تأثیر باز بودن«تکنولوژی ــ سازمان ــ محیط» و تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاتر خدمات گردشگری با نقش تعدیل گری آمادگی منابع دیجیتال

مصطفی ابراهیم پور ازبری[1]، استادیار گروه مدیریت دانشگاه گیلان
سعید پورعسکرپرست، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان
یعقوب ممبینی، دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشگاه تهران

چکیده

هدف: امروزه سازمان‌ها به واسطه فشار رقابتی مربوط به انطباق مکرر و مداوم با یک محیط جهانی پیچیده، پویا و بسیار مرتبط به هم دست به اقدام‌های مختلفی می‌زنند. در این میان، همکاری و تولید مشترک خدمات یک روش رایج در میان سازمان‌های امروزی است؛ لذا بسیاری از سازمان های خدماتی، فرآیندهای ایجاد ارزش خود را از طریق استفاده از انواع گوناگون همکاری، از بسته به باز تبدیل نموده‌اند. در این پژوهش تأثیر باز بودن «تکنولوژی- سازمان – محیط» و تولید مشترک خدمات بر عملکرد با نقش تعدیل گری آمادگی منابع دیجیتال بررسی شده است.

روش‌شناسی: داده‌های پژوهش از دفاتر خدمات گردشگری استان گیلان گردآوری شده است. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بوده که اطلاعات از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده و برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج این پژوهش نشان داد که علاوه بر تأیید تأثیر باز بودن «تکنولوژی- سازمان – محیط»" بر تولید مشترک خدمات، تأثیر آن بر عملکرد شرکت نیز مورد تأیید قرار گرفت. همچنین تأثیر تعدیل‌گری دسترسی/غنای فرآیند بر تولید مشترک خدمات و عملکرد مورد تأیید قرار گرفت و تأثیر تعدیل گری دسترسی/غنای دانش بر تولید مشترک خدمات و عملکرد مورد تأیید قرار نگرفته است.

کلیدواژه‌ها: "تکنولوژی-سازمان-محیط"، تولید مشترک خدمات، عملکرد دفاتر خدمات گردشگری، آمادگی منابع دیجیتال.

۱. نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول: m.ebrahimpour@guilan.ac.ir

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

مقدمه

امروزه سازمان‌ها و صنایع مرتبط با گردشگری به‌طور فزاینده‌ای با فشار رقابتی مربوط به انطباق مکرر و مداوم با یک محیط جهانی پیچیده، پویا و بسیار مرتبط با هم مواجه می‌شوند. آنچه امروزه سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری را برای غلبه بر پیچیدگی و شتاب چالش‌هایی که در محیط امروزی با آن روبه رو هستند ماندگار می‌سازد نقش همکاری‌های مشترک و تبادل اطلاعات با یکدیگر است. در الگوهای سنتی، سازمان‌ها و صنایع گردشگری اغلب تمایلی به انتقال و تسهیم اطلاعاتی که از آن برخوردار بودند را نداشته و به‌جای این‌که به اطلاعات به‌عنوان یک سرمایه علمی نگاه کنند، آن را به عنوان منبع قدرت، اهرم نفوذ و ضامن استمرار شغل خود می‌پنداشته و تمایلی به تسهیم آن با دیگران نداشتند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۰)؛ اما با گذشت زمان بسیاری از سازمان‌ها فرآیندهای ایجاد ارزش خود را از طریق استفاده از انواع گوناگون همکاری، از بسته به باز تبدیل نموده‌اند (چسبرو[1]، ۲۰۰۳). باز بودن به سطحی اطلاق می‌گردد که در آن سازمان‌ها میزان تبادل و اشتراک گذاری اطلاعات را با شرکای خود بهبود می‌بخشند و هدف از این امر تحلیل جریان کار به‌عنوان ابزاری برای توسعه ایجاد ارزش در سازمان‌ها می‌باشد. تسهیم اطلاعات موجب کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد، بهبود ارائه خدمات به مشتریان، کاهش زمان توسعه محصولات جدید، کاهش زمان تأخیر در تحویل کالاها و خدمات به مشتریان و در نهایت کاهش هزینه مربوط به یافتن و دسترسی به انواع ارزشمند دانش در داخل و بیرون سازمان می‌شود (دیر و نوناکا[2]، ۲۰۰۰؛ علوی و لیدنر[3]، ۲۰۰۱). بسیاری از سازمان‌ها نیز سعی می‌نمایند با کاربست تسهیم اطلاعات از طریق تکنولوژی به کسب مزیتی رقابتی برای سازمان و تحقق عملکردی بالاتر و بهتر نائل گردند (گاپتا و کاپن[4]، ۱۹۹۶؛ لی و یل[5]، ۱۹۹۹؛ پالویا[6]، ۱۹۹۷). باز بودن سازمان باعث می شود که کارکنان نسبت به سازمان و محیط آن از خود بیگانگی کمتری را نشان دهند و این امر سبب بهبود عملکرد در سازمان می‌شود.در این راستا، بسیاری از محققان و پژوهشگران به دنبال پاسخگویی به این سؤال کلیدی هستند که چه چیزی باعث بهبود عملکرد شرکت‌ها و دفاتر خدمات گردشگری می‌گردد. در این زمینه چارچوب‌های متعددی مورده استفاده قرار گرفته است. ازجمله این چارچوب‌ها می‌توان به استفاده از چارچوب «تکنولوژی- سازمان-محیط» (TOE[7]) و تولید خدمات مشترک به کمک شرکاء اشاره نمود. اکثر پژوهش‌های TOE بر کسب و کارهای اینترنتی و اتخاذ تکنولوژی متمرکز بوده‌اند، اما به ندرت به مسائل مربوط به باز بودن پرداخته‌اند. برای پر کردن این فاصله، پژوهش کنونی مفهوم باز بودن را به چارچوب TOE متصل می‌نماید و پیشنهاد می‌دهد که سه زمینه حیاتی تکنولوژیکی (یعنی باز بودن تکنولوژی)، زمینه سازمانی (یعنی باز بودن فرهنگ شرکت)، زمینه محیطی (یعنی، باز بودن نسبت به محیط خارجی) امکان باز بودن را مهیا می‌کند.

1. Chesbrough
2. Dyer & Nonaka
3. Alavi & Leidner
4. Gupta &Capen
5. Li &Yel
6. Palvia
7. Technology – Organization – Environment (TOE)

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

باتوجه به عواملی مانند فناوری‌های در حال ظهور سازمانی، انعطاف پذیری دفاتر خدمات در قبول فناوری‌های جدید، هزینه‌ها و خطرات مرتبط با فناوری‌های جدید، افزایش رقابت میان آژانس‌ها در بازار خدمات و اهمیت رو به رشد سرمایه گذاری برای افزایش توان رقابت، تأمین مالی و عملکرد بهتر از طریق همکاری‌های بین سازمانی، منابع دیجیتال اهمیت بسیاری پیدا نموده‌اند و جریانات دانش برای رقابت امری الزامی شده است؛ اما این جریانات به طور خودکار جامه عمل نمی‌پوشند و آژانس‌ها و شرکت‌های مرتبط با آن باید مهارت‌های خود را برای حرکت به سمت آن‌ها گسترش دهند. بسیاری از پژوهش‌ها در زمینه تولید مشترک بر این تمرکز دارند که چگونه تولید مشترک منجر به دستاوردهایی در بهره وری برای سازمان‌های تأمین کننده می‌شود. با این حال پژوهش‌های اندکی تأثیر تولید مشترک بر عملکرد مالی و غیر مالی شرکت را مورد مطالعه قرار داده‌اند. از این‌رو، هدف زیربنایی این پژوهش تشویق تولید مشترک خدمات به‌منظور ایجاد ارزش‌های مؤثر می‌باشد که در عملکرد مالی و غیر مالی سازمانی انعکاس می‌یابد. باز بودن نقش مهمی در ایجاد فرصت برای عملکرد بهتر سازمان ایفا می‌نمایدکه می‌تواند استراتژی‌ها و تصمیمات باز و مرتبط سازمان را شکل دهد. استان گیلان به‌دلیل برخورداری از طبیعت غنی و میراث فرهنگی و تاریخی از قطب‌های گردشگری ایران به شمار می‌رود؛ لذا این پژوهش اثرات باز بودن TOE بر روی تولید مشترک خدمات را در آژانس‌های گردشگری واقع در استان گیلان بررسی می‌نماید و همچنین مشخص می‌نماید که آیا TOE و تولید مشترک خدمات بر عملکرد تاثیر دارد یا خیر؟ همچنین با–توجه به بررسی‌های صورت گرفته، پژوهشی پیرامون بررسی تأثیر نقش تعدیل گر دسترسی/ غنای دانش و فرآیند بر رابطهٔ میان تولید مشترک خدمات و عملکرد در کشور صورت نگرفته است و از این لحاظ این پژوهش جنبهٔ نوآوری دارد. دفاتر خدمات گردشگری می‌توانند دسترسی و غنای فرآیند دیجیتال را به‌منظور تضمین برآورده شدن نیازهای مختلف و تقویت تلاش‌ها در عملکرد سازمان از طریق خدمات تولید مشترک، مدیریت نمایند.

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

چارچوب «تکنولوژی - سازمان – محیط»

به منظور مطالعه عملکرد مبتنی بر نوآوری، ترناتزکی و فلسچر[1] (۱۹۹۰)، چارچوب "تکنولوژی–سازمان–محیط" را پیشنهاد کرده‌اند، که سه جنبه از حوزه سازمانی که بر عملکرد مبتنی بر نوآوری اثر می‌گذارد را دربر می‌گیرد: بستر محیطی، بستر تکنولوژی و بستر سازمانی. آن‌ها پیشنهاد کرده‌اند که عملکردی که در سطح سازمان رخ می‌دهد، به‌وسیله عوامل مرتبط با این بسترها تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد. بستر تکنولوژی، تکنولوژی‌های داخلی و خارجی که مرتبط با سازمان است، را شرح می‌دهد. در این بستر تمرکز اصلی بر این است که چگونه ویژگی‌های تکنولوژی، می‌تواند در فرآیند عملکرد تأثیر گذار باشد (تورناتزکی و فلسچر، ۱۹۹۰؛ چاو و تام[2]، بستر سازمانی، ویژگی‌های سازمان که باعث توقف یا تحصیل فرآیند عملکرد مناسب می‌شود، را تشریح می‌کند. این مورد با استدلال پورتر (۱۹۹۰)، سازگار است که بیان می‌دارد تصمیمات استراتژیک سازمان در مورد عملکرد،

1. Tornatzky & Fleischer
2. Chau & Tam

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

به ویژگی‌های صنعت یا خدمت، مانند رقابت و تعاملات با تأمین کنندگان و خریداران وابسته است (یون[1]، ۲۰۰۹). تعدادی از مطالعات تجربی که از چارچوب مورد بحث استفاده کرده‌اند در جدول (۱) آورده شده است. این مطالعات، عوامل مهم و تأثیرگذار بر عملکرد را که مرتبط با سه بستر مورد نظر است، مشخص کرده‌اند.

جدول۱. عوامل مهم و تأثیر گذار بر نقش عملکرد با استفاده از چارچوب "تکنولوژی- محیط- سازمان"

	عوامل موجود در چارچوب تکنولوژی – محیط – سازمان	فراوانی	تحقیقات مرتبط
بستر تکنولوژی	مزایای درک شده با مزیت نسبی	۹	(ددریک و ئست، ۲۰۰۴)، (گبیز و کرامر، ۲۰۰۴)، (نلسون و شاو، ۲۰۰۳)، (لرت، انگساتین و وانگپینوواتانا، ۲۰۰۳)، (کوان و چاو، ۲۰۰۱)، (چولس و همکاران، ۲۰۰۱)، (تانگ، ۱۹۹۹)، (فینک، ۱۹۹۸)، (آکووا و همکاران، ۱۹۹۵)، (چاو و تام، ۱۹۹۷)
	سازگاری	۵	(ددریک و وست، ۲۰۰۴)، (نلسون و شاو، ۲۰۰۳)، (لرت، انگساتین و وانگپینوواتانا، ۲۰۰۳)، (تانگ، ۱۹۹۹)، (گراور، ۱۹۹۳)
	پیچیدگی	۲	(تان، ۱۹۹۹)، (گراور، ۱۹۹۳)
	قابلیت امتحان	۱	(ددریک و وست، ۲۰۰۴)
	موانع درک شده	۲	(چاو تام، ۱۹۹۷)، (هوو و همکاران، ۲۰۰۰)
	درک سهولت استفاده	۱	(هوو و همکاران، ۲۰۰۰)
بستر سازمانی	منابع فناوری اطلاعات – دانش و تخصص در زمینه فناوری اطلاعات	۵	(لین و لین، ۲۰۰۸)، (فینک، ۱۹۹۸)، (زو و همکاران، ۲۰۰۳)، (کوآن و چاو، ۲۰۰۱)، (تانگ، ۱۹۹۹)
	وجود بخش فناوری اطلاعات در سازمان	۱	(لرت، انگساتین و انگپینوواتانا، ۲۰۰۳)
	آمادگی مالی (منابع مالی در دسترس)	۴	(چانگ و همکاران، ۲۰۰۸)، (ددریک و وست، ۲۰۰۴)، (گیبز و کرامر، ۲۰۰۴)، (کوآن و چاو، ۲۰۰۱)
	حمایت مدیر ارشد	۳	(نلسون و شاو، ۲۰۰۳)، (لرت، انگساتین و انگپینوواتانا، ۲۰۰۳)، (پرمکومار و رامامورسی، ۱۹۹۵)
	نیازهای داخلی	۲	(پرمکومار و رامامورسی، ۱۹۹۵)، (گروور، ۱۹۹۳)
	جهت گیری فنی پیشین	۲	(پرمکومار و رامامورسی، ۱۹۹۵)، (گروور، ۱۹۹۳)

1. Yoon

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

	هدف سازمان	۱	(زو و همکاران، ۲۰۰۳)
	رضایت از سیستم‌های موجود	۱	(چاو و تام، ۱۹۹۷)
بستر محیطی	فشارهای رقابتی	۶	(لین و لین، ۲۰۰۸)، (زو و همکاران، ۲۰۰۳)، (نلسون و شاو، ۲۰۰۳)، (چولس و همکاران، ۲۰۰۱)، (آکووا و همکاران، ۱۹۹۵)، (پرمکومار و رامامورسی ، ۱۹۹۵)
	شدت رقابت	۳	(لرت، انگساتین و انگپینوواتانا، ۲۰۰۳)، (تانگ، ۱۹۹۹)، (گراور، ۱۹۹۳)
	سیاست‌های دولت	۲	(چانگ و همکاران، ۲۰۰۸)، (کوآن و چاو، ۲۰۰۱)
	عدم اطمینان بازار	۱	(چاو و تام، ۱۹۹۷)
	حامی به عناون شخص ثالث (فروشنده نوآوری)	۳	(چانگ و همکاران، ۲۰۰۸)، (ددریک و وست، ۲۰۰۴)، (فینک، ۱۹۹۸)،
	آمادگی مشتری	۱	(زو و همکاران، ۲۰۰۳)
	سطح مشارکت در انجمن‌های صنفی و حرفه‌ای	۱	(نلسون و شاو، ۲۰۰۳)

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌گردد، اغلب عواملی که در بستر تکنولوژی قرار گرفته‌اند، مشخصه‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات هستند که بر پذیرش تکنولوژی و نقش آن بر عملکرد اثر می‌گذارند. اغلب عواملی که مرتبط با بستر سازمانی هستند، جزء مشخصه‌های داخلی سازمان قرار دارند که بر پذیرش تکنولوژی در سازمان تأثیر گذار هستند. همچنین اکثر عواملی که در بستر محیطی قرار دارند، انواع مختلفی از فشارهای خارجی هستند که به تأثیرات محیط بر سازمان اشاره دارند.

نقش تولید مشترک خدمات با شرکا

هم‌زمان با رقابتی‌تر شدن بازارها، سازمان‌های خدماتی در صدد آن برآمدند تا یکی از انتخاب‌های مشتریان و در ایده‌آل‌ترین شکل اولین انتخاب آنان باشند. مشارکت شرکا در تولید و خلق محصولات و خدمات سازمان‌ها، مفهومی است که از سال ۱۹۵۶ در ادبیات بازاریابی مورد توجه قرار گرفته است و روز به روز توسعه و تکامل پیدا کرده است. تولید مشترک خدمات به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن شرکا در عملکرد فعالیت‌های متعددی در رابطه با فرایند خدمت نقش آفرینی می‌نمایند و این امر تمامی شکل‌های همکاری خدمت را در میان شریک و فراهم کننده خدمت در بر می‌گیرد. مفهومی که از شرکا با عنوان بخشی از داده‌های سازمان برای تولید یاد می‌کند، هم اکنون با مباحثی همچون خلق مشترک ارزش توسط شریک و سازمان درآمیخته و به عنوان راهکار اساسی خلق ارزش برای طرفین مطرح می‌شود. در سازمان‌های خدماتی نسبت به سازمان‌های تولیدی به خصوص به دلیل آنکه خلق و ارائه خدمت همزمان و در حضور شریک صورت می‌پذیرد، مشارکت شرکا در خلق خدمت و ارزش امری ناگزیر می‌باشد. تحقیقات اخیر در مورد مشارکت شرکا در تولید، بر مزایای سهیم شدن

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

شریک در فرآیند تولید و تحویل خدمات متمرکز شده‌اند و در اغلب موارد، فرصت‌های فزاینده‌ی موجود در مشارکت شریک در تولید را به عنوان ابزاری برای کسب مزیت رقابتی مورد تأکید قرار داده‌اند (پراهالاد و راماسوامی[1]، ۲۰۰۴). شرکا دیگر به عنوان تماشاچیانی غیرفعال عمل نمی‌کنند بلکه فعالانه با ارائه کنندگان خدمات، در تولید و ایجاد ارزش‌ها همکاری می‌کنند و از این طریق هرم نیازهای مشتریان بهتر برآورده می‌شود و هم رضایتشان تقویت می‌شود (وارگو و لاچ[2]، ۲۰۰۴). با رشد رقابت، استراتژی‌های شرکت‌ها در صنایع مختلف، از تمرکز بر جذب مشتریان جدید به تقویت وفاداری مشتریان معطوف شده است. دانگ و همکاران[3] (۲۰۰۸)، بیان می‌دارند خدمتی که به‌طور مشترک توسط شرکت و شرکا تولید می‌شود، حتی در صورت ناموفق بودن با تقویت روابط بین این دو، سبب افزایش درک متقابل و ارتقای وفاداری مشتری می‌شود. اوه و همکاران[4] (۲۰۰۷)، مهم‌ترین مزیت مشارکت شرکا در تولید خدمت را افزایش کیفیت خدمات می‌دانند، بدین دلیل که مشارکت در تولید با شرکا موجب افزایش توانایی در کسب اطلاعات و دانش از شرکا می‌گردد و شرکت را قادر می‌سازد تا با محیط‌های پیچیده و پویای امروزی سازگار شوند.

عملکرد شرکت

عملکرد در لغت به معنای حالت یا کیفیت کارکرد است. بنابراین، عملکرد سازمانی یک سازهٔ کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد (رهنورد، ۱۳۸۷). معروف‌ترین تعریف عملکرد توسط نیلی و همکاران (۲۰۰۲) ارائه شده است که عملکرد، فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته می‌باشد. طبق این تعریف، عملکرد به دو جزء تقسیم می‌شود:

۱) کارایی که توصیف‌کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع در تولید خدمات یا محصولات است، یعنی رابطه بین ترکیب واقعی و مطلوب درون‌دادها برای تولید برون‌دادهای معین.

۲) اثربخشی که توصیف کننده درجه‌ی نیل به اهداف سازمانی است.

از طریق مدیریت عملکرد می‌توان یک پیوند استراتژیک بین چشم انداز، مأموریت و اهداف کارکردی، گروهی و فردی در سازمان ایجاد نمود و از طریق ارزیابی و سنجش عملکرد می‌توان به میزان همسویی افراد و سازمان با اهداف مزبور آگاهی یافته و با استفاده از چرخه بهبود و اصلاح عملکرد نسبت به مهارت‌ها، توانایی‌ها و دانش افراد و سازمان اطلاعات مناسبی را کسب نمود. این موضوع زمانی اهمیت می‌یابد که بالا بردن عملکرد سازمانی و درک رابطه آن با باز بودن" تکنولوژی ـ سازمان ـ محیط " و تولید مشترک خدمات مطرح می‌شود؛ ازاین‌رو، برای شناخت رابطه این متغیرهای سازمانی بررسی ارتباط ابعاد عملکرد مالی و غیر مالی مطرح می‌شود.

عملکرد مالی: معیارهای عملکرد مالی، نتایج اقتصادی قابل اندازه‌گیری عملیات از قبل انجام شده را ارزیابی می‌کند. معیارهای عملکرد مالی مشخص می‌کند که آیا استراتژی شرکت اجرا می‌شود و آیا باعث بهبود شرکت

1. Prahalad & Ramaswamy
2. Vargo & Lusch
3. Dong et al
4. Auh et al

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

می‌گردد یا خیر؟ از این رو اهداف مالی معمولاً با قابلیت سوددهی شرکت مرتبط است و اندازه‌گیری می‌شود. به‌عنوان مثال سود عملیاتی، بازده سرمایه، رشد سریع فروش، ایجاد جریان‌های نقدی و ارزش افزوده اقتصادی از معیارهای عملکرد مالی می‌باشند (کاپلان و نورتون[1]، ۱۹۹۳).

عملکرد غیرمالی: اگر چه معیارهای عملکرد مالی مانند سود عملیاتی[2] و بازده سرمایه[3] می‌توانند اثربخشی و کارآیی بخش‌های عملیاتی را ارزیابی کنند؛ اما در عصر اطلاعات بسیاری از فرضیه های اساسی عصر رقابت صنعتی کنار گذاشته شده است. در این عصر شرکت‌ها ـ چه تولیدی و چه خدماتی ـ به توانایی‌های جدید برای موفقیت در رقابت نیاز دارند. توانایی‌های شرکت در بهره‌برداری از دارایی‌های نامشهود[4] بسیار مهم‌تر از مدیریت دارایی‌های مشهود و فیزیکی[5] است (روحی و آذر، ۱۳۸۹)؛ از این رو استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی همانند وفاداری و کیفیت محصول و خدمات، ایمنی محل کار، وفاداری مشتری، رضایت کارکنان و تمایل مشتری برای بهبود یک محصول یا خدمت، در سیستم عملکرد سازمان‌ها، مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. براساس نظر این پژوهشگران، دلیل اصلی استفاده از معیارهای غیر مالی برای ارزیابی عملکرد، تأثیر فراوان معیارهای غیرمالی بر عملکرد مالی شرکت‌ها است (کاپلان و نورتون، ۱۹۹۳). ایتر و لارکر[6] (۲۰۰۸)، معتقد هستند که شرکت‌هایی که از عوامل غیرمالی استفاده می‌کنند و اثر واقعی آن را تأیید می‌کنند دارای بازده بیشتری نسبت به شرکت‌هایی هستند که از این شاخص‌ها استفاده نمی‌کنند.

افزایش غنای دانش و غنای فرآیند به عنوان محرکی برای عملکرد شرکت

غنای دانش به سیستم‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات، تعاملات میان اعضای سازمانی برای پشتیبانی از ادراک سازی، به اشتراک گذاری دیدگاه و ایجاد دانش ضمنی بر می‌گردد. فناوری اطلاعات، ایجاد دانش را با استفاده از پیوندهای محکم و سست گوناگونی میان مدیران، تسهیل می‌کند. فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، ارتباط غنی میان مدیران را امکان پذیر می‌سازد و ساختارهای مشترک تعاملات، ادراک و اعتماد را تسهیل می‌کند. مطالعه جدیدی در مورد یادگیری سازمانی و به اشتراک‌گذاری دانش میان شرکت ها نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات نه تنها یادگیری سطح پایین بین سازمانی را بهبود داده است بلکه مکانیزم هایی را برای یادگیری سطح بالاتر بین سازمانی از طریق اعتماد و همکاری، فراهم کرده است. سیستم‌های فناوری اطلاعات به سنجش عملکرد قابل اطمینان و بدین‌وسیله به افزایش اعتماد و ارتقای همکاری از طریق شبکه‌های الکترونیکی، کمک می‌کند. پیشرفت‌های فناوری اطلاعات کسب و به اشتراک‌گذاری دانش غنی‌تر (مثل دانش ضمنی) و مفهوم اطلاعات را ممکن ساخته است و بدین وسیله این نگرانی‌ها که استفاده از فناوری اطلاعات برای فرآیندهای

1. Kaplan & Norton
2. Operating profits
3. Return-on-capital-employed
4. Intangible assets
5. Physical and Tangible Assets
6. Eater & Larcker

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

دانش، محدود به دانش صریح می باشد را کاهش داده است (سام بامرتی و همکاران[1]، ۲۰۰۳). غنای فرایند دیجیتال، کیفیت اطلاعاتی را توصیف می‌کند که در مورد مبادلات در فرایند، شفافیت آن اطلاعات برای دیگر فرایندها و سیستم‌هایی که به آن متصل هستند و توانایی استفاده از آن اطلاعات برای اصلاح یا مهندسی مجدد فرایند، جمع آوری می شود. غنای فرایند بوسیله وجود تعامل، سفارشی سازی، به روز بودن و ربط در فرآیندها از طریق فناوری‌های مناسب اطلاعاتی از قبیل مدل‌سازی تصمیم و پردازش تحلیلی، ساخته شود. جدول (۲)، راهکارهای دانش دیجیتال را در قالب غنای دانش و فرآیند نشان می‌دهد.

جدول۲. انواع راهکارهای دیجیتال: غنای دانش و غنای فرایند (منبع: سام بامرتی و همکاران، ۲۰۰۳)

نوع راهکار	تعریف	مهمترین فناوری های اطلاعات
غنای دانش	جامعیت و قابلیت دسترسی دانش کد شده در پایگاه دانش شرکت و شبکه هاو سیستمهای متصل بهم برای افزایش تعاملات میان افراد برای انتقال و به اشتراک‌گذاری دانش.	اینترانت ها، پایگاه های داده و مخزن‌های دانش
غنای دانش دیجیتال	سیستمهای تعاملات میان اعضای سازمانی برای پشتیبانی از ادراک سازی، به اشتراک گذاری دیدگاه و ایجاد دانش ضمنی.	فناوریهای پیشرفته دانش، سیستم‌های کنفرانس مجازی، ابزارهای مبتنی بر همکاری برای به اشتراک‌گذاری دانش
غنای فرایند	میزانی که یک شرکت، فرایندهای مشترک، یکپارچه، و متصل مبتنی بر فناوری اطلاعات را بکار می گیرد. دسترسی بالا مرتبط است با فرایندهایی که جریانهای فعالیت و اطلاعات را در سطح واحدهای اداری، واحدهای وظیفه‌ای، مناطق جغرافیایی و شرکای شبکه ارزش (مثل عرضه کنندگان) بهم پیوند می دهند.	برنامه ریزی منابع سازمانی، زنجیره ارزش، مدیریت ارتباط با مشتری
غنای فرایند دیجیتال	کیفیت اطلاعاتی که در مورد مبادلات در فرایندها جمع‌آوری می‌شود، شفافیت آن اطلاعات برای دیگر فرایندها و سیستم‌هایی که با آن لینک هستند، و توانایی استفاده از آن اطلاعات برای مهندسی مجدد فرایند می باشد.	فناوریهای پشتیبانی تصمیم، تحلیلی و پیگیری

1. Sambamurthy et al

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش‌های مرتبط با متغیرها و موضوع پژوهش به‌صورت جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳. خلاصه برخی از پژوهش‌های پیشین

ردیف	عنوان	مسیر و نتایج پژوهش	محقق
۱.	طراحی الگوهای اثربخشی سازمانی با تاکید بر معیارهای فرهنگ سازمانی	در این بررسی پژوهشگران به رابطه معیارهای فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی پرداختند. این پژوهش نشان داد که معیارهای فرهنگ سازمانی تاثیر بیشتری بر الگوهای روابط انسانی و سیستم باز دارند.	اصفهانی و کاظمی، ۱۳۷۶
۲.	شناسایی عوامل مؤثر بر آمادگی پذیرش سیستم برنامه‌ریزی منابع موسسه در چارچوب تکنولوژی- محیط- سازمان و رتبه‌بندی عوامل با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی فازی	پژوهشگران در این پژوهش به شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش سیستم برنامه ریزی منابع موسسه و همچنین تعیین میزان تأثیر هر یک از این عوامل با توجه به ویژگی‌های شهرداری مشهد پرداختند. آن‌ها از چارچوب تکنولوژی- محیط- سازمان و فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده نمودند. نتایج حاصل از این پژوهش بیان گر تأثیر دو بستر سازمانی و نوآوری و عدم تأثیر قابل توجه بستر محیطی بر آمادگی پذیرش سیستم برنامه ریزی منابع موسسه در شهرداری مشهد می‌باشد.	لگزیان و همکاران، ۱۳۹۰
۳.	ارتباط فرآیند نوآوری باز و توانمندی جذب بنگاه‌ها	در این پژوهش به بررسی ارتباط نوآوری باز و توانمندی جذب پرداختند و نقش تکمیلی فناوری‌های داخلی و خارجی در فرآیند نوآوری باز در شرکت های نوآور را بررسی نمودند و نشان دادند که بنگاه ها با استفاده از نیروی انسانی کارآمد و ظرفیت های داخلی خود (منابع فناورانه و سطح دانش بالا و سایر شایستگی‌ها) قادر به ایده گرفتن از محیط خارج، شناسایی فناوری های جدید و نیازهای مشتریان و جذب ایده‌ها و تطبیق آن با نیازها و ارزش‌های سازمان خواهند بود و بدین وسیله در جهت پیاده سازی و تقویت نوآوری باز حرکت می کنند.	جاوید و باقری نژاد، ۱۳۹۱
۴.	سیستم‌های باز در سال ۱۹۹۳	در این بررسی پژوهشگران، باز بودن نوآوری را به عنوان رویکردی برای عملیات بر روی مجموعه ای از رابطهای	مک گاری[1]،

1. McGarry

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

		استاندارد شده در سراسر تمامی پلتفرم‌ها و فروشنده‌ها تعریف کرده است، که انعطاف پذیری زیرسازی IT را تقویت می‌نمایند و به کاربران امکان همکاری با هم را می‌دهد. وی به این نتیجه رسیده است که باز بودن نوآوری به معنای به کارگیری نوآوری‌های سیستم‌های باز می‌باشد که قابلیت سازگاری را در میان کارکردهای داخلی (یا خارجی) توسعه می‌دهد.	۱۹۹۳
۵.	بررسی عوامل موثر در تسریع موفقیت محصول جدید	در این بررسی پژوهشگر نشان داد که عوامل بازاریابی (نیاز مشتری، زمان تولید، سود، سهم بازار، تاثیر اقتصادی بر مشتری و ایجاد ارزش برای مشتری)، تکنولوژی (توفیق تکنولوژی، ارزش تکنولوژی و کاهش هزینه) و عامل تجاری کردن بر عملکرد توسعه محصول جدید تاثیر مثبتی داشته است.	کوپر[1]، ۱۹۹۷
۶.	آینده شرکت‌های شبکه ای	پژوهشگران در این بررسی به این نتیجه رسیدند که با کاهش شدید در هزینه‌های ارتباطی و توسعه ناشی از آن در استانداردهای باز، سازمان‌ها به طور فزاینده ای از نوآوری‌های باز برای تسهیل همکاری با شرکای خود استفاده می‌نمایند.	هاکی و لیگتون[2]، ۲۰۰۱
۷.	عوامل تعیین کننده پذیرش سیستم برنامه ریزی منابع موسسه در داخل چارچوب تکنولوژی–سازمان – محیط	پژوهشگران در این بررسی عوامل چارچوب (تکنولوژی–سازمان–محیط) که تصمیم‌گیری برای پذیرش سیستم برنامه‌ریزی منابع موسسه را در صنعت مخابرات تایوان تحت تاثیر قرار داده را ارزیابی نمودند. نتایج نشان داد که این چارچوب می تواند برای مدیرانی که در حال برنامه ریزی برای بکارگیری سیستم برنامه ریزی منابع هستند، جذاب و کاربردی می باشد.	پن و جانگ[3]، ۲۰۰۸
۸.	چارچوب TOE یک بنیان تئوریک مناسب برای درک عوامل زمینه‌ای	پژوهشگران در این بررسی به این نتیجه رسیدند که هر چه میزان سطح باز بودن بیشتر باشد ، موجب ارتقای بیشتر و بهتر عملکرد کل و رشد فروش خواهد بود.	وانگ و همکاران[4]، ۲۰۱۴

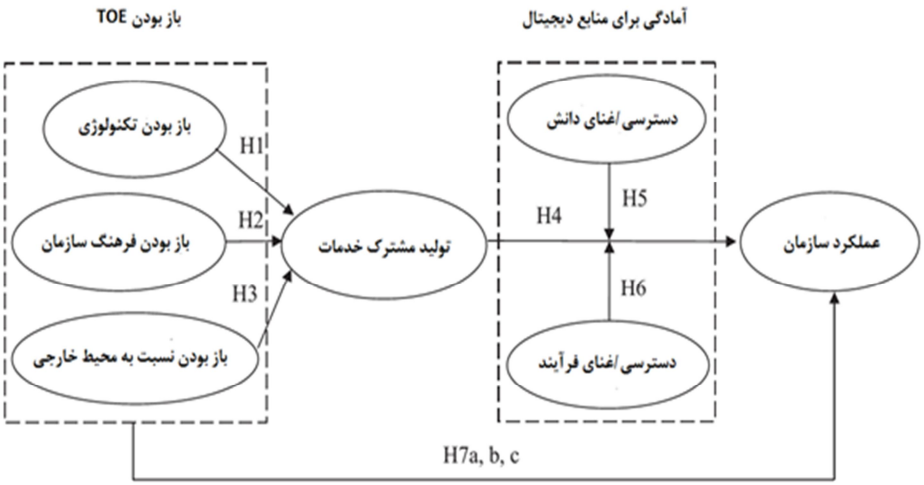
1. Cooper
2. Hacki & Lighton
3. Pan & Jang
4. Wang et al

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

۹.	بررسی اثر باز بودن انتخابی بر ایجاد ارزش در جوامع تکنولوژی کاربران	پژوهشگران بیان کردند که پژوهش و تجربه در تکنولوژی باز، نقش مهمی برای مکمل‌های خارجی در ایجاد ارزش ایفا می‌کند. آن‌ها همچنین بیان کردند که سازمان‌ها، نیاز دارند تا بر برخی از اجزای اساسی کنترلی ویژه داشته باشند تا بتوانند از سیستم تولید و خدمات خود کسب ارزش نمایند. مطالعه آن‌ها بر باز بودن انتخابی به عنوان متغیر کلیدی تمرکز کرده و چگونگی تأثیر آن بر ایجاد ارزش از طریق مکمل‌های خارجی به ویژه اعضای جوامع تکنولوژی کاربران را، بررسی می‌کرد.	بالکا و همکاران[1]، ۲۰۱۴

مدل مفهومی پژوهش

باتوجه به مطالب گفته شده، پژوهش حاضر از مدل مفهومی که در شکل (۱) نشان داده شده است پیروی می‌کند. آژانس‌های گردشگری می‌توانند با ایجاد تسهیلات و امکانات و فراهم آوردن منابع مختلف برای خود و شرکایشان، بستری را آماده سازند تا علاوه بر این‌که به سمت پیشرفت سوق داده شوند، قدرت رقابتی و عملکرد مؤثری را برای خود ایجاد کنند



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

1. Balka et al

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

بر اساس ادبیات نظری و مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش عبارتند از :
فرضیه اول: باز بودن تکنولوژی بر تولید مشترک خدمات تأثیر دارد.
فرضیه دوم: باز بودن فرهنگ سازمانی بر تولید مشترک خدمات تأثیر دارد.
فرضیه سوم: باز بودن نسبت به محیط خارجی بر تولید مشترک خدمات تأثیر دارد.
فرضیه چهارم: تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاتر خدمات گردشگری تأثیر دارد.
فرضیه پنجم: دسترسی/غنای دانش تأثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاترگردشگری را تعدیل می‌کند.
فرضیه ششم: دسترسی/غنای فرآیند تأثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاترگردشگری را تعدیل می‌کند.
فرضیه هفتم: باز بودن تکنولوژی –سازمان–محیط بر عملکرد دفاترگردشگری تأثیر دارد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، بر اساس هدف از پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود و از حیث شیوهٔ گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی – پیمایشی از نوع تحلیل همبستگی است که در آن رابطه میان متغیرها بر اساس هدف تحقیق تحلیل می‌گردد و به‌طور مشخص مبتنی بر معادلات ساختاری[1] است. برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های موردنیاز و نیز از پایگاه‌های اطلاعات علمی و مجله‌های الکترونیکی و برای جمع‌آوری داده‌ها از روش میدانی به کمک پرسش‌نامه استفاده‌شده است.

برای دست‌یابی به هدف‌های پژوهش، آژانس‌های توریستی و گردشگری استان گیلان به‌عنوان مطالعه موردی انتخاب گردید. با توجه به این که بازار صنعت گردشگری به سرعت در حال گسترش است و این صنعت خدماتی به یکی از بزرگ‌ترین زمینه‌های کسب و کار در جهان مبدل شده است، مدیریت بنگاه‌ها و آژانس‌های فعال در این صنعت باید با درایتی که به خرج می‌دهند، زمینه پیشرفت این صنعت را فراهم سازند. از این‌رو محیط به‌شدت رقابتی صنعت، بنگاه‌ها و آژانس‌های فعال در زمینه گردشگری را وادار می‌کند تا به دنبال روش‌های جدیدی برای بهبود مزیت‌های رقابتی خود باشند.از طرف دیگر در شرایط بحران اقتصادی، گردشگری می‌تواند یکی از مکانیسم‌های کلیدی برای احیای اقتصاد کشورها به‌شمار رود (لی و همکاران[2]، ۲۰۰۸). بدین ترتیب جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه کارکنان و پرسنل دفاتر خدمات گردشگری استان گیلان می‌باشد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر، پرسشنامه می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش از پرسشنامه حاوی ۴۱ سنجه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از بسیار مخالفم تا بسیار موافقم) استفاده شده است. برای سنجش متغیرهای پژوهش، شامل تولید مشترک خدمات (۵ سنجه)، باز بودن فناوری (۴ سنجه)، باز بودن فرهنگ سازمانی (۵ سنجه)، باز بودن نسبت به محیط خارجی (۶ سنجه)، دسترسی و غنای دانش (۵ سنجه) و دسترسی و غنای فرآیند (۵ سنجه) از مطالعات تسویو و هسیو[3] (۲۰۱۵) استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیر

1. Structural Equation Modeling
2. Lee et al
3. Tsou & Hsu

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

عملکرد مالی (۵ سنجه) و عملکرد غیر مالی (۶ سنجه) از مطالعات لئونیدو و همکاران[1] (۲۰۱۳) استفاده شده است. برای حصول اطمینان از روایی محتوایی و ظاهری پرسشنامه، ویرایش اولیه آن مورد بررسی متخصصان و صاحب‌نظران در این زمینه قرار گرفت و با توجه به نظرات و پیشنهادهای آن‌ها اصلاحات لازم بر روی سنجه‌ها انجام شد و پس از تأیید، مورد استفاده قرارگرفت. به منظور آنکه نمونه جامعی را که همسو با اهداف پژوهش حاضر باشد جمع آوری نماییم، ابتدا با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای، مراکز فعال در حیطه گردشگری در استان گیلان را به چند منطقه دسته بندی نموده و از میان آنها تعدادی را به‌صورت تصادفی انتخاب نمودیم. سپس در هر یک از نمونه‌های اولیه انتخاب شده، فرد یا افرادی (کارشناسانی از پرسنل آژانس) به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. پرسشنامه پژوهش در بین ۵۳ دفتر خدمات گردشگری (در نقاط مختلف استان گیلان) توزیع گردید. طی این مرحله تعداد پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده از هر شرکت براساس اندازه آنها (تعداد پرسنل) از ۱ تا ۳ پرسشنامه بوده است که درنهایت مجموعا ۱۳۴ پرسشنامه مناسب و بدون نقص جمع‌آوری‌شده و مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفت. همچنین داده‌های جمع‌آوری شده از هر شرکت تجمیع شده[2] (به این صورت که مجموع پاسخ های پاسخ دهندگان از هر شرکت به واسطه میانگین پاسخ‌های آنها در قالب یک پاسخ تجمیع گردیدند) تا در نهایت ۵۳ نمونه آماده برای تجزیه و تحلیلی نهایی مورد استفاده قرار گیرد. برای برازش و آزمودن فرضیه‌ها با استفاده از مدل‌های ساختاری، از روش حداقل مربعات جزئی[3] و نسخه دوم نرم‌افزار اسمارت پی ال اس[4] استفاده شد. این روش بهترین ابزار برای تحلیل تحقیقاتی است که روابط بین متغیرها پیچیده، حجم نمونه اندک و توزیع داده‌ها غیر نرمال باشد (دیامانتاپولوس و همکاران[5]، ۲۰۱۲). ازآنجایی‌که اثر تعاملی دو متغیر با توزیع نرمال در اکثر مواقع دچار چولگی می‌شود بهتر است از روش PLS برای بررسی تحلیل اثر تعاملی استفاده شود که به توزیع نرمال حساسیت نداشته باشد. برای تحلیل مدل‌ها درروش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) ابتدا باید به بررسی برازش مدل و سپس آزمودن فرضیه‌های پژوهش پرداخت (داوری و رضازاده،۱۳۹۲).

تحلیل داده ها

برازش مدل اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. برای سنجش پایایی مدل به بررسی پایایی ترکیبی[6] و آلفای کرونباخ پرداخته‌شده است. همچنین روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری است، بررسی شد. معیار AVE[7]

1. Leonidou et al
2. Aggregate
3. Partial Least Squares
4. Smart PLS 2
5. Diamantopoulos et al
6. Composite Reliability
7. Average Variance Extracted

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. به بیان ساده‌تر AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است (بارکلای و همکاران[1]، ۱۹۹۵). نتایج این معیارها در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. گزارش معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی

متغیرهای پنهان	عنوان در مدل	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha ≥ 0/7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR ≥ 0/7)	میانگین واریانس استخراجی (AVE ≥ 0/5)
تولید مشترک خدمات	SC	۰/۷۰	۰/۷۹	۰/۵۳
دسترسی و غنای دانش	KR	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۵۸
دسترسی و غنای فرآیند	PR	۰/۸۰	۰/۸۱	۰/۵۳
باز بودن فناوری، سازمان و محیط	TOE	۰/۸۳	۰/۸۶	۰/۵۰
باز بودن فناوری	OT	۰/۷۳	۰/۷۹	۰/۵۵
باز بودن فرهنگ سازمانی	OC	۰/۷۱	۰/۷۶	۰/۵۱
باز بودن نسبت به محیط خارجی	OE	۰/۷۷	۰/۸۴	۰/۵۵
عملکرد دفاتر خدمات گردشگری	P	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۵۲
عملکرد مالی	FP	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۶۳
عملکرد بازار	MP	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۵۳

همان‌طور که در جدول (۴) مشخص است همه متغیرها از پایایی بالایی در مدل برخوردارند. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است. همچنین AVE همه سازه‌ها بالاتر از ۰/۵ (فورنل و لاکر[2]، ۱۹۸۱) هست و درنتیجه مناسب بودن برازش مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

در قسمت روایی واگرا، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. نتایج روایی واگرایی مدل در جدول (۵) آمده است.

1. Barclay et al
2. Fornell & Larcker

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

جدول ۵. همبستگی‌های میان متغیرهای مکنون و مقادیر AVE

سازه‌ها	FP	KR	MP		OC	OE	OT	PR	SC
FP	۰/۷۹								
KR	۰/۰۱	۰/۷۶							
MP	۰/۴۴	۰/۲۳	۰/۷۳						
OC	۰/۲۵	۰/۱۷	۰/۰۹		۰/۷۱				
OE	۰/۲۵	۰/۳۶	۰/۴۶		۰/۴۱	۰/۷۴			
OT	۰/۳۶	۰/۳۳	۰/۴۵		۰/۴۴	۰/۶۲	۰/۷۴		
PR	۰/۰۸	۰/۶۸	۰/۲۶		۰/۱۰	۰/۳۹	۰/۲۳	۰/۷۳	
SC	۰/۲۳	۰/۲۵	۰/۳۸		۰/۲۹	۰/۴۶	۰/۴۷	۰/۲۸	۰/۷۳

همان‌گونه که از جدول (۵) برگرفته از روش فورنل و لاکر (۱۹۸۱)، مشخص هست، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون (پنهان) در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرارگرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده‌شده‌اند، بیشتر است. ازاین‌رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خوددارند تا با سازه‌های دیگر. به‌بیان‌دیگر، روایی واگرای مدل در حد مناسبی است.

برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری از ضرایب R Squares یا R^2 و معیار Q^2 استفاده می‌شود. R^2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد.Q^2 معیاری است که توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد (داوری و رضازاده،۱۳۹۲). مقادیر R^2 و Q^2 برای سازه‌های مدل در جدول (۶) آمده است.

جدول ۶. مقادیر R^2 و Q^2

سازه ها	FP	MP	OC	OE	OT	P	SC
R^2	۰/۶۴	۰/۷۸	۰/۴۹	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۳۳	۰/۲۷
Q^2	۰/۳۴	۰/۴۸	۰/۳۰	۰/۳۹	۰/۳۵	۰/۲۲	۰/۲۰

هر چه مقادیر R^2 و Q^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. با توجه به جدول (۶)، مناسب بودن برازش قوی مدل ساختاری تأیید می‌شود.

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

برازش کلی مدل

برازش کلی مدل از طریق معیار GOF[1] که توسط تننهاوس و همکاران[2] (۲۰۰۴)، ارائه‌شده است، استفاده می‌شود (تننهاوس و همکاران، ۲۰۰۴). این معیار از طریق رابطه (۱) محاسبه می‌گردد.

$$GOF = \sqrt{\overline{\boldsymbol{Communalities}} \times \overline{\boldsymbol{R^2}}}$$ رابطه (۱)

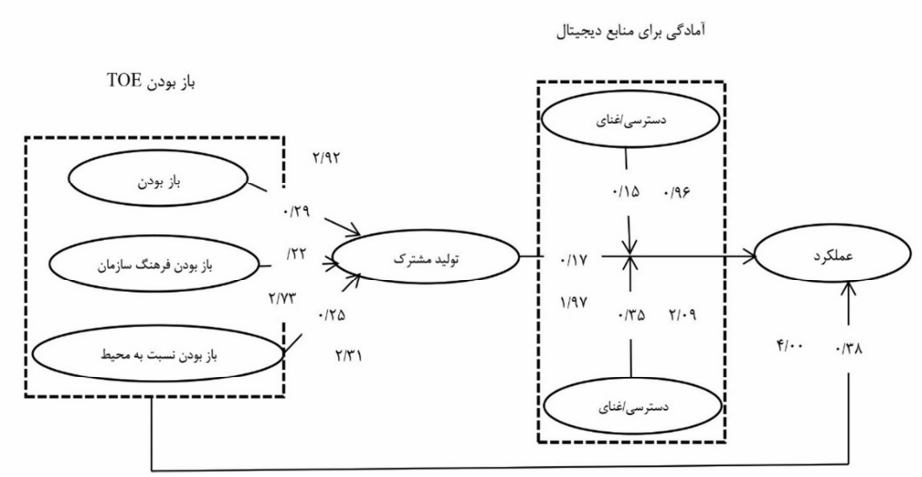
به‌طوری‌که $\overline{\boldsymbol{Communalities}}$ نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه هست و $\overline{\boldsymbol{R^2}}$ نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است.

مقدار GOF مدل عبارت است از: $GOF = \sqrt{\mathbf{0/46 \times 0/30} = \mathbf{0/37}}$

باتوجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (وتزلس و همکاران[3]، ۲۰۰۹) حاصل شدن ۰/۳۷ برای GOF نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

ضرایب معناداری و ضرایب استانداردشده مسیرهای مربوط به فرضیه‌های مدل در شکل (۲) آمده است. همچنین نتایج آزمون فرضیات در جدول (۷) آورده شده است.



شکل ۲. ضرایب معناداری T-values و ضرایب مسیر مدل

1. Goodness of Fit
2. Tenenhaus et al
3. Wetzels et al

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

جدول ۷. آزمون فرضیه های مدل پژوهش

فرضیه	متغیر مستقل	اثر	متغیر وابسته	مدل اول (بدون تعدیل‌گر) تخمین	آماره t	نتیجه	مدل دوم(با تعدیل‌گر) تخمین	آماره t	نتیجه
H1	باز بودن تکنولوژی	←	تولید مشترک خدمات	۰/۲۸	۲/۵۸	*	۰/۲۹	۲/۹۲	**
H2	باز بودن فرهنگ سازمانی	←	تولید مشترک خدمات	۰/۲۲	۱/۹۶	*	۰/۲۲	۲/۷۳	**
H3	باز بودن محیط خارجی	←	تولید مشترک خدمات	۰/۲۷	۲/۴۱	*	۰/۲۵	۲/۳۱	*
H4	تولید مشترک خدمات	←	عملکرد دفاترخدمات گردشگری	۰/۲۰	۲/۱۷	*	۰/۱۷	۱/۹۷	*
H5	دسترسی/غنای دانش تاثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاتر خدمات گردشگری را تعدیل می کند.						۰/۱۵	۰/۹۶	Ns
H6	دسترسی/غنای فرآیند تاثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد دفاتر خدمات گردشگری را تعدیل می کند.						۰/۳۵	۲/۰۹	*
H7	باز بودن تکنولوژی، سازمان و محیط	←	عملکرد دفاترخدمات گردشگری	۰/۳۹	۴/۴۷	***	۰/۳۸	۴/۰۰	***

(ns = no significant, *p < .05, **p < .01, ***p < .001)

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این مقاله بررسی تأثیر باز بودن« تکنولوژی –سازمان–محیط»و تولید مشترک خدمات بر عملکرد با نقش تعدیل‌گری آمادگی منابع دیجیتال در دفاتر خدمات گردشگری استان گیلان بوده است. یافته‌های پژوهش در مورد فرضیه‌ها نشان داد که:

فرضیه اول: باز بودن تکنولوژی بر تولید مشترک خدمات تأثیر دارد.

تأثیر باز بودن تکنولوژی بر تولید مشترک خدمات در مدل اول با ضریب معناداری (۲/۵۸) و در مدل دوم با

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

ضریب معناداری (۲/۹۲) در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد معنادار می‌باشد[۱]. همچنین ضریب مسیر (۰/۲۸) در مدل اول و ضریب مسیر (۰/۲۹) در مدل دوم نشان‌دهنده این امر است که باز بودن تکنولوژی به ترتیب در مدل اول و دوم به میزان ۲۸ و۲۹ درصد از تغییرات تولید مشترک خدمات را تبیین می‌نمایند. نتیجه به‌دست‌آمده با پژوهش-های لگزیان و همکاران (۱۳۹۰)، لیوتارد (۱۹۸۴)، بست و کلنر (۱۹۹۱)، بوتلر و همکاران (۱۹۹۸)، پنگ و ژانگ (۲۰۰۸)، میتاس و همکاران(۲۰۱۲)، هیلتون و همکاران (۲۰۱۳) و وانگ (۲۰۱۴) هم‌راستا است. نتیجه به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این موضوع است که امروزه به دلیل محدود بودن منابع و رقابت بر سر آن‌ها، از فناوری به‌عنوان عامل استراتژیک در تولید مشرک خدمات یاد می شود، برای همین سازمان ها در تلاش اند تا به پیشرفته ترین فناوری ها به منظور بقا در محیط رقابتی به کمک شرکا دست پیدا کنند.

فرضیه دوم: باز بودن فرهنگ سازمانی بر تولید مشترک خدمات تاثیر دارد.

تأثیر باز بودن فرهنگ سازمانی بر تولید مشترک خدمات در مدل اول با ضریب معناداری (۱/۹۶) و در مدل دوم با ضریب معناداری (۲/۷۳) در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد معنادار می‌باشد. همچنین ضریب مسیر (۰/۲۲) در مدل اول و دوم نشان‌دهنده این امر است که باز بودن فرهنگ سازمانی در مدل اول و دوم به میزان ۲۲ درصد از تغییرات تولید مشترک خدمات را تبیین می‌نمایند. نتیجه به‌دست‌آمده با پژوهش‌های کالانتون و همکاران(۲۰۰۲)، زو و همکاران (۲۰۰۳)، پن و جانگ (۲۰۰۸)، رنتانی و کلینچمیت (۲۰۱۱) و وانگ (۲۰۱۴) هم‌راستا است. نتیجه به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این موضوع است که در عصر حاضر اهمیت فرهنگ‌سازمانی و تأثیر آن بر حیات و عملکرد سازمان بر اهل علم و اندیشه پوشیده نیست و برای شناخت سازمان و رفتارها و عملکرد کارکنان و شرکا، شناخت این متغیر گامی اساسی و بنیادی است؛ زیرا با اهرم فرهنگ به‌سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدارکرد. از این رو، ابتدا باید در سازمان فرهنگ مناسب به منظور ایجاد یک محصول یا خدمت توسط سازمان و شرکا حاکم شود چون فرهنگ بر مبنای مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، مفروضات و هنجارهای رفتاری نهفته استوار است؛ از این رو اگر فرهنگ مناسبی در دفاتر خدمات گردشگری حاکم باشد، عملکرد نیز افزایش می یابد.

فرضیه سوم: باز بودن نسبت به محیط خارجی بر تولید مشترک خدمات تأثیر دارد.

تأثیر باز بودن نسبت به محیط خارجی بر تولید مشترک خدمات در مدل اول با ضریب معناداری (۲/۴۱) و در مدل دوم با ضریب معناداری (۲/۳۱) در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. همچنین ضریب مسیر (۰/۲۷) در مدل اول و ضریب مسیر (۰/۲۵) در مدل دوم نشان‌دهنده این امر است که باز بودن نسبت به محیط خارجی به ترتیب در مدل اول و دوم به میزان ۲۷ و ۲۵ درصد از تغییرات تولید مشترک خدمات را تبیین می‌نمایند.نتیجه به‌دست‌آمده با پژوهش‌های لارسن و سالتر (۲۰۰۴)، فونتانا و همکاران (۲۰۰۶) و ایزنگریچ و همکاران (۲۰۱۰) هم راستا است .نتیجه به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این موضوع است که باتوجه به تأثیر اجتناب‌ناپذیری که محیط سازمانی دفاتر خدمات گردشگری بر کیفیت خدمات ارائه شده از سوی پرسنل شاغل در آن‌ها دارند، ضروری

۱. مدل اول بدون ورود متغیرهای تعدیل گر و مدل دوم با ورود متغیرهای تعدیل گر می باشد.

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

است آشنا سازی پرسنل با فرآیند محیط سازمانی و کسب آگاهی و مهارت لازم برای تشخیص عوامل اثرگذار بر آن انجام شود و محیطی در دفاتر خدمات گردشگری که حس همکاری بین پرسنل را افزایش می‌دهد و منجر به درک مثبت آن‌ها نسبت به سازمان می‌گردد، فراهم شود؛ زیرا محیط سازمانی مطلوب قادراست انگیزش شغلی، تمایل به انجام کار، توانایی مشکل گشایی و جدیت در کار را تداوم بخشد.

فرضیه چهارم: تولید مشترک خدمات بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد.

تأثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد سازمانی در مدل اول با ضریب معناداری (۲/۱۷) و در مدل دوم با ضریب معناداری (۱/۹۷) در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. همچنین ضریب مسیر (۰/۲۰) در مدل اول و ضریب مسیر (۰/۱۷) در مدل دوم نشان‌دهنده این امر است که تولید مشترک خدمات به ترتیب در مدل اول و دوم به میزان ۲۰ و ۱۷ درصد از تغییرات عملکرد سازمانی را تبیین می‌نمایند. نتیجه به‌دست‌آمده با پژوهش‌های بنداپودی و لئون(۲۰۰۳)، اتگار (۲۰۰۸)، اردانینی و پاسینی (۲۰۰۸) و چن و همکاران (۲۰۱۱) هم راستا است.

فرضیه پنجم: دسترسی/غنای دانش تأثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه ششم: دسترسی/غنای فرآیند تأثیر تولید مشترک خدمات بر عملکرد سازمانی را تعدیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه پنجم مشخص شد که با توجه به ضریب معناداری (۰/۹۶)، دسترسی/ غنای دانش اثر تولید مشترک خدمات بر روی عملکرد سازمانی دفاتر خدمات گرشگری را تعدیل نمی‌کند.

در رابطه با فرضیه ششم مشخص شد که با توجه به ضریب معناداری (۲/۰۹)، دسترسی/ غنای فرآیند اثر تولید مشترک خدمات بر روی عملکرد سازمانی دفاتر خدمات گرشگری را تعدیل می‌کند.

نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این موضوع است که در فرضیه پنجم، در دفاتر خدمات گردشگری دسترسی/ غنای دانش برخلاف پیش‌بینی محققان، اثر تولید مشترک خدمات بر روی عملکرد سازمانی را تعدیل نمی‌نماید. این موضوع با تفسیر محققان مبنی بر اینکه دسترسی/ غنای دانش بر عملکرد اثراتی بیشتر از سایر عوامل (دسترسی/ غنای فرآیند) دارد، مغایرت دارد. همچنین تسو و یوسو (۲۰۱۴) نیز طی بررسی‌هایی که انجام داده‌اند برخی از فرضیه‌های پژوهش‌شان مبنی بر تعدیل‌گری غنای فرآیند و غنای دانش تأیید و رد گردید. که این نشان‌دهنده عمومیت نداشتن این‌چنین نقشی برای دسترسی/ غنای دانش می‌باشد. همان‌طوری که پژوهش حاضر نیز با عدم‌تأیید اثر تعدیل‌گری دسترسی/ غنای دانش مواجه گردیده است.

فرضیه هفتم: باز بودن تکنولوژی –سازمان–محیط بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد.

تأثیر باز بودن تکنولوژی –سازمان–محیط بر عملکرد سازمانی در مدل اول با ضریب معناداری (۴/۴۷) و در مدل دوم با ضریب معناداری (۴/۰۰) در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد معنادار می‌باشد. همچنین ضریب مسیر (۰/۳۹) در مدل اول و ضریب مسیر (۰/۳۸) در مدل دوم نشان‌دهنده این امر است که تولید مشترک خدمات به ترتیب در مدل اول و دوم به میزان ۳۹ و ۳۸ درصد از تغییرات عملکرد سازمانی را تبیین می‌نمایند. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این موضوع است که در مدل TOE در تحلیل عوامل تکنولوژی می‌توان اظهار نمود که دفاتر خدمات گردشگری، عامل تکنولوژی را مؤثر بر پذیرش TOE بیان کرده اند؛ زیرا پذیرش تکنولوژی موجب

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

کاهش هزینه‌های مرتبط با عملیات در دفاتر خدمات گردشگری خواهد شد. مدیران دفاتر خدمات گردشگری مورد مطالعه، می توانند با پذیرش فناوری و کسب مزیت نسبی توان رقابتی خود را افزایش داده و حضور خود را در بازارهای داخلی و جهانی پررنگ‌تر نمایند. در تحلیل عوامل سازمانی، حمایت مدیریت سازمان یکی از مهم-ترین فاکتورهای پذیرش تکنولوژی‌های نو در سازمان‌ها می باشد. مدیران می‌توانند از طریق سیاست‌های تشویقی مانند ارائه کمک‌های مالی، ارائه دانش فنی و تخصصی به فرآیند مزیت رقابتی سازمان‌های خود کمک نمایند. مدیران دفاتر خدمات مورد مطالعه می توانند متغیرهای مؤثر بر میزان آمادگی سازمانی خود را بررسی نموده و با ایجاد ساختاری منعطف، انگیزه لازم در کارکنان را برای پذیرش ایده‌های نو افزایش دهند تا باعث افزایش عملکرد سازمانی خود گردند.

پیشنهاد می‌گردد که دفاتر خدمات گردشگری به منظور داشتن عملکرد عالی سازمانی به توانمندسازی کارکنان خود توجه نمایند؛ ازاین‌رو بهتر است روش‌های جدید به منظور ارائه خدمات با کیفیت تر در دفاتر خدمات گردشگری به صورت ساختاری ایجاد و به صورت فرهنگی تقویت گردد.باز بودن فناوری اطلاعات و تکنولوژی، دفاتر خدمات‌گردشگری را قادر می‌سازد تا به سوی شکل‌های سازمان‌ها و شرکت‌های توسعه یافته و مجازی حرکت کنند، هرچند ممکن است کافی نباشد اما نیاز است تا دفاتر خدمات گردشگری از ساختار سلسله مراتبی سرسام آور به ساختارهای تخت و تیمی تغییر کنند. در محیط کاری منعطف و پویا دفاتر خدمات گردشگری، راهکارهای منعطف و پویا نیاز است تا به فرد کمک کند تا به‌طور اثر بخش، اطلاعات و دانشی را که ایجاد می-کند با دیگر اعضای تیم به اشتراک بگذارد. نیاز است که این اطلاعات و دانش به شیوه‌ای درونی، سازماندهی شود و برای هدایت‌گری به شکلی ساده در آیند. با استفاده از منابع دیجیتال می توان از طریق بهینه نمودن منابع محدود برای پرورش باز بودن فرهنگ سازمانی و سرمایه‌گذاری در ارتباطات همکارانه با افزایش در خدمات تولید مشترک به عملکرد برتر سازمانی دست یافت. به‌علاوه، منابع دیجیتال می تواند دسترسی و غنای فرآیند دیجیتال را به منظور تضمین برآورده شدن نیازهای مختلف و تقویت تلاش ها در عملکرد دفاتر خدمات گردشگری از طریق خدمات تولید مشترک، مدیریت نماید.

پیشنهاد می‌گردد که محققان آینده با استفاده از چارچوب TOE برای سایر سازمان‌ها عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی را شناسایی نمایند.در تحقیقات آتی می‌توان تاثیر باز بودن "تکنولوژی-سازمان-محیط"را در دو یا چند صنعت مختلف مورد مقایسه قرار داده و مقدار این باز بودن را در عملکرد هر یک از این شرکت ها مورد بررسی قرار داد. همچنین در تحقیقات آتی می‌توان تنها به بررسی عوامل "تکنولوژی-سازمان-محیط" به صورت جداگانه و تأثیر آنها بر عملکرد پرداخت تا در نهایت بتوان دقیق تر تأثیر آنها را مورد بررسی قرار داد. در پژوهش حاضر سعی شد فاکتورهای مورد اشاره تنها در دفاتر خدمات گردشگری استان گیلان مورد بررسی قرار گیرد؛ لذا پیشنهاد می‌گردد این فاکتورها در دفاتر خدمات گردشگری سایر شهرها و استان ها نیز مورد پژوهش قرار گیرد و نتایج با پژوهش حاضر مقایسه گردد.

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

منابع و مآخذ

دانایی فرد، حسن؛ خائف اللهی، احمد و حسینی، سید مجتبی. (۱۳۹۰). تأملی بر ارتقاء تسهیم دانش در پرتو رفتار شهروندی سازمانی(مورد مطالعه: وزارتخانه مسکن و شهرسازی و وزارتخانه راه و ترابری) ، پژوهش های مدیریت عمومی، دوره ۴ ، شماره ۱۴، صص ۸۴-۶۳.

داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

روحی، علی و آذر، نسرین. (۱۳۸۹). بررسی روابط بین معیارهای غیرمالی و عملکرد مالی شرکت، فصلنامه صنعت بیمه، سال ۲۵، شماره ۴، صص ۱۳۰-۱۰۵.

رهنورد، فرجاله. (۱۳۸۷). عوامل مؤثر بر ارتقای عملکرد سازمان‌های بخش دولتی ایران، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال هشتم، شماره ۴ (پیاپی ۳۱)، صص ۱۰۰-۷۷.

Alavi, M. and Leidner, D.E. (2001), Knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues, MS Quarterly, 25 (1), 107-32.

Auh, S., Bell, S. J., McLeod, C. S., & Shih, E. (2007). Co-production and customer loyalty in financial services.Journal of Retailing, 83(3), 359-370.

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. Technology studies, 2(2), 285-309.

Balka, K., Raasch, C., &Herstatt, C. (2014).The effect of selective openness on value creation in user innovation communities. Journal of Product Innovation Management, 31(2), 392–407.

Chau, P. Y., & Tam, K. Y. (1997). Factors affecting the adoption of open systems: an exploratory study. MIS Quarterly, 1-24.

Chesbrough, H. (2003). The era of open innovation. Management Review, 44(3), 35–41.

Cooper, R.G, (1997). Stage-gate systems a new tool for managing new products, Business Horizons, 33(3), 44-54.

Diamantopoulos, A., Sarstedt, M., Fuchs, C., Wilczynski, P., & Kaiser, S. (2012). guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. Journal of the Academy of Marketing Science, 40(3), 434-449.

Dyer, J. H. &Nobeoka, K. (2000). Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: The Toyota case. Strategic Management Journal, 21, 345-367.

Fornell, C., & Larcker, D. (1981). structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.

Gupta, U.G. Capen, M. (1996), an empirical investigation of the contribution of IS to manufacturing productivity, Information and Management, 31(4), 227-233.

Hacki, R., & Lighton, J. (2001).The future of the networked company. McKinsey

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]

Quarterly, 3, 26–39.

Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1993), Putting the balanced scorecard to work, Harvard Business Review, 71(5),134-42.

Lee, C., Change, C., (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. Tourism Management, 29(1), 180- 192.

Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Zeriti, A. (2013). resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: implications for competitive advantage and performance. Tourism Management, 35, 94-110.

Li, L and Ye1, R. (1999) Information technology and performance: Linking with environmental, strategic and managerial contexts, Information & Management, 35. 43-51.

McGarry, S. (1993).Open systems: The user reality. Computer world, 27(7), 39–60.

Neill, S., McKee, D., & Rose, G. (2007).Developing the organization's sensemaking capability: Precursor to an adaptive strategic marketing response. Industrial Marketing Management, 36(6), 731–744.

Palvia, P.C. (1997), developing a model of the global and strategic impact of information technology, Information and Management, 32(5), 229-244.

Prahalad, C. K., &Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. Journal of interactive marketing, 18(3), 5-14.

Sambamurthy V., Bharadwaj A., Grover V., (2003). Shaping agility through digital options: Reconceptualizing the role of information technology in contemporary firms. MIS Quarterly. 27(2), 237-263.

Tenenhaus, M.; Amato, S. & Esposito Vinzi, V. (2004). A global Goodness-of-Fit index for PLS structural equation modeling. In Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting, 739-742.

Tsou, Hung-Tai & Hsu, Sheila Hsuan-Yu, (2015), Performance effects of technology–organization–environment openness, service co-production, and digital-resource readiness: The case of the IT industry. International Journal of Information Management, 35, 1–14.

Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). The process of technological innovation. Lexington, MA: Lexington Books.

Vargo, S. L., &Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing.Journal of marketing, 68(1), 1-17.

Wang, F., Chen, J., Wang, Y., Lutao, N., & Vanhaverbeke, W. (2014).The effect of R&D novelty and openness decision on firms catch-up performance: Empirical evidence from China. Technovation, 34(1), 21–30.

Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., & Van Oppen, C. (2009). using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. MIS Quarterly, 33(1), 177-195.

Yoon, T. (2009). An empirical investigation of factors affecting organizational adoption of virtual worlds.The Florida state university.

[Downloaded from somjournal.ir on 2026-11-07]