

## عنوان مقاله:

شناسایی و تبیین عوامل موثر بر دوستوانی سازمانی در راستای توسعه کسب و کارهای فناورانه جهاد دانشگاهی با رویکرد کیفی

## محل انتشار:

فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، دوره 36، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

## نویسندگان:

علی غفاری - South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

غلامرضا هاشم زاده خوراسگانی - Department of Technology Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

## خلاصه مقاله:

هدف: هدف این پژوهش، تدوین چارچوبی برای شناسایی و تبیین عوامل موثر بر دوستوانی سازمانی در سازمان‌های علمی و فناورانه گردشگری جهاد دانشگاهی است. طرح پژوهش / روش شناسایی / رویکرد: پژوهش حاضر به صورت کیفی و راهبرد آن مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. خبرگان فناوری جهاد دانشگاهی کشور شامل مدیران، اعضای هیئت علمی و کارشناسانی که در زمینه کسب و کارهای فناورانه حوزه گردشگری دارای تجربه و تخصص هستند، جزو جامعه آماری پژوهش هستند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز نیز از روش نیمه ساختار یافته مبتنی بر نرم افزار Atlas ti استفاده شده است. یافته ها: پس از تحلیل متن مصاحبه ها، ابعاد دوستوانی سازمانی شامل توانایی سازمان برای دنبال کردن بهره برداری و اکتشاف مناطق گردشگری و بهره برداری از فناوری برای نوآوری و استفاده از آن در زیرمجموعه‌ها به عنوان مقوله محوری به دست آمد و متغیرهای علی، میانجی و تعدیل کننده شناسایی و در چارچوب نهایی تدوین شدند. یافته های پژوهش نشان می دهد که مدیریت و رهبری چندوجهی، منابع انسانی مختلف‌الوجه، و تنوع ساختاری از عوامل موثر بر استقرار دوستوانی سازمانی در سازمان‌های فناورانه گردشگری جهاد دانشگاهی هستند. در ضمن، استقرار دوستوانی سازمانی در سازمان‌های علمی و فناورانه گردشگری جهاد دانشگاهی موجب پیامدهای مثبتی مانند ارزش آفرینی، تکمیل زنجیره فناوری، توسعه سازمانی و کاهش تناقض‌های سازمانی است. ارزش / اصالت پژوهش: شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در این حوزه می تواند راه گشای سازمان های فعال در صنعت گردشگری باشد. نتایج پژوهش حاضر می تواند مبنایی برای تدوین سیاست ها و برنامه ریزی های کلان در این حوزه باشد. ماهیت بینارشته ای این پژوهش و تلفیق دانش مدیریت و فناوری، سهم پژوهش حاضر به شمار می رود.

## کلمات کلیدی:

Organizational Ambidexterity, Business Development, Technological Businesses, Tourism, Qualitative Approach

دوستوانی سازمانی، توسعه کسب و کارها، کسب و کارهای فناورانه حوزه گردشگری، رویکرد کیفی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1980612>

