

## بررسی تأثیرگذاری الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری

جواد قمری

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور تهران

### چکیده

توسعه کارآفرینی دیجیتال یک نیاز برای سازمان‌های امروزی محسوب می‌شود. در این پژوهش بررسی تأثیرگذاری الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری در دستور کار قرار می‌گیرد. به این منظور با استفاده از شیوه‌ی پیمایشی و ابزار پرسشنامه به تجزیه و تحلیل پرداخته می‌شود. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه کارکنان سازمان بازنشستگی دولتی می‌باشد. در این پژوهش جامعه آماری ۳۰۰ نفر می‌باشد. بنابراین مطابق فرمول کوکران تعداد ۱۶۸ نفر نمونه آماری انتخاب شده است. در نهایت پس از تجزیه و تحلیل آماری مشخص شد که الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد. همچنین در برازش مدل رگرسیونی ضریب تأثیرگذاری سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه اجتماعی و سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار بوده است.

کلید واژگان: کارآفرینی دیجیتال، الگوهای رفتار سازمانی، سازمان بازنشستگی کشوری

## مقدمه

همواره بازارهای کسب و کار، پویا و غیر قابل پیش بینی بوده و سازمان ها نیاز دارند که به طور مکرر تغییر را اجرا و پیگیری نمایند. کارکنان به عنوان بخش اساسی سازمان بیشترین سر و کار را با تغییر خواهند داشت. کارکنان الگوهای رفتاری متفاوتی را در مقابل تغییرات سازمان (توسعه ای، انتقالی یا دگرگون ساز) از خود نشان می دهند. گروهی از کارکنان ممکن است این تغییرات را پذیرفته و یا در مقابل آن مقاومت کنند و یا نسبت به تغییرات، بی تفاوت باشند. در مطالعات گذشته برای کاهش مقاومت نسبت به تغییر در سازمان، انواع تغییرات بیان شده اند، تا آنها در تعدیل مقاومت کارکنان نسبت به تغییر تأثیر مثبت بگذارند (دهکردی و ناصر خانی، ۱۳۹۷).

کارآفرینی فرایندی است که در محیطها و مجموعه‌های مختلفی پدید می آید و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد و این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی شده است (اکولس و نک<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸).

امروزه یادگیری به عنوان منبع مزیت رقابتی مطرح است. "پیتر دراکر" اندیشمند شهیر مدیریت معتقد است که از حالا به بعد کلید موفقیت‌های سازمانی، دانش است و در جایی دیگر اضافه می‌کند که ارزش از طریق نوآوری و تولید ایجاد می‌شود و هر دو در گرو به کارگیری دانش است. از دهه ۱۹۹۰ یادگیری به عنوان یک توانایی، بر اساس پیشرفت و توانمندی رشد مطرح می‌شود که به ویژگی‌های خاص هر سازمان بستگی دارد، اما آنچه مشخص است، این است که انسان و دانش نقش تعیین کننده‌ای در این مسیر دارند (آقاحسین‌علی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹).

## مبانی نظری

### کارآفرینی دیجیتال

امروزه اکثر مشتریان، فناوری پیشرفته اطلاعات و ارتباطات را نه تنها برای برقراری ارتباط با آشنایان، بلکه به منظور ایجاد ارتباط با کسب‌وکار مورد علاقه خود نیز بکار می‌گیرند. بعلاوه، فناوری اطلاعات و ارتباطات مسیر بنگاه‌ها را به بازارهای جدید هموار ساخته و میزان موفقیت سازمان از طریق بسترهای دیجیتال را افزایش می‌دهد؛ بنابراین، مدل‌های فعلی کارآفرینی سازمانی پاسخگوی نیاز سازمان‌های فناوری‌بنیان نبوده و ضروری است در فضای کسب‌وکار پویای امروز، کارآفرینی‌هایی بروز پیدا کنند که عوامل متأثر از فناوری‌های پیشرفته، در آنها مدنظر قرار گرفته باشند (قوامی، ۱۳۹۸).

### الگوهای رفتار سازمانی

رفتار سازمانی چگونگی مدیریت سازمانی را مشخص می‌کند، جایی که در یک صنعت خاص قرار می‌گیرد و اینکه آینده خود را در چه وضعیتی قرار می‌دهد. این موضوع بسیار مهم است، زیرا در هسته اصلی یک سازمان، منابع انسانی قرار دارد که رفتار و تعاملات آنها در هر سطحی، نوع فعالیت‌ها و فرایندهای سازمان را تعیین می‌کند، خواه آن شرکت خدمات درمانی برای میلیون‌ها نفر را فراهم کند یا کالاهای خانگی در یک فروشگاه عمومی کوچک بفروشد (قوش و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱).

## پیشینه تجربی پژوهش

### الف) پیشینه داخلی

زالی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان ارائه الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب و کارهای صادراتی حوزه برق و الکترونیک کشور با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری، بیان داشتند که تاکنون در مورد چگونگی شکل گیری رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب و کارهای صادراتی کشور الگوی یکپارچه ای ارائه نشده است. هدف اصلی این تحقیق، ارائه

<sup>1</sup> Echoles, A., & Neck, C.

<sup>2</sup> Ghosh S., Hughes M., Hughes P., Hodgkinson I.

الگوی یکپارچه رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب و کارهای صادراتی حوزه برق و الکترونیک کشور در جهت توسعه بازارهای صادراتی است. در این تحقیق که در سال ۱۳۹۸ انجام گردیده پس از بررسی پیشینه تحقیق، ۶۵ متغیر مؤثر در الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان شناسایی، سپس ۱۳ متغیر اصلی این الگو از طریق برگزاری گروه کانونی با هجده نفر از خبرگان کسب و کارهای صادراتی در حوزه برق و الکترونیک و دانشگاهی کشور نهایی شد و با استفاده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری، ارتباط بین متغیرهای الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در پنج سطح؛ بدست آمد. نتایج تحقیق نشان می دهد که شخصیت کارآفرینانه متغیر سطح پنجم، متغیر مهم و پایه ای در الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان می باشد. همچنین زیرساخت های قانونی و فناورانه و تأمین منابع مالی فعالیت های کسب و کارهای جدید به عنوان متغیرهای سطح چهارم جزء متغیر های مهم بعدی در الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان می باشند. خروجی (نتایج) این الگو، ایده پردازی، شناسایی فرصت های کارآفرینانه و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه است.

سجادی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تأثیر قابلیت های یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان ایران، بیان داشتند که با عنایت به یافته های پژوهش پیشنهاد می شود، مسئولان و سیاست گذاران وزارت ورزش و جوان توجه خاصی به عامل یادگیری کارکنان و ارائه شیوه های نو و خلاق برای اصلاح ساختار و عملکرد سازمان در جهت نیل به یک سازمان کارآفرین داشته باشند.

### ب) پیشینه خارجی

سامارا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان چالش ها و فرصت های کارآفرینی دیجیتالی در کشورهای در حال توسعه، اظهار داشتند که زیرساخت های دیجیتالی ضعیف لبنان، اینترنت کند و صنعت محدود همه موانع کارآفرینی دیجیتالی هستند. علاوه بر این، همانطور که در اولین مورد موردی مشاهده شد، نرخ بالای مالیات بر واردات کالا در بین کارآفرینان دیجیتالی برای واردات و به نوبه خود فروش محصولات آنها مقاومت ایجاد می کند. فرصتهای کارآفرینی دیجیتالی در کشورهای در حال توسعه شامل ارتباطات خانوادگی و شخصی به عنوان منبع سرمایه اجتماعی، انسانی و مالی است. چشم اندازهای دیگر شامل افزایش استفاده از دستگاه های دیجیتالی و برتری در کارآفرینی دیجیتالی در لبنان از طریق فروش محصولات طاقچه از طریق فروشگاه های آنلاین است، زیرا تقاضا برای آنها زیاد است. علاوه بر این، راه اندازی یک کسب و کار دیجیتالی در کشورهای در حال توسعه، جایی که مشاغل آنلاین کمیاب هستند، کارآفرینان دیجیتالی را با اولین مزیت پیشرو، در مقایسه با کشورهای توسعه یافته، که انحصار و رقابت زیادی در صنعت تجارت الکترونیک وجود دارد، ارائه می دهد (مانند Amazon.com) دو مطالعه موردی و نظر کارشناسان نشان می دهد که کارآفرینی دیجیتالی در کشورهای در حال توسعه مانند لبنان یک مفهوم نسبتاً جدید است و نیاز به توسعه بیشتر دارد. کارآفرینی دیجیتالی به شایستگی ها و مهارت های مختلفی از جمله فنی، مالی و مدیریتی تا ریسک پذیری و داشتن فرهنگ کارآفرینی و ابتکاری نیاز دارد. بنابراین، ما پیشنهاد می کنیم که دولت باید قوانین حمایتی بیشتری را برای کارآفرینان دیجیتالی تعیین کند و شکاف مهارت های دیجیتالی را از طریق آموزش کارآفرینی دیجیتالی (مهارت های فنی، بازاریابی آنلاین و غیره) پر کند.

کورولو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تحول دیجیتالی کارآفرینی، بیان داشتند که تحول دیجیتالی کارآفرینی، که کار روزانه کارآفرینان است، یک پدیده تکاملی و مبتنی بر تمرین است و نه نتیجه طراحی منطقی. استفاده از ابزارهای مختلف دیجیتالی به هم وابسته است و به ویژگی ها و پویایی محیط اطراف بستگی دارد.

### روش تحقیق

#### روش و ابزار گردآوری اطلاعات

اطلاعات و داده های مورد نیاز این تحقیق با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه ای جمع آوری شده است:

<sup>3</sup> Samara G., Terzian J. (2021)

<sup>4</sup> Corvello, V., De Carolis, M., Verteramo, S. and Steiber, A.

- ۱- اطلاعاتی که مربوط به مباحث تئوریک پژوهش می‌باشند از منابع مختلف مانند کتب و نشریات معتبر بین‌المللی که به صورت آنلاین در پایگاه‌های اینترنتی موجود می‌باشند، جمع‌آوری شده است.
- ۲- طریق ابزار گردآوری اطلاعات در قسمت مبانی نظری پژوهش اسناد و مدارک کتابخانه‌ای می‌باشد و در قسمت تحلیل داده‌ها از داده‌های سایت بانک مرکزی ایران و مرکز آمار ایران و آمار ارائه شده توسط شرکت سیمان استفاده شده است.
- ۳- ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر پرسشنامه محقق ساخته بوده است.

### هدف اصلی

تعیین تأثیر الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری

### اهداف فرعی

- تعیین تأثیر سرمایه انسانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری
- تعیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری
- تعیین تأثیر سرمایه سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری
- تعیین تأثیر سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری

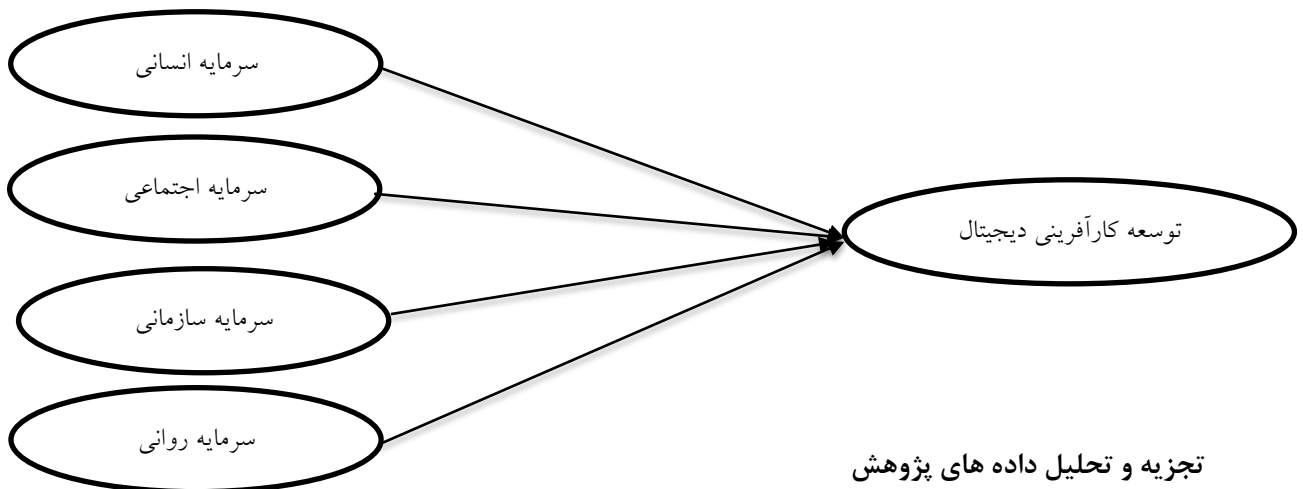
### فرضیه اصلی

الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.

### فرضیه‌های فرعی

- سرمایه انسانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.
  - سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.
  - سرمایه سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.
  - سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.
- در ادامه مدل مفهومی پژوهش ارائه می‌گردد.

شکل ۱: مدل مفهومی



### تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

### آزمون نرمال بودن اسمیرنوف

پس از بررسی عادی یا نرمال بودن کشیدگی و یا چولگی توزیع داده‌ها، از آزمون شاپیرو-ویلک یا آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود تا از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل گردد.

هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها ما فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است را در سطح خطای ۵% تست می‌کنیم. بنابراین اگر آماره آزمون بزرگتر مساوی ۰٫۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده نرمال است، وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. برای آزمون نرمالیت فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم می‌شود:

$H_0$ : توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است

$H_1$ : توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست

در جدول ذیل نتایج حاصل از آزمون نرمال بودن کولموگروف-اسمیرنوف خلاصه شده است.

**جدول ۱: نتایج حاصل از آزمون نرمال بودن کولموگروف-اسمیرنوف**

نتیجه	ضریب بدست آمده	گویه ها
تایید نرمال بودن توزیع آماری	۰/۱۴	گویه های مربوط به بعد سرمایه انسانی
تایید نرمال بودن توزیع آماری	۰/۱۵	گویه های مربوط به سرمایه اجتماعی
تایید نرمال بودن توزیع آماری	۰/۱۳	گویه های مربوط به بعد سرمایه ساختاری
تایید نرمال بودن توزیع آماری	۰/۰۴	گویه های مربوط به بعد سرمایه روانی

با توجه به نتیجه بدست آمده نرمال بودن توزیع همه گویه ها مورد تایید می‌باشد.

در ادامه بررسی فرضیه های پژوهش ارائه شده است.

**فرضیه اول:** سرمایه انسانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.

در جدول ذیل آماره‌ی آزمون تی برای این فرضیه خلاصه شده است:

**جدول ۲: بررسی فرضیه اول**

نتیجه	معنی داری	آماره تی
تایید فرضیه اول	۰/۰۰۰	۴۲/۲۸

**فرضیه دوم:** سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.

در جدول ذیل آماره‌ی آزمون تی برای این فرضیه خلاصه شده است:

**جدول ۳: بررسی فرضیه دوم**

نتیجه	معنی داری	آماره تی
تایید فرضیه دوم	۰/۰۰۰	۵۲/۲۲

**فرضیه سوم:** سرمایه سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.

در جدول ذیل آماره‌ی آزمون تی برای این فرضیه خلاصه شده است:

**جدول ۴: بررسی فرضیه سوم**

نتیجه	معنی داری	آماره تی
تایید فرضیه سوم	۰/۰۰۰	۴۹/۶۹

**فرضیه چهارم:** سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.

در جدول ذیل آماره‌ی آزمون تی برای این فرضیه خلاصه شده است:

**جدول ۵: بررسی فرضیه چهارم**

نتیجه	معنی داری	آماره تی
-------	-----------	----------

تایید فرضیه چهارم	۰/۰۰۰	۳۹/۱۴
-------------------	-------	-------

## تحلیل نتایج

پرسشنامه شامل ۲۰ سوال می باشد که جهت ارزیابی بررسی تأثیرگذاری الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری طراحی گردیده است .

برای طراحی این بخش از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده گردیده است که یکی از رایج‌ترین مقیاسهای اندازه‌گیری به شمار می‌رود. شکل کلی و امتیاز بندی این طیف برای سئوالات به صورت ذیل می‌باشد:

## جدول ۶: امتیازات پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت

شمای کلی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
امتیاز بندی	۱	۲	۳	۴	۵

## فرضیه های پژوهش

برای بررسی فرضیه ها مدل های رگرسیونی ذیل تخمین زده می‌شود:

$$B = \alpha + \lambda_1 * B_1 + \lambda_2 * B_2 + \lambda_3 * B_3 + \lambda_4 * B_4 + \varepsilon \quad (1)$$

که در جدول ذیل متغیرهای پژوهش توضیح داده شده اند:

## جدول ۷: متغیرهای مدل رگرسیونی

نام متغیر	نماد	نوع متغیر
سرمایه انسانی	B <sub>1</sub>	مستقل
سرمایه اجتماعی	B <sub>2</sub>	مستقل
سرمایه ساختاری	B <sub>3</sub>	مستقل
سرمایه روانی	B <sub>4</sub>	مستقل
توسعه کارآفرینی دیجیتال	B	وابسته

در جدول ذیل تخمین حداقل مربعات به ترتیب برای مدل‌های رگرسیونی آورده می‌شود .

## جدول ۸: مدل تخمین

متغیر پاسخ = توسعه کارآفرینی دیجیتال				
متغیرهای مستقل	ضرایب رگرسیونی	انحراف معیار	آماره آزمون t	سطح معناداری
ثابت معادله (α)	۰/۸۴۳		۷/۶۶	۰/۰۰۰
سرمایه انسانی	۰/۲۵۸	۰/۴۲	۱۲/۱۰	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی	۰/۲۵۰	۰/۳۵	۱۰/۱۰	۰/۰۰۰
سرمایه ساختاری	۰/۱۳۸	۰/۱۹	۵/۳۹	۰/۰۰۰
سرمایه روانی	۰/۱۵۸	۰/۲۴	۶/۹۴	۰/۰۰۰
آماره آزمون F = ۲۵۱/۵۲	سطح معناداری = ۰/۰۰۰			
ضریب تعیین = ۰/۸۶	دوربین واتسون : ۱/۷۳			

با توجه به معنی داری ضرایب کلیه فرضیه ها مورد تایید است. در جدول ذیل خلاصه بررسی فرضیه ها ارائه شده است:

## جدول ۹: بررسی فرضیه ها

ردیف	فرضیه	نتیجه
اصلی	الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی	تایید

	کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	
فرعی اول	سرمایه انسانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی دوم	سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی سوم	سرمایه سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی چهارم	سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید

با توجه به جدول بالا کلیه فرضیه‌ها مورد تایید است.

### نتیجه گیری

توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان‌های دولتی، هدفی است که مد نظر برنامه ریزان دولتی قرار گرفته است. سازمان‌های فعلی در محیط‌های بسیار آشفته فعالیت می‌کنند و با چالش‌های رو به رشدی مانند رقبای سرسخت، عدم قطعیت‌های بازار، چرخه‌های عمر کوتاه محصول و تغییرات سریع فناوری مواجه هستند (روی و سیواکومار، ۲۰۱۲؛ مادرید-گوئیچارو و همکاران، ۲۰۰۹؛ دینوپولوس و سیروپولوس، ۲۰۰۷). این به سازمان‌ها محدود نمی‌شود، بلکه رقابت‌های جدی بین کشورها در سراسر جهان به دلیل جهانی شدن اقتصادها و پیشرفت‌های رو به رشد در فناوری‌ها وجود دارد (بروک و مویانو، ۲۰۰۷). در چنین محیطی به شدت رقابتی، نوآوری به یک نیاز اساسی برای کمک به سازمان‌ها برای مقابله با حوادث احتمالی بیرونی و داخلی (واکر و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۵) و در نتیجه دستیابی به پایداری، بقا و رشد تبدیل می‌شود. بنابراین، تنها شرکت‌هایی که توانایی ایجاد مزیت‌های رقابتی نسبت به رقبای خود را دارند می‌توانند با موفقیت زنده بمانند و رشد کنند (آمادو و همکاران، ۲۰۱۰؛ کوک و سیلان، ۲۰۰۷؛ هالت و همکاران، ۲۰۰۴؛ شارما و کریسمن، ۱۹۹۹) با این حال، تعاریف اخیر از نوآوری نه تنها شامل ایجاد ایده‌های جدید توسط یک سازمان می‌شود، بلکه به نتایج انطباق نوآوری برای سازمان نیز می‌پردازد. این تعاریف فعالیت‌های سازمان‌ها را برای بهبود محصولات، خدمات و فرآیندهای خود و کسب موفقیت آمیز مزیت‌های رقابتی و بقا برجسته می‌کند (بارگه و همکاران، ۲۰۰۹). یافته‌های تحقیق همچنین نتایج و مزایای قابل توجه نوآوری را برای تولیدکنندگان و پذیرندگان برجسته کرد (گوندی و همکاران، ۲۰۱۱؛ تید و همکاران، ۲۰۰۱؛ بورین، ۱۹۹۸؛ ایتنر و لارکر، ۱۹۹۷). بنابراین، نوآوری یک ساختار گسترده و چند وجهی است که برای بهبود عملکرد استراتژیک و عملیاتی یک کسب و کار از جمله سیاست‌ها، استراتژی‌ها و رویکردها، فرآیندها، محصولات، خدمات، رقبا و مشتریان استفاده می‌شود (دومای و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳) علاوه بر این، چه نوآوری محصول، خدمات یا فرآیند جدیدی را به بازار خارجی یا یک یا چند واحد داخلی معرفی کند (واکر<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱). تازگی یک عنصر اساسی و جدایی‌ناپذیر از تعاریف مختلف است. رشته‌های انضباطی اگرچه، ایجاد تازگی به شدت به تغییر از نظر موضوع تغییر و نتایج آن بستگی دارد (کستینگ و همکاران، ۲۰۱۵)

فرهنگ سازمانی مدت‌هاست که برای نشان دادن جو، شیوه‌ها، ارزش‌ها و باورهایی که سازمان‌ها از طریق مدیریت افراد خود ایجاد می‌کنند، استفاده می‌شود (شاین، ۲۰۰۴). فرهنگ یک سازمان، ارزش‌ها، باورها، هنجارها و رویه‌های مشترکی است که رفتارها و عملکردها را در سازمان تنظیم می‌کند. فرهنگ سازمانی باعث ایجاد هویت در بین اعضای یک سازمان می‌شود و بیشتر توسط اعضا به عنوان یک واقعیت پذیرفته شده در نظر گرفته می‌شود. واتسون (۲۰۰۶) استدلال کرد که مفهوم فرهنگ در اصل از استعاره سازمان به عنوان "چیزی پرورش یافته" ناشی می‌شود. نقش حیاتی فرهنگ سازمانی در توسعه

<sup>5</sup> Walker et al., 2015

<sup>6</sup> Dumay et al., 2013

<sup>7</sup> Walker et al., 2011

نوآوری توسط چندین مطالعه مورد تاکید قرار گرفته است (به عنوان مثال، گومز-هارو و همکاران، ۲۰۱۱؛ گوپتا و همکاران، ۲۰۰۴). پژوهش اخیر در ایران نیز تأثیر معنادار فرهنگ سازمانی بر رفتارهای نوآورانه مدیران ارشد شرکت‌های حقوقی را نشان می‌دهد (معروفی، ۱۳۹۵). به طور خاص، یافته‌های تحقیق نشان داد که انواع خاصی از فرهنگ‌ها با عملکرد اقتصادی یک سازمان همبستگی دارند (دنيسون، ۱۹۹۰؛ کوتر و هسکت، ۱۹۹۲؛ سورنسن، ۲۰۰۲). سازمانی که عمدتاً فرهنگ فرآیند داخلی دارد، در برابر ارتقای نوآوری مقاوم‌تر است.

در جدول ذیل تأثیر متغیرها بر کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری ارائه گردیده است:

**جدول ۱۰: بررسی ضرایب حاصل تأثیرگذاری متغیرها بر کارآفرینی دیجیتال در سازمان**

متغیر	تأثیر بر کارآفرینی دیجیتال	معنی داری
سرمایه انسانی	۰/۲۵۸	***
سرمایه اجتماعی	۰/۲۵۰	***
سرمایه ساختاری	۰/۱۳۸	***
سرمایه روانی	۰/۱۵۸	***

\*\*\*: معنی دار با اطمینان بیش از ۹۹ درصد

بنابراین در جدول بالا مشخص است که سرمایه انسانی با ضریب ۰/۲۵۸ بر کارآفرینی دیجیتال تأثیر داشته و این تأثیر کاملاً معنی دار است. همچنین ضریب تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه ساختاری و سرمایه روانی نیز معنی دار بوده و مقدار آن در جدول قابل مشاهده است. به این ترتیب در جدول ذیل فرضیه‌ها پذیرفته شده‌اند.

**جدول ۱۱: بررسی فرضیه‌های پژوهش**

ردیف	فرضیه	نتیجه
اصلی	الگوهای رفتار سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی اول	سرمایه انسانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی دوم	سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی سوم	سرمایه سازمانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید
فرعی چهارم	سرمایه روانی بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در سازمان بازنشستگی کشوری تأثیرگذار می‌باشد.	تایید

کارآفرینی دیجیتالی، شیوه‌های جدید برای کسب و کار در دنیای جدید است؛ دنیایی که از آن به عنوان دنیای دیجیتال یا دهکده جهانی نام می‌بریم. دهکده جهانی فرصتی طلایی برای افرادی است که می‌خواهند با کمترین هزینه و ابزار، حداکثر بازدهی را در کار هدفمند خود به دست آورند.

به همین دلیل می‌توان نام قرن بیست‌ویکم را قرن بهره‌وری یا قرن اثربخشی دیجیتالی نامید. برای دستیابی به حداکثر اثربخشی در کسب و کار، روش‌های زیادی وجود دارد که یکی از آنها، کارآفرینی دیجیتالی است. کارآفرینی دیجیتالی را می‌توان اشتغالزایی مولد مبتنی بر مولفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت مستقیم دانست. یعنی کارآفرین باید بتواند به صورت مستقیم از ابزار ICT برای ایجاد بازار کار و فرصت‌های شغلی مختلف آی.تی.مدار، استفاده کند. برای مثال، امروزه فعالیت شرکت‌های اینترنتی بزرگ دنیا، نمونه بارز آن است. شرکتی نظیر یاهو، ده‌ها هزار کارمند در



اقصى نقاط جهان دارد که همگی در اتاق‌های مختلف، در زمینه پروژه‌های خاصی فعالیت می‌کنند که تعریف شده مدیران لابراتوارهای تحقیقاتی این شرکت هستند.

مدیریت، تعریف و ایجاد شغل و هدایت آن تا عرضه به سمت مشتری و خلق کسب‌وکاری دیجیتالی، همگی IT مدار است. این نمونه نوعی کارآفرینی دیجیتالی و در واقع استفاده مطلق از IT برای توسعه IT است. بنابراین اگر کارخانه‌ای از سیستم‌های رایانه‌ای پیشرفته و نرم‌افزارهای مختلف در طراحی و تولید محصولات خود استفاده کرده و حتی متخصصان IT را به کار دعوت کند، در این مدل نمی‌توان کارآفرینی دیجیتالی را به این کارخانه اطلاق کرد. چرا که به صورت مستقیم کارآفرینی الکترونیکی صورت پذیرفته است و در این مدل، IT در خدمت کسب و کار بوده است و نه کسب و کار در خدمت IT. کسب‌وکارهای الکترونیکی همان مبانی کارآفرینی دیجیتالی را تشکیل می‌دهند که امروزه میلیاردها دلار گردش مالی جهان را به خود اختصاص داده‌اند و پیش‌بینی می‌شود تا یک دهه آینده، مولفه‌های مبتنی بر کارآفرینی دیجیتالی، انقلاب بزرگ کسب‌وکار را در جهان ۶ میلیارد نفری زمین ایجاد کند.

### پیشنهاد کاربردی

با توجه به فرضیه فرعی اول توجه به سرمایه انسانی بسیار مهم بوده و در یک سازمان، لازم است توانایی کارکنان هم در زمان استخدام با دقت چک شود و البته با تدارک دیدن دوره‌های ضمن خدمت بتوان به تقویت دانسته‌های کارکنان پرداخت. در ایران، کارآفرینی دیجیتال برای سازمان‌های دولتی با ثبات مدیریت و حمایت فکری از کارکنان میسر خواهد شد. با توجه به فرضیه فرعی دوم، توجه به سرمایه اجتماعی و روابط گرم بین کارکنان و ارتباط مستمر کارکنان با مدیران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با توجه به فرضیه فرعی سوم، سرمایه سازمانی و توجه به آن از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. بنابراین کارفرمایان اینترنتی، شرکت‌هایی هستند که با تعریف شغل‌های خاصی که مبتنی بر وب است، کارمندان مختلفی را براساس موضوع پروژه، جذب کرده و از آنها در مدت و روش خاص، بهره‌برداری می‌کنند. معمولاً این مراکز، روندکاری خود را در شبکه وب و از طریق آن دنبال می‌کنند. به گونه‌ای که برخی مذاکرات و حتی گردش‌های مالی و حقوقی کارکنان نیز از طریق وب با کارت‌های الکترونیکی و ویدئو کنفرانس‌های دیجیتالی، پیگیری می‌شود. روش مدیریتی کارفرمایان اینترنتی تا حدی شبیه روش مدیریتی خاصی است که از آن به عنوان شیوه مدیریت ماتریسی نام می‌برند. در روش مدیریت ماتریسی، هر کاری براساس نوع پروژه و نوع وظیفه افراد تعریف می‌شود و پس از پایان هر پروژه، ممکن است افراد، استخدام شده و یا در جایی دیگر به کار گمارده شوند گاهی نیز از کار برکنار می‌شوند و قرارداد آنها پایان می‌یابد. بنابراین سازمان‌ها می‌توانند با سرمایه‌گذاری در کارآفرینی دیجیتال، سودآوری برای خود و دولت ایجاد نمایند.

با توجه به فرضیه فرعی چهارم لازم است به سرمایه روانشناختی کارکنان توجه ویژه شود، با رسیدگی به مشکلات کارکنان و تامین حقوق و مزایای مناسب می‌توان فکر کارکنان را آزادانه در اختیار نوآوری در سازمان قرار داد.

### پیشنهاد پژوهشی

برای تقویت راهکارهای کارآفرینی دیجیتال می‌توان با استفاده از مصاحبه با خبرگان، عوامل موثر بر تحریک کارآفرینی دیجیتال در سازمان‌ها با استفاده از کد گذاری و تحلیل کیفی، از منظر خبرگان به ارائه الگویی در جهت کارآفرینی دیجیتال در سازمان‌ها پرداخت.

همچنین می‌توان با استفاده از پرسشنامه‌ی زوجی و مقایسه‌ی نتایج جهت تحلیل سلسله‌مراتبی به رتبه‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی دیجیتال پرداخت.

عناوین ذیل می‌تواند در پژوهش‌های آتی مد نظر پژوهشگران قرار گیرد:

اولویت‌بندی عوامل موثر در بهبود کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دولتی

عوامل موثر در بهبود شاخص تحقیق و توسعه در سازمان‌های دولتی

## منابع

۱. آقاجانی، حسنعلی، صمدی میارکلائی، حسین، صمدی میارکلائی، حمزه. (1394). بررسی رابطه میان کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های سازمان یادگیرنده. مدیریت بهره‌وری (35)4(9)، زمستان، ۶۴-۳۹.
۲. قاسمی، م.، و فرج پهلوی، ع.، و عصاره، ف.، و ارشادی، ن. (۱۳۹۷). طراحی و آزمون الگویی از پیشایندهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی (پیام کتابخانه)، ۲۴(۲) (پیاپی ۹۳)، ۰-۰. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=513616>
۳. صمیمی دهکردی، صالح و خانی، ناصر، ۱۳۹۷، بررسی تأثیر ابعاد تغییرات سازمانی بر الگوی رفتاری کارکنان (مطالعه موردی شرکت فرادانه شهرکرد)، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، تاکستان، ...، <https://civilica.com/doc/836591>
۴. قوامی، علی، صرافی زاده قزوینی، اصغر، بدیع زاده، علی، عالم تبریز، اکبر. (۱۳۹۸). عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی فناورانه: با رویکرد کسب و کارهای الکترونیک. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری: doi: 10.22104/jtdm.2019.3416.2183, 7(3), 37-61.
۵. زالی، محمدرضا، نیلی آرام، علی، رضائیان، علی، کردنائیچ، اسداله. (1399). ارائه الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب و کارهای صادراتی حوزه برق و الکترونیک کشور با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی 10.22034/jiba.2020.40098.1445, 3(4), 1-21. doi: 10.22034/jiba.2020.40098.1445
۶. مصباحی جهرمی، نگارالسادات، ادیب زاده، مرضیه، نخعی، سکینه، حسینی، سید محمود. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی (بررسی نقش تعدیل‌گری هوش هیجانی کارکنان). مجله علمی "مدیریت سرمایه اجتماعی" 10.22059/jscm.2015.56529, 2(3), 367-392. doi: 10.22059/jscm.2015.56529
۷. سجادی، سید احمد، رضوی، سیدمحمد حسین، کردلو، حسین. (۱۳۹۸). تأثیر قابلیت‌های یادگیری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان ایران. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی-15(30), 241-255. doi: 10.22080/jsmb.2017.1868
۸. فروهر، محمد و تجری، مجتبی، ۱۳۹۲، تحلیلی بر تأثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر کارآفرینی سازمانی، همایش دانشگاه کارآفرین؛ صنعت دانش محور، بابلسر، <https://civilica.com/doc/217722>
۹. فتوحی، مجید، ۱۳۹۴، رفتار سازمانی کارآفرینانه، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، <https://civilica.com/doc/624954>

10. Yin, Y., Wang, Y., Lu, Y., 2019. Why firms adopt empowerment practices and how such practices affect firm performance? A transaction cost-exchange perspective. *Hum. Resour. Manag. Rev.* 29 (1), 111–124
11. Tefera, C.A., & Hunsaker, W.D. (2020). Intangible assets and organizational citizenship behavior: A conceptual model. *Heliyon*, 6.
12. ANDRADE, Taís de et al . Organizational citizenship behaviors: a glimpse in the light of values and job satisfaction. *Rev. bras. gest. neg.*, São Paulo , v. 19, n. 64, p. 236-262, Apr. 2017
13. Liliya Satalkina, Gerald Steiner(2020), Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions, *Sustainability*, 2020, 7, c. 2764
14. Agha Hosseinali, M., Taheri, H., & Ghanvati, A. (2011). The Relationship Between Organization Transformation Subsystem in a Leading Organization with

- Organizational Intelligence in Khuzestan Telecommunication Company. *Quarterly Productivity Management (Beyond Management)*, 18, 7-24, (In Persian).
15. Echioles, A., & Neck, C. (1998). The Impact of behavior and Structure on Corporate Entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, 38-46.
  16. Fani, A. A., Babashahi, J., Afkhami, M., & Ebrahimi, M.. (2012). Enhancement of Entrepreneurship; Analysis of the Role of GLOBE Cultural Model Indicators, *Journal of Entrepreneurship Development*, 125-144, (In Persian).
  17. Luthans F, Youssef M, Avolio J (2007). *Psychological capital Developing the Human Competitive Edge*, Oxford University Press.
  18. Bassi, L. and McMurrer, D. (2007) "Maximizing Your Return on People". *Harvard Business Review*. Vol. 8, No. 71, p 32-42.
  19. Gates, S. and Langevin P. (2010) "Human Capital Measures, Strategy, and Performance: HR Managers' Perceptions". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 23, No. 1, p 111-132.
  20. Mowday, R.T. Steers, R.M. and Porter, L.W. (1979) "The Measurement of Organizational Commitment". *Journal of Vocational Behavior*. Vol. 14, No. 2, p 224-247.
  21. Porter L. Steers, R.M. And Mowday, R. (1974) "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turn Over among Psychiatric Technicians". *Journal of Applied Psychology*. Vol. 53, No. 5, p 603-609.
  22. Samara G., Terzian J. (2021) Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Developing Countries. In: Soltanifar M., Hughes M., Göcke L. (eds) *Digital Entrepreneurship. Future of Business and Finance*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_14)
  23. Fainshmidt, S., Judge, W. Q., Aguilera, R. V., & Smith, A. (2018). Varieties of institutional systems: A contextual taxonomy of understudied countries. *Journal of World Business*, 53(3), 307–322.
  24. Samara, G., & Arenas, D. (2017). Practicing fairness in the family business workplace. *Business Horizons*, 60(5), 647–655.
  25. Anim-Yeboah S., Boateng R., Awuni Kolog E., Owusu A., Bedi I. (2020) Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review. In: Hattingh M., Matthee M., Smuts H., Pappas I., Dwivedi Y., Mäntymäki M. (eds) *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*. I3E 2020. *Lecture Notes in Computer Science*, vol 12066. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_16)
  26. Ghosh S., Hughes M., Hughes P., Hodgkinson I. (2021) Corporate Digital Entrepreneurship: Leveraging Industrial Internet of Things and Emerging Technologies. In: Soltanifar M., Hughes M., Göcke L. (eds) *Digital Entrepreneurship. Future of Business and Finance*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_10)