

## چکیده

هدف اصلی این تحقیق توصیفی- پیمایشی، تأثیر گرایش به بازارگرایی بر عملکرد کسب و کار از طریق گرایش به یادگیری و نوآوری در آزمایشگاه‌های تشخیص طبی استان گیلان می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق تمامی پزشکان و کارشناسان ارشد آزمایشگاه‌های استان گیلان ( $N=357$ ) بود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۳۶ نفر به‌عنوان نمونه تعیین شد که این تعداد با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه‌ای شامل پنج بخش بود. بخش اول ویژگی‌های فردی و بخش دوم بازارگرایی، بخش سوم گرایش به یادگیری، بخش چهارم نوآوری و نهایتاً بخش پنجم عملکرد را مورد بررسی قرار می‌داد. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از نظر کارشناسان استفاده شد و پایایی آن نیز بر اساس آلفای کرونباخ  $0/978$  محاسبه گردید که حاکی از پایایی ابزار اندازه‌گیری می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS<sup>19</sup> و Lisrel<sup>8.8</sup> در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفت. یافته‌ها نشان داد که بازارگرایی و گرایش به یادگیری بر نوآوری تأثیرگذار است. همچنین نوآوری نقش میانجی بر تأثیر بازارگرایی بر عملکرد کسب و کار دارد.

**کلمات کلیدی:** بازارگرایی، گرایش به یادگیری، نوآوری و عملکرد کسب و کار