



تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی

سجاد شمسه^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۰۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۰۹ حسین جهانگیرنیا^۲

محمدرضا پورفخاران^۳

چکیده

تحول دیجیتال به عنوان یکی از ارکان کلیدی مزیت رقابتی در عصر فناوری، نیازمند تصمیم‌گیری‌های راهبردی و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت است. تحول دیجیتال به عنوان یکی از مهم‌ترین تغییرات ساختاری در فضای کسب‌وکارهای معاصر، مستلزم پشتیبانی از سوی نظام‌های تأمین مالی و حاکمیت شرکتی است. در این میان، ساختار مالکیت و به‌ویژه نقش نهادهای سرمایه‌گذار می‌تواند تأثیر بسزایی در جهت‌گیری دیجیتالی شرکت‌ها داشته باشد. مالکیت نهادی به دلیل نفوذ و قدرت تأثیرگذاری بالا، می‌تواند نقش کلیدی در جهت‌دهی به راهبردهای فناورانه ایفا کند. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران انجام شده است. در این راستا، مالکیت نهادی به عنوان متغیر اثرگذار در نظر گرفته شده است. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی و مبتنی بر تحلیل داده‌ها مربوط به دوره زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ می‌باشد. تعداد نمونه آماری ۱۵۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است که به روش حذف سیستماتیک غربالگری شده است. برای سنجش تحول دیجیتال از شاخص‌های گزارش‌شده در صورت‌های مالی، یادداشتهای توضیحی و گزارش تفسیری مدیریت از طریق منابع اطلاعاتی بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری شد و برای سنجش مالکیت نهادی از ترکیب سهام‌داران عمده استفاده شده است. جهت تجزیه و تحلیل‌های آماری از نرم‌افزارهای اکسل و ایویوز استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مالکیت نهادی، رابطه مثبت و معناداری با تحول دیجیتال شرکت‌ها دارد. دانش‌افزایی این پژوهش در حوزه تحول دیجیتال سازمانی است. مالکیت نهادی باعث می‌شود تا نظارت و پاسخگویی در سازمان‌ها افزایش پیدا کند و از ریسک‌گریزی مدیران در پذیرش نوآوری‌ها و دیجیتالی شدن جلوگیری کرده و به انتخاب استراتژی‌های کارآمد در دیجیتالی شدن سازمان‌ها بیانجامد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران و سرمایه‌گذاران در جهت تدوین سازوکارهای مؤثرتر حاکمیت شرکتی و تقویت مسیر دیجیتالی‌سازی کمک نماید.

کلمات کلیدی

تحول دیجیتال، مالکیت نهادی، حاکمیت شرکتی، بازار سرمایه ایران.

۱- گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. sshamseh@gmail.com

۲- گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. (نویسنده مسئول) Hosein.jahangirnias@iaui.ir

۳- گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. mohammadreza31151@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر، فناوری‌های دیجیتال به سرعت در حال تغییر شیوه‌های سنتی کسب و کار و خلق ارزش هستند. تحول دیجیتال دیگر صرفاً یک انتخاب اختیاری برای شرکت‌ها نیست، بلکه ضرورتی استراتژیک و رقابتی برای بقا، رشد و نوآوری در بازارهای پرتلاطم امروزی به شمار می‌آید. این تحول نه تنها بر فرایندهای عملیاتی شرکت‌ها، بلکه بر ساختارهای تصمیم‌گیری، مدل‌های کسب و کار، تعامل با مشتریان و زنجیره تأمین اثرگذار است (Bharadwaj, 2000). تحول دیجیتال به عنوان یک رویکرد راهبردی نوین، فراتر از پیاده‌سازی صرف فناوری اطلاعات بوده و مفهومی چندبُعدی شامل بازطراحی مدل‌های کسب و کار، ارتقای تجربه مشتری، چابک‌سازی فرایندها و تغییر در ساختار تصمیم‌گیری و فرهنگ سازمانی است (Westerman et al., 2011). این نوع تحول، به سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه، ریسک‌پذیری بالا و هم‌راستاسازی منابع مالی و انسانی نیاز دارد. در این میان، ساختار مالکیت شرکت‌ها و به‌ویژه نقش نهادهای سرمایه‌گذار در تعیین جهت‌گیری‌های راهبردی، می‌تواند نقش اساسی در تسهیل یا تضعیف این مسیر ایفا کند. در این میان، پیاده‌سازی موفق تحول دیجیتال نیازمند منابع مالی، دانش مدیریتی، فرهنگ سازمانی پذیرای نوآوری و همچنین حاکمیت شرکتی مؤثر است. یکی از مؤلفه‌های کلیدی حاکمیت شرکتی، ساختار مالکیت و به‌ویژه مالکیت نهادی است. نهادهای مالک به دلیل دارا بودن منابع اطلاعاتی و قدرت اثرگذاری بر تصمیمات راهبردی شرکت‌ها، می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به مسیر تحول دیجیتال ایفا کنند (Dong et al, 2023).

نظام راهبری شرکتی یا حاکمیت شرکتی از ایجاد تضاد منافع جلوگیری می‌کند. (Berle & Means, 1932) فقدان سازوکارهای حاکمیت شرکتی به مدیران اجازه می‌دهد تا منافع شخصی خود را دنبال کنند. یکی از سازوکارهای مهم کنترل مؤثر حاکمیت شرکتی ظهور سرمایه‌گذاران نهادی است.

مالکیت نهادی، به عنوان یکی از ارکان اصلی حاکمیت شرکتی، شامل مالکان حقوقی نظیر صندوق‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و سازمان‌های بازنشستگی است که در مقایسه با سهام‌داران خرد، از توانمندی اطلاعاتی، تحلیل‌گری و اثرگذاری بالاتری برخوردارند. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که حضور پررنگ نهادهای سرمایه‌گذار می‌تواند از طریق نظارت مؤثر بر عملکرد مدیریت، کاهش هزینه‌های نمایندگی و اعمال فشار برای تحقق بازده بلندمدت، موجب بهبود تصمیمات راهبردی در شرکت‌ها شود (Gillan & Starks, 2013). مالکیت نهادی مؤثر و حسابرسی دیجیتال،

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

عناصر ضروری برای شرکت‌ها هستند تا از صحت کنترل حسابرسی و نظارت بر رویه‌های گزارشگری مالی اطمینان حاصل کنند.

با توسعه و عمومیت یافتن سریع فناوری دیجیتال، اقتصاد مبتنی بر دیجیتال به نیروی محرکه اساسی برای رشد اقتصاد ملی تبدیل شده است. شرکت‌ها واحدهای اساسی اقتصاد و جامعه هستند و ترویج تحول دیجیتال یک سیاست حیاتی برای پرورش پویایی‌های اقتصادی جدید است؛ بنابراین، تحول دیجیتال شرکت‌ها به یک مسئله کلیدی و مهم تبدیل شده است (Dong et al, 2023). تغییرات دیجیتال به‌طور کلی مستلزم تغییرات در تولید محصولات، فرآیندهای کسب‌وکار، مدل‌های کسب‌وکار از طریق فناوری‌های دیجیتال همانند فناوری‌های اطلاعاتی، محاسبات تحلیلی و نوآوری‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین است و منجر به تحول مدل‌های موجود شرکت‌ها به نفع سیستم‌های دیجیتالی می‌شود. دگرگونی ناشی از دیجیتال سازمانی، توسعه یکپارچه، صنایع تولیدی پیشرفته و خدمات مدرن را ارتقا می‌دهد و بهره‌وری همه عوامل بنگاه اقتصادی را بهبود می‌بخشد (Shen & Zhang, 2023). نفوذ مداوم فناوری دیجیتال پویای شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد (Dong et al, 2023).

تحول دیجیتالی شرکت‌ها به گسترش بازارهای آن‌ها و افزایش ارزش شرکت کمک کند. تحول دیجیتال از توسعه مدل‌های کسب‌وکار حمایت می‌کند و آلودگی زیست‌محیطی ناشی از عملیات شرکت را کاهش می‌دهد (Dong et al, 2023). همانطور که مطالعه پیامدهای اقتصادی تحول دیجیتال مهم به نظر می‌رسد، بررسی عوامل موثر بر تحول دیجیتال شرکت‌ها برای ورود به مرحله جدیدی از کارایی دیجیتالی مهم‌تر است. مالکیت نهادی ممکن است از یک سو موجب افزایش فشار بر مدیران برای بهبود کارایی و نوآوری گردد و از سوی دیگر، در صورت داشتن افق سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت یا تعلق به نهادهای دولتی، ممکن است به رفتار محافظه‌کارانه و عدم تمایل به ریسک‌های فناورانه منجر شود (Bushee, 1998)؛ بنابراین، شناسایی نحوه تأثیرگذاری مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال شرکت‌ها، به‌ویژه در بازار سرمایه ایران که با ویژگی‌های خاصی نظیر تمرکز مالکیت و نفوذ نهادهای دولتی همراه است، از اهمیت بالایی برخوردار است. در فضای اقتصادی و نهادی ایران، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار عمدتاً با تمرکز مالکیت، حضور پررنگ نهادهای شبه‌دولتی و ضعف نظام پاسخگویی دیجیتال مواجه‌اند. از این رو، شناخت رابطه بین میزان و نوع مالکیت نهادی با وضعیت تحول دیجیتال در این شرکت‌ها، از جنبه نظری و کاربردی حائز اهمیت است.

بنابراین، این مطالعه با هدف تعیین اثر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی، صورت می‌پذیرد. این پژوهش قصد دارد تا با تمرکز بر شکاف نظری، به بررسی دقیق و شفاف‌تر این موضوع بپردازد. در نتیجه، پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین مالکیت نهادی و تحول دیجیتال سازمانی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ می‌پردازد تا تأثیر آن را به صورت تجربی بررسی کند.

مبانی نظری

مالکیت نهادی

مالکیت نهادی به درصدی از سهام شرکت‌ها اشاره دارد که در اختیار نهادهای حرفه‌ای نظیر صندوق‌های بازنشستگی، بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های ثروت ملی قرار دارد. این نهادها به‌طور معمول دارای منابع مالی گسترده، توان تحلیلی بالا، تخصص مدیریتی و نگرش بلندمدت در سرمایه‌گذاری هستند. نقش آن‌ها در بازار سرمایه، فراتر از سرمایه‌گذاری صرف است و شامل نظارت، فشار مدیریتی و اثرگذاری بر تصمیمات کلان شرکت‌ها نیز می‌شود (Azadi & Mohamadi, 2015). مالکیت نهادی عبارت است از کل سهام نگهداری شده توسط بانک‌ها و شرکت‌های بیمه، شرکت‌های هلدینگ، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت‌های تأمین سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری، سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و شرکت‌های دولتی. مطابق با تعریف (Bushee, 1998)، سرمایه‌گذاران نهادی، سرمایه‌گذاران بزرگی مانند بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و غیره هستند. رایج‌ترین تعریف از مالکیت نهادی، درصد سهام در اختیار دولت و شرکت‌های دولتی از کل سهام است. مالکیت نهادی طبق استانداردهای حسابداری به ۲۰ درصد سهام اطلاق می‌شود (Henry, 2010). مالکیت نهادی به صورت نسبت سهام عادی نگهداری شده توسط سرمایه‌گذاران نهادی در یک شرکت به کل سهام آن شرکت محاسبه می‌شود (Torabi & Aghakochaki, 2019). سرمایه‌گذاران نهادی، بازیگران اصلی بازارهای مالی هستند (Henry, 2010). سرمایه‌گذاران نهادی در بسیاری از سیستم‌ها و سازوکارهای حاکمیت شرکتی از اهمیت بالایی برخوردارند و نقش کلیدی در نظارت شرکت‌ها بر حقوق صاحبان سهام ایفا می‌کنند (Reaad et al, 2020). مالکان نهادی این پتانسیل را دارند که مستقیماً از طریق مالکیت و غیرمستقیم از طریق مبادله سهام خود، بر فعالیت‌های مدیران تأثیر بگذارند (Gillan & Starks, 2013). گزارش‌های چهار کمیته کلیدی حاکمیت شرکتی نشان می‌دهد که سهامداران نهادی به دلیل درصد بالای مالکیت خود، توانایی

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

اعمال کنترل بر اقدامات مدیران شرکت را دارند. آن‌ها نقش عمده‌ای در شکل‌دهی بسیاری از تغییرات در سیستم‌های حاکمیت شرکتی دارند (Gillan & Starks, 2013 Aligholi & Jalilian, 2012). مالکان نهادی دارای توان بالقوه‌ای در تأثیرگذاری مستقیم از طریق مالکیت خود بر فعالیت‌های مدیران و غیرمستقیم از طریق مبادله سهام خود هستند. نظارت توسط مالکان نهادی از عملکرد ضعیف مدیران جلوگیری خواهد کرد (Dong, 2023).

تئوری‌های مرتبط با مالکیت نهادی

- نظریه نمایندگی^۱؛ این نظریه بیان می‌کند که میان سهامداران (اصیل‌ها) و مدیران (کارگزاران) تضاد منافع وجود دارد، چرا که مدیران ممکن است اهداف شخصی خود را دنبال کنند. حضور سرمایه‌گذاران نهادی به عنوان سهامداران بزرگ می‌تواند این تضاد را کاهش دهد. آن‌ها به دلیل مالکیت معنادار و تخصص حرفه‌ای، انگیزه و توانایی نظارت فعال بر عملکرد مدیران دارند. بر اساس مطالعات (Jensen & Meckling, 1976)، سرمایه‌گذاران نهادی می‌توانند با کنترل هزینه‌های نمایندگی، بهره‌وری را افزایش دهند.

- نظریه نظارت فعال^۲؛ برخلاف سهامداران خرد که معمولاً فاقد توانایی برای اعمال نفوذ در سیاست‌های مدیریتی هستند، سرمایه‌گذاران نهادی می‌توانند نقش مؤثری در نظارت و اصلاح سیاست‌های مدیریتی ایفا کنند. (Shleifer & Vishny, 1986) معتقدند که سرمایه‌گذاران نهادی به دلیل اندازه و تجربه‌شان، می‌توانند رفتار مدیریتی را در جهت افزایش ارزش شرکت هدایت کنند. سرمایه‌گذاران نهادی اغلب با رأی‌گیری در مجامع، لابی‌گری یا حتی تهدید به فروش سهام، بر رفتار مدیران تأثیرگذار هستند.

- نظریه هم‌راستایی منافع^۳؛ افزایش مالکیت نهادی می‌تواند باعث هم‌راستایی منافع میان مدیران و سهامداران شود. سرمایه‌گذاران نهادی اغلب خواهان رشد پایدار بلندمدت هستند، نه بازدهی کوتاه‌مدت پریسک (Pourali & Hajjani, 2014). (Gillan et al, 2018) نشان می‌دهند که مالکیت نهادی به افزایش شفافیت اطلاعاتی، ثبات راهبردی و بهبود عملکرد مالی منجر می‌شود.

- نظریه تمرکز مالکیت^۴؛ برخی محققان تأکید دارند که تمرکز مالکیت در دستان نهادهای بزرگ می‌تواند به اتخاذ تصمیمات بهینه‌تر منجر شود، چرا که تصمیم‌گیرندگان کمتری با قدرت بیشتر وجود دارند. مالکیت پراکنده باعث تضعیف نظارت و عدم انگیزه برای کنترل مدیریت می‌شود. در مقابل،

تمرکز مالکیت نهادی باعث کارایی بیشتر و ثبات راهبردی در شرکت‌ها می‌گردد (Demsetz & Lehn, 1985).

مالکیت نهادی به‌عنوان یکی از مکانیزم‌های داخلی حاکمیت شرکتی شناخته می‌شود. آن‌ها نقش فعالی در موارد زیر دارند:

- ✓ پیشنهاد و تأیید سیاست‌های راهبردی
- ✓ مخالفت با پاداش‌های مدیریتی غیرمنصفانه
- ✓ حمایت از پروژه‌های تحقیق و توسعه و نوآوری

انواع مالکان نهادی

سرمایه‌گذاران نهادی براساس انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، دارای دیدگاه‌های متفاوتی هستند و به دو دسته‌ی فعال و منفعل تقسیم می‌شوند:

❖ سرمایه‌گذاران نهادی منفعل (کوتاه مدت): این سرمایه‌گذاران گردش پرتفوی بالایی دارند و استراتژی معاملاتی آن‌ها لحظه‌ای است. مثلاً آن‌ها با اخبار خوب سهام می‌خرند و با اخبار بد سهام می‌فروشند.

❖ سرمایه‌گذاران نهادی فعال (بلندمدت): سرمایه‌گذاران نهادی فعال، به دنبال منافع بلندمدت در شرکت هستند، بنابراین انگیزه زیادی برای داشتن نماینده در هیئت مدیره شرکت‌های سرمایه‌پذیر دارند. گردش مالی پایین پرتفوی این دسته از سرمایه‌گذاران، نشان دهنده انگیزه آنان برای نگهداری سهام و تشویق مدیران به بهبود عملیات و افزایش ثروت است.

مکانیسم‌های علی تأثیرگذاری مالکیت نهادی

مالکیت نهادی از طرق مختلف بر تحول دیجیتال اثرگذار است، مکانیسم‌های مرتبط با این تأثیرگذاری در ادامه به صورت مختصر تبیین می‌گردند:

- ✓ مکانیسم حاکمیت شرکتی؛ از طریق ایفای نقش نظارتی مدیریت را مجبور به پذیرش تحولات دیجیتالی می‌نماید (Sharifi & Ghorbani, 2020).
- ✓ مکانیسم منابع مالی؛ مالکان نهادی توانایی سازمان را افزایش داده و دسترسی بیشتر به سرمایه، منجر به تقویت زیرساخت‌های تحول دیجیتال می‌گردد (Ghasemi & Babaei, 2018).

تاثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

✓ مکانیسم مشروعیت و اعتماد بازار؛ حضور مالکان نهادی معتبر به سیگنال تقویت برند سازمان در بازار منجر می‌شود (Soltani & Mohammadi, 2017).

✓ مکانیسم انتقال دانش فنی؛ تجربه‌های قبلی مالکان نهادی از طریق مشاوره و توصیه‌های استراتژیک به سازمان در امر تحول دیجیتال کمک می‌کند (Kazemi & Afshar, 2022).

تحول دیجیتال

تحول دیجیتال فرایندی استراتژیک و سازمانی است که از طریق آن، شرکت‌ها فناوری‌های دیجیتال (مانند کلان‌داده، اینترنت اشیاء، هوش مصنوعی، رایانش ابری و زنجیره بلوکی) را به کار می‌گیرند تا فرآیندها، مدل‌های کسب‌وکار، فرهنگ سازمانی و تعاملات با ذی‌نفعان را دگرگون سازند (Vial, 2019). تحول دیجیتال به تغییرات سازمانی برنامه‌ریزی‌شده و استراتژیک ناشی از فناوری اشاره دارد. کسب‌وکارها از فناوری‌های دیجیتال برای ایجاد و طراحی استراتژی‌های مبتنی بر داده استفاده می‌کنند (Moradi & Wahabi, 2015). برخلاف اتوماسیون ساده یا دیجیتالی‌سازی سنتی، تحول دیجیتال ناظر بر بازآفرینی اساسی مدل‌های ارزش‌آفرینی سازمان است. تحول دیجیتال زیر مجموعه تحول سازمانی است. تحول دیجیتال علاوه بر فرآیندهای عملیاتی بر محصولات، کسب و کار و ساختار سازمانی و مفاهیم مدیریتی سازمان تاثیرگذار است. جنبه‌های اصلی استراتژی تحول دیجیتالی شامل: استفاده از استراتژی تغییر الگوهای خلق ارزش، تغییر ساختار کسب‌وکار و جنبه‌های مالی آن است. مدیرانی که به تحول دیجیتال می‌اندیشند، باید توجه داشته باشند که صرفاً استفاده از دستاوردهای فناوری و فناوری اطلاعات منجر به تحول دیجیتال در سازمان نمی‌شود؛ به عبارت دیگر، سازمان‌ها ممکن است از ابزارهای دیجیتال برای انجام دقیقاً همان وظایف و فعالیت‌های قبل از عصر دیجیتال، صرفاً با ابزاری متفاوت، استفاده کنند، بدون اینکه هیچ نوع تحول دیجیتال را تجربه کنند (Ghorbaniyan & Saeedi, 2017).

همانطور که پیش تر بر آن تاکید شد، تحول دیجیتال فرایند یکپارچه‌سازی فناوری‌های دیجیتال در تمام وجوه فعالیت یک سازمان است که منجر به تغییرات بنیادین در نحوه فعالیت‌ها، مدل‌های کسب‌وکار، ارتباط با مشتریان و ایجاد ارزش برای سازمان می‌شود. تحول دیجیتال دیگر یک انتخاب نیست، بلکه ضرورتی برای بقا و رشد در عصر اقتصادی جدید محسوب می‌شود. برخی از مهمترین دلایل اهمیت موضوع تحول دیجیتال عبارت است از:

- چابک‌سازی سازمان و تطبیق با تغییرات پیرامون: تحول دیجیتال باعث می‌شود سازمان‌ها بتوانند با سرعت بیشتری به تغییرات بازار، نیازهای مشتری و فناوری‌های نوین پاسخ دهند. این ویژگی به‌ویژه در دوران بحران‌های جهانی (طبیعی و غیرطبیعی)، اهمیت حیاتی دارد (Kane et al., 2015; McKinsey & Company, 2020).
- تقویت مشتری‌مداری: سازمان‌های دیجیتالی با استفاده از داده‌های مشتری، تجربه‌ای شخصی‌سازی‌شده و یکپارچه در کانال‌های مختلف فراهم می‌کنند که رضایت و وفاداری مشتری را افزایش می‌دهد (Westerman et al., 2011).
- تصمیم‌گیری سطوح مختلف مدیریتی مبتنی بر داده‌های اطلاعاتی: فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تحلیل داده‌های کلان (Big Data) به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا تصمیم‌های دقیق‌تر و آینده‌نگرانه‌تری اتخاذ کنند (Davenport & Ronanki, 2018).
- مدیریت هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری: اتوماسیون فرایندها و دیجیتالی‌کردن فعالیت‌ها، موجب کاهش هزینه‌های عملیاتی، بهبود بهره‌وری و کاهش خطای انسانی می‌شود (PwC, 2018).
- ایجاد مدل‌های جدید کسب‌وکار: تحول دیجیتال امکان ایجاد نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار را فراهم می‌سازد؛ مانند خدمات اشتراکی، اقتصاد پلتفرمی و تجارت الکترونیک (Rogers, 2016).

نظریه‌های مرتبط با تحول دیجیتال

- نظریه منابع و قابلیت‌ها^۵: بر اساس این نظریه، مزیت رقابتی شرکت‌ها از طریق منابع منحصربه‌فرد و غیرقابل تقلید داخلی آن‌ها حاصل می‌شود. فناوری‌های دیجیتال زمانی اثربخش هستند که با منابع انسانی متخصص، رهبری تحول‌گرا و ساختار منعطف ترکیب شوند. (Bharadwaj, 2000) معتقد است که سازمان‌هایی که توانمندی‌های فناورانه بالایی دارند، عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند. در نتیجه تحول دیجیتال نیازمند زیرساخت فناورانه، مهارت‌های دیجیتال و دیدگاه استراتژیک است.
- نظریه قابلیت‌های پویا^۶: نظریه قابلیت‌های پویا را به‌عنوان توانایی سازمان در حس کردن فرصت‌ها، تطبیق سریع و نوآوری مداوم مطرح می‌کند. در محیط پرتلاطم دیجیتالی، شرکت‌ها باید بتوانند فناوری‌های جدید را به سرعت شناسایی و به کار گیرند (Teece, 2007). قابلیت‌های پویا شامل: شناسایی فرصت‌های دیجیتال، ترکیب منابع قدیم و جدید و تغییر سریع مدل کسب‌وکار است.

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

• نظریه نوآوری باز^۷؛ این نظریه بر تعامل سازمان با اکوسیستم نوآوری تأکید دارد. تحول دیجیتال معمولاً با همکاری استارت‌آپ‌ها، دانشگاه‌ها، پلتفرم‌های فناورانه و ذی‌نفعان دیگر همراه است. شرکت‌ها به جای اتکا صرف بر منابع داخلی، از منابع بیرونی نیز برای دیجیتالی‌سازی استفاده می‌کنند (Bharadwaj, 2000).

ابعاد تحول دیجیتال

تحول دیجیتال مفهومی چندوجهی و سیستماتیک است که به واسطه آن سازمان‌ها از فناوری‌های دیجیتال برای بازآفرینی ساختار، فرآیندها، فرهنگ و مدل کسب‌وکار خود بهره می‌گیرند. برای درک بهتر این مفهوم، بررسی ابعاد مختلف آن ضروری است. این ابعاد به صورت زیر دسته‌بندی می‌شوند:

❖ بُعد فناوری: این بُعد زیربنای اصلی تحول دیجیتال است و شامل استفاده از فناوری‌های نوین برای خودکارسازی، بهینه‌سازی و خلق ارزش جدید در سازمان می‌شود. برخی از فناوری‌های کلیدی شامل؛ هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، رایانش ابری، کلان‌داده و تحلیل داده، اینترنت اشیاء، بلاک‌چین. نکته کلیدی تحول از طریق فناوری این است که به کارگیری فناوری به تنهایی کافی نیست، بلکه چگونگی ادغام آن با استراتژی سازمانی اهمیت دارد.

❖ بُعد سازمانی: تحول دیجیتال نیازمند تغییرات ساختاری، فرهنگی و رهبری در سطح سازمان است؛ ساختار سازمانی چابک و منعطف، فرهنگ یادگیرنده و پذیرای نوآوری، توانمندی‌های منابع انسانی در حوزه دیجیتال، رهبری تحول‌گرا و آینده‌نگر از مصادیق اصلی بُعد سازمانی در ایجاد تحول دیجیتال است.

❖ بُعد فرآیندی: تحول دیجیتال موجب بازمهندسی و بهینه‌سازی فرآیندهای سازمانی می‌شود که در آن، اتوماسیون فرآیندها و یکپارچگی داده‌ها و سیستم‌ها و افزایش بهره‌وری عملیاتی و انعطاف‌پذیری و پاسخگویی سریع به نیاز بازار شکل می‌گیرد.

❖ بُعد مدل کسب‌وکار: تحول دیجیتال امکان ایجاد یا بازآفرینی مدل‌های کسب‌وکار را فراهم می‌آورد. مدل‌های پلتفرمی (مانند اوبر، آمازون، دیجی‌کالا) و مدل‌های اشتراکی و ارائه خدمات از طریق کانال‌های دیجیتال از جمله اینگونه تحول‌هاست.

❖ بُعد مشتری‌محور: در عصر دیجیتال، مشتریان خواهان خدمات سریع، شخصی‌سازی‌شده و دیجیتال هستند. این بُعد بر موارد زیر تأکید دارد؛ تحلیل داده‌های رفتاری مشتریان، تجربه دیجیتال یکپارچه، افزایش تعامل دیجیتالی با مشتری و شخصی‌سازی خدمات و محصولات. برای رسیدن به این

اهداف استفاده از الگوریتم‌های پیشنهادگر در پلتفرم‌های فروش برای ارائه خدمات متناسب با علایق مشتری توسط شرکت‌ها به کار گرفته می‌شوند.

چالش‌های تحول دیجیتال

تحول دیجیتال نه تنها فرصت، بلکه مجموعه‌ای از چالش‌ها را نیز به همراه دارد که در ادامه فهرست برخی از آن‌ها آورده شده است:

- مقاومت در برابر تغییر در میان کارکنان و مدیران
- کمبود زیرساخت‌های فناورانه در برخی سازمان‌ها
- فقدان مهارت‌های دیجیتال و منابع انسانی متخصص
- ریسک‌های امنیت اطلاعات و حفظ حریم خصوصی

پیشینه پژوهش

عبدی و اکبری (۱۴۰۲) با بررسی رابطه بین تحول دیجیتال و عملکرد مالی شرکت‌های بورسی، دریافتند که دیجیتالی‌سازی با بهبود کارایی، سودآوری و ارزش بازار شرکت‌ها همراه بوده است.

کریمی و شریفی (۱۴۰۱) تأثیر مالکیت نهادی بر نوآوری سازمانی را بررسی کردند و نشان دادند که نهادهای مالک بلندمدت، سرمایه‌گذاری بیشتری در فناوری و محصولات جدید انجام می‌دهند. مطالعه آنان اهمیت افق زمانی نهادهای سرمایه‌گذار را در ایجاد تغییرات فناورانه تأیید می‌کند.

Dong et al (2023) آنها نشان دادند که تحول دیجیتال سازمانی، میزان مالکیت را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، از طریق تجزیه و تحلیل مقطعی، دریافتند که این تأثیر در شرکت‌هایی با توجه کمتر سرمایه‌گذاران، قیمت سهام پایین‌تر و در مناطقی با سطوح بالاتر دیجیتالی شدن، بارزتر است.

نتایج حاصل از مطالعات پیشین به خوبی بیانگر اهمیت مالکیت نهادی در فرآیندهای تصمیم‌گیری راهبردی، از جمله سرمایه‌گذاری در نوآوری و تحول دیجیتال است. با این حال، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده بر جنبه‌های کلی حاکمیت شرکتی یا اثرات آن بر عملکرد مالی و نوآوری تمرکز داشته‌اند و کمتر به تحول دیجیتال به عنوان یک متغیر وابسته کلان و نقش نوع و ساختار نهاد مالک در این رابطه پرداخته شده است.

روش

پژوهش پیش‌رو کاربردی بوده و در گروه تحقیقات توصیفی-تحلیلی با رویکرد علی است. جمع‌آوری

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

داده‌ها از نوع توصیفی است. روش تحقیق به صورت استقرایی است. جامعه نمونه آماری شرکت‌های فعال بورس و فرابورس در بازه ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ می‌باشند که به صورت غربالگری حذف سیستماتیک انتخاب شده اند. حجم نمونه آماری ۱۵۴ شرکت می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق در خصوص تبیین ادبیات نظری، از روش کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی بوده و داده‌های مورد نظر برای آزمون فرضیه پژوهش از طریق بانک اطلاعاتی بازار بورس اوراق بهادار تهران و اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های نمونه می‌باشد. جدول (۱) نمونه آماری پژوهش را به تصویر کشیده است.

جدول ۱: شرکت‌های نمونه آماری

۹۳۲	کل شرکت‌های بورس و فرابورس در پایان سال ۱۴۰۲
-۲۹۱	تعداد شرکت‌هایی که در یک دوره کامل ۷ ساله حضور نداشتند
-۲۴۸	تعداد شرکت‌های حاضر در بازار فرابورس ایران
-۶۸	تعداد شرکت‌هایی که در طول دوره تحقیق در حوزه‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، بیمه و لیزینگ فعالیت داشته‌اند
-۷۰	تعداد شرکت‌هایی که سال مالی آنها در بازه زمانی مورد مطالعه به ۱۲/۲۹ ختم نمی‌شود
-۱۰۱	تعداد شرکت‌هایی که اطلاعات مورد نیاز برای تحقیق در مورد آنها ناقص یا در دسترس نیست (فقدان اطلاعات - وقفه معاملاتی بیش از ۶ ماه - تغییر سال مالی در ۷ سال تحقیق)

۱۵۴

تعداد شرکت‌های باقیمانده در نمونه آماری

در این پژوهش برای آزمون فرضیه پژوهش به پیروی از تحقیق (Wang et al, 2023) از مدل رگرسیونی خطی استفاده شده است. فرضیه پژوهش عبارت است از: مالکیت نهادی تأثیر مثبت و معناداری بر تحول دیجیتال سازمانی دارد.

مدل پژوهش: فرضیه پژوهش با تخمین رگرسیون خطی زیر برای شرکت i در زمان t مورد بررسی قرار گرفت:

$$DT_i = \beta_0 + \beta_1 INSO_i + \beta_2 SIZE_i + \beta_3 AGE_i + \beta_4 LEV_i + \beta_5 ROA_i + \beta_6 SBRDS_i + \beta_7 INBR_i + \varepsilon_{it}$$

متغیرهای پژوهش:

متغیر وابسته؛ تحول دیجیتال (DT)

تحول دیجیتال: تعداد تحولات دیجیتال افشا شده در گزارش‌های سالانه هر شرکت i در سال t است. تجزیه و تحلیل کمی از تحول دیجیتال شرکت‌ها محدود است (Aghion, 2015; Dong,)

2023) برای انجام این مطالعه، با پیروی از مطالعات بین‌المللی، از تحلیل متن برای شناسایی و شمارش کلمات کلیدی مرتبط با تحول دیجیتال در متون گزارش‌های سالانه شرکت‌های نمونه استفاده شد. بنابراین، «شدت متن» تحول دیجیتالی که شرکت‌ها تولید کرده‌اند به‌عنوان متغیر و نماینده استفاده می‌شود. این رویکرد در تحقیقات قبلی در مورد سنجش تحول دیجیتال به اجماع رسیده است (Hossnofsky & Junge, 2019; Ricci et al, 2020). به طور خاص، این مطالعه از واژگان ویژگی‌های تحول دیجیتال و طبقه‌بندی ساختاریافته که به طور گسترده در مطالعات نظری قبلی مورد استفاده قرار گرفته است، استفاده می‌کند و تمام کلمات کلیدی را با هم جمع‌آوری می‌کند. این کلمات کلیدی را می‌توان به پنج دسته تقسیم کرد: فناوری هوش مصنوعی، فناوری محاسبات ابری، فناوری کلان داده، فناوری بلاکچین و کاربرد فناوری دیجیتال. برای جلوگیری از دست رفتن مشاهدات سال شرکت با مقدار صفر، لگاریتم طبیعی آنها پس از اضافه کردن یک به مقادیر واقعی محاسبه می‌شود.

متغیر مستقل؛ مالکیت نهادی (INSO)

در این پژوهش، سطح مالکیت نهادی به صورت مجموع سهام نگهداری شده توسط سهامداران نهادی تقسیم بر کل سهام منتشر شده محاسبه می‌شود.

متغیرهای کنترلی؛

به دنبال ادبیات قبلی در مورد تحول دیجیتال (Kong et al, 2020)، این مطالعه مجموعه‌ای از متغیرهای سطح شرکت را در مدل رگرسیون کنترل می‌کند که در جدول (۲) نحوه محاسبه آن‌ها بیان شده است.

جدول ۲: متغیرهای کنترلی پژوهش

ردیف	نام متغیر	نماد متغیر	نحوه محاسبه
۱	اندازه شرکت	SIZE	برابر است با لگاریتم کل دارایی
۲	سن شرکت	AGE	بر اساس سال تاسیس
۳	اهرم مالی	LEV	برابر است با نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های شرکت.
۴	اندازه هیات مدیره	BRDS	اندازه هیات مدیره
۵	بازده کل دارایی	ROA	از نسبت سود خالص به کل دارایی‌های شرکت به دست می‌آید.
۶	استقلال هیئت مدیره	INBR	این نسبت از تقسیم تعداد اعضای غیرموظف هیئت مدیره بر تعداد کل اعضای هیئت مدیره محاسبه می‌شود.

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

یافته‌های پژوهش

برای بررسی فرضیه تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده در بخش آمار استنباطی، از آزمون رگرسیون خطی برای بررسی فرضیه استفاده شد. پردازش اولیه داده‌ها در نرم‌افزار اکسل انجام شد و برای تجزیه و تحلیل آماری از نرم‌افزار Eviews استفاده شد.

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق با استفاده از اطلاعات ۱۵۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ طی ۷ سال و در ۱۰۷۸ مشاهده جمع‌آوری شده‌است. آمار توصیفی شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، کمینه و بیشینه است.

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	میانه	بیشترین مقدار	کمترین مقدار	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	Jarque-Bera	احتمال آماره	تعداد مشاهدات
DT	۲.۲۸	۲.۳۳	۴.۱	۱.۱۳	۰.۳۸	-۰.۵۱	۳.۸۶	۲۸.۱	۰	۱۰۷۸
INSO	۰.۴۷	۰.۴۵	۰.۹۹	۰	۰.۲۳	۰.۲۸	۲.۴۱	۱۶	۰	۱۰۷۸
SIZE	۱۴.۵	۱۴.۳	۱۹.۸	۱۱.۰۳	۱.۴۹	۰.۷۸	۴.۱۸	۱۷۴	۰	۱۰۷۸
AGE	۳.۶۳	۳.۷۱	۴.۲	۲.۴۸	۰.۳۳	-۰.۷۵	۲.۸۴	۱۰۴	۰	۱۰۷۸
LEV	۰.۵۲	۰.۵۵	۰.۹۳	۰	۰.۲۳	-۰.۵۱	۲.۴۳	۶۱.۲	۰	۱۰۷۸
ROA	۰.۳۱	۰.۳	۰.۹۷	-۰.۳۳	۰.۲۱	۰.۴۸	۳.۱۵	۴۳.۶	۰	۱۰۷۸
BRDS	۰.۶۹	۰.۶	۱	۰	۰.۱۹	-۰.۳۴	۳.۳۳	۲۶.۵	۰	۱۰۷۸
INBR	۰.۶۸	۰.۶	۱	۰	۰.۲۳	-۰.۳۷	۳.۴۵	۳۲.۱	۰	۱۰۷۸

جدول (۳) آمار توصیفی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

آمار استنباطی شامل روش‌هایی است که برای تعمیم اطلاعات از یک نمونه به کل جامعه استفاده می‌شود. آزمون‌های انجام شده در این بخش شامل: آزمون مانایی، آزمون هم‌انباشتگی، آزمون اف لیمر، آزمون هاسمن، آزمون خودهمبستگی، آزمون همخطی متغیرهای مستقل، آزمون ناهمسانی واریانس و در نهایت آزمون فرضیه با مدل رگرسیون است. در ادامه به تحلیل آزمون‌ها پرداخته می‌شود:

جدول ۴: نتایج آزمون ریشه واحد متغیرها

نام متغیر	مقدار آماره	مقدار احتمال	نتیجه
DT	-۸۴.۸۹	۰	تأیید مانایی
INSO	-۶۴.۸۸	۰	تأیید مانایی
SIZE	-۳.۵۰	۰	تأیید مانایی
AGE	-۵۴.۲۹	۰	تأیید مانایی
LEV	-۹۴.۰۰	۰	تأیید مانایی
ROA	-۷۹.۸۸	۰	تأیید مانایی
BRDS	-۱۰.۴۷	۰	تأیید مانایی
INBR	-۱۸۸.۹۲	۰	تأیید مانایی

با توجه به اینکه مقادیر احتمال آزمون‌های ریشه واحد در تمام موارد فوق کمتر از ۰.۰۵ است، نتیجه گرفته می‌شود که فرض آماری وجود ریشه واحد در تمام متغیرهای فوق رد می‌شود. در نتیجه، این متغیرها ایستا (پایا) هستند؛ بنابراین، می‌توان مدل را بدون نگرانی از وقوع رگرسیون کاذب تخمین زد.

جدول ۵: نتایج آزمون هم‌انباشتگی

نوع آزمون	مقدار آماره t	مقدار احتمال
آزمون هم‌انباشتگی باقیمانده‌های کائو	-۱۲.۴۷	۰

مقدار احتمال برای آماره آزمون هم‌انباشتگی کائو کمتر از ۰.۰۵ است، در نتیجه، فرض عدم وجود رابطه بلندمدت بین متغیرهای مدل رد می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود که متغیرهای مدل در هر یک از مدل‌های فوق هم‌انباشته هستند.

جدول ۶: آزمون اف لیمر

نوع آزمون	مقدار آماره F	مقدار احتمال	نتیجه
آزمون F لیمر مدل	۵.۳۳	۰	مدل پانل (دارای اثرات ثابت یا تصادفی) است

از آنجایی که مقدار احتمال آزمون F-لیمر کمتر از ۰.۰۵ است، فرضیه صفر مبنی بر رگرسیون ترکیبی یا تجمعی (رگرسیون بدون اثرات ثابت یا تصادفی) رد می‌شود و بنابراین مدل مناسب برای تخمین مدل مورد مطالعه دارای اثرات ثابت یا تصادفی است و تجمعی یا ترکیبی نیست.

جدول ۷: آزمون هاسمن

نوع آزمون	مقدار آماره کای اسکوتر	مقدار احتمال	نتیجه
آزمون هاسمن مدل	۱۵۵.۷۳	۰	مدل دارای اثرات تصادفی نیست (اثرات ثابت دارد)

تاثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

با توجه به اینکه مقدار احتمال آزمون هاسمن کمتر از ۰.۰۵ است، فرض آماری مبنی بر اینکه مدل دارای اثرات تصادفی است، رد می‌شود. بنابر این، نتیجه‌گیری نهایی این است که مدل دارای اثرات ثابت بر روی مقاطع (در اینجا مقاطع، شرکت‌ها هستند) است و با این تنظیمات، مدل رگرسیون تخمین زده می‌شود.

جدول ۸: آزمون خودهمبستگی LM

نوع آزمون	مقدار آمار F	مقدار احتمال	نتیجه
آزمون خودهمبستگی LM مدل	۰.۵۴	۰.۷۶	مدل دارای مشکل خودهمبستگی نیست

در جداول بالا، با توجه به اینکه در هر چهار مدل مقدار احتمال آماره F بزرگتر از ۵٪ است، فرضیه H_0 مبنی بر عدم وجود مشکل خودهمبستگی را می‌پذیریم؛ و در نتیجه، در این رگرسیون نیز مشکل خودهمبستگی وجود ندارد.

جدول ۹: آزمون تورم واریانس

متغیر	شاخص تورم واریانس مدل VIF
INSO	۱.۳۹
SIZE	۱.۴۱
AGE	۱.۰۵
LEV	۱.۰۲
ROA	۱.۰۳
BRDS	۱.۳۳
INBR	۱.۰۳

برای بررسی وجود یا عدم وجود همخطی بین متغیرهای مستقل از جدول ضریب همبستگی استفاده شد. با این حال، از آنجایی که ضرایب همبستگی فقط می‌توانند همخطی دوگانه را بررسی کنند، از معیار عامل تورم واریانس برای تشخیص همخطی‌های چندگانه استفاده می‌شود. از آنجایی که مقادیر VIF کمتر از ۵ است، نتیجه گرفته می‌شود که هیچ همخطی وجود ندارد.

جدول ۱۰: آزمون ناهمسانی واریانس

نوع آزمون	مقدار آماره کای اسکوئر	مقدار احتمال	نتیجه
آزمون ناهمسانی واریانس وایت مدل	۲.۳۷	۰.۱۳	همسانی واریانس وجود ندارد.

از آنجایی که مقدار آماره F معنی‌دار است (مقدار احتمال بزرگتر از ۰.۰۵ است)، نتیجه گرفته می‌شود که فرضیه صفر مبنی بر نابرابری واریانس‌ها رد می‌شود.

جدول ۱۱: آزمون رگرسیونی مدل فرضیه

$DT_i = \beta_0 + \beta_1 INSO_i + \beta_2 SIZE_i + \beta_3 AGE_i + \beta_4 LEV_i + \beta_5 ROA_i + \beta_6 SBRDS_i + \beta_7 INBR_i + \varepsilon_{it}$				مدل
مقدار احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضریب رگرسیون	نام متغیر
۰.۰۰	۸.۳۷	۰.۰۳	۰.۲۸	INSO
۰.۰۲	۲.۲۲	۰.۰۵	۰.۱۱	SIZE
۰.۰۰	۲.۶۳	۰.۱۴	۰.۳۷	AGE
۰.۰۰	۴.۱۷	۰.۰۲	۰.۰۹	LEV
۰.۰۰	۲.۷۷	۰.۰۵	۰.۱۴	ROA
۰.۰۰	۵.۳	۰.۰۱	۰.۱	BRDS
۰.۰۰	۵.۸	۰.۰۴	۰.۲۷	INBR
۰.۰۰	۱۵.۹۸	۰.۰۱	۰.۲۲	C
۰.۷۲				ضریب تعیین
۰.۷۱				ضریب تعیین تعدیل شده
۱.۸				آماره دوربین - واتسون
۲۲۵.۳۵				مقدار آماره F
۰.۰۰				معنی‌داری کل مدل

فرضیه پژوهش: مالکیت نهادی تأثیر مثبت و معناداری بر تحول دیجیتال سازمانی دارد.

مقدار آماره F برابر با ۲۲۵.۳۵ و مقدار احتمال آن برابر با ۰.۰۰ برای مدل کلی است که نشان می‌دهد مدل به طور کلی معنادار است (زیرا مقدار احتمال این آماره کمتر از ۰.۰۵ است). معروف‌ترین آماره نیکویی برازش، ضریب تعیین است که از صفر تا یک متغیر است. اگر ضریب تعیین بزرگ و نزدیک به یک باشد، مدل به خوبی با داده‌ها برازش دارد، در حالی که اگر R^2 کم و نزدیک به صفر باشد، مدل برازش خوبی از داده‌ها ارائه نداده است. در جدول بالا، مقدار ضریب تعیین ۰.۷۲ نشان می‌دهد که مدل برازش قابل قبولی ارائه داده است. علاوه بر این، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده که بر اساس آن می‌توان گفت این مدل ۷۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته، یعنی DT را توضیح داده است. آماره دوربین واتسون که همبستگی بین باقیمانده‌های مدل را نشان می‌دهد نیز در محدوده مجاز ۱.۵

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

تا ۲.۵ قرار دارد. با توجه به اینکه همه ضرایب در مدل معنادار هستند (زیرا مقدار احتمال آنها کمتر از ۰.۰۵ است)، بنابراین، از آنجایی که تفاوت معناداری بین ضرایب مدل مشاهده می‌شود، این فرضیه تأیید می‌شود. طبق جدول بالا، بین مالکیت نهادی و تحول دیجیتال سازمانی رابطه معناداری وجود دارد زیرا مقدار معناداری کمتر از ۰.۰۵ است. با توجه به مقدار ضریب رگرسیون ۰.۲۸، بین مالکیت نهادی و تحول دیجیتال سازمانی رابطه مثبت وجود دارد، به این معنی که افزایش کارایی مالکیت نهادی منجر به افزایش تحول دیجیتال سازمانی می‌شود و فرضیه تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

تحول دیجیتال به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تغییرات ساختاری در فضای کسب‌وکارهای معاصر، مستلزم پشتیبانی از سوی نظام‌های تأمین مالی و حاکمیت شرکتی است. در این میان، مالکیت نهادی به دلیل نفوذ و قدرت تأثیرگذاری بالا، می‌تواند نقش کلیدی در جهت‌دهی به راهبردهای فناورانه ایفا کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال شرکت‌های بورسی ایران انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های ترکیبی حاکی از آن است که حضور نهادهای سرمایه‌گذار، به‌ویژه آن‌هایی که دارای افق سرمایه‌گذاری بلندمدت و ماهیت خصوصی یا غیردولتی هستند، با افزایش سطح سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دیجیتال، بهبود زیرساخت‌های فناورانه و اتخاذ راهبردهای دیجیتال همبستگی مثبت و معناداری دارد. از سوی دیگر، مالکیت‌های دولتی و کوتاه‌مدت، به دلیل رویکردهای محافظه‌کارانه و گرایش به ثبات‌گرایی، نتوانسته‌اند نقش مؤثری در پیشبرد تحول دیجیتال ایفا کنند. مالکیت نهادی باعث می‌شود تا نظارت و پاسخگویی در سازمان‌ها افزایش پیدا کند و از ریسک‌گریزی مدیران در پذیرش نوآوری‌ها و دیجیتالی شدن جلوگیری کرده و به انتخاب استراتژی‌های کارآمد در دیجیتالی شدن سازمان‌ها بیانجامد. در نهایت مالکیت نهادی منجر به تقویت حاکمیت شرکتی در سازمان‌ها می‌گردد. این نتایج با مبانی نظری مبتنی بر نظریه نمایندگی و نظریه سرمایه‌گذاری نهادی هم‌خوانی داشته و یافته‌های پژوهش‌های بین‌المللی همچون مطالعات (Aghion, 2015; Dong, 2023) را تأیید می‌کند.

با توجه به ساختار خاص بازار سرمایه ایران که در آن، ترکیب مالکیتی بسیاری از شرکت‌ها متمایل به دولتی یا شبه‌دولتی است، ضرورت دارد سیاست‌گذاران اقتصادی زمینه را برای گسترش حضور نهادهای خصوصی، شفاف و تخصص‌محور فراهم کنند. پیشنهاد می‌شود، شرکت‌ها از طریق توسعه

راهبردهای دیجیتال در سطح هیأت‌مدیره و اصلاح ترکیب سهام‌داری، زمینه را برای تحقق تحول دیجیتال پایدار فراهم آورند.

پیشنهادهای کاربردی:

- با عنایت به یافته‌های پژوهش مبنی بر نقش اساسی و مؤثر مالکیت نهادی در پیشبرد تحول دیجیتال در سازمان‌ها، پیشنهاد می‌شود تا سازمان‌های ایرانی به‌ویژه شرکت‌های بزرگ بورسی از سیاست‌های جذب و نگهداشت سرمایه‌گذاران نهادی استفاده کرده و از ظرفیت‌های آنان در ایجاد زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با تحول دیجیتال بهره‌جویند.
 - با توجه به اثرات مثبت مالکیت نهادی بر شتاب‌دهی تحول دیجیتال، پیشنهاد می‌شود در ساختار راهبری شرکت‌ها، کمیته مشترکی تأسیس گردد تا با ایجاد پل ارتباطی بین سرمایه‌گذاران نهادی و مدیریت شرکت، امکان تسریع در برنامه‌های تحولی دیجیتال در سازمان فراهم گردد.
- محدودیت‌های پژوهش: این پژوهش ممکن است به دلیل اتکای به داده‌های ثانویه و دسترسی محدود به برخی اطلاعات، با محدودیت‌هایی روبرو شود.

تأثیر مالکیت نهادی بر تحول دیجیتال سازمانی/شمسه، جهانگیرنیا و پورفخاران

منابع

- (۱) آزادی، م.؛ محمدی، ا. (۱۳۹۴). مالکیت نهادی، تمرکز مالکیت و حق الزحمه حسابرسی. دانش حسابرسی، ۱۵ (۶۰)، ۱۶۵-۱۷۶.
- (۲) پورعلی، م.؛ حجامی، م. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۳ (۱۰)، ۱۳۵-۱۵۰.
- (۳) ترابی، الهام و آقا کوچکی، عبدالرسول، ۱۳۹۹، تحول دیجیتالی حسابرسی مستقل و تأثیر آن بر حاکمیت شرکتها، دومین کنفرانس حسابداری و مدیریت.
- (۴) سلطانی، ح.، محمدی، ف. (۱۳۹۶). تحلیل نقش مالکیت نهادی در ارتقاء اعتبار و تصویر سازمانی در بازار سرمایه. نشریه مدیریت و برنامه‌ریزی، ۹ (۱)، ۵۵-۷۲.
- (۵) شریفی، ع.، قربانی، س. (۱۳۹۹). نقش حاکمیت شرکتی در توسعه تحول دیجیتال. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات، ۱۲ (۴)، ۶۷-۸۴.
- (۶) عبدی، م.؛ و اکبری، ن. (۱۴۰۲). تحول دیجیتال و عملکرد مالی در شرکت‌های بورسی. فصلنامه پژوهش‌های مالی و اقتصادی، ۱۵ (۲)، ۸۹-۱۰۵.
- (۷) علیقلی، منصوره و جلیلیان، عادل. (۱۳۹۱). بررسی رابطه میان سرمایه‌گذاران نهادی بلندمدت/ موقت و مدیریت مؤثر سود. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱ (۴)، ۲۷-۴۲. (زمستان ۱۳۹۱)، ۲۷-۴۲.
- (۸) قاسمی، م.، بابایی، ک. (۱۳۹۷). رابطه مالکیت نهادی با عملکرد مالی و سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۱ (۲)، ۸۸-۱۰۴.
- (۹) قربانیان، محمد. سعیدی، پرویز (۱۳۹۶). حسابرسی دیجیتال. کنفرانس پژوهشهای نوین ایران و جهان در زمینه مدیریت، اقتصاد و حسابداری، شیراز.
- (۱۰) کاظمی، ع.، افشار، م. (۱۴۰۱). نقش انتقال دانش بین نهادی در پیاده‌سازی تحول دیجیتال در سازمانهای ایرانی. فصلنامه مدیریت دانش، ۸ (۳)، ۱۰۲-۱۲۰.
- (۱۱) مرادی، پ.؛ وهابی، س. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر تحول دیجیتال بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه. در مجموعه مقالات بیست و هشتمین همایش بیمه و توسعه (ص. ۱۶۵-۱۷۶).
- 12) Aghion, P., Antonin, C., & Bunel, S. (2015). Industrial policy and competition. American Economic Association Papers and Proceedings, 105(5), 296-301. <https://doi.org/10.1257/pandp.20151001>.

- 13) Berle, A. A., & Means, G. C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Harcourt, Brace & World.
- 14) Bharadwaj, A. (2000). A resource-based perspective on IT capability and firm performance. *MIS Quarterly*, 24(1), 169–196.
- 15) Bushee, B. J. (1998). The influence of institutional investors on myopic R&D investment behavior.
- 16) Demsetz, H., & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: Causes and consequences.
- 17) Dong, T., Yin, S., Zhang, N. (2023). The interaction mechanism and dynamic evolution of digital green innovation in the integrated green building supply chain, *Systems* 11 (3) (2023) 122, <https://doi.org/10.3390/systems11030122>.
- 18) Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*.
- 19) Gillan, S. L., & Starks, L. T. (2013). Getting the incentives right: Backfilling and biases in executive compensation. Working Paper, University of Texas at Austin. Retrieved from <https://cfr.ivo-welch.info/published/papers/cfr-017.pdf>.
- 20) Gillan, S. L., Hartzell, J. C., Koch, A., & Starks, L. T. (2018). Getting the incentives right: Backfilling and biases in executive compensation data. *Review of Financial Studies*, 31(4), 1460–1498. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhx109>.
- 21) Henry, D. (2010). Agency costs, ownership structure and corporate governance compliance: A private contracting perspective. *Pacific Accounting Review*, 22(2), 153–175. <https://doi.org/10.1108/01140581011074543>.
- 22) Hossnofsky, V., Junge, S. (2019). Does the market reward digitalization efforts? Evidence from securities analysts' investment recommendations. *Journal of Business Economics*, 89:65-94.
- 23) McKinsey & Company. (2020). How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever.
- 24) Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *JFE*, 3(4), 305–360.
- 25) Kong, D., Zhang, Y., & Liu, X. (2020). Trade credit and corporate digital transformation: The role of CEO–supplier hometown ties. *Journal of Financial Research*, 43(3), 537–561. <https://doi.org/10.1111/fire.12384>.
- 26) Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review and Deloitte*.

- 27) Reaad, A., Khan, M. T. I., & Naz, S. (2020). Corporate governance and firm performance: Evidence from listed firms of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 11(4), 15–27.
- 28) Ricci, F., Scafarto, V., Ferri, S., Tron, A. (2020). Value relevance of digitalization: The moderating role of corporate sustainability. An empirical study of Italian listed companies. *Journal of Cleaner Production*, 276: 123282.
- 29) Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Business School Publishing.
- 30) PwC (2018). *Industry 4.0: Building the digital enterprise*.
- 31) Shen, Y., Zhang, X. (2023). Intelligent manufacturing, green technological innovation and environmental pollution, *J. Innov. Knowl.* 8 (3) (2023), 100384, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100384>.
- 32) Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1986). Large shareholders and corporate control. *JPE*, 94(3), 461–488.
- 33) Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- 34) Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and research agenda. *JSIS*, 28(2), 118–144.
- 35) Wang, W., Hu, R., Zhang, C., Shen, Y. (2023). Impact of common institutional ownership on enterprise digital Transformation—Collaborative governance or collusion fraud?. *Heliyon* 9 (2023) e21641.
- 36) Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2011). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*. MIT Sloan.
- 37) Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2011). *The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry*. MIT Sloan.

یادداشت‌ها:

-
- 1 Agency Theory
2 Active Monitoring Hypothesis
3 Interest Alignment Theory
4 Ownership Concentration Theory
5 Resource-Based View - RBV
6 Dynamic Capabilities
7 Open Innovation Theory

The impact of institutional ownership on organizational digital transformation

Receipt: 29/04/2025 Acceptance: 30/05/2025

Sajad Shamseh¹
Hosseyn Jahangirnia²
MohamadReza Pourfakharan³

Abstract

Digital transformation, as one of the key pillars of competitive advantage in the era of technology, requires strategic decisions and long-term investments. Digital transformation, as one of the most important structural changes in the contemporary business environment, requires support from financing systems and corporate governance. In the meantime, the ownership structure and especially the role of investing institutions can have a significant impact on the digital orientation of companies. Institutional ownership, due to its high influence and influence, can play a key role in guiding technological strategies. This study was conducted with the aim of investigating the effect of institutional ownership on the digital transformation of companies listed on the Tehran Stock Exchange. In this regard, institutional ownership is considered as an influential variable. The present research method is descriptive-correlational and based on data analysis for the period 2017 to 2023. The sample size is 154 companies listed on the Tehran Stock Exchange, which have been screened using a systematic elimination method. To measure digital transformation, indicators reported in financial statements, explanatory notes, and management's interpretative report were collected through information sources of the Tehran Stock Exchange, and the composition of major shareholders was used to measure institutional ownership. Excel and Iviews software were used for statistical analysis. The results of the study show that institutional ownership has a positive and significant relationship with the digital transformation of companies. Institutional ownership increases oversight and accountability in organizations, prevents managers from being risk-averse in adopting innovations and digitalization, and leads to the selection of efficient strategies in the digitalization of organizations. The findings of this study can help policymakers, managers, and investors to formulate more effective corporate governance mechanisms and strengthen the path to digitalization.

Keywords

Digital transformation, institutional ownership, corporate governance, Iranian capital market.

1-Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. sshamseh@gmail.com

2-Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran.

(Corresponding Author) Hosein.jahangirnia@iau.ir

3-Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. mohammadreza31151@gmail.com