

## نقش تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری

دکتر عبدالله رجبی خانقاه

استادیار گروه مدیریت مالی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران.  
ebi\_rajabi@yahoo.com

علیرضا رضایی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).  
alireza.re1998@gmail.com

### چکیده

در این تحقیق نقش تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری مورد بررسی قرار گرفته است. قلمرو مکانی تحقیق، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. قلمرو زمانی تحقیق از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۴۰۱ در نظر گرفته شده است. بر اساس شرایط استخراج نمونه، تعداد ۱۱۵ شرکت بورسی از صنایع مختلف طی دوره ۸ ساله مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. هدف پژوهش کاربردی، از نظر روش توصیفی و از نوع پس‌رویدادی است. جهت گردآوری اطلاعات مبانی نظری و پیشینه‌ها از منابع کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌ها از صورت‌های مالی حسابرسی شده و اطلاعات موجود در سامانه اطلاعاتی سازمان بورس، سایت کدال و نرم افزار رهاورد نوین استفاده شده است. جهت ذخیره‌سازی، طبقه‌بندی و محاسبه متغیرها از نرم افزار اکسل و جهت اجرای تحلیل آماری داده‌ها از نرم‌افزار ایویوز استفاده گردید. نتایج بررسی فرضیه‌های تحقیق نشان داد، بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود دارد. تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر دارد.

**واژگان کلیدی:** افشای اطلاعات مالی، کارایی نوآوری، تحول دیجیتال سازمانی.

### مقدمه

از جمله موضوع‌های مورد توجه اندیشمندان در خصوص این شرکت‌ها، مسیر رشد این شرکت‌ها و رفتار آن‌ها در حوزه تنوع بخشی فعالیت هایشان می‌باشد. اندیشمندان سعی نموده‌اند تا رفتار تنوع بخشی این گروه‌ها را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی از این مطالعه‌ها نشان می‌دهد که نوع و میزان تنوع بخشی فعالیت‌های شرکت‌ها رابطه مستقیمی با نوع مالکیت آن‌ها دارد. اعتقاد این اندیشمندان بر این موضوع است که ساختار مالکیت و نوع شرکت‌ها بر راهبرد آن‌ها و عملکرد آن‌ها بسیار موثر است (دلیسون و همکاران، ۲۰۱۸).

از جمله متغیرهای موثر تصمیم‌گیری مدیران، بحث نوآوری و عملکرد مدرن است که یکی از مهم‌ترین و مهم‌ترین موضوعات حفظ مزیت رقابتی شرکت‌ها در دنیای رقابتی امروز است. شرکت‌ها، به ویژه استارت‌آپ‌ها، اگر نوآور و خلاق نباشند، به سختی می‌توانند در چنین محیط پویا و متغیری دوام بیاورند. بسیاری از محققین شرکت‌های موفق را شرکت‌هایی می‌دانند که دائماً به دنبال یا ایجاد دانش جدید برای حل مسائل جدید و ناشناخته هستند و از این دانش به صورت

هدفمند و سیستماتیک و با توجه به اهداف استراتژیک مشخص در تمامی سطوح و توسعه سازمان استفاده می کنند. داده ها در حوزه های مختلف. و سعی کنید آن را به فناوری ها و محصولات جدید تبدیل کنید (های و تان، ۲۰۱۸). به نظر می رسد بررسی میزان تولید معاصر ارزش بازار شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مهم و حائز اهمیت باشد. از سوی دیگر، رقابت در بازار منجر به بهبود کیفیت افشای اطلاعات توسط شرکت ها می شود که نه تنها به شرکت های مختلف مزیت رقابتی درون سازمانی می دهد، بلکه مالکان را به تقویت مکانیسم های مدیریت درون سازمانی تشویق می کند. رفتار کارکنان و مدیران. مکانیسم انتقال ناهمگون انتقال دیجیتال، که بر اثربخشی نوآوری سازمانی تأثیر می گذارد، از دو منظر قابل تحلیل است: رقابت صنعتی و تقسیم بندی بازار منطقه ای. از منظر رقابت صنعتی: وضعیت رقابت صنعتی انگیزه شرکت ها را برای اجرای تحول دیجیتال تعیین می کند (بینگلر و همکاران، ۲۰۲۲). در بخش های بسیار رقابتی، شرکت ها فشار رقابتی بیشتری را تجربه می کنند. در عصر اقتصاد دیجیتال، مقیاس رقابت صنعتی به سرعت در حال تغییر است و شرکت ها به راحتی از بازار حذف می شوند. تحول دیجیتال یک کانال مهم برای کسب و کارها برای هدایت نوآوری و افزایش رقابت خود است. هنگامی که رقابت صنعتی ضعیف است، اندازه بازار شرکت ها نسبتاً بزرگ است، حاشیه سود بالا است، ساختار کلی بازار صنعت نسبتاً پایدار است، و تقاضای شرکت ها برای بهبود رقابت از طریق نوآوری کم است. برای این صنایع، تحول دیجیتال نسبتاً دشوار است (گالما و گریستن، ۲۰۱۹).

## مبانی نظری

نوآوری یکی از موضوعات مهم توسعه اجتماعی و اقتصادی با کیفیت است. سازمان های خرد (کوچک) به عنوان مرکز اصلی نوآوری فناوری، محیط اطلاعاتی و پرورش استعداد هستند که به طور مستقیم بر اشتیاق نوآوری و توانایی نوآوری شرکت ها تأثیر می گذارند. با توسعه و کاربرد علم و فناوری، اهمیت تحول دیجیتال کشورها و شرکت ها به تدریج برجسته شده است. تحول دیجیتال به این معناست که شرکت ها از فناوری ها و ابزارهای دیجیتالی مانند کلان داده ها، اینترنت اشیا و بلاک چین برای بهینه سازی فرآیندهای کسب و کار و ارتقای قابلیت های مدیریت و نوآوری استفاده کامل می کنند. مطالعات موجود نشان می دهد که تحول دیجیتال بر فعالیتهای تولیدی و عملیاتی شرکت ها تأثیر می گذارد و تخصیص منابع سازمانی را بهینه می کند. با این حال، فقدان شواهد علمی در مورد رابطه داخلی بین تحول دیجیتال شرکت و کارایی نوآوری وجود دارد. در زمینه ارتقای تحول دیجیتال و توسعه اقتصادی با کیفیت بالا، دور جدیدی از انقلاب علمی و فناوری و تحول صنعتی همچنان به انتشار شتاب جدید ادامه می دهد و "تکنولوژی دیجیتال" به تدریج به شیوه ای مهم برای شرکت های چینی برای دستیابی به بهینه سازی ساختاری تبدیل شده است. شیوه استفاده از روند تحول دیجیتال برای بهبود کارایی نوآوری شرکت های چینی و ارتقای توسعه با کیفیت سازمان ها، به یک روند جدید بر مبنای این پیش فرض و از دیدگاه افشای اطلاعات مالی و سایر عوامل تبدیل خواهد شد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

قابلیت های نوآوری در سازمان به عنوان "توانایی مهم سازمانی شرکت برای استقرار منابع به روشهای جدید برای ایجاد ارزش" تعریف می شود. این ارزش آفرینی به سازمانها کمک می کند تا عملکرد خود را بهبود بخشند (کامیسن و وایلار لویز، ۲۰۱۶). طبق نظر فان و همکاران (۲۰۲۱)، قابلیت های نوآوری در سازمان وسیله ای برای دستیابی به اهداف بزرگ سازمانی مانند افزایش عملکرد سازمانی در تمامی ابعاد آن است و قابلیت های نوآوری در سازمان باید بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی یک شرکت باشد زیرا سطح نوآوری بالاتر منجر به بهبود همکاری و هماهنگی در شرکت ها می شود. قابلیت نوآوری را می توان ظرفیت یک سازمان برای نوآوری مداوم با حس کردن و به دست آوردن فرصتهای کارآفرینی و تبدیل سازمان برای بهره برداری از این فرصتها برای سودآوری سازمان و اکوسیستم آن تعریف کرد (گولمارک، ۲۰۲۱). در مدیریت مشاغل، قابلیت نوآوری به عنوان یکی از صلاحیتهای اصلی مورد نیاز بنگاه ها جهت تأمین مزایای رقابتی از

منظر قابلیت‌های منبع محور یا پویا مورد تأکید قرار گرفته است. تعریف نوآوری با توجه به محققان مختلف متفاوت است. در مطالعات قبلی، نوآوری به عنوان "فعالیتی که با ایجاد نوع جدیدی از محصول یا خدمات از طریق معرفی و استفاده از ایده‌ها یا فن‌آوری‌های جدید، ارزش افزوده جدیدی را در سراسر زنجیره ارزش ایجاد می‌کند، تعریف شده بود (چوی و همکاران، ۲۰۲۱). قابلیت نوآوری را می‌توان به سه نوع طبقه بندی کرد. اول، می‌تواند به یک قابلیت فناوری اشاره داشته باشد، استفاده از آن ارزش اقتصادی محصولات و خدمات شرکت را افزایش می‌دهد، مانند بهبود کیفیت خدمات یا امکان ایجاد سطوح بالاتر بهره‌وری. دوم، قابلیت نوآوری می‌تواند متشکل از دانشی باشد که بر استراتژی یا تصمیم‌گیری شرکت تأثیر مثبت بگذارد. این مربوط به یک توانایی یادگیری، یعنی درجه‌ای است که اعضای سازمان به طور فعال از تغییرات جدید استقبال می‌کنند، یا به عنوان یک ظرفیت جذب، یعنی توانایی یک شرکت در کسب، درک، تبدیل و استفاده از دانش است. سوم، ممکن است یک قابلیت بازاریابی باشد که عملکرد فروش شرکت را بهبود بخشد. در این حالت، این به فعالیت آمیخته بازاریابی با هدف تأمین منابع، از جمله نیروی کار و زیرساخت‌هایی که برای ورود به بازارهای داخلی و خارجی لازم است تا محصولات و خدمات فروخته شود، یا درک نیازهای مشتری برای ارائه بهترین ارزش، اشاره دارد (سانتورا و همکاران، ۲۰۲۰).

تأثیر تحول دیجیتال شرکت بر کارایی نوآوری از سه جنبه ناشی می‌شود: اول، بهینه‌سازی تخصیص منابع سازمانی و کاهش هزینه‌های نوآوری. تحول دیجیتال به طور گسترده‌ای فناوری دیجیتال را در تمام جنبه‌های تولید و عملیات سازمانی اعمال می‌کند، به طور مؤثر هزینه‌های تولید ناشی از عوامل عدم اطمینان اطلاعات را کاهش می‌دهد، بازده تولید عوامل را بهبود می‌بخشد، تخصیص بهینه منابع را محقق می‌کند و در نتیجه کارایی نوآوری را بهبود می‌بخشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۲). مورد دوم، گسترش فرصت‌ها برای نوآوری است. بهبود سطح دیجیتال شرکت‌ها به افزایش جریان اطلاعات و توانایی یکپارچه‌سازی شرکت‌ها کمک می‌کند و اطلاعات و دانش نوآوری در منطقه می‌تواند به طور مؤثرتری منتشر شود و محیط مناسبی برای توسعه فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌ها فراهم کند (ترینگیو و همکاران، ۲۰۲۲). مورد سوم، کنترل ورودی نوآوری و بهبود خروجی نوآوری است. کاربرد فناوری دیجیتال به طور دقیق فرآیند نوآوری را تغییر می‌دهد، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا فرصت‌های نوآوری را به‌درستی به دست آورند، منابع را به طور مؤثر یکپارچه کنند، به سرعت به تقاضای بازار پاسخ دهند، مزیت رقابتی "دقیق و سریع" را شکل دهند و به طور مؤثر ورودی نوآوری را کنترل کنند. درعین حال، شبیه‌سازی مجازی و تجزیه و تحلیل داده‌های هوشمند ارائه شده توسط فناوری‌های پیشرفته، به طور مؤثر خروجی نوآوری سازمانی را بهبود می‌بخشد (کانگ و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، تحول دیجیتال همچنین به کارایی تحول در شرکت‌ها کمک می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

اطلاعات نقش مهمی در رابطه بین تحول دیجیتال و کارایی نوآوری سازمانی دارد. بسیاری از مطالعات رابطه بین تحول دیجیتال و محیط اطلاعات سازمانی و کیفیت را مورد بحث قرار داده‌اند. توسعه دیجیتال به طور گسترده و عمیقی از فناوری‌های اطلاعاتی مدرن مانند کلان داده‌ها، اینترنت و هوش مصنوعی برای همه جنبه‌های تولید و عملیات سازمانی، بهبود قابلیت‌های جمع‌آوری اطلاعات سازمانی، گسترش مؤثر کانال‌های دسترسی به اطلاعات سازمانی، و کاهش مسئله عدم تقارن اطلاعات استفاده کرده است. اول، توسعه دیجیتال عدم تقارن اطلاعاتی را در میان بخش‌های مختلف شرکت، به‌ویژه در بعد اطلاعات مالی کاهش می‌دهد. انواع سیستم‌های مدیریت مالی مبتنی بر کلان داده‌ها است که اطلاعات مالی بخش‌های مختلف و لینک‌های تولید شرکت را پوشش می‌دهد. اطلاعات به سرعت از طریق شبکه منتقل می‌شود و شرکت‌ها می‌توانند اطلاعات مالی را به موقع تنظیم و تجزیه و تحلیل کنند. این تأثیر مثبت معنی‌داری بر بهینه‌سازی ساختار ورودی و خروجی نوآوری سازمانی دارد (یو و ماناگی، ۲۰۲۲). دوم، از دیدگاه خارجی، بهبود کیفیت افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها به طور مؤثر عدم تقارن اطلاعاتی بین بازار سرمایه و شرکت‌ها را کاهش می‌دهد (زو ۲۰۱۸).

سوم، تحول دیجیتال شرکتها خوانایی صورتهای مالی سالانه شرکتها را بهبود میبخشد. سرمایه‌گذاران می‌توانند اطلاعات سرمایه‌گذاری کافی‌تری را از صورتهای مالی شرکتها به‌دست آورند، که به طور مؤثری اعتماد سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد، بنابراین محدودیت‌های تأمین مالی خارجی شرکتها را کاهش می‌دهد و سرمایه در دسترس بیشتری برای شرکتها برای انجام فعالیت‌های نوآورانه فراهم می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴). با توجه به موارد مطرح شده هدف این تحقیق پاسخگویی به این سوالات است که:

- ✓ آیا بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود دارد؟
- ✓ آیا تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر دارد؟

### بهره‌وری نوآورانه

قابلیت‌های نوآوری در سازمان به عنوان "توانایی مهم سازمانی شرکت برای استقرار منابع به روشهای جدید برای ایجاد ارزش" تعریف می‌شود. این ارزش آفرینی به سازمانها کمک می‌کند تا عملکرد خود را بهبود بخشند (کامیسن و وایلار لویز، ۲۰۱۶)، طبق نظر فان و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱)، قابلیت‌های نوآوری در سازمان وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف بزرگ سازمانی مانند افزایش عملکرد سازمانی در تمامی ابعاد آن است و قابلیت‌های نوآوری در سازمان باید بخشی جدایی‌ناپذیر از استراتژی یک شرکت باشد زیرا سطح نوآوری بالاتر منجر به بهبود همکاری و هماهنگی در شرکتها می‌شود. قابلیت نوآوری را می‌توان ظرفیت یک سازمان برای نوآوری مداوم با حس کردن و به دست آوردن فرصتهای کارآفرینی و تبدیل سازمان برای بهره‌برداری از این فرصتها برای سودآوری سازمان و اکوسیستم آن تعریف کرد (گولمارک<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱).

در مدیریت مشاغل، قابلیت نوآوری به عنوان یکی از صلاحیتهای اصلی مورد نیاز بنگاهها جهت تأمین مزایای رقابتی از منظر قابلیت‌های منبع محور یا پویا مورد تأکید قرار گرفته است. تعریف نوآوری با توجه به محققان مختلف متفاوت است. در مطالعات قبلی، نوآوری به عنوان "فعالیتی که با ایجاد نوع جدیدی از محصول یا خدمات از طریق معرفی و استفاده از ایده‌ها یا فن‌آوری‌های جدید، ارزش افزوده جدیدی را در سراسر زنجیره ارزش ایجاد می‌کند، تعریف شده بود (چوی و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). قابلیت نوآوری را می‌توان به سه نوع طبقه‌بندی کرد. اول، می‌تواند به یک قابلیت فناوری اشاره داشته باشد، استفاده از آن ارزش اقتصادی محصولات و خدمات شرکت را افزایش می‌دهد، مانند بهبود کیفیت خدمات یا امکان ایجاد سطوح بالاتر بهره‌وری. دوم، قابلیت نوآوری می‌تواند متشکل از دانشی باشد که بر استراتژی یا تصمیم‌گیری شرکت تأثیر مثبت بگذارد. این مربوط به یک توانایی یادگیری، یعنی درجه‌ای است که اعضای سازمان به طور فعال از تغییرات جدید استقبال می‌کنند، یا به عنوان یک ظرفیت جذب، یعنی توانایی یک شرکت در کسب، درک، تبدیل و استفاده از دانش است. سوم، ممکن است یک قابلیت بازاریابی باشد که عملکرد فروش شرکت را بهبود بخشد. در این حالت، این به فعالیت آمیخته بازاریابی با هدف تأمین منابع، از جمله نیروی کار و زیرساخت‌هایی که برای ورود به بازارهای داخلی و خارجی لازم است تا محصولات و خدمات فروخته شود، یا درک نیازهای مشتری برای ارائه بهترین ارزش، اشاره دارد (سانتورا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰).

<sup>1</sup> Camisón, C., & Villar-López

<sup>2</sup> Fan et al

<sup>3</sup> Gullmark

<sup>4</sup> Choi et al

<sup>5</sup> Santoro et al

## ارزش گذاری بازار شرکت

ارزش گذاری دارایی ها اعم از اوراق بهادار یکی از ارکان اصلی مؤثر بر تصمیمات سرمایه گذاری است ارزش گذاری اصولی و صحیح دارایی ها باعث تخصیص بهینه منابع سرمایه ای می شود تخصیص بهینه سرمایه در اقتصاد نیز نقش عمده ای در رشد و توسعه اقتصادی ایفا مینماید ارزش گذاری نادرست و استفاده از روشهای نامناسب و غیر عملی در تعیین ارزش داراییها باعث تخصیص غیر بهینه سرمایه و به هدر رفتن منابع سرمایه ای می شود.

### تأثیر بهره‌وری نوآورانه بر ارزش گذاری بازار شرکتها

نارضایتی از معیارهای سنتی ارزیابی عملکرد منجر به ارائه پیشنهادی گوناگونی در رابطه با معیارهای جدید ارزیابی عملکرد شده است. یکی از مهم‌ترین این معیارها، ارزش افزوده بازار است. حداکثرسازی ثروت سهامدار عمده‌ترین هدف واحد تجاری است و امروزه از ارزش افزوده بازار به‌عنوان برترین شاخص ارزیابی عملکرد داخلی که شاخصی از افزایش ارزش سهامدار است یاد می‌کنند. این شاخص رابطه نزدیکی با شاخص ارزش افزوده اقتصادی دارد. ارزش افزوده بازار زمانی ایجاد می‌شود که ارزش بازار واحدهای تجاری بیش از سرمایه به‌کار گرفته شده در آن باشد. ارزش افزوده بازار نشان‌دهنده ارزیابی سرمایه‌گذار از شرکت است و حداکثر نمودن آن هدف هر شرکتی است که به دنبال حداکثر کردن ثروت سهامداران است، زیرا با رشد قیمت سهم و افزایش ارزش بازار آن، به‌طور عملی و واقعی به ثروت سهامداران شرکت افزوده می‌شود. بنابراین تغییرات ارزش افزوده بازار هر شرکت بیانگر تغییر ثروت سهامداران آن شرکت می‌باشد. کارایی نوآورانه به‌طور چشمگیری به بهبود ارزش گذاری بازار شرکت کمک می‌کند. نقش مهم تحلیلگران اوراق بهادار و سرمایه‌گذاران نهادی را در انتقال اطلاعات در مورد کارایی نوآورانه و در نتیجه بهبود ارزش شرکت بررسی کردند. نتایج تجربی نشان می‌دهد که صنایع هایتک و حفاظت از مالکیت معنوی اثر تعدیل‌کننده مثبت و محدودیت‌های تامین مالی اثر تعدیل‌کننده منفی در این رابطه دارند. علاوه بر این، بازده سبد سهام با بهره‌وری های نوآورانه متفاوت می‌تواند توسط بازار به درستی قیمت گذاری شود.

### پیشینه تحقیقات

نوروزی و همکاران (۱۴۰۲)، در تحقیقی با عنوان، تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر عملکرد نوآوری: نقش میانجی قابلیت‌های مدیریت دانش، قابلیت نوآوری و انعطاف‌پذیری نوآوری محصول بیان کردند، امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات راه‌حلی کلیدی برای توسعه همه‌جانبه و توانمندسازی شرکتها است و امکان بهره‌برداری از فرصت‌های جدید را میسر می‌سازد. بر اساس تحلیل داده‌های پژوهش، تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر قابلیت نوآوری رد شد اما این متغیر به‌طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق قابلیت‌های مدیریت دانش و انعطاف‌پذیری نوآوری محصول بر عملکرد نوآوری شرکت‌های بیمه تأثیر مثبت و معنادار دارد. قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با تقویت قابلیت‌های شرکت‌های بیمه در مدیریت دانش و انعطاف‌پذیری نوآوری محصول و ایجاد امکان خلاقیت و نوآوری نقش مهمی در بهبود قابلیت و عملکرد نوآوری این شرکتها در صنعت بیمه دارد.

جلیلی، محمد (۱۴۰۲)، در تحقیقی با عنوان، اثر کارایی بازار و قیمت سهام برای پیش بینی سودآوری آینده شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بیان کرد، جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه شرکت های فعال پذیرفته شده در بورس تشکیل می دهند که در بازه زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ تعداد ۱۲۹ شرکت به روش حذف سیستماتیک انتخاب شدند. برای آزمون فرضیه ها از رگرسیون استفاده کردیم. نتایج نشان داد بین کارایی بازار و حساسیت بازده سهام فعلی نسبت به سودآوری آتی رابطه معنی داری وجود دارد. تجزیه و تحلیل‌های بیشتر ارتباط بین

کارایی بازار و حساسیت بازده سهام فعلی به سودآوری آینده را تایید کرد. شجاعی و احمدی (۱۴۰۱)، در پژوهشی به بررسی تأثیر کیفیت گزارشگری مالی بر ارزش افزوده بازار پرداختند و نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد کیفیت گزارشگری مالی بر ارزش افزوده بازار تأثیر معنادار و مستقیمی دارد یعنی به نوعی با افزایش کیفیت گزارشگری مالی، ارزش افزوده بازار شرکت‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. دوالی و همکاران (۱۴۰۰)، پژوهش تأثیر فناوری اطلاعات و نوآوری بر عملکرد با میانجی‌گری کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک سرمایه) انجام دادند، نتایج بیانگر آن است عامل کارآفرینی سازمانی می‌تواند به عنوان یک میانجی جزئی در رابطه بین نوآوری و عملکرد تأثیر مثبت داشته باشد و به عنوان یک میانجی به بهبود عملکرد در بانک سرمایه کمک کند و با ایجاد مزایای رقابتی در شرایط پیچیده کنونی با حفظ و رشد مشتری خود، شرایط برتری را در بین رقبا کسب نماید. وانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۴)، در تحقیقی با عنوان، تحول سازمانی دیجیتال، افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری تجزیه تحلیل تجربی داده‌های ۲۱۱۴ نمونه شرکت پذیرفته‌شده در بازارهای سهام A شانگهای و شنژن از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که تحول دیجیتالی سازمان‌ها می‌تواند به طور موثری رشد کارایی نوآوری شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد و افشای اطلاعات مالی نقش واسطه‌ای مهمی در این میان ایفا می‌کند. به علاوه، زمانی که سطح رقابت در صنعت بالا باشد و سطح بازاری شدن منطقه‌ای که شرکت در آن قرار دارد پایین باشد، تأثیر مثبت تحول دیجیتال بر کارایی نوآوری سازمان بسیار معنی‌دار خواهد بود. انجوک و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۳)، فعالیت‌های نوآورانه شرکت در سراسر کشورهای آسه آن: بررسی تأثیرات تجربه مدیریت، شیوه‌های مدیریت و نقش تعدیل‌کننده مدیران عامل زن بیان کردند، این مطالعه داده‌های هفت اقتصاد در آسه آن (ویتنام، تایلند، اندونزی، فیلیپین، مالزی، لائوس و کامبوج) را استخراج کرد. برای بررسی ساختار سلسله مراتبی چندسطحی مجموعه داده‌های پژوهش از مدل لاجیت چند سطحی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هر دو شیوه مدیریت و تجربه مدیریت تأثیر مثبتی بر فعالیت‌های نوآوری، به ویژه نوآوری محصول دارند. علاوه بر این، این مقاله نقش تعدیل‌کننده مثبت مدیران عامل زن را در مدیریت تجارب مدیریت رابطه نوآوری تاکید می‌کند.

## فرضیه‌های تحقیق

بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.  
تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر دارد.

## روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ طبقه‌بندی پژوهش بر مبنای هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی است. از لحاظ طبقه‌بندی پژوهش برحسب روش، توصیفی است. در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز، از روش کتابخانه‌ای استفاده می‌شود. در بخش کتابخانه‌ای، مبانی تحقیق از مجلات و مقاله‌های فارسی و لاتین و کتب مرتبط و همچنین اینترنت و سایت‌های مربوط به موضوع گردآوری می‌شود و داده‌های پژوهش از طریق جمع‌آوری داده‌های شرکت‌های بورسی اوراق بهادار تهران با مراجعه به صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی انجام خواهد پذیرفت. از آنجاکه روش انجام تحقیق به صورت کتابخانه‌ای بوده و از داده‌های واقعی شرکت‌ها استفاده شده است، برای فراهم کردن اطلاعات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، از منابع مختلفی از جمله لوح‌های فشرده سازمان بورس و اوراق

<sup>1</sup> Vang et al.

<sup>2</sup> Ngoc Do et al

بهادار تهران، نرم افزار تدبیر پرداز و ره آور نوین، سایت اطلاع رسانی شرکت بورس و سازمان بورس استفاده می گردد. برای پردازش اطلاعات از نرم افزار اکسل و ای ویوز استفاده شد. جامعه آماری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۴-۱۴۰۱ می باشد. نمونه آماری شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که از شرایط زیر برخوردار باشند:

- ✓ شرکت هایی که تا قبل از سال ۱۳۹۴ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
- ✓ شرکت هایی که از سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱ در بورس تهران حضور داشته باشند.
- ✓ شرکت هایی که پایان سال مالی آن ها ۲۹ اسفندماه باشند.
- ✓ شرکت هایی که تغییر سال مالی نداشته باشند.
- ✓ شرکت هایی که داده های مورد نظر آن ها در دسترس باشند.
- ✓ شرکت هایی که جزء بانک ها و مؤسسه های مالی نباشند.

بر اساس روش حذف سیستماتیک تعداد ۱۱۵ شرکت به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب گردید.

### مدل رگرسیون تحقیق:

$$EFF_{it} = c + \beta_1 Disclosure_{it} + \beta_2 DIG_{it} + \beta_3 Disclosure_{it} * DIG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 MB_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \varepsilon$$

(وانگ و همکاران، ۲۰۲۴)

### تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته:

کارایی نوآورانه: EFF

برای اندازه گیری کارایی نوآورانه، از نسبت تعداد ثبت های اختراع اعطا شده به سرمایه تحقیق و توسعه استفاده می کنیم (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

متغیر مستقل:

Disclosure = کیفیت افشا و شفافیت یک شرکت با استفاده از رتبه بندی شرکت های بورسی  
متغیر تعدیلگر:

DIG: تحول دیجیتال سازمانی

اگر کلمات کلیدی مربوط به "دیجیتالی شدن" در گزارش های سالانه شرکت بر اساس فناوری وجود داشته باشد ۱ و در غیر این صورت ۰ خواهد بود. (وو و همکاران ۲۰۲۲).

متغیرهای کنترلی:

ROA: معرف سودآوری که متغیر کنترلی است و برابر است با نسبت سود خالص به کل دارایی ها (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

SIZE: معرف اندازه شرکت که متغیر کنترلی است و برابر است با لگاریتم طبیعی کل درآمد فروش (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

<sup>1</sup> Vang et al.

MB: معرف رشد که متغیر کنترلی است و برابر است با نسبت ارزش بازار سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

LOSS: معرف زیان که متغیر کنترلی است و برابر است با یک متغیر ساختگی به این صورت که اگر سود سال جاری شرکت منفی باشد (گزارش زیان) ارزش یک و در غیر این صورت ارزش صفر می‌گیرد (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

LEV: معرف اهرم مالی که متغیر کنترلی است و برابر است با نسبت مجموع کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها (دونمینگ کونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

i و t به ترتیب نماد مقطع و سال

### آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

جهت شرح توصیفی متغیرهای مورد بررسی در نمونه آماری تحقیق و به منظور شناخت بهتر ویژگی‌ها و مشخصات نمونه مورد بررسی، لازم است آمار توصیفی متغیرها تشریح شود. از این رو، از شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع در توصیف متغیرهای تحقیق استفاده شده است. در این جدول میانگین و میانه جزء شاخص‌های مرکزی می‌باشد و انحراف معیار از شاخص‌های پراکندگی است. به علاوه، چولگی و کشیدگی برای بررسی توزیع داده‌های متغیرها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. نتایج بررسی آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در جدول ارائه شده‌اند. برای این منظور، طبق شرایط غربالگری جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تعداد ۱۱۵ شرکت طی دوره ۸ ساله از ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱ بررسی شده‌اند. تعداد داده‌های بررسی شده شامل ۹۲۰ مشاهده شرکت-سال هستند.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	مشاهده‌ها
Disclosure	۰.۰۱۴۲۴	۰.۰۱۰۰۲	۰.۰۱۶۲۱	۴.۵۹۲۳۲	۴۳.۱۱۵۲	۹۲۰
EFF	۰.۶۶۳۴۸	۰.۶۰۰۰۰	۰.۱۹۲۰۳	۰.۲۶۹۰	۲.۷۵۷۳۸	۹۲۰
SIZE	۲۷.۵۷۱۷	۲۷.۵۳۶۴	۱.۴۱۱۶۳	۰.۲۹۸۵۲	۳.۷۶۱۹۴	۹۲۰
LEV	۰.۵۹۷۲۹	۰.۶۰۲۳۹	۰.۱۹۶۶۰	۰.۲۳۴۲۲	۴.۰۳۶۴۳	۹۲۰
ROA	۰.۱۱۰۳۲۵	۰.۰۸۳۰۰	۰.۱۳۲۷۷	۰.۶۳۷۴۴	۴.۵۵۰۸۶	۹۲۰
MB	۰.۲۰۶۸۴	۰.۱۶۱۱۴	۰.۴۰۵۱۵	۵.۵۸۳۶۹	۳۱.۴۰۵۳	۹۲۰

لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت‌ها که معرف اندازه (SIZE) مشاهده‌های مورد بررسی است، به طور میانگین ۲۷/۵۷ واحد لگاریتمی است. نسبت بدهی‌ها به کل دارایی‌ها که معرف اهرم مالی (LEV) مشاهده‌های مورد بررسی است، به طور میانگین ۵۹/۷۳ درصد است. نسبت سود به کل دارایی‌ها که معرف بازده دارایی‌ها (ROA) در مشاهده‌های مورد بررسی است، به طور میانگین ۱۰/۳۲ درصد است.

با توجه به این که در این تحقیق، چندین متغیر مستقل و کنترلی به شکل دو حالت صفر و یک در نظر گرفته شده‌اند، از این رو بررسی این متغیرها بر اساس فراوانی آن‌ها انجام شده است. نتایج فراوانی این متغیرها بر حسب تعداد و درصد در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۲): فراوانی متغیرهای تحقیق

متغیر	کد صفر		کد یک		کل مشاهده‌ها	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
LOSS	۸۰۱	۸۷.۰۸	۱۱۹	۱۲.۹۲	۹۲۰	۱۰۰

۱۰۰	۹۲۰	۵۳.۷۹	۴۹۶	۴۶.۲۱	۴۲۴	DIG
-----	-----	-------	-----	-------	-----	-----

در مورد زیاندهی (LOSS)، تعداد ۱۱۹ مشاهده برابر با ۱۲/۹۲ درصد مشاهده‌ها، با شناسایی زیان در گزارش مالی مواجه شده و از کسب سودآوری ناتوان بوده‌اند؛ اما سایر مشاهده‌ها در روال عملکرد، سود شناسایی کرده‌اند.

### نرمال بودن متغیرهای تحقیق

جهت بررسی یکی از فروض رگرسیون، بهتر است نرمال بودن توزیع متغیرها به ویژه متغیر وابسته آزمون و بررسی شود. برای این منظور، از آزمون جارک-برا استفاده شده و نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است. این آزمون با توجه به شاخص‌های تقارن چولگی و کشیدگی، مطابقت با توزیع نرمال را مورد سنجش قرار می‌دهد. طبق نتایج ارائه شده، از آنجا که معناداری آماره جارک-برا برای (متغیر وابسته) بیشتر از سطح خطای ۵ درصد است، در نتیجه این متغیر توزیع نرمال دارد؛ اما معناداری آماره جارک-برا سایر متغیرها (متغیرهای مستقل و کنترلی) کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، در نتیجه این متغیرها دارای توزیع نرمال نیستند که البته این موضوع به دلیل تعداد زیاد مشاهده‌های مورد بررسی طبق قضیه حد مرکزی، مشکلی ایجاد نمی‌کند.

جدول (۳): بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق

معناداری	جارکو-برا	متغیرها
۰.۶۵۱۶۵	۰.۸۵۶۴۸	کارایی نوآورانه
۰.۰۰۰۰۰	۵۶۸.۰۵۷	کیفیت افشا و شفافیت
۰.۰۰۲۹۰	۱۱.۶۸۵۱	تحول دیجیتال سازمانی
۰.۰۰۰۰۰	۱۳۷.۹۴۴	سودآوری
۰.۰۰۰۰۰	۳۱.۴۲۹۱	اندازه شرکت
۰.۰۰۰۰۰	۴۳.۳۹۰۳	رشد
۰.۰۰۰۰۰	۲۳۵.۰۴۷	زیان
۰.۰۰۰۰۰	۱۳۵.۱۹۰	اهرم مالی

### مانایی متغیرهای تحقیق

استفاده از داده‌های نامانا می‌تواند سبب ایجاد رگرسیون‌های کاذب شود. از این رو، برای جلوگیری از رگرسیون کاذب باید شرط مانایی متغیرها برقرار باشد. طبق نتایج ارائه شده، معناداری آماره آزمون متغیرهای تحقیق کمتر از سطح خطای ۵ درصد است؛ از این رو، طی قلمرو زمانی تحقیق، متغیرها دارای مانایی از درجه یک در مقیاس سطح هستند و نتایج مدل‌های رگرسیونی تحقیق در بخش‌های بعدی، قابل اتکا است. قابل ذکر است که متغیرهای گسسته صفر و یک در جدول ارائه نشده‌اند؛ زیرا در مورد این نوع متغیرها، بررسی مانایی مفهومی ندارد.

جدول (۴): مانایی متغیرهای تحقیق

معناداری	آماره تی	متغیرها
۰.۰۰۰۰۰	-۱۲.۶۸۳۹	کارایی نوآورانه
۰.۰۰۰۰۰	-۱۷.۹۹۹۷	کیفیت افشا و شفافیت
۰.۰۰۰۰۰	-۲.۰۵۶۳۵	تحول دیجیتال سازمانی
۰.۰۰۰۰۰	-۴۷.۰۲۵۶	سودآوری
۰.۰۰۰۰۰	-۳.۹۹۷۵۴	اندازه شرکت
۰.۰۰۰۰۰	-۸.۱۵۹۳۳	رشد

زیان	-۱۴۴۶۶۴	۰.۰۰۰۰
اهرم مالی	-۹.۸۶۵۱۱	۰.۰۰۰۰

### آزمون مدل‌های رگرسیون تحقیق

جهت بررسی موضوع تحقیق، دو فرضیه تدوین شده‌اند که جهت اظهارنظر در مورد آن‌ها و بررسی روابط از مدل‌های رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. از آنجا که ماهیت داده‌های مورد بررسی به شکل ترکیبی از داده‌های شرکت‌های مختلف (مقاطع) در سال‌های مختلف (سری زمانی) هستند، در روند آزمون مدل‌های رگرسیون ابتدا از طریق آزمون چاو، استفاده از رگرسیون ادغام شده تلفیقی در مقابل رگرسیون ترکیبی مقایسه شده و الگوی مناسب انتخاب شده است؛ سپس در صورت تأیید استفاده از رگرسیون ترکیبی در ادامه از طریق آزمون هاسمن استفاده از رگرسیون با اثرات تصادفی در مقابل اثرات ثابت مقایسه شده و الگوی مناسب انتخاب شده است. به علاوه، ناهمسانی واریانس باقیمانده‌ها نیز از طریق آزمون بروش، پاگان و گادفری بررسی شده و در مورد انتخاب میان استفاده از روش حداقل مربعات معمولی در مقایسه با روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته تصمیم‌گیری گردید و آزمون‌های نهایی صورت پذیرفته‌اند. در بخش‌های بعدی، نتایج بررسی‌های آماری این مدل‌ها به تفکیک ارائه شده‌اند.

### بررسی مدل فرضیه اول تحقیق

مدل رگرسیون چند متغیره جهت آزمون این فرضیه به قرار زیر است:

$$EFF_{it} = c + \beta_1 Disclosure_{it} + \beta_2 DIG_{it} + \beta_3 Disclosure_{it} * DIG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 MB_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 LEV_{it} + \varepsilon$$

ابتدا جهت اجرای مناسب برآورد مدل، نتایج آزمون‌های تشخیصی مدل شامل چاو، هاسمن و بروش-پاگان-گادفری در جدول ۵ ارائه شده‌اند.

جدول (۵): نتایج آزمون‌های تشخیص الگوی مدل تحقیق

آزمون	آماره	مقدار	معناداری	نتیجه
چاو	اف لیمر (F)	۲.۸۲۱۶۳	۰.۰۰۰۰	روش داده‌های ترکیبی
هاسمن	کای دو ( $\chi^2$ )	۲۲.۱۵۵۸	۰.۰۱۴۳	روش اثرات ثابت
بروش-پاگان-گادفری	اف (F)	۲.۶۱۷۲۲	۰.۰۰۳۹	روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته

طبق آماره اف لیمر (F) در آزمون چاو و سطح معناداری آن که کمتر از خطای ۵ درصد است، فرض مربوط به عرض از مبدأ متفاوت در تمام مقاطع پذیرفته شده و در نتیجه از روش داده‌های پنل ترکیبی (در مقایسه با داده‌های پولد تلفیقی) استفاده می‌شود. طبق آماره کای دو (Chi-Sq.) در آزمون هاسمن و سطح معناداری آن که کمتر از خطای ۵ درصد است، فرض مربوط به وجود همبستگی بین اثرات فردی و متغیرهای توضیحی پذیرفته شده و در نتیجه برای آزمون این مدل‌ها بهتر است از روش اثرات ثابت (در مقایسه با اثرات تصادفی) استفاده شود. طبق نتایج آماره اف (F) در آزمون بروش-پاگان-گادفری و معناداری آن که کمتر از خطای ۵ درصد است، مشکل ناهمسانی واریانس در باقیمانده‌ها وجود دارد. از این رو، جهت حل مشکل برای آزمون مدل از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته (در مقایسه با روش حداقل مربعات معمولی) استفاده می‌شود.

نتایج برآورد مدل اول تحقیق طبق الگوی داده‌های ترکیبی با اثرات ثابت و روش حداقل مربعات تعمیم یافته در جدول ۵- ارائه شده است. طبق آماره فیشر (F) و معناداری آن که کمتر از خطای ۵ درصد است، روابط خطی معناداری بین متغیرها وجود دارد. طبق آماره دوربین-واتسون (D.W) که میزان آن در محدوده مناسب بین ۱/۵ تا ۲/۵ است،

باقیمانده‌ها مستقل از هم هستند و مشکل خودهمبستگی ندارند. طبق عامل تورم واریانس متغیرها که کمتر از عدد ۵ هستند، مشکل هم‌خطی بین متغیرهای توضیحی وجود ندارد. طبق ضریب تعیین تعدیل شده ( $Adj.R^2$ ) متغیرهای توضیحی مدل توانایی تعیین حدود ۴۶ درصد تغییرات متغیر وابسته را دارند.

**جدول (۶): نتایج آزمون نهایی مدل فرضیه تحقیق**

متغیر وابسته: EFF					
متغیرهای توضیحی	ضرایب ( $\beta$ )	خطای استاندارد (Std.Error)	آماره تی (t)	معناداری (prob)	عامل تورم واریانس (VIF)
C	۰.۱۶۶۳۳۶	۰.۱۶۸۳۵۰	۰.۹۸۸۰۳۲	۰.۳۲۳۵	-
کیفیت افشا و شفافیت	۰.۰۲۳۰۴۵	۰.۰۰۴۳۶۴	۵.۲۸۰۸۵۰	۰.۰۰۰۰	۱.۰۸۰۵۸۲
تحول دیجیتال سازمانی	۰.۰۴۵۵۶۱	۰.۰۱۲۸۸۳	۳.۵۳۶۶۳۰	۰.۰۰۰۴	۱.۱۱۹۷۱۹
تحول دیجیتال سازمانی* کیفیت افشا و شفافیت	۰.۰۸۲۷۱۱	۰.۰۳۲۳۴۳	۲.۵۵۷۳۲۵	۰.۰۱۰۸	۱.۳۳۶۰۹۱
سودآوری	۰.۷۲۵۳۸۰	۰.۲۷۸۹۳۳	۲.۶۰۰۵۵۴	۰.۰۰۹۵	۱.۰۵۱۲۸۲
اندازه شرکت	۰.۰۰۶۵۳۶	۰.۰۰۱۹۱۶	۳.۴۱۱۶۸۹	۰.۰۰۰۷	۱.۱۹۱۲۰۲
رشد	۰.۰۴۳۶۹۳	۰.۰۲۴۰۸۶	۱.۸۱۴۰۲۹	۰.۰۷۰۱	۱.۷۵۶۷۳۵
زبان	۰.۰۰۰۵۰۵	۰.۰۰۰۴۹۰	۱.۰۳۲۵۰۱	۰.۳۰۲۲	۱.۰۰۹۰۲۳
اهرم مالی	۰.۲۱۶۹۸۴	۰.۰۵۱۴۲۵	۴.۲۱۹۳۸۶	۰.۰۰۰۰	۲.۰۳۶۱۷۹
ضریب تعیین تعدیل شده ( $Adj. R^2$ )	۰.۴۶۲۷۶۶		آماره فیشر (F)	۴.۶۹۱۱۵۳	
آماره دوربین-واتسون (D.W)	۲.۱۸۵۸۰۴		معناداری آماره فیشر (F)	۰.۰۰۰۰۰۰	

**فرضیه اول تحقیق**

فرض صفر:

بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود ندارد.

فرض یک:

بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

بر اساس نتایج مدل، افشای اطلاعات مالی طبق آماره تی (t) و معناداری آن که کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنادار و مثبت با کارایی نوآوری دارد. از این رو، فرضیه اول تحقیق تأیید شد. بنابراین میتوان بیان کرد، بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

**فرضیه دوم تحقیق:**

فرض صفر:

تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر ندارد.

فرض یک:

تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر دارد.

بر اساس نتایج مدل، تحول دیجیتال سازمانی \* افشای اطلاعات مالی طبق آماره تی (t) و معناداری آن که کمتر از خطای ۵ درصد است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنادار و مثبتی با کارایی نوآوری دارد. از این رو، فرضیه دوم

تحقیق تأیید شد؛ در نتیجه می‌توان اظهار داشت تحول دیجیتال سازمانی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری نقش تعدیلگر دارد.

### مقایسه نتایج تحقیق با پیشینه‌های مطالعاتی

تأثیر تحول دیجیتال شرکت بر کارایی نوآوری از سه جنبه ناشی می‌شود: اول، بهینه‌سازی تخصیص منابع سازمانی و کاهش هزینه‌های نوآوری. تحول دیجیتال به طور گسترده‌ای فناوری دیجیتال را در تمام جنبه‌های تولید و عملیات سازمانی اعمال می‌کند، به طور مؤثر هزینه‌های تولید ناشی از عوامل عدم اطمینان اطلاعات را کاهش می‌دهد، بازده تولید عوامل را بهبود می‌بخشد، تخصیص بهینه منابع را محقق می‌کند و در نتیجه کارایی نوآوری را بهبود می‌بخشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۲). مورد دوم، گسترش فرصت‌ها برای نوآوری است. بهبود سطح دیجیتال شرکت‌ها به افزایش جریان اطلاعات و توانایی یکپارچه‌سازی شرکت‌ها کمک می‌کند و اطلاعات و دانش نوآوری در منطقه می‌تواند به طور مؤثرتری منتشر شود و محیط مناسبی برای توسعه فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌ها فراهم کند (ترینگیرو و همکاران، ۲۰۲۲). مورد سوم، کنترل ورودی نوآوری و بهبود خروجی نوآوری است. کاربرد فناوری دیجیتال به طور دقیق فرآیند نوآوری را تغییر می‌دهد، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا فرصت‌های نوآوری را به‌درستی به دست آورند، منابع را به طور مؤثر یکپارچه کنند، به سرعت به تقاضای بازار پاسخ دهند، مزیت رقابتی "دقیق و سریع" را شکل دهند و به طور مؤثر ورودی نوآوری را کنترل کنند. درعین حال، شبیه‌سازی مجازی و تجزیه و تحلیل داده‌های هوشمند ارائه شده توسط فناوری‌های پیشرفته، به طور مؤثر خروجی نوآوری سازمانی را بهبود می‌بخشد (کانگ و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، تحول دیجیتال همچنین به کارایی تحول در شرکت‌ها کمک می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

اطلاعات نقش مهمی در رابطه بین تحول دیجیتال و کارایی نوآوری سازمانی دارد. بسیاری از مطالعات رابطه بین تحول دیجیتال و محیط اطلاعات سازمانی و کیفیت را مورد بحث قرار داده‌اند. توسعه دیجیتال به طور گسترده و عمیقی از فناوری‌های اطلاعاتی مدرن مانند کلان داده‌ها، اینترنت و هوش مصنوعی برای همه جنبه‌های تولید و عملیات سازمانی، بهبود قابلیت‌های جمع‌آوری اطلاعات سازمانی، گسترش مؤثر کانال‌های دسترسی به اطلاعات سازمانی، و کاهش مسئله عدم تقارن اطلاعات استفاده کرده است. اول، توسعه دیجیتال عدم تقارن اطلاعاتی را در میان بخش‌های مختلف شرکت، به‌ویژه در بعد اطلاعات مالی کاهش می‌دهد. انواع سیستم‌های مدیریت مالی مبتنی بر کلان داده‌ها است که اطلاعات مالی بخش‌های مختلف و لینک‌های تولید شرکت را پوشش می‌دهد. اطلاعات به سرعت از طریق شبکه منتقل می‌شود و شرکت‌ها می‌توانند اطلاعات مالی را به موقع تنظیم و تجزیه و تحلیل کنند. این تأثیر مثبت معنی‌داری بر بهینه‌سازی ساختار ورودی و خروجی نوآوری سازمانی دارد (یو و ماناگی، ۲۰۲۲). دوم، از دیدگاه خارجی، بهبود کیفیت افشای اطلاعات مالی شرکت‌ها به طور مؤثر عدم تقارن اطلاعاتی بین بازار سرمایه و شرکت‌ها را کاهش می‌دهد (زو، ۲۰۱۸). سوم، تحول دیجیتالی شرکت‌ها خوانایی صورت‌های مالی سالانه شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد. سرمایه‌گذاران می‌توانند اطلاعات سرمایه‌گذاری کافی‌تری را از صورت‌های مالی شرکت‌ها به دست آورند، که به طور مؤثری اعتماد سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد، بنابراین محدودیت‌های تأمین مالی خارجی شرکت‌ها را کاهش می‌دهد و سرمایه در دسترس بیشتری برای شرکت‌ها برای انجام فعالیت‌های نوآورانه فراهم می‌کند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

نتایج تحقیق حاضر با تحقیق وانگ و همکاران (۲۰۲۴)، همسو می‌باشد. وانگ و همکاران (۲۰۲۴)، در تحقیقی با عنوان، تحول سازمانی دیجیتال، افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری تجزیه تحلیل تجربی داده‌های ۲۱۱۴ نمونه شرکت پذیرفته شده در بازارهای سهام شانگهای و شنژن از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که تحول دیجیتالی سازمان‌ها می‌تواند به طور مؤثری رشد کارایی نوآوری شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد و افشای اطلاعات مالی نقش واسطه‌ای

مهمی در این میان ایفا می‌کند. به علاوه، زمانی که سطح رقابت در صنعت بالا باشد و سطح بازاری شدن منطقه‌ای که شرکت در آن قرار دارد پایین باشد، تأثیر مثبت تحول دیجیتال بر کارایی نوآوری سازمان بسیار معنی‌دار خواهد بود.

### پیشنهاد‌های کاربردی بر اساس نتایج تحقیق

- با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی زیر ارائه شده‌اند:
- ✓ با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش، پیشنهاد می‌شود در ارکان راهبری شرکتی درون سازمانی بیشتر بهره گرفته شود؛ زیرا ایجاد نظارت بیشتر سبب جلوگیری از وقوع مدیریت سود و موجب افشای بیشتر اطلاعات می‌شود و در این شرایط، زمینه بهبود کیفیت اطلاعات مالی فراهم می‌گردد. این موضوع همچنین بیانگر کارایی نوآوری سازمان خواهد شد.
- ✓ با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش، به اعتبار دهندگان پیشنهاد می‌گردد؛ تحول دیجیتال سازمانی را بررسی نموده و تأثیر آن بر نوآوری شرکت را مدنظر قرار دهند. از این طریق می‌توانند ریسک‌های شرکت را کاهش دهند.

### پیشنهاد‌هایی برای انجام تحقیقات بعدی

- به محققین و دانشجویان پیشنهاد می‌شود جنبه‌های مختلف مرتبط با موضوع را در مسیر تکمیل روند مطالعاتی بررسی کنند:
- ✓ تأثیر رفتارهای ناکارآمد حساب‌رسان بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری.
  - ✓ تأثیر رویه‌های مدیریت سود مانند تغییر طبقه‌بندی و مدیریت آرایشی سود بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری.
  - ✓ تأثیر تنوع جنسیتی ارکان مدیریتی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری.
  - ✓ تأثیر هیأت مدیره‌ها و کمیته‌های حسابرسی بر رابطه بین افشای اطلاعات مالی و کارایی نوآوری.

### منابع داخلی

- ✓ ابطحی، سید حسین، (۱۴۰۰)، مدیریت منابع انسانی اداره امور کارکنان در سازمان‌های دولتی، صنعتی، بازرگانی، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ ۴.
- ✓ امیدواری، حمید، بابایی، هما، (۱۴۰۰)، تأثیر صدا و گرمادر بهره‌وری نیروی انسانی، ماهنامه مدیریت صنعتی، شماره ۱۲.
- ✓ انصاری، فیروزه، سبزیعلی، شیما، (۱۳۸۸)، اولویت بندی عوامل سازمانی موثر در ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی در صنایع کوچک، ماهنامه مدیریت سلامت، شماره ۱۱.
- ✓ بردبار، هادی، (۱۳۹۱)، عوامل موثر بر بهره‌وری نیروی انسانی با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره مطالعه موردی، کارکنان بیمارستان شهید صدوقی یزد، ماهنامه مدیریت سلامت، شماره ۱۴.
- ✓ پروکوپنکو، جوزف، نورث، کلاوس، (۱۳۸۰)، مدیریت بهره‌وری و کیفیت، مترجم، گروه مترجمان تهران، انتشارات کارآفرینان بصیر.
- ✓ پولانی، مایکل، (۲۰۱۹)، اقداماتی در جهت سلامت سازمانی، ترجمه محمدرضا علی پور، مؤسسه پژوهش و آموزش همکاران سیستم.

- ✓ پیمان، سید محمد، (۲۰۱۸)، کنکاش در بهره‌وری و ارایه الگو برای اندازه‌گیری، فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش، انتشارات مدرسه، شماره ۲۸.
- ✓ حبیب، الناز، دهقان، نیستانی، مهدی، رسولی نژاد، عبدالحسین، عزیزی، حبیب، (۱۴۰۰)، رابطه انگیزه و بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه پی‌اورد سلامت، شماره ۱۳.
- ✓ جزنی، نسرین، (۲۰۱۸)، مدیریت منابع انسانی، تهران، نشر نی.
- ✓ چاروسه، امین، (۱۳۹۹)، نقش سازمان‌های غیر دولتی در ایجاد و حفظ سلامت نظام اداری کشور، مجموعه مقالات همایش سلامت نظام اداری، تهران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- ✓ حاجی زاده، میمندهی، (۱۳۹۹)، مجموعه مقالات همایش سلامت نظام اداری، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- ✓ حسینی، فرزاد، (۲۰۱۸)، رویکرد برنامه‌ریزی رسمی و بهره‌وری نیروی انسانی، مجله مدیریت سلامت، شماره ۳۴.
- ✓ حکیمی‌نیا، حمید، ملکی آوارسین، صادق، قصابی، رقیه، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین تعهد سازمانی با سلامت اداری اداره کل امور مالیاتی استان لرستان، ماهنامه پژوهشگر (مدیریت)، شماره ۲۳.
- ✓ حمیدی، یدالله، طوسی، زهرا، تاپاک، لیلی، (۱۳۹۷)، رابطه قابلیت‌های فردی و بهبود کیفیت و بهره‌وری سازمانی، ارگونومی، صص ۱۱-۱۸.
- ✓ خاکی، غلامرضا، (۱۳۷۷)، مدیریت بهره‌وری، تجزیه و تحلیل آن در سازمان، تهران، انتشارات کوهسار.
- ✓ خاکی، تیمور، (۲۰۱۹)، خلاقیت و نوآوری در انسانها و سازمانها، انتشارات ترمه، چاپ اول.
- ✓ رابینز، استیفن پی، (۱۳۹۹)، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه پارسیان، اعرابی، چاپ پنجم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ✓ رابینز، استیفن پی، (۱۳۷۴)، مدیریت رفتار سازمانی رابینز، مترجمان، پارسایان علی و اعرابی سید محمد، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- ✓ رضاییان، علی، (۱۳۸۰)، مدیریت رفتار سازمانی، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
- ✓ شفیع‌آبادی، عبدالله، (۱۳۸۷)، راهنمایی و مشاوره تحصیلی و شغلی، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت.
- ✓ رضاییان، علی اکبر، قاسمی، مهناز، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین مدیریت تنوع و بهره‌وری نیروی انسانی، مجله علوم مدیریت، شماره ۵.
- ✓ رضاییان، علی، (۲۰۱۷)، بهره‌وری نیروی انسانی، فصلنامه مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱.
- ✓ رضاییان، علی، (۱۳۹۸)، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران، انتشارات سمت.
- ✓ طهماسبی لیمونی، صفیه، (۱۳۹۹)، تاثیر معماری سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی از دیدگاه کتابداران پزشکی، تصویر سلامت، صص ۲۸۹-۲۸۱.
- ✓ عسگری نژاد، منیره، (۱۳۹۶)، رابطه توسعه فناوری اطلاعات با عدم تمرکز در تصمیم‌گیری، بهبود فرایندهای کاری و بهره‌وری سازمانی مورد مطالعه، فرماندهی انتظامی استان همدان، پژوهش‌های مدیریت انتظامی، مطالعات مدیریت انتظامی، صص ۱۳۷-۱۵۴.
- ✓ کریمی، یوسف، (۲۰۱۹)، روانشناسی شخصیت، چاپ سوم، تهران، موسسه نشر ویرایش.
- ✓ مورهدو، گریفن، (۱۳۸۰)، رفتار سازمانی، ترجمه: دکتر الوانی، دکتر معمارزاده، چاپ ششم، تهران: انتشارات مروارید.
- ✓ الله وردی، حسن، (۱۳۹۹)، اولویت بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی از دیدگاه مدیران میانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

- ✓ محفوظی، علی، لفظ فروشان، داوود، قربانی، محمود، (۱۳۹۸)، طراحی مدل جامع مدیریت استعداد با رویکرد جانشین پروری در راستای توسعه بهره وری سازمانی با استفاده از روش معادلات ساختاری (مورد مطالعه: سازمان های دولتی)، مدیریت بهره وری (فراسوی مدیریت)، صص ۲۴۹ - ۲۷۹.
- ✓ مرادی، احسان، (۱۳۹۰)، رابطه تخصص گرایی مدیران و میزان موفقیت در نواحی چهارگانه آموزش و پرورش شهرستان شیراز، دانشگاه دانشگاه پیام نور استان فارس، شیراز.
- ✓ میرسپاسی، ناصر، (۱۳۹۹)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی، چاپ ۲۱.
- ✓ میرکمالی، سید محمد، حسینی، سیدرسول، (۱۳۸۷)، بررسی رابطه بین روحیه خودکارآمدی مدرسان مراکز تربیت معلم، آموزش عالی، دوره ی جدید، دوره ۱، شماره ۴.
- ✓ نظری، محسن، (۱۳۹۳)، نقش سرمایه اجتماعی در بهره وری نیروی کار، پایاننامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز، تهران.
- ✓ نیکوکار، هانی، اکبری، محسن، آهی، پرویز، قیاسی، رضا، (۱۳۹۸)، تبیین نقش رهبری آینده نگر در بهبود بهره وری سازمانی با میانجیگری تعهد سازمانی، پژوهش های مدیریت انتظامی، صص ۱۰۱-۱۲۲.
- ✓ Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The exercise of control. New York: Freeman Bureš, V., & Stropková, A. (2014). Labour Productivity And Possibilities Of Its Extension By Knowledge Management Aspects. Procedia-Social And Behavioral Sciences, 109, 1088-1093.
- ✓ Elizabeth A. Smith (2020) Personal and Organizational Productivity ; Creating Productive Organizations Developing your work force (pp.43-52)
- ✓ Glenn R. Carroll ; Olga M. Khessina (2019) Organizational, Product and Corporate Demography ; Handbook of Population (pp.521-553) Publisher: Springer
- ✓ Goldman k(۲۰۰۴). possibility of healthy organizations ,toward a new frame work for organizational theory and practices .2004:57-79
- ✓ Green berg Gerald and Barom Robert A.(1995), Behavior in organization, prentice Hall , 5th. Edition , pp117
- ✓ HasaniKakhakiA&Gholipor A. Organizational citizenship behavior, a step to improve performance of organization. Journal of Trade Studies 2008; 12(45): 115-45[Article in Persian].
- ✓ Heeter, M. (2003). Knowledge Worker Productivity.
- ✓ Hofsted, G. (2019). Culture's consequences: Comparing values, behavior, institution and organizations across nations. (2nd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- ✓ Huselid, M. (۲۰۱۰). The Impact Of Human Resource Management Practices On Turnover, Productivity, And Corporate Financial Performance. Academy Of Management Journal, 38, 635-672.
- ✓ Jahed HA(2020) Organizational Health. Tadbir 2020; 16(159): 16-21[Article in Persian].
- ✓ Levenson, Alec R., vanderstede , wim A. and cohen, Susan G (2006). Measuring the Relationship Between managerial competencies and performance , Journal of management , 32, 360-369
- ✓ line, C.I. (2006). Effects of culture on online initial trust: individual level analysis. A doctoral dissertation of philosophy in communication and information sciences, University
- ✓ Lynden JA & Klinge WE(2000) Supervising organizational health and student performance implication for school reform initiatives [Thesis]. The Pennsylvania State University.
- ✓ MacIntosh R, MacLean D & Burns H.(۲۰۲۱) Health in Organization: Towards a Process Based View. Journal of Management Studies; 44(2): 206-21.
- ✓ Marjan Modara ; Lameea Al-Tahoo (2018) The Role of Knowledge Management in Enhancing the Organizational Productivity ; 18th European Conference on Knowledge

Management ECKM 2017At: Universitat Internacional de Catalunya Immaculada 22  
Barcelona 08017

- ✓ Marshal, H, (2021). The Relation Between Supervise and welfare, P:MCGrowthill.
- ✓ Michaelis, B., Wagner, J. D., &Schweizer, L. (2014). Knowledge As A Key In The Relationship Between High-Performance Work Systems And Workforce Productivity. Journal Of Business Research.
- ✓ Nemertes., J. (2020).Improving worker productivity campaign. www.notel.com
- ✓ Pratap Reddy Sunkepally(2020) KNOWLEDGE DEMOCRATIZATION AND ORGANIZATIONAL PRODUCTIVITY ;
- ✓ Samppa Suoniemi ; Harri Terho (2021) The impact of firm-level and project-level it capabilities on CRM system quality and organizational productivity ; Journal of Business Research 127(1):108-122
- ✓ Seligman, P., & Schulman, P. (1986). Explanatory Style As A Predictor Of ProductivityAnd Quitting Among Life Insurance Sales Agents. Journal Of Personality And SocialPsychology, 50, 832–838.
- ✓ sicro, R.J.; Javidan, M.; Hanges, P.J. &Dorfman, P.W. (2021). “Understanding Cultures & Implicit Leadership Theories Across the Globe: An Introduction to Project GLOBE”. Journal of World Business, 37, 3-10.
- ✓ Wright, P. M., George, J. M., Farnsworth, S. R., &Mcmahan, G. C. (۲۰۰۹). Productivity And Extra-Role Behavior: The Effects Of Goals And Incentives On SpontaneousHelping. Journal Of Applied Psychology, 78, 374–381.
- ✓ Yilmaz, C., Ergun, E. (2008). Organizational culture and firm effectiveness: An examination of relative effects of culture traits and the balanced culture hypothesis in an emerging economy. Journal of World Business, 43(3), 290306.
- ✓ ZahedBabolan A, Asgarian M, Behrangi MR &Naderi E(۲۰۰۹)Examination of relationship between school organizational health & teacher organizational commitment in boys' schools of Ardabil. Studies in Education and Psychology; 9(2): 127[Article in Persian].