

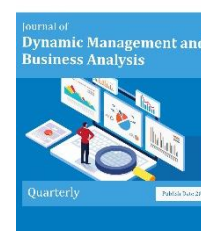


Journal Website

Article history:
Received 06 October 2024
Revised 26 November 2024
Accepted 10 October 2024
Published online 04 May 2025

Dynamic Management and Business Analysis

Volume 4, Issue 1, pp 262-279



E-ISSN: 3041-8933

The Impact of Firm Size and Ownership Structure on Innovation Capability in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange

Mahdieh Rajabi Sarkhoni¹, Morteza Bavaghar^{2*}, Mohammad Hossein Ranjbar³, Saeed Moradpour⁴

¹ PhD Student, Department of Accounting, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

² Assistant Professor, Department of Accounting, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran (Corresponding Author).

³ Associate Professor, Department of Accounting, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran

⁴ Assistant Professor, Department of Accounting, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.

* Corresponding author email address: bavagharmorteza@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Rajabi Sarkhoni, M., Bavaghar, M., Ranjbar, M.H., Moradpour, S. (2025). The Impact of Firm Size and Ownership Structure on Innovation Capability in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Dynamic Management and Business Analysis*, 4(1), 262-279.

<https://doi.org/10.61838/dmbaj.186>



© 2024 the author(s). Published by Knowledge Management Scientific Association. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

Objective: The main objective of this research is to examine the impact of firm size and ownership structure on sustained innovation capability in companies listed on the Tehran Stock Exchange.

Methodology: Given the structure of the data studied in this research, a ten-year period (from 2014 to 2023) was analyzed using the panel data method. The research data is a screened sample from the companies listed on the Tehran Stock Exchange, covering a total of 133 companies. To conduct the statistical analysis and model analysis, the EViews version 12 software was used.

Findings: The findings revealed that the estimated coefficient for ownership structure, at 0.0869 with a significance level of 0.0078, indicates a direct and significant relationship between this variable and the firm's innovation capability. Additionally, the estimated coefficient for firm size, at 0.0674 with a significance level of 0.0021, shows a direct and significant relationship between this variable and the firm's innovation capability.

Conclusion: It can be concluded that the larger the firm size and the more transparent the ownership structure, the greater the firm's innovation capability. Therefore, financial and economic planners should seriously consider these factors and take effective actions to promote innovation in companies and financial-economic institutions.

Keywords: Sustained innovation capability, firm size, ownership structure, Tehran Stock Exchange

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Innovation has become the cornerstone of competitive advantage in modern economies, as firms strive to stay ahead in a fast-changing global market. Understanding the factors that contribute to sustained innovation is crucial for managers and policymakers alike. In the context of corporate management, innovation refers to the creation and implementation of new ideas, processes, products, or services that significantly improve an organization's performance and market position (Wang et al., 2020). The process of innovation encompasses various stages, from idea generation to commercialization, and can take various forms, including product innovation, process innovation, and service innovation. In recent years, research has increasingly focused on understanding the organizational and external factors that enable or hinder innovation within firms. These factors include firm size, ownership structure, organizational culture, and external market dynamics.

Innovation is not merely about coming up with new ideas but involves translating these ideas into commercially viable products and services. This process requires adequate resources, a culture that promotes creativity, and an organizational structure that facilitates decision-making and knowledge sharing (Hernández-Carrión et al., 2020). Among the key organizational factors influencing innovation, firm size and ownership structure stand out. Larger firms, due to their extensive resources, tend to invest more in research and development (R&D), which provides them with a competitive advantage. Conversely, ownership structure, particularly the concentration or dispersion of ownership, can either foster or inhibit innovation, depending on how it affects decision-making processes and resource allocation.

This study aims to explore how firm size and ownership structure influence the innovation capability of companies listed on the Tehran Stock Exchange (TSE). The primary objective is to examine whether these factors contribute significantly to a firm's ability to sustain innovation over time, thereby enhancing its competitive position in the market. Understanding these dynamics is essential for managers, investors, and policymakers looking to foster innovation in the business sector.

Methodology

This study adopts a descriptive, correlational methodology, focusing on companies listed on the Tehran Stock Exchange (TSE) over a ten-year period from 2014 to 2023. A panel data method was employed to analyze the data. The dataset comprises 133 firms selected through a screening process. For statistical analysis and model estimation, EViews software (version 12) was utilized. The model, based on previous research by Tang et al. (2022), includes firm size and ownership structure as independent variables to assess their impact on sustained innovation capability. The dependent variable in this study is the innovation capability of the firms, which is measured through patent activity and R&D intensity. Various tests such as unit root tests and autocorrelation tests were employed to ensure the validity of the data before conducting the regression analysis.

Findings

The descriptive statistics of the variables provide an overview of the data. The average value for innovation capability (PATENT) across the sample was 0.0851, with a standard deviation of 0.364,

indicating that innovation capability varies significantly across the firms in the study. The mean value for ownership structure (HHI) was 0.0418, suggesting that ownership is relatively dispersed in the sample. The mean firm size (SIZE) was 14.312, indicating a mix of both large and medium-sized firms.

The results of the correlation analysis revealed significant relationships between firm size, ownership structure, and innovation capability. Specifically, firm size was positively correlated with innovation capability, suggesting that larger firms tend to have higher innovation potential. Similarly, ownership structure, as measured by the Herfindahl-Hirschman Index, was positively correlated with innovation capability, indicating that firms with more concentrated ownership structures tend to have better innovation outcomes.

The regression analysis provided further insights into the nature of these relationships. The results show a statistically significant positive relationship between both firm size and ownership structure with innovation capability. The coefficient for firm size was 0.0674 (p-value = 0.0021), indicating that larger firms are more likely to engage in innovation activities. Similarly, the coefficient for ownership structure was 0.0869 (p-value = 0.0078), suggesting that firms with more concentrated ownership structures tend to have a stronger focus on innovation. These findings suggest that both firm size and ownership structure are important determinants of a company's innovation capability.

The robustness checks, including unit root tests and autocorrelation tests, confirmed the validity of the results. All variables were found to be stationary, and the regression model passed diagnostic tests for multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity.

Discussion and Conclusion

The findings of this study provide important insights into the factors that influence innovation capability in companies listed on the Tehran Stock Exchange. The positive relationship between firm size and innovation capability is consistent with previous research, which has shown that larger firms have more resources to invest in R&D, technology, and innovation activities. Larger firms benefit from economies of scale, access to capital, and the ability to invest in specialized knowledge and technological advancements, all of which contribute to enhanced innovation capacity. Additionally, larger firms are better equipped to manage the complexities of innovation, such as the integration of new technologies and the coordination of cross-functional teams.

The study also highlights the significant role of ownership structure in fostering innovation. Firms with more concentrated ownership, as indicated by a higher Herfindahl-Hirschman Index, tend to have stronger incentives to invest in innovation. This is because concentrated ownership facilitates quicker decision-making, clearer strategic direction, and a greater commitment to long-term goals, including innovation. Institutional investors and major shareholders can provide the necessary resources and governance support to drive innovation within the firm. However, it is important to note that ownership structure alone cannot guarantee innovation success. Other factors, such as the firm's internal culture, leadership, and market conditions, also play critical roles in shaping innovation outcomes.

While firm size and ownership structure are important drivers of innovation, they are not the only factors at play. Organizational culture, leadership styles, and external collaborations also contribute significantly to a company's ability to innovate. Smaller firms, for example, may have more flexible structures and a greater willingness to experiment with new ideas, making them agile in responding to

market changes. On the other hand, larger firms may face bureaucratic challenges that slow down decision-making and hinder innovation. Therefore, companies of all sizes need to foster a culture of innovation that encourages creativity, risk-taking, and cross-functional collaboration.

The findings of this study have important implications for both policymakers and business leaders. Policymakers should consider the role of firm size and ownership structure when designing policies aimed at fostering innovation. For example, supporting the creation of institutional frameworks that promote transparency and governance in firms with concentrated ownership could enhance their ability to innovate. Similarly, business leaders should focus on developing strategies that leverage their firm's size and ownership structure to enhance innovation.

In conclusion, while firm size and ownership structure are significant factors influencing innovation capability, companies must also consider other elements such as organizational culture, leadership, and external collaborations to create a sustainable innovation ecosystem. The findings of this study provide valuable insights for future research on the determinants of innovation, and the impact of firm-specific characteristics on organizational performance. Further studies could explore the role of other variables, such as market dynamics, regulatory environments, and firm strategy, in shaping innovation outcomes.

In terms of practical recommendations, companies should focus on building a culture of innovation that encourages collaboration, creativity, and risk-taking. Furthermore, business leaders should ensure that their ownership structure supports long-term innovation goals by promoting governance practices that enhance decision-making and resource allocation. The findings of this study suggest that both large and small firms have the potential to innovate, provided they align their resources, structure, and culture to foster innovation effectively.



وبسایت مجله

تاریخچه مقاله

دریافت شده در تاریخ ۱۵ مهر ۱۴۰۳

اصلاح شده در تاریخ ۰۶ آذر ۱۴۰۳

پذیرفته شده در تاریخ ۲۰ آذر ماه ۱۴۰۳

منتشر شده در تاریخ ۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۴

مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار

دوره ۴، شماره ۱، صفحه ۲۶۲-۲۷۹

فصلنامه

مدیریت پویا و
تحلیل کسب و کار



شاپای الکترونیکی: ۸۹۳۳-۳۰۴۱

بررسی تأثیرات اندازه شرکت و ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

مهدیه رجیبی سرخونی^۱، مرتضی باوقار^۲، محمدحسین رنجبر^۳، سعید مرادپور^۴

۱ دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.
۲ استادیار، گروه حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران (نویسنده مسئول).
۳ دانشیار، گروه حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.
۴ استادیار، گروه حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.

*ایمیل نویسنده مسئول: bavagharmorteza@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

رجیبی سرخونی، مهدیه، باوقار، مرتضی، رنجبر، محمدحسین، مرادپور، سعید. (۱۴۰۴). بررسی تأثیرات اندازه شرکت و ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، ۴(۱)، ۲۶۲-۲۷۹.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده(گان) است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

هدف: هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیرات اندازه شرکت و ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری مستمر در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. **روش‌شناسی:** با توجه به ساختار داده‌های مورد مطالعه در این پژوهش دوره ۱۰ ساله که شامل بعد زمانی (۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲) بود از روش پانل دیتا استفاده شد. داده‌های پژوهش نمونه‌ای غربال شده از شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران است که در مجموع ۱۳۳ شرکت را در بر می‌گیرد. به منظور انجام تجزیه و تحلیل آماری و تحلیل مدل از نرم افزار ایویوز نسخه ۱۲ استفاده شده است. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که ضریب برآوردی ساختار مالکیت، به میزان (۰/۰۸۶۹) با سطح معنی داری (۰/۰۰۷۸) حاکی از یک ارتباط مستقیم و معنی دار بین این متغیر با قابلیت نوآوری شرکت می‌باشد. همچنین ضریب برآوردی اندازه شرکت، به میزان (۰/۰۶۷۴) با سطح معنی داری (۰/۰۰۲۱) حاکی از یک ارتباط مستقیم و معنی دار بین این متغیر با قابلیت نوآوری شرکت می‌باشد. **نتیجه‌گیری:** می‌توان نتیجه گرفت که هرچه شرکت‌ها از اندازه بزرگتری برخوردار باشند و همچنین ساختار مالکیت شفاف باشد قابلیت نوآوری شرکت‌ها افزایش می‌یابد. لذا برنامه‌ریزان امور مالی و اقتصادی می‌توانند نسبت به این عوامل توجه جدی نمایند و در جهت نوآوری در شرکت‌ها و موسسات مالی و اقتصادی اقدامات مؤثری بردارند.

کلیدواژگان: قابلیت نوآوری پایدار، اندازه شرکت، ساختار مالکیت، بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

در اقتصاد مبتنی بر نوآوری امروزی، درک چگونگی تولید ایده‌های عالی به یک اولویت فوری مدیریتی تبدیل شده است. مدیران نیاز به تشویق و حمایت از ایده‌ها دارند و باید به سازمان‌های خود کمک کنند تا دیدگاه‌های متنوعی را در خود بگنجانند، که بینش‌های خلاقانه را تحریک می‌کند و با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، همکاری خلاقانه را تسهیل می‌کند. نوآوری تجسم، ترکیب و یا ترکیب دانش در محصولات، فرآیندها یا خدمات جدید اصیل، مرتبط، ارزشمند است. نوآوری به‌عنوان کاتالیزوری عمل می‌کند که می‌تواند باعث رشد یک کسب‌وکار، بهبود عملکرد شود (Ahmadi & Saffari, 2024; Moshtaghi, 2023; Parsakia & Jafari, 2023).

نوآوری را می‌توان به عنوان اجرای ایده‌هایی که از فرآیندهای خلاقانه سرچشمه می‌گیرد، مشاهده کرد. نوآوری تجسم، ترکیب و/یا ترکیب دانش در محصولات، فرآیندها یا خدمات جدید اصیل، مرتبط، ارزشمند است (Ariaparsa & Ebramihi, 2023). می‌توان آن را به عنوان فرآیند ترجمه یک ایده یا اختراع بدیع و خلاقانه به کالا یا خدماتی تعریف کرد که ارزش ایجاد می‌کند یا مشتریان برای آن هزینه پرداخت می‌کنند. خلاقیت فرآیندی است که شما برای بهبود حل مسئله خود به کار می‌گیرید. بنابراین تا زمانی که تلاش‌های خلاقانه‌تان محصول، خدمات یا فرآیندی را تولید نکند که به نیاز اصلی پاسخ دهد یا مشکلی را که در ابتدا شناسایی کرده‌اید حل کند، کارتان تمام نشده است. این به تجاری سازی اختراع خلاق مربوط می‌شود که اگر کسی در محصولات، فرآیندها یا خدمات موجود بهبود یابد یا سهم قابل توجهی در آن داشته باشد، رخ می‌دهد (Ullah et al., 2022).

در توسعه اقتصادی، نوآوری نیروی محرکه رشد اقتصادی است. نوآوری به عنوان یک پایگاه دانش برای تولید چیز مفید تعریف می‌شود و اصلاح یا کشف ایده‌ها به گونه‌ای است که آن‌ها بتوانند از تجارت توسعه یابند. نوآوری نقش کلیدی و اساسی در پیشرفت اجتماعی مدرن دارد که در برخی پژوهش‌ها به عنوان یک اقتصاد مبتنی بر نوآوری مد نظر است. نوآوری را می‌توان توانایی تجاری در ارائه چیزهای جدید به روشی بهتر و توانایی رقابت در بازارهای جدید یا بازارهای قدیمی بیان کرد (Hernández-Carrión et al., 2020). نوآوری در یک موسسه به عنوان روش‌های نوآورانه مدیریت و خدمات بیان می‌شود. این توانایی می‌تواند نتیجه استعداد و هوش افراد یا نتایج آموزش‌هایی باشد که ابعاد جدیدی یا بهره‌برداری از ایده‌های جدید را از بعد شخصی یا سازمانی برای تقویت کارآفرینی، ارتقاء، توسعه و کشف شایستگی‌های موجود ارائه می‌دهد و ارائه می‌کند. امکانات جدید (Wang et al., 2020).

نوآوری‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند: نوآوری محصول (طراحی محصولات منحصر به فرد تر یا ایجاد محصولات)، نوآوری فرآیند و نوآوری خدمات. نوآوری نقش بسیار مهمی دارد که در تحقیقات قبلی به طور کلی برای ارتقای برتری محصول، رقابت، سودآوری و کارایی نشان داده شده است. برای به دست آوردن نوآوری پایدار، هنجارها و ارزش‌های باید در کنار رویه‌های فناوری و نوآوری مورد نظر قرار گیرد (Matsongoni & Mutambara, 2021). به عقیده پژوهشگران فناوری باعث می‌شود که یک محصول به سرعت تقلید شود، بنابراین یک کارآفرین باید بتواند طراحی منحصر به فرد خود را با کیفیت خوب و هنرمندانه سریع حفظ کند، مانند محصولات مد که مشخصه محصولات محلی بالی است. فرماندار بالی تاکید کرد که زنان کارآفرین در بالی باید بتوانند نوآوری و فرهنگ محلی را ترکیب کنند (Setini, 2022).

نوآوری‌ها فرصت‌های بزرگ‌تری ایجاد می‌کنند و برای بقا، رشد اقتصادی و موفقیت یک شرکت حیاتی هستند. نوآوری به معنای توسعه مفاهیم اصلی است و محرک تصویرسازی مجدد کسب و کار است. شرکت‌هایی که نوآوری می‌کنند، می‌توانند سازمان را در پارادایم متفاوتی قرار دهند تا فرصت‌های جدید و بهترین روش‌ها را برای حل مشکلات فعلی شناسایی کنند. نوآوری اغلب به عنوان یک ایده‌پردازی صرف اشتباه درک می‌شود. اکثر شرکت‌ها فرآیندهای سیستماتیکی برای ایده‌پردازی دارند، اما به طور کامل از فرصت قدرت مغز جمعی افراد

باهوش استفاده نمی‌کنند (Laeven et al., 2015). چیزی که بیشتر شرکت‌ها با آن دست و پنجه نرم می‌کنند تبدیل ایده‌ها به پیشنهادهای ارزشی و عرضه آن‌ها به بازار است، به عبارت دیگر، نوآوری در محصولات عرضه شده به بازار یا پیشنهادات مشتری است. همچنین، نوآوری همیشه این نیست که بزرگ‌ترین ایده را ایجاد کرد؛ این می‌تواند یک فرآیند تاکتیکی باشد، یعنی فرآیند مستمر شناسایی مشکلات و حل آن‌ها در سطح عملیاتی و تحویلی. هر ایده یا نوآوری ممکن است برای تجارت شرکت معتبر باشد. بنابراین، ایجاد یک فرهنگ سازمانی که خلاقیت و گشودگی را در هنگام پیشنهاد ایده‌های جدید در بر گیرد، مهم است. در عین حال، باید فرآیندی وجود داشته باشد که بررسی کند آیا این ایده دارای پرونده تجاری است یا خیر. ایده‌هایی که پتانسیل تجاری لازم را ندارند باید به سرعت خاتمه داده شوند و آن‌هایی که پتانسیل تجاری دارند باید فوراً به مرحله توسعه بعدی معرفی شوند. موفق‌ترین نوآوری‌های هر سازمانی، نتیجه یک جستجوی آگاهانه و هدفمند است (Liao & Liu, 2021; Liu & Buck, 2018). برخی از مناطق نشان دهنده زمین حاصل‌خیزتر از سایرین است. بنابراین، نوآوری اکسیژن و فرآیند اصلی کارآفرینی است. انواع مختلف نوآوری بسته به معیارهای طبقه‌بندی شناخته می‌شوند. به عنوان مثال، هنگامی که طبقه‌بندی بر اساس هدف نوآوری است، آن‌گاه انواع ممکن است شامل نوآوری محصول/خدمات، نوآوری مدل کسب و کار، نوآوری فرآیند، نوآوری فناوری و غیره باشد. زمانی که میزان تغییر مبنای طبقه‌بندی باشد، آن‌گاه انواع ممکن است نوآوری‌های ریشه‌ای و نوآوری افزایشی باشد (Ang & Kumar, 2014).

هنگامی که حاکمیت شرکتی نوآوری را در نظر می‌گیریم، متوجه می‌شویم که وقتی عملکرد شرکت در شرکت‌هایی با مالکیت نهادی بالا پایین است، احتمال اخراج مدیران عامل کمتر است. اگر رقابت بازار زیاده‌تر باشد، مالکیت نهادی به سطوح بالاتری از نوآوری منجر می‌شود. اگر مدیران عامل سهامی در شرکت داشته باشند، به احتمال زیاد بر تمایل سازمان برای تغییر برای تولید سطوح بالاتر در عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارند. نظریه دوسوختگی می‌تواند توضیحی برای تعادل بین نوآوری اکتشافی و استثماری ارائه دهد. جوانب بالاتر نوآوری دوسویه (اکتشافی و بهره‌برداری) به عملکرد بهتر منجر می‌شود. نوآوری دوسویه می‌تواند به عنوان میانجی بین سبد فناوری (تنوع) و عملکرد نوآوری عمل کند. همان نویسندگان توضیح دادند که «از آنجایی که اگر بیش از حد بر نوآوری اکتشافی یا استثماری تأکید شود، ممکن است به نتایج نامطلوب منجر شود، پیگیری همزمان هر دو شکل به عنوان رویکرد بهینه در محیط پویا امروزی در نظر گرفته شده است» (Lin et al., 2012). یکی دیگر از جنبه‌های قطعی عملکرد نوآوری، ایجاد سرمایه فکری و سرمایه انسانی برای تأثیرگذاری بر اجرای استراتژی با انتظارات سود بهینه است. هر دو عنصر دارایی سرمایه، انسانی و فکری، بر عملکرد نوآوری فناوری مؤثر است. سنجش اهمیت نوآوری در فناوری خارج از اندازه‌گیری دارایی شرکت ارزشمند خواهد بود. وسیله جدیدی ایجاد شد که می‌تواند به عنوان نماینده‌ای برای سنجش خصوصی پتنت‌ها فعالیت کند. این شاخص جدید برای ایجاد یک معیار کل اقتصاد از نوآوری برای یاری به سرمایه‌گذاران و مدیران عامل برای تصمیم‌گیری آگاهانه در مورد استراتژی نوآوری بهره گرفته شده است (Kogan et al., 2017). عملکرد مالی یک شرکت و عملکرد نوآوری فناوری به شدت به فرهنگ آن بستگی دارد. فرهنگ نوع سلسله‌مراتبی تأثیر منفی بر عملکرد نوآوری دارد (Liao & Liu, 2021).

مالکیت در حقوق، به مالکیت حقوقی اشاره دارد که به فرد یا سازمانی اجازه می‌دهد که به عنوان صاحب یک چیز مشخص شناخته شود و به آن چیز دسترسی داشته باشد. مالکیت در بسیاری از جوامع به عنوان یکی از اصول اساسی حفاظت از حقوق فردی مطرح می‌شود. ساختار مالکیت شامل سه عنصر اصلی است: حقوق مالکیت، مالک و مالکیت خود. حقوق مالکیت شامل حقوقی است که به فرد یا سازمانی اجازه می‌دهد تا به عنوان صاحب یک چیز مشخص شناخته شود و به آن دسترسی داشته باشد. مالک به فرد یا سازمانی اطلاق می‌شود که حقوق مالکیت را دارد. در نهایت، مالکیت خود به آن چیزی اطلاق می‌شود که حقوق مالکیت به فرد یا سازمانی را داده است (Chen et al., 2020). مالکیت در جامعه بسیار مهم است. به طور کلی، مالکیت به فرد یا سازمانی اجازه می‌دهد تا به عنوان صاحب یک چیز مشخص شناخته

شود و به آن دسترسی داشته باشد. این امر به عنوان یکی از اصول اساسی حفاظت از حقوق فردی مطرح می‌شود. بدون مالکیت، قابلیت تعیین و تملک چیزی وجود ندارد و این می‌تواند باعث بروز تنش‌های اجتماعی شود. همچنین، مالکیت برای افراد و سازمان‌ها امکاناتی را فراهم می‌کند که در مورد حفاظت از دارایی‌هایشان از جمله مسکن، خودرو، نهادهای تجاری و مالیاتی و غیره بسیار حیاتی است. بدون مالکیت، افراد نمی‌توانند از مزایای اقتصادی و مالیاتی که به عنوان صاحبان دارایی‌ها دارند بهره‌مند شوند. بنابراین، مالکیت به عنوان یک اصل اساسی حقوق فردی، به افراد و سازمان‌ها امکان می‌دهد که به عنوان صاحب چیزی مشخص شناخته شوند و به آن دسترسی داشته باشند. همچنین، این مفهوم برای افراد امکاناتی فراهم می‌کند که در مورد حفاظت از دارایی‌هایشان بسیار حیاتی هستند و به آن‌ها امکان می‌دهد از مزایای اقتصادی و مالیاتی برای بهره‌مندی بهره ببرند (Deloof, 2019).

ساختار مالکیت یک شرکت نقش مهمی در تعیین توانایی آن در نوآوری دارد. ساختارهای مالکیتی مختلف از جمله مالکیت نهادی، مالکیت پراکنده، مالکیت خانوادگی و مالکیت دولتی، همگی می‌توانند بر نوآوری شرکت‌ها تأثیر مثبت داشته باشند. با این حال، هر ساختار مالکیتی دارای مزایا و معایب خاص خود است و شرکت‌ها باید با دقت به ساختار مالکیت خود توجه کنند و براساس آن راهبردهایی برای بهبود قابلیت نوآوری خود تدوین کنند. نوآوری برای شرکت‌ها برای حفظ مزیت رقابتی در محیط کسب و کاری پویا امری حیاتی است. ساختار مالکیت یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند بر نوآوری تأثیر بگذارد. ساختار مالکیت یک شرکت به توزیع حقوق مالکیت بین سهامداران و ساختار حقوقی شرکت اشاره دارد. هدف این مقاله بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر نوآوری است و بررسی می‌کند که شرکت‌ها چگونه می‌توانند با بهره‌گیری از ساختار مالکیت خود، قابلیت نوآوری خود را افزایش دهند (Dusch, 2016). تعدادی از مطالعات رابطه بین ساختار مالکیت و نوآوری را مورد بررسی قرار داده‌اند. به عنوان مثال، فورستر (۲۰۱۸) به این نتیجه رسید که مالکیت نهادی می‌تواند با فراهم کردن منابع بلندمدت و تقاضای استانداردهای مدیریت شرکتی بالا، بر نوآوری در شرکت‌ها تأثیر مثبت داشته باشد (Forster, 2018). داچ (۲۰۱۶) همچنین نشان داد که شرکت‌هایی با مالکیت پراکنده به دلیل تنوع ایده‌ها و قابلیت جذب و نگهداری کارکنان با استعداد، سطح بالاتری از نوآوری دارند (Dusch, 2016). با این حال، برخی از مطالعات نیز نشان داده‌اند که ساختارهای مالکیت تمرکز شده مانند مالکیت خانوادگی و مالکیت دولتی می‌توانند بر نوآوری تأثیر مثبت داشته باشند. جیمز (۲۰۱۷) به این نتیجه رسید که شرکت‌های خانوادگی معمولاً دارای دیدگاه بلندمدت و تعهد قوی به کسب و کار خود هستند که می‌تواند به سرمایه‌گذاری در نوآوری کمک کند. شرکت‌های دولتی هم می‌توانند از حمایت و منابع دولتی بهره ببرند که می‌تواند به آن‌ها در سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه کمک کند (James, 2017).

بازبینی ادبیات نشان می‌دهد که ساختار مالکیت می‌تواند بر نوآوری در شرکت‌ها تأثیر قابل توجهی داشته باشد. شرکت‌هایی با مالکیت نهادی، مالکیت پراکنده، مالکیت خانوادگی یا مالکیت دولتی می‌توانند با بهره‌گیری از ساختار مالکیت خود، قابلیت نوآوری خود را افزایش دهند. با این حال، هر ساختار مالکیتی دارای مزایا و معایب خاص خود است و شرکت‌ها باید با دقت به ساختار مالکیت خود توجه کنند و براساس آن راهبردهایی برای بهبود قابلیت نوآوری خود تدوین کنند. به عنوان مثال، شرکت‌های با مالکیت نهادی باید به تأمین حکمرانی شرکتی و شفافیت توجه کنند تا سرمایه‌گذاران بلندمدت جذب شوند. شرکت‌های با مالکیت پراکنده باید بر تشکیل فرهنگ نوآوری و همکاری تمرکز کنند تا از تنوع ایده‌ها بهره ببرند. شرکت‌های خانوادگی باید دیدگاه بلندمدت خود را با نیاز به دیدگاه خارجی و ایده‌های تازه ترکیب کنند. در نهایت، شرکت‌های دولتی باید اطمینان حاصل کنند که حمایت دولتی به بهترین شکل ممکن برای افزایش نوآوری وجود خواهد داشت (Fosfuri et al., 2021).

اندازه شرکت تعیین‌کننده منابع، توانایی‌ها، قدرت رقابتی و موفقیت آن است. اندازه شرکت از طریق دارایی کل، فروش کل یا تعداد کارکنان اندازه‌گیری می‌شود. شرکت‌های بزرگ‌تر از لحاظ انحصاری دارای برتری هستند؛ یعنی توانایی بالاتری در تحقیق و توسعه، تبلیغات،

خرید ارزان‌تر و فروش گران‌تر دارند که باعث بهبود عملکردشان می‌شود. اما داشتن اندازه بسیار بزرگ می‌تواند مشکلاتی هم ایجاد کند. از جمله موارد مضر اندازه بزرگ شرکت می‌توان به ساختار سازمانی پیچیده‌تر، افزایش تعارضات و غیرانعطافی اشاره کرد که باعث کاهش نوآوری و انعطاف‌پذیری می‌شود. در نتیجه، شرکت‌ها باید اندازه مناسبی را پیدا کنند که در آن توانایی‌های یک شرکت بزرگ را داشته باشند بدون اینکه غول‌پیکر شوند. توانایی تطبیق با تغییرات بازار نیز بسیار مهم است (Tian & Wang, 2019). شرکت‌های کوچک‌تر دارای انعطاف‌پذیری و سرعت عمل بیشتری هستند، اما از نظر منابع و توانایی‌ها ضعیف‌ترند. مزیت‌ها و معایب هر دو اندازه وجود دارد. یک چالش بزرگ شرکت‌های بزرگ، مهار و هماهنگ کردن فعالیت‌ها و بخش‌های مختلف است. هزینه‌های مدیریتی بیش‌تر و کندی در اتخاذ تصمیمات نیز مشکل ساز می‌شود. اندازه شرکت به طور مستقیم هزینه‌ها و قیمت‌های تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهد. شرکت‌های بزرگ‌تر اغلب می‌توانند با هزینه‌های کم‌تر تولید کنند. در بسیاری از صنایع، یک اندازه حداقل به شرکت‌ها اجازه می‌دهد به رقابت‌پذیری و سودآوری برسند. اما پس از آن عملکرد شروع به کاهش می‌کند. شرکت‌ها ممکن است با استراتژی تمرکز یا تنوع به تعادل مناسبی در اندازه دست پیدا کنند (Forster, 2018).

اندازه شرکت تعیین‌کننده‌ی توانایی و تمایل آن به نوآوری است. شرکت‌های کوچک انعطاف‌پذیری و سرعت عمل بیشتری دارند، اما از نظر منابع محدود هستند، درحالی که شرکت‌های بزرگ از منابع بیشتری برخوردارند، اما ممکن است ساختار و بیرونی آن‌ها مانع نوآوری شود. شرکت‌های کوچک، کنترل بیشتری دارند و روندها کارآمدترند که نوآوری را تسهیل می‌کند. آن‌ها برای رقابت نیاز به نوآوری دارند؛ اما ممکن است از نظر منابع، نیروی کار و پشتیبانی محدود باشند. شرکت‌های بزرگ با امکانات بیشتر مانند منابع مالی، آزمایشگاه و نیروی کار ماهر می‌توانند نوآوری کنند. اما ممکن است از بیرونی و عدم انعطاف‌پذیری رنج ببرند که نوآوری را محدود می‌کند. به نظر می‌رسد شرکت‌های متوسط اندازه بهترین تعادل بین انعطاف‌پذیری و منابع را برای نوآوری فراهم می‌کنند. استراتژی‌هایی لازم است تا بزرگی شرکت تأثیر مثبتی بر نوآوری داشته باشد. اندازه شرکت می‌تواند اهمیت نوآوری را تعیین کند. شرکت‌ها باید تعادل مناسبی از منابع، انعطاف‌پذیری و ساختار را برای به حداکثر رساندن نوآوری پیدا کنند (Li & Chu, 2021).

بهرامی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای نتیجه گرفتند که نوآوری برای ماندگاری شرکت‌ها حیاتی است و متغیرهایی از قبیل اندازه شرکت، سرمایه، بازده، رشد، عملکرد، متغیرهای سازمانی و همچنین فردی، نوآوری را در سازمان هدایت می‌کنند (Bahrami et al., 2022). زاده‌گران و محقق‌زاده (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای نتیجه گرفتند که قابلیت‌های نوآوری بانکی بر عملکرد نوآوری، عملکرد نوآوری بر عملکرد بازاریابی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تسهیم دانش نیز بر عملکرد نوآوری اثر مثبت و معنی‌داری داشته است. براساس سایر نتایج نیز، نوآوری سازمانی بر عملکرد نوآوری، نوآوری فرآیند بر عملکرد نوآوری، نوآوری خدمات بر عملکرد نوآوری، نوآوری بازاریابی بر عملکرد نوآوری نیز اثراتی مثبت و معنادار داشته‌اند (Zadeh Gorgan & Moqallebzadeh, 2021). واعظ برزانی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی دریافتند که بروز نوآوری‌های مالی سبب می‌شود، عرضه اعتبار به سرعت گسترش می‌یابد و با توجه اثرات تغییرات در بخش مالی بر حجم سرمایه، اهرم مالی متناسب با اختلاف نوسان حجم ثروت پولی در مقایسه با حجم ثروت واقعی تغییر می‌نماید (Vaez Barzani et al., 2013).

فام و همکاران (۲۰۲۰) نیز نتیجه‌گیری کردند که شرکت‌هایی با دارایی‌های بسیار نقدشونده تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتر در تحقیق و توسعه (R&D) (پراکسی نوآوری شرکت) دارند و تعداد بالاتری از حق ثبت اختراع تولید می‌کنند (Pham et al., 2020). آلتومانت و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای نشان دادند بین بهره‌وری کل عوامل تولید، اندازه شرکت‌های مورد بررسی، نقدینگی شرکت‌ها و با مخارج تحقیق و توسعه به عنوان شاخصی از نوآوری، همبستگی مثبت و معناداری وجود داشته است (Altomonte et al., 2019). کوپودو و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی نتیجه‌گیری نمودند که محدودیت‌های مالی دارای بیشترین تأثیر در کاهش نوآوری در شرکت‌های منتخب مورد بررسی

داشته است (Quevedo et al., 2017). هاوول (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای بیان کردند که کمبود نقدینگی و محدودیت‌های مالی شرکت، سبب کاهش فعالیتهای مرتبط با نوآوری سازمانی و تحقیق و توسعه شده است. همچنین براساس سایر نتایج، افزایش محدودیت‌های مالی نیز نمی‌تواند از شکست بازار پیشگیری نماید (Howell, 2016). هائو و جاف (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای بیان کردند که شرایط مالی، چه به عنوان جریان نقدی، موجودی دارایی‌های نقدی یا نسبت دارایی‌های نقدی به بدهی‌های جاری اندازه‌گیری شود، بر نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارد (Hao & Jaffe, 2006).

بررسی نتایج تحقیقات پیشین نشان داده است که تا کنون تحقیق در جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق انجام نشده است و خلا تحقیقاتی دیده می‌شود و ضرورت انجام این تحقیق احساس می‌شود. برای پر کردن این خلا و شکاف مطالعاتی که دارای پیامدهای سیاست‌گذاری بسیار زیادی برای معامله‌گران، شرکت‌ها و سیاست‌گذاران در این زمینه است، وجود مطالعاتی از این دست بسیار لازم و ضروری است. از همین رو در این مطالعه تلاش خواهد شد تا یک مشارکت جدید در مطالعات در عوامل مؤثر بر نوآوری با نقش متغیرهای اندازه شرکت و ساختار مالکیت برای مطالعات آینده در این زمینه باشد. بر اساس، هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیرات اندازه شرکت و ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری مستمر در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی و بر مبنای هدف از نوع کاربردی است. در این پژوهش از روش پانل دیتا استفاده می‌شود. داده‌های پژوهش نیز در بین دوره ۱۰ ساله بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ جمع آوری و در آنالیز پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. تعداد شرکت‌های مورد بررسی در این مقاله نیز ۱۳۳ شرکت است که به صورت غربالگری انتخاب شده اند. مدل استفاده شده در این پژوهش برگرفته از مدل تانگ و همکاران (۲۰۲۲) است که عبارت است از:

$$PATENT = \beta_0 + \beta_1 HHI_{it} + \beta_2 Size_{it} \varepsilon_{it}$$

یافته‌ها

در جدول (۱) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، مقادیر حداکثر و حداقل، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی ارائه شده است که با بررسی آن‌ها می‌توان دید کاملی از وضعیت متغیرهای پژوهش به دست آورد. همانطور که مشاهده می‌شود تعداد مشاهدات بر مبنای تعداد شرکت‌ها و تعداد سال مورد بررسی ۱۳۳۰ می‌باشد. همچنین میانگین و انحراف معیار متغیرهای قابلیت نوآوری شرکت ± 0.364 و ساختار مالکیت 0.0851 ± 0.0418 و اندازه شرکت 1.739 ± 14.312 به دست آمده است.



جدول ۱

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
نوآوری شرکت	<i>PATENT</i>	۱۳۳۰	۰.۰۸۵۱	۰.۰۰۲۱	۶.۸۵۴	۰.۰۰۰	۰.۳۶۴	۱.۸۶۲	۸.۰۵۷
ساختار مالکیت	<i>HHI</i>	۱۳۳۰	۰.۰۴۱۸	۰.۰۰۹۵	۰.۶۴۱	۰.۰۶۴	۰.۰۷۸	-۰.۷۱۸	۱.۵۷۱
اندازه شرکت	<i>Size</i>	۱۳۳۰	۱۴.۳۱۲	۱۴.۱۱۷	۱۹.۸۳۷	۱۰.۶۰۱	۱.۷۳۹	۰.۷۱۵	۴.۴۰۸

یکی از مهمترین مشکلات عمده در تحلیل داده‌های مالی وجود ریشه واحد است. وجود ریشه واحد به معنی نامانای بودن داده‌ها و این موضوع به بروز مشکلاتی در اعتبار آزمون‌های انجام شده منجر می‌شود. به عبارتی اگر متغیرها مانا نباشند دچار رگرسیون کاذب می‌شویم. از اینرو پیش از برآورد مدل برای اطمینان از ساختگی نبودن و در پی آن داشتن نتایج نامطمئن لازم است از مانا بودن متغیرها اطمینان حاصل نمائیم. آزمون ریشه واحد یکی از متداولترین آزمون‌هایی است که به منظور بررسی مانایی متغیرها استفاده می‌شود که برای این منظور از روش لین و چپو استفاده شده است. لذا فرضیه‌ها به شرح ذیل مطرح می‌شود.

فرض H_0 : ریشه واحد وجود دارد و متغیر مورد نظر نامانای است.

فرض H_1 : ریشه واحد وجود ندارد و متغیر مورد نظر مانا است.

در جدول (۲) نتایج به دست آمده از این آزمون ارائه شده است.

جدول ۲

آزمون مانایی متغیرهای مدل

متغیر	نماد	آماره آزمون	مقدار p-value	نتیجه کلی آزمون
نوآوری شرکت	<i>PATENT</i>	-۳۲.۵۴	۰.۰۰۰	پایا
ساختار مالکیت	<i>HHI</i>	-۴۹.۳۱	۰.۰۰۰	پایا
اندازه شرکت	<i>Size</i>	-۱۶.۷۸	۰.۰۰۰	پایا

در آزمون ریشه واحد فرض صفر بیانگر نامانایی متغیرهاست. در این صورت اگر مقدار P کمتر از سطح معنی داری ۰.۰۵ یا ۵ درصد باشد فرض صفر رد می‌شود. به این ترتیب نتایج حاصل از آزمون مانایی متغیرهای پژوهش در جدول (۲) نشان دهنده مانایی متغیرهاست. در جدول (۳) نیز نتایج آزمون جاکو-برا و جدول (۴) نیز نتایج آزمون همبستگی سریالی LM ارائه شده است.

جدول ۳

نتایج آزمون جارکو-برا

تعداد مشاهده	آماره	سطح معنی داری
۱۳۳۰	۱۲۸۸.۳۴	۰.۰۰۰
مدل پژوهش		

با توجه به فرض در نظر گرفته شده و اینکه سطح آماره جارکو-برا کمتر از ۰.۰۵ می باشد ($Pvalue=0.000 < 0.05$)، بنابراین فرضیه صفر مبنی بر عدم نرمال بودن توزیع این متغیر در سطح اطمینان ۹۵٪ رد شده و بیانگر این است که متغیرهای مدل پژوهش از توزیع نرمال برخوردار می باشد.

جدول ۴

نتایج آزمون همبستگی سریالی LM

نوع آماره	احتمال آماره	سطح معنی داری
$F(2, 1330)$	۱۳۴.۹۷	۰.۰۰۰
مدل پژوهش		

جدول ۵

نتایج آزمون بروش-گادوفری

نوع آماره	احتمال آماره	سطح معنی داری
$F(5, 1330)$	۲.۷۴۹	۰.۰۰۰
مدل پژوهش		

قبل از تخمین مدل ها، ابتدا باید مشخص شود که اصولاً نیاز با در نظر گرفتن ساختار پانل داده ها (تفاوت ها یا اثرات خاص شرکت ها) وجود دارد یا اینکه می توان داده های مربوط به شرکت های مختلف را با استفاده از روش تلفیقی یا pooling روی هم ریخت و از آن در تخمین مدل استفاده کرد. در تخمین های تک معادله ای، برای اخذ تصمیم از آماره آزمون F لیمر استفاده می شود. در این آزمون فرض H_0 استفاده از روش داده های تلفیقی و فرض H_1 استفاده از روش داده های تابلویی است بنابراین مفروضات عبارتند از:

فرض H_0 : روش داده های تلفیقی (Pooling) مناسب است

فرض H_1 : روش داده های تابلویی (Panel) مناسب است

جدول ۶

نتایج آزمون F لیمر برای مدل پژوهش

آماره آزمون	مقدار P-Value	نتیجه
۶.۳۱۷	۰.۰۰۰	استفاده از داده های تابلویی
مدل پژوهش		



نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد که فرض صفر مبنی بر برابری همه اثرات خاص شرکت‌ها در مدل پژوهش رد می‌شود. و فرض $H1$ مبنی بر استفاده از داده‌های تابلویی مورد پذیرش قرار می‌گیرد. به عبارتی کارآمدی برآورد مدل با استفاده از داده‌های پانل برای ۱۳۳ شرکت در بورس اوراق بهادار تهران مشخص می‌شود.

آزمون دیگر تشخیص نوع مدل است که به آزمون هاسمن معروف است. لذا بعد از اینکه آزمون F لیمر برای برآورد مدل مورد نظر از روش پانل مشخص گردید در ادامه برای تشخیص اینکه در برآورد مدل پانل دیتا باید از روش مدل اثرات ثابت و یا مدل اثرات تصادفی استفاده کرد از آزمون هاسمن بهره برده می‌شود. در این آزمون فرض صفر بیانگر مناسب بودن اثرات تصادفی است و فرضی $H1$ بیانگر مناسب بودن اثرات ثابت است. از اینرو مفروضات آزمون عبارتند از:

فرض $H0$: مدل اثرات تصادفی مناسب است.

فرض $H1$: مدل اثرات ثابت مناسب است.

نتایج این آزمون در جدول (۷) ارائه شده است.

جدول ۷

نتایج آزمون هاسمن

آماره آزمون	درجه آزادی	مقدار P-Value	نتیجه
۱۷۷۰۴	۵	۰.۰۰۰	استفاده از اثرات ثابت

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود در آزمون مدل پژوهش و بررسی و شرکت‌های بورس اوراق بهادار در نظر گرفته شده در پژوهش حاضر باید از اثرات ثابت در بررسی مدل استفاده نمود.

جدول ۸

نتایج مدل رگرسیون متغیرها با متغیر وابسته قابلیت نوآوری ($PATENT = \beta_0 + \beta_1 HHI_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$)

نام متغیر	اختصاری	ضریب	آماره t	سطح معنی داری
ضریب ثابت	C	۰.۰۳۶۴	۴.۰۶۴	۰.۰۰۰۱
ساختار مالکیت	HHI	۰.۰۸۶۹	۳.۷۱۶	۰.۰۰۷۸
اندازه شرکت	Size	۰.۰۶۷۴	۳.۹۴۰	۰.۰۰۲۱
وقفه مدل	Res (-۱)	۰.۱۲۷۰	۳.۲۰۷	۰.۰۰۰۳
آماره F	۱۱/۲۷			
ضریب تعیین تعدیل	۰/۲۵۳			
دوربین واتسون	۱/۸۵			
سطح معنی داری	۰.۰۰۰			

در فرضیه اول پژوهش، پیش بینی شده است که بین ساختار مالکیت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنادار وجود دارد. لذا فرضیه اول پژوهش را می‌توان به صورت زیر بیان نمود.

H0: بین ساختار مالکیت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده رابطه معنادار وجود ندارد.

H1: بین ساختار مالکیت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده رابطه معنادار وجود دارد.

نتایج جدول (۸) نشان می‌دهد که در الگوی آزمون فرضیه اول تحقیق ضریب برآوردی ساختار مالکیت، بمیزان ۰.۰۸۶۹ با سطح معنی داری ۰.۰۰۷۸ حاکی از یک ارتباط مستقیم و معنی دار بین این متغیر با قابلیت نوآوری شرکت می‌باشد. این یافته با مبانی نظری تحقیق و ادعای مطرح شده در فرضیه، سازگار می‌باشد.

در فرضیه دوم پژوهش، پیش بینی شده است که بین اندازه شرکت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنادار وجود دارد. لذا فرضیه دوم پژوهش را می‌توان به صورت زیر بیان نمود.

H0: بین اندازه شرکت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده رابطه معنادار وجود ندارد.

H1: بین اندازه شرکت و قابلیت نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده رابطه معنادار وجود دارد.

نتایج جدول (۸) نشان می‌دهد که در الگوی آزمون فرضیه دوم تحقیق ضریب برآوردی اندازه شرکت، بمیزان ۰.۰۶۷۴ با سطح معنی داری ۰.۰۰۲۱ حاکی از یک ارتباط مستقیم و معنی دار بین این متغیر با قابلیت نوآوری شرکت می‌باشد. لذا این فرضیه نیز تایید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی تأثیرات اندازه شرکت و ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری مستمر در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود یافته‌ها نشان داد که علامت ضریب متغیر اندازه شرکت بر قابلیت نوآوری شرکت‌ها ۰/۰۶۷۴ و مقدار آماره T برآوردی نیز ۳/۹۴۰ با سطح معنی داری ۰/۰۰۲۱ است. با توجه به این که قدر مطلق آماره T برآوردی از مقادیر بحرانی در سطح ۹۵ درصد اطمینان (۱/۹۶) بیشتر است، بنابراین میتوان بیان کرد که اندازه شرکت تأثیر مثبت و معنی داری بر قابلیت نوآوری پایدار شرکت‌ها دارد. این نتایج نشان می‌دهد که هر چه اندازه شرکت بزرگتر باشد نوآوری در شرکت نیز بیشتر خواهد بود، چرا که شرکت‌های بزرگ مخارج تحقیق و توسعه و امکانات بیشتری برای خلق نوآوری دارند. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات پیشین (Altomonte et al., 2019; Bahrami et al., 2022; Chen et al., 2020; Deloof, 2019; Fosfuri et al., 2021; Guariglia & Liu, 2021; Hernández-Carrión et al., 2020; Li & Chu, 2021; Liao & Liu, 2021; Matsongoni & Mutambara, 2021; Pham et al., 2020; Setini, 2022; Seyed Kalali & Heidari, 2021; Tang et al., 2022; Tian & Wang, 2019; Ullah et al., 2022; Wang et al., 2020; Zadeh Gorgan & Moqallebzadeh, 2021) همخوانی و مطابقت داشته است. در تبیین این نتیجه باید گفت اندازه شرکت میتواند به افزایش منابع، مالی منابع انسانی، امکانات و تجهیزات توانایی رقابت با رقبای بزرگ و پایداری مالی کمک کند که در نتیجه، به تأثیر مثبتی بر قابلیت نوآوری شرکت‌ها داشته باشد با این حال باید توجه داشت که اندازه شرکت نمی‌تواند به تنهایی معیاری برای پیشرفت نوآوری باشد و باید به فاکتورهای دیگری نیز توجه شود مانند ساختار مالکیت، فرهنگ شرکتی خلاقیت و توانایی رهبری و مدیریت همچنین برخی شرکت‌های کوچک و نوپای نیز می‌توانند به دلیل مزایایی مانند انعطاف پذیری بیشتر و هزینه‌های کمتر قادر به ارائه نوآوری‌های مؤثر باشند. بنابراین برای داشتن نوآوری موفق نیاز است که علاوه بر اندازه شرکت به فاکتورهای دیگری نیز توجه شود و به طور کلی نوآوری وابسته به مدیریت مناسب منابع و ارتباطات درون و برون سازمانی است.

یافته دیگر پژوهش تأثیر ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری بود براساس نتایج ضریب متغیر ساختار مالکیت بر قابلیت نوآوری شرکت‌ها ۰/۰۸۶۹ و مقدار آماره T برآوردی نیز ۳/۷۱۶ و سطح معنی داری ۰/۰۰۷۸ بوده است. با توجه به این که قدر مطلق آماره T برآوردی از مقادیر بحرانی در سطح ۹۵ درصد اطمینان (۱/۹۶) بیشتر است، بنابراین میتوان بیان کرد که ساختار مالکیت تأثیر مثبت و معنی داری بر قابلیت نوآوری پایدار شرکت‌ها دارد نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات پیشین (Altomonte et al., 2019; Ang & Kumar, 2014; Bahrami et al., 2022; Guariglia & Liu, 2021; Hernández-Carrión et al., 2020; Kogan et al., 2017; Pham et al., 2020; Tang et al., 2021; Zadeh Gorgan & Moqallebzadeh, 2021) همخوانی و مطابقت داشته است. ساختار مالکیت شرکت میتواند به عنوان عاملی مهم در تأثیر بر قابلیت نوآوری شرکت‌ها مورد توجه قرار گیرد در کل ساختار مالکیت شرکت میتواند به افزایش تعهد، مالکان منابع انسانی توانایی رقابت با رقبای بزرگ انگیزه کارکنان و جذب سرمایه گذاری کمک کند که در نتیجه به تأثیر مثبتی بر قابلیت نوآوری شرکت‌ها داشته باشد. با این حال، باید توجه داشت که ساختار مالکیت شرکت نمیتواند به تنهایی عامل مؤثری در قابلیت نوآوری شرکت باشد عوامل دیگری مانند فرهنگ سازمانی رویکرد به اشتراک گذاری، دانش تحقیق و توسعه و... نیز بر توانایی نوآوری شرکت‌ها تأثیر دارند به همین دلیل برای افزایش قابلیت نوآوری شرکت‌ها، لازم است که به بهبود ساختار مالکیت شرکت همراه با توسعه سایر عوامل مؤثر در قابلیت نوآوری توجه شود. از محدودیت این پژوهش باید اشاره کرد که اولاً عوامل زیادی بر نوآوری اثر گذار هستند که این پژوهش به خاطر محدودیت زمانی و مالی فقط به بررسی ۲ عامل پرداخت و از این نظر از عوامل دیگری غفلت شد. همچنین نمیتوان با یقین گفت تأثیر سایر عوامل مزاحم در پژوهش کنترل شده است. لذا باید در تعمیم نتایج احتیاط کرد پیشنهاد میشود که شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها برای توسعه نوآوری از وجود شرکت‌های بزرگ با سرمایه گذاری در شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها بهره ببرند. دولت‌ها و سازمان‌های صنعتی میتوانند با ایجاد سیاست‌های حمایتی از جمله اعطای تسهیلات مالی و مالیاتی، توسعه نوآوری را حمایت کنند این سیاست‌ها می‌توانند برای شرکت‌های کوچک و بزرگ هم کاربرد داشته باشند.

برای بهبود قابلیت نوآوری در سازمان با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادات زیر می‌توانند مورد بررسی قرار بگیرند:

۱. ایجاد فرهنگ نوآوری در سازمان: برای توسعه نوآوری، لازم است که فرهنگ نوآوری در سازمان ایجاد شود. این شامل ایجاد انگیزه برای تحقیق و توسعه، تشویق به پذیرش ریسک‌های بالقوه، ایجاد انعطاف پذیری در سازمان، تشویق به همکاری و تفکر خلاق است. اندازه شرکت و ساختار مالکیت ممکن است بر این فرهنگ تأثیر بگذارد، بنابراین لازم است که این عوامل در نظر گرفته شوند.
۲. تشویق به همکاری با دیگر شرکت‌ها: همکاری با دیگر شرکت‌ها می‌تواند به توسعه نوآوری کمک کند. شرکت‌های بزرگ معمولاً دارای منابع بیشتری هستند که می‌تواند در همکاری با شرکت‌های کوچکتر کمک کند. همچنین، همکاری با شرکت‌های دیگر می‌تواند به تبادل دانش و تجربه و به اشتراک گذاری هزینه‌های تحقیق و توسعه کمک کند.
۳. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه: برای توسعه نوآوری، لازم است که در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری شود. شرکت‌های بزرگ معمولاً دارای منابع بیشتری هستند که می‌تواند در سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه کمک کند. همچنین، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند به توسعه تکنولوژی‌های جدید و محصولات نوآورانه کمک کند.
۴. تشویق به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها: شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها معمولاً برای توسعه نوآوری نیاز به سرمایه‌گذاری دارند. شرکت‌های بزرگ می‌توانند با سرمایه‌گذاری در شرکت‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها، از توانایی نوآوری آن‌ها بهره‌مند شوند و به توسعه صنعت کمک کنند.

۵. ایجاد سیاست‌های حمایتی: دولت‌ها و سازمان‌های صنعتی می‌توانند با ایجاد سیاست‌های حمایتی، از جمله اعطای تسهیلات مالی و مالیاتی، توسعه نوآوری را حمایت کنند. این سیاست‌ها می‌توانند برای شرکت‌های کوچک و بزرگ هم کاربرد داشته باشند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافع وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Ahmadi, R., & Saffari, H. (2024). The Effect of Knowledge-Based Leadership on Company Performance According to the Mediating Role of Customer Knowledge Management and Innovation Quality. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 13-20. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022216.1009>
- Altomonte, C., Gamba, S., Mancusi, M., & Vezzulli, A. (2019). R&D investments, financing constraints, exporting and productivity. *Economics of Innovation and New Technology*, 25(3). <https://doi.org/10.1080/10438599.2015.1076203>
- Ang, J. B., & Kumar, S. (2014). Financial development and barriers to the cross-border diffusion of financial innovation. *Journal of Banking & Finance*, 39, 43-56. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.10.011>
- Ariaparsa, M., & Ebramihi, H. (2023). Technology Transfer Process in the Context of Open Innovation Paradigm. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(2), 28-39. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022823.1017>
- Bahrami, K., Taghizadeh, H., & Honarmand Azimi, M. (2022). Factors Affecting Policy Innovation Capability in Public and Private Active Food Industry Companies Using the EFA Approach. *Public Policy in Management*, 13(48), 1-15. <https://en.civilica.com/doc/1702125/>
- Chen, J., Wang, X., & Chu, Z. (2020). Capacity sharing, product differentiation and welfare. *Econ Res-Ekon Istraz*, 33(1), 107-123. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1710234>
- Deloof, M. (2019). Does working capital management affect profitability of Belgian firms? *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(3-4), 573-587. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00008>
- Dusch, L. (2016). The impact of ownership structure on innovation in firms with dispersed ownership. *Journal of Technology Management*, 45(1), 1-27.
- Forster, J. (2018). Ownership structure and innovation. *International Journal of Business and Management Science*, 10(2), 219-236.
- Fosfuri, A., Gambardella, A., & Prencipe, A. (2021). The impact of mergers and acquisitions on the technological performance of companies in a high-tech industry. *Journal of Management*, 34(2), 256-279.
- Guariglia, A., & Liu, P. (2021). Financing constraints, size, liquidity and leverage affects Chinese firms' innovation? *International Review of Financial Analysis*, 78, 158-169.



- Hao, K., & Jaffe, A. (2006). Effect Of Liquidity On Firms' R&D Spending. *Economics of Innovation and New Technology*, 4(12), 275-282. <https://doi.org/10.1080/104385993000000008>
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2020). The internal mechanisms of entrepreneurs' social capital: A multi-network analysis. *BRQ Business Research Quarterly*, 23(1), 2340944420901047. <https://doi.org/10.1177/2340944420901047>
- Howell, A. (2016). Firm R&D, innovation and easing financial constraints in China: Does corporate tax reform matter? *Research Policy*, 1-12. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2016.17069abstract>
- James, W. (2017). Ownership structure and its effects on innovation in firms: A review of the literature. *Journal of Marketing Research*, 3(2), 135-148.
- Kogan, L., Papanikolaou, D., Seru, A., & Stoffman, N. (2017). Technological innovation, resource allocation, and growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 132(2), 665-712. <https://doi.org/10.1093/qje/qjw040>
- Laeven, L., Levine, R., & Michalopoulos, S. (2015). Financial innovation and endogenous growth. *Journal of Financial Intermediation*, 24(1), 1-24. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2014.04.001>
- Li, S., & Chu, N. (2021). The impact of liquidity ratios on profitability. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(8), 1-7.
- Liao, Z., & Liu, Y. (2021). What drives environmental innovation? A meta-analysis. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1852-1864. <https://doi.org/10.1002/bse.2720>
- Lin, C., Wu, Y. J., Chang, C., Wang, W., & Lee, C. Y. (2012). The alliance innovation performance of R&D alliances- the absorptive capacity perspective. *Technovation*, 32(5), 282-292. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.01.004>
- Liu, X., & Buck, T. (2018). Innovation performance and channels for international technology spillovers: Evidence from Chinese high-tech industries. *Research Policy*, 34(3), 407-425. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733307000029>
- Matsongoni, H., & Mutambara, E. (2021). Challenges faced by the informal small to medium enterprises-a case study of the manufacturing sector in Zimbabwe. *International Journal of Entrepreneurship*, 25, 1-17. https://www.researchgate.net/publication/373653009_Challenges_Faced_by_the_Informal_Small_to_Medium_Enterprises_-_A_Case_Study_of_the_Manufacturing_Sector_in_Zimbabwe
- Moshtaghi, P. (2023). The Effect of Customer Relationship Management Strategy on Customer Satisfaction According to the Mediating Role of Innovation Capability in the Banking Industry. *Dynamic Management and Business Analysis*, 1(1), 16-23. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2022129.1008>
- Parsakia, K., & Jafari, M. (2023). Strategies for Enhancing Customer Engagement Using Artificial Intelligence Technologies in Online Markets. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management (JTSM)*, 2(1), 49-69. <https://doi.org/10.61838/kman.jtesm.2.1.6>
- Pham, L., Lai Van, V., Huong, T., & Danh, V. (2020). Asset liquidity and firm innovation. *International Review of Financial Analysis*, 225-234. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2017.11.005>
- Quevdo, J., Blasco, A., & Teruel, M. (2017). Financial constraints and the failure of innovation projects. *Technological Forecasting & Social Change*. https://www.researchgate.net/publication/256051049_Financial_Constraints_and_the_Failure_of_Innovation_Projects
- Setini, M. (2022). Can Green Marketing Be Achieved? Driven By Social Capital Towards Product Innovation And Customer Orientation. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 195-204. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3888>
- Seyed Kalali, N., & Heidari, E. (2021). Identifying Factors Affecting Innovation Based on the Combined Model of Dynamic Capabilities and Strategic Entrepreneurship. *Strategic Management Studies in National Defense*, 5(17), 227-256. https://issk.sndu.ac.ir/article_1454.html?lang=en
- Tang, L., Gu, Z., Zhang, Q., & Liu, J. (2022). The effect of firm size, industry type and ownership structure on the relationship between firms' sustainable innovation capability and stock liquidity. *Operations Management Research*, 15, 825-837. <https://doi.org/10.1007/s12063-021-00241-9>
- Tian, X., & Wang, T. (2019). Liquidity management and corporate innovation. *Journal of Financial Economics*, 131(3), 667-687.
- Ullah, Y., Ullah, H., & Jan, S. (2022). The mediating role of employee creativity between knowledge sharing and innovative performance: empirical evidence from manufacturing firms in emerging markets. *Management Research Review*, 45(1), 86-100. <https://doi.org/10.1108/MRR-03-2020-0164>
- Vaez Barzani, M., Ebrahimi, B., Dalali, R., & Fakhari, M. (2013). Theoretical Analysis of the Impact of Financial Innovations on Financial Leverage Volatility and Financial Crisis Emergence. *Economics and Modeling*, 4(16), 131-150. https://ecoj.sbu.ac.ir/article_53488.html?lang=en
- Wang, D., Ye, K., & Zhang, P. (2020). Audit committee attributes and financial distress risk: Evidence from China. *European Accounting Review*, 29(2), 331-357.



Zadeh Gorgan, M., & Moqallebzadeh, F. (2021). The Impact of Innovation Capability and Knowledge Sharing on Innovation Performance and Marketing Performance (Case Study: Parsian Bank in Tehran Province). *Research Approaches in Management and Accounting*, 60(9), 155-176.
<https://www.majournal.ir/index.php/ma/article/view/786>