



بررسی نقش رهبری تحول آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت خط‌مشی‌گذاری و تصمیم‌گیری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران	علی خلخالی
کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران	مانده بنفشه‌ای
کارشناسی ارشد الکترونیک قدرت و ماشین‌های الکتریکی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران	امیر حیدری
استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران	فاطمه حمیدی‌فر
کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران	بهاره کمانی*

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱

دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۶

چکیده:

امروزه اقتصاد دیجیتال و سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات، به عنوان راهی ضروری برای تحول دیجیتالی سازمان‌ها تبدیل شده است. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا کرده و می‌توان گفت اکثریت کسب‌وکارها را این گونه مشاغل تشکیل می‌دهند. هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش رهبری تحول آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌باشد؛ لذا این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان و مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در شهر تهران است. با توجه به فرمول کوکران برای حجم جامعه نامعلوم تعداد نمونه ۳۸۴ نفر به دست آمد. به منظور سنجش متغیر اقتصاد شهری از پرسشنامه محقق ساخته و همچنین جهت سنجش متغیرهای استراتژی دیجیتال و رهبری تحول آفرین دیجیتال از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، از نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها از روش مدل معادلات ساختاری و در بستر نرم‌افزارهای آماری Amos و SPSS بهره گرفته شد. طبق یافته‌ها رهبری تحول آفرین دیجیتال به طور مثبت و معناداری بر توسعه اقتصاد شهری تأثیر می‌گذارد، همچنین استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: رهبری تحول آفرین دیجیتال، استراتژی دیجیتال، اقتصاد شهری، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

۱- مقدمه

در دهه‌های اخیر رشد اقتصاد شهر، منطقه و عوامل مؤثر بر آن در رشته‌های مختلف به ویژه توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی شهری بسیار مورد توجه بوده است (فتوحی و زیاری، ۱۳۹۹). (امروزه یکی از مأموریت‌های نوین مدیریت شهری، نقش‌آفرینی و مشارکت فعال مدیریت محلی و شهرداری‌ها در حوزه توسعه اقتصادی بوده و با این رویکرد بسیاری از مجموعه‌های مدیریت شهری دست به تحول و تجدید ساختار در رویکردهای برنامه‌ریزی توسعه و حکمروایی خود زده‌اند تا بتوانند در عرصه رقابت‌پذیری شهری و توسعه اقتصاد ملی و محلی، از توفیق بیشتری برخوردار شوند. (Gupta, 2021) در گذر زمان، شهرها به عنوان پدیده‌ای پیچیده و پویا همواره دچار تحولات کالبدی، سیاسی، اقتصادی و حتی فرهنگی و اجتماعی می‌شوند. در تدوین استراتژیک توسعه شهری برمبنای عوامل درونی و فرصت‌های بیرونی، انتخاب استراتژی بسیار مهم و کلیدی می‌باشد و در واقع ابعاد استراتژی توسعه شهری در شهرها همان سند توسعه شهری در تمام ابعاد است (میرباقری هیر و همکاران، ۱۳۹۹). تعداد فزاینده‌ای از شهرها در سراسر جهان نیز به نیاز به سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد دیجیتال به سرعت در حال رشد پی برده‌اند. شهرها شروع به توسعه استراتژی‌های دیجیتال شهری کرده‌اند تا رویکرد برنامه‌ریزی دیجیتال و سیاست‌گذاری خود را از حالت موقت به یک رویکرد یکپارچه و استراتژیک که از پتانسیل‌های متنوع فرصت‌های دیجیتالی استفاده می‌کند، توسعه دهند. (Alizadeh, 2017)

امروزه شرکت‌های کوچک و متوسط به موتور رشد اقتصادی جهانی تبدیل شده‌اند. اما هر روزه فضای شرکت‌های کوچک و متوسط، پیچیده‌تر و پویاتر می‌شود و ایجاد و توسعه مزیت‌های رقابتی، تابع داشتن استراتژی متناسب، بهبود مستمر فناوری‌های موجود و نوآور بودن است. فناوری دیجیتال به شرکت‌های کوچک و متوسط فرصت‌های تجاری و رقابتی قابل توجهی ارائه می‌دهد. در

میان بخش‌ها و صنایع مختلف، فناوری‌های دیجیتال به صورت بنیادی، استراتژی‌ها، فرایندها، قابلیت‌های کسب‌وکار، محصولات و خدمات و نیز روابط درون سازمانی را متحول ساخته است. (Bharadwaj et al., 2016) پیاده‌سازی استراتژی دیجیتال به این موضوع اشاره دارد که چگونه شرکت‌ها استراتژی دیجیتال تدوین شده را به یک برنامه مشخص و مجموعه اقداماتی که چگونه مدل کسب‌وکار فعال دیجیتالی جدید را اعمال می‌کنند، ترجمه می‌کنند. بنابراین، اجرای دقیق یک استراتژی دیجیتال برای اطمینان از سازگاری بین اقدامات شرکت و اهداف تعریف شده در تدوین استراتژی دیجیتال بسیار مهم است (Correani et al., 2020).

شرکت‌های کوچک و متوسط با چالش‌هایی روبه‌رو هستند. این بدان معناست که آنها تحت تأثیر دیجیتالی شدن و تحول دیجیتالی مرتبط با مدل‌های کسب‌وکار مربوطه خود قرار گرفته‌اند؛ زیرا روش ایجاد و جذب ارزش در عصر دیجیتال تغییر کرده است. برای رقابتی ماندن، شرکت‌های کوچک و متوسط نیز باید در جهت استراتژیک خود و به‌ویژه استراتژی دیجیتالی خود تجدیدنظر کنند و تا آنجا که چنین استراتژی در این شرکت‌ها وجود دارد، آن‌ها را با شرایط زیربنایی تغییر یافته تطبیق دهند (Becker & Schmid, 2020). امروزه در عصر دیجیتال، دگرگونی به صراحت با فناوری و نوآوری دیجیتال مرتبط است و می‌توان آن را به عنوان یک رویکرد کل‌نگر برای تغییر سازمان‌ها به سمت پیاده‌سازی فناوری‌های جدید و راه‌حل‌های دیجیتال برای ارتقای عملکرد سازمانی از طریق تقویت قابلیت‌های سازمانی و رقابت‌پذیری در نظر گرفت. با این حال، تحول دیجیتال در مورد تکنولوژی و مردم است. در واقع، انقلاب فناورانه یک سازمان بر تمام ابعاد سازمان به عنوان مجموعه‌ای از روابط و پیامدها، از جمله سرمایه سازمانی، منابع انسانی، شیوه‌های مدیریتی، توسعه محصول، عملیات، مهندسی فرایند و تصمیمات مدیریت تأثیر می‌گذارد. تحول دیجیتال در مورد دستیابی به فناوری و جذب دانش

دارند که سازمان های خصوصی و دولتی را به سازمان هایی با توانایی بیشتر برای رشد و ترقی و حتی ادامه حیات، متحول کنند. همچنین با توجه به اینکه محیط پیرامون سازمان ها امروزه پویاتر از قبل شده است، ضروری است که سازمان ها بالاخص کسب و کارهای کوچک و متوسط برای رسیدن به موفقیت به سمت تحول حرکت نمایند. گسترش سبک های رهبری و کاربردها و تأثیرات آنها در مطالعات شهری می تواند اهمیت زیادی به ویژه در مدیریت و حکمرانی شهری داشته باشد. تحولات سازمانی نیاز به رهبران تحول آفرین دارد. رهبری تحول آفرین، یکی از تازه ترین رویکردهای مطرح شده نسبت به رهبری است، اگرچه تا به امروز، مطالعات زیادی در زمینه های مشابه انجام نشده است و همچنین هیچکدام از آنها به سهم رهبری تحول آفرین در توسعه اقتصاد شهری به ویژه در کسب و کارهای کوچک و متوسط شهر تهران اشاره نکرده اند. همچنین مطالعات محدود و کم تعدادی از تحقق تحول دیجیتال موجود است که معمولاً مختص صنایع بزرگ بوده و با توجه به کمبود منابع از هر نظر، بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط از مدل یکتایی برای تحقق تحول دیجیتال در سازمان های خود بهره ای نمی برند و به رغم توجه روزافزون به عامل رهبری در ایجاد تحولات سازمانی در دنیا و نقش آن در کارآمد نمودن سازمان ها متأسفانه در برنامه ریزی های ملی به این مهم کمتر توجه شده است. با توجه به لزوم ایجاد تحولات اساسی در نظام اداری کشور ما و نقش مؤثر رهبری و مدیریت سازمان در این گونه تحولات و تحقق تحول دیجیتال برای بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط به ویژه در حوزه های شهری می تواند به عنوان ضرورت انجام تحقیق در نظر گرفته شود. با توجه به جدید بودن موضوع رهبری تحول آفرین و تحول دیجیتال در ادبیات دانشگاهی، جنبه جدید بودن و نوآوری این تحقیق در فضایی که تا به امروز بیشتر راهکارها و چارچوب های ارائه شده برای تحقق تحول دیجیتال در صنایع بزرگ مطرح بوده است، با تمرکز بر بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط مبتنی رشد و توسعه

دیجیتال به توانمندی های سازمانی، ارزش آفرینی را غنی و تقویت می کند. تجزیه و تحلیل ابتکارات موفق تحول دیجیتال برای در نظر گرفتن شایستگی های افراد و سازمان ضروری است. فرایند تحول به احتمال زیاد از بالا هدایت می شود و به معنای سبک رهبری استبدادی یا سلسله مراتبی نیست، بلکه اذعان به اینکه تغییرات پایدار توسط رهبری مدیران ارشد تشویق می شود. به همین دلیل، نقش رهبری در تحول دیجیتال ایجاد بلوغ دیجیتالی است که این امر حیاتی است. به طور خاص، سبک رهبری برای تصمیم گیری در یک زمینه پیچیده و ترویج و گسترش فرهنگ دیجیتال متحول کننده در کل سازمان ضروری است. (Schiuma et al., 2021) رهبران تحول آفرین افرادی هستند که به پیروان توجه فردی نشان می دهند و به آنها انگیزه می دهند تا در بهترین حالت خود باشند و مهارت های رهبری خود را توسعه دهند. رهبری تحول آفرین به فرایندی اشاره دارد که یک رهبر از طریق کاریزما، انگیزه الهام بخش، تحریک فکری یا توجه فردی به پیروان انگیزه می دهد تا برای اهداف گروهی در مقابل اهداف شخصی تلاش کنند.

همچنین در عصر دیجیتال، به سبب ظهور فناوری های نوین، باورهای سنتی کسب و کار به نحوی اساسی دگرگون شده است. سازمان ها تنها یک راه پیشرو دارند و آن همگامی با تغییرات موجود است؛ در غیر این صورت از دور رقابت حذف خواهند شد و به طور کامل از صحنه وجود محو می شوند. تحول دیجیتال ماهیت کار را به طرز چشمگیری تغییر داده است. تغییرات قدرتمند و نگران کننده مرتبط با تحول دیجیتال، پیچیدگی رهبری را افزایش می دهد در حالی که به طور همزمان نیاز به انعطاف پذیری قابل توجهی دارد. (Ford et al., 2021) سازمان های امروزی اگر قادر به انطباق با تغییرات محیطی نباشند، به سرعت از گردونه رقابت خارج و جای خود را به رقبای خود خواهند داد، بنابراین شناسایی نقاط قوت و ضعف درونی سازمان همراه با فرصت ها و تهدید محیطی ضروری است. در چنین شرایطی سازمان ها نیاز به رهبرانی

رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و چابکی سازمانی به طور مثبت بر تحول دیجیتال تأثیر می‌گذارد و رهبری تحول‌آفرین دیجیتال بر چابکی سازمانی تأثیر می‌گذارد. یافته‌های مطالعه آنها همچنین نشان دهنده چابکی سازمانی برای میانجی‌گری رابطه بین رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و تحول دیجیتال است. یافته‌ها درک پیشرفته‌ای از تأثیر رهبری تحول‌آفرین و چابکی سازمانی بر تحول دیجیتال و نقش استراتژی دیجیتال ارائه می‌دهد.

سوانتو^۳ و همکاران (۲۰۲۲) پژوهشی تحت عنوان «تأثیر رهبری تحول‌آفرین، رهبر خدمتگزار و تحول دیجیتال بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط و قابلیت‌های نوآوری کاری» انجام دادند. نتایج نشان دادند رهبری تحول‌آفرین تأثیر معنی داری بر عملکرد سازمانی، رهبری تحول‌آفرین بر قابلیت‌های نوآوری کاری، رهبری خدمتگزار بر عملکرد سازمانی، رهبری خدمتگزار تأثیر معناداری بر عملکرد سازمانی ندارد. قابلیت‌های نوآوری کاری، تحول دیجیتال تأثیر معنی داری بر عملکرد سازمانی ندارد، تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر قابلیت‌های نوآوری کاری ندارد، عملکرد سازمانی تأثیر معناداری بر قابلیت‌های نوآوری کاری ندارد، رهبری تحول‌آفرین تأثیر معناداری بر عملکرد سازمانی از طریق قابلیت‌های نوآوری کاری ندارد، رهبری خدمتگزار بر عملکرد سازمانی از طریق قابلیت‌های نوآوری کاری تأثیر معناداری ندارد، تحول دیجیتال تأثیر معناداری بر عملکرد سازمانی از طریق قابلیت‌های نوآوری کاری ندارد.

فیلیپ^۴ (2021) پژوهشی تحت عنوان «مشاهده تحول دیجیتال از دریچه رهبری تحول‌آفرین» انجام داد. این تحقیق تحول دیجیتال برنامه‌ریزی شده و تحول دیجیتال اجباری را به عنوان دو طبقه‌بندی پیشنهاد می‌کند که رهبران سازمانی باید ابعاد رفتارهای رهبر تحول‌آفرین را برای تحولات موفقیت‌آمیز شناسایی و اعمال کنند. فرصتی برای ترکیب عناصر رفتاری در این

اقتصاد شهری می‌باشد. در این مقاله ما بر روی سوالی تمرکز می‌کنیم که باید مورد توجه برنامه ریزان شهری، مدیران و تصمیم گیرندگان باشد. بنابراین در این پژوهش ما برآنیم تا بررسی کنیم که تا چه حد برنامه ریزی برای فناوری های دیجیتال، در قالب استراتژی های دیجیتال و رهبری تحول‌آفرین دیجیتال می‌تواند در راستای تحقق توسعه اقتصاد شهری موثر باشد.

۲- پیشینه تحقیق

الف) پژوهش‌های خارجی

ژانگ^۱ و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی تحت عنوان «سرمایه‌گذاری فناوری اطلاعات و تحول دیجیتال: نقش استراتژی تحول دیجیتال و مدیریت عالی» انجام دادند. این مطالعه نقش تعدیل‌کننده مدیریت ارشد در رابطه بین فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی و همچنین نقش واسطه‌ای استراتژی تحول دیجیتال در رابطه بین سرمایه‌گذاری زیرساخت فناوری اطلاعات و عملکرد تحول دیجیتال را بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که استراتژی تحول دیجیتال به طور کامل رابطه بین زیرساخت فناوری اطلاعات و تحول دیجیتال سازمانی را واسطه می‌کند. علاوه بر این، مدیریت ارشد تأثیر تعدیل‌کننده مثبت و معناداری بر رابطه بین زیرساخت فناوری اطلاعات و استراتژی تحول دیجیتال و همچنین رابطه بین استراتژی تحول دیجیتال و تحول دیجیتال دارد.

النعیمی^۲ و همکاران (۲۰۲۲) پژوهشی تحت عنوان «تسلط بر تحول دیجیتال: پیوند بین رهبری، چابکی و استراتژی دیجیتال» انجام دادند. آنها با تکیه بر نظریه نهادی جدید، مدلی را در مورد اینکه چگونه رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و چابکی سازمانی با استراتژی دیجیتال به عنوان تعدیل‌کننده، بر تحول دیجیتال تأثیر می‌گذارد، ایجاد و بررسی کردند. یافته‌ها نشان دادند که

3 Suwanto
4 Philip

1 Zhang
2 AlNuaimi

هوشمند در دستگاه‌های دولتی کشور با نقش میانجی رهبری تحول دیجیتال تأثیرگذار است.

نوری و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان «طراحی چارچوب مفهومی رهبری تحول دیجیتال در سازمان‌های ایرانی» انجام دادند. در این مطالعه چارچوب رهبری تحول دیجیتال تدوین و تبیین گردید و رهبری تحول دیجیتال به عنوان مجموعه‌ای از تصمیمات، اقدامات و الزامات مدیریتی عبارت است از: طراحی نقشه راه، تخصیص منابع، سازماندهی و همچنین انتخاب و پیاده‌سازی چارچوب مناسب حکمرانی با هدف کسب منفعت حداکثری از پذیرش فناوری‌های تحول‌آفرین در سازمان. هم‌چنین مفهوم رهبری تحول دیجیتال در طول مراحل مختلف پژوهش به طور عمده توسط سازماندهی دیجیتال بازنمایی می‌شود و بیشترین تأکید متوجه این بعد بوده است. به همین ترتیب منابع دیجیتال، حکمرانی دیجیتال و نقشه‌راه در جایگاه بعدی قرار دارند.

مبانی نظری

رهبری یک رشته رو به رشد در مدیریت است؛ زیرا رهبری به طور قابل توجهی منجر به اجرای موفق و رضایت‌بخش سازمان‌های تجاری می‌شود. در هر حال، در فضای تجاری بسیار جهانی شده و رقابتی قرن بیست و یکم، به نظر می‌رسد رهبری اهمیت بیشتری دارد. محیط جدید کسب‌وکار و توسعه، رهبران تحول‌آفرینی را می‌طلبد که برای جامعه جهانی جذاب باشند و باید مورد توجه و نگرانی جهانی باشند. رهبران در زمینه‌های مختلف و از کشورهای متعدد دارای شهرت ماندگار و نقش رهبری هستند (Ahmed & Al Amiri, 2022). رهبری تحول‌آفرین به طور گسترده‌ای از ایده رهبری تحول‌آفرین استفاده می‌کند. کالدول ۱ و همکاران (۲۰۱۰، ۲۰۱۲) بیان می‌کند که رهبری تحول‌آفرین یک مدل رهبری مبتنی بر اخلاق است که تعهد به ارزش‌ها و نتایج را با بهینه‌سازی منافع بلندمدت سهامداران و جامعه و احترام

زمینه وجود دارد و مدل‌های نظری و مطالعات تجربی که رابطه بین رفتارهای رهبر و نگرش‌های پیروان را در طول یک تحول دیجیتالی آزمایش می‌کنند، مورد نیاز است. علاوه بر این، در مورد دگرگونی دیجیتال اجباری، پژوهش حاضر پیشنهاد می‌کند که این روابط با نقش تعدیل‌کننده هنجارهای جنسیتی کلیشه‌ای تفاوت‌های ظریف‌تری دارند.

ب) پژوهش‌های داخلی

رحمانی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق رابطه تعدیلگری رهبری تحول‌آفرین و نقش میانجی قابلیت نوآورانه» انجام دادند. هدف از این تحقیق، تعیین میزان تأثیر قابلیت‌های پویای فناوری اطلاعات و قابلیت نوآورانه از طریق رابطه تعدیلگری رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط و ارائه راهکارهای علمی در این رابطه جهت بهبود عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. قابلیت‌های پویای فناوری اطلاعات تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر قابلیت نوآورانه و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط دارند. همچنین، قابلیت نوآورانه نیز تأثیر معناداری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط دارد. رهبری تحول‌آفرین رابطه بین قابلیت نوآورانه و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط را تعدیل می‌کند. همچنین، تأیید می‌شود که قابلیت نوآورانه در تأثیر قابلیت‌های پویای فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط نقش میانجی دارد.

شریفیان و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان «ارائه مدل هویت دیجیتال در دولت هوشمند در دستگاه‌های دولتی ایران با نقش میانجی رهبری تحول دیجیتال» انجام دادند. هدف این پژوهش ارائه مدل هویت دیجیتال و دولت هوشمند با نقش میانجی رهبری تحول دیجیتال در دستگاه‌های دولتی ایران است. نتایج کلی پژوهشی حاکی از این است که هویت دیجیتال در دولت

باس ۲ (1995) چهار راه را برای رهبران تحول‌آفرین توصیف کرد تا به نتایج تحول در پیروان خود دست یابند: کاریزماتیک بودن (یا نفوذ ایده‌آل) برای پیروان خود، الهام بخشیدن به آنها، توجه فردی و تحریک فکری. وی مدعی شد که رهبران تحول‌آفرین می‌توانند رهنمود یا مشارکت‌جو، اقتدارگرا یا دموکراتیک باشند انگیزه الهام‌بخش توانایی رهبران برای الهام بخشیدن و ایجاد انگیزه در پیروان برای رسیدن به اهداف بلند پروازانه است. رهبران از طریق خوش‌بینی و اشتیاق خود، به پیروان الهام می‌بخشند تا احساس اطمینان کنند که موفق خواهند شد. بعد سوم، تحریک فکری، شامل به چالش کشیدن فرضیات پیروان و درخواست ایده‌ها از پیروان بدون انتقاد است. رهبرانی که این شکل از رهبری را به اجرا می‌گذارند، به تغییر نحوه طراحی و تفکر پیروان در مورد موانع و مشکلات کمک می‌کنند. در نهایت، ملاحظات فردی به حمایت و مربیگری رهبران، فراوانی تعامل و کمک ارائه شده به پیروان برای به حداکثر رساندن پتانسیل خود با استفاده از نقاط قوت اشاره دارد. رهبرانی که از این شکل رهبری استفاده می‌کنند به نیازها و خواسته‌های فردی توجه دارند و اذعان دارند که هر پیرو منحصر به فرد است. بنابراین، رهبری تحول‌آفرین شامل طیفی از رفتارهای رهبر است که پتانسیل تغییر پیروان و تأثیر مثبت بر مشارکت کاری آنها را دارد (Bakker et al., 2022).

اقتصاد شهری نوعی کنش و ارتباط اقتصادی دو طرفه میان شهر و انسان یا به عبارت دیگر مجموع داده‌ها و ستانده‌های بین شهر و شهروند، یک تعامل اقتصادی بین مکان و انسان شکل می‌گیرد که علاوه بر این جریان تعاملی، تأثیر و تأثیرات هر یک بر دیگری نیز قابل تأمل و پیگیری می‌باشد (چنگیزی و همکاران، ۱۳۹۹). اقتصاد شهری امور مربوط به ابعاد فضایی، مسائل شهری و سیاست‌های عمومی دولت محلی را مورد بحث قرار می‌دهد (زرقانی و جوشقانی، ۱۳۹۱). اقتصادهای شهری

به وظایف اخلاقی سازمان‌ها در قبال ذینفعان خود یکپارچه می‌کند. شایستگی‌های مختلف رهبر تحول‌آفرین را متمایز می‌کند. آنها از تحریک فکری استفاده می‌کنند و کارکنان را برای پذیرش راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات و به چالش کشیدن وضعیت موجود به چالش می‌کشند. آنها از سازمان‌ها در تصمیم‌گیری و فعالیت‌های تحول‌آفرین با تقویت شناسایی فرصت‌های جایگزین احتمالی و توسعه یک رویکرد حل مسئله‌محور حمایت می‌کنند. مونتووری و دانلی ۱ (2017) تأیید می‌کنند که یک جزء اساسی از شایستگی‌های رهبران تحول‌آفرین، هنر بداهه‌نوازی است. تعمیم آن برای رهبران تحول‌آفرین ضروری است که تفکر انتقادی را با تفکر خلاق ترکیب کنند و ظرفیت استفاده از تخیل را به عنوان منبعی برای نوآوری و عمل مستمر توسعه دهند. سازمان‌ها با تغییر واقعی نحوه عملکرد و ارائه محصولات/خدمات خود با ترویج فرهنگ‌های دیجیتال که شکوفا می‌شوند، به سمت تحول دیجیتال می‌روند. (Bresciani et al., 2021) رهبران می‌توانند از طریق سه عادت به شرکت‌ها برای موفقیت در عصر دیجیتال کمک کنند: پیروی از روندهای فناوری‌های نوظهور، تعیین جهت تغییر دیجیتال و استراتژی سرمایه‌گذاری و هدایت تیم به سمت تغییر سریع و دقیق. (Swift & Lange, 2018) رهبران با ذهنیت تحول دیجیتال، به عنوان رهبران دیجیتال شناخته می‌شوند و می‌توانند سازمان‌های شبکه‌ای مشترک ایجاد کنند و شایستگی‌های دیجیتال را بیابند. رهبران تحول‌آفرین اعتماد ایجاد می‌کنند، به دنبال توسعه رهبری در دیگران هستند، از خودگذشتگی نشان می‌دهند و به عنوان عوامل اخلاقی عمل می‌کنند و هم خود و هم پیروانشان را بر اهدافی متمرکز می‌کنند که فراتر از نیازهای فوری گروه کاری است. از این رو، رهبری دیجیتال ترکیبی از سبک رهبری تحول‌آفرین و فناوری دیجیتال در نظر گرفته می‌شود. (De Waal et al., 2016)

حلقه بازخورد ایجاد کنند. پس از آن، داده‌های استخراج شده باید برای گسترش همه کارکنان و سازمان پردازش شوند. از این رو، تحول دیجیتال نیازمند بازنگری جامع در عملیات، استراتژی، مهارت‌های رهبری، قابلیت نوآوری و مدل‌های کسب‌وکار شرکت است (Correani et al., 2020). اگرچه تحول دیجیتال فرصت‌های زیادی را برای شرکت‌های امروزی فراهم می‌کند، بسیاری از دانشگاهیان و متخصصان برای درک آن تلاش می‌کنند، عمدتاً به این دلیل که با مفهوم کاملاً تثبیت شده تحول سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات متفاوت است این به دلیل پیچیدگی فرایندهای تحول دیجیتال است، زیرا شامل فناوری، چشم‌انداز روشن و استراتژی دیجیتالی دقیق برای تکمیل مراحل لازم است. به عبارت دیگر، تحول دیجیتال مستلزم تجدید ساختار سازمانی هدفمند است و پیامدهایی را برای معیارهای مورد استفاده برای تنظیم عملکرد به همراه دارد. توسعه یک استراتژی دیجیتالی که استراتژی‌های شرکتی و تجاری را دربر می‌گیرد، عامل موفقیت اصلی تحول دیجیتال است (Porfirio et al., 2021).

تحول دیجیتال موضوعی فراملی نیست و در حال حاضر، بسیاری از سازمان‌های دولتی و خصوصی کشورها به سمت تدوین چنین برنامه‌ها و حرکت در راستای تحول دیجیتال خود گام برداشته‌اند. با توجه به این موضوع که تحول دیجیتال بر همه سازمان‌ها و صنایع تأثیرگذار است (Donald, 2018)، محیط شهری امروزه یکی از شرایط حیاتی برای اجرای وظایف راهبردی در زمینه تحول دیجیتال شهری است. امروزه توجه روزافزون به بهبود شهرها و ایجاد محیطی نوآورانه و کاربردی که نیازهای مدرن شهروندان و روند توسعه برنامه‌ریزی شهری را برآورده می‌کند، معطوف شده است. برای تقویت حفاظت از جامعه باید ابتدا با رشد اقتصاد شهر شروع شود. تحقیقات نشان می‌دهد که دیجیتالی شدن در اشکال مختلف با رشد، عملکرد و رقابت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مرتبط است. کسب‌وکارهای کوچک

به منظور داشتن رشدی پایدار و بلند مدت نیازمند پایه اقتصادی متنوع و وسیعی هستند. در این رابطه مطالعات نشان داده‌اند موفقیت نوسازی شهری، به ایجاد رهبری مشترک که قادر به تحریک ارتباطات اجتماعی بین گروه‌های مختلف باشد بستگی دارد (Oliveira et al., 2015). تلاش‌های رهبری تحول‌آفرین منجر به پروژه‌های موفق‌تر و تغییرات معنادار برای سازمان‌ها می‌گردد. رهبران تحول‌آفرین، رهبران و پیروانی هستند که برای توسعه اهداف متقابل، شناسایی و دستیابی به نیازهای مرتبه بالاتر بر اساس سلسله مراتب نیازهای فرض شده توسط نظریه پردازان توسعه و به قصد تغییر اساسی، با یکدیگر همکاری می‌کنند. در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر سبک رهبری تحول‌آفرین بر حاکمیت زنجیره تأمین شهری در شهر اهواز پرداخته شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد سبک رهبری تحول‌آفرین نه تنها دارای تأثیر مثبت و مستقیم بر حاکمیت زنجیره تأمین شهری است بلکه رابطه قوی بین سبک رهبری تحول‌آفرین و مشارکت به عنوان شاخص حاکمیت زنجیره تأمین شهری نیز موردتوجه است (Amanpour et al., 2018). همچنین در مطالعه دیگری، رهبری تحول‌آفرین و توسعه اقتصادی در عربستان سعودی بررسی شد و محققان به این نتیجه رسیدند که رهبری تحول‌آفرین تأثیر بسزایی در توسعه اقتصادی دارد؛ مدیرانی که دارای مهارت‌های رهبری و مدیریت هستند به رهبری مؤثر، تلاش مضاعف، رضایت و دستیابی به توسعه اقتصادی کمک می‌کنند که این امر منجر به کسب و حفظ عملکردهای اقتصادی بالا مستمر خواهند شد (Alharbi & Farea, 2021). بنابراین این فرضیه مطرح می‌شود که:

تحول دیجیتال یک پروژه یا برنامه معمولی نیست که به سرعت در یک زمان برنامه‌ریزی شده معرفی و اجرا شود بلکه به عنوان فرایندی پویا و پیوسته درک می‌شود. داده‌ها باید به طور مداوم جمع‌آوری، تمیز و به‌طور ایمن ذخیره شوند و در محیط دیجیتالی اجرا شوند تا از تحلیل‌ها پشتیبانی کرده و خروجی معنی‌داری در یک

از روش مدل معادلات ساختاری و در بستر نرم افزارهای آماری Amos و Spss بهره گرفته شد. جهت سنجش متغیر رهبری تحول آفرین دیجیتال از پرسشنامه (2013) (Podsakoff et al., 1996; Chen and Chang, 2021) و همچنین جهت سنجش متغیر استراتژی دیجیتال از پرسشنامه (Li et al., 2021)، همینطور به منظور سنجش متغیر اقتصاد شهری از پرسشنامه‌ای محقق ساخته دارای سه بعد فضایی، مسائل شهری و سیاست های عمومی دولت با اقتباس از زرکانی و جوشقانی (1391) استفاده شده است. ابزار پژوهش حاضر از طریق روایی محتوایی مورد تأیید اساتید و خبرگان قرار گرفت و از تحلیل عاملی تأییدی جهت بررسی روایی سازه استفاده گردید. همچنین برای بررسی پایایی ابزار پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه توسط نرم افزار Amos23 مورد تأیید قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌ها از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در این راستا، نرم افزارهای Amos23 و Spss مورد استفاده قرار گرفتند.

از نظرات خبرگان برای بررسی روایی محتوا و از تحلیلی عاملی تأییدی جهت بررسی روایی سازه استفاده گردید. همچنین برای بررسی پایایی ابزار پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه و مورد تأیید قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌ها از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در این راستا، نرم افزارهای Amos و Spss مورد استفاده قرار گرفتند. همچنین فرضیات این پژوهش عبارتند از:

- H₁: رهبری تحول آفرین دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری اثر مثبت و معناداری دارد.
- H₂: استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری اثر مثبت و معناداری دارد.

۵- یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج پژوهش مشخصات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول زیر نشان داده شده است.

نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا کرده و می‌توان گفت که اکثریت کسب و کارها را این گونه مشاغل تشکیل می‌دهند. امروزه با پیشرفت فناوری و تکنولوژی شهرها شکل جدیدی به خود خواهند گرفت و شهرها از چهره سنتی خود به چهره مدرن تغییر خواهند یافت. به نظر می‌رسد یکی از حیاتی‌ترین و فوری‌ترین کارها شناسایی ظرفیت‌ها و تقویت بازاریابی در شهرها با هدف افزایش درآمد در جهت توسعه اقتصاد شهرها می‌باشد. فیلیپ (2021) با بررسی‌های خود تحول دیجیتال برنامه‌ریزی شده و تحول دیجیتال اجباری را به عنوان دو طبقه‌بندی پیشنهاد کردند که رهبران سازمانی باید ابعاد رفتارهای رهبر تحول آفرین را برای تحولات موفقیت آمیز شناسایی و اعمال کنند. قدوسی و اسلامیان (۱۴۰۱) نظریه‌ها و رویکردهای متفاوتی برای بررسی تغییرات سازمانی در زمان تحول دیجیتالی در راستای مدیریت و توسعه پایدار شهری ارائه دادند. نتایج نشان می‌دهد که دیجیتالی شدن صنعت ساخت، پتانسیل بالقوه‌ای برای تحول روند سنتی ساخت و روابط بین دست اندرکاران صنعت ساخت به وجود آورده است. در حال حاضر دیجیتالی شدن اثر قابل توجهی بر روند و سازمان‌ها گذاشته است؛ در نتیجه چالش اصلی صنعت ساخت مربوط به تغییرات سازمانی تحول دیجیتالی می‌باشد.

۴- روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش رهبری تحول آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری در کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشد. لذا این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان و مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهر تهران است. با توجه به فرمول کوکران برای حجم جامعه نامعلوم تعداد نمونه ۳۸۴ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، از نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها

جدول ۱- آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	پارامتر	
63.54	244	مرد	جنسیت
36.45	140	زن	
15.1	58	کمتر از ۲۵ سال	سن
21.35	82	بین ۲۵ تا ۳۵ سال	
33.3	128	بین ۳۵ تا ۴۵ سال	
30.2	116	بیشتر از ۴۵ سال	تحصیلات
25.26	97	فوق دیپلم	
35.41	136	کارشناسی	
30.46	117	کارشناسی ارشد	
8.85	34	دکتری	

در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. ضریب آلفای کرونباخ عاملی است که مقدار آن از ۰ تا ۱ متغیر است، مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ (کرونباخ، ۱۹۵۱)، نشانگر پایایی قابل قبول است. البته موس و همکاران (۱۹۹۸) در مورد متغیرهایی با تعداد سؤالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده اند. که در این تحقیق برای به دست آوردن آلفای کرونباخ از نرم افزار SPSS استفاده شده است و مقدار آلفا برای همه متغیرها قابل قبول است.

در این بخش برای آزمون فرضیه های پژوهش، مدل ساختاری به اجرا درآمد. البته، پیش از اجرای مدل ساختاری، به بررسی نرمال بودن چند متغیره داده ها با استفاده از دو شاخص چولگی و کشیدگی پرداخته شد که با توجه به نتایج به دست آمده، دامنه مقادیر شاخص چولگی بین ۰/۷۸۸- تا ۰/۲۸۲+ و شاخص کشیدگی بین ۱/۰۵۳- تا ۰/۱۴۰+ تعیین شد و بر این اساس، داده ها نرمال بودند. همچنین برای بررسی اعتبار مدل علاوه بر بارهای عاملی هر سؤال، روایی و پایایی متغیرهای پژوهش مد نظر قرار می گیرد. در مورد بارهای عاملی مقیاس های بزرگتر از ۰/۵ نشان می دهند که متغیر مشاهده شده

جدول ۲- آلفای کرونباخ و پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

CR	AVE	آلفای کرونباخ	متغیرهای پژوهش
920/0	659/0	887/0	رهبری تحول آفرین دیجیتال
907/0	709/0	920/0	استراتژی دیجیتال
754/0	508/0	906/0	اقتصاد شهری

مقیاسی قابل اطمینان برای متغیر پنهان هستند که با توجه به نتایج جدول ۳ در نمونه حاضر بارهای عاملی همه گویه ها بالاتر از ۰/۵ می باشند .

در این بخش برای آزمون فرضیه های پژوهش، مدل ساختاری به اجرا درآمد. البته، پیش از اجرای مدل ساختاری، به بررسی نرمال بودن چند متغیره داده ها با استفاده از دو شاخص چولگی و کشیدگی پرداخته شد که با توجه به نتایج به دست آمده، دامنه مقادیر شاخص چولگی بین ۰/۷۸۸- تا ۰/۲۸۲+ و شاخص کشیدگی بین ۱/۰۵۳- تا ۰/۱۴۰+ تعیین شد و بر این اساس، داده ها نرمال بودند. همچنین برای بررسی اعتبار مدل علاوه بر بارهای عاملی هر سؤال، روایی و پایایی متغیرهای پژوهش مد نظر قرار می گیرد. در مورد بارهای عاملی مقیاس های بزرگتر از ۰/۵ نشان می دهند که متغیر مشاهده شده

جدول ۳- بارهای عاملی اولیه

سازه	گویه‌ها	بار عاملی	سازه	گویه‌ها	بار عاملی
رهبری تحول آفرین	ue1	774/0	اقتصاد شهری	dtl1	572/0
	ue2	857/0		dtl2	809/0
	ue3	842/0		dtl3	727/0
دیجیتال	ds1	843/0	استراتژی دیجیتال	dtl4	822/0
	ds2	801/0		dtl5	859/0
	ds3	749/0		dtl6	718/0
	ds4				534/0

ساختاری تنها یک جدول جهت نمایش و بررسی شاخص‌های نیکویی برازش ارائه می‌گردد. با توجه به جدول ۴، ۱۳ شاخص در ناحیه پذیرش قرار دارند که به اعتقاد افشانی و همکاران (۱۳۹۵) در صورتی که حداقل سه شاخص مقادیری در بازه قابل قبول داشته باشند می‌توان ادعا کرد که برازش مدل خوب و قابل قبول است. بنابراین مدل پژوهش از برازش بسیار مناسبی برخوردار است.

سپس برای بررسی برازش مدل پس از بررسی و تأیید مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری پژوهش ترسیم و روابط بین متغیرهای پنهان (که در واقع همان فرضیات پژوهش می‌باشند) مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این مورد ابتدا از شاخص‌های برازش اطمینان حاصل می‌کنیم و سپس به سراغ بررسی روابط مفروض بین متغیرهای پنهان می‌رویم لازم به ذکر است به دلیل مشاهده مشابهت زیاد مقدار شاخص‌های برازش در مدل اندازه‌گیری و

جدول ۴- شاخص‌های نیکویی برازش

وضعیت	مقدار کسب شده	معیار قابل قبول	توضیحات	شاخص برازش	
قبول	904/0	$80/0 \leq$	شاخص نیکویی برازش	AGFI	شاخص‌های برازش مطلق
قبول	937/0	$90/0 \leq$	شاخص میزان انطباق	GFI	
قبول	043/0	$0.08 <$	میانگین مجذور پس‌مانده‌ها	RMR	
قبول	978/0	$90/0 \leq$	شاخص برازندگی تطبیقی	CFI	شاخص‌های برازش تطبیقی
قبول	972/0	$90/0 \leq$	شاخص توکر-لوپس	TLI	
قبول	979/0	$90/0 \leq$	شاخص برازندگی فزاینده	IFI	
قبول	922/0	$90/0 \leq$	شاخص برازش نسبی	RFI	
قبول	940/0	$90/0 \leq$	شاخص نرم شده برازندگی	NFI	
قبول	515/1	$3 \geq$	مجذور کای دو به درجه آزادی	(CMIN/Df)	شاخص‌های برازش مقتصد
قبول	753/0	$5/0 \leq$	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	
قبول	723/0	$5/0 \leq$	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	
قبول	769/0	$5/0 \leq$	نسبت اقتصاد	PRATIO	
قبول	051/0	$08/0 \geq$	ریشه دوم میانگین خطای تقریب	RMSEA	

شده است. بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵، مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد. کمتر از این مقدار، پارامتر مربوط در الگو، مهم شمرده نمی‌شود و همچنین مقادیر کوچکتر

آزمون فرضیه‌های پژوهش پس از بررسی و تأیید الگوها، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و P استفاده

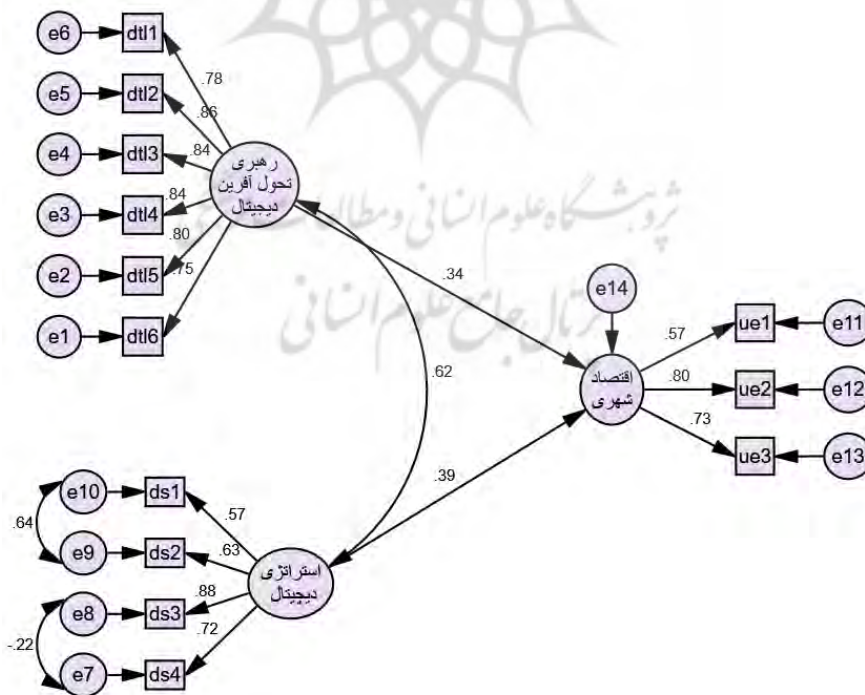
از 05/0 برای P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد. فرضیه‌های پژوهش به همراه ضرایب رگرسیونی، مقادیر بحرانی و P مربوطه در جدول 5 آورده شده است. نتایج حاکی از آن است که همه فرضیه‌ها تأیید شدند.

جدول ۵- آزمون فرضیه‌های مدل پژوهش

ردیف	فرضیه			نتیجه
	ضریب رگرسیونی	مقدار بحرانی	P-value	
1	رهبری تحول آفرین دیجیتال	270/0	002/0	قبول
2	استراتژی دیجیتال	317/0	002/0	قبول

پس از بررسی و تأیید الگوها، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و P استفاده شده است. بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵، مقادیر کوچکتر از ۰/۰۵ برای P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای مقدار محاسبه شده برای وزن‌های

رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد. نتایج حاکی از آن است، در میان دو فرضیه تدوین شده تمام فرضیه‌ها مورد تأیید قرار گرفت و فرضیه‌ها معنادار می‌باشند.



نمودار ۱- مدل ساختاری پژوهش با نرم افزار Amos

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این مطالعه به بررسی نقش رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته است. به طور خاص، این مطالعه درک ما از تأثیر رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال را بر توسعه اقتصاد شهری در شهر تهران می‌باشد. طبق تحقیق انجام گرفته یافته‌ها حاکی از اثرات مثبت و معنادار رهبری تحول‌آفرین دیجیتال و استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری دارد.

در بررسی فرضیه اول تحقیق ضریب مسیر برابر با 270/0 به دست آمده است و با توجه به آماره $t(159/3)$ در سطح ۹۹ درصد، اثر رهبری تحول‌آفرین دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری مثبت و معنادار بوده است و این فرضیه مورد پذیرش واقع می‌گردد. نتیجه فرضیه اول حاکی از آن است که سطح بالاتری از رهبری تحول‌آفرین دیجیتال، سبب رشد و توسعه اقتصاد شهری می‌شود. که این نتیجه با تحقیق النعیمی و همکاران (۲۰۲۲) و الحربی و فرئا (2021) همسو می‌باشد.

همچنین در بررسی فرضیه دوم تحقیق ضریب مسیر برابر 317/0 به دست آمده است و با توجه به آماره $t(137/3)$ در سطح ۹۹ درصد، اثر استراتژی دیجیتال بر توسعه اقتصاد شهری مثبت و معنادار بوده است و این فرضیه مورد پذیرش واقع می‌گردد. نتیجه فرضیه دوم حاکی از آن است که سطح بالاتری از استراتژی دیجیتال، سبب رشد و توسعه اقتصاد شهری می‌شود. که این نتیجه با تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۲۳) همسو می‌باشد.

ادبیات مربوط به نقش رهبری در تحول دیجیتال هنوز نوپا است و رهبری تحول‌آفرین به فرایندی اشاره دارد که یک رهبر از طریق کاریزما، انگیزه الهام بخش، تحریک فکری یا توجه فردی به پیروان انگیزه می‌دهد تا برای اهداف گروهی در مقابل اهداف شخصی تلاش کنند. محیط جدید کسب‌وکار و توسعه، رهبران تحول‌آفرینی را می‌طلبد که برای جامعه جذاب باشند و باید مورد توجه و

نگرانی باشند؛ لذا به مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توصیه می‌گردد با داشتن رشدی پایدار و بلندمدت در رویکرد تحول‌آفرینی دیجیتال خود منجر به متنوع‌سازی و وسعت بخشیدن به پایه اقتصاد شهر و توسعه اقتصاد شهری بشوند. همچنین مدیران با آموزش و توسعه کارکنان متناسب با عصر دیجیتال، مهندسی مجدد فرایندها متناسب با شهر دیجیتال، نیازسنجی آموزشی کارکنان برای تطابق با الزامات عصر دیجیتال و ارائه آموزش‌های دانشی و مهارتی به کارکنان برای تطابق با الزامات عصر دیجیتال می‌توانند به رونق‌بخشی شهری دیجیتال و توسعه شهری کمک کنند.

با ورود فناوری اطلاعات به سازمان‌ها، زمینه‌ای، فراهم می‌شود تا سازمان‌ها به سمت استراتژی‌های دیجیتالی حرکت کنند که نتیجه نهایی آن افزایش قدرت رقابت سازمان در محیط پرتلاطم امروزی است. پیاده‌سازی استراتژی دیجیتال به این موضوع اشاره دارد که چگونه شرکت‌ها استراتژی دیجیتال تدوین شده را به یک برنامه مشخص و مجموعه اقداماتی که چگونه مدل کسب‌وکار فعال دیجیتالی جدید را اعمال می‌کنند، ترجمه می‌کنند. بنابراین، اجرای دقیق یک استراتژی دیجیتال برای اطمینان از سازگاری بین اقدامات شرکت و اهداف تعریف شده در تدوین استراتژی دیجیتال بسیار مهم است.

با توجه به این موضوع که شرکت‌های کوچک و متوسط نقشی حیاتی و مهم در اقتصاد ایفا می‌کنند و موتورهای رشد اقتصادی محسوب می‌شوند، به مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توصیه می‌گردد تا با به‌روزرسانی اطلاعاتشان از ارزش فناوری اطلاعات و ارائه راهنمایی برای استخراج عملکرد تحول دیجیتال از سرمایه‌گذاری‌های زیرساخت فناوری اطلاعات، به توسعه کسب و کار خود کمک کنند که در نهایت منجر به توسعه اقتصاد شهری می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود با ارائه برنامه‌ریزی استراتژیک مدیریت شهری و تلاش جهت

فتوحی، باقر؛ زیاری، کرامت. (1399). سرمایه خلاق و رشد اقتصاد شهری-منطقه‌ای در استان‌های ایران. نشریه مجلس و راهبرد، ۲۷(102)، ۱۵۵-۱۲۵.

قدوسی، پرویز؛ اسلامیان، محمد نیما. (۱۴۰۱). مدیریت تغییر سازمانی در حین تحول دیجیتالی صنعت ساخت در راستای مدیریت و توسعه پایدار شهری. نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲(4)، ۳۹۴-۳۷۴.

میرباقری هیر میرناصر، نجیب زاده عنایت الله، نوروزوند حسن. تحلیل قابلیت‌ها و فرصت‌های اقتصادی مؤثر بر استراتژی توسعه شهر اردبیل. فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری ۱۴۰۰ (۹؛ ۳۶) ۱۲۷-۱۴۰:

نوری، مژگان؛ شاه‌حسینی، محمدعلی؛ شامی زنجانی، مهدی؛ عابدین، بابک. (1398). طراحی چارچوب مفهومی رهبری تحول دیجیتال در سازمان‌های ایرانی. نشریه مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، 12(3)، ۲۴۱-۲۱۱.

Ahmed, G., & Al Amiri, N. (2022). the Transformational Leadership of the Founding Leaders of the United Arab Emirates: Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan and Sheikh Rashid Bin Saeed Al Maktoum. International Journal of Technology, Innovation and Management (IJTIM), 2(1).

Alharbi, F. S. S. A., & Farea, M. M. (2021). Transformational leadership and economic development in Saudi Arabia. *Ajrsp*, 3(25), 05-17.

Alizadeh, T. (2017). Urban digital strategies: planning in the face of information technology?. *Journal of Urban Technology*, 24(2), 35-49.

Amanpour, S. Safaeepour, M. Maleki, S. Alizadeh, H. (2018). The Effect of Transformational Leadership Style on Urban Supply Chain Governance in

ایجاد ساختارهای سازمانی انعطاف‌پذیر، زمینه را جهت در راستای تحقق فرصت‌های اقتصادی شهری فراهم آورند.

این مقاله اثر متغیرهای مستقل رهبری تحول آفرین و استراتژی دیجیتال را بر توسعه اقتصاد شهری سنجیده است. بررسی سایر متغیرهایی که اخیراً مورد بحث هستند اما در این مقاله گنجانده نشده‌اند، مانند فرهنگ دیجیتال، مدیریت دانش و نوآوری ارزشمند است. داده‌های این مطالعه فقط در یک کشور جمع‌آوری شده است. تحقیقات آتی می‌تواند این مطالعه را با جمع‌آوری داده‌ها از کشورهای با سطوح بلوغ اجرای تحول دیجیتال متفاوت و در نظر گرفتن سایر عوامل فرهنگی توسعه دهد.

منابع

چنگیزی، پریسا؛ سعیده زرآبادی، زهراسادات؛ ماجدی، حمید. (1399). تدوین متغیرهای رشد و توسعه اقتصادی شهرها در جهت رقابت‌پذیری مجموعه‌های شهری. فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۹(33)، ۴۹-۶۸.

رحمانی، محسن؛ زکی‌پور، مهدی؛ عابدی، حسین. (۱۴۰۱). (بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق رابطه تعدیلگری رهبری تحول آفرین و نقش میانجی قابلیت نوآورانه. فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، 2(3)، ۱۰۸-۸۱.

زرقانی، سید هادی؛ حجازی جوشقانی، محسن. (۱۳۹۱). توریسم بین‌المللی و نقش آن در اقتصاد و توسعه شهری با تأکید بر کلان‌شهر مشهد. کنفرانس برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، مشهد مقدس.

شریفیان، داود؛ باب الحوائجی، فهیمه؛ ابادری، زهرا. (۱۴۰۰). ارائه مدل هویت دیجیتال در دولت هوشمند در دستگاه‌های دولتی ایران با نقش میانجی رهبری تحول دیجیتال. نشریه دانش‌شناسی، ۱۴(52)، 51-31.

- (2020). Implementing a digital strategy: Learning from the experience of three digital transformation projects. *California Management Review*, 62(4):37-56.
- De Waal¹, B., Van Outvorst, F., & Ravesteyn¹, P. (2016). Digital leadership: The objective-subjective dichotomy of technology revisited. In *12 th European Conference on Management, Leadership and Governance ECMLG 2016* (p. 52).
- Donald, L. A. N. G. (2018). Business disruption is here to stay—what should leaders do. *employee experience—an answer to the deficit of talents, in the fourth industrial revolution*, 19, 35.
- Ford, F., Ford, L., & Polin, B. (2021). Leadership in the implementation of change: Functions, sources, and requisite variety. *Journal of Change Management*, 21(1), 87–119.
- Gupta, N. (2021). *Essays in urban economics and macro economics* (Doctoral dissertation, University of St. Gallen).
- Lipsmeier, A., Kühn, A., Joppen, R., & Dumitrescu, R. (2020). Process for the development of a digital strategy. *Procedia Cirp*, 88, 173-178.
- Oliveira, F. B. D., Sant'Anna, A. D. S., Diniz, D. M., & Carvalho, A. M. D. (2015). Leaderships in urban contexts of diversity and innovation: The Porto Maravilha case. *BAR-Brazilian Administration Review*, 12(3), 268-287.
- Porfírio, J. A., Carrilho, T., Felício, J. A., & Jardim, J. (2021). Leadership characteristics and digital transformation. *Journal of Business Research*, 124, 610-619.
- Schiama, G., Schettini, E., & Santarsiero, F. (2021). How wise companies drive Ahvaz City. *Int. J Sup. Chain. Mgt* 7(4).
- Bakker, A. B., Hetland, J., Olsen, O. K., & Espevik, R. (2023). Daily transformational leadership: A source of inspiration for follower performance?. *European Management Journal*, 41(5), 700-708.
- Becker, W., & Schmid, O. (2020). The right digital strategy for your business: an empirical analysis of the design and implementation of digital strategies in SMEs and LSEs. *Business Research*, 13(3), 985-1005.
- Bharadwaj, S., Ginoya, S., Tandon, P., Gohel, T. D., Guirguis, J., Vallabh, H., ... & Hanouneh, I. (2016). Malnutrition: laboratory markers vs nutritional assessment. *Gastroenterology report*, gw013.
- Bresciani, S., Ciampi, F., Meli, F., & Ferraris, A. (2021). Using big data for co-innovation processes: Mapping the field of data-driven innovation, proposing theoretical developments and providing a research agenda. *International Journal of Information Management*, 60, 102347.
- Caldwell, C., Dixon, R. D., Floyd, L. A., Chaudoin, J., Post, J., & Cheokas, G. (2012). Transformative leadership: Achieving unparalleled excellence. *Journal of Business Ethics*, 109, 175-187.
- Caldwell, C., Hayes, L. A., & Long, D. T. (2010). Leadership, trustworthiness, and ethical stewardship. *Journal of Business Ethics*, 96, 497-512.
- Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Natalicchio, A.

digital transformation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 122.

Swift, M., & Lange, D. (2018). Digital leadership in Asia-Pacific. Korn Ferry.

Zhang, X., Xu, Y. Y., & Ma, L. (2023). Information technology investment and digital transformation: the roles of digital transformation strategy and top management. *Business Process Management Journal*

