

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش انجام تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی می باشد. زیرا علاوه بر توصیف وضع موجود به بررسی روابط هریک از متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون حداقل مربعات جزئی می پردازد به علاوه از این جهت که نتایج مورد انتظار آن را می توان در شرکت های صنایع غذایی استان گیلان به کار برد از نوع کاربردی می باشد. جامعه آماری این تحقیق همه شرکت های صنایع غذایی شهرستان رشت می باشد که تعداد کل آن ها ۴۰ شرکت می باشد که به عنوان جامعه آماری این تحقیق در نظر گرفته شده است. با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری، کل جامعه آماری به عنوان حجم نمونه انتخاب شده است و از روش نمونه گیری تمام شماری استفاده شده است. در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ی استاندارد جوگرنام (۲۰۱۷) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق از نرم افزار spss و PLS بهره گرفته شده است تا از این طریق ارتباط علی بین معیارهای مدل مشخص شده و راهکارهای صحیح و مناسب را تدوین نمود. نتایج بیانگر این است که مزیت موضعی بر عملکرد شرکت های صنایع غذایی شهرستان رشت تاثیر دارد.

کلمات کلیدی: عملکرد شرکت، مزیت موضعی، سرمایه انسانی، بازارگرایی، تمایل به کارآفرینی