

تاثیر رفتار کارآفرینانه بر رقابت پذیری کسب و کارهای کوچک گردشگری (مورد مطالعه: شهر شیراز)

علیرضا رجبی پور میبیدی^۱، الهه حسینی^۲، علی عبدی جمایران^۳، زهرا امیری^۴

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه یزد، *Rajabipoor@Yazd.ac.ir*

۲- دانشجوی دکتری منابع انسانی دانشگاه یزد، *elahee.hosseini@gmail.com*

۳- دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی، *a.abdi6769@ut.ac.ir*

۴- کارشناسی ارشد کارآفرینی سازمانی دانشگاه تهران، *zrozgol@yahoo.com*

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تاثیر رفتار کارآفرینانه بر رقابت پذیری کسب و کارهای کوچک گردشگری در شهر شیراز پرداخته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده ها پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۶۰ نفر از مدیران کسب و کارهای کوچک گردشگری با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۱۳ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته می باشد که پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۰۹ تایید شد برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش حاضر در سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از ۲ نرم افزار SPSS و PLS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بهره برداری از فرصت بر رقابت پذیری بنگاه تاثیر مثبت و معنادار دارد.

واژگان کلیدی: رفتار کارآفرینانه، مزیت رقابتی، کسب و کار کوچک

۱- مقدمه

رفتار کارآفرینانه یک سازه کلیدی در درک چگونگی ایجاد سازمان جدید توسط کارآفرینان است. رفتار کارآفرینانه را به عنوان یک سازه قابل مشاهده و متفاوت از سایر مفاهیم مرتبط در نظر گرفته شده است. در مرور و بررسی ادبیات مربوط به این مفهوم، مشاهده شده است که مفهوم رفتار کارآفرینانه ضعیف تعریف شده است و اغلب فاقد اعتبار است. (Bird et al. 2012). علاقه مندان به پژوهش در خصوص رفتار کارآفرینانه بر بهره برداری از فرصت و ایجاد، توسعه و رشد اولیه یک کسب و کار جدید متمرکز شده اند. تمرکز بر این سازه، از لحاظ نظری بر اقدامات قابل مشاهده افراد در راه اندازی یا مراحل اولیه ایجاد کسب و کار است. این رفتارها پیامدهای بلافاصله از ویژگی ها، دانش، مهارت ها، توانایی ها، شناخت (به عنوان مثال ادراکات، تفکرات، مدل های ذهنی)، انگیزه ها، احساسات است. رفتار نیز دلیل بلافاصله فرد محور از پیامدهای ایجاد کسب و کار مخاطره ای است (مانند وجود، فروش، محصولات، بقا و رشد). اهداف اساسی پژوهش بر رفتار کارآفرینانه به منظور توضیح، پیش بینی و کنترل (شکل دهی و تغییر) رفتار در سطح فردی و تیمی است (Bird et al. 2012).

بنابراین با توجه به اینکه کارآفرینی سازمانی به عنوان راه حل بهبود رقابت پذیری بنگاه ها در دنیای امروز معرفی شده است (Covin & Miles, 1999; kuratko & hodgetts, 2004; Anu, 2007). و کارآفرینی سازمانی شامل پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمانی می شود که پیشتر تأسیس شده است. کارآفرینی سازمانی به این معنی است که سازمان ها می توانند نوآوری های مفید را با تشویق کارکنان برای فکر کردن، توسعه دهند و به آنها برای تعقیب برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری