



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



تأثیر فرهنگ پایدار/ دیجیتالی در بهبود آمادگی سازمانی با هدف نوآوری دیجیتالی در شرکت فناپ زیرساخت

محمد کارگر شورکی؛ دانش آموزته دکتری مدیریت دانشگاه تهران؛ مدیر سرمایه انسانی شرکت فناپ زیرساخت؛ Mk.shouraki@ut.ac.ir

امیر صابری؛ کارشناس مسئول سرمایه انسانی شرکت فناپ زیرساخت؛ a.saberi@fanap-infra.ir

زهرا صفیاری؛ کارشناس سرمایه انسانی شرکت فناپ زیرساخت؛ z.safyari@fanap-infra.ir

چکیده

اهمیت فرهنگ سازمانی به حدی است که بر اساس نظر پیتر دراگر، اندیشمند بزرگ مدیریت دنیا؛ بیان می‌شود که فرهنگ؛ استراتژی را در صبحانه می‌بلعد. چند سالی است که کسب و کارها درگیر دو چالش بنیادین شده‌اند. چالش اول موضوع پایداری می‌باشد که سازمان‌ها نیازمند توجه به موضوعات اجتماعی و زیست‌محیطی علاوه بر موضوع اقتصادی می‌باشند و ایجاد فرهنگ مناسب برای تحقق الزامات پایداری بسیار اهمیت دارد. چالش دوم، مرتبط با تحولات عصر دیجیتال می‌باشد؛ که همه روزه کسب و کارها شاهد خلق و بکارگیری فناوری‌های نوین دیجیتال در تمامی حوزه‌های مختلف کسب و کار می‌باشند. این موضوع پس از فراگیری بیماری COVID-19 شتاب بسیار زیادی گرفت و به همین دلیل کسب و کارهایی که نتوانستند خود را مطابق با شرایط جدید انطباق دهند دچار چالش شدید شده و یا حتی از بین رفتند. از طرفی نوآوری سازمانی مهمترین عامل موفقیت در بلند مدت سازمان‌ها است. به خصوص اینکه در عصر تحولات دیجیتال سازمان‌ها نیازمند نوآوری دیجیتال می‌باشند. اما نوآوری دیجیتال بدون ایجاد بسترسازی مناسب و آمادگی لازم امکان پذیر نمی‌باشد. در این مقاله به بررسی تأثیر فرهنگ پایداری دیجیتال در بهبود آمادگی سازمانی با هدف نوآوری دیجیتال در شرکت فناپ زیرساخت پرداخته شده است. روش تحقیق بکارگرفته شده، معادلات ساختاری بوده و داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزارهای SPSSwin19 و Smart PLS 2 تجزیه و تحلیل شدند. بر اساس نتایج کسب شده فرهنگ سازمانی دیجیتال و فرهنگ سازمانی پایدار هم بر آمادگی سازمان تأثیر گذار بوده و هم رابطه مثبتی بر تحقق نوآوری دیجیتال در شرکت فناپ زیرساخت دارند.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی دیجیتال، فرهنگ سازمانی پایدار، نوآوری دیجیتال



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



مقدمه

کسب و کارها در محیط‌های بسیار پویا و سریع قرار گرفته‌اند، به همین دلیل سرعت شرکت‌ها به سمت نوآوری و تغییر مستمر حرکت کرده‌اند. این پویایی و تحولات از دو عامل مهم؛ "پایداری و دیجیتالی شدن" نشأت گرفته است [۱]. در همین راستا دو چالش اصلی که محرک اصلی برای ایجاد و ضرورت نوآوری در سازمان‌ها هستند عبارتند از: چالش اول، استراتژی پایداری، که در آن به عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی در کنار عامل اقتصادی توجه و تاکید شده است [۲ و ۳]. چالش دوم، تحولات دیجیتال ناشی از دیجیتالی شدن محیط و ایجاد فرصت‌های تکنولوژی ناشی از آن [۲-۴].

در مورد چالش اول: مصرف‌گرایی بیش از حد باعث حرکت سریع به سمت نابودی محیط زیست و کره زمین شده است. منابع طبیعی محدود، رشد افزایش جمعیت جهان، توسعه اقتصادی و فعالیت‌های تجاری منجر به پیامدهای زیانباری برای حوزه‌های محیط زیستی، اجتماعی و اقتصادی شده است [۵]. ارتباط بین فرهنگ و پایداری از قرن بیستم در دستور کار عمومی قرار گرفته است. با این حال، در حالی که برنامه‌های جهانی پایداری در سطوح نهادی بین‌المللی هنوز نقش فرهنگ را در سیاست‌های پایداری آن تشخیص نداده‌اند، در اوایل دهه ۲۰۰۰ تلاش (هرچند شکست خورده) برای افزودن رسمی «فرهنگ» به سه‌گانه پایداری (اقتصادی، اجتماعی و محیطی) گفتمان جدیدی را برای چارچوب بندی مجدد روایت سیاست فرهنگی بسیج کرد که به نوبه خود بر ارزیابی مجدد روش‌های مدیریت فرهنگی که همان نگرانی‌ها را در میان اقشار مردمی این بخش منعکس می‌کرد، ترغیب شد [۶]. فرهنگ پایداری را این‌گونه تعریف کرد: «فرهنگی که در آن افراد از چالش‌های اصلی محیطی (و اجتماعی/اقتصادی) آگاه هستند، به شیوه‌های پایدار رفتار می‌کنند و متعهد به سبک زندگی پایدار هم برای حال و هم برای آینده هستند» [۷ و ۸]. به همین دلیل رهبران شرکت‌ها بطور جدی تشخیص داده‌اند که موضوع پایداری برای آینده کسب و کار آنها بسیار حیاتی است [۹ و ۱۰]، زیرا بسته به نحوه مدیریت آنها می‌تواند به عنوان یک منبع فرصت یا منبع تهدید برای رقابت پایدار [۵] عمل کند. برای رقابتی ماندن در بازار جهانی که در آن خریداران جهانی و زنجیره‌های تامین به طور فزاینده‌ای از مسائل پایداری آگاه هستند و بنابراین نیازمند الزامات اجتماعی و زیست محیطی سخت‌گیرانه‌تر هستند [۱۱]، با توجه به مسائل پایداری، شرکت‌ها در تلاش بوده‌اند تا از فلسفه غالب و حداکثرسازی ثروت به سمت فلسفه پایداری شرکتی فراگیرتر حرکت کنند [۱۲]. کسب‌وکارهایی موفق‌تر هستند که چنین تهدیدی را به منبع مزیت رقابتی خود تبدیل کنند و نسبت به هم‌تایان خود با مدیریت عملیات تجاری خود مطابق با



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

الزامات پایداری بدان متعهد باشند. از نظر تجربی، چنین مدیریتی برای پایداری مزایای فوری از جمله صرفه جویی مالی، کاهش تولید زباله و بهبود شرایط کار/ بهداشت و بهبود محصول و خدمات را به همراه دارد [۱۱ و ۱۳]. فرهنگ پایداری مفهوم گسترده تری نسبت به اقتصاد دایره ای دارد و می توان آن را اینگونه تعریف کرد: "تشخیص یک شرکت از تاثیر فعالیت های شرکت بر جامعه و جوامع و نیاز به به حداقل رساندن آن، که به فلسفه و ارزش هایی تبدیل می شود که فرآیند تصمیم گیری شرکت را هدایت می کند" [۱۴]. در انجام این کار، بسیاری از شرکت هایی که تنها بر روی جنبه های «سخت» تمرکز می کنند، مانند راه حل های فناوری محور «سبز» برای ادغام پایداری در عملیات های خود، شکست می خورند [۱۵]. برعکس، موفقیت به شدت تحت تاثیر مدیریت بخش «نرم» مانند دانش فرهنگ سازمانی، نگرش ها و رفتارهای سازمانی، و استفاده از شبکه های انسانی داخلی است. به طور خاص، فرهنگ سازمانی به عنوان مهمترین عامل مسئول موفقیت یا شکست سازمانی شناخته شده است [۱۳].

اکلس و همکاران (۲۰۱۲) اظهار داشت که رفتارهای شرکت ها باید بیانگر "فرهنگ پایداری" خاص باشد که در آن اهداف زیست محیطی و اجتماعی علاوه بر عملکرد مالی، مهم هستند [۱۶]. این رویکرد فرهنگی اتخاذ تصمیماتی را ترویج می کند که حاکی از نتایج برد-برد-برد برای محیط، جامعه و شرکت ها در بلندمدت است [۱۷]. اصول این رویکرد فرهنگی پیوند نزدیکی با مفهوم پایداری دارد، که معنای آن به طور سنتی با تعریف ارائه شده در گزارش برونتلند مرتبط است: «پایداری آن چیزی است که نیازهای حال حاضر خود را بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای برآورده کردن نیازهای خود برآورده می کند» [۸].

از طرفی دیگر ما در جهانی پویا زندگی می کنیم که به طور مداوم و به سرعت در حال تغییر است. فراگیر بودن تحولات دیجیتال تجربه بشری را دگرگون کرده است. تاثیر فناوری های دیجیتال فعلی بر زندگی افراد و جوامع مشهود است و ممکن است ادعا شود که بی سابقه است. در طول سه دهه گذشته، همگرایی فناوری ارتباطات تکامل یافته و شکوفا شده است. اینترنت، شبکه جهانی وب و ارتباطات سیار به عنصری ذاتی در جامعه امروزی و زندگی هر یک از اعضای آن تبدیل شده است. تجربیات زندگی روزمره ما در واقعیت جدیدی غوطه ور شده است، که به طور قابل توجهی با واقعیت های معمولی که مردم هزاران سال در آن زندگی کرده اند، متفاوت است [۱۸].

طی سال های گذشته، مفهوم نوآوری دیجیتال تا حد زیادی توسط پژوهشگران برای کسب مزیت رقابتی مورد تایید قرار گرفته است [۱۹]. کسب و کارها عمدتاً به نقش مستمر و تاثیرگذار نوآوری های دیجیتال برای دستیابی به عملکرد برتر تاکید دارند [۲۰]. مفهوم نوآوری دیجیتال اغلب به عنوان ارائه دهنده راه های جدید برای انجام فعالیت های اقتصادی با استفاده از اینترنت و فناوری های دیجیتال شناخته می شود [۲۱]. اینترنت و فناوری های دیجیتال شامل داده های بزرگ^۱،

¹ Big Data



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



اینترنت اشیا^۲، رایانش ابری^۳، واقعیت افزوده و مجازی^۴، هوش مصنوعی^۵ و سیستم‌های فیزیکی سایبری^۶ است. علاوه بر این، نوآوری دیجیتال نشان دهنده یک پدیده نوظهور با اهمیت فزاینده برای کسب و کارها در صنعت فناوری اطلاعات است [۱۹ و ۲۲]. استفاده قابل توجه از فناوری اطلاعات در فرآیندهای کسب و کار، استراتژی، بازاریابی و توسعه محصول به طور قابل توجهی به نوآوری مدل کسب و کار در صنایع مختلف، از جمله صنایع فناوری اطلاعات کمک کرده است [۲۳ و ۲۴]. البته تحقیقات کمی در این ارتباط به منظور بررسی پیش شرط‌های توسعه نوآوری دیجیتال در اینگونه صنایع انجام شده است [۲۵]. علاوه بر این، محققان برخی از عوامل مهم را که روند نوآوری دیجیتال را در صنایع فناوری اطلاعات سرعت می‌بخشد نادیده گرفتند. دستیابی به نوآوری دیجیتال برای شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت فناوری اطلاعات مشکل بوده و یک کار پیچیده است و نیاز زیادی به ایجاد فرهنگ سازمانی دیجیتال و قابلیت‌های دیجیتالی مرتبط با آن دارد. اما مطالعات موجود به ندرت مکانیسم بهبود نوآوری دیجیتال را در صنایع فناوری اطلاعات توضیح می‌دهد. بنابراین، تحقیق حاضر به طور تجربی تأثیر فرهنگ سازمانی پایداری و فرهنگ سازمانی دیجیتال را بر نوآوری دیجیتال در زمینه کسب و کار دیجیتالی را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. کسب و کار دیجیتال به تمام فعالیت‌های اقتصادی اطلاق می‌شود که مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، دانش دیجیتالی و اطلاعات هستند. اثرات کسب و کار دیجیتال بر سازمان‌های تجاری بسیار زیاد است و این تغییر تمرکز در صنعت فناوری اطلاعات عمیق‌تر است. در این مقاله به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی پایداری و فرهنگ سازمانی دیجیتالی در بسترسازی و آمادگی شرکت فناپ زیرساخت با هدف تحقق نوآوری دیجیتال پرداخته شده است.

پس از گسترش اینترنت و فناوری‌های دیجیتال در قرن بیست و یکم، ماهیت نگرانی‌های تجاری در سراسر جهان تغییر کرده است [۲۶]. ارائه خدمات با استفاده از فناوری‌های دیجیتال نیازمند فرهنگ و قابلیت‌های سازمانی دیجیتال برای پیاده‌سازی مدل‌های کسب و کار جدید است [۲۷ و ۲۸]. فرهنگ سازمانی دیجیتال، همانطور که توسط برخی نویسندگان [۲۲] تعریف شده است، مجموعه‌ای از مفروضات مشترک و درک کلی در مورد شیوه‌های سازمانی در زمینه دیجیتال را نشان می‌دهد. فرهنگ سازمانی دیجیتال به بخشی جدایی ناپذیر برای مدل کسب و کار جدید تبدیل شده است که آثار خود را بر آمادگی سازمانی و نوآوری دیجیتال گذاشته است [۲۹]. در راستای فناوری‌های نوظهور، سازمان‌ها باید فرهنگ محیط کار را توسعه دهند تا به ظهور فناوری‌های پیشرفته پاسخ دهند [۳۰]. با توجه به نقش مهم فرهنگ سازمانی دیجیتال برای انطباق با فناوری‌های نوظهور، توانایی سازمان‌ها می‌تواند بهترین استفاده ممکن از منابع فناوری

² Internet of Things

³ Cloud

⁴ Augmented and Virtual Reality

⁵ Artificial Intelligence

⁶ Cyber Physical System



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

را برای فرآیند نوآوری مدیریت کنند. قابلیت دیجیتال سازمانی با ادغام و بسیج فن آوری ها و منابع انسانی، فرآیند نوآوری را سرعت می بخشد. برخی از نویسندگان پیشنهاد می کنند که سازمان ها برای مدیریت تحول دیجیتال بدون آمادگی توانایی و منابع با مشکلات جدی مواجه هستند. قابلیت های دیجیتالی یک سازمان، دگرگونی و ادغام فناوری های دیجیتالی لازم برای فرآیند آمادگی و نوآوری را تضمین می کند [۲۲].

بنابراین، فرهنگ و قابلیت دیجیتال سازمانی نقش مهمی را برای آمادگی سازمانی برای رسیدن به مدل کسب و کار جدید ایفا می کند [۳۱]. شکی نیست که این ساختارها برای جهت گیری نوآوری دیجیتال اهمیت پیدا می کنند. با این حال، بهبود مستقیم نوآوری دیجیتال با فرهنگ و قابلیت دیجیتال سازمانی کافی نیست. مطالعات موجود عوامل مختلفی را پیشنهاد می کنند که پیامدهای فرهنگ دیجیتال و قابلیت های سازمانی هستند و در عین حال بر نوآوری دیجیتال تأثیر مثبت می گذارند. یکی از پیامدهای مهم فرهنگ دیجیتال و قابلیت های سازمانی، آمادگی سازمانی است که به طور متوالی بر نوآوری دیجیتال تأثیر می گذارد [۳۲].

از طرفی دیگر در حوزه پایداری هم بدیهی است که فرهنگ سازمانی به طرق پیچیده ای با عملکرد پایداری شرکت مرتبط است [۳۳]، زیرا می تواند بر پایداری شرکت تأثیر منفی بگذارد یا برای دستیابی به آن مفید باشد [۱۳]. حتی با وجود اینکه بسیاری از رهبران شرکت می دانند که پایداری شرکتی را می توان از طریق فرهنگ سازمانی پایدار به دست آورد، و شرکت ها باید تصمیم خود را با فرهنگ سازمانی همسو کنند تا توسعه پایدار را تضمین کنند [۳۴]، آنها در تلاش بوده اند تا پایداری را در فرهنگ سازمانی خود بگنجانند [۳۵].

اصطلاح آمادگی سازمانی نشان دهنده توانایی شرکت برای تنظیم منابع موجود خود برای پذیرش موثر، بهره برداری و جذب فناوری های دیجیتال، که از اجرای فعالیت های نوآورانه پشتیبانی می کند [۳۶]. در مطالعه حاضر، ما فرض می کنیم که هر دو دیجیتال سازمانی فرهنگ و قابلیت های دیجیتال از تنظیم منابع سازمانی با فناوری های نوظهور پشتیبانی می کنند که در نهایت افزایش نوآوری دیجیتال را تعیین می کنند. در مطالعه حاضر، ما تأثیر واسطه ای آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی پایداری دیجیتال و نوآوری دیجیتال را فرض می کنیم. هدف این مطالعه شناسایی ارتباط بین فرهنگ پایداری دیجیتال سازمانی و نوآوری دیجیتال است. این مطالعه همچنین به بررسی نقش آمادگی سازمانی می پردازد.

بررسی ادبیات

پایداری شرکت یک موضوع طولانی مدت و مستمر است. اساساً، موفقیت طولانی مدت و مستمر به این بستگی دارد که چگونه شرکت ها می توانند با موفقیت نیازهای طیف گسترده ای از سهامداران را برآورده کنند. ضرورت ایجاد تعادل



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



بین خروجی های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسط مفهوم سطوح پایین سه گانه^۷ (TBL) مورد تاکید قرار گرفته است [۱۳].

فرهنگ سازمانی نقشی اساسی در تضمین پایداری شرکت ایفا می کند، زیرا بیشتر از هر فردی زنده می ماند [۳۷ و ۳۸]. از نظر برخی از محققان، فرهنگ سازمانی به عنوان تنها مهم ترین عامل مسئول موفقیت یا شکست سازمانی در نظر گرفته می شود. با این حال، اکثر مدل های موجود در فرهنگ سازمانی صرفاً در مورد فرهنگ عمومی سازمانی هستند [۱۳].

فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال برخی از مطالعات مفهوم فرهنگ سازمانی را توسعه دادند که مورد توجه متخصصان و محققان مدیریت قرار گرفته است. این به عنوان مکانیسم طرز فکر مردم تعریف می شود که تأثیر مستقیمی بر نحوه رفتار آنها دارد [۲۲]. فرهنگ سازمانی همچنین به عنوان باورها، مفروضات و مجموعه پیچیده ارزش ها از طریق سازمانی که فعالیت های تجاری خود را انجام می دهد، تعریف می شود [۳۹]. با توجه به ظهور فناوری ها و فعالیت های گسترده کسب و کارها در عصر دیجیتال، فرهنگ سازمان ها گسترش می یابد تا شیوه های کار دیجیتالی آن را در بر بگیرد. از این نظر، اصطلاح فرهنگ سازمانی دیجیتال به عنوان باورهای مشترک، درک و مجموعه ای از ارزش ها در مورد سازماندهی فعالیت های تجاری در یک حوزه دیجیتالی مفهوم سازی می شود [۲۲]. فرهنگ سازمانی دیجیتال به بخشی از زندگی سازمانی در زمینه دیجیتال تبدیل می شود [۴۰]. اخیراً مسائل مربوط به فرهنگ سازمانی دیجیتال به عنوان بخش یکپارچه سازمان در عصر فناوری های پیشرفته مورد بحث و بررسی قرار گرفته است [۴۱]. از سوی دیگر، نوآوری دیجیتال نیز به دلیل فعالیت های اقتصادی آنلاین به یک سازه نوظهور برای سازمان تبدیل می شود [۴۲]. مفهوم نوآوری دیجیتال ارتباط تنگاتنگی با مفهوم خلاقیت دارد، به این معنی که برای سازمان ها رفتار خلاقانه و اجرای آن را حل می کند. برخی از روش های جدید برای حل مشکلات تجاری موجود با استفاده از فناوری های نوظهور جدید به کار می آید [۲۲]. در دهه اخیر مفهوم نوآوری تغییر یا به نوآوری دیجیتالی گسترش یافته است [۲۳]. نوآوری دیجیتال به عنوان استفاده از مکانیسم ها و فناوری های دیجیتالی پیشرفته برای حل یا بهبود فرآیندهای تجاری موجود و برای راه اندازی برخی از مدل های تجاری پیشرفته تعریف می شود [۲۱]. بحث در مورد ارتباط بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال ذکر شده در مطالعات قبلی [۲۷] نشان داده است که فرهنگ سازمانی دیجیتال پیش بینی کننده مهمی برای کاربرد فناوری های دیجیتال است که روش ها و راه حل های جدیدی را برای فرآیند کسب و کار از طریق نوآوری ارائه می کند. همچنین تعدادی از نویسندگان استدلال کرده اند که مدل های کسب و کار پیشرفته فرهنگ سازمانی دیجیتال به طور مثبت بر نوآوری دیجیتال سازمانی تأثیر می گذارد [۴۱].

⁷ triple bottom line



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



بر اساس این استدلال‌ها، فرضیه های زیر ارائه گردید:

فرضیه ۱: (H1) فرهنگ سازمانی پایدار رابطه مثبتی با نوآوری سازمانی دارد.

کسب و کارها با هدف توسعه فرهنگ پایداری؛ نوآوری را به عنوان ارزش‌های اصلی شرکت شناسایی کرده‌اند [۴۳].

در همین راستا کسب و کارهای پایدار، طیفی از نوآوری‌ها را در قبال جامعه و محیط زیست، به عنوان ارزش‌های اصلی خود شناسایی می‌کنند [۱۳]. این ارزش‌ها همان چیزی است که کسب‌وکارهای پایدار آن را مطلوب می‌دانند، و مورد تحسین قرار می‌گیرند و به آنها احترام می‌گذارند. با چنین مجموعه‌ای مشترک از ارزش‌های اصلی، شرکت‌های پایدار به "محل ویژه ای برای کار" تبدیل می‌شوند [۴۴]. این "ویژگی" که توسط اعضای سازمان درک می‌شود به طور قابل توجهی از یک شرکت به شرکت دیگر متفاوت است، زیرا مبتنی بر فرهنگ و ارزش‌های سازمانی فردی است [۴۵]. نوع دوستی شامل منفعت شخصی است و مشروط و اختیاری است؛ زیرا انتظار حمایت متقابل و نگرانی متقابل را دارد. همدلی دیدگاهی دارد که به تلاش‌های ترکیبی و ادراکات مشترک کمک می‌کند، و در عین حال، امکان تعقیب اهداف فردی و سازمانی یا خودشکوفایی را فراهم می‌کند، که بالاترین سطح نیازهای انگیزشی است [۱۳]. ارزش‌های نوآوری و مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی اغلب در شرکت‌های پایدار به هم مرتبط هستند [۴۶]، زیرا نوع نوآوری که آنها تولید می‌کنند، نوعی است که با مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی موجود سروکار دارد. آنها خلاقیت، ارتباطات باز و رفتار اخلاقی را که مربوط به پاسخگویی برای طیف وسیعی از ذینفعان است، ترویج می‌کنند [۱۳]. این ارزش‌ها اغلب در شکلی از نوآوری اجتماعی و محیطی به نمایش گذاشته می‌شوند که در آن اعضای سازمانی که هر سه ارزش پایداری را به اشتراک می‌گذارند، خدمات، محصولات و فرآیندهای خود را به عنوان راه‌حلی برای مشکلات اجتماعی و محیطی موجود نوآوری می‌کنند [۴۷].

مفهوم پایداری چارچوب جدیدی را برای بازطراحی سیاست‌های فرهنگی و بازنگری روش‌های مدیریت فرهنگی از طریق رویکردی جامع ارائه می‌کند که مراقبت از محیط زیست را در بر می‌گیرد، شیوه‌هایی را برای مدیریت صحیح منابع عمومی توسعه می‌دهد و مفهوم مسئولیت اجتماعی را به منصفه ظهور می‌رساند [۴۸]. این مفهوم مستلزم رویکردی نوآورانه نه تنها در زمینه خدمات فرهنگی و ارائه خدمات در حوزه فرهنگ، بلکه برای شکل‌گیری روابط بلندمدت با علاقه‌مندان و سرمایه‌گذاری در جوامع محلی است سازمان‌هایی که نوآوری‌هایی را در راستای مفهوم مدیریت پایدار معرفی می‌کنند، باید به طور مداوم سیستم‌ها، فرآیندها و ابزارهای مدیریتی خود را بهبود بخشند و در عین حال روابط خود را با گروه‌های ذینفع مختلف مدیریت کنند [۱۳].

فرضیه ۲. (H2) فرهنگ سازمانی دیجیتال رابطه مثبتی با نوآوری دیجیتال دارد.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

نوآوری دیجیتال نشان دهنده مکانیسمی است که رفتار خلاقانه سازمان را برای اجرای روش های جدید به منظور حل مشکلات موجود از طریق فناوری های نوظهور در بر می گیرد [۲۰]. سازمانی که تمایل بیشتری به استفاده از فناوری های پیشرفته برای حل مشکلات کسب و کار دارد، توانایی و مهارت های بهتری را برای یکپارچه سازی و بسیج منابع موجود برای ایجاد فرآیند کسب و کار جدید ارائه می دهد. اطمینان و اعتبار سازمان در مورد توانایی آن در استفاده بهینه از منابع انسانی و فناوری موجود، سطح نوآوری دیجیتال را بهبود می بخشد [۲۲]. این توانایی شرکت باعث افزایش سطح یکپارچگی منابع موجود می شود که به نوبه خود نوآوری دیجیتال سازمانی را بهبود می بخشد [۵۰]. فرهنگ سازمانی دیجیتال زیرساخت ها، مفروضات مشترک و مجموعه ای از ارزش ها را فراهم می کند که پایه و اساس نوآوری دیجیتال هستند. بنابراین، استدلال می شود که فرهنگ دیجیتال سازمانی توسعه مفروضات مشترک و مجموعه ای از ارزش های استاندارد را تضمین می کند که در نهایت نوآوری دیجیتال را افزایش می دهد [۲۲].

فرضیه ۳: (H3) فرهنگ سازمانی پایدار رابطه مثبتی با آمادگی سازمانی دارد.

از آنجایی که دیدگاه ها و ارزش های پایداری مبتنی بر فرهنگ سازمانی پایدار؛ چشم انداز و اشتراک ارزش ها را در بین اعضای سازمان تسهیل می کنند، اعضای سازمان از نظر احساسی به چشم انداز و ارزش ها متعهد می شوند. از نظر تجربی، ارتباط مؤثر بینش و ارزش ها به طور مثبت با تعهد عاطفی، دلبستگی عاطفی، و تمایل به ماندن در سازمان، در میان اعضای سازمان در فرهنگ ها و محیط های مختلف مرتبط است [۵۱]. چشم انداز مؤثر و ارتباطات ارزشی همچنین سطح ارزش ذاتی مرتبط با دستیابی به هدف را بالا می برد و سطح بالاتری از تعهد فردی را در بین اعضای سازمان به چشم انداز مشترک و اهداف سازمانی ایجاد می کند [۱۳].

فرضیه ۴: (H4) فرهنگ سازمانی دیجیتال رابطه مثبتی با آمادگی سازمانی دارد.

توسعه بیش از حد منابع فناورانه مستلزم استفاده بهتر از منابع انسانی و فناوری موجود برای بهبود فعالیت های تجاری است [۵۲]. فرهنگ سازمانی که از تحول دیجیتال پشتیبانی می کند، توانایی سازمانی را برای استفاده از منابع خود برای عملکرد بهتر فعالیت های تجاری افزایش می دهد [۵۳]. به گفته برخی از نویسندگان، فرهنگ سازمانی دیجیتال پیش بینی کننده قابل توجهی از آمادگی سازمانی برای اجرای مدل های کسب و کار پیشرفته با کمک فن آوری های دیجیتال می باشد [۲۲]. علاوه بر این، برخی از محققین دریافته اند که فرهنگ سازمانی دیجیتال که نیازهای دیجیتالی شدن را برآورده می کند، تأثیر مثبتی بر آمادگی سازمانی در عصر دیجیتال دارد [۲۷].



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



فرضیه ۵. (H5) آمادگی سازمانی رابطه مثبتی با نوآوری دیجیتال دارد.

نوآوری دیجیتال به یک پدیده نوظهور برای سازمان تجاری تبدیل می شود [۱۹]. دلایل این پدیده نوظهور به دلیل دخالت فناوری های دیجیتال در فعالیت های تجاری است [۲۷]. سازمان ها به طور مستمر در تلاش هستند تا نیروی انسانی و فناوری موجود را برای بهبود لازم در فعالیت های تجاری خود پیاده سازی و استفاده کنند. توانایی شرکت برای ادغام و استفاده از منابع موجود به طور مثبت بر نوآوری دیجیتال سازمانی تأثیر می گذارد [۵۰]. بنابراین، آمادگی سازمانی وسیله ارزشمندی برای دستیابی به نوآوری دیجیتال سازمانی است [۲۲]. سطح آمادگی بالاتر، تعهد سازمان را افزایش می دهد که می تواند بهترین استفاده ممکن از منابع را تعیین کند و این به عنوان نشانه ای از نوآوری دیجیتال تلقی می شود [۵۴]. هنگامی که سازمان ها سطح آمادگی منابع انسانی و فناوری خود را بهبود می بخشند، این سطح نوآوری دیجیتال را افزایش می دهد [۲۲]. علاوه بر این، استدلال می شود که سطح بالاتری از آمادگی سازمانی، سطح نوآوری دیجیتال سازمانی را افزایش می دهد [۳۶]. با این دیدگاه، آمادگی سازمانی نقش مهمی ایفا می کند و به عنوان پل ارتباطی بین فرهنگ دیجیتال سازمانی و نوآوری دیجیتال عمل می کند. نقش میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال را می توان به کمک این منطق توضیح داد و توجیه کرد [۲۲].

فرضیه ۶. (H6) رابطه میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال.

نوآوری دیجیتال به یک پدیده نوظهور برای سازمان و کسب و کارها تبدیل شده است [۱۹]. دلایل این پدیده نوظهور به دلیل دخالت فناوری های دیجیتال در فعالیت های کسب و کار می باشد [۲۷]. سازمان ها به طور مستمر در تلاش هستند تا نیروی انسانی و فناوری موجود را برای بهبود لازم در فعالیت های تجاری خود پیاده سازی و استفاده کنند. توانایی شرکت برای ادغام و استفاده از منابع موجود به طور مثبت بر نوآوری دیجیتال سازمانی تأثیر می گذارد [۵۰]. بنابراین، آمادگی سازمانی وسیله ارزشمندی برای دستیابی به نوآوری دیجیتال سازمانی است [۵۵]. با این دیدگاه، آمادگی سازمانی نقش مهمی ایفا می کند و به عنوان پل ارتباطی بین فرهنگ دیجیتال سازمانی و نوآوری دیجیتال عمل می کند. نقش میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال را می توان به کمک این منطق توضیح داد و توجیه کرد. فرهنگ سازمانی دیجیتال زیرساخت ها، مفروضات مشترک و مجموعه ای از ارزش ها را فراهم می کند که پایه و اساس نوآوری دیجیتال هستند. بنابراین، استدلال می شود که فرهنگ دیجیتال سازمانی توسعه مفروضات مشترک و مجموعه ای از ارزش های استاندارد را تضمین می کند که در نهایت نوآوری دیجیتال را افزایش می دهد [۲۲].

فرضیه ۷. (H7) رابطه میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

همانگونه که در فرضیه ۶ نیز بیان گردید؛ کسب و کارها برای موفقیت به نوآوری دیجیتال به یک پدیده نوظهور نیاز دارند [۱۹]. مهمترین دلیل آن؛ اثرات فزاینده فناوری های دیجیتال در فعالیتهای کسب و کارها می باشد [۲۷]. کسب و کارها به کمک همسویی و هم افزایی نیروی انسانی و فناوری موجود، به طور مستمر تلاش می کنند تا برای بهبودهای لازم و مناسب در فعالیتهای تجاری خود اقدام کنند. توانایی کسب و کارها برای ادغام و استفاده از منابع موجود به طور مستقیم بر نوآوری دیجیتال سازمانی تأثیرگذار می باشد [۵۰]. بنابراین، آمادگی سازمانی عامل موثری برای دستیابی به نوآوری دیجیتال در سازمان می باشد [۵۵]. این نگرش که، آمادگی سازمانی نقش مهمی ایفا می نماید و به عنوان پل ارتباطی بین فرهنگ پایداری سازمانی و نوآوری دیجیتال عمل می کند تاثیر زیادی در کسب و کار دارد. نقش میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی پایداری و نوآوری دیجیتال را می توان به کمک این منطق توضیح داد و توجیه نمود. چرا که فرهنگ سازمانی پایداری مجموعه ای از ارزش هایی را فراهم می کند که پایه و اساس حرکت سازمان ها به سمت الزامات پایداری بوده و می تواند نوآوری دیجیتال برای تحقق پایداری را فراهم نماید. بنابراین، استدلال می شود که فرهنگ پایداری سازمانی توسعه مفروضات مشترک و مجموعه ای از ارزش های استانداردهای پایداری را تضمین می کند که در نهایت نوآوری دیجیتال را افزایش می دهد.

چارچوب مفهومی پژوهش

مدل کلان بکارگرفته شده در این پژوهش در شکل ۱ نمایش داده شده است. این مدل در شرکت فناپ زیرساخت در حال استقرار می باشد و یکی از بخش های مهم آن بعد فرهنگ سازمانی (پایدار/دیجیتال) می باشد که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



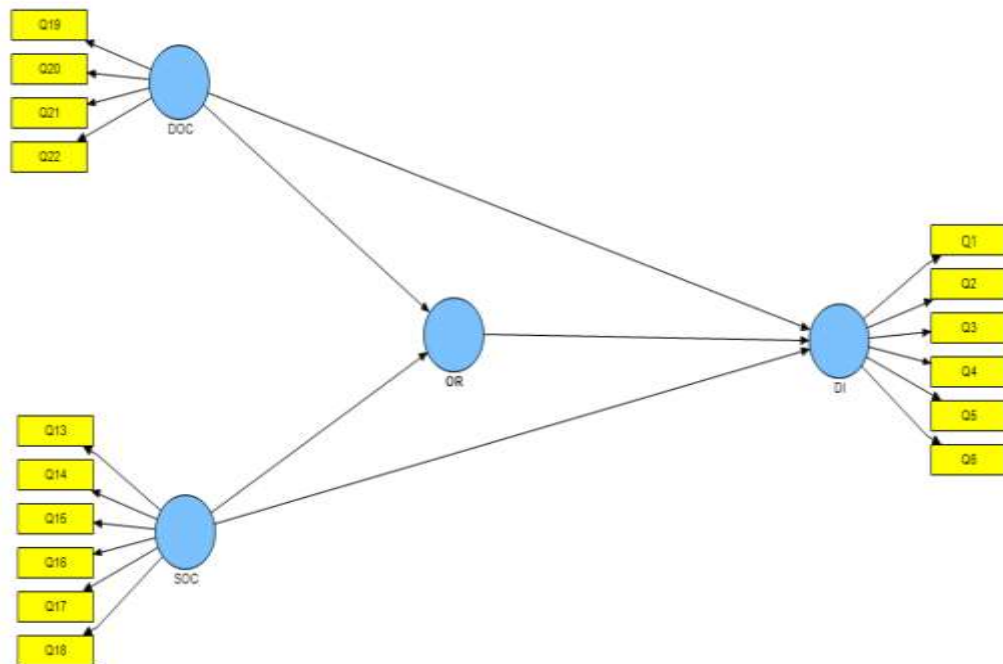
شکل ۱) مدل تعالی منابع انسانی (پایدار/دیجیتال) [۵۶].



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

برای تحقق هدف پژوهش، با توجه به مبانی نظری از الگوی زیر استفاده شده است. در این چارچوب فرهنگ سازمانی پایدار و فرهنگ سازمانی دیجیتال متغیر مستقل، نوآوری دیجیتال متغیر وابسته و متغیر آمادگی سازمانی به عنوان متغیر میانجی می باشد.



شکل ۲) چارچوب مفهومی پژوهش

روش شناسی تحقیق

جامعه، نمونه و شیوه جمع آوری داده ها

مقاله حاضر با رویکرد توصیفی پیمایشی و با هدف کاربردی است. هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی پایدار و فرهنگ سازمانی دیجیتال با نوآوری دیجیتال با وجود متغیر میانجی آمادگی سازمانی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان شرکت فناب زیرساخت می باشد و با روش نمونه گیری تصادفی مورد بررسی قرار گرفتند. با کنار گذاشتن پرسشنامه های مخدوش، تجزیه و تحلیل آماری روی ۸۰ پرسشنامه انجام شد. جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز این پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که جزئیات آن در جدول (۱) آورده شده است.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

جدول ۱. منابع و ابعاد پرسشنامه های پژوهش

| منبع | آلفای کرونباخ | تعداد | متغیر |
|----------------|---------------|-------|-----------------------|
| [۲۲] | ۰/۷۸۰ | ۶ | نوآوری دیجیتال |
| [۲۲] | ۰/۸۵۸ | ۶ | آمادگی سازمانی |
| [۲۲] | ۰/۸۸۶ | ۴ | فرهنگ سازمانی دیجیتال |
| محقق ساخته شده | ۰/۸۰۲ | ۶ | فرهنگ سازمانی پایدار |

علاوه بر تأیید پرسشنامه فرهنگ سازمانی پایدار از سوی اساتید که به پژوهش های مرتبط پرداخته اند، برای ارزیابی پایایی پرسشنامه و اطمینان از هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقادیر آن در جدول شماره ۱ آمده است. برای اندازه گیری هر یک از سؤال ها نیز از طیف لیکرت (۱- بسیار مخالفم تا ۵- بسیار موافقم) استفاده شده است. داده ها نیز با استفاده از نرم افزارهای SPSSwin19 و Smart PLS 2 تجزیه و تحلیل شدند و از مدل سازی معادله های ساختاری استفاده شد. باید خاطر نشان کرد که حداقل مقدار قابل قبول برای آلفای کرونباخ ۰/۷ می باشد [۵۷]. از آن جایی که ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر کدام از متغیرها بیش از ۰/۷ بوده، بنابراین پژوهش حاضر از این لحاظ دارای پایایی می باشد.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

در این پژوهش برای توصیف ویژگی های پاسخ دهندگان از آمار توصیفی (آزمون فراوانی) استفاده شده است. از تعداد ۸۰ نفر پاسخ دهنده ۶۸/۵ درصد آن ها مرد و ۳۱/۵ درصد زن بودند. بیشترین فراوانی از نظر تحصیلات را مقطع کارشناسی با ۴۶/۷ درصد شامل می شود. در خصوص سن نیز، افرادی با رنج سنی ۳۰-۴۰ سال بیشترین فراوانی (۴۱/۷ درصد) را به خود اختصاص داده بود.

برازش مدل اندازه گیری

در این پژوهش برای بررسی برازش مدل و تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده گردیده است. به همین دلیل، برازش مدل پژوهش با استفاده از معیارهای پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای بررسی میزان پایایی از دو معیار آلفای کرونباخ (در جدول ۱ آورده شده است) و پایایی ترکیبی استفاده شد. باید خاطر نشان کرد که مقدار این دو معیار می بایست بزرگتر یا مساوی با ۰/۷ باشد تا پایایی در مورد آن مدل اندازه گیری قابل قبول باشد. همچنین، روایی پرسشنامه نیز توسط دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا بررسی گردید.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

برای ارزیابی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده استفاده شد که مقدار قابل قبول برای آن می‌بایست بزرگتر یا مساوی ۰/۵ باشد [۵۸]. نتایج این معیارها مطابق جدول (۲) می‌باشد.

جدول ۲. بار عاملی، آماره تی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده سازه‌های پژوهش

| AVE | CR | آماره تی | بار عاملی | سوالات | سازه |
|-------|-------|----------|-----------|--------|-----------------------|
| ۰.۷۰۳ | ۰.۸۸۴ | ۳۷/۱۰۶ | ۰/۷۵۶ | Q1 | نوآوری دیجیتال |
| | | ۱۰/۲۲۴ | ۰/۸۰۶ | Q2 | |
| | | ۱۲/۶۷۴ | ۰/۸۷۴ | Q3 | |
| | | ۵۵/۰۹۱ | ۰/۸۲۶ | Q4 | |
| | | ۵۳/۹۴۴ | ۰/۷۳۲ | Q5 | |
| | | ۸۲/۶۱۵ | ۰/۸۱۵ | Q6 | |
| ۰.۶۰۵ | ۰.۸۹۸ | ۲۴/۸۲۹ | ۰/۸۲۱ | Q7 | آمادگی سازمانی |
| | | ۳۲/۵۸۱ | ۰/۸۲۹ | Q8 | |
| | | ۱۱/۳۹۴ | ۰/۷۷۸ | Q9 | |
| | | ۴۵/۸۹۳ | ۰/۸۸۹ | Q10 | |
| | | ۲۴/۸۵۲ | ۰/۷۹۳ | Q11 | |
| | | ۳۳/۳۲۹ | ۰/۸۰۹ | Q12 | |
| ۰.۵۰۱ | ۰.۸۵۷ | ۳۵/۰۸۴ | ۰/۷۱۲ | Q13 | فرهنگ سازمانی پایدار |
| | | ۲۲/۷۷۷ | ۰/۶۷۰ | Q14 | |
| | | ۲۸/۸۴۶ | ۰/۷۲۶ | Q15 | |
| | | ۴۷/۳۳۵ | ۰/۷۱۷ | Q16 | |
| | | ۳۲/۲۷۰ | ۰/۸۴۴ | Q17 | |
| | | ۷۱/۰۲۲ | ۰/۷۷۳ | Q18 | |
| ۰.۵۹۴ | ۰.۹۲۰ | ۱۲/۳۸۵ | ۰/۸۴۱ | Q19 | فرهنگ سازمانی دیجیتال |
| | | ۱۱/۳۰۶ | ۰/۶۱۰ | Q20 | |
| | | ۱۵/۵۸۴ | ۰/۶۲۲ | Q21 | |



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

| | | |
|--------|-------|-----|
| ۱۷/۶۴۷ | ۰/۷۲۷ | Q22 |
|--------|-------|-----|

همان گونه که از جدول (۲) مشخص است، تمامی مقادیر پایایی ترکیبی سازه‌های پژوهش از ۰/۷ بیشتر می‌باشد، همچنین مقدار AVE نیز برای سازه‌ها بزرگتر از ۰/۵ بدست آمده است، و این مطلب مؤید این است که پایایی و روایی همگرای مدل پژوهش در حد قابل قبول می‌باشد.

علاوه بر پایایی و روایی همگرا، برای بررسی روایی واگرا، می‌بایست میزان تفاوت بین شاخص‌های یک متغیر با شاخص‌های دیگر در مدل پژوهش مقایسه شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر متغیر با مقادیر ضرایب همبستگی بین متغیرهای مرتبه اول، محاسبه می‌گردد. برای این کار یک ماتریس تشکیل می‌دهیم که مقادیر قطر اصلی آن جذر ضرایب AVE هر متغیر و مقادیر پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی بین هر متغیر با متغیرهای دیگر می‌باشد [۵۷]. در جدول (۳) این مقادیر نشان داده شده است.

جدول ۳. بررسی روایی واگرای پژوهش

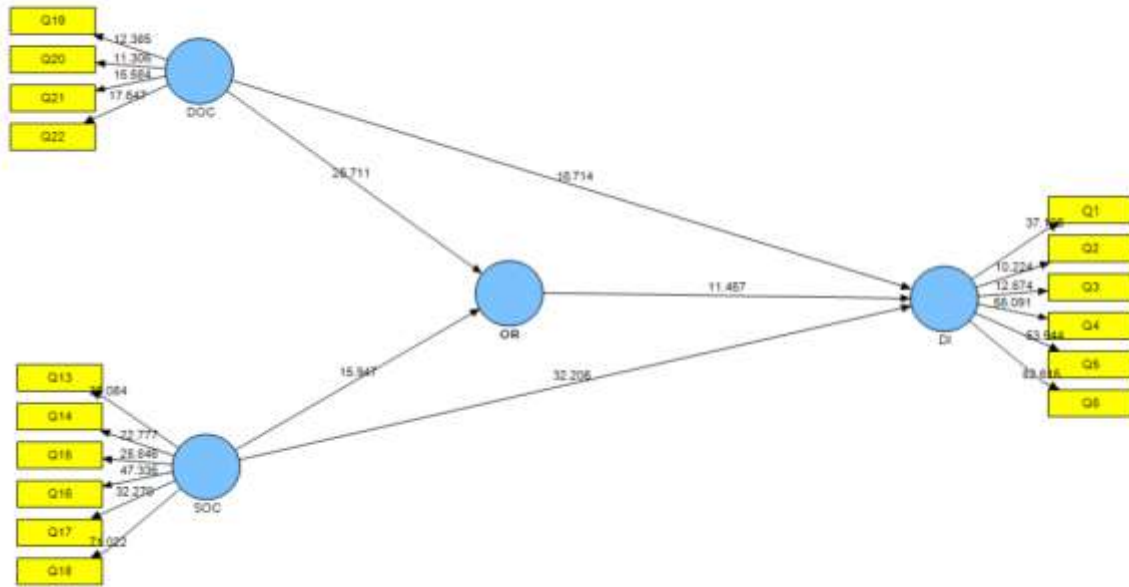
| سازه‌ها | نوآوری دیجیتال | فرهنگ سازمانی دیجیتال | آمادگی سازمانی | فرهنگ سازمانی پایدار |
|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|----------------------|
| نوآوری دیجیتال | ۰/۸۳۸ | | | |
| فرهنگ سازمانی دیجیتال | ۰/۲۷۲ | ۰/۷۷۱ | | |
| آمادگی سازمانی | ۰/۴۶۹ | ۰/۴۲۶ | ۰/۷۷۷ | |
| فرهنگ سازمانی پایدار | ۰/۳۶۵ | ۰/۵۶۴ | ۰/۵۳۰ | ۰/۷۰۷ |

برازش مدل ساختاری

اساسی‌ترین شاخص برازش مدل ساختاری، ضرایب مسیر و معناداری آن می‌باشد. خروجی‌ها و نتایج آزمون در قالب جدول (۴) آورده شده است. لازم به ذکر است برای بررسی معنادار بودن روابط باید به مقادیر آماره t توجه کرد و مقدار استاندارد بالای قدر مطلق ۱.۹۶ معنادار بودن رابطه را می‌رساند.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)



شکل ۳) سطح معناداری مدل تحقیق

ضریب مربوط به مسیر متغیرهای پژوهش همگی بیشتر از ۱.۹۶ بوده و در نتیجه فرضیه های پژوهش دارای سطح مناسبی از معناداری بوده و تایید می شوند. جدول (۴) نتایج آزمون معناداری را نشان می دهد.
جدول ۴. سطح معناداری روابط بین متغیرها

| نتیجه | آماره t | متغیرها |
|----------|---------|--|
| تایید شد | ۲۶/۷۱۱ | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← آمادگی سازمانی |
| تایید شد | ۱۵/۹۴۷ | فرهنگ سازمانی پایدار ← آمادگی سازمانی |
| تایید شد | ۱۱/۴۶۷ | آمادگی سازمانی ← نوآوری دیجیتال |
| تایید شد | ۱۶/۷۱۴ | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال |
| تایید شد | ۳۲/۲۰۶ | فرهنگ سازمانی پایدار ← نوآوری دیجیتال |

ضریب تعیین (R^2)، اندازه تأثیر (f^2) و مقدار معیار سنجش (Q^2) معیارهای دیگری هستند که برای متصل کردن بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل سازی معادلات ساختاری به کار می روند.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

جدول ۵. اثرات بر متغیر درون‌زا و مقادیر کیفیت مدل ساختاری

| مقدار معیار سنجش (I-SSE/SSO) | اندازه تأثیر (F ²) | ضریب تعیین (R ²) | |
|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|--|
| ۰/۴۸۸ | - | ۰/۴۴۵ | آمادگی سازمانی |
| ۰/۵۶۹ | - | ۰/۵۳۵ | نوآوری دیجیتال |
| - | ۰/۴۲۵ | - | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← آمادگی سازمانی |
| - | ۰/۳۲۸ | - | فرهنگ سازمانی پایدار ← آمادگی سازمانی |
| - | ۰/۴۴۲ | - | آمادگی سازمانی ← نوآوری دیجیتال |
| - | ۰/۵۵۵ | - | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال |
| - | ۰/۶۷۱ | - | فرهنگ سازمانی پایدار ← نوآوری دیجیتال |

سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ برای ضریب تعیین [۵۹]، و سه مقدار ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ برای اندازه تأثیر و مقدار معیار سنجش، به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده‌اند [۶۰]، که مقادیر بدست آمده نشان از قابل قبول بودن برازش مدل ساختاری است.

سنجش مدل کلی

علاوه بر معیارهای مذکور جهت سنجش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری که در بالا به آن‌ها اشاره شد از شاخصی به اسم نیکویی برازش، معرفی شده توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) برای سنجش کلی مدل استفاده می‌کنیم [۶۱]. این معیار هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد. در واقع، توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) سه مقدار ۰.۰۱، ۰.۲۵ و ۰.۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معرفی نموده‌اند [۶۲].

رابطه (۱)

$$= \sqrt{0/601 \times 0/491} = 0/543GOF = \sqrt{Com} \times R^2$$

با توجه به مقادیر معیار برای سنجش مدل کلی، عدد به دست آمده (۰/۵۴۳) نشان از برازش کلی قوی برای مدل پژوهش دارد.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

آزمون فرضیه های تحقیق

پس از بررسی برازش مدل های اندازه گیری، ساختاری و مدل کلی محقق اجازه می یابد که به بررسی و آزمودن فرضیه های پژوهش خود بپردازد. بنابراین، اثرات متغیرهای تم نوآوری دیجیتال، آمادگی سازمانی، فرهنگ سازمانی پایدار و فرهنگ سازمانی دیجیتال با استفاده از روش معادلات ساختاری در دو حالت اعداد معناداری برای بررسی فرضیه ها و تخمین استاندارد برای بررسی شدت تأثیر متغیرها بر هم بررسی و نتایج در جدول ۶ درج شده است.

جدول ۶. نتایج مدل ساختاری

| نتیجه | ضریب مسیر | اعداد معناداری | مسیر ساختاری |
|-------------------------|------------------------------|----------------|---|
| اثرات مستقیم | | | |
| تأیید | ۰/۶۸۷ | ۲۶/۷۱۱ | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← آمادگی سازمانی |
| تأیید | ۰/۴۲۶ | ۱۵/۹۴۷ | فرهنگ سازمانی پایدار ← آمادگی سازمانی |
| تأیید | ۰/۳۷۸ | ۱۱/۴۶۷ | آمادگی سازمانی ← نوآوری دیجیتال |
| تأیید | ۰/۴۲۷ | ۱۶/۷۱۴ | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال |
| تأیید | ۰/۷۴۹ | ۳۲/۲۰۶ | فرهنگ سازمانی پایدار ← نوآوری دیجیتال |
| اثرات غیر مستقیم | | | |
| تأیید | $0/687 \times 0/378 = 0/259$ | ۷/۲۴۳ | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← آمادگی سازمانی ← نوآوری دیجیتال |
| تأیید | $0/426 \times 0/378 = 0/161$ | ۳/۶۸۱ | فرهنگ سازمانی پایدار ← آمادگی سازمانی ← نوآوری دیجیتال |
| اثرات کل | | | |
| - | $0/427 + 0/259 = 0/686$ | - | فرهنگ سازمانی دیجیتال ← نوآوری دیجیتال |
| - | $0/739 + 0/161 = 0/900$ | - | فرهنگ سازمانی پایدار ← نوآوری دیجیتال |

علاوه بر مطالب ارائه شده، برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره ای به نام VAF استفاده می شود [۶۳]. که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می کند. هرچه این مقدار به ۱ نزدیک تر باشد، نشان از قوی تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می سنجد.

رابطه ۲)

$$VAF = \frac{0/687 \times 0/378}{(0/687 \times 0/378) + 0/427} = 0/۳۷۷$$

$$VAF = \frac{0/426 \times 0/378}{(0/426 \times 0/378) + 0/749} = 0/۱۷۸$$



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

این بدان معناست که ۳۷/۷ درصد از اثر کل فرهنگ سازمانی دیجیتال بر نوآوری دیجیتال از طریق غیرمستقیم، توسط متغیر آمادگی سازمانی و همچنین ۱۷/۸ درصد از اثر کل فرهنگ سازمانی پایدار بر نوآوری دیجیتال از طریق غیرمستقیم، توسط متغیر آمادگی سازمانی، تبیین می شود که موید نقش میانجی آمادگی سازمانی در مدل تحقیق است.

آزمون سوبل

بطور کلی در آزمون سوبل می توان از تخمین نرمال برای بررسی معنی داری رابطه استفاده کرد. در زیر آزمون سوبل برای روابط میانجی مدل آورده شده است.

$$Z = \frac{a*b}{\sqrt{(b^2*S^2a)+(a^2*S^2b)}} = ۵.۱۲$$

$$Z = \frac{a*b}{\sqrt{(b^2*S^2a)+(a^2*S^2b)}} = ۴.۸۹$$

با توجه به نتایج آزمون سوبل، متغیر میانجی تاثیر مستقیمی بر رابطه متغیرهای مستقل و وابسته داشته است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

در این پژوهش که با هدف بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی پایدار و فرهنگ سازمانی دیجیتال با نوآوری دیجیتال با وجود متغیر میانجی آمادگی سازمانی انجام شد، ابتدا با مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق فرضیات تحقیق تدوین شدند. جهت آزمون فرضیات از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردیده است. بر اساس نتایج کسب شده تمامی فرضیه های این پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. بطور کلی این نتایج نشان داد که فرهنگ پایدار/دیجیتال تاثیر مستقیمی بر آمادگی سازمانی و نوآوری دیجیتال داشته و آمادگی سازمانی متاثر از این فرهنگ، تاثیر مستقیمی بر نوآوری دیجیتال دارد.

✓ فرضیه ۱: (H1) فرهنگ سازمانی پایدار رابطه مثبتی با نوآوری سازمانی دارد.

نتایج این پژوهش بیانگر تاثیر مثبت و معنادار فرهنگ سازمانی پایدار بر نوآوری سازمانی را نشان می دهد، و مقدار آماره t مربوط به اجرای مدل در حالت اعداد معناداری نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می باشد.

✓ فرضیه ۲: (H2) فرهنگ سازمانی دیجیتال رابطه مثبتی با نوآوری دیجیتال دارد.

نتایج این پژوهش بیانگر تاثیر مثبت و معنادار فرهنگ سازمانی دیجیتال بر نوآوری سازمانی را نشان می دهد، و مقدار آماره t مربوط به اجرای مدل در حالت اعداد معناداری نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می باشد.

✓ فرضیه ۳: (H3) فرهنگ سازمانی پایدار رابطه مثبتی با آمادگی سازمانی دارد.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

نتایج این پژوهش بیانگر تأثیر مثبت و معنادار فرهنگ سازمانی پایدار بر آمادگی سازمانی را نشان می‌دهد، و مقدار آماره t مربوط به اجرای مدل در حالت اعداد معناداری نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می‌باشد.

✓ فرضیه ۴. (H4) فرهنگ سازمانی دیجیتال رابطه مثبتی با آمادگی سازمانی دارد.

نتایج این پژوهش تأثیر مثبت و معنادار فرهنگ سازمانی دیجیتال بر آمادگی سازمانی را نشان می‌دهد، و مقدار آماره t مربوط به اجرای مدل در حالت اعداد معناداری نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می‌باشد.

✓ فرضیه ۵. (H5) آمادگی سازمانی رابطه مثبتی با نوآوری دیجیتال دارد.

نتایج این پژوهش بیانگر تأثیر مثبت و معنادار آمادگی سازمانی بر نوآوری سازمانی را نشان می‌دهد، و مقدار آماره t مربوط به اجرای مدل در حالت اعداد معناداری نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می‌باشد.

✓ فرضیه ۶. (H6) رابطه میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال.

رابطه‌ی میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی دیجیتال و نوآوری دیجیتال بررسی گردید. مقدار آماره t مربوط به این رابطه نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می‌باشد.

✓ فرضیه ۷. (H7) رابطه میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی پایدار و نوآوری دیجیتال.

رابطه‌ی میانجی آمادگی سازمانی بین فرهنگ سازمانی پایدار و نوآوری دیجیتال بررسی گردید. مقدار آماره t مربوط به این رابطه نشان از سطح معناداری ۹۵ درصدی فرضیه می‌باشد.

منابع:

- [1] Vidmar, D., Marolt, M., & Pucihar, A. (2021). Information Technology for Business Sustainability: A Literature Review with Automated Content Analysis. *Sustainability*, 13(3), 1192.
- [2] Romero, M. C., Lara, P., & Villalobos, J. (2021). Evolution of the business model: Arriving at open business model dynamics. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 86.
- [3] Jørgensen, S., & Pedersen, L. J. T. (2018). *RESTART sustainable business model innovation* (p. 253). Springer Nature.
- [4] Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
- [5] Millar, C.; Hind, P.; Millar, C.; Hind, P.; Millar, C.; Magala, S. Sustainability and the need for change: Organisational change and transformational vision. *J. Organ. Chang. Manag.* 2012, 25, 489–500.
- [6] Wróblewski, Łukasz, Ana Gaio, and Ellen Rosewall. "Sustainable cultural management in the 21st century." *Sustainability* 11, no. 17 (2019): 4665.
- [7] Marans, Robert W., and John Callewaert. "Monitoring the culture of sustainability at The University of Michigan: fall 2012." (2013).



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

- [8] Salvioni, Daniela M., and Alex Almici. "Transitioning toward a circular economy: The impact of stakeholder engagement on sustainability culture." *Sustainability* 12, no. 20 (2020): 8641.
- [9] Broman, G.I.; Robert, K.H. A framework for strategic sustainable development. *J. Clean. Prod.* 2015, 140, 1–15.
- [10] Schaltegger, S.; Hansen, E.G.; Ledeker-Freund, F. Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organ. Environ.* 2016, 29, 3–10.
- [11] Luken, R.; Stares, R. Small business responsibility in developing countries: A threat or an opportunity? *Bus. Strategy Environ.* 2005, 14, 38–53.
- [12] Vermeulen, W.J.; Witjes, S. On addressing the dual and embedded nature of business and the route towards corporate sustainability. *J. Clean. Prod.* 2016, 112, 2822–283
- [13] Kantabutra, Sooksan. "Exploring relationships among sustainability organizational culture components at a leading asian industrial conglomerate." *Sustainability* 13, no. 4 (2021): 1733.
- [14] Marshall, D.; McCarthy, L.; McGrath, P.; Claudy, M. Going above and beyond: How sustainability culture and entrepreneurial orientation drive social sustainability supply chain practice adoption. *Supply Chain Manag. Int. J.* 2015, 434–454.
- [15] Lozano, R. Are companies planning their organisational changes for corporate sustainability? An analysis of three case studies on resistance to change and their strategies to overcome it. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2013, 20, 275–295.
- [16] Eccles, R.G.; Ioannou, I.; Serafeim, G. The Impact of a Corporate Culture of Sustainability on Corporate Behavior and Performance; Working Paper, 12-035; Harvard Business School: Harvard, UK, 2012.
- [17] Dessen, J.; Battaglini, E.; Horlings, L. *Cultural Sustainability and Regional Development: Theories and Practices of Territorialisation*; Routledge: London, UK, 2015.
- [18] Levin, Ilya, and Dan Mamlok. "Culture and Society in the Digital Age." *Information* 12, no. 2 (2021): 68.
- [19] Wiesbock, F.; Hess, T. Digital innovations. *Electron. Mark.* 2020, 30, 75–86.
- [20] Chege, S.M.; Wang, D.; Suntu, S.L. Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya. *Inf. Technol. Dev.* 2020, 26, 316–345.
- [21] Elia, G.; Margherita, A.; Passiante, G. Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 2020, 150, 119791.
- [22] Zhen, Zhang, Zahid Yousaf, Magdalena Radulescu, and Muhammad Yasir. "Nexus of digital organizational culture, capabilities, organizational readiness, and innovation: investigation of SMEs operating in the digital economy." *Sustainability* 13, no. 2 (2021): 720.
- [23] Bagnoli, C.; Dal Mas, F.; Massaro, M. The 4th Industrial Revolution and its features. Possible business models and evidence from the field. *Int. J. E-Serv. Mob. Appl.* 2019, 11, 34–47.
- [24] Bayo-Moriones, A.; Billon, M.; Lera-Lopez, F. Perceived performance effects of ICT in manufacturing SMEs. *Ind. Manag. Data Syst.* 2013, 113, 117–135.
- [25] Ferreira, J.J.M.; Fernandes, C.I.; Ferreira, F.A.F. To be or not to be digital that is the question: Firm innovation and performance. *J. Bus. Res.* 2019, 101, 583–590.
- [26] Schou Andreassen, C.; Pallesen, S. Social network site addiction-an overview. *Curr. Pharm. Des.* 2014, 20, 4053–4061



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

[27] Borda, A.; Bowen, J.P. Smart Cities and Digital Culture: Models of Innovation. In *Museums and Digital Culture*; Springer: Cham, Switzerland, 2019; pp. 523–549.

[28] Khin, S.; Ho, T.C. Digital technology, digital capability and organizational performance. *Int. J. Innov. Sci.* 2019, 24, 65–78.

[29] Dery, K.; Sebastian, I.M.; van der Meulen, N. The Digital Workplace is Key to Digital Innovation. *MIS Q. Exec.* 2017, 16, 67–79.

[30] Trushkina, N.; Abazov, R.; Rynkevych, N.; Bakhautdinova, G. Digital Transformation of Organizational Culture under Conditions of the Information Economy. *Virtual Econ.* 2020, 3, 7–38.

[31] Weiner, B.J. A Theory of Organizational Readiness for Change. In *Handbook on Implementation Science*; Nielsen, P., Birken, S., Eds.; Edward Elgar Publishing: Northampton, MA, USA, 2020; pp. 215–232.

[32] Ziaei Nafchi, M.; Mohelska, H. Organizational Culture as an Indication of Readiness to Implement Industry 4.0. *Information* 2020, 11, 174.

[33] Tseng, M.-L.; Wu, K.-J.; Ma, L.; Kuo, T.C.; Sai, F. A hierarchical framework for assessing corporate sustainability performance using a hybrid fuzzy synthetic method-DEMATEL. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 2019, 144, 524–533.

[34] Baumgartner, R.J. Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2014, 21, 258–271.

[35] Kiesnere, A.L.; Baumgartner, R.J. Sustainability management emergence and integration on different management levels in smaller large-sized companies in Austria. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2019, 26, 1–20.

[36] Lokuge, S.; Sedera, D.; Grover, V.; Dongming, X. Organizational readiness for digital innovation: Development and empirical calibration of a construct. *Inf. Manag.* 2019, 56, 445–461.

[37] Ketprapakorn, N.; Kantabutra, S. Culture development for sustainable SMEs: Toward a behavioral theory. *Sustainability* 2019, 11, 2629.

[38] Ulrich, D.; Brockbank, W. Creating a winning culture: Next step for leading HR professionals. *Strateg. Hr Rev.* 2016, 15, 51–56.

[39] Basu, K.K. Organizational culture and leadership in ERP implementation. *Int. J. Strateg. Chang. Manag.* 2015, 6, 292–313.

[40] Taherdoost, H. A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manuf.* 2018, 22, 960–967.

[41] Muller, S.D.; Obwegeser, N.; Glud, J.V.; Johildarson, G. Digital Innovation and Organizational Culture. *Scand. J. Inf. Syst.* 2019, 31, 3–34.

[42] Svahn, F.; Mathiassen, L.; Lindgren, R. Embracing Digital Innovation in Incumbent Firms: How Volvo Cars Managed Competing Concerns. *MIS Q. Exec.* 2017, 41, 239–253.

[43] Ketprapakorn, Nuttasorn, and Sooksan Kantabutra. "Culture development for sustainable SMEs: Toward a behavioral theory." *Sustainability* 11, no. 9 (2019): 2629.

[44] Schein, E.H. *Organizational Culture and Leadership*, 2nd ed.; Jossey-Bass: San Francisco, CA, USA, 1997.

[45] Florea, L.; Cheung, Y.H.; Herndon, N.C. For all good reasons: Role of values in organizational sustainability. *J. Bus. Ethics* 2013, 114, 393–408.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)

6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

[46] Avery, G.C.; Bergsteiner, H. Sustainable Leadership: Honeybee and Locust Approaches; Routledge: New York, NY, USA, 2011.

[47] Suriyankietkaew, S.; Kantamara, K. Business ethics and spirituality for corporate sustainability: A Buddhism perspective. *J. Manag. Spiritual. Relig.* 2019, 16, 264–289.

[48] Liu, J. Measuring the value and impact of culture: Why and how? A literature review of academic and practical works. *Cult. Manag. Sci. Educ.* 2018, 2, 9–30.

[49] Dragi'cevi'c Šeši'c, M.; Stefanovi'c, M. Leadership styles and values: The case of independent cultural organizations. *Cult. Manag. Sci. Educ.* 2017, 1, 29–37.

[50] Williams, I. Organizational readiness for innovation in health care: Some lessons from the recent literature. *Health Serv. Manag. Res.* 2011, 24, 213–218.

[51] Gulluce, A.; Kaygin, E.; Kafadar, S.; Atay, M. The Relationship between transformational leadership and organizational commitment: A study on the bank employees. *J. Serv. Sci. Manag.* 2016.

[52] Sánchez, M.A. A framework to assess organizational readiness for the digital transformation. *Dimens. Empresarial* 2017, 15, 27–40.

[53] Ke, W.; Wei, K.K. Organizational culture and leadership in ERP implementation. *Decis. Support Syst.* 2008, 45, 208–218.

[54] Harris, G.; Yarbrough, A.; Abernathy, D.; Peters, C. Manufacturing Readiness for Digital Manufacturing. *Manuf. Lett.* 2019, 22, 16–18.

[55] Levallet, N.; Chan, Y.E. Role of Digital Capabilities in Unleashing the Power of Managerial Improvisation. *Mis Q. Exec.* 2018, 17, 45–56.

[56] Kargar Shouraki, Mohammad; Innovation of Digital Sustainable Human Resource Management Model Based on Dynamic Capabilities; The 18th International Management Conference. 2021.

[57] Hair Jr, Joseph F., Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, and Siegfried P. Gudergan. *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. Sage publications, 2017.

[58] Hulland, John. "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies." *Strategic management journal* 20, no. 2 (1999): 195-204.

[59] Chin, Wynne W. "Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling." *MIS quarterly* (1998): vii-xvi.

[60] Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, and Rudolf R. Sinkovics. "The use of partial least squares path modeling in international marketing." In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited, 2009.

[61] Tenenhaus, Michel, Silvano Amato, and Vincenzo Esposito Vinzi. "A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling." In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, vol. 1, no. 2, pp. 739-742. 2004.

[62] Fornell, Claes, and David F. Larcker. "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error." *Journal of marketing research* 18, no. 1 (1981): 39-50.

[63] Wetzels, Martin, Gaby Odekerken-Schröder, and Claudia Van Oppen. "Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration." *MIS quarterly* (2009): 177-195.



ششمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد فرهنگ در عصر فناوری های نوین)
6th National Conference on Organizational Culture
(With Culture Approach Emphasis on the Era Advance Technology)

The Impact of Sustainable / Digital Culture on Improving Organizational Readiness for Digital Innovation in Fanap Infrastructure Company

Abstract

The importance of organizational culture is such that, according to Peter Drucker, the great thinker of world management; It is stated that culture; Swallow strategy at breakfast. For years, businesses have faced two fundamental challenges. The first challenge is the issue of sustainability, where organizations need to pay attention to social and environmental issues in addition to the economic issue, and creating the right culture to meet the requirements of sustainability is very important. The second challenge is related to the developments of the digital age; Every day, businesses are witnessing the creation and application of new digital technologies in all different areas of business. This accelerated after the spread of COVID-19, and businesses that failed to adapt to the new conditions were severely challenged or even eliminated. On the other hand, organizational innovation is the most important factor for long-term success of organizations. Especially in the age of digital transformation, organizations need digital innovation. But digital innovation is not possible without proper preparation and preparation. This article examines the impact of digital sustainability culture on improving organizational readiness with the aim of digital innovation in Fanap Infrastructure Company. The research method used was structural equations and the data were analyzed using SPSSwin19 and Smart PLS 2 software. Based on the obtained results, digital organizational culture and sustainable organizational culture both affect the readiness of the organization and have a positive relationship on the realization of digital innovation in Fanap Infrastructure Company.

Keywords: Digital Organizational Culture, Sustainable Organizational Culture, Digital Innovation