

چکیده

نقش کارآفرینی در اقتصاد ملی و جهانی، تولید ثروت و ایجاد اشتغال به تدریج نه تنها اقتصاددانان بلکه صاحب‌نظران سایر رشته‌ها از جمله روانشناسان، جامعه‌شناسان و حتی تاریخ‌دانان، از زوایای مختلف موضوع را مورد بررسی قرار داده‌اند. کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است. در این راستا هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر بازارگرایی، سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی مالی بر تمایل به کارآفرینی با توجه به نقش تعدیل‌گر ابعاد قابلیت‌های سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدکننده الیاف، منسوجات و البسه در استان گیلان) است. روش پژوهش همبستگی و جامعه آماری تحقیق شرکت‌های تولیدی فعال در حوزه نساجی استان گیلان می‌باشد. با توجه به این که در این تحقیق شرکت‌های تولیدی به عنوان جامعه آماری هستند، لذا سطح تجزیه و تحلیل سازمانی است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع سرشماری است. در هر شرکت به طور متوسط بین سه تا پنج پرسشنامه توزیع گردید و میانگین جواب پاسخ دهندگان به عنوان مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است پرسشنامه‌ها در بین مدیران ارشد شرکت‌ها توزیع شده است. تعداد نمونه مورد مطالعه شامل ۴۲ شرکت است. پس از جمع‌آوری داده‌ها به وسیله پرسشنامه‌های استاندارد، جهت ارزیابی روابط بین متغیرها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق نرم‌افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه‌های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت بازارگرایی، سرمایه‌ی انسانی، و سرمایه‌ی مالی بر تمایل به کارآفرینی دارد. بُعد سازمانی دهی تاثیر بازارگرایی بر تمایل به کارآفرینی را تعدیل می‌کند. به علاوه مشاهده گردید که بُعد دانش-محوری تاثیر سرمایه‌ی انسانی بر تمایل به کارآفرینی را تعدیل می‌کند و در نهایت بُعد مقررات تاثیر سرمایه‌ی مالی بر تمایل به کارآفرینی را تعدیل می‌کند.

واژگان کلیدی: تمایل به کارآفرینی، بازارگرایی، سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی مالی، ابعاد قابلیت‌های سازمانی.