

الگوی نوآوری مالی در شرکت های فعال در بازار سرمایه مبتنی بر رویکرد زمینه بنیان

^۱ نفیسه موسوی نیا

^۲ رسول عبدی

^۳ نادر رضایی

^۴ عسگر پاک مرام

(تاریخ دریافت ۱۴۰۳/۷/۲۳ - تاریخ تصویب ۱۴۰۳/۱۰/۱۹)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

چکیده

نوآوری، عملکرد مالی شرکت را تحت تأثیر قرار می دهد. پیش از تحقق نوآوری، این عملکرد مالی بر پایه برخی الگوها بنانهاده شده که این شیوه پس از تحقق نوآوری می بایست تغییر کند. با توجه به این حقیقت که در هر فعالیت تجاری، نوآوری گنجانده شده واکنشهایی را در بازار ایجاد میکند، مؤلفان به بکارگیری اقداماتی معطوف هستند که ارتباط موقعیت بازار را به منظور بررسی تأثیر نوآوری مورد استفاده قرار میدهد. در حال حاضر شرایط علی، مداخله گر و زمینه ای،

۱- گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

۲- گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول) abdi5v@iau.ac.ir

۳- گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

۴- گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

راهبردها و پیامدهای نوآوری مالی مورد بررسی و کنکاش نگرفته است. بنابراین در این پژوهش تلاش شده است تا الگوی نوآوری مالی شرکت‌ها به روش نظریه‌پردازی زمینه بنیان طراحی گردد. این پژوهش، از نوع کیفی و اکتشافی است. این پژوهش به وسیله مصاحبه با افراد خبره در حوزه مبانی نظری نوآوری مالی و حوزه بازار سرمایه اجرا شده و با انجام ۱۶ مصاحبه در سال ۱۳۹۹ به روش نمونه‌گیری گلوله برفی، به اشباع رسیده است. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه مالی، نقدینه سازی، انتقال خطر قیمت، ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ، ابزارهای مدیریت ریسک و ابزارهای بازگشا به‌عنوان عوامل علی، پوشش ریسک، تأمین مالی مبتنی بر کالا و کشف قیمت نیز عوامل مداخله‌ای، رشد تولید ناخالص داخلی سرانه، تغییر در مقررات و دستورالعمل‌ها، وجود فضای تشویقی، فرهنگ‌سازمانی خلاق، ساختار سازمانی خلاق، محیط خلاق و سیستم مدیریت دانش به‌عنوان شرایط زمینه‌ای، بهره‌گیری از ابزارهای مالی اسلامی و توانایی مدیریت به‌عنوان عوامل راهبردی و درنهایت الگوی منسجم نشان داد نوآوری مالی شرکت‌ها پیامدهایی از قبیل اعتماد اجتماعی، بهبود توانمندی‌های همکاری و بهبود عملکرد و اثربخشی مالی را در پی دارد. نتایج این تحقیق می‌تواند به مدیران و تصمیم‌گیرندگان کمک کند تا با درک بهتر از عوامل مؤثر بر نوآوری مالی، استراتژی‌های مناسبی را برای بهبود عملکرد مالی و افزایش رقابت‌پذیری در بازار سرمایه اتخاذ نمایند. در نهایت، این مطالعه به غنای ادبیات مربوط به نوآوری مالی و ارائه راهکارهای عملی در این زمینه کمک خواهد کرد.

واژگان کلیدی: نوآوری، نوآوری مالی، بازار سرمایه، نظریه زمینه بنیان.

مقدمه

امروزه با کوتاه‌تر شدن چرخه عمر کالاها و فناوری به کار گرفته‌شده در آن‌ها مقوله نوآوری اهمیت روزافزونی در تجارت پیدا کرده است. به طوری که نوآوری به‌عنوان کلید اصلی رشد اقتصادی در بلندمدت و زیرساخت اولیه برای رقابت در بازارهای جهانی تلقی می‌شود (میزنر و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین مدیران باید برای برنامه‌ریزی و عملیات سازمانی که در پیش رودارند، همواره خلاق و نوآور باشند؛ زیرا سازمان با محیط پیرامون خود در تعامل است و تأثیرات فراوانی از محیط می‌پذیرد. محیط می‌تواند سازمان‌ها را با چالش‌ها و تهدیدات جدی مواجه

سازد؛ به همین دلیل سازمان‌ها، همواره در فرایند برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف مطلوب نباید ایستا باشند، بلکه با پویایی می‌توانند به‌طور فعال با محیط خود به تعامل پرداخته و از این طریق، حیات سازمان ادامه یابد (رفوگرزاده، ۱۳۹۷). نظام نوآوری به‌عنوان یک‌خرده نظام اجتماعی در بستر جامعه با سایر خرده نظام‌های اجتماعی، برای تحقق کارکرد خویش در ارتباط است. یکی از نیازهای اساسی برای تأمین کارکردهای توسعه، انتشار و کاربرد نوآوری، دسترسی به‌اندازه، به‌موقع و کافی به منابع و خدمات مالی موردنیاز است که باعث می‌شود فعالیت‌های نوآورانه در بستر جامعه، بتوانند نقش خود را هرچه بهتر ایفا کنند. اهمیت منابع مالی لازم برای نوآوری به‌اندازه‌ای است که شومپتر، نقش مهمی برای آن در پویایی نظام سرمایه‌داری قائل است. تعریف پایه‌ای شومپتر از سرمایه‌داری، شکلی از اقتصاد با مالکیت خصوصی است که در آن نوآوری یا منابع بدهی محور انجام می‌شود (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۳). علیرغم اینکه نوآوری مالی به معنی ابداع و کاربردی کردن ابزارهای جدید است که رافع نیازهای تأمین مالی، سرمایه‌گذاری یا پوشش ریسک شرکت‌ها باشد ولی در ایران، نوآوری مالی در بازارهای پول و سرمایه در اغلب موارد تقلیدی از الگوی طراحی ابزارهای نوین مالی صورت گرفته در سی یا چهل سال اخیر در کشورهای توسعه‌یافته یا نوظهور بدون توجه به نیازهای واقعی اقتصادی کشور، شرکت‌ها و بازارهای مالی بوده است، این در حالی است که ابداع ابزارهای مالی در بازارهای توسعه‌یافته در پی وقوع برخی نیازهای مالی، برخی موانع موجود بر سر راه شرکت‌ها، مسائل اطلاعاتی و کاهش مخاطرات اخلاقی و نیز ترتیبات خاص تأمین مالی شرکتی بوده است که ابزار موردنظر هم برای رفع آن‌ها ایجاد شده است. اما در ایران محدود ابزارهایی را می‌توان احصاء نمود که با این رویکرد رفع نیازهای واقعی پا در عرصه بازارهای مالی نهاده باشند و در اکثر موارد پس از شناسایی و درخور نیاز بودن یک ابزار مالی در بازار مالی جهانی یا بازارهای مالی اسلامی، ابزار مالی موردنظر پس از رفع تعارضات فقهی در کمیته‌های فقهی و شریعت، گام در عرصه بازار مالی ایران نهاده است. از سوی دیگر، زمانی می‌توان ادعا نمود که نظام مالی اسلامی در کشور وجود دارد که این نظام مالی اسلامی بتواند به اشاعه ابزارهای مالی نوین اسلامی به‌طور پیوسته بپردازد و برای حل مسائل و رفع نیازهای جاری مسلمین در هر زمان راهکار ارائه دهد و همین‌طور نظام مالی اسلامی بایستی بتواند ابزارهای نوین مالی مربوط به خود را در دنیای اسلام گسترش دهد

(بیات، ۱۳۹۵). این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که چه الگویی برای نوآوری مالی شرکت های فعال در بازار سرمایه مناسب است؟ به منظور پاسخ به این سؤال، از رویکرد زمینه بنیان استفاده می شود. در حقیقت مطالعه حاضر مفهوم جدیدی از نوآوری مالی را معرفی می کند. از این رو، انتظار می رود نتایج پژوهش حاضر بتواند به مدیران شرکت ها، تحلیل گران مالی، سرمایه گذاران و سایر ذی نفعان در درک بهتر نوآوری مالی و عوامل مؤثر بر آن کمک کرده و آن ها را در اتخاذ تصمیم ها کمک نماید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

دنیای رقابتی امروزی، به تمامی شرکت هایی که اهداف خود را بر مبنای حضور در بازارهای بزرگ داخلی و البته جهان قرار داده اند این نکته را گوشزد می کند که به منظور جلب توجه سرمایه گذاران در بازارهای مالی، به کسب سود بیشتر از طرق مختلف از جمله، کاهش بهای تمام شده، افزایش کیفیت و به دنبال آن افزایش فروش روی آورند. در این میان، تعدادی از شرکت ها نیز سعی می کنند با ارائه اطلاعات گمراه کننده و غیرواقعی تصویر مطلوبی از شرکت نشان داده و خود را در سطح رقابت برای جذب سرمایه گذاران حفظ کنند. ایجاد ارزش در شرکت ها یکی از مهم ترین وظایف مدیران محسوب می شود. جهت نشان دادن میزان موفقیت مدیران در ایجاد و افزایش ارزش از معیارهای ارزیابی عملکرد استفاده می شود (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۴).

مفهوم نوآوری توجهات زیادی را در فن آوری اطلاعات و تحقیقات بازاریابی جلب کرده است. مشتریانی که در خریده های سنتی مشکل دارند با سرعت بیشتری به سمت نوآوری های خرید آنلاین می روند. نوآوری آنلاین بیشتر در مورد تغییر سبک سنتی به سمت خرید آنلاین استفاده می شود. در نحوه خرید آنلاین که دارای نوآوری های تکنولوژیکی وجود دارد وسعت و دامنه ارائه کالا گسترده تر است. نوآوری آنلاین بیشتر در مورد تغییر سبک سنتی به سمت خرید آنلاین استفاده می شود. در نحوه خرید آنلاین که دارای نوآوری های تکنولوژیکی وجود دارد وسعت و دامنه ارائه کالا گسترده تر است (سینها و کیم، ۲۰۱۲). نوآوری در تکنولوژی، نقش کلیدی در فراهم آوردن شرایط بهتر زندگی برای بسیاری از مردم بازی کرده است، به طور معمول این نوآوری ها با دغدغه های اجتماعی با توجه به مسائل محیط زیستی و یا کمبود منابع

(کشش تقاضا) شروع می‌شود. مهم‌ترین تفاوت دنیای امروز با دیروز سرعت تحولات تکنولوژیک عنوان شده است (هاشمی، ۱۳۹۶).

در ادبیات مالی، نوآوری‌های مالی را می‌توان در دودسته کلی نوآوری‌های فرایندی و نوآوری‌های محصولی تفکیک نمود. نوآوری در فرایند قویاً توسط تکنولوژی‌های جدید ایجاد می‌شود و نقش حیاتی را در ایجاد مزیت رقابتی بین مؤسسات مالی ایفا می‌کند. در صنعت بازار اوراق بهادار معاملات با دسترسی مستقیم ۱ مهم‌ترین نوآوری مالی با منشأ تکنولوژیکی در طی ۲۰ سال اخیر محسوب می‌شود. دات منجر به دسترسی مستقیم سرمایه‌گذاران به بورس‌ها، ارسال سفارش و دسترسی به اطلاعات به صورت زمان واقعی شده است. سیستم‌های معاملاتی الکترونیکی و سامانه‌های معاملاتی چندجانبه در این حوزه هزینه‌های معاملاتی را به ۱۰ درصد هزینه‌های معاملاتی در بورس‌ها تقلیل داده‌اند (ویرال و ژائوکسیا، ۲۰۱۷).

نوآوری‌ها اغلب به این دلیل به وجود می‌آیند که به چالش‌های سازمانی یا تکنولوژیک پاسخ دهند. بنابراین نوآوری ابتدا در شرکت‌هایی به وجود می‌آید که برای پاسخ به این چالش‌ها تحت فشار شدیدتری قرار دارند. از این دیدگاه یک‌راه کمک به شرکت‌های صنعتی کوچک برای رسیدن به پایداری در شرایط بحران اقتصادی، تدوین سیاست‌های حمایتگر از نوآوری می‌باشد. اولین گام در تدوین سیاست‌های مناسب برای حمایت از نوآوری در مؤسسات اقتصادی کوچک و متوسط، بررسی عواملی که بر تلاش‌های نوآورانه شرکت‌ها اثر می‌گذارند و همچنین بررسی چگونگی تأثیر این عوامل می‌باشد. پیشرفت تکنولوژیک یک فاکتور تعیین‌کننده در تکامل جوامع انسانی بوده و ارتقای سطح تکنولوژی ریشه توسعه در هر کشوری می‌باشد. پیشرفت تکنولوژیک از طریق نوآوری تکنولوژیکی، مؤسسات اقتصادی را قادر به کسب یا افزایش مهارت‌های رقابتی می‌سازد. این امر که آیا مؤسسات اقتصادی در فناوری‌های خود نوآوری دارند یا خیر و اینکه تا چه حدی نوآوری دارند به عوامل متنوعی وابسته است (سلطانی و حسینی، ۱۳۸۹).

عملکرد مالی کسب شده را می توان به شیوه های گوناگون مورد بررسی قرارداد. برای مثال درآمدها را به عنوان یکی از موارد ایجادکننده ارزش شرکت مورد استفاده قرار دهیم؛ بنابراین با توجه به این حقیقت که نوآوری می تواند منجر به افزایش درآمدها و کاهش در هزینه ها شود، اندازه گیری عملکرد مالی باید در ارتباط با سود اجرایی باشد؛ اما از سوی دیگر، سود ممکن است که به طور جدی تحت تأثیر شیوه های حسابرسی کاربردی باشد. برای مثال شیوه کاهش ارزش، شیوه تصویب سازگاری های حسابرسی و حتی فروش دارایی های ثابت محسوس. اگر این موارد از سود اجرایی حذف گردد، نتیجه اساساً نقدینگی از فعالیت های اجرایی را ارائه می دهد. هنگامی که عملکرد نهاد کسب و کار در جهت کمی سازی اثر نوآوری بررسی می شود مؤلفان متغیر نقدینگی را از فعالیت های اجرایی برمی گزینند (علی اکبری رسا و عدالت حقی، ۱۳۹۲).

امروزه تغییرات در صنایع غیرقابل پیش بینی است. سرعت، کارایی، انعطاف پذیری و اعتماد، فاکتورهای اساسی هستند که نه تنها برای موفقیت بلکه برای حیات این گونه سازمان ها الزامی اند. شرکت های خصوصی به دنبال ارائه خدمات جدید و راه حل های نو با هزینه اندک در جهت رفع نیاز مشتریان شان هستند و همین امر آن ها را در جهت انجام فعالیت های نوآورانه هدایت می کند که باعث جذب مشتریان جدید در بین سایر رقبای خود می شود. زمانی که مشتریان از سازمانی به سازمان دیگر در حرکت است، علم و تجربه آن ها نیز با خودشان در جریان است و این موجب گسترش تنوع ذهنی بین سازمان های مختلف می شود. این موارد عامل مهمی برای حرکت سازمان ها از نوآوری بسته به سوی نوآوری باز به معنی جمع آوری ایده های جدید از منابع خارج سازمان و مدیریت بر جریان آن است به گونه ای که منجر به پیشرفت سازمان شود (بالاسمیر و همکاران، ۲۰۱۷).

عدم آگاهی شرکت ها نسبت به نوآوری مالی و تکنولوژیکی و عدم شناخت آن ها نسبت به عملکرد مالی خود و روش های تأمین مالی و نداشتن معیاری برای سنجش آن، موجب شکست و عدم موفقیت آن ها در ورود به بازار شده است. در حال حاضر در کشور شاهد شکل گیری انواع و اقسام کسب و کارهایی هستیم که به دلیل اینکه اداره آن ها بر بستر شیوه های قدیمی است، روزه روز در حال افزایش هستند، اما متأسفانه این تجارت ها پس از مدت کوتاهی به دلیل عدم رعایت استانداردهای ابتدایی و پایه ای، به سرعت شکست خورده و از بین می روند (هاشمی، ۱۳۹۶).

علی‌رغم اینکه نوآوری مالی به معنی ابداع و کاربردی کردن ابزاری جدید است که رافع نیازهای تأمین مالی، سرمایه‌گذاری یا پوشش ریسک شرکت‌ها باشد ولی در ایران، نوآوری مالی در بازارهای پول و سرمایه در اغلب موارد برداشتی از الگوی طراحی ابزارهای نوین مالی صورت گرفته در ۳۰ تا ۴۰ سال اخیر در کشورهای توسعه‌یافته یا نوظهور بدون توجه به نیازهای واقعی اقتصادی کشور، شرکت‌ها و بازارهای مالی بوده است، این در حالی است که ابداع ابزارهای مالی در بازارهای توسعه‌یافته در پی وقوع برخی نیازهای مالی، برخی موانع موجود بر سر راه شرکت‌ها، اقتصاد اطلاعات و کاهش مخاطرات اخلاقی و نیز ترتیبات خاص تأمین مالی شرکتی بوده است که ابزار موردنظر هم برای رفع آن‌ها ایجاد شده است. اما در ایران معدود ابزارهایی را می‌توان احصا نمود که با این رویکرد رفع نیازهای واقعی پا در عرصه بازارهای مالی نهاده باشند و در اکثر موارد پس از شناسایی و درخور نیاز بودن یک ابزار مالی در بازار مالی جهانی یا بازارهای مالی اسلامی، ابزار مالی موردنظر پس از رفع تعارض فقهی در کمیته‌های فقهی و شریعت، گام در عرصه بازار مالی ایران نهاده است (بیات و همکاران، ۱۳۹۷).

مفهوم کیفیت نوآوری با مفهوم عملکرد نوآوری تجمیع شده است و به این نکته اشاره دارد که هر حوزه در درون یک سازمان، چگونگی ایجاد یک محصول، فرآیند یا نوآوری در خدمات را با پتانسیل موجود و روند شکل‌گیری نتایج مقایسه می‌نماید. درحالی‌که نوآوری ارتباط محکمی میان نو بودن و خلاقیت با مفاهیم کیفیت از جمله استاندارد ایجاد می‌کند، به دامنه تغییرات اندک و رویه‌های نظام‌مند پایبند است. با توجه به محصول یا خدمت، کیفیت نوآوری می‌تواند از طریق متغیرهایی مثل مقدار، اثربخشی، ویژگی‌ها، قابلیت اطمینان، زمان‌بندی، هزینه‌ها، پیچیدگی، درجه نوآوری، ارزش برای مشتری و بسیاری دیگر از این مفاهیم تعریف شود. اگرچه کیفیت نوآوری یکی از مهم‌ترین عوامل شرکت‌ها برای به‌کارگیری راهبردی نوآوری برای رقابت در بازار است، اما تعیین آن به دلیل افزایش پیچیدگی، مشکلات ناشی از شناسایی عوامل تشکیل‌دهنده و نیاز به ادغام مقایسه‌ها، با چالش‌هایی روبروست (شائی و همکاران، ۱۳۹۱).

نوآوری به‌عنوان یک توانمند ساز قوی برای سازمان شناخته می‌شود که به ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط با پیچیدگی فزاینده و به‌سرعت در حال تغییر، منجر می‌شود. درواقع نوآوری نه‌تنها می‌تواند استفاده بهینه از منابع موجود، بهره‌وری و ارزش بالقوه سازمان را بهبود

بخشیده، بلکه می تواند موجب کسب دارایی های ناملموس در سازمان شود. شرکت های نوآور، با پاسخگویی به نیاز مشتریان و بهبود قابلیت های جدیدی که اجازه می دهد به عملکرد برتر یا سودآورتری دست یابند، موفق تر خواهند بود. نوآوری در دستیابی به بهره وری عملیاتی همچنین افزایش کیفیت خدمات، بسیار مهم و حیاتی است. به عبارت دیگر نوآوری به عنوان یک نیروی مهم در جهت توسعه شرکت ها و بهبود عملکردشان محسوب می شود. توان نوآوری مهم ترین مشخصه تعیین کننده عملکرد است (شائمی و همکاران، ۱۳۹۱). نوآوری مالی که عمل خلق و سپس مشهور کردن ابزارهای مالی جدید و نیز فناوری ها، در ادبیات مالی به عنوان نمادها و بازارهای مالی جدید است کانالی برای توسعه نظام مالی معرفی شده است. بسیاری از پژوهشگران برجسته اهمیت خدمات جدید را در عرصه مالی پررنگ کرده اند. در حقیقت ابداع های مالی، بنگاه ها را به افزایش سرمایه بیشتر و با هزینه کمتر قادر می سازند. عملکرد نظام مالی هزینه های منابع حقیقی مانند نیروی کار، مواد اولیه و سرمایه به کار گرفته شده به وسیله واسطه های مالی و تسهیل کننده های مالی را در برمی گیرد. بسیاری از این منابع صرف جمع آوری اطلاعات و تحلیل آن ها می شود که شرکت کنندگان در بازارهای مالی برای مقابله با اطلاعات نامتقارن به کار گرفته اند. افزون بر آن وجود نا اطمینانی درباره آینده، ریسک هایی را پدید می آورد که برای افراد ریسک گریز، هزینه است؛ در نتیجه، نوآوری مالی چیز جدیدی ارائه می کند که هزینه ها و ریسک را کاهش می دهد یا محصول و ابزار اصلاح شده ای عرضه می کند که بهتر درخواست های شرکت کنندگان را برآورده می سازد. می توان نوآوری مالی را کوششی برای کاهش ریسک با فروش منبع آن دانست؛ به صورتی که یک سبد دارایی را با انتقال دارایی های ریسکی به دارایی بدون ریسک تعدیل و با ادغام هم زمان و تقسیم ریسک ها متنوع سازی می کند، حال آنکه ریسک ها را حذف نمی کند بلکه آن را توزیع کرده و ریسک را با خرید ضمانت در برابر ضرر و زیان ها کاهش داده، سودهای اقتصادی مالکیت را حفظ می کند و نا اطمینانی زیان های ممکن را از بین می برد (ابوترابی و همکاران، ۱۳۹۳).

پیشینه تجربی

السید و الزاین (۲۰۱۹) در مطالعه خود نشان دادند که استفاده از استراتژی پیش بینی ریسک به افزایش کارایی عملکرد مالی بانک ها کمک می کند و همچنین مشخص شده است که استفاده از

قراردادهای گزینه‌ها به افزایش بهره‌وری در عملکرد مالی بانک‌ها کمک می‌کند. این مطالعه توصیه می‌کند که علاوه بر افزایش آگاهی از مفهوم نوآوری مالی و مزایای چندگانه آن از طریق برگزاری درس گروهی‌ها، درس گروهی‌ها و دوره‌های آموزشی، به تشویق بانک‌ها در استفاده از ابزارهای نوآورانه مالی ارائه‌شده توسط مهندسی مالی بپردازد. پوپا و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه خود به بررسی ادبیات تجربی مربوط به ارزیابی تأثیر سوابق سازمانی و جو نوآوری در نوآوری باز و همچنین تأثیر پیامدهای آن بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط پرداختند. نتایج نشان داد که عوامل سازمانی مانند شیوه‌های مبتنی بر تعهد منابع انسانی بر جو نوآوری تأثیر مثبتی دارد و جو نوآوری به‌روشنی‌های نوآوری (فرایند درون به برون و برون به درون) کمک می‌کند.

عبدالحسین (۱۳۹۸) در مطالعه خود به بررسی استفاده از ابزارهای مالی اسلامی در اوراق بهادار عراق پرداخته است. این پژوهش در خلال دستیابی به نتایج مهم، دلیل اصلی عدم رشد و توسعه ابزارهای مالی اسلامی در عراق را عدم وجود بازار مالی اسلامی و نبود یک فضای قانونی برای تشویق صدور ابزارهای مالی اسلامی در این کشور می‌داند. در این تحقیق نیاز به یک بازار مالی اسلامی در عراق که به موازات بازار اوراق بهادار باشد و کلیه بانک‌ها و مؤسسات مالی اسلامی را شامل شده و لزوم صدور قانون حاکم بر معامله با ابزارهای مالی اسلامی و فراهم آوردن حمایت از مشتریان آن، و لزوم گسترش کار ابزارهای مالی اسلامی و تنوع‌بخشی را خاطر نشان می‌سازد. دموری و جاویدان (۱۳۹۸) در مطالعه خود به بررسی و اولویت‌بندی ابزارهای تأمین مالی اسلامی با رویکرد ویکور فازی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که اولویت تأمین مالی از طریق اوراق بهادار اسلامی به ترتیب اوراق اسناد خزانه، اوراق استصناع، اوراق اجاره و اوراق سلف است. مرادنوری (۱۳۹۸) به بررسی و مقایسه مدل‌های قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای مرسوم، مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با بتای صفر و مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با نرخ بهره صفر برای صکوک پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با بتای صفر در مقایسه با سایر مدل‌ها از اولویت بیشتری برخوردار است.

در راستای دستیابی به هدف اصلی پژوهش که به دنبال اثبات یا رد ادعای خاصی نبوده و صرفاً در پی طراحی الگوی نوآوری مالی شرکت‌ها است، طرح فرضیه برای پژوهش حاضر ضرورتی ندارد و اهم تلاش، صرف پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش می‌شود. بر اساس این، پرسش‌های فرعی پژوهش به شرح زیر طرح می‌شوند:

پرسش اول: شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای شناسایی نوآوری مالی چیست؟

پرسش دوم: راهبردهای شناسایی نوآوری مالی چیست؟

پرسش سوم: پیامدهای شناسایی نوآوری مالی چیست؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کیفی است. همچنین از منظر بعد زمانی، مقطعی و از منظر هدف، از نوع اکتشافی می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر موضوعی در حوزه شناسایی نوآوری مالی قرار دارد و با توجه به ترکیب روش‌های تحقیق کیفی در این پژوهش، در مرحله اول از رویکرد زمینه بنیان استفاده شده است. این پژوهش از نوع استقرایی ۱ و اکتشافی ۲ است و با روش تئوری داده بنیاد ۳ انجام می‌شود. با توجه به هدف تحقیق، داده‌ها از طریق مصاحبه ساختار نیافته و با رویکردی اکتشافی گردآوری شده است. در پژوهش حاضر مبنای ارائه الگوی شناسایی نوآوری مالی مصاحبه از خبرگان حرفه‌های مورد اشاره بر طبق نوعی از پژوهش کیفی به نام نظریه پردازی زمینه بنیان و الگوی جامع حاصل از آن می‌باشد.

در این پژوهش، بخش اول (داده‌ها)، از منابع مختلفی مانند مصاحبه، مشاهده و مشارکت گردآوری می‌شود که داده‌ها با مصاحبه جمع‌آوری شده‌اند. همچنین در روش پژوهش کیفی، بخش دوم شامل روش‌های تحلیلی و تعبیر و تفسیری است که برای رسیدن به یافته‌ها یا نظریه‌ها به کار می‌رود. این روش‌ها شامل شیوه‌های مفهوم‌پردازی از داده‌ها است که به "کدگذاری"

۱- Inductive

۲- Exploratory

۳- Grounded Theory

مرسوم است. در این پژوهش نیز از روش‌های کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شده است. بخش سوم روش پژوهش کیفی، عبارت است از گزارش‌های نوشته شده یا ترسیم نمودارها و شکل‌ها با ارائه شفاهی که در این پژوهش از روش نموداری استفاده شده است. همچنین در این پژوهش از منظر نتیجه اجرا از نوع بنیادی است که باهدف کشف ماهیت پدیده‌ها انجام می‌شود. از منظر منطق اجرا (یا نوع استدلال) از نوع استقرایی است؛ زیرا در این پژوهش مصاحبه‌شوندگان با توجه به تجربه‌های خود درباره نتایج پدیده‌ها توضیحات خود را ارائه می‌کنند.

در این پژوهش از گروه‌های کانونی قبل از انجام پژوهش، مصاحبه‌های زمینه‌ای صورت می‌پذیرد. برای این منظور از تعدادی متخصصین مالی و خبرگان مصاحبه به‌عمل آمده و پیش‌های به‌دست آمده حاصل این مصاحبه اولیه به‌منظور توسعه و بهبود رهنمود مصاحبه، استفاده می‌گردد. بعد از انجام مصاحبه گروه‌های کانونی، رهنمود مصاحبه تهیه گردیده تا نسبت به دستیابی: الف) یکنواختی و پوشش پرسش‌های پژوهش (موضوعات موردپژوهش)، ب) کاهش سوگیری‌های محقق نسبت به مسائل از پیش پنداشته و ج) طرح پرسش‌های کلیدی به‌منظور کاویدن تجارب مشارکت‌کنندگان، اطمینان حاصل گردد.

شایان‌ذکر است رهنمود مصاحبه در اختیار چند تن از صاحب‌نظران دانشگاهی و حرفه قرار گرفته و نظرات ایشان اخذ و اصلاحات نهایی به وجود خواهد آمد. مصاحبه‌ها نیمه ساختاریافته و در اغلب موارد مصاحبه‌شونده برای پاسخ‌های باز و مستقل ترغیب می‌گردد. در مصاحبه نیمه ساختاریافته سؤال‌ها از قبل طراحی و هدف کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه‌شونده هست و در هر پاسخ ممکن است با سؤال‌های دیگر موردبررسی بیشتر قرار گیرد. هدف پژوهش حاضر این است که عوامل مؤثر بر نوآوری مالی از دیدگاه گروه‌های مختلف که چهار گروه عمده درگیر با موضوع پژوهش که شامل: حسابداران رسمی و مدیران مؤسسات حسابرسی، مدیران نهادهای نظارتی و قانون‌گذار در بازار سرمایه، خبرگان مالی و اعضای هیئت‌علمی دانشگاه بر اساس تئوری زمینه بنیان‌شناسایی شود. این چهار گروه عمده بر اساس زنجیره تأمین نوآوری مالی انتخاب شده‌اند. درواقع زنجیره تأمین نوآوری مالی به افراد و فرایندهایی اشاره دارد که در نوآوری مالی شرکت‌ها می‌توانند نقش داشته باشند. در این زنجیره همه اجزا باید دارای ارتباطی نزدیک

باشند تا به فزونی نوآوری مالی و درنهایت به تقویت عملکرد مالی شرکت ها بیانجامد. در واقع در پژوهش حاضر مبنای ارائه الگوی عوامل مؤثر بر نوآوری مالی مصاحبه از خبرگان حرفه‌های مورد اشاره بر طبق نوعی از پژوهش کیفی به نام نظریه پردازی زمینه بنیان و مدل جامع حاصل از آن می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

اجرای نظریه پردازی زمینه بنیان به‌طور کلی در دو گام اساسی به شرح زیر انجام می‌شود: گام اول- گردآوری داده‌ها: داده‌های اولیه این پژوهش از منبع مصاحبه ساختاریافته با خبرگان و با رویکرد اکتشافی با استفاده از ۳ سؤال کلی و باز به شرح زیر جمع‌آوری شده است: چه عواملی بر نوآوری مالی شرکت‌ها مؤثرند؟ این عوامل می‌تواند مربوط به محیط درون شرکت و محیط بیرون از شرکت باشد (شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای).

شرکت‌ها برای نوآوری مالی چه اقداماتی را باید انجام دهند؟ (راهبردها)

نوآوری مالی چه تأثیری بر عملکرد شرکت‌ها دارد؟ (پیامدها)

گام دوم- کدگذاری متن و نظریه پردازی: فرایند کدگذاری شامل سه سطح است: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی که در ادامه توضیح داده می‌شود:

کدگذاری باز: طی کدگذاری باز، داده‌ها به بخش مجزا خرد می‌شوند و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌هایشان بررسی می‌شوند. سپس این مفاهیم بر اساس مشابهت‌هایشان طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار مقوله پردازی گفته می‌شود که مقوله، مفهومی است و از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است و بنای نظریه از آن‌ها تشکیل می‌شود. به‌طور خلاصه، نتیجه کدگذاری باز مجموعه‌ای از مقوله‌های مفهومی ایجادشده از داده‌هاست.

کدگذاری محوری: در کدگذاری محوری بین مقوله‌های اساسی که در کدگذاری باز گسترش یافته‌اند، در سطح ویژگی‌ها و ابعاد، ارتباطات درونی برقرار می‌شود. در پایان این مرحله، مقوله‌ها برحسب شرایط به‌شرط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها تقسیم می‌شوند. مقوله اصلی در این پژوهش نوآوری مالی است.

کدگذاری انتخابی و خلق نظریه: در این پژوهش مدل ایجادشده با استفاده از نمودار و روایت ارائه می‌شود.

نمونه‌ها در نظریه‌پردازی زمینه بنیان، عموماً به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی انتخاب می‌شوند. نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای، یعنی انتخاب شرکت کنندگانی که به نحوی با یکدیگر پیوند دارند و پژوهشگر را به دیگر افراد همان جامع راهنمایی می‌کنند. به بیان دیگر، در مصاحبه، ابتدا تعدادی از اشخاص صاحب نظر و دارای تحصیلات و تجربه کافی مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب شدند و در پایان مصاحبه از آن‌ها خواسته شد سایر افراد مطلع و صاحب نظر در خصوص موضوع پژوهش را معرفی کنند. بر اساس این، تعداد ۱۶ مصاحبه انجام شدند و نمونه‌گیری به اشباع نظری رسید و مصاحبه جدیدی صورت نگرفت. منظور از اشباع نظری، یعنی با انجام آخرین مصاحبه هیچ مفهوم و مقوله جدیدی شکل نگیرد و مصاحبه‌های انجام شده برای شروع تحلیل آماری کفایت می‌کند. میانگین مدت زمان مصاحبه برای طراحی الگوی نوآوری مالی، حدوداً ۱۴ دقیقه است. برای سنجش روایی و پایایی پژوهش، قبل از شروع مصاحبه‌ها، پس از مصاحبه با ۵ نفر از خبرگان دانشگاه، حرفه و شرکت‌ها و اخذ نظرات آن‌ها، رهنمود مصاحبه تهیه شد و مصاحبه‌ها حول رهنمود مصاحبه صورت گرفت و با افزایش تعداد مصاحبه‌ها، رهنمود مصاحبه‌ها نیز گسترش یافت. روش‌شناسی و انتخاب این افراد بدین شکل است که یا در حوزه مدیریت و مالی دارای پژوهش یا کتاب چاپ شده بوده و یا به صورت علمی گزارش نوآوری مالی را تهیه کرده‌اند. کل مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شوندگان ضبط شدند و پژوهشگران هر مصاحبه را چندین بار بررسی کردند. به منظور اعتبار یافته‌ها، نتایج تحلیل و کدگذاری برخی از مصاحبه‌ها در اختیار ۵ نفر از مشارکت کنندگان در پژوهش و ۵ نفر خارج از مشارکت کنندگان قرار گرفت. خبرگان عموماً مدل استخراج شده را معتبر تلقی کردند.

با ۱۶ نفر از خبرگان حوزه مبانی نظری مالی و مدیریت، حسابداران رسمی و مدیران مؤسسات حسابرسی، مدیران نهادهای نظارتی و قانون‌گذار در بازار سرمایه، خبرگان مالی و اعضای هیئت علمی دانشگاه و سایر صاحب‌نظران مصاحبه عمیق صورت گرفت. در نگاره (۱) مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان گزارش شده است.

شناسایی نوآوری مالی در نظر گرفته شده‌اند. در نگاره (۲) تفاسیر مرتبط با این مقوله گزارش شده‌اند.

جدول (۲): شرایط علی نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
توسعه مالی	طبق نظر خبرگان معیار توسعه مالی نرخ رشد اندازه یا سهم نظام مالی است. نرخ رشد شامل افزایش تعداد واسطه‌های مالی و یا سهم آن‌ها از فعالیت‌های اقتصادی است. به عبارت دیگر سهم نظام مالی از حجم مبادلات در اقتصاد افزایش می‌یابد.
نقدینه سازی	این نوع نوآوری، نقدینگی بازار را افزایش می‌دهند، به وام‌گیرندگان امکان می‌دهند از منابع جدید مالی در بازار پول استفاده کنند و به مشارکت‌کنندگان در بازار امکان می‌دهند محدودیت‌های سرمایه را که نتیجه مقررات است کنار برانند.
انتقال خطر قیمت	نوآوری‌هایی هستند که ابزار مؤثری برای مقابله با خطر قیمت یا نرخ مبادله در اختیار فعالان بازار قرار می‌دهند. عملکرد ابزار انتقال خطر اعتباری، توزیع مجدد خطر نکول یا عدم پرداخت به نوعی انتقال خطر نرخ مبادله به شمار می‌روند.
ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ	طبق نظر خبرگان، ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ به سرمایه‌گذاران و وام‌گیرندگان امکان استفاده از تفاوت هزینه و بازده میان بازارها را می‌دهد.
ابزارهای مدیریت ریسک	طبق نظر خبرگان، ابزارهای مدیریت ریسک توزیع دوباره ریسک مالی را به سوی کسانی که آمادگی ریسک‌پذیری بیشتری دارند، امکان‌پذیر می‌سازند.
ابزارهای بازار گشا	طبق نظر خبرگان، ابزارهای بازار گشا نقدینگی بازار و دسترسی به وجوه را با جذب سرمایه‌گذاران جدید و ارائه فرصت جدید به وام‌گیرندگان افزایش می‌دهد.

منبع: نتایج تحقیق

شرایط مداخله گر:

شرایط مداخله گر، شرایط ساختاری‌اند که به پدیده‌ها تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. آن‌ها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می‌بخشند یا آن‌ها را محدود و مقید می‌کند.

جدول (۳): شرایط مداخله گر نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
پوشش ریسک	طبق نظر خبرگان، حرکت به سمت نوآوری های مالی عمدتاً در توسعه معاملات مشتق نمود پیدا می کند. یکی از اهداف اساسی نوآوری های مالی در حوزه معاملات مشتق کمک به پوشش ریسک فعالان بخش واقعی اقتصاد است. اصولاً وجود ابزارهایی برای مدیریت ریسک در حوزه های تولید یکی از نشانه های توسعه یافتگی اقتصاد است. یک بنگاه تولیدی باید این امکان را داشته باشد که بتواند ریسک های غیر ضروری از جمله ریسک نوسانات قیمت مواد اولیه و محصولات را با استفاده از ابزارهای مناسب و متنوع منتقل کرده و به ریسک های مرتبط با حوزه تولید و فرایندهای تولیدی خود بپردازد که از ابزارهای مالی که این کاربرد را برمی آورد می توان به اوراق مشتق از جمله قراردادهای آتی و اختیارات معامله اشاره کرد.
تأمین مالی مبتنی بر کالا	طبق نظر خبرگان، نوآوری های صورت گرفته در حوزه معاملات مشتق متعارف به صورت مستقیم نقش چندانی در کمک به تأمین مالی ندارند، ولی نوآوری های صورت گرفته در حوزه تأمین مالی مبتنی بر کالا نقش انکارناپذیری در کمک به تأمین مالی فعالان بخش واقعی اقتصاد دارد.
کشف قیمت	طبق نظر خبرگان، یکی از مهم ترین کارکردهای نوآوری ابزارهای مالی کمک به کشف قیمت است. از آنجایی که قیمت یکی از مؤلفه های بسیار اساسی در مفاهیم اقتصادی است و نقش بسیار کلیدی در تنظیم روابط تولید ایفا می کند، کشف قیمت نهادهای تولید در یک بازار کارا و به صورت پیوسته از اهمیت بالایی برخوردار است

منبع: نتایج تحقیق

شرایط زمینه ای:

شرایط زمینه ای، مجموعه خاصی از شرایط است که در یک زمان و مکان خاص جمع می شوند تا مجموعه اوضاع، احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل خود به آن ها پاسخ می دهند (امیر آزاد و همکاران، ۱۳۹۷). بر اساس مصاحبه های انجام شده، نوآوری مالی از مقوله های زیر به عنوان شرایط زمینه ای تأثیر می گیرد. این شرایط در نگاره (۴) توضیح داده شده اند.

جدول (۴): شرایط زمینه‌ای نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
رشد تولید ناخالص داخلی سرانه	طبق نظر خبرگان، کشورهایی که در آن‌ها مؤسسات مالی بیشتر به نوآوری مالی می‌پردازند، بهتر قادر به تفسیر فرصت‌های رشد و در نهایت زمینه‌ساز رشد تولید ناخالص داخلی سرانه هستند.
تغییر در مقررات و دستورالعمل‌ها	طبق نظر خبرگان، تغییر در مقررات در جهت ایجاد بسترهای مناسب برای نوآوری از شرایط مداخله‌گر به شمار می‌آید.
وجود فضای تشویقی	طبق نظر خبرگان، دلیل اصلی عدم رشد و توسعه ابزارهای مالی اسلامی نبود یک فضای قانونی برای تشویق صدور ابزارهای مالی اسلامی می‌باشد. طبق نظر آن‌ها نیاز یک بازار مالی اسلامی به موازات بازار اوراق بهادار بوده و کلیه بانک‌ها و مؤسسات مالی اسلامی را شامل شده و لزوم صدور قانون حاکم بر معامله با ابزارهای مالی اسلامی و فراهم آوردن حمایت از مشتریان آن و لزوم گسترش کار ابزارهای مالی اسلامی و تنوع‌بخشی را خاطر نشان می‌سازد.
فرهنگ سازمانی خلاق	طبق نظر خبرگان، فرهنگ سازمانی می‌تواند سرچشمه‌ای برای حرکت و پویایی، خلاقیت و نوآوری مالی و یا مانعی در راه پیشرفت آن‌ها به شمار آید.
ساختار سازمانی خلاق	طبق نظر خبرگان، یکی از مهم‌ترین عوامل تسهیل و تقویت خلاقیت و نوآوری مالی در سازمان ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف است.
محیط خلاق	طبق نظر خبرگان، یکی از روش‌های مهم متبلور کردن خلاقیت، به وجود آوردن فضای محرک، متعدد و به‌طور کلی خلاق است. به‌طور کلی، برای ایجاد محیط مناسب در سازمان برای خلاقیت و نوآوری مالی باید محیط کاری خلاق وجود داشته باشد.
سیستم مدیریت دانش	طبق نظر خبرگان، توانایی مدیریت دانش، نقش محوری در حمایت و پرورش تمامی نوآوری‌ها دارد. مدیریت دانش به فرایندهای مدیریت دانش در سازمان اشاره دارد. به‌طوری که توسعه و استفاده از دانش درون شرکت و در تعامل با دیگر عوامل نوآوری را برای شرکت به همراه دارد.

منبع: نتایج تحقیق

راهبردها:

راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مدنظرند. راهبردها

مقصود دارند، دارای دلیل اند و هدفمند صورت می گیرند. خبرگان و مصاحبه شوندگان معتقد بودند مقوله های زیر راهبردهای مرتبط نوآوری مالی در نظر گرفته می شوند. این مفاهیم و مقوله ها در نگاره (۵) توضیح داده شوند.

جدول (۵): راهبردهای نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
بهره گیری از ابزارهای مالی اسلامی	طبق نظر خبرگان در کنار بازار پول، بازار سرمایه نیز به منظور تأمین نقدینگی و پوشش ریسک مورد نیاز کارفرمایان و کارآفرینان، با ابداع انواع گوناگون ابزارهای مالی فعالیت دارد. در این بازار نیز اوراق قرضه نقش فعالی در تأمین وجوه مورد نیاز بنگاه ها ایفا می کند. در نظام پولی اسلامی، با توجه به حرمت بهره، بانک ها به منظور تجهیز و تخصیص وجوه از عقدهای اسلامی مانند: قرض الحسنه، وکالت، مضاربه، مرابحه و سلف استفاده می کنند. بانک مرکزی نیز در استفاده از ابزارهای سیاست پولی با محدودیت هایی روبه رو است. همچنین، بازار سرمایه نیز برای تأمین مالی طرح های سرمایه گذاری نمی تواند از اوراق قرضه و مانند آن استفاده کند و به همین جهت برای اعمال سیاست پولی در بازار پول و نیز تأمین مالی در بازار سرمایه نیاز به طراحی ابزارهای جدیدی است تا ضمن مشروع بودن، بتوانند هدف های آینده بازار را تحقق بخشند. این ابزارها که به صکوک شهرت یافته اند در سال های اخیر رشد چشمگیری داشتند و حتی در کشورهای غیر اسلامی نمونه هایی از آن مورد توجه واقع شده است. این اوراق شامل صکوک اجاره، صکوک سلم (سلف)، صکوک استصناع، صکوک مرابحه، صکوک مشارکت، صکوک مضاربه، صکوک مزارعه، صکوک مساقات، صکوک مقارضه، صکوک حق امتیاز، صکوک نماینده سرمایه گذاری، صکوک مالکیت دارایی هایی که در آینده ساخته می شود، صکوک مالکیت منافع دارایی های موجود، صکوک مالکیت منافع دارایی هایی که در آینده ساخته می شود.
توانایی مدیریت	در عصر پرشتاب امروزی، وجود سیستم مدیریت باکفایت و کارا برای هدایت عملیات مؤسسات و باقی ماندن در عرصه رقابت، ضروری است. بدیهی است هر چه توانایی مدیریت در کنترل واحد تجاری بیشتر باشد، فرآیند راهبری آن بهتر صورت گرفته و موجب ایجاد نوآوری مالی خواهد شد و در نهایت، شرکت توانایی لازم برای باقی ماندن در صحنه رقابت را خواهد داشت.
سرمایه فکری	از دیدگاه راهبردی، سرمایه فکری می تواند در ایجاد و کاربرد دانش برای افزایش ارزش مؤسسات مورد استفاده قرار گیرد. طبق نظر خبرگان سرمایه فکری از راهبردهای ایجاد نوآوری مالی می تواند به شمار آید.

منبع: نتایج تحقیق

پیامدها:

پیامدها نتایجی هستند که بر اثر راهبردها و شکل گیری مقوله اصلی ایجاد می شوند. پیامدها و نتایج حاصل کنش ها و واکنش ها هستند. در نظر خبرگان، مقوله های نگاره (۶) پیامدهای مرتبط

با نوآوری مالی هستند.

جدول (۶): پیامدهای نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
اعتماد اجتماعی	طبق نظر خبرگان، اعتماد یکی از عناصر کلیدی در نوآوری مالی است. همچنین اعتماد اجتماعی (اعتماد عمومی) برای شرکت‌ها، به‌مثابه سرمایه‌ی اجتماعی است. نوآوری مالی، تا حدودی وابسته به میزان برخورداری شرکت از این سرمایه است.
بهبود توانمندی‌های همکاری	طبق نظر خبرگان، بهبود همکاری با شرکا، بهبود همکاری با رقبا، استقبال از فرصت‌های جدید بازار از راه همکاری، شناسایی توانمندی‌های مالی شرکت، خلق ارزش و سودآوری، باز کردن حصارهای حائل بین دانش سازمانی با بیرون، همکاری با سازمان‌های پژوهشی،
بهبود عملکرد و اثربخشی مالی	طبق نظر خبرگان کاهش بهای تمام‌شده محصولات و خدمات، مزیت رقابتی، افزایش بهره‌وری و درنهایت بهبود عملکرد مالی شرکت از پیامدهای نوآوری مالی به شمار می‌آیند.

منبع: نتایج تحقیق

اعتباردهی و شفاف سازی مبتنی بر داده ها

پس از خلق نظریه، شفاف سازی داده ها ضروری است. در خصوص اعتبار داده های تجربی به صورت شفاف همانطور که اشاره شد بیشتر کدها به صورت code in- vivo و مابقی کدها به صورت With new code و در سطح مفاهیم بدون تغییرات و در سطح کدگذاری باز با حداقل تغییرات است. بنابراین مبتنی بر نتایج استقرایی است. از آنجایی که الگوی نهایی هم با داده های تجربی و هم با ادبیات پژوهش سازگاری دارند. بنابراین از انسجام نظری برخوردار می باشند. نتایج جدول ۷ نشان می دهد در چه حوزه هایی نیازمند تمرکز و توجه بیشتر به منظور افزایش نوآوری مالی است.

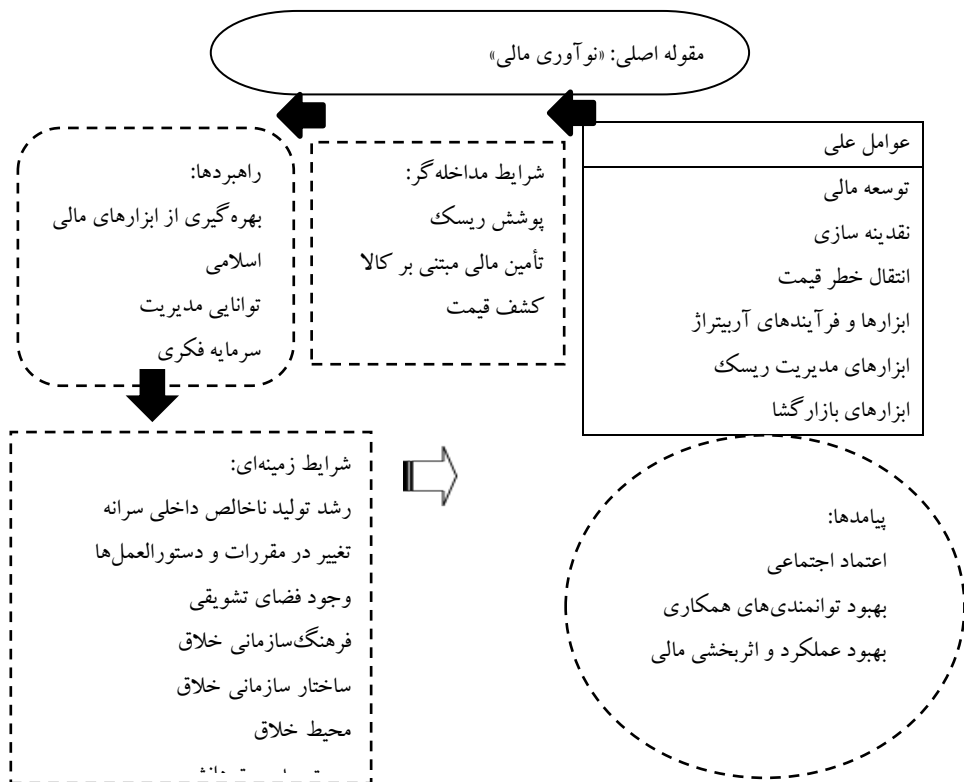
جدول (۷): اعتباردهی و شفاف سازی مبتنی بر داده ها

نوع مقوله	مقوله اصلی	ادبیات تجربی
علی	توسعه مالی، نقدینه سازی، انتقال خطر قیمت، ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ، ابزارهای مدیریت ریسک، ابزارهای بازارگشا	هسیو و همکاران (۲۰۱۴)، شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۹)، پدرام و حافظیان (۱۳۹۵)

مداخله گر	پوشش ریسک، تامین مالی مبتنی بر کالا، کشف قیمت	سرابانی(۱۳۹۳)، ندایی و خوارزمی(۱۳۹۸)، حدادیان و همکاران(۱۳۹۷)
زمینه ای	رشد تولید ناخالص داخلی سرانه، تغییر در مقررات و دستورالعملها، وجود فضای تشویقی فرهنگ سازمانی خلاق، محیط خلاق، سیستم مدیریت دانش	فلیحی و بخارایی(۱۳۹۶)، حاجیها و خراط زاده(۱۳۹۳)، کرامیان و شاهقلیان(۱۳۹۹)، ملک حسینی و همکاران(۱۴۰۰)
راهبردها	بهره گیری از ابزارهای مالی اسلامی، توانایی مدیریت، سرمایه فکری	دنیائی و حسینی(۱۳۹۱)، خلیل نژاد و همکاران(۱۳۹۸)، درویشی و ضیائی(۱۳۹۶)
پیامدها	بهبود عملکرد و اثربخشی مالی	احمدی زاد و همکاران(۱۳۹۷)،

منبع: نتایج تحقیق

الگوی نوآوری مالی در شکل (۲) طراحی شده است.



شکل (۲): الگوی نوآوری مالی

نتیجه‌گیری و بحث

هدف این پژوهش طراحی الگوی نوآوری مالی (شرایط علی، مداخله‌گر و زمینه‌ای؛ راهبردها و پیامدهای نوآوری مالی) در ایران بود. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه مالی، نقدینه‌سازی، انتقال خطر قیمت، ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ، ابزارهای مدیریت ریسک و ابزارهای بازگشا به‌عنوان عوامل علی، پوشش ریسک، تأمین مالی مبتنی بر کالا و کشف قیمت نیز عوامل مداخله‌ای، رشد تولید ناخالص داخلی سرانه، تغییر در مقررات و دستورالعمل‌ها، وجود فضای تشویقی، فرهنگ‌سازمانی خلاق، ساختار سازمانی خلاق، محیط خلاق و سیستم مدیریت دانش به‌عنوان شرایط زمینه‌ای، بهره‌گیری از ابزارهای مالی اسلامی و توانایی مدیریت به‌عنوان عوامل راهبردی و درنهایت الگوی منسجم نشان داد نوآوری مالی شرکت‌ها پیامدهایی از قبیل اعتماد اجتماعی، بهبود توانمندی‌های همکاری و بهبود عملکرد و اثربخشی مالی را در پی دارد.

طبق نظر خبرگان معیار توسعه مالی نرخ رشد اندازه یا سهم نظام مالی است. نرخ رشد شامل افزایش تعداد واسطه‌های مالی و یا سهم آن‌ها از فعالیت‌های اقتصادی است. به‌عبارت‌دیگر سهم نظام مالی از حجم مبادلات در اقتصاد افزایش می‌یابد. ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ به سرمایه‌گذاران و وام‌گیرندگان امکان استفاده از تفاوت هزینه و بازده میان بازارها را می‌دهد. ابزارهای مدیریت ریسک توزیع دوباره ریسک مالی را به‌سوی کسانی که آمادگی ریسک‌پذیری بیشتری دارند، امکان‌پذیر می‌سازند. ابزارهای بازار گشا نقدینگی بازار و دسترسی به وجوه را با جذب سرمایه‌گذاران جدید و ارائه فرصت جدید به وام‌گیرندگان افزایش می‌دهد. طبق نظر خبرگان، حرکت به سمت نوآوری‌های مالی عمدتاً در توسعه معاملات مشتق نمود پیدا می‌کند. یکی از اهداف اساسی نوآوری‌های مالی در حوزه معاملات مشتق کمک به پوشش ریسک فعالان بخش واقعی اقتصاد است. اصولاً وجود ابزارهایی برای مدیریت ریسک در حوزه‌های تولید یکی از نشانه‌های توسعه‌یافتگی اقتصاد است. یک بنگاه تولیدی باید این امکان را داشته باشد که بتواند ریسک‌های غیرضروری از جمله ریسک نوسانات قیمت مواد اولیه و محصولات را با استفاده از ابزارهای مناسب و متنوع منتقل کرده و به ریسک‌های مرتبط با حوزه تولید و فرایندهای تولیدی خود بپردازد که از ابزارهای مالی که این کاربرد را برمی‌آورد می‌توان به اوراق مشتق از جمله قراردادهای آتی و اختیارهای معامله اشاره کرد. نوآوری‌های صورت

گرفته در حوزه معاملات مشتق متعارف به صورت مستقیم نقش چندانی در کمک به تأمین مالی ندارند، ولی نوآوری های صورت گرفته در حوزه تأمین مالی مبتنی بر کالا نقش انکارناپذیری در کمک به تأمین مالی فعالان بخش واقعی اقتصاد دارد.

طبق نظر خبرگان، یکی از مهم ترین کارکردهای نوآوری ابزارهای مالی کمک به کشف قیمت است. از آنجایی که قیمت یکی از مؤلفه های بسیار اساسی در مفاهیم اقتصادی است و نقش بسیار کلیدی در تنظیم روابط تولید ایفا می کند، کشف قیمت نهادهای تولید در یک بازار کارا و به صورت پیوسته از اهمیت بالایی برخوردار است. کشورهایی که در آنها مؤسسات مالی بیشتر به نوآوری مالی می پردازند، بهتر قادر به تفسیر فرصت های رشد و در نهایت زمینه ساز رشد تولید ناخالص داخلی سرانه هستند. تغییر در مقررات در جهت ایجاد بسترهای مناسب برای نوآوری از شرایط مداخله گر به شمار می آید.

طبق نظر خبرگان، دلیل اصلی عدم رشد و توسعه ابزارهای مالی اسلامی نبود یک فضای قانونی برای تشویق صدور ابزارهای مالی اسلامی می باشد. طبق نظر آنها نیاز یک بازار مالی اسلامی به موازات بازار اوراق بهادار بوده و کلیه بانک ها و مؤسسات مالی اسلامی را شامل شده و لزوم صدور قانون حاکم بر معامله با ابزارهای مالی اسلامی و فراهم آوردن حمایت از مشتریان آن و لزوم گسترش کار ابزارهای مالی اسلامی و تنوع بخشی را خاطر نشان می سازد. فرهنگ سازمانی می تواند سرچشمه ای برای حرکت و پویایی، خلاقیت و نوآوری مالی و یا مانعی در راه پیشرفت آنها به شمار آید. یکی از مهم ترین عوامل تسهیل و تقویت خلاقیت و نوآوری مالی در سازمان ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف است. توانایی مدیریت دانش، نقش محوری در حمایت و پرورش تمامی نوآوری ها دارد. مدیریت دانش به فرایندهای مدیریت دانش در سازمان اشاره دارد. به طوری که توسعه و استفاده از دانش درون شرکت و در تعامل با دیگر عوامل نوآوری را برای شرکت به همراه دارد. طبق نظر خبرگان، اعتماد یکی از عناصر کلیدی در نوآوری مالی است. همچنین اعتماد اجتماعی (اعتماد عمومی) برای شرکت ها، به مثابه سرمایه ای اجتماعی است. نوآوری مالی، تا حدودی وابسته به میزان برخورداری شرکت از این سرمایه است. بهبود همکاری با شرکا، بهبود همکاری با رقبا، استقبال از فرصت های جدید بازار از راه همکاری، شناسایی توانمندی های مالی شرکت، خلق ارزش و سودآوری، باز کردن حصارهای حائل بین دانش سازمانی با بیرون، همکاری با سازمان های پژوهشی، کاهش بهای

تمام شده محصولات و خدمات، مزیت رقابتی، افزایش بهره‌وری و در نهایت بهبود عملکرد مالی شرکت از پیامدهای نوآوری مالی به شمار می‌آیند.

در نهایت، این تحقیق پیشنهاد می‌کند که شرکت‌ها باید به طور مستمر بر روی تقویت فرهنگ نوآوری، بهبود ساختار مدیریتی و افزایش سرمایه‌گذاری در منابع انسانی تمرکز کنند. با توجه به تغییرات سریع در بازارهای مالی و نیاز به انطباق با این تغییرات، ایجاد یک الگوی نوآوری مالی مؤثر می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا در مسیر رشد و توسعه پایدار قرار گیرند. این یافته‌ها می‌تواند به عنوان یک راهنمای عملی برای مدیران و تصمیم‌گیرندگان در راستای بهبود فرآیندهای مالی و افزایش رقابت‌پذیری در بازار سرمایه مورد استفاده قرار گیرد.

منابع

- ابوالمعالی الحسینی، خدیجه. ۱۳۹۱. پژوهش کیفی از نظریه تا عمل تهران: نشر علم.
- ابوترابی، م. ع، زنده دل شهرنوی، ه و رضایی مقدم، ن. ۱۳۹۳. بررسی ظرفیت‌های نوآورانه عقده‌های اسلامی و نقش آن در رشد اقتصادی. اقتصاد اسلامی، سال ۴، شماره ۵۶، ص ۳۵-۵.
- ابوجعفری، ر، الهی، ش، بیغامی، ع و یآوری، ک. ۱۳۹۳. تأمین مالی نوآوری مبتنی بر نظریه تأمین مالی مرحله‌ای: مطالعه موردی نظام مالی نوآوری در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی و بودجه، دوره ۱۹، شماره ۴، ص ۱۴۶-۱۰۹.
- اکبری واسوکلانی، ن. ۱۳۹۶. بررسی انعطاف‌پذیری ابزارهای مالی اسلامی جهت تأمین مالی کسری بودجه دولت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی پارسا.
- اکبری واسوکلانی، ن. ۱۳۹۶. بررسی انعطاف‌پذیری ابزارهای مالی اسلامی جهت تأمین مالی کسری بودجه دولت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی پارسا.
- آرمیان، ن. ۱۳۹۵. تحلیل و بررسی اقتصاد باز بر نوآوری و توسعه مالی در کشورهای در حال توسعه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، دانشکده کشاورزی.
- بیات، م. ۱۳۹۵. طراحی مدل اشاعه نوآوری در ابزارهای مالی اسلامی در ایران بر اساس روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM). رساله دکتری، دانشگاه امام صادق علیه السلام، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت.
- بیات، م، طالبی، م و قدوسی، ح. ۱۳۹۷. بررسی علل عدم پذیرش و نشر نوآوری در ابزارهای مالی اسلامی در بازار سرمایه ایران. تحقیقات مالی اسلامی، سال ۷، شماره ۲، ص ۳۰۸-۲۷۷.

- بیات، م، طالبی، م و قدوسی، ح. ۱۳۹۷. بررسی علل عدم پذیرش و نشر نوآوری در ابزارهای مالی اسلامی در بازار سرمایه ایران. تحقیقات مالی اسلامی، سال ۷، شماره ۲، ص ۳۰۸-۲۷۷.
- خاتزاده، ز. ۱۳۹۷. بررسی امکان سنجش تأمین مالی اسلامی در بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از محل اوراق اجاره (مطالعه موردی: شهرک بزرگ شیراز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران.
- خواجهوی، ش، فتاحی ناچچی، ح و قدیریانی آئی، م. ۱۳۹۴. رتبه بندی و ارزیابی عملکرد مالی شرکت های صنایع منتخب بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل ترکیبی فازی - AHP و یکور؛ مطالعه موردی: شرکت های صنایع دارویی، فلزات اساسی و خودرو و قطعات. دانش حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۶۰، ص ۴۶-۲۵.
- دموری، د و جاویدان، ح. ۱۳۹۸. بررسی و اولویت بندی ابزارهای تأمین مالی اسلامی با استفاده از روش ویکور فازی. اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۲۶، ص ۹۶-۶۹.
- رفوگرزاده، م. ۱۳۹۷. تحلیلی بر عوامل موثر بر نوآوری باز از طریق جمع سپاری با استفاده از روش نقشه شناختی فازی و تحلیل پوششی داده های شبکه ای (مطالعه موردی پارک علم و فناوری یزد). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد، پردیس علوم انسانی و اجتماعی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری.
- زرگر، م. ۱۳۹۶. الگوی نوآوری در خدمات شهروندی دولت الکترونیکی. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- سلطانی، ش و حسینی، س. ج. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری تکنولوژیک در صنایع غذایی کوچک روستایی استان تهران. مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، دوره ۳، شماره ۴، ص ۱۴-۱.
- شامی، علی، خزائی پول، جواد. شعبانی نفت چالی، جواد، بالوئی جامخانه، هادی، و صالح زاده، رضا. ۱۳۹۱. تأثیر تسهیم دانش بر نوآوری و عملکرد شرکتهای کوچک و متوسط با رویکرد کارت امتیازی متوازن. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت، دوره ۲۲، شماره ۶۹، ص ۹۳-۵۹.
- عبدالحسین عبدالکریم الامی، م. ۱۳۹۸. استفاده از ابزارهای مالی اسلامی در اوراق بهادار عراق (مطالعه و تحلیل). پایان نامه کارشناسی ارشد، جامعه المصطفی العالمیه، موسسه آموزش عالی علوم و معارف.
- علی اکبری رسا، ص و عدالت حقی، م. ۱۳۹۲. بررسی فرایندهای نوآوری و تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت ها. دومین اجلاس مدیران تحقیق، توسعه و فناوری با رویکرد نسل چهارم تحقیق و توسعه، تهران، همایش تجارت پاریسان.
- قلیچ، و. ۱۳۹۳. تحلیل قابلیت ابزارهای مالی اسلامی در اثرگذاری بر چرخه های تجاری اقتصادی ج.ا. ایران. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اقتصادی.

- مردانوری، ف. ۱۳۹۸. آشنایی با ابزارهای مالی اسلامی و بررسی و تحلیل مدل قیمت گذاری دارایی سرمایه ای. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، دانشکده فنی و مهندسی.
- ولیئی، غ. ۱۳۹۷. تحلیل تاثیر ابزارهای مالی اسلامی بر سیاست های پولی و مالی در اقتصاد ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه عدالت.
- هاشمی، ز. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر نوآوری مالی و نوآوری تکنولوژیکی روی عملکرد مالی و تقاضای پول (مورد مطالعه: شرکتهای موجود در شهرک صنعتی شیراز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گچساران، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت.
- هاشمی، ز. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر نوآوری مالی و نوآوری تکنولوژیکی روی عملکرد مالی و تقاضای پول (مورد مطالعه: شرکتهای موجود در شهرک صنعتی شیراز). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گچساران، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت.
- شاه آبادی، ابوالفضل، مرادی، علی و مومیوند. قاسم، (۱۳۹۹)، اثر متقاطع توسعه مالی و حکمرانی خوب بر نوآوری در کشورهای منتخب کارایی محور، مدیریت نوآوری، دوره ۹، شماره ۴، ۶۷-۸۸.
- پدram، مهدی و حافظیان. فریده، (۱۳۹۵)، بررسی نقش توسعه مالی در رابطه بین نرخ ارز و رشد بهره وری، سیاست های مالی و اقتصادی، سال ۴، شماره ۱۵، ۷-۲۲.
- سرآبادانی. غلامرضا، (۱۳۹۳)، ریسک، مفهوم و کاربردهای آن در اقتصاد اسلامی، محله اقتصادی، شماره ۹، ۵-۱۴.
- ندایی. خوارزمی، (۱۳۹۸)، تحلیل سیستمی تاثیر ریسک پذیری بر نوآوری در پارک علمی و فناوری پردیس، نوآوری و ارزش آفرینی، سال ۳، شماره ۵.
- حدادیان. علیرضا، صادقی. فرشته و سالار باباخانی. ناهید، (۱۳۹۷)، بررسی نقش واسطه آمادگی برای خدمت در تاثیر نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی بر عملکرد در بانک های دولتی، کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ۱۰، شماره ۱۹، ۲۹۶-۳۰۶.
- فلیجی. نعمت و بخارایی. ریحانه، (۱۳۹۶)، بررسی اثر عمق مالی بر رشد اقتصادی در ایران ، اقتصاد مالی، دوره ۱۱، شماره ۳۸، ۶۳-۸۰.
- حاجیها. زهره و خراط زاده. محدثه، (۱۳۹۳)، رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، ۱۷(۱)، ۳۵-۴۸.
- کرامتیان. علیرضا و شاهقلیان. کیوانف (۱۳۹۹)، نقش فرهنگ سازمانی بر نوآوری و تغییر در سازمان ، مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۳، شماره ۴۰، ۴۵-۵۴.

- ملک حسینی. حمیدرضا، عربصالحی. مهدی و فروعی. داریوش، (۱۴۰۰)، تأثیر فرهنگ سازمانی از طریق تکنیک های حسابداری مدیریت نوین بر عملکرد مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های حسابداری مالی، دوره ۱۳، شماره ۲، ۷۹-۱۰۰.
- دنیائی. محمد و حسینی. سید حسن، (۱۳۹۱)، بررسی نقش بازارهای مالی در توسعه نوآوری های مالی و معاملاتی در بازار سرمایه، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال ۱۶، ۱۳۷-۱۴۹.
- خلیل نژاد. شهرام، یوسفی طیبس، حلیمه، گل محمدی. عماد و محمدی. عماد، (۱۳۹۸)، تأثیر سرمایه فکری بر گرایش های کارآفرینانه و نوآورانه، سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۹، شماره ۳.
- درویشی. مریم و ضیایی بیده. علیرضا، (۱۳۹۶)، بررسی نقش سرمایه فکری در توسعه انواع نوآوری سازمانی با تأکید بر رویکرد یز ست طیمح، مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، سال ۹، شماره ۳۴.
- احمدی زاد. آران، صلواتی. سیروان. ابراهیم زاده. محسن و اکبری. حسرو، (۱۳۹۷)، تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با نقش میانجی نوآوری در شرکت های تولیدی، مدیریت بهره وری. ۱۲(۴۷)، ۱۴۹-۱۸۷.
- شاه آبادی. ابوالفضل، مرادی. علی و مومیوند. قاسم، (۱۳۹۹)، اثر متقاطع توسعه مالی و حکمرانی خوب بر نوآوری در کشورهای منتخب کارایی محور، مدیریت نوآوری، دوره ۹، شماره ۴، ۶۷-۸۸.
- پدارم. مهدی و حافظیان. فریده، (۱۳۹۵)، بررسی نقش توسعه مالی در رابطه بین نرخ ارز و رشد بهره وری، سیاست های مالی و اقتصادی، سال ۴، شماره ۱۵، ۷-۲۲.
- سرآبادانی. غلامرضا، (۱۳۹۳)، ریسک، مفهوم و کاربردهای آن در اقتصاد اسلامی، محله اقتصادی، شماره ۹، ۵-۱۴.
- ندایی. خوارزمی، (۱۳۹۸)، تحلیل سیستمی تأثیر ریسک پذیری بر نوآوری در پارک علمی و فناوری پردیس، نوآوری و ارزش آفرینی، سال ۳، شماره ۵.
- حدادیان. علیرضا، صادقی. فرشته و سالار باباخانی. ناهید، (۱۳۹۷)، بررسی نقش واسطه آمادگی برای خدمت در تأثیر نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی بر عملکرد در بانک های دولتی، کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ۱۰، شماره ۲۹۶، ۱۹-۳۰۶.
- فلیحی. نعمت و بخارایی. ریحانه، (۱۳۹۶)، بررسی اثر عمق مالی بر رشد اقتصادی در ایران ، اقتصاد مالی، دوره ۱۱، شماره ۳۸، ۶۳-۸۰.
- حاجیها. زهره و خراط زاده. محدثه، (۱۳۹۳)، رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، حسابداری مدیریت، (۱۷)، ۳۵-۴۸.
- کرامتیان. علیرضا و شاهقلیان. کیوانف (۱۳۹۹)، نقش فرهنگ سازمانی بر نوآوری و تغییر در سازمان ، مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱۳، شماره ۴۰، ۴۵-۵۴.

- ملک حسینی. حمیدرضا، عربصالحی. مهدی و فروعی. داریوش، (۱۴۰۰)، تأثیر فرهنگ سازمانی از طریق تکنیک‌های حسابداری مدیریت نوین بر عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۳، شماره ۲، ۷۹-۱۰۰.
- دنیائی. محمد و حسینی. سید حسن، (۱۳۹۱)، بررسی نقش بازارهای مالی در توسعه نوآوری‌های مالی و معاملاتی در بازار سرمایه، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال ۱۶، ۱۳۷-۱۴۹.
- خلیل نژاد. شهرام، یوسفی طبیب، حلیمه، گل محمدی. عماد و محمدی. عماد، (۱۳۹۸)، تأثیر سرمایه فکری بر گرایش‌های کارآفرینانه و نوآوران، سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۹، شماره ۳.
- درویشی. مریم و ضیایی بیده. علیرضا، (۱۳۹۶)، بررسی نقش سرمایه فکری در توسعه انواع نوآوری سازمانی با تأکید بر رویکرد یزست طیمح، مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، سال ۹، شماره ۳۴.
- احمدی زاد. آران، صلواتی. سیروان. ابراهیم زاده. محسن و اکبری. حسرو، (۱۳۹۷)، تأثیر اعتماد اجتماعی بر عملکرد استراتژیک با نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های تولیدی، مدیریت بهره‌وری. ۱۲(۴۷)، ۱۴۹-۱۸۷.
- Po-Hsuan Hsu, XuanTian & YanXu, (۲۰۱۴), Financial development and innovation: Cross-country evidence, Journal of Financial Economics, Volume ۱۱۲, Issue ۱, April ۲۰۱۴, Pages ۱۱۶-۱۳۵.
- Acharya, Viral V., and Xu, Zhaoxia. (۲۰۱۷), financial dependence and innovation: The case of public versus private firms. Journal of Financial Economics, ۱۲۴ (۲), ۲۲۳- ۲۴۳.
- Balsmeier, B., Fleming, L. & Manso, G. (۲۰۱۷): Independent Boards and Innovation. Journal of Financial Economics, ۱۲۳ (۳), ۵۳۶-۵۵۷.
- Bilyk, V. (۲۰۰۶). Financial Innovations and the Demand for Money in Ukraine. National University “Kyiv-Mohyla Academy.”
- Elseed, A.A.K. & Elzain, S.M. ۲۰۱۹. ROLE OF FINANCIAL INNOVATION IN INCREASING THE EFFICIENCY OF FINANCIAL PERFORMANCE OF BANKS (FIELD STUDY ON ANIMAL RESOURCE BANK). International Journal of Business Management and Economic Review, ۲(۱): p ۲۸-۵۱.
- Hossain M. Kauranen I. (۲۰۱۶). Open innovation in SMEs: a systematic literature review. Journal of Strategy and Management, ۹ (۱): ۵۸-۷۳.
- Meissner, D., Meissner, D., Carayannis, E. G., & Carayannis, E. G. (۲۰۱۷). Value generation from industry-science linkages in light of targeted open innovation. Journal of Knowledge Management, ۲۱(۲), ۲۹۵-۳۰۷.

- _ Pervan S, Al-Ansaari Y, Xu J. (۲۰۱۵). Environmental determinants of open innovation in Dubai SMEs. *Industrial Marketing Management*, ۵۰: ۶۰-۶۸
- _ Popa S, Soto-Acosta P, Martinez-Conesa I. (۲۰۱۷). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. *Technological Forecasting & Social Change*, ۱۱۸: ۱۳۴-۱۴۲.
- _ Sinha, J, Kim, J. (۲۰۱۲). Factors affecting Indian consumers' online buying behavior. *Innovative Marketing*, ۸ (۲): ۴۶-۵۷.
- _ WACHIRA, E. (۲۰۱۳). The effect of technological innovation on the financial performance of commercial banks in kenya. University of nairobi: school of business.
- _