

# بررسی تأثیر بازارگرایی بر عملکرد سازمان با میانجی گری دوسوتوانی نوآوری

صفورا شعبانی مژدهی\*، صفورا شعبانی مژدهی،

1394-11-27

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. توازن میان بازارگرایی و به کارگیری آن (بازارگرایی انفعالی و فعال) و تأثیر آن بر عملکرد سازمان، پرسش بسیاری از مدیران این گونه شرکت هاست. آنچه در بین بسیاری از تحقیقات مرتبط با رابطه "بازارگرایی"، و عملکرد سازمان مغفول مانده، نقش مؤلفه های دوسوتوانی نوآوری در این معادله است که این تحقیق در پی پر کردن این شکاف است. در این تحقیق با استفاده از یک مدل تحقیقاتی، تأثیر بازارگرایی بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی دوسوتوانی نوآوری، با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) و الگوریتم حداقل مربعات جزئی مورد بررسی قرار گرفته است. ابزار مورد استفاده به منظور گردآوری اطلاعات، پرسش نامه می باشد که توسط مدیران ارشد 79 شرکت های تولیدی شهرک صنعتی رشت تکمیل شده است. روایی پرسش نامه از طریق مبانی نظری و نظر خبرگان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان دادند که بازارگرایی بر دوسوتوانی نوآوری تأثیر مثبت دارد و همچنین دوسوتوانی نوآوری بر عملکرد تأثیر مثبتی دارد. اما نقش مستقیم بازارگرایی بر عملکرد سازمانی مورد تأیید قرار نگرفت اما نقش دوسوتوانی نوآوری به عنوان متغیر میانجی تأثیر مثبتی بر رابطه بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی دارد.

کلمات کلیدی : عملکرد سازمان، بازارگرایی فعال، بازارگرایی انفعالی، اکتشاف نوآوری، بهره برداری نوآوری