

# Designing a model of corporate innovation with an emphasis on official financing

\*Abdolhossein Shafaei   \*\* Majid Ashrafi   \*\*\* Arash Naderian   \*\*\*\* Maryam Bokharayean

\* Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[hosseinshafaei@yahoo.com](mailto:hosseinshafaei@yahoo.com)

\*\* Department of accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[mjd\\_ashrafi@yahoo.com](mailto:mjd_ashrafi@yahoo.com)

\*\*\* Department of accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[arashnaderian@yahoo.com](mailto:arashnaderian@yahoo.com)

\*\*\*\* Department of accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[m.bokharayan@gmail.com](mailto:m.bokharayan@gmail.com)

Received: 01.08.2023

Accepted: 05.05.2023

P.17-38

## Abstract

The purpose of the current research was to design a model of corporate innovation with an emphasis on official financing. The present research in terms of purpose is Practical and In terms of data collection method Descriptive survey and it was done in a mixed way. In the first stage, Strauss and Corbin's grand theory qualitative method was used to build the model, and descriptive-analytical quantitative method and correlation type based on structural equation model were used to test the model. In the qualitative section to conduct field interviews, the statistical population of the research was Habargan, who were familiar with the subject, and these people were selected as a snowball for qualitative interviews on the subject of the research (15 interviews). After collecting the information from the qualitative research, a questionnaire was created and this questionnaire (110 items) was distributed among all experts in the field of economics, banking and innovation in Golestan province (65 people). 54 research questionnaires were analyzed. According to the T-Value values (more than 2.58), it was found that at the level of 0.99, both official financing models are confirmed and all the relationships in the research model were confirmed. Creating databases regarding financing capacities in the corporate structure, developing a legal framework and structure in the field of financing in the corporate field, creating steering committees in companies to develop corporate innovation, attracting and cultivating financial and economic specialists in companies. It is recommended in the field of facilities and financial resources.

**Keywords:** formal financing, innovation, funds.financial system.Sustainable resources.

Corresponding Author: Majid Ashrafi -Mjd\_ashrafi@yahoo.com



# طراحی الگوی نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی

\*\*\*عبدالحسین شفاغی\*\*\* مجید اشرفی \*\*\*آرش نادریان\*\*\* مریم بخاراغیان  
\* گروه مدیریت، واحد علمی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران [hosseinshafeae@yahoo.com](mailto:hosseinshafeae@yahoo.com)  
\*\*\* گروه حسابداری، واحد علمی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران [mjd\\_ashrafi@yahoo.com](mailto:mjd_ashrafi@yahoo.com)  
\*\*\* گروه حسابداری، واحد علمی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران [Arashnaderian@yahoo.com](mailto:Arashnaderian@yahoo.com)  
\*\*\* گروه حسابداری، واحد علمی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران [m.bokharayan@gmail.com](mailto:m.bokharayan@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۵

صص: ۳۸-۱۷

## چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی الگوی نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی- پیمایشی و به صورت آمیخته انجام شد. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی گراندتئوری اشتراوس و کوربین و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی- تحلیلی و از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده گردید. در بخش کیفی برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش، خبرگان آشنا به موضوع بودند که این افراد، به صورت گلوله برفی برای مصاحبه‌های کیفی در موضوع پژوهش انتخاب گردیدند (۱۵ مصاحبه با ۱۵ نفر و تا حد اشباع نظری ادامه یافت). در بخش کمی بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه نموده و این پرسشنامه (۱۱۰ گویه) در بین تمامی متخصصان حوزه اقتصاد، بانکی و نوآوری در استان گلستان (۶۵ نفر) توزیع گردید که پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه‌های تحقیق تعداد ۵۴ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به مقادیر T-Value (بیشتر از ۲/۵۸)، مشخص گردید که در سطح ۰/۹۹، هر دو مدل تامین مالی رسمی مورد تأیید می‌باشد و تمامی روابط موجود در مدل پژوهش تأیید گردیدند. ایجاد بانک‌های اطلاعاتی در خصوص ظرفیت‌های تامین مالی در ساختار شرکتی، تدوین چارچوب و ساختار مدون حقوقی در حوزه تامین مالی در حوزه شرکتی، ایجاد کمیته‌های راهبری در شرکت‌ها جهت توسعه نوآوری شرکتی، جذب و پرورش متخصصان مالی و اقتصادی در شرکت‌ها در حوزه تسهیلات و منابع مالی پیشنهاد می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** تامین مالی رسمی، نوآوری، منابع مالی، نظام مالی، منابع پایدار.

## نوع مقاله: پژوهشی

### ۱- مقدمه

سازمانی سبب گردیده است تا نوآوری شرکتی به عنوان یکی از مسائل مهم و کلیدی در موفقیت سازمان‌ها مشخص گردد. دستیابی به نوآوری شرکتی رمز موفقیت سازمان‌های امروزی در فضای رقابتی فعلی می‌باشد (اولاه، ۲۰۱۹). سازمان‌ها بازیگران اصلی نوآوری هستند و اقدامات آنها به

نوآوری یکی از مسائل مهم در مسیر موفقیت جوامع مشخص شده است. یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی دستیابی به سطح مطلوبی از نوآوری در تمامی زمینه‌ها می‌باشد (زیمرمن<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). روند رو به رشد کشورها و همچنین پیشرفت‌های سریع در روندها و فرایندهای

2. Ullah

1. Zimmermann



حالی که یک سازمان بالغ معمولاً به دنبال پیدا کردن بازارهای جدید می‌باشد. شرکت‌هایی که دوران رشد خود را تجربه می‌کنند معمولاً به دنبال راه‌هایی هستند تا کسب و کار اصلی خود را گسترش دهند. این کسب و کارها معمولاً به دنبال استفاده از نوآوری برای بهبود بخشیدن محصولات فعلی و رسیدن به پیشنهادات جذاب برای مشتریان فعلی خود هستند (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۳). در مسیر توسعه نوآوری مسائل داخلی و خارجی مختلفی درگیر می‌باشد. طیف گسترده‌ای عوامل داخلی مربوط به شرکت‌ها شامل استراتژی‌های رقابتی شرکت‌ها (اونتی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۲)، مشخصات عمومی شرکت‌ها (بیشوپ و ویسمن<sup>۴</sup>، ۱۹۹۹؛ گالندی و دلانتروف<sup>۵</sup>، ۲۰۰۳)، موقعیت مالی (گروی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳؛ گورودنیچنکو و اشنیتزر<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳) و ویژگی‌های مدیران (گالاسو و سیمکوی<sup>۸</sup>، ۲۰۱۱) بر مسیر نوآوری تاثیرگذار می‌باشد. از طرفی در مسیر نوآوری شرکت‌ها، برخی عوامل خارجی از جمله ویژگی‌های منطقه‌ای (ملانکون و دولوریوکس<sup>۹</sup>، ۲۰۱۳)، وضعیت رقابتی بازار (مانیکا و همکاران، ۲۰۱۳)، سیاست‌های دولتی (آمبک<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۲۰۱۳) و شبکه سازی (گرونوم<sup>۱۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲) تاثیرگذار می‌باشد.

در میان مسائل ذکر شده، جنبه‌های مالی نقش مهمی در مسیر نوآوری شرکت‌ها دارد. به عبارتی مسائل مالی سبب می‌گردد تا زمینه جهت ارتقا نوآوری در شرکت‌ها فراهم گردد. امروزه جهت رشد و بهبود جنبه‌های مختلف در کشورها، نیاز به برخورداری از مسائل اقتصادی و تکنولوژیکی می‌باشد. در این بین منابع مالی نقش مهمی را جهت برخورداری از این مساله را دارد (زیمرمن<sup>۱۲</sup>، ۲۰۲۰). در

شدت تحت تاثیر تامین مالی در دسترس آنها است. بنابراین وجود نظام مالی مطلوب و وجود حاکمیت شرکتی در ساختار اقتصادی کشورها عنصری کلیدی در نظام ملی نوآوری به حساب می‌آید. چارچوب‌های فناوری بخش‌ها و زیربخش‌های اقتصاد به لحاظ میزان این تاثیر متفاوت هستند. نظام‌های تامین مالی و حاکمیت شرکتی نیز در بین کشورهای مختلف از حیث پاسخگویی به این تقاضا متفاوت‌اند. نظام تامین مالی شرکتی دارای سه بعد شامل تامین مالی تخصصی، میزان استقلال مدیران و مالکان منابع مالی و نهایتاً میزان دخالت ذینفعان است (چاوشی و دارایی، ۱۳۹۰). ضرورت دستیابی به نوآوری شرکتی به عنوان یکی از مسائل مهم در روند توسعه وضعیت اقتصادی، سبب گردیده است تا از آن به عنوان یکی از راهکارهای دستیابی به منابع پایدار در سازمان‌ها یاد شود.

نوآوری به عنوان یکی از مهمترین مسائل در جهت توسعه مشخص می‌باشد (اینیتسال و همکاران، ۲۰۲۰). نوآوری به طور گسترده به عنوان ویژگی اصلی رقابت پایدار شناخته شده است که بقا و پیشرفت شرکت‌ها را تحت شعاع داده است (هه و تیان<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). این مساله سبب گردیده است تا نوآوری در شرکت‌ها به صورت گسترده مورد توجه قرار گیرد. در مسیر توسعه نوآوری نیاز است تا تمامی ارکان سازمان مدنظر قرار گیرد (مانیکا<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). امروزه ادعا می‌شود که فصل مشترک موفقیت سازمان‌ها عمدتاً ریشه در نوآوری دارد. نوآوری به عنوان قابلیت بکار بستن دانش‌های نوین بمنظور بهبود تولید و خلق محصولات و سرویس‌های نو، کارآئی بلا منازع به شمار آمده و بعنوان مرکز و محور توانایی رقابت هم در سطح نهادها و هم در سطح کشورها بطور گسترده‌ای مورد اتفاق نظر می‌باشد (کرمی و همکاران، ۱۳۹۴). مدیریت نوآوری برای هر سازمان با توجه به ویژگی‌ها، فرهنگ سازمان و ساختار آن متفاوت است. برای مثال، در کسب و کاری که در آغاز فعالیت خود قرار دارد، وظیفه نوآوری، تمرکز بر محصولات اصلی است. در

3. Onetti
4. Bishop & Wiseman
5. Galande & De la fuente
6. Greye
7. Gorodnichenko & Schmitzer
8. Galasso & Sincoe
9. Melancon & Doloreux
10. Ambec
11. Gronum
12. Zimmermann

1. He & Tian
2. Manyika



نمودند. با این توجه می‌توان چنین اعلام داشت که منابع مالی نقش مهمی در جهت توسعه نوآوری شرکتی دارد. اگرچه این مساله مورد توجه تحقیقات مختلفی قرار گرفته است، اما فرآیند نوآوری شرکتی با توجه به تامین مالی رسمی همواره مورد ابهام قرار گرفته است. به عبارتی اگرچه تاکید زیادی بر نوآوری شرکتی شده است و نقش آن در مالی رسمی مورد توجه قرار گرفته است اما خلا در خصوص الگوهای توسعه در جهت بهبود و ارتقا نوآوری شرکتی با تاکید بر مالی رسمی درک می‌گردد. فقدان تحقیقات در خصوص نوآوری با تاکید بر تامین مالی رسمی سبب گردیده است تا امروزه تلاش‌ها جهت بهبود نوآوری شرکتی چندان موفقیت‌آمیز نباشد. بدون شک مسیر و فرایند توسعه نوآوری شرکتی می‌بایستی مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد. فقدان تحقیقات در خصوص توسعه نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی سبب گردیده است تا عملاً بهره کافی از تامین مالی رسمی در جهت ارتقا نوآوری شرکتی انجام نگردد. این مساله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر با هدف طراحی الگوی نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی سعی در پاسخ به این سوال دارد که الگوی نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی چه می‌باشد؟

## ۲- مبانی نظری پژوهش

### تامین مالی

اهمیت تامین مالی به عنوان یک مساله مهم همواره مورد توجه بوده است. تامین مالی یکی از نیازهای مهم تمامی سازمان‌ها و شرکت‌های امروزی می‌باشد که نقش مهمی در بهبود وضعیت پایدارسازی منابع مالی دارد (مان، ۲۰۱۸). تامین مالی از موضوعاتی است که در بحث راه‌اندازی هر سرمایه‌گذاری جدید مطرح می‌شود. سرمایه مالی سرمایه ایست که بانک‌ها در اختیار دارند و صاحبان صنایع آن را به کار می‌برند. بحث تامین مالی به خصوص در کشورهای در حال توسعه از اهمیت دو چندانی برخوردار است؛ کشورهای در حال توسعه به منظور پیشرفت در عرصه‌های مختلف اقتصادی نیاز به منابع مالی فراوان دارند. در این کشورها برخی از پروژه‌ها را با تامین مالی داخلی می‌توان انجام داد اما در پروژه‌های مهم و زیرساختی مورد نیاز کشور که امکان تامین منابع کامل آن توسط دولت فراهم نیست مانند

جهت ارتقا این مساله، نیاز به برخورداری از یک سیستم مالی مناسب می‌باشد. یک سیستم مالی خوب و کارآمد برای ارتقای پیشرفت تکنولوژیک و رشد اقتصادی کشور بسیار مهم است (سولو<sup>۱</sup>، ۱۹۵۷). بهبود وضعیت بازارهای مالی و ارتقا منابع مالی می‌تواند در جهت دستیابی به اهداف مختلف سازمان‌ها و شرکت‌ها مثمرتر باشد. ارتقا بازارهای مالی همچنین می‌تواند به بهبود نوآوری منجر گردد. کارکردهای بازارها و منابع مالی در جهت بهبود نوآوری به واسطه مدیریت ریسک نوآوری‌ها و همچنین کاهش مخاطرات احتمالی می‌باشد (اولاه<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). منظور از نوآوری خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است، به عبارت دیگر نوآوری یعنی اندیشه خلاق تحقق یافته؛ نوآوری همانا ارائه محصول، فرایند و خدمات جدید به بازار است؛ نوآوری بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است. در حال حاضر، نوآوری‌ها مکانیزمی را ارائه می‌دهند که توسط آن نهادهای کسب و کار جایگاه خود را در بازار حفظ نمایند. شرکت‌ها، بخش زیادی از منابع خود را با نیت کسب منافع آتی، سرمایه‌گذاری می‌کنند (اکبری و عدالت حقی، ۱۳۹۲). امروزه ادعا می‌شود که فصل مشترک موفقیت سازمان‌ها عمدتاً ریشه در نوآوری دارد (بازیار و میرزایی، ۱۳۹۸).

در تحقیقات مختلفی به بررسی نوآوری و بهبود آن به واسطه مسائل مالی پرداخته‌اند. ناندا و نیچولاس<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) مشخص نمودند که تامین مالی بانکی نقش مهمی در بهبود سرمایه شرکت‌های نوآورانه می‌باشد. مان<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) نیز مشخص نمودند که منابع مالی سبب بهبود نوآوری در شرکت‌ها می‌گردد. پوراابراهیمی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود مشخص نمودند که وجود نظام مالی کارا در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند زمینه‌ساز رشد و ترقی این شرکت‌ها و پیشبرد طرح‌های توسعه آنها با کمترین هزینه مالی گردد. اچاریا و ژو<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) در تحقیق خود ضمن اهمیت بازارهای سهام عمومی، نقش آن در تامین مالی نوآوری را مشخص

1. Solow
2. Ullah
3. Nanda & Nicholas
4. Mann
5. Acharya & Xu



افراد متبوع کشور و نیز گسترش امکانات اقتصادی، اجتماعی و ایجاد همبستگی ملی می‌شود (مان، ۲۰۱۸).

### نقش و جایگاه نظام مالی<sup>۱</sup> در تأمین مالی<sup>۲</sup>

اقتصاددانان بر این باورند که مقامات ذی‌ربط در کشورهای در حال توسعه می‌توانند سطح پس‌انداز داخلی و نهایتاً تأمین مالی‌ای را با کمک سرمایه‌های خارجی تأمین نمایند که نتیجه آن امکان افزایش سرمایه‌گذاری ثابت در این کشورها خواهد بود. در کنار این راه حل، راه حل دومی نیز وجود دارد که همانا تجهیز و هدایت وجوه موجود در کشور بسمت فعالیت‌های مولد صنعتی<sup>۳</sup> است. یکی از ویژگی‌های کشورهای در حال توسعه پراکندگی و نابسامانی پس‌اندازها و سرمایه‌هاست به نحوی که سرمایه‌ها به مسیرهای بهینه هدایت نمی‌شوند به منظور بهینه‌سازی مسیر گردش منابع مالی در این اقتصادها لزوم تشکیل بازارهای کارآمد و قوی همراه با سازمان‌های مالی مناسب و فعال در این بازارها از مهمترین عوامل مؤثر در افزایش سرمایه‌گذاری و در پی آن رشد و توسعه است که تقریباً در تمامی کشورهای در حال توسعه این سازمان‌های مالی مناسب و یا نظام مالی قوی وجود ندارد یا در یک سطح ابتدایی و محدود قرار داشته که عملاً نمی‌توانند نقش قابل ملاحظه‌ای را در تجهیز و هدایت وجوه موجود به سمت فعالیت‌های مولد داشته و تأثیر مناسب و کارایی را در ارتقاء و بهبود ساختار اقتصادی کشور داشته باشند (دیلیپ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸).

همانطور که بیان شد برای تجهیز و هدایت وجوه موجود در کشور به سمت فعالیت‌های مولد و همچنین گسترش این امر نیازمند انباشت سرمایه و سرمایه‌گذاری، در نتیجه یک نظام مالی قوی هستیم تا بتواند وجوه موجود در جامعه و پس‌اندازهای سرگردان خانوارها را به سوی سرمایه‌گذاری‌های مولد نظر هدایت کند. مسئله تأمین مالی‌ای و چگونگی هدایت آن بسمت کاراترین فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و نهایتاً توسعه یک بازار فعال و پویا که بتواند به بهترین وجه ممکن رابطه میان پس‌اندازکنندگان و

پروژه‌های نفتی، گازی، پتروشیمی و بسیاری از صنایع دیگر برای توسعه زیرساخت‌ها برخوردار از منابع خارجی بسیار جدی است (چن، ۲۰۰۸).

انواع تامین مالی شامل دریافت وام کوتاه یا بلندمدت، مشارکت در سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری به شرط خرید محصول، فروش سهام شرکت یا صدور اوراق قرضه (البته دو روش آخر برای شرکت‌های بزرگ مقدور است و غیره) انجام می‌گیرد تامین مالی پروژه‌ها چه مربوط به بخش دولتی باشد و چه بخش خصوصی یا از طریق منابع داخل کشور صورت می‌گیرد یا از طریق جذب منابع خارجی در هر کدام از این روش‌ها گزینه‌های مختلفی وجود دارد که کارفرمای پروژه با توجه به نیاز خود از یکی از این دو روش پروژه خود را تامین مالی می‌کند (ناید، ۲۰۰۷).

یکی از تحولاتی که از ابتدای شکل‌گیری علم اقتصاد مورد توجه اقتصاددانان بوده مسئله تأمین مالی است. تأمین مالی از جمله اهداف اصلی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری اقتصادی است شاید به همین جهت به یکی از مهمترین موضوعاتی بدل شده که ذهن اقتصاددانان را به این معطوف داشته و باید توسعه را جریان چند بعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، نهادهای ملی، طرز تلقی مردم، کاهش نابرابری، ریشه کن کردن فقر مطلق و نیز تسریع رشد اقتصادی است (ابراهیمی، ۱۳۸۳).

در دنیای پیچیده و پرتلاطم کنونی، بسیاری از کشورها، بویژه کشورهای در حال توسعه، برای قرار گرفتن در مسیر توسعه و افزایش رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی را در الویت قرار داده اند. در حالی که تشکیل سرمایه بعنوان یکی از متغیرهای حیاتی رشد اقتصادی محسوب می‌شود. این کشورها از نظر مالی فقیرند اما دارای فرهنگ، شرایط اقتصادی، اجتماعی و ساخت سیاسی متفاوتی هستند و با مسائلی مواجهند از جمله بازارهای محدود، کمبود مهارت‌ها، قدرت ضعیف چانه‌زنی، امید کم به خوداتکایی مهم اقتصادی، مخصوصاً کمیابی منابع مالی. اینگونه از کشورها در یک رشته از هدف‌های مشترک سهیم اند. این هدف‌ها شامل: کاهش فقر و نابرابری و بیکاری، تأمین حداقل سطح آموزش و بهداشت، مسکن و غذا برای

1. Financial system
2. Capital equipment
3. Industrial productive activities
4. Dilip K.Das



صرف وجود داشته باشد. برعکس هرگونه ضعف در میل به مصرف که به منزله عادت همیشگی تلقی گردد باید تقاضای سرمایه را نیز مانند تقاضای مصرف تضعیف نماید. "وی در نظریات خود اثر کاهش تمایل به مصرف را که در واقع موجب محدود شدن تقاضای مؤثر می‌شود را مضر دانست (کینز، ۲۰۰۸).

#### نظریه روستو<sup>۴</sup>

روستو بعنوان یک اقتصاددان تاریخی معاصر این مطلب لوئیس را که تشکیل سرمایه در طول انقلاب صنعتی دو برابر شده، را مورد تأیید قرار داد. تحت عنوان مرحله خیز در مراحل پنج‌گانه رشد اقتصادی وی نام گرفت. روستو تحول اقتصادی - اجتماعی کشورهای جهان را براساس مطالعات و بررسی وقایع تاریخی به پنج مرحله تقسیم می‌کند (روستو، ۲۰۰۶). وی معتقد است برای رسیدن به مرحله کامل پیشرفت اقتصادی و انتقال از عقب‌ماندگی به توسعه تمام کشورها باید از یک رشته از قدمها و یا مراحل بگذرند این مراحل عبارتند از:

#### نظریه سایمون کوزنتس<sup>۵</sup>

سایمون کوزنتس بیان می‌کند که در نگاهی به رشد یک کشور توسعه‌یافته در قرون گذشته باید افزایش اساسی در نسبت‌های تشکیل سرمایه وجود داشته باشد با عدم حصول به چنین افزایش در تشکیل سرمایه هر شتابی در رشد جمعیت منجر به کاهش تولید سرانه گردیده است. وی از مقایسه با امنیت جاری کشورهای توسعه‌نیافته استنتاج کرد که در رده افزایش نسبت‌های تشکیل سرمایه انتقال از وضعیت ماقبل صنعتی به وضعیت مدرن می‌باشد (سایمون کوزنتس، ۲۰۰۹).

#### نظریه کوزنتس و کلارک<sup>۶</sup>

کوزنتس و کلارک با مطرح کردن دور باطل فقر که در آن سطح پایین زندگی منجر به پایین بردن سطح پس‌انداز گشته و پایین بردن پس‌انداز امکان سرمایه‌گذاری را تضعیف می‌کند. پایین بودن سرمایه‌گذاری منجر به افزایش بیکاری و کاهش بهره‌وری و نهایتاً کاهش سطح تولید می‌شود. بر

سرمایه‌گذاران را فراهم نماید از مبانی پایه‌ای هر اقتصاد روبه توسعه محسوب می‌شود. امروزه بخش مالی و توسعه آن نه به عنوان یک ابزار کمکی برای سایر بخش‌های اقتصادی که خود به عنوان یک عامل بسیار مهم در فرایند صنعتی شدن در تأمین منابع مالی شناخته می‌شود (ناندا و نیچولاس، ۲۰۱۴).

#### تئوری های مربوط به تامین مالی

##### نظریه ریکاردو<sup>۱</sup>

ریکاردو معتقد است سرمایه‌داران یا طبقه مولد جامعه تا زمانی که نرخ سود مثبت<sup>۲</sup> است سود حاصل را به سرمایه‌گذاری تبدیل کرده و موجب تأمین منابع مالی می‌شوند. تا زمانی که نرخ سود به اندازه کافی بالا باشد سرمایه‌داران قادر خواهند بود پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنند. در این صورت عرضه سرمایه بالا می‌رود و دستمزد زیاد می‌شود این امر امکان اشتغال نیروی کار را که از طریق رشد جمعیت در حال افزایش است فراهم می‌آورد اما با رشد مداوم جمعیت یا با فشار جمعیت و در شرایطی که شیوه فنی تولید ثابت است جریان تبدیل سود به سرمایه‌گذاری به طور مداوم امکان‌پذیر نیست. در واقع پول توسط بازار پول، اطمینان توسط بازار بیمه و سرمایه در بازار سرمایه تأمین و ارائه می‌شود. بازار پول و سرمایه مکمل یکدیگرند. در بازار پول عمدتاً موسسات بانکی در بازار سرمایه عمدتاً موسسات مالی غیربانکی فعالیت دارند. ابزار این عاملین سهام، اوراق قرضه، اوراق بهادار و اسناد بدهی بلند مدت می‌باشد. برخی از موسسات نظیر شرکت‌های بیمه در هر دو بازار فعالیت می‌کنند. به این ترتیب که شرکت‌های بیمه می‌توانند در بازار پول به عنوان عرضه‌کننده منابع مالی کوتاه مدت و در بازار سرمایه به مثابه تقاضا کننده سرمایه فعالیت داشته باشند (ریکاردو، ۲۰۰۷).

##### نظریه کینز<sup>۳</sup>

کینز در نظریات خود در کتاب تئوری عمومی چنین بیان می‌کند: "برای این واقعیت اهمیت بسیار اندکی قائل می‌شویم که سرمایه یک مقوله مستقل نیست که جدا از

4. Rostow

5. Simon Kuznets

6. Kuznets and Clark

1. Ricardo

2. Positive interest rate

3. Keynes



دولتی جهت اجرا ابلاغ می‌گردد (چاوشی و دارابی، ۱۳۹۰). به صورت کلی تامین مالی رسمی اشاره به بهره‌گیری از ظرفیت‌های مالی مشخص و قانونی می‌باشد که در چارچوب سیاست‌ها و شرایط مالی تعریف و مشخص شده است (لافور و همکاران، ۲۰۰۸). امروزه انتظار می‌رود که مدیران مالی حداقل در تامین مالی؛ از ظرفیت‌های منابع مالی رسمی استفاده نمایند و شرایطی را جهت بهره‌گیری حداکثری از منابع مالی رسمی را داشته باشند (لوئیس، ۲۰۰۵).

تامین مالی رسمی یکی از کم ریسک‌ترین روش‌های تامین مالی در شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌باشد که می‌تواند زیرساخت‌های مناسب پایدار مالی را فراهم نماید (روستو، ۲۰۰۶). اگرچه تامین مالی رسمی یکی از روش‌های مناسب و مطلوب تامین مالی می‌باشد اما تأکید بر این روش تامین مالی و نادیده گرفتن سایر روش‌های تامین مالی به عنوان یک آسیب جدی می‌تواند روند توسعه پایدار منابع مالی را تحت شعاع فرار دهد. به صورت کلی روش تامین مالی رسمی در جایگاهی مناسب و مطلوب می‌باشد که مکمل سایر روش‌های تامین مالی باشد و صرفاً به آن جهت ایجاد تامین مالی تأکید نگردد (ریکاردو، ۲۰۰۷). امروزه محققان بسیاری ضمن تأکید بر تامین مالی رسمی سعی داشته‌اند به واسطه منابع مالی ایجاد شده به واسطه این روش؛ بستری جهت پایدارسازی منابع مالی در سایر روش‌ها را فراهم نمایند. به عبارتی روش تامین مالی رسمی به واسطه ایجاد اعتماد کلی در خصوص تامین منابع مالی می‌تواند زمینه جدی جهت پایدارسازی منابع مالی در سایر روش‌ها را فراهم نماید (کینز، ۲۰۰۸).

### نوآوری شرکتی

نوآوری شرکتی اشاره به وضعیت دارد که در آن یک شرکت از فرهنگ، منابع انسانی و زیرساخت‌های کافی در مسیر نوآوری برخوردار می‌باشد و عملکرد مطلوبی در خصوص فعالیت‌های نوآوری در ابعاد فردی، گروهی و شرکتی برخوردار خواهند بود (اچاریا و ژو، ۲۰۱۷). نوآوری شرکت‌ها فرآیند یک شرکت است که در حال آزمایش با شیوه‌های مدرن، فناوری، استراتژی‌ها و فرصت‌هایی است تا مدل تجاری موجود خود را در بازار فعلی رقابتی‌تر کند. نوآوری

ضرورت سرمایه‌گذاری و پیدا کردن راهی برای افزایش پس‌انداز برای رهایی از این دور باطل فقر تأکید داشتند (کوزنتس و کلارک، ۲۰۰۴).

### نظریه لوئیس<sup>۱</sup>

لوئیس می‌گوید که پس‌انداز و سرمایه‌گذاری لازمه رشد اقتصادی است. الگوی رشد لوئیس یک الگوی دویخشی<sup>۲</sup> بود. وی فرض می‌کند که آهنگ انتقال نیروی کار [ از روستا به شهر] و ایجاد اشتغال و بخش شهری متناسب با آهنگ تراکم سرمایه شهری است. تراکم سرمایه به وسیله مازاد سود بخش نوین پس از پرداخت دستمزدها براساس این فرض که سرمایه‌دار تمام سودش را مجدداً سرمایه‌گذاری می‌کند که امکان‌پذیر می‌شود. هر قدر آهنگ تراکم سرمایه سریعتر باشد آهنگ رشد بخش نوین بالاتر و آهنگ ایجاد مشاغل جدید سریعتر و در نتیجه به رشد اقتصادی بالاتری می‌رسد. وی نخستین کسی بود که بیان کرد تشکیل سرمایه در طول انقلاب صنعتی دو برابر شده است (لوئیس، ۲۰۰۵).

### تامین مالی رسمی

امروز تامین مالی در ابعاد مختلفی موجود می‌باشد که به صورت عینی مورد توجه اندیشمندان حوزه اقتصادی و مالی قرار گرفته است. یکی از انواع تامین مالی؛ تامین مالی رسمی می‌باشد که به صورت جدی مورد توجه قرار گرفته است و تلاش‌هایی جهت بهبود آن انجام شده است. تامین مالی رسمی اشاره به ایجاد منابع مالی به واسطه مسیرهای و راه‌های استاندارد و موجودی است که عیناً در اختیار دیگران نیز قرار دارد. به عبارتی در تامین مالی رسمی در تلاش است تا ضمن پویش محیطی و بررسی محیط پیرامون تلاشی در جهت استفاده از منابع مالی عینی و مشخص داشته باشد (روستو، ۲۰۰۶). بودجه یکی از مهمترین منابع مالی رسمی می‌باشد که در چارچوب قانونی و حقوقی جهت بهبود وضعیت مالی شرکت‌ها و سازمان‌ها مشخص و تعریف می‌گردد. بودجه سالانه به عنوان یک برنامه مالی رسمی است که از طریق مسولین برنامه‌ریزی واحدهای اجرایی دولت تنظیم می‌شود و پس از انجام تعدیلات و اصلاحات لازم به تصویب نمایندگان مردم رسیده و به سازمان‌های

1. Lewis

2. Dichotomous pattern



در ادامه پژوهش‌های انجام شده در این حوزه ارائه شده است. امیدخواه و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود که با هدف ارزیابی تاثیر تکنیک‌های بازاریابی رابطه مند بر نوآوری شرکتی (مطالعه موردی: کارکنان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران) انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که تکنیک‌های بازاریابی رابطه مند تاثیر مثبت و معناداری نوآوری شرکتی دارد. همچنین رابطه مستقیمی میان تکنیک‌های بازاریابی رابطه مند شامل: کیفیت، ادراک قیمت، ذهنیت برند، ارزش پیشنهادی (متغیر مستقل) و نوآوری شرکتی (متغیر وابسته) وجود دارد. نظری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود که با هدف تامین مالی فناوری و تجاری سازی نوآوری: مقایسه مدل‌های فضایی در منتخبی از کشورها انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که با توجه به نتیجه آزمون موران و تایید مدل‌های فضایی، خودهمبستگی فضایی R&D در تجارت و روابط فناوری دوطرفه، با دارا بودن توزیع یکنواخت تایید شد. بیات و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود که با هدف چرخه عمر شرکت، ظرفیت وام‌گیری و کارایی نوآوری شرکتی انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که چرخه عمر شرکت با ظرفیت وام‌گیری رابطه معنادار دارد که این رابطه در مراحل رشد و بلوغ مثبت و در مرحله افول منفی است. طبق نتایج چرخه عمر شرکت با کارایی نوآوری رابطه معنادار دارد که این رابطه در مراحل رشد و بلوغ مثبت و در مرحله افول منفی است. نتایج آنان همچنین نشان داد که چرخه عمر شرکت بر روی رابطه بین ظرفیت وام‌گیری و کارایی نوآوری شرکت رابطه معنادار دارد. که این رابطه در مراحل رشد و بلوغ مثبت و در مرحله افول منفی است. ژو<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در تحقیق خود که با هدف عدم قطعیت سیاست اقتصادی، هزینه سرمایه و نوآوری شرکت‌ها انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که عدم قطعیت سیاست های اقتصادی نه تنها از طریق کانال غیرقابل برگشت پذیری سنتی سرمایه‌گذاری، بلکه از طریق کانال هزینه سرمایه، نیز باعث ایجاد نوآوری می‌شود. فو<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود که با هدف بررسی نقش تعداد گزارشگری‌های

شرکت‌ها پیشرفت‌های استراتژیک و متفکرانه‌ای را پوشش می‌دهد که شرکت‌ها را رقبای بلندمدت در بازارهای خود فراهم می‌کند. ادارات تحقیق و توسعه، متشکل از تیم‌های مهندسی و علمی، نوآوری شرکت‌ها را طولانی‌تر کرده‌اند. آنها راه‌حلهایی را برای چالش‌های نوظهور کشف می‌کنند و راه‌هایی برای اجرای این راه‌حل‌ها را طراحی می‌کنند. زمینه تحقیق و توسعه به میزان قابل توجهی رشد کرده است و اکنون از بخش‌های بازاریابی ورودی سنگینی دریافت می‌کند و درک کاملی از خواسته‌های مشتری و چگونگی آشنایی با بهترین مشتریان با راه‌حل‌های جدید ایجاد می‌کند. نوآوری شرکت‌ها یک پیگیری ضروری برای هر شرکتی است که به دنبال پیشرفت یا باقی ماندن در صدر بازار خود در آینده است. این حرکت رو به جلو را فراهم می‌کند که سازمان‌ها را در بالای روند فناوری نگه می‌دارد و به آنها کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود و همچنین شیوه‌های تجاری داخلی را مدرن کنند (کرمی و همکاران، ۱۳۹۴).

نوآوری شرکت‌ها را می‌توان به عنوان فرایند شرکت‌هایی که فرصت‌های جدید نوآوری را در مدل‌های تجاری موجود اجرا می‌کنند تعریف کرد. شرکت‌های مستقر که به نوآوری در شرکت‌ها مشغول هستند، به طور معمول تیم اختصاصی نسبت به تلاش‌های نوآوری دارند. اصطلاح نوآوری شرکت نه تنها به خلاقیت یا انعطاف‌پذیری یک شرکت اشاره دارد، بلکه به عنوان یک سری شیوه‌ها و استراتژی‌هایی نیز شناخته می‌شود که برای دستیابی به اهداف جدید که فراتر از چارچوب سنتی عمل شرکت است، دنبال می‌شوند. یعنی فقط یک ویژگی نیست که به طور خودجوش در پروژه‌های خاص یا روشی برای تفکر به معنای گسترده اعمال شود. این مجموعه کاملی از اقدامات عمدی با هدف اجرای پروژه‌های نوآورانه و انقلابی است که ارزش بلندمدت را به شرکت اضافه می‌کند (اونتی و همکاران، ۲۰۱۲). نوآوری شرکت‌ها بسیار فراتر از خلاقیت است. این یک سری از شیوه‌ها و استراتژی‌ها است که برای دستیابی به اهداف جدید که فراتر از چارچوب عمل سنتی شرکت است، دنبال می‌شود (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۳).

1. Xu

2. Fu



مساله از مدل اشتراوس و کوربین جهت تحلیل بخش‌های کیفی انجام شد.

روش اشتراوس و کوربین رهیافتی برای نظریه‌پردازی زمینه‌بنیاد (گراند تئوری) است که در سال ۱۹۶۷ ارائه شد و به یک مدل پارادایمی ختم می‌شود. این روش خیلی زود در حوزه روش تحقیق کیفی در مدیریت و علوم اجتماعی مورد قبول واقع شد. بطور کلی سه رهیافت اصلی در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد وجود دارد که با عنوان رهیافت نظام‌مند، ظاهرشونده و ساخت‌گرایانه مشهور هستند. رهیافت نظام‌مند Systematic که با روش اشتراوس و کوربین شناخته می‌شود، در این مقاله از رهیافت نظام‌مند استفاده می‌شود. این رهیافت برای تدوین نظریه در رابطه با یک پدیده، به صورت استقرایی مجموعه‌ای سیستماتیک از رویه‌ها را به کار می‌گیرد. به زعم این پژوهشگران عناصر کلیدی روش گراند تئوری شامل نمونه‌گیری نظری، مقایسه ثابت، کدگذاری باز، محوری و انتخابی، یادآوری و اشباع نظری می‌باشد. مفهوم‌پردازی از داده‌ها اولین قدم در تجزیه و تحلیل به شمار می‌رود. منظور از خرد کردن و مفهوم‌پردازی این است که به هر کدام از حوادث، رخدادها و ایده‌هایی که در داده‌ها موجود است نامی داده می‌شود. این نام، برچسب یا نشانه‌ای است که به جای آن حادثه، رخداد یا ایده می‌نشیند. مفاهیم، برچسب‌های ذهنی جداگانه به وقایع، حوادث و دیگر موارد پدیده‌ها هستند. این کار بدین صورت انجام می‌شود که پژوهشگر درباره هر کدام از وقایع و رخدادها سئوالاتی را مطرح می‌سازد. به عنوان مثال، این چیست؟ نمایانگر چه است؟ وقایع و رویدادها در فرایند کار مقایسه شده و به آن‌هایی که مشابه‌اند یک اسم اختصاص داده می‌شود. توجه به مثال زیر می‌تواند در آشنایی با شیوه برچسب‌زنی مؤثر باشد. در فرایند تحقیق ممکن است پژوهشگر به ده‌ها و حتی صدها برچسب مفهومی دست یابد. این مفاهیم باید طبقه‌بندی شوند. مفاهیم بر اساس مشابهت‌هایشان مورد طبقه‌بندی قرار می‌گیرند که به این کار مقوله-پردازی گفته می‌شود. وقتی که مفاهیم با یکدیگر مقایسه شده و به نظر برسند که به پدیده‌های مشابه مربوط‌اند مقوله‌ها کشف می‌شوند. بدین ترتیب مفاهیم در نظمی بالاتر دسته‌بندی می‌شوند. مقوله، مفهومی است که از

مالی و نوآوری شرکتی انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که تمرکز بر گزارشگری به خصوص در ابعاد مالی سبب می‌گردد تا زمینه جهت کاهش نوآوری فراهم گردد. به عبارتی گزارشگری مالی به عنوان یک مانع مهم سبب کاهش میزان نوآوری شرکتی می‌گردد. گولدمن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود که با هدف نقش افشای مالیات در صورت‌های مالی بر نوآوری شرکتی انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که افشای مالیات در صورت‌های مالی سبب کاهش میزان نوآوری شرکتی می‌گردد برور<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیق خود که با هدف کارکردهای گزارش دهی اجباری مالی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌ها انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که گزارشگری مالی و اجباری نمودن آن سبب کاهش انگیزه‌ها جهت ارتقا نوآوری در شرکت‌ها می‌گردد. بنابراین گزارش‌گری اجباری مالی سبب کاهش میزان نوآوری در شرکت‌ها می‌گردد. هی و تیان (۲۰۱۸) در تحقیق خود که با هدف امور مالی و نوآوری شرکتی پرداختند، پس از بررسی سه نشریه برتر مالی (نشریه امور مالی<sup>۳</sup>، نشریه اقتصاد مالی<sup>۴</sup> و نشریه مطالعات مالی<sup>۵</sup>) در بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ مشخص نمودند که تنها تعداد ۵ مقاله در خصوص نوآوری شرکتی پرداخته‌اند. این در حالی بود که از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۷ این تعداد به ۵۶ مقاله افزایش یافت. آنان ضمن مطالعه این نشریات مشخص نمودند که اگر چه نوآوری شرکتی مورد پژوهش قرار گرفته است اما برخی محرک‌های مالی آن هنوز مورد پژوهش و بررسی قرار نگرفته است و نیاز به تحقیقات جامع‌تری دارد.

### ۳- روش‌شناسی

تحقیق حاضر از جمله تحقیقات آمیخته است که به صورت کیفی و کمی اجرا گردید. با توجه به اینکه روش کیفی تحقیق حاضر مقدم بر روش کمی می‌باشد، لذا تحقیق حاضر از جمله تحقیقات اکتشافی خواهد بود. در بخش کیفی تحقیق از روش داده بنیاد استفاده گردید. جهت بررسی این

1. Goldman
2. Breuer
3. Journal of Finance
4. Journal of Financial Economics
5. Review of Financial Studies



جمع‌آوری پرسشنامه‌های تحقیق تعداد ۵۴ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته بود. در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته سوالات بازی حاوی اهداف تحقیق طراحی شد که به پوشش عوامل زمینه‌ای، عوامل علی، عوامل مداخله‌گر، پدیده‌ها، پیامدها و راهبردها پرداخت. به عبارتی از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته جهت شناسایی و تعیین ابعاد نظریه داده‌بنیاد استفاده شد. جهت انجام مصاحبه‌ها از ضبط صدا و مکتوب نمودن مصاحبه‌ها استفاده شد. به صورت کلی پرسشنامه تحقیق خروجی بخش کیفی می‌باشد. بدین صورت که ابتدا مصاحبه‌های تحقیق انجام و بعد از بررسی و تحلیل مصاحبه‌ها تعداد ۵۵ گویه نهایی شناسایی گردید که این ۵۵ گویه به عنوان سوالات پرسشنامه محقق ساخته مشخص گردید. به عبارتی ۵۵ گویه درج شده در جدول شماره ۲؛ سوالات پرسشنامه تحقیق را مشخص نمودند.

در این راستا، ابتدا راهنمای مصاحبه برای افراد ارسال گردید که در بر گیرنده عنوان، اهداف و سوال‌های کلی مصاحبه بود تا با مصاحبه شونده‌ها با موضوع بحث آشنا شوند. خروجی بخش کیفی تحقیق منجر به پرسشنامه محقق ساخته‌ای شد که جهت بررسی ابعاد مدل تحقیق پرداخته شد.

این پرسشنامه دارای ۱۱۰ سوال می‌باشد که سوالات آن پدیده اصلی، عوامل زمینه‌ای، عوامل علی، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها را مورد بررسی و سنجش قرار داد. سوالات این پرسشنامه در طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی شده است. بدین صورت که گزینه خیلی زیاد امتیاز ۵، گزینه زیاد امتیاز ۴، گزینه متوسط امتیاز ۳، گزینه کم امتیاز ۲ و گزینه خیلی کم امتیاز ۱ را دارا می‌باشد.

جهت تحلیل داده‌های بخش کیفی از کدگذاری به صورت کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد. داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری ۱، مبتنی بر طرح نظام‌دار نظریه داده بنیاد استراس و کوربین<sup>۲</sup> (۱۳۸۵) تحلیل خواهند شد. کدگذاری در روش نظریه زمینه‌ای، نشان‌دهنده عملیاتی است که در آن داده‌ها خرد شده، مفهوم‌پردازی می‌شوند و

سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است؛ یعنی عنوانی که به مقوله‌ها اختصاص داده می‌شود، انتزاعی‌تر از مفهیمی است که مجموعاً آن مقوله را تشکیل می‌دهند. مقولات دارای قدرت مفهومی بالایی هستند زیرا می‌توانند مفاهیم و خرده مقولات را بر محور خود جمع کنند. عنوان یا نامی که برای مقولات انتخاب می‌شود باید بیشترین ارتباط را با داده‌هایی که مقوله نمایانگر آن است داشته و آن قدر با آن همخوان باشد که بتوان آن‌چه را که ارجاع می‌کند، به سرعت به خاطر آورد و درباره‌اش فکر کرد. نام یا عنوانی که برای مقوله‌ها انتخاب می‌شود باید نامی باشد که از نظر منطقی بیشترین ارتباط را با داده‌هایی که مقوله نمایانگر آن است داشته باشد. نام‌ها می‌تواند توسط خود پژوهشگر ابداع شود، از ذخیره مفهیمی که از فرد از مطالعات حرفه‌ای در رشته خود گرفته نشأت گیرد و یا این که عبارات و کلماتی باشد که مصاحبه‌شوندگان به کار گرفته‌اند که به آن کدهای زنده می‌گویند.

جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی شامل تمامی نخبگان آشنا به موضوع پژوهش می‌باشند. بر اساس انتخاب گلوله برفی تعدادی تا رسیدن به اشباع نظری به عنوان نمونه تحقیق به عنوان نمونه مشخص شدند. بدین صورت که محقق ضمن شناسایی اولین نمونه‌های بخش کیفی به انجام مصاحبه با آنان اقدام و سپس سایر نمونه‌ها نیز به واسطه نظر و پیشنهاد نمونه‌های قبلی معرفی شدند. تا رسیدن به اشباع نظری این مصاحبه‌ها انجام شد. در نهایت تعداد ۱۵ نفر به عنوان نمونه در بخش کیفی مشخص شدند و پس از اتمام مصاحبه چهاردهم اشباع نظری ایجاد شد. جهت حصول از رخ دادن اشباع نظری مصاحبه پانزده ام نیز انجام و این مساله تایید شد. لذا نمونه‌های بخش کیفی شامل ۱۵ نفر از خبرگان آگاه (اساتید دانشگاهی که در زمینه موضوع پژوهش حداقل یک پژوهش انجام داده باشند و همچنین سایر پژوهشگران فعال در این زمینه) به موضوع پژوهش بودند.

همچنین در بخش کمی تحقیق حاضر، جامعه آماری شامل تمامی متخصصان حوزه اقتصاد، بانکی و نوآوری در استان گلستان بودند که بر اساس انتخاب در دسترس تعداد ۶۵ نفر به عنوان نمونه آماری مشخص شدند که پس از پخش و

1. Coding  
2. Strauss & Corbin



## ۴- یافته های پژوهش

## تحلیل وضعیت جمعیت شناختی

## جدول ۱. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های پژوهش

## بخش کیفی

متغیر	گروه ها	فراوانی	درصد
سن	زیر ۴۰ سال	۴	۲۶/۷
	۴۰-۵۰ سال	۷	۴۶/۶
	بالای ۵۰ سال	۴	۲۶/۷
جنسیت	مرد	۹	۶۰
	زن	۶	۴۰
تحصیلات	دکتری	۱۰	۶۶/۷
	کارشناسی ارشد	۵	۳۳/۳

نتایج بخش توصیفی مربوط به ویژگی های جمعیت شناختی پژوهش نشان داد که ۲۶/۷ درصد از نمونه های پژوهش، زیر ۴۰ سال داشتند، ۴۶/۶ درصد، ۴۰ تا ۵۰ سال و ۲۶/۷ درصد بالای ۵۰ سال سن داشتند. همچنین مشخص گردید که ۶۶/۷ درصد، دارای تحصیلات دکتری و ۳۳/۳ درصد کارشناسی ارشد بودند. ۶۰ درصد از نمونه های پژوهش مرد و ۴۰ درصد زن بودند.

گام اول: کدگذاری باز

## جدول ۲. کدگذاری باز

ردیف	کدها	فراوانی
۱	فضای رقابتی در عرصه بازار	۱۲
۲	ظرفیت های مطلوب نوآوری	۱۰
۳	شوک های اقتصادی وارد به شرکت ها	۱۵
۴	وجود برخی حمایت های دولتی از شرکت ها	۱۴
۵	دغدغه توسعه نوآوری شرکتی در اسناد بالادستی کشور	۱۰
۶	وجود منابع مالی رسمی در سطح ملی	۹
۷	وجود موسسات مالی تامین کننده	۱۰
۸	محدود بودن بودجه شرکت ها در حوزه نوآوری	۱۱
۹	نیاز به کاهش قیمت نهایی محصولات و خدمات	۱۱
۱۰	شناخت از قوانین و مقررات مالی رسمی	۱۳
۱۱	ایجاد استانداردها و دستورالعمل های جامع در جهت بهره گیری از نوآوری شرکتی	۱۴
۱۲	توجه به نوآوری شرکتی در وضع مقررات	۱۵

آنگاه با روش های تازه، دوباره به هم پیوند می خورند. هدف از تحلیل داده های کیفی کاوش مقوله ها، سازه ها، مفاهیم و ابعاد مشترک؛ کشف روابط بین این سازه ها؛ ساخت مدل نظری فرضی و ایجاد مبنایی برای طراحی گویه های پرسشنامه است. در روش نظام دار نظریه زمینه ای مراحل تحلیل داده ها از طریق کدگذاری باز ۱، کدگذاری محوری ۲ و کدگذاری گزینشی ۳ انجام می شود و به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان می یابد. کدگذاری باز عبارت است از «فرایندی تحلیلی که از طریق آن مفاهیم مشخص شده و ویژگی ها و ابعاد آنها از درون داده ها کشف می شوند. هدف از کدگذاری محوری «شروع فرایند پیونددهی داده هایی است که در طی فرایند کدگذاری باز شکسته شده اند». در کدگذاری محوری، مقوله ها با مقوله های فرعی مرتبط می شوند. در مرحله کدگذاری محوری پژوهشگر یک مقوله کدگذاری باز را انتخاب می کند (به عنوان مقوله یا پدیده اصلی) و در مرکز فرایند مورد بررسی قرار می دهد، سپس سایر مقوله ها را به آن مرتبط می کند. سایر مقوله ها متشکل از شرایط علی (عواملی که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می دهند)، راهبردها (اقداماتی که در رابطه با مقوله اصلی انجام می شود)، شرایط زمینه ای و واسطه ای (عوامل محیطی و زمینه ای ویژه ای که راهبرد را تحت تأثیر قرار می دهند)، و عواقب (پیامدهای حاصل از راهبردها) هستند. انجام این مرحله مستلزم ترسیم شکلی است که نمودار کدگذاری نامیده می شود.

همچنین برای بررسی روابط علی بین متغیرها به صورت منسجم کوشش های زیادی در دهه اخیر صورت گرفته است یکی از این روش های نویدبخش در این زمینه الگوی معادلات ساختاری یا تحلیل چندمتغیری با متغیرهای مکنون استدر پژوهش حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده های تحقیق حاضر از روش معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده های تحقیق حاضر در قالب نرم افزارهای spss و pls انجام گردید.

1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding



۴۳	بازنگری و اصلاح استانداردها و چارچوب های موجود در حوزه مسائل مالی رسمی	۱۲
۴۴	ایجاد سامانه اطلاعاتی در حوزه نوآوری شرکتی	۱۳
۴۵	بهبود عملکرد شرکت ها	۱۵
۴۶	ایجاد نوآوری های فردی در شرکت ها	۱۴
۴۷	ایجاد نوآوری های گروهی در شرکت ها	۱۲
۴۸	به روز رسانی دانش نوآوری در شرکت ها	۱۰
۴۹	ارتقا سطح دانش فنی کارکنان	۹
۵۰	بهبود انگیزش شغلی کارکنان	۱۱
۵۱	افزایش اعتبار شرکت ها	۱۰
۵۲	بهبود سازی سیستم تامین مالی رسمی	۹
۵۳	ایجاد شواهد و حقایق مالی در شرکت ها	۹
۵۴	کاهش مشکلات مالی شرکت ها	۱۲
۵۵	ایجاد شبکه های مالی رسمی	۱۳

به صورت کلی تعداد ۵۵ کد اولیه (مفاهیم) در فرایند کدگذاری استخراج شد.

(ب) کدگذاری ثانویه و شکل دهی مقولات:

در مرحله بعد، چند کد مفهومی تبدیل به یک مقوله می شود. به صورت کلی ۵ مقوله کلی شناسایی شد که شامل عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها می باشد.

(ج) کدگذاری محوری

در جدول ۳ نتایج مربوط به کدگذاری محوری که در واقع همان نتایج مربوط به کدگذاری ثانویه است، ارائه شده است.

جدول ۳. کدگذاری محوری

عوامل	کدها
شرایط علی	فضای رقابتی در عرصه بازار
	ظرفیت های مطلوب نوآوری
	شوک های اقتصادی وارد به شرکت ها
	وجود برخی حمایت های دولتی از شرکت ها
مسائل مالی	دغدغه توسعه نوآوری شرکتی در اسناد بالادستی کشور
	وجود منابع مالی رسمی در سطح ملی
	وجود مؤسسات مالی تامین کننده
	محدود بودن بودجه شرکت ها در حوزه نوآوری
	نیاز به کاهش قیمت نهایی محصولات و خدمات

کدها	عوامل
۱۳	حمایت قانون گذاران از نوآوری شرکتی در تصمیم گیری های خود
۱۴	حمایت مدیران از ارائه منابع رسمی در حوزه نوآوری
۱۵	وجود کرسی های مشورتی جهت توسعه نوآوری شرکتی در عرصه ملی
۱۶	ایجاد نظام فکری و پیشنهادات در جهت توسعه نوآوری شرکتی
۱۷	دانش مدیران نسبت به منابع مالی رسمی موجود
۱۸	مهارت کارکنان جهت بهره گیری از نوآوری شرکتی
۱۹	آگاهی از اطلاعات مربوط به تسهیلات مالی موجود
۲۰	نیاز به ایجاد بازارهای جدید در شرکت ها
۲۱	زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت ها و مؤسسات مالی
۲۲	تطابق استانداردهای شغلی موجود در شرکت ها با اهداف نوآوری شرکتی
۲۳	نفوذ گروه های سیاسی در مؤسسات مالی
۲۴	سوگیری های فردی در پرداخت منابع رسمی
۲۵	تحریم های بین المللی
۲۶	عدم تعامل شرکتی با مؤسسات مالی
۲۷	فقدان اعتماد به عملکرد مالی شرکت ها
۲۸	دغدغه های مالی در ساختار مالی کشور
۲۹	عدم علاقه مدیران به نوآوری شرکتی
۳۰	عدم توجه به آموزش در خصوص نوآوری در شرکت ها
۳۱	فرآیندهای ناکارآمد مؤسسات مالی
۳۲	عدم نگرش مثبت به عملکرد نوآوری شرکت ها
۳۳	عدم شفافیت فرآیندهای مالی شرکت ها
۳۴	ضعف در تبدیل انواع دانش در شرکت ها
۳۵	فقدان امنیت مالی در شرکت ها
۳۶	ضعف سیستم های ارزیابی در مؤسسات مالی
۳۷	ضعف سیستم های ارزیابی در شرکت ها
۳۸	مهارت پایین شرکت ها جهت ایجاد بهره گیری از ظرفیت های نوآوری شرکتی
۳۹	ایجاد کمیته های راهبری در شرکت ها جهت توسعه نوآوری شرکتی
۴۰	جذب و پرورش متخصصان مالی و اقتصادی در شرکت ها
۴۱	برگزاری دوره های ضمن خدمت در راستای توسعه نوآوری شرکتی
۴۲	ایجاد سامانه های نظارتی متمرکز در حوزه تسهیلات و منابع مالی رسمی



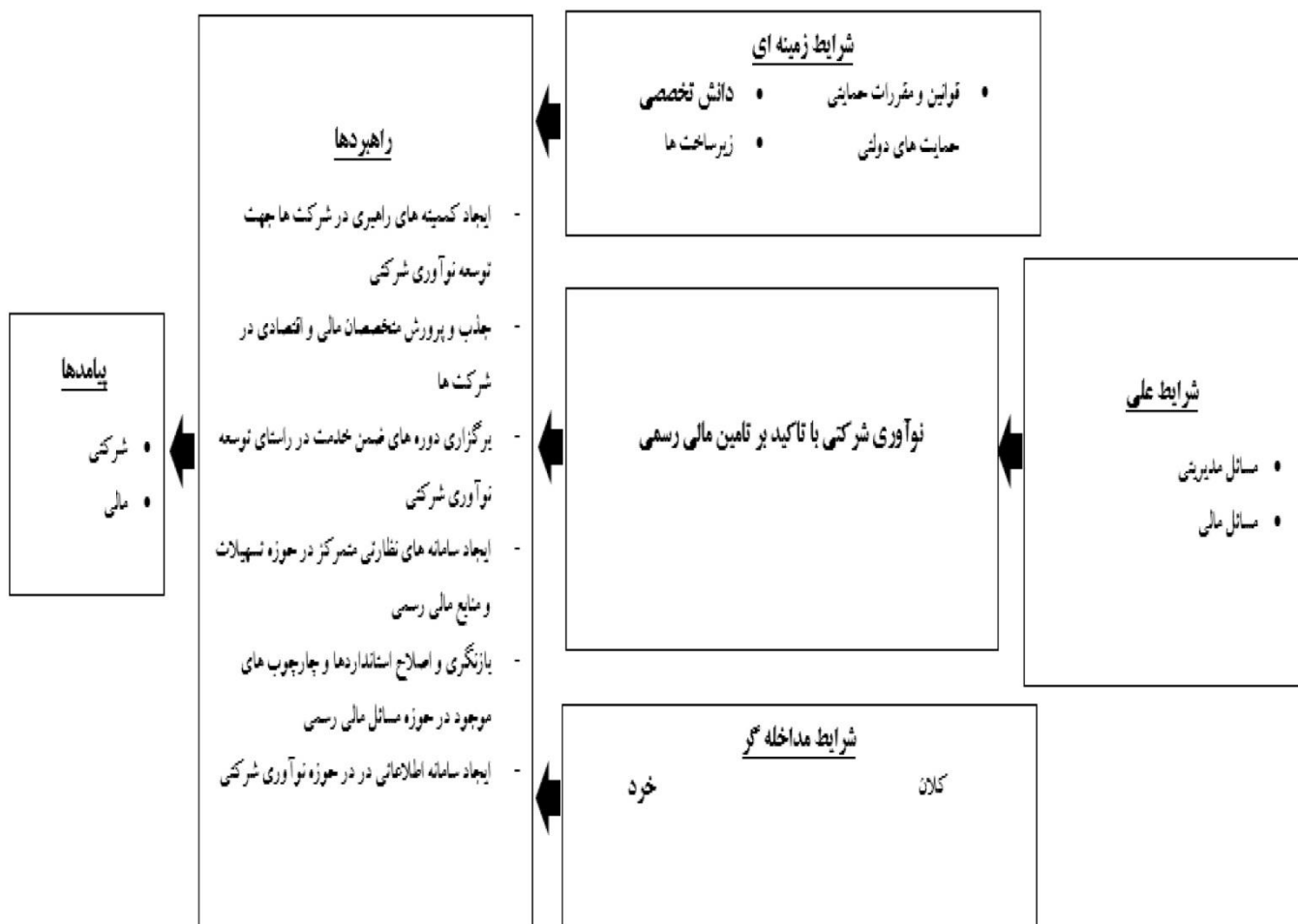


قوانین و مقررات حمایتی	شناخت از قوانین و مقررات مالی رسمی	شرایط زمینه ای	
	ایجاد استانداردها و دستورالعمل های جامع در جهت بهره گیری از نوآوری شرکتی		
	توجه به نوآوری شرکتی در وضع مقررات جدید سازمانی		
	حمایت قانون گذاران از نوآوری شرکتی در تصمیم گیری های خود		
	حمایت مدیران از ارائه منابع رسمی در حوزه نوآوری		حمایت های دولتی
	وجود کرسی های مشورتی جهت توسعه نوآوری شرکتی در عرصه ملی		
	ایجاد نظام فکری و پیشنهادات در جهت توسعه نوآوری شرکتی		
	دانش مدیران نسبت به منابع مالی رسمی موجود		دانش تخصصی
	مهارت کارکنان جهت بهره گیری از نوآوری شرکتی		
	آگاهی از اطلاعات مربوط به تسهیلات مالی موجود		
زیرساخت ها	نیاز به ایجاد بازارهای جدید در شرکت ها	عوامل کلان	
	زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت ها و موسسات مالی		
	تطابق استانداردهای شغلی موجود در شرکت ها با اهداف نوآوری شرکتی		
عوامل خرد	نفوذ گروه های سیاسی در موسسات مالی	عوامل مداخله گر	
	سوگیری های فردی در پرداخت منابع رسمی		
	تحریم های بین المللی		
	عدم تعامل شرکتی با موسسات مالی		
	فقدان اعتماد به عملکرد مالی شرکت ها		
	دغدغه های مالی در ساختار مالی کشور		
	عدم علاقه مدیران به نوآوری شرکتی		
	عدم توجه به آموزش در خصوص نوآوری در شرکت ها		
	فرآیندهای ناکارآمد موسسات مالی		
	عدم نگرش مثبت به عملکرد نوآوری شرکت ها		
	عدم شفافیت فرآیندهای مالی شرکت ها		
	ضعف در تبدیل انواع دانش در شرکت ها		
	فقدان امنیت مالی در شرکت ها		
ضعف سیستم های ارزیابی در موسسات مالی			
ضعف سیستم های ارزیابی در شرکت ها			
مهارت پایین شرکت ها جهت ایجاد بهره گیری از ظرفیت های نوآوری شرکتی			

راهبردها	ایجاد کمیته های راهبری در شرکت ها جهت توسعه نوآوری شرکتی	پیامدهای شرکتی
	جذب و پرورش متخصصان مالی و اقتصادی در شرکت ها	
	برگزاری دوره های ضمن خدمت در راستای توسعه نوآوری شرکتی	
	ایجاد سامانه های نظارتی متمرکز در حوزه تسهیلات و منابع مالی رسمی	
	بازنگری و اصلاح استانداردها و چارچوب های موجود در حوزه مسائل مالی رسمی	
	ایجاد سامانه اطلاعاتی در در حوزه نوآوری شرکتی	
	بهبود عملکرد شرکت ها	
ایجاد نوآوری های فردی در شرکت ها		
ایجاد نوآوری های گروهی در شرکت ها		
به روز رسانی دانش نوآوری در شرکت ها		
پیامدهای مالی	ارتقا سطح دانش فنی کارکنان	پیامدهای مالی
	بهبود انگیزش شغلی کارکنان	
	افزایش اعتبار شرکت ها	
	بهبود سازی سیستم تامین مالی رسمی	
پیامدهای مالی	ایجاد شواهد و حقایق مالی در شرکت ها	پیامدهای مالی
	کاهش مشکلات مالی شرکت ها	
	ایجاد شبکه های مالی رسمی	

### ج) کدگذاری انتخابی

در شکل ۱، روابط بین کدهای محوری با یکدیگر نشان داده شده است. به عبارتی شکل شماره ۱ خروجی مصاحبه‌های تحقیق است. پس از انجام مصاحبه‌های تحقیق و بررسی روابط میان متغیرها؛ مدل پارادایمی تحقیق در قالب شکل ۱ ارائه گردید. به عبارتی مدل پارادایمی به این مفهوم می باشد که شکل ۱؛ مدل تحقیق خروجی بخش کیفی می باشد که به واسطه بررسی مصاحبه‌های تحقیق ارائه گردیده است.



شکل ۱. کدگذاری انتخابی

کوواریانس محورها (طبیعی بودن توزیع داده‌ها) از نرم‌افزار SmartPLS استفاده می‌شود. از سوی دیگر جاوریس (۲۰۰۹، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۳) در پژوهش‌های خود عنوان نموده است که بهتر است برای پژوهش‌های اکتشافی و کیفی، اول از pls برای بررسی سؤال‌های پژوهش استفاده شود چرا که هنوز مدل‌های پژوهش در مرحله بلوغ قرار ندارند، در صورتی که مدل پژوهش با نرم‌افزارهای واریانس محورها (PLS) تأیید شد، در پژوهش‌های بعدی از نرم‌افزارهای واریانس محورها استفاده شود. در این پژوهش نیز به دلیل آنکه مدل پژوهش را هر چند مبانی نظری تأیید می‌نمایند، ولی به دلیل آنکه مدل جدیدی می‌باشد و هنوز به بلوغ نرسیده است، از نرم‌افزارهای واریانس محورها استفاده می‌شود.

در این بخش شاخص‌های استنباطی متغیرهای اصلی تحقیق با استفاده از جدول و نمودار بررسی شده است. به صورت کلی دو رویکرد وجود دارد:

رویکرد کوواریانس محور (از پیش‌شرط‌های آن ۱. توزیع داده‌ها نرمال باشد، ۲. حجم نمونه‌ها بیشتر از ۲۰۰ نفر باشد، ۳. برای هر متغیر حداقل ۳ سؤال وجود داشته باشد). از جمله نرم‌افزارها در این حوزه، Lisrel, Amos, EQS, MPlus و ... می‌باشد که قابلیت تعمیم‌پذیری و دقت Amos از سایر نرم‌افزارها بیشتر است.

رویکرد واریانس محور (از پیش‌شرط‌های آن: پیش‌شرط‌های کوواریانس محور را ندارند) از جمله نرم‌افزارهای این رویکرد SmartPLS, VPLs, WarPLs و ... می‌باشد. در این پژوهش به دلیل دارا نبودن پیش‌شرط‌های



**بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها:**

**جدول ۴. نتایج چولگی و کشیدگی به منظور بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها**

متغیرهای مدل	کشیدگی		چولگی	
	خطا	آماره	خطا	آماره
شرایط علی	۰/۱۲۴	۴/۴۸۵	۰/۲۳۷	-۳/۱۵۸
شرایط زمینه‌ای	۰/۱۲۴	-۵/۰۶۵	۰/۲۳۷	۲/۶۳۲
شرایط مداخله‌گر	۰/۱۲۴	۳/۵۸۷	۰/۲۳۷	-۳/۵۱۸
راهبردها	۰/۱۲۴	-۵/۶۹۸	۰/۲۳۷	۴/۴۸۸
پیامدها	۰/۱۲۴	-۴/۴۲۸	۰/۲۳۷	۳/۶۳۸

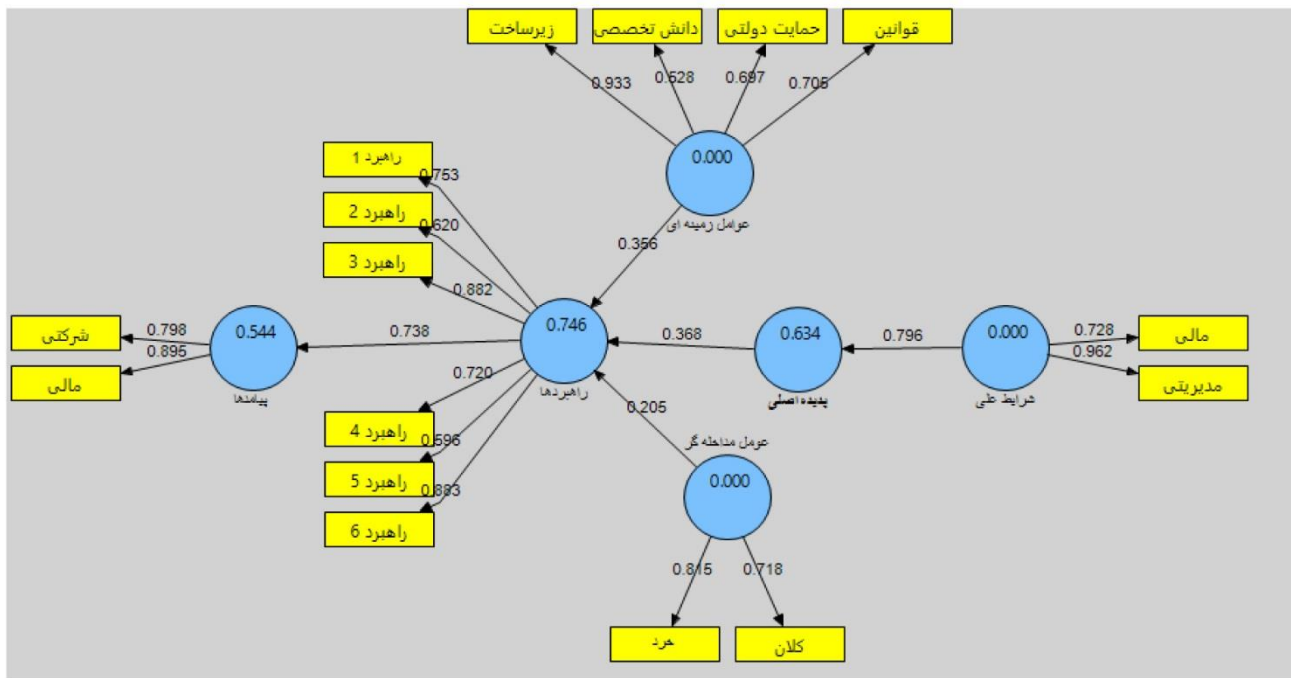
**تفسیر نورمالیته داده‌ها:**

بنابریگفته هیر<sup>۱</sup>(۲۰۱۲)، برای تعیین نرمالیتته داده‌ها از چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج جدول نشان داد که کشیدگی در میان برخی متغیرها بین ۵ و -۵ قرار ندارد و همچنین چولگی بین ۳ و -۳ قرار ندارد. بنابراین داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نمی‌باشند. بنابراین با توجه به توزیع

داده‌ها و همچنین گفته جاوریس(۲۰۰۳، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۹) اجازه استفاده از نرم‌افزارهای کوواریانس محور وجود ندارد و باید از نرم‌افزار واریانس محور SmartPLS استفاده نمود.

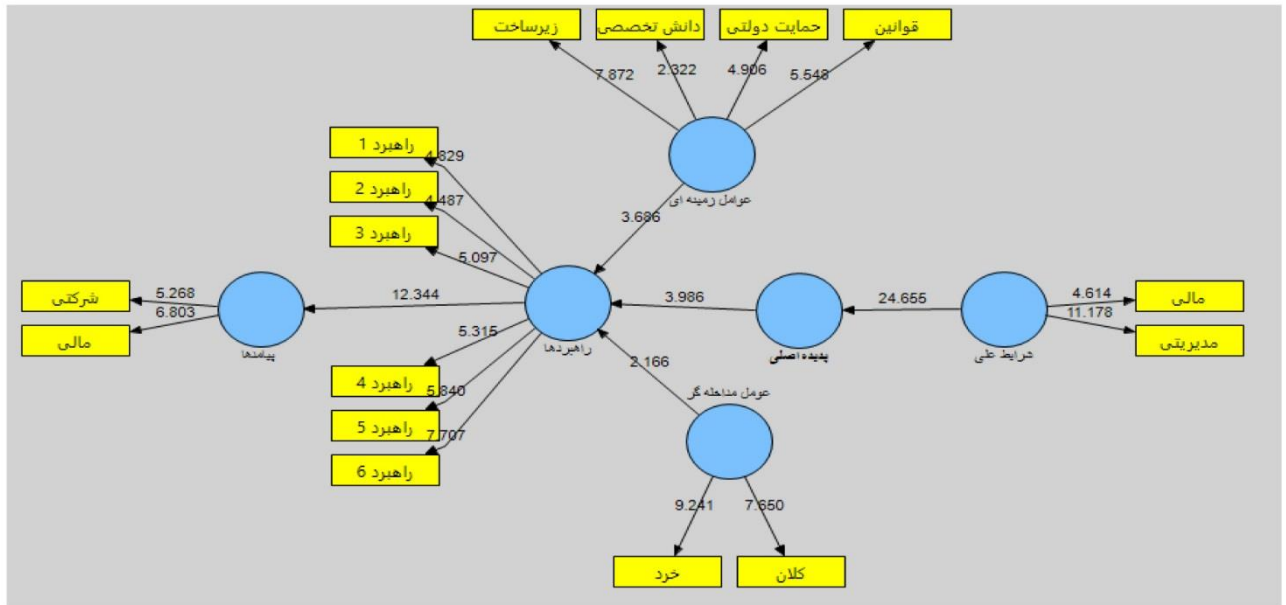
**مدل نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی**

همان طور که ذکر شد؛ شکل شماره ۱ مدل خروجی بخش کیفی تحقیق بود. با توجه به اینکه نیاز است تا این مدل در بخش کمی نیز مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد؛ لذا در ادامه به بررسی مدل تحقیق در قالب بخش کمی پرداخته شده است. به عبارتی شکل شماره ۲ و شماره ۳ به بررسی مدل بخش کیفی (شکل شماره ۱) پرداخته‌اند و سعی در تایید این مدل در بخش کمی دارند. شکل ۲ و ۳ مدل اندازه‌گیری و میزان ضرایب معنی داری تی، مدل تحقیق را نشان می‌دهد. در این متغیر شرایط علی، پدیده اصلی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به عنوان متغیرهای مکنون و مولفه‌های مربوط به این متغیرها تحت عنوان متغیرهای مشاهده‌گر مشخص می‌باشند.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری





### شکا، ۳. ضرایب معنی داری T

پدیده اصلی بر راهبردها تاثیر معناداری دارد (۰/۳۶۸=تاثیر؛ ۳/۹۸۶=تی). با این توجه می توان چنین اعلام داشت که راهبردها بر پیامدها تاثیر معناداری دارد (۰/۷۳۸=تاثیر؛ ۱۲/۳۴۴=تی). به منظور بررسی برآزش مدل تحقیق حاضر از شاخص های برآزش مربوط روش معادلات ساختاری با رویکرد پی ال اس استفاده گردید. جدول ۵ نتایج مربوط به شاخص های برآزش مدل فوق را نشان می دهد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مطابق با مدل نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی شرایط علی بر پدیده اصلی تاثیر معناداری دارد (۰/۷۹۶=تاثیر؛ ۲۴/۶۵۵=تی). نتایج همچنین نشان داد که عوامل زمینه ای بر راهبردها تاثیر معناداری دارد (۰/۳۵۶=تاثیر؛ ۳/۶۸۶=تی). همچنین نتایج نشان داد که عوامل مداخله گر بر راهبردها تاثیر معناداری دارد (۰/۲۰۵=تاثیر؛ ۲/۱۶۶=تی). با توجه به نتایج تحقیق مشخص گردید که

### جدول ۵. شاخص های برآزش مدل نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی

معیار	پدیده اصلی	پیامدها	راهبردها	شرایط مداخله گر	شرایط زمینه ای	شرایط علی	
بالاتر از ۰/۷	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۸۰	۰/۸۱	۰/۷۹	۰/۸۹	آلفای کرونباخ
بالاتر از ۰/۷	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۸۴	۰/۸۵	۰/۸۶	۰/۹۱	پایایی ترکیبی
بالاتر از ۰/۴	۰/۶۹	۰/۶۱	۰/۵۹	۰/۶۵	۰/۷۵	۰/۷۰	روایی همگرا
کمتر از روایی همگرا	۰/۳۶	۰/۳۳	۰/۳۹	۰/۳۷	۰/۳۴	۰/۳۲	MSV
کمتر از روایی همگرا	۰/۲۴	۰/۲۱	۰/۲۹	۰/۲۵	۰/۲۱	۰/۲۷	ASV
کمتر از ۰/۱	۰/۰۶۳	۰/۰۸۱	۰/۰۶۹	۰/۰۴۷	۰/۰۶۷	۰/۰۵۶	SRMR



بیش از حد فراهم آمده از طرف قوانین و مقررات ( که عموماً مبتنی بر فرضیه «انسان شرور»<sup>۱</sup> استوار است) موجب می‌شود که انسان‌های سالم نیز مجبور شوند آن‌ها را زیر پا بگذارند. با این حال یکی از عوامل مهم در توسعه نوآوری، تدوین قوانین مناسب است، قوانین فارغ از انواع مختلف نهادی، اجتماعی، اقتصادی، باید با توجه به کارکردهای نظام های نوآوری و جهت جلوگیری از شکست های مختلف ایجاد شوند. بر اساس نتایج بدست آمده حمایت های دولتی از جمله عوامل زمینه ای موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی می‌باشد.

بر اساس نتایج بدست آمده، دانش تخصص از جمله عوامل زمینه‌ای موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی می‌باشد. این نتیجه با نتایج لا و همکاران (۲۰۱۱)، آسیم و همکاران (۲۰۱۹) و فرناندز و همکاران (۲۰۱۹) همسو است، این پژوهشگران دانش تخصصی را عاملی در جهت نوآوری پایدار معرفی کردند. دانش تخصصی، عاملی است که ترکیب مناسبی از فناوری‌های اطلاعاتی و تعامل انسانی را به کار می‌گیرد، تا سرمایه‌های اطلاعاتی و دانش سازمان را شناسایی، مدیریت و تسهیم کند. این دارایی‌ها شامل پایگاه‌های اطلاعاتی، اسناد، سیاست‌ها و رویه‌ها می‌شود. علاوه بر این، هم دانش آشکار و هم دانش ضمنی، کارکنان را شامل می‌شود، و از روش‌های متنوع و گسترده برای تصرف، ذخیره‌سازی و تسهیم دانش در داخل یک سازمان استفاده می‌کند.

بر اساس نتایج بدست آمده، زیرساخت‌ها از جمله عوامل زمینه‌ای موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی می‌باشد. در این راستا نیاز به ایجاد بازارهای جدید در شرکت‌ها، زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت ها و موسسات مالی و تطابق استانداردهای شغلی موجود در شرکت‌ها با اهداف نوآوری شرکتی از جمله عوامل مرتبط با زیرساخت و موثر بر نوآوری شرکتی است. در این راستا همینگ و همکاران (۲۰۲۱)، رزاق و همکاران (۲۰۲۱) و ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) توسعه زیر ساخت‌هایی همچون تجهیزات تکنولوژیکی و تجهیزاتی را عاملی مهم و تسهیلگر

مطابق با جدول ۵ مناسب بودن برآزش مدل نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی را نشان می‌دهد.

## ۵- بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج پژوهش، مسائل مدیریتی و مسائل مالی از جمله عوامل علی موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی چه می‌باشد. در زمینه عوامل مدیریتی توجه به فضای رقابتی در عرصه بازار، ظرفیت‌های مطلوب نوآوری، شوک‌های اقتصادی وارد به شرکت‌ها، وجود برخی حمایت‌های دولتی از شرکت‌ها، و دغدغه توسعه نوآوری شرکتی در اسناد بالادستی کشور از جمله عوامل مؤثر می‌باشد. در این راستا آریف و همکاران (۲۰۱۸)، لین و همکاران (۲۰۱۸) و جیا و همکاران (۲۰۱۸) مدیریت و رهبری کارآمد را زمینه هدایت شرکت در مسیر رقابت و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات معرفی می‌کنند. در عین حال پتریت و تپلو (۲۰۱۸) معتقد بودند رابطه قوی بین مدیریت شایستگی و مدیریت نوآوری وجود دارد و مدیران باید به توانمندی افراد در کشف و کاربرد نوآوری باز توجه نمایند. بر اساس نتایج پژوهش، مسائل مالی از جمله عوامل علی موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی چه می‌باشد. در این راستا وجود منابع مالی رسمی در سطح ملی، وجود موسسات مالی تامین کننده، محدود بودن بودجه شرکت‌ها در حوزه نوآوری، نیاز به کاهش قیمت نهایی محصولات و خدمات از جمله عوامل مالی موثر بر نوآوری شرکتی می‌باشد.

بر اساس نتایج بدست آمده قوانین و مقررات حمایتی از جمله عوامل زمینه‌ای موثر بر نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی می‌باشد. بر این اساس ایجاد و چارچوب بندی قوانین و مقررات مالی رسمی، ایجاد استانداردها و دستورالعمل های جامع در جهت بهره‌گیری از نوآوری شرکتی، توجه به نوآوری شرکتی در وضع مقررات جدید سازمانی و حمایت قانون گذاران از نوآوری شرکتی در تصمیم گیری های خود از جمله قوانین و مقررات حمایتی موثر بر نوآوری شرکتی می‌باشد. یکی از نکات مورد توجه در اقدامات دولت بازنگری مجدد مقررات و قوانین مربوط به ارائه خدمات می‌باشد. مقررات دست و پاگیر در بخش دولتی، نوآوری را نیز با مشکل روبرو می‌سازد. محدودیت‌های

1. Evil man



یادگیری در شرکت کمک می‌کند و می‌تواند فرایند تسهیم و اشتراک دانش را نیز بهبود بخشد و با توجه به اینکه توسعه دانش از عوامل مهم در نوآوری است، فلذا می‌تواند به توسعه نوآوری در شرکت کمک کند و در این راستا کریمکامپ (۲۰۲۱) و اباسچین (۲۰۲۱) ایجاد بانک اطلاعاتی را عامل در جهت ایجاد و نگهداری دانش و زمینه‌ساز نوآوری معرفی کردند. از سویی تدوین چارچوب و ساختار مدون حقوقی و ایجاد خط و مشی در این رابطه می‌تواند به برنامه‌ها و تلاش‌های صورت گرفته در شرکت جهت دهد و آنها را با ایجاد هماهنگی به سوی اثربخشی هدایت کند. تدوین چارچوب و ساختار مدون حقوقی راهکاری بسیار اثربخش و پیچیده بود و تدوین آن نیازمند بهره‌گیری از متخصصان خبره می‌باشد. در عین حال گدمینتایت (۲۰۲۱)، سانو و کاسیم (۲۰۲۱) و جالوه (۲۰۲۱) ایجاد و تبعیت از ساختار مدون حقوقی را از الزامات شرکت‌های نوین امروزی معرفی کردند. از سویی بر اساس نتایج پژوهش، ایجاد کمیته‌های راهبری در شرکت‌ها جهت توسعه نوآوری شرکتی، جذب و پرورش متخصصان از جمله راهبردهای نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی می‌باشد. در این راستا ایجاد زمینه‌های تشکیل کمیته‌های تخصصی راهبری و جذب و پرورش افراد متخصص از مهمترین راهبردهای توسعه نوآوری می‌باشد که مورد توجه بسیاری از شرکت‌ها و پژوهشگران قرار دارد و مدیران و مسئولین شرکت‌های داخلی نیز باید در این زمینه برنامه‌ریزی لازم را انجام دهند تا در صحنه رقابت با سایر شرکت‌های از مزایای رقابتی برخوردار باشند.

در نوآوری سازمان‌ها معرفی کردند. با این حال نوآوری‌های مبتنی بر تولید و خدمات نیاز مبرمی به آزمایش و سعی و خطا دارد. بنابراین، اگر سازمانی وسایل و تجهیزات لازم برای اینگونه آزمایش‌ها را فراهم نسازد، در واقع نوعی مانع برای نوآوری ایجاد نموده است. از سویی تجهیزات تکنولوژیکی و تجهیزاتی می‌توانند زمینه تولید و تسهیم دانش را فراهم کرده که این عوامل نیز عاملی مهم در ایجاد نوآوری در سازمان‌ها و شرکت‌های می‌باشند. بر اساس نتایج بدست آمده، راهبردهای نوآوری شرکتی با تاکید بر تامین مالی رسمی شامل ایجاد بانک‌های اطلاعاتی در خصوص ظرفیت‌های تامین مالی در ساختار شرکتی، تدوین چارچوب و ساختار مدون حقوقی در حوزه تامین مالی در حوزه شرکتی، ایجاد کمیته‌های راهبری در شرکت‌ها جهت توسعه نوآوری شرکتی، جذب و پرورش متخصصان مالی و اقتصادی در شرکت‌ها، برگزاری دوره‌های ضمن خدمت در راستای توسعه نوآوری شرکتی و ایجاد سامانه‌های نظارتی متمرکز در حوزه تسهیلات و منابع مالی می‌باشد.

به طور کلی ارائه راهبرد در زمینه توسعه نوآوری بسیار پیچیده و فرایندی چالش برانگیز است زیرا هر شرکت با توجه به عوامل اقتضایی و پتانسیل‌های خویش می‌بایست به تدوین راهبرد بپردازد اما در روند جمع‌آوری و تحلیل، نتایج پژوهش حاضر به شناخت و معرفی راهبردهایی منجر شد که با توجه به شرایط رقابتی امروزی می‌تواند به بهبود فرایند مدیریت نوآوری در شرکت منجر شود و زمینه حرکت به سوی نوآوری را فراهم سازد، در این راستا ایجاد بانک‌های اطلاعاتی فرایندی مثمر ثمر است که به توسعه دانش و

## منابع

۱. اکبری، صدیقه و عدالت حقی، میرمحمد. (۱۳۹۲). بررسی فرایندهای نوآوری و تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکتها، دومین اجلاس مدیران تحقیق، توسعه و فناوری، تهران، همایش تجارت پارسین.
۲. بازیار، افشار و میرزایی، حسین. (۱۳۹۸). تاثیر حاکمیت شرکتی بر نوآوری، سومین کنفرانس بین‌المللی تحولات
- نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، انجمن تعالی کسب و کار ایران.
۳. پورابراهیمی، محمدرضا؛ دلیری، علیرضا؛ ثقفی، علی و عبده، حسن. (۱۳۹۹). بررسی اثر متغیرهای شرکتی و عملکردی بر انتخاب روش تامین مالی و اثر متقابل روش تامین مالی بر این متغیرها، نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۸ (۹)، ۱-۱۱.



13. Drewes, M., Daumann, F., & Follert, F. (2021). Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer. *Soccer & Society*, 22(1-2), 125-137.
14. Hammerschmidt, J., Durst, S., Kraus, S., & Puumalainen, K. (2021). Professional football clubs and empirical evidence from the COVID-19 crisis: Time for sport entrepreneurship? *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120572.
15. Parnell, D., Bond, A. J., Widdop, P., & Cockayne, D. (2021). Football Worlds: Business and networks during COVID-19. *Soccer & Society*, 22(1-2), 19-26.
16. Shakeel, s., Takala, j., Zhu, I. (2017). Commercialization of renewable energy technologies: A ladder building approach, *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 78, 855–867.
17. Singleton, C., Bryson, A., Dolton, P., Reade, J., & Schreyer, D. (2021). What Can We Learn About Economics from Sport during Covid-19? Available at SSRN 3770193.
18. Torfs, Y. (2019). Statistical Analysis of Chinese Sports Industry Listed Companies Competition Factor and Strategic Performance in Fully Market Environment. *Ekoloji*, 28(107), 2697-2703.
19. Wang, Y. Y., Wang, T. D., & Yoon, K. (2021). A Methodology for the Sport Industry to Capture Public Perceptions and Responses in the Time of COVID-19 Public Perceptions and Responses to Covid-19 for the Sport Industry. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*.
20. Arif, S., & Akram, A. (2018). Transformational leadership and organizational performance: the mediating role of organizational innovation. *SEISENSE Journal of Management*, 1(3), 59-75.
21. Lin, Y., & Wu, J. (2018). A study of the effects of leadership styles on innovation management and organizational innovation
۴. چاوشی، کاظم و دارابی، شیوا. (۱۳۹۲). نقش تامین مالی و حاکمیت شرکتی و در نظام ملی نوآوری کشور، ششمین کنفرانس توسعه نظام مالی در ایران، تهران، گروه مالی و سرمایه‌گذاری مرکز مطالعات دانشگاه صنعتی شریف.
۵. کرمی، حسین؛ زارعی، سجاد و کارآمد، میلاد. (۱۳۹۴). مدل‌های نوآوری، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و علوم انسانی، امارات-دبی، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
۶. مجیدی، کلیبر؛ مرضیه، محمود؛ سمیعی، نصر و محمدخانی، کامران. (۱۳۹۳). ارائه مدلی از نوآوری تکنولوژیکی در بناگاه‌های کوچک و متوسط، چهارمین کنفرانس بین‌المللی و هشتمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری، جزیره کیش، انجمن مدیریت فناوری ایران.
۷. نظری، رقیه؛ هژیر کیانی، کامبیز؛ امام وردی، قدرت‌اله و پیکارجو، کامبیز. (۱۳۹۸). تامین مالی فناوری و تجاری‌سازی نوآوری: مقایسه مدل‌های فضایی در منتخبی از کشورها، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۹ (۳۴).
8. Autrusseau, F., & Callet, P. (2015). A robust image watermarking technique based on quantization noise visibility thresholds, *Signal Processing*, 87(6), 1363-83
9. Basley, J. (2018). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
10. Beiderbeck, D., Frevel, N., Heiko, A., Schmidt, S. L., & Schweitzer, V. M. (2021). The impact of COVID-19 on the European football ecosystem—A Delphi-based scenario analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120577.
11. Byers, T., Gormley, K. L., Winand, M., Anagnostopoulos, C., Richard, R., & Digennaro, S. (2021). COVID-19 impacts on sport governance and management: a global, critical realist perspective. *Managing Sport and Leisure*, 1-9.
12. Chowdhury, E. K., Khan, I. I., & Dhar, B. K. (2021). Catastrophic impact of Covid-19 on the global stock markets and economic activities. *Business and Society Review*.



29. Zhang, X., Le, Y., Liu, Y., & Liu, M. (2021). Fostering ambidextrous innovation in infrastructure projects: differentiation and integration tactics of cross-functional teams. *Journal of Construction Engineering and Management*, 147(6), 04021046.
30. Kreienkamp, J. (2021). The Meaning of Creation: Electronic Databases and Creating a Record to Fulfill Records Request. *Rutgers Computer & Tech. LJ*, 47, 197.
31. Abbaschian, B. J., Sierra-Sosa, D., & Elmaghraby, A. (2021). Deep learning techniques for speech emotion recognition, from databases to models. *Sensors*, 21(4), 1249.
32. Gedmintaitė, Audronė. "The Legal Framework for Administrative Liability in Lithuania: Lifting Legal Barriers to the Efficient Regulation of Administrative Offences." *Legal Developments during 30 Years of Lithuanian Independence*. Springer, Cham, 2021. 19-41.
33. Sano, M. A. A., & Kassim, S. (2021). Waqf governance in the republic of Guinea: legal framework, issues, challenges and way forward. *ISRA International Journal of Islamic Finance*.
34. Jalloh, C. C. (2021). Pandemics and International Law: The Need to Strengthen International Legal Frameworks after the COVID-19 Global Heal Pandemic [Sierra Leone]. *American University International Law Review*, 36(5), 3.
35. Acharya, V., Xu, Z., (2017). Financial dependence and innovation: the case of public versus private firms. *J. Financ. Econ.* 124, 223–243.
36. Anitsal, M. M., Anitsal, I., Alexander, L., Jones, M., & Hsu, T. (2020). Engagement, Innovation, Impact: AACSB Definition and Faculty Perspective on Implementation. in environmental protection industry. *Ekoloji*, 27(106), 771-777.
22. Jia, X., Chen, J., Mei, L., & Wu, Q. (2018). How leadership matters in organizational innovation: a perspective of openness. *Management Decision*.
23. Podmetina, D., Soderquist, K., Petraite, M., & Teplov, R. (2018). Developing a competency model for open innovation: From the individual to the organisational level. *Management Decision*, 56(6): 1306-1335.
24. Love, J. H., Roper, S., & Bryson, J. R. (2011). Openness, knowledge, innovation and growth in UK business services. *Research policy*, 40(10), 1438-1452.
25. Asim, Z., & Sorooshian, S. (2019). Exploring the role of knowledge, innovation and technology management (KNIT) capabilities that influence research and development. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(2), 21.
26. Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., & Peris-Ortiz, M. (2019). Knowledge, innovation and sustainability: past literature and future trends. In *Knowledge, Innovation and Sustainable Development in Organizations* (pp. 11-22). Springer, Cham.
27. Heming, S. (2021). Balancing of interests between the clients and contractors within infrastructure innovation partnership projects (Master's thesis, University of Twente).
28. Razzaq, A., Ajaz, T., Li, J. C., Irfan, M., & Suksatan, W. (2021). Investigating the asymmetric linkages between infrastructure development, green innovation, and consumption-based material footprint: Novel empirical estimations from highly resource-consuming economies. *Resources Policy*, 74, 102302.



47. Mann, W., (2018). Creditor rights and innovation: evidence from patent collateral. *J. Financ. Econ.* 130 (1), 25–47.
48. Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C. & McKinsey Global Institute. (2011). big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. McKinsey Global Institute, May.
49. Melancon, Y., & Doloreux, D. (2013). Developing a knowledge infrastructure to foster regional innovation in the periphery: A study from Quebec's coastal region in Canada. *Regional Studies*, 47(9), 1555–1572.
50. Nanda, R., Nicholas, T., (2014). Did bank distress stifle innovation during the Great Depression? *J. Financ. Econ.* 114 (2), 273–292.
51. Onetti, A., Zucchella, A., Jones, M. V., & McDougall-Covin, P. P. (2012). Internationalization, innovation and entrepreneurship: Business models for new technology-based firms. *Journal of Management and Governance*, 16(3), 337–368.
52. Ullah, B. (2019). Firm innovation in transition economies: The role of formal versus informal finance. *Journal of Multinational Financial Management*.
53. Xu, Z. (2020). Economic policy uncertainty, cost of capital, and corporate innovation. *Journal of Banking & Finance*, 111, 105698.
54. Zimmermann, V. (2020). Innovation and Investment Finance in Comparison. In *Contemporary Developments in Entrepreneurial Finance* (pp. 59-79). Springer, Cham.
37. Bishop, P., & Wiseman, N. (1999). External ownership and innovation in the United Kingdom. *Applied Economics*, 31, 443–450.
38. Breuer, M., Leuz, C., & Vanhaverbeke, S. (2019). Mandated Financial Reporting and Corporate Innovation (No. w26291). National Bureau of Economic Research.
39. Fu, R., Kraft, A. G., Tian, X., Zhang, H., & Zuo, L. (2019). Financial reporting frequency and corporate innovation. Available at SSRN 3429228.
40. Galende, J., & De la Fuente, J. M. (2003). Internal factors determining a firm's innovative behavior. *Research Policy*, 32, 715–736.
41. Galasso, A., & Simcoe, T. S. (2011). CEO overconfidence and innovation. *Management Science*, 57(8), 1469–1484.
42. Goldman, N., Lampenius, N., Radhakrishnan, S., Stenzel, A., & Almeida, J. E. F. D. (2019). Financial Statement Tax Disclosures and Corporate Innovation. Available at SSRN 3174891.
43. Gorodnichenko, Y., & Schnitzer, M. (2013). Financial constraints and innovation: Why poor countries don't catch up. *Journal of the European Economic Association*, 11(5), 1115–1152.
44. Greve, H. R. (2003). A behavioral theory of R&D expenditures and innovations: Evidence from shipbuilding. *Academy of Management Journal*, 46, 685–702.
45. Gronum, S., Verreynne, M. L., & Kastle, T. (2012). The role of networks in small and medium-sized enterprise innovation and firm performance. *Journal of Small Business Management*, 50(2), 257–282.
46. He, J., & Tian, X. (2018). Finance and corporate innovation: A survey. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 47(2), 165-212.



