحظه‌ای آمادگی لازم است و این آمادگی است که باعث می‌شود فقط افراد خاصی فرصت را تشخیص دهند. مطابق مدل آنها ترکیب عوامل غیر قابل کنترل (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و شخصیت) و عوامل کنترل شده (هوشیاری، انتخاب شغل، مطالعه، کسب و کار چند شغلی و سبک زندگی) بر توان یک کارآفرین بالقوه برای تشخیص فرصت تاثیر می‌گذارد. با توجه به مفاهیمی که در فرآیند کارآفرینی در تحقیقات مختلف صورت گرفته‌است، عموماً اولین مبحث مورد توجه در این فرآیند، سرمایه‌های مالی و اقتصادی افراد بوده که تاثیر در روند کارآفرین شدن داشته است. در حالی که مفهوم سرمایه کارآفرینانه پیشنهاد می‌کند علاوه بر سرمایه‌های مالی در فرآیند کارآفرینی، سرمایه‌های دیگری نیز در تصرف کارآفرین اند که عملکرد کسب و کار را تحت تاثیر قرار می‌دهند (شاو و همکاران، ۲۰۰۹).

¹ Baron

² Long & McMullan

یکی از عوامل مؤثر در تشخیص فرصت، سرمایه اجتماعی است که شامل شبکه‌های اجتماعی می‌شود و در حقیقت این شبکه‌ها، کارآفرین را با منابع و فرصت‌های بیشتری روبرو می‌کند و دایره انتخاب او را گسترده‌تر می‌سازد. آلدریچ و زیمر به بررسی اثرگذاری روابط اجتماعی در تشخیص فرصت پرداختند و به این نتیجه رسیدند که گوناگونی روابط بین افراد، تشخیص فرصت را آسان‌تر می‌کند. (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱)، موسکاردو^۱ و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که تحرک کارآفرینی در توسعه گردشگری تحت تاثیر هر سه بعد سرمایه اجتماعی قرار دارد.

همچنین، گونزالز و رودریگز (۲۰۱۱) در پژوهش خود نشان دادند که افراد با سرمایه‌های اجتماعی زیادتر، فرصت‌های بیشتری را کشف می‌کنند و همین طور میزان تشخیص فرصت‌ها و سرمایه‌ها در میان مردان بیشتر از زنان است. پژوهش‌های رنزولی^۲ (۲۰۰۰) نشان داده است که قدرت سرمایه اجتماعی بالا می‌تواند تاثیر چشمگیری بر ورود زنان به دنیای کسب و کار داشته باشد. در مقاله شاو و همکاران (۲۰۰۹) نیز نشان داده شده که جنسیت در میزان سرمایه‌های کارآفرینانه افراد از جمله سرمایه اجتماعی تاثیرگذار است؛ لذا فرضیه اول تحقیق به صورت زیر طرح می‌شود:

۱- جنسیت رابطه سرمایه اجتماعی و تشخیص فرصت را تعدیل می‌کند.

سرمایه انسانی از دو بعد اصلی دانش و مهارت تشکیل شده است که در کسب و کار، دانش شامل دانش فنی و دانش کارآفرینی است (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱). سرمایه انسانی به واسطه دانش و مهارت افراد بر تشخیص فرصت توسط آنها تاثیر می‌گذارد. (هاکواتورا و همکاران ۲۰۱۰). سرمایه انسانی، علاوه بر این که به طور مستقیم بر تشخیص فرصت تاثیرگذار است، به طور غیر مستقیم و با تاثیر بر سرمایه اجتماعی نیز در تشخیص فرصت موثر است (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱).

¹ Moscardo

² Renzulli



سرمایه انسانی توانایی کارآفرینان را برای کشف و بهره‌برداری از فرصت افزایش می‌دهد، به کارآفرینان کمک می‌کند تا سایر منابع مفید از قبیل سرمایه‌های فیزیکی و مالی را راحت‌تر کسب کنند و دانش و مهارت جدید به دست آورند (آنگر^۱ و همکاران، ۲۰۱۱).

یافته‌های تحقیق دتین و چندلر (۲۰۰۷) نشان داد که مردان و زنان هر یک دارای سرمایه انسانی (از نوع عمومی و خاص) مختص خود هستند، هر یک از روند شناسایی فرصت متفاوتی نسبت به هم بهره‌می‌برند و در نهایت هر یک، از سرمایه‌های انسانی مختلف برای شناسایی فرصت استفاده می‌کنند. آش و همکاران (۲۰۱۱) بر این باورند که سرمایه‌های انسانی خاص و عام بر روی شناسایی فرصت‌های کسب و کار تاثیر مثبتی دارد. در حالی که نتایج آنها نشان داد که تفاوت در جنسیت بر تعداد فرصت‌های شناسایی شده یا نوآوری در تشخیص فرصت اثرگذار نیست.

نظریه فمینیست اجتماعی مطرح می‌کند که اگرچه زن و مرد دارای سرمایه انسانی یکسانی هستند، اما به دلیل تفاوت در دیدگاه‌ها، فرصت‌های متفاوتی را شناسایی می‌کنند (اش و همکاران، ۲۰۱۱). در تئوری فمینیست اجتماعی مطرح شده‌است که مرد و زن در تجربه آموزش متفاوت از یکدیگر هستند و راه‌های تفکر و استدلال موثر و متفاوتی نسبت به یکدیگر دارند (گونزالز و رودریگز، ۲۰۱۱). زنان نسبت به مردان دارای تحصیلات بالاتری هستند، نسبت به تغییر یا سرمایه‌گذاری‌های متنوع تمایل نشان می‌دهند، بیشتر از مردان نگران زمانبندی بین کار و زندگی هستند. کارآفرینان زن در مقایسه با کارآفرینان مرد، انواع متفاوتی از سرمایه‌های اجتماعی را در مراحل مختلف به کار می‌گیرند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۰). تحقیقات رومی^۲ (۲۰۱۳) نشان می‌دهد که زنان با سرمایه انسانی زیادتر، تمایل بیشتری برای شناسایی فرصت‌های کسب و کار، تولید ایده و خلاقیت بیشتر برای معرفی محصول یا خدمت جدید دارند که همین امر باعث می‌شود مسیر رشد را بهتر طی کنند.

¹ Unger

² Roomi

معیارهای کارآفرینی تئوری سرمایه‌ها را می‌سنجد، اما همچنان این موضوع در مراحل اولیه خود قرار دارد و شواهد قطعی در تاثیر جنسیت بر سرمایه‌های کارآفرینی وجود ندارد و تحقیقات مختلف تاکنون نتایج متفاوتی از یکدیگر نشان داده‌اند. برای مثال دیویدسون^۱ و همکاران (۲۰۰۳) نشان داده‌اند که صاحبان کسب و کار زن و مرد سطوح مشابهی از سرمایه انسانی دارند. در مقابل مطالعات دیگر نشان از تفاوت‌های جنسیتی در سرمایه‌های انسانی به‌خصوص در سطح تحصیلات و تجربه افراد دارد (دیتین و چندلر، ۲۰۰۷). در مقاله شاو و همکاران (۲۰۰۹) بیان شده که جنسیت در میزان سرمایه‌های کارآفرینانه افراد از جمله سرمایه انسانی تاثیر مثبت و معناداری دارد؛ لذا فرضیه دوم تحقیق به صورت زیر است:

۲- جنسیت رابطه سرمایه انسانی و تشخیص فرصت را تعدیل می‌کند.

در رابطه با سرمایه اقتصادی، کارآفرینی و جنسیت تحقیقات متعددی وجود دارد. در برخی مطالعات اشاره شده‌است که زنان برای راه اندازی کسب و کار بسیار کمتر از هم‌تایان مرد خود سرمایه‌گذاری کرده‌اند (زنان معمولاً یک سوم سرمایه‌ای که مردان برای راه‌اندازی استفاده می‌کنند را در کسب و کار خود سرمایه‌گذاری کرده‌اند) (شاو و همکاران، ۲۰۰۹) که دلایلی چون: کلیشه‌های جنسیتی و تبعیض (گوپتا^۲، ۲۰۱۳)، کمبود دارائی‌های شخصی زنان و سابقه اعتباری برای دریافت تسهیلات (ریدینگ^۳ و همکاران، ۱۹۹۰)، عدم توانایی زنان به منظور نفوذ در شبکه‌های مالی و رسمی (اولم^۴ و همکاران، ۱۹۹۸) برای این سرمایه‌گذاری کمتر ذکر شده‌است. شاو و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که ارتباطی درونی میان سرمایه‌های کارآفرینانه (اجتماعی - اقتصادی - انسانی - سمبولیک) وجود دارد و این ارتباط بر عملکرد شرکت‌ها تاثیرگذار است. همچنین دیتین و چندلر

¹ Davidson

² Gupta

³ Riding

⁴ Olm



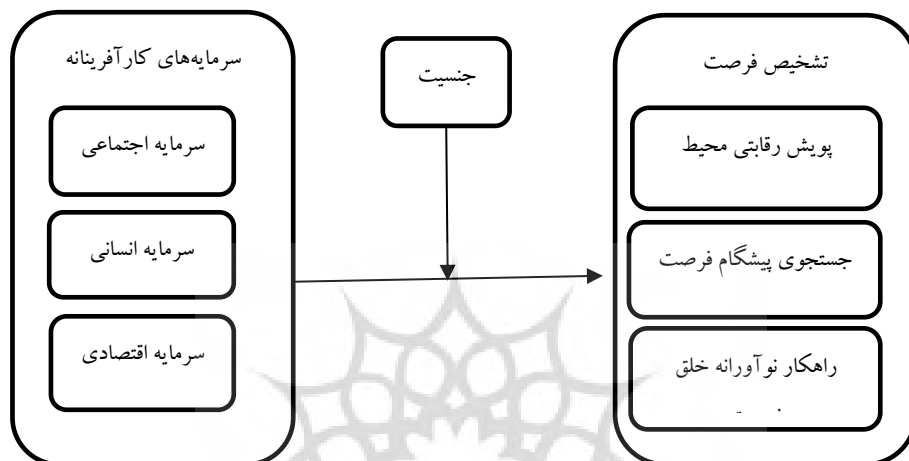
(۲۰۰۷) به تفاوت‌های جنسیتی در دسترسی به سرمایه‌های مالی اشاره کرده‌اند. لذا فرضیه سوم به صورت زیر است:

۳- جنسیت رابطه سرمایه اقتصادی و تشخیص فرصت در کسب و کارهای گردشگری را تعدیل می‌کند.

چارچوب مفهومی تحقیق

در مرور مبانی نظری و پیشینه تحقیق در زمینه تشخیص فرصت، سرمایه‌های کارآفرینانه و عوامل مؤثر بر آنها مشاهده شد که در تحقیقات گذشته اغلب به یک بعد از عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت کارآفرینی پرداخته شده است و در این تحقیقات محققان پیشین دیدگاه جامعی نسبت به سرمایه کارآفرینانه نداشته‌اند و همین‌طور متغیر جنسیت و تأثیر آن بر سرمایه‌های کارآفرینانه و تشخیص فرصت موضوعی است که به تازگی مورد توجه برخی از پژوهشگران قرار گرفته و از دیدگاه‌های محدودی به این موضوع پرداخته شده است. مدل مفهومی این تحقیق بر اساس تلفیقی از مدل سرمایه کارآفرینانه (فیرکین، ۲۰۰۱) و مدل ارتباط سرمایه‌های اجتماعی و انسانی با تشخیص فرصت (گونزالز و رودریگز، ۲۰۱۱) و همچنین مدل عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت (لانگ و مک مولان، ۱۹۸۴) است. در این پژوهش، با توجه به مدل فیرکین (۲۰۰۱) سرمایه‌های کارآفرینانه، متغیر مستقل است و سه نوع سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی و سرمایه انسانی را شامل می‌شود. همچنین براساس تحقیق پوهاکا^۱ (۲۰۰۹) تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، متغیر وابسته است و مولفه‌های پویای رقابتی محیط، جستجوی پیشگام فرصت و راهکار نوآورانه خلق فرصت را در برمی‌گیرد. متغیر جنسیت نیز، متغیر تعدیل‌گر است.

شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق



روش‌شناسی تحقیق

روش این تحقیق بر اساس نحوه گردآوری داده‌های تحقیق توصیفی، کمی و از نوع مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش کارآفرینان حوزه گردشگری - به دلیل پتانسیل بالای این حوزه در ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه- هستند؛ لذا افرادی که تجربه ایجاد یا مدیریت کسب و کار در حوزه گردشگری را داشتند از بانک اطلاعاتی انجمن صنفی گردشگری تهران انتخاب شدند. این بانک اطلاعاتی تنها منبع قابل دسترس برای شناسایی نمونه‌های تحقیق بود. تعداد اعضای انجمن صنفی گردشگری تهران در زمان انجام تحقیق برابر با ۲۱۰ نفر بود که فقط ۱۱۰ نفر از اعضا شرط دارا بودن تجربه ایجاد یا مدیریت کسب و کار را داشتند. به دلیل تعداد محدود نمونه، از نمونه در دسترس استفاده و پرسش‌نامه تحقیق برای ۱۱۰ نفر ارسال شد. پرسش‌نامه پژوهش در ۳ بخش تدوین شد. بخش اول با ۵ سؤال در خصوص وضعیت جمعیت‌شناسی نمونه‌ها، بخش دوم با ۲۳ سؤال در خصوص سنجش میزان تشخیص فرصت‌های



کارآفرینانه مبتنی بر پرسش‌نامه پوهاکا (۲۰۰۹) و بخش سوم با ۴۳ سؤال در خصوص سنجش سرمایه‌های کارآفرینانه مبتنی بر پرسش‌نامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی (پرسش‌نامه سپلتن^۱، ۲۰۰۹) سرمایه اقتصادی شاول^۲ و همکاران (۲۰۰۹) و سرمایه انسانی شنکل^۳ و همکاران (۲۰۰۹) تدوین شد.

برای ارزیابی پایایی^۴ گویه‌های پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ^۵ و شاخص پایایی ترکیبی^۶ استفاده شد. برای ارزیابی روایی^۷ پرسش‌نامه نیز دو معیار روایی همگرا^۸ و روایی واگرا^۹ کار گرفته شد که گزارش آن در جدول ۲ آمده است.

برای تحلیل فرضیه‌های این پژوهش از آزمون میانگین و مدل‌یابی معادلات ساختاری به منظور اندازه‌گیری تاثیر همه‌جانبه سازه‌ها برهم با روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. شایان ذکر است نرم افزارهایی که از مدل‌سازی معادلات ساختاری بر پایه روش آماری حداقل مربعات جزئی استفاده می‌کنند نسبت به وجود شرایطی همچون نرمال نبودن داده‌ها و کوچک بودن نمونه سازگار هستند (هانلین و کاپلان^{۱۰}، ۲۰۰۴). در این تحقیق، به علت کوچک بودن نمونه (کمتر از ۲۰۰ نفر) از مدل‌سازی برپایه روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار پی ال اس^{۱۱} استفاده شده است.

¹ Sappleton

² Shaw

³ Schenkel

⁴ Reliability

⁵ Cronbach Alpha

⁶ Composite Reliability (CR)

⁷ Validity

⁸ Convergent Validity

⁹ Average Variance Extracted (AVE)

¹⁰ Haenlein and Kaplan

¹¹ PLS

یافته‌ها

تحلیل ۸۲ پرسش‌نامه دریافت شده نشان می‌دهد که ۵۹/۳ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۴۰/۷ از آنها زن بوده‌اند. میانگین سنی پاسخ دهندگان مرد ۳۸ و میانگین سنی پاسخ دهندگان زن ۳۳ سال است. در میان مردان پاسخ دهنده ۱۲ درصد دیپلم، ۷۳ درصد دارای مدرک لیسانس، ۱۰ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۵ درصد دارای تحصیلات در سطح دکتری و در میان زنان پاسخ دهنده ۶۸ درصد مدرک لیسانس، ۲۷ درصد مدرک فوق لیسانس و ۵ درصد دارای تحصیلات در سطح دکتری هستند.

در قسمت آمار استنباطی ابتدا بر اساس تحلیل عاملی تاییدی و بار عاملی گویه‌ها، سؤالات ۴۶، ۵۶، ۵۷ و ۶۴ پرسش‌نامه به دلیل اینکه بار عاملی آنها کمتر از ۰/۴ بود، حذف شدند. همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، بررسی نشان می‌دهد مقدار ضریب آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ هر هشت سازه بیشتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۷ است؛ بنابراین سازه‌های مطالعه به گونه‌ای مطلوب پایایی دارند. همچنین بررسی روایی که میانگین واریانس استخراج شده را بیان می‌کند، نشان می‌دهد تمامی سازه‌ها مقدار بالاتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۵ دارند (فورنل^۳ و همکاران، ۱۹۸۱)؛ بنابراین سازه‌های این مطالعه به گونه‌ای مطلوب، روایی همگرا دارند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ Cronbach

² Nunnally

³ Fornell & Larcke



جدول ۱. محاسبه آلفای کرونیباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده

GOF	R2	پایایی ترکیبی	آلفای کرونیباخ	سازه‌های پژوهش
۰/۵۷۱	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۸۹	پوش رقابتی فرصت
	۰/۹۱	۰/۹۵	۰/۹۵	جستجوی پیشگام فرصت
	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۸۲	خلق راه حل نوآورانه
	۰/۵۵	۰/۸۶	۰/۸۱	سرمایه انسانی
	۰/۳۲	۰/۸۳	۰/۷۶	سرمایه اقتصادی
	۰/۷۰	۰/۹۰	۰/۸۹	سرمایه اجتماعی
--		۰/۹۵	۰/۹۶	تشخیص فرصت
۰/۳۷		۰/۷۸	۰/۹۰	سرمایه کارآفرینانه

با توجه به مقدار آلفای کرونیباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷۰ در مورد سازه‌های اصلی پژوهش پایایی سازه‌های پژوهش مورد تأیید است. شاخص R^2 نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشانه برازش بهتر مدل است. همچنین برای ارزیابی برازش مدل کلی از شاخص GOF استفاده شده‌است که مقدار ۰/۵۷۱ نشان از برازش بسیار مناسب مدل دارد. همچنین برای بررسی روایی واگرا از معیار فورنل لارکر استفاده شده‌است. اطلاعات جدول ۲ بیانگر آن است که مدل از روایی واگرای مناسبی برخوردار است.

جدول ۲. ماتریس بررسی روایی واگرایی سازه‌های تحقیق

متغیر	تشخیص فرصت	تشخیص انسانی	سرمايه اقتصادی	سرمايه اجتماعی
تشخیص فرصت	۰/۷۳			
سرمايه انسانی	۰/۶۳	۰/۶۴		
سرمايه اقتصادی	۰/۲۳	۰/۱۹	۰/۷۰	
سرمايه اجتماعی	۰/۴۴	۰/۳۷	۰/۲۴	۰/۶۴

در ادامه توصیف متغیرهای تحقیق در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. توصیف متغیرهای تحقیق

متغیر	ابعاد و شاخص	میانگین	انحراف معیار
تشخیص فرصت	پویش رقابتی جستجوی پیشگام خلق راه حل نوآورانه	۲/۱۷	۰/۷۵
سرمايه کارآفرینانه	سرمايه انسانی	۲/۰۶	۰/۵۵
	سرمايه اقتصادی	۲/۸۴	۰/۷۵
	سرمايه اجتماعی	۲/۳۹	۰/۵۶

در نهایت پس از اطمینان از برازش مناسب مدل، با توجه به یافته‌های تحقیق، سوال‌های تحقیق در جدول ۴ بررسی شده‌اند.



جدول ۴. بررسی فرضیه های تحقیق

فرضیه	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه آزمون
جنسیت رابطه سرمایه اجتماعی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه را تعدیل می‌کند.	زن ۰/۱۴۳ مرد ۰/۶۸۸	۳/۳۲	پذیرش فرضیه
جنسیت رابطه سرمایه انسانی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه را تعدیل می‌کند.	زن ۰/۶۵۸ مرد ۰/۳۰۶	۲/۱۴	پذیرش فرضیه
جنسیت رابطه سرمایه اقتصادی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه را تعدیل می‌کند.	زن ۰/۱۴۰ مرد ۰/۱۶۱	۰/۱۲۸	رد فرضیه

با توجه به نتایج بدست آمده متغیر جنسیت در رابطه سرمایه اجتماعی و تشخیص فرصت تأثیری گذارد، ولی شدت اثر آن در این رابطه در حد متوسط است. با توجه به اینکه ضریب معناداری مسیر برای مردان برابر با ۰/۶۸۸ و برای زنان برابر با ۰/۱۴۳ است؛ در نتیجه، در مردان تأثیر سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت بیشتر از زنان است. بدین معنا که مردان از سرمایه‌های اجتماعی خود بیشتر از زنان برای تشخیص فرصت‌ها استفاده می‌کنند.

متغیر جنسیت در رابطه سرمایه انسانی و تشخیص فرصت نیز تأثیری گذارد و شدت اثر آن در این رابطه در حد متوسط است. با توجه به اینکه ضریب معناداری مسیر برای مردان برابر با ۰/۳۰۶ و در زنان برابر با ۰/۶۵۸ است، در نتیجه در زنان تأثیر سرمایه انسانی بر تشخیص فرصت بیشتر از مردان نشان داده شد.

تأثیر جنسیت بر رابطه سرمایه اقتصادی و تشخیص فرصت در این پژوهش با توجه به ابعاد مورد نظر برای این متغیر، در میان زنان و مردان متفاوت نبود. برای سرمایه اقتصادی دو بعد در نظر گرفته شده است: بعد اول میزان درآمد را در برمی‌گیرد که معرف آن میزان درآمد خانواده به طور کلی است و بعد دوم سرمایه اقتصادی، دارایی‌های مادی و وسایل رفاهی را در برمی‌گیرد این تأثیر

در جامعه آماری این تحقیق و در این حوزه معنادار نبوده است؛ زیرا، ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در حوزه کسب و کارهای گردشگری و میزان درآمد در میان زنان و مردان فعال متفاوت نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر جنسیت بر رابطه سرمایه‌های کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در نمونه آماری کسب و کارهای حوزه گردشگری انجام شد. نتایج نشان دهنده این امر بود که متغیر جنسیت نقش تعدیل‌گری در رابطه سرمایه اجتماعی و تشخیص فرصت دارد. با توجه به اینکه سرمایه‌های اجتماعی از حضور موثر و مشارکت افراد در اجتماع شکل می‌گیرد و مردان در فعالیتهای اجتماعی مشارکت بیشتری دارند، میزان سرمایه‌های آنها با زنان متفاوت و این تفاوت در روند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اثرگذار است. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های آراستی و همکاران (۱۳۹۰) و گونزالز^۱ و رودریگز (۲۰۱۱) همسو است. همچنین نتایج نشان داد متغیر جنسیت نقش تعدیل‌گری در رابطه سرمایه انسانی و فرصت‌های کارآفرینانه دارد. در این پژوهش، سرمایه‌های انسانی افراد با توجه به بعدهای دانش صریح، دانش ضمنی و گرایش به کارآفرینی سنجیده شد. با توجه به آمارهای موجود زنان دارای تحصیلات بالاتری نسبت به مردان هستند، اما مردان تجربه‌های مدیریتی بیشتری نسبت به زنان دارند و می‌توان گفت در این پژوهش زنان از سرمایه‌های انسانی خود (دانش و تجربه) بیشتر از مردان برای تشخیص فرصت‌ها استفاده کرده‌اند. در پژوهش‌های جدیدی که به بررسی تاثیر جنسیت در تشخیص فرصت پرداخته‌اند اشاره شده است که مردان و زنان روش‌های اندیشه و پس زمینه‌های متفاوتی از یکدیگر برای شناسایی فرصت‌ها دارند که یکی از دلایل این تفاوت‌ها می‌تواند ناشی از سرمایه‌های انسانی متفاوت در میان این دو گروه باشد (دتین و چندلر، ۲۰۰۷). با توجه به مطالعات انجام شده و با تایید نتایج پژوهش‌های قبل، میزان تحصیلات، تجربیات، گرایش‌ها و انگیزه‌های

¹ Gonzalez-Alvarez & Solis-Rodriguez



زنان و مردان در اجتماع متفاوت از یکدیگر است و این تفاوت در سرمایه‌های انسانی منجر به تفاوت‌هایی در تشخیص فرصت‌ها، در میان این دو گروه می‌شود. در نهایت، تاثیر جنسیت در رابطه سرمایه اقتصادی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان دهنده این امر است که متغیر جنسیت نقش تعدیل‌گری در این رابطه ندارد. پژوهش‌های پیشین به تاثیر سرمایه‌های مالی در روند کارآفرینی اشاره کرده‌اند، اما در ارتباط با سرمایه‌های اقتصادی و تشخیص فرصت تا کنون مطالعه مستقیمی صورت نگرفته‌است. در اغلب پژوهش‌های پیشین میان سرمایه‌های اقتصادی افراد و کارآفرینی ارتباط منطقی وجود دارد. سرمایه‌های اقتصادی یکی از اساسی‌ترین سرمایه‌های راه اندازی کسب و کار شمرده شده‌است (فیرکین، ۲۰۰۱؛ شاو و همکاران، ۲۰۰۹ و بابایی، ۱۳۸۸). در این میان، سرمایه اقتصادی در میان زنان و مردان در راه اندازی کسب و کار متفاوت ذکر شده‌است که نشان از تاثیر جنسیت در میزان این سرمایه دارد (شاو و همکاران، ۲۰۰۹)، اما نتایج این پژوهش نشان از بی تاثیر بودن جنسیت در این رابطه دارد. با توجه به تناقض موجود در میان نتایج پژوهش‌های پیشین و این پژوهش، نیاز به مطالعات بیشتر در این حوزه است. بر اساس نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌شود:

- با توجه به اینکه زنان در فرآیند شناسایی فرصت‌ها از سرمایه‌های انسانی خود بیشتر از مردان استفاده می‌کنند، برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارتی جهت افزایش سرمایه انسانی زنان را در شناسایی فرصت‌های بهتر توانا تر می‌سازد.
- فرصت دادن به زنان در کسب تجربه‌های مدیریتی نیز می‌تواند سرمایه انسانی زنان را در این حوزه افزایش دهد و در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه تاثیرگذار باشد.
- با توجه به نقش تعدیل‌گری جنسیت در رابطه سرمایه اجتماعی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، توسعه مهارت‌های شبکه‌سازی و تشویق زنان به شبکه سازی و ایجاد ارتباطات بیشتر فیزیکی می‌تواند با تقویت سرمایه اجتماعی زنان به شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کمک کند.

• همچنین با توجه به محدودیت‌های زمانی زنان کارآفرین تقویت شبکه‌های کارآفرینانه زنان به صورت مجازی در حوزه‌های مختلف کسب و کار و به طور خاص در صنعت گردشگری که در این تحقیق مطالعه شد می‌تواند در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در این صنعت به زنان کمک کند.

این تحقیق با مشکلاتی از جمله: آشنا نبودن مؤسسان کسب و کارهای گردشگری با مفاهیم تخصصی، نبود بانک اطلاعاتی جامع و یا عدم استقبال پاسخ دهندگان به تکمیل پرسش‌نامه همراه بوده‌است. همچنین از محدودیت‌های تحقیق می‌توان به همپوشانی سرمایه‌های کارآفرینانه اشاره کرد. از این رو، تحقیقات آتی در راستای نتایج این تحقیق در زمینه‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

- با توجه به تناقض موجود در میان پژوهش‌های پیشین و این پژوهش در نتایج بررسی تاثیر جنسیت بر رابطه منابع مادی و سرمایه‌های اقتصادی و روند تشخیص فرصت پیشنهاد می‌شود مطالعات بیشتر در این حوزه انجام شود. همچنین مطالعات مشابهی در حوزه‌ها و استان‌های دیگر با فرهنگ‌ها و شرایط اقتصادی متفاوت زنان پیشنهاد می‌شود.
- با توجه به محدودیت مهم تحقیق مبنی بر همپوشانی سرمایه‌های کارآفرینانه با یکدیگر، پیشنهاد می‌شود شاخص‌ها و ابعاد کامل هر یک از سرمایه‌ها به تنهایی شناسایی و تاثیر آنها بر تشخیص فرصت مورد بررسی واقع شود.



منابع

- آراستی، زهرا؛ ژوان، ناهید؛ قلی‌پور، آرین (۱۳۹۰). سطح سرمایه اجتماعی کارآفرینان در حوزه‌های کاری زنانه و مردانه. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۷ (۱): ۱۷-۳۵.
- محمدی الیاسی، قنبر؛ رکنی، ندا؛ طیبی، سید کامیل (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۴ (۱): ۷-۲۶.
- یدالهی فارسی، جهانگیر؛ رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۱). نقش سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال. *نشریه پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۴: ۱۰۳-۱۱۶.
- Alina, B. (2011). Start-up financing sources: does gender matter? Some evidence for eu and romania. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 207-213 .
- Arasti Z., Nahid J., Gholipour A. (2010). Social Capital of Entrepreneurs in Male and Female Dominated Job Sectors, *Journal of entrepreneurship development*, 7(1): 17-35. (Text in Persian)
- Ashe, F., Treanor, L., de los Dolores González, M., & Husted, B. W. (2011). *Gender, human capital, and opportunity identification in Mexico. International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(3): 236-253. doi: doi:10.1108/17566261111169322
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *The Academy of Management Perspectives*, 20(1): 104-119.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A., & Van De Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3): 245-260.
- Bourdieu, P. (2011). The forms of capital.(1986). *Cultural theory: An anthology*, 1, 81-93.
- Dahalan, N., Jaafar, M., & Rosdi, S. A. M. (2013). Local community readiness in entrepreneurship: do gender differ in searching business opportunity. *Procedia-social and behavioral sciences*, 91, 403-410.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3): 365-386.
- Firkin, P. (2001). *Entrepreneurial capital: A resource-based conceptualisation of the entrepreneurial process: Labour Market Dynamics Research Programme*. Massey University.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1): 39-50.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Journal of small business economics*, 16(2): 95-111.
- GEM Global entrepreneurship monitor. (2018). *global report 2017-2018*. global entrepreneurship research association.
- Gonzalez-Alvarez, N., & Solis-Rodriguez, V. (2011). Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 111(5): 755-775.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., & Pareek, A. (2013). Differences between men and women in opportunity evaluation as a function of gender stereotypes and stereotype activation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 771-788.
- Gupta, V. K., Goktan, A. B., & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29 (2): 273-288.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). *A beginner's guide to PLS analysis*. *Understanding Statistics*, 3(4): 283-297. doi:10.1207/s15328031us0304_4.
- Long, W. A., & McMullan, W. E. (1984). *Mapping the new venture opportunity identification process*. University of Calgary, Faculty of Management.
- Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity-recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4): 451-472.
- Mohammadi Elyasi Gh., Rokni, N. and Tayebi, S.K. (2010). The role of social networks in identifying entrepreneurship opportunities. *Journal of entrepreneurship development*, 4(1): 7-26. (Text in Persian)
- Moscardo, G., Kononov, E., Murphy, L., McGehee, N. G., & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4): 286-295.
- OECD. (2015). *Entrepreneurship at a Glance 2015*: OECD Publishing.
- Olm, K. W., Eddy, G. G., & Adaniya, A. R. (1988). *Selecting franchisee prospects*. *Society of Franchising Proceedings II*. San Francisco: Society of Franchising.
- Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of business venturing*, 22(2): 174-192.
- Puhakka, V. (2009). Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research*, 2(1): 3.



- Renzulli, L. A., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes. *Social forces*, 79(2): 523-546.
- Riding, A. L., & Swift, C. S. (1990). Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience. *Journal of business venturing*, 5(5): 327-340.
- Roomi M.A. (2013) *Entrepreneurial Capital, Social Values and Islamic Traditions: Exploring the Growth of Women-owned Enterprises in Pakistan*, *International Small Business Journal*, 31(2): 175-191
- Sapleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3): 192-218.
- Schenkel, M. T., Hechavarría, D. M., & Matthews, C. H. (2009). The role of human and social capital and technology in nascent ventures. In *New firm creation in the United States* (pp. 157-183). Springer, New York, NY.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1): 217-226.
- Shaw, E., Marlow, S., Lam, W., & Carter, S. (2009). Gender and entrepreneurial capital: implications for firm performance. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1): 25-41.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of business venturing*, 26(3): 341-358.
- World Tourism Organization (2018), UNWTO Annual Report 2017, UNWTO, Madrid, DOI:<https://doi.org/10.18111/9789284419807>
- Yadolahi Farsi J., Razavi S.M. (2011). The Role of Human and Social Capital in Youth Entrepreneurship in Korbal Rural Areas. *Human geography research*, 44(1): 103-116 (Text in Persian)



The Moderating Role of Gender in the Relationship between Entrepreneurial Capital and Opportunity Recognition

Masoomeh Ahmadi¹
Zahra Arasti*²

Abstract

Knowledge about opportunity recognition and development is very important in an entrepreneur's success. Opportunity recognition is one of the main issues in entrepreneurship research. One of the most important factors influencing the process of opportunity recognition is the entrepreneurial capital, including economic capital, social capital and human capital. The aim of this paper is to analyze the moderating role of gender in the relation between entrepreneurial capital and opportunity recognition by using a descriptive survey research method. The tourism industry is chosen as the research context due to the potential entrepreneurial opportunities in this sector. The research sample was selected from 210 members of tourism association with experience in business management or business creation (110 people). Due to the small number of samples, data was gathered from all 110 people by questionnaire. Data analysis on 82 questionnaires by PLS software showed that gender has the moderating role in the relation between social capital and opportunity recognition. Furthermore, gender has moderating role in the relation between human capital and opportunity recognition, however, it has no effect on the relation between

¹ Masters in Entrepreneurship, University of Tehran

* Corresponding Author: arasti@ut.ac.ir

² Associate Professor of Entrepreneurship, University of Tehran

Submit Date: 2018/7/27

Accept Date: 2019/1/16

(DOI): 10.22051/jwsp.s.2019.18894.1648



economic capital and opportunity recognition. The findings of this study could assist policymakers in promoting women's entrepreneurship development in tourism business sector.

Keywords

entrepreneurship, gender, opportunity recognition, entrepreneurial capital



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی