

چکیده

کسب و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت رقابتی و متغیر امروزی یکی از دغدغه های مدیران شرکت های اقتصادی است. شرکت های تولیدی با سرمایه گذاری در بخش تحقیق و توسعه، همواره نگران به کارگیری نوآوری های حاصل از این تحقیقات و تأثیر آنها بر موقعیت شرکت ها در بازار هستند. به عبارت دیگر، توازن میان اکتشاف نوآوری و به کارگیری آن (دوستوانی نوآوری) و تأثیر آن بر مزیت رقابتی، پرسش بسیاری از مدیران این گونه شرکت ها است. آنچه در بین بسیاری از تحقیقات مرتبط با رابطه "دوستوانی نوآوری"، و عملکرد سازمان مغفول مانده، نقش مؤلفه های بازارگرایی در این معادله است که این تحقیق در پی پر کردن این شکاف است. این تحقیق با بررسی تأثیر سبک بازارگرایی (بازارگرایی فعال و بازارگرایی انفعالی) بر قابلیت دوستوانی نوآوری (اکتشاف نوآوری و به کارگیری نوآوری) و تأثیر این قابلیت بر عملکرد سازمان های تولیدی شهرک صنعتی شهر رشت (۱۵۵ شرکت)، مشخص می کند که بازارگرایی بر دوستوانی نوآوری مؤثر بوده، دوستوانی نوآوری بر عملکرد سازمان تأثیر داشته و همچنین بازارگرایی بر عملکرد سازمان مؤثرند.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، عملکرد سازمان، دوستوانی نوآوری، بازارگرایی فعال، بازارگرایی انفعالی