

تأثیر توسعه محصولات جدید بر عملکرد پایدار از طریق نقش چابکی استراتژیک و ظرفیت جذب (مطالعه موردی: شرکت آماده لذیذ)

فروغ خیرخواه^{۱*}

سیدحامد وارث^۲

مرتضی موسی خانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۴/۲۰

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر توسعه محصولات جدید بر عملکرد پایدار از طریق نقش چابکی استراتژیک و ظرفیت جذب در شرکت آماده لذیذ پرداخته است. روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی و پیمایشی میباشد. همچنین جامعه آماری در پژوهش حاضر، کلیه مدیران شرکت آماده لذیذ می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۵ نفر تعیین گردید و روش نمونه گیری پژوهش حاضر تصادفی ساده می باشد. داده های تحقیق با روش کتابخانه ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده است. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰.۸۷۷ و روایی ابزار با روش محتوایی مورد تأیید قرار گرفته اند. اطلاعات تحقیق به کمک نرم افزار SMART PLS و با استفاده از آزمونهای آماری، توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که توسعه محصولات جدید بر عملکرد پایدار و ظرفیت جذب تأثیر مثبت داشته است. همچنین نتایج نشان داد ظرفیت جذب بر عملکرد پایدار تأثیر معناداری دارد. بعلاوه چابکی استراتژیک تأثیر توسعه محصولات جدید بر عملکرد پایدار را به طور معناداری تعدیل میکند. از طرفی، توسعه محصولات جدید از طریق چابکی استراتژیک بر عملکرد پایدار تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی

توسعه محصولات جدید، عملکرد پایدار، چابکی استراتژیک، ظرفیت جذب، شرکت آماده لذیذ

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ایران. (Foroughkheirkhah@gmail.com)

^۲ دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران. (vares@ut.ac.ir)

^۳ دکتری، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ایران. (mousakhani@srbiau.ac.ir)