

الگوی نوآوری مالی در شرکت‌های فعال در بازار سرمایه

مبنتی بر رویکرد زمینه بنیان

نفیسه موسوی نیا^۱، نادر رضایی^۲، رسول عبدی^۳، عسگر پاک مرام^۴

چکیده

نوآوری، عملکرد مالی شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. پیش از تحقق نوآوری، این عملکرد مالی بر پایه برخی الگوها بنا نهاده شده که این شیوه پس از تحقق نوآوری می‌بایست 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، مداخله‌گر و زمینه‌ای، 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 نظریه پردازی 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 به عنوان 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، فرهنگ سازمانی خلاق، ساختار سازمانی خلاق، محیط خلاق و سیستم مدیریت دانش به عنوان شرایط زمینه‌ای، بهره‌گیری از ابزارهای مالی اسلامی و توانایی مدیریت به عنوان عوامل راهبردی و در نهایت 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.

واژه‌های کلیدی: نوآوری، نوآوری مالی، بازار سرمایه، نظریه زمینه بنیان

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران nafiseh.moosavinia@gmail.com

^۲ دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران Nader.rezaei@bonabiau.ac.ir

^۳ دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران (نویسنده مسئول)

abdi_rasool@yahoo.com

^۴ دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران Pakmaram@bonabiau.ac.ir

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 به عنوان 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 به طور فعال با محیط خود به تعامل پرداخته و از این طریق، حیات سازمان ادامه یابد (رفوگرزاده، ۱۳۹۷). نظام نوآوری به عنوان یک خرده 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 به اندازه، به موقع و کافی به منابع و خدمات مالی مورد نیاز است که باعث می‌شود فعالیت‌های نوآورانه در بستر جامعه، بتوانند نقش خود را هرچه بهتر ایفا کنند. اهمیت منابع مالی لازم برای نوآوری به اندازه‌ای 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 با منابع بدهی محور انجام می‌شود (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۳). 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 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 مورد نظر هم برای رفع آن‌ها ایجاد شده است. اما در ایران معدود 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 مورد نظر پس از رفع تعارض 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 شرکت‌های فعال در بازار سرمایه مناسب است؟ به‌منظور پاسخ به این سؤال، از رویکرد زمینه‌بنیان استفاده می‌شود. در حقیقت مطالعه حاضر مفهوم جدیدی از نوآوری مالی را معرفی می‌کند. از این‌رو، انتظار می‌رود نتایج پژوهش حاضر بتواند به مدیران شرکت‌ها، تحلیل‌گران مالی، سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان در درک بهتر نوآوری مالی و عوامل مؤثر بر آن کمک کرده و آن‌ها را در اتخاذ تصمیم‌ها کمک نماید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

دنیای رقابتی امروزی، به‌تمامی شرکت‌هایی که اهداف خود را بر مبنای حضور در بازارهای بزرگ داخلی و البته جهان قرار داده‌اند این نکته را گوشزد می‌کند که به‌منظور جلب توجه سرمایه‌گذاران در بازارهای مالی، به کسب سود بیشتر از طرق مختلف از جمله، کاهش بهای تمام‌شده، افزایش کیفیت و به دنبال آن افزایش فروش روی آورند. در این میان، تعدادی از شرکت‌ها نیز سعی می‌کنند با ارائه اطلاعات گمراه‌کننده و غیرواقعی تصویر مطلوبی از شرکت نشان داده و خود را در سطح رقابت برای جذب سرمایه‌گذاران حفظ کنند. ایجاد ارزش در شرکت‌ها یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران محسوب می‌شود. جهت نشان دادن میزان موفقیت مدیران در ایجاد و افزایش ارزش از معیارهای ارزیابی عملکرد استفاده می‌شود (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۴).

مفهوم نوآوری توجهات زیادی را در فن‌آوری اطلاعات و تحقیقات بازاریابی جلب کرده است. مشتریانی که در خریدهای سنتی مشکل دارند با سرعت بیشتری به سمت نوآوری‌های خرید آنلاین می‌روند. نوآوری آنلاین بیشتر در مورد تغییر سبک سنتی به سمت خرید آنلاین استفاده می‌شود. در نحوه خرید آنلاین که دارای نوآوری‌های تکنولوژیکی وجود دارد وسعت و دامنه ارائه کالا گسترده‌تر است. نوآوری آنلاین بیشتر در مورد تغییر سبک سنتی به سمت خرید آنلاین استفاده می‌شود. در نحوه خرید آنلاین که دارای نوآوری‌های تکنولوژیکی وجود دارد وسعت و دامنه ارائه کالا گسترده‌تر است (سینها و کیم، ۲۰۱۲). نوآوری در تکنولوژی، نقش کلیدی در فراهم آوردن شرایط بهتر

زندگی برای بسیاری از مردم بازی کرده است، به‌طور معمول این نوآوری‌ها با دغدغه‌های 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 به‌صورت 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 کسب‌شده را می‌توان به شیوه‌های گوناگون مورد بررسی قرارداد. برای مثال درآمدها را به‌عنوان یکی از موارد ایجادکننده ارزش شرکت مورد استفاده قرار دهیم؛ بنابراین با توجه به این

^۱ DAT

حقیقت که نوآوری می‌تواند منجر به افزایش درآمدها و کاهش در هزینه‌ها شود، اندازه‌گیری عملکرد مالی باید در ارتباط با سود اجرایی باشد؛ اما از سوی دیگر، سود ممکن است که به‌طور جدی تحت تأثیر شیوه‌های حسابرسی کاربردی باشد. برای مثال شیوه کاهش ارزش، شیوه تصویب سازگاری‌های حسابرسی و حتی فروش دارایی‌های ثابت محسوس. اگر این موارد از سود اجرایی حذف گردد، نتیجه اساساً نقدینگی از فعالیت‌های اجرایی را ارائه می‌دهد. هنگامی که عملکرد نهاد کسب‌وکار در جهت کمی سازی اثر نوآوری بررسی می‌شود مؤلفان متغیر نقدینگی را از فعالیت‌های اجرایی برمی‌گزینند (علی اکبری رسا و عدالت حقی، ۱۳۹۲).

امروزه تغییرات در صنایع غیرقابل پیش‌بینی است. سرعت، کارایی، انعطاف‌پذیری و اعتماد، فاکتورهای اساسی هستند که نه تنها برای موفقیت بلکه برای حیات این‌گونه سازمان‌ها الزامی‌اند. شرکت‌های خصوصی به دنبال ارائه خدمات جدید و راه‌حل‌های نو با هزینه اندک در جهت رفع نیاز مشتریان هستند و همین امر آن‌ها را در جهت انجام فعالیت‌های نوآورانه هدایت می‌کند که باعث جذب مشتریان جدید در بین سایر رقبای خود می‌شود. زمانی که مشتریان از سازمانی به سازمان دیگر در حرکت است، علم و تجربه آن‌ها نیز با خودشان در جریان است و این موجب گسترش تنوع ذهنی بین سازمان‌های مختلف می‌شود. این موارد عامل مهمی برای حرکت سازمان‌ها از نوآوری بسته به سوی نوآوری باز به معنی جمع‌آوری ایده‌های جدید از منابع خارج سازمان و مدیریت بر جریان آن است به گونه‌ای که منجر به پیشرفت سازمان شود (بالاسمیر و همکاران، ۲۰۱۷).

عدم آگاهی شرکت‌ها نسبت به نوآوری مالی و تکنولوژیکی و عدم شناخت آن‌ها نسبت به عملکرد مالی خود و روش‌های تأمین مالی و نداشتن معیاری برای سنجش آن، موجب شکست و عدم موفقیت آن‌ها در ورود به بازار شده است. در حال حاضر در کشور شاهد شکل‌گیری انواع و اقسام کسب‌وکارهایی هستیم که به دلیل اینکه اداره آن‌ها بر بستر شیوه‌های قدیمی است، روزبه‌روز در حال افزایش هستند، اما متأسفانه این تجارت‌ها پس از مدت کوتاهی به دلیل عدم رعایت استانداردهای ابتدایی و پایه‌ای، به‌سرعت شکست خورده و از بین می‌روند (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 توسعه یافته 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 محدود 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 تجمع 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 می‌نمایند. 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 به کارگیری 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 (شائمی 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 نه تنها می‌تواند استفاده بهینه از منابع موجود، بهره‌وری و ارزش بالقوه سازمان را بهبود بخشیده، بلکه می‌تواند موجب کسب دارایی‌های ناملموس در سازمان شود. شرکت‌های نوآور، با پاسخگویی به نیاز مشتریان و بهبود قابلیت‌های جدیدی که اجازه می‌دهد به عملکرد برتر یا سودآورتری دست یابند، موفق‌تر خواهند بود. نوآوری در دستیابی به بهره‌وری عملیاتی همچنین افزایش کیفیت خدمات، بسیار مهم و حیاتی است. به‌عبارت‌دیگر نوآوری به‌عنوان یک نیروی مهم در جهت توسعه شرکت‌ها و بهبود عملکردشان محسوب می‌شود. توان نوآوری مهم‌ترین مشخصه تعیین‌کننده عملکرد است (شائمی و همکاران،

۱۳۹۱). نوآوری مالی که عمل خلق و سپس مشهور کردن ابزارهای مالی جدید و نیز فناوری‌ها، در ادبیات مالی به‌عنوان 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 کرده‌اند. در حقیقت ابداع‌های مالی، بنگاه‌ها را به افزایش سرمایه بیشتر و با هزینه کمتر قادر می‌سازند. عملکرد نظام مالی هزینه‌های منابع حقیقی مانند نیروی کار، مواد اولیه و سرمایه به کار گرفته‌شده به وسیله واسطه‌های مالی و تسهیل‌کننده‌های مالی را در برمی‌گیرد. بسیاری از این منابع صرف جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آن‌ها می‌شود که شرکت‌کنندگان در بازارهای مالی برای مقابله با اطلاعات نامتقارن به کار گرفته‌اند. افزون بر آن وجود نا اطمینانی درباره آینده، ریسک‌هایی را پدید می‌آورد که برای افراد ریسک‌گریز، هزینه است؛ در نتیجه، نوآوری مالی چیز جدیدی ارائه می‌کند که هزینه‌ها و ریسک را کاهش می‌دهد یا محصول و ابزار اصلاح‌شده‌ای عرضه می‌کند که بهتر درخواست‌های شرکت‌کنندگان را برآورده می‌سازد. می‌توان نوآوری مالی را کوششی برای کاهش ریسک با فروش منبع آن دانست؛ به صورتی که یک سبد دارایی را با انتقال دارایی‌های ریسکی به دارایی بدون ریسک تعدیل و با ادغام هم‌زمان و تقسیم ریسک‌ها متنوع‌سازی می‌کند، حال آنکه ریسک‌ها را حذف نمی‌کند بلکه آن را توزیع کرده و ریسک را با خرید ضمانت در برابر ضرر و زیان‌ها کاهش داده، سودهای اقتصادی مالکیت را حفظ می‌کند و نا اطمینانی زیان‌های ممکن را از بین می‌برد (ابوترابی و همکاران، ۱۳۹۳).

پیشینه تجربی

السید و الزاین (۲۰۱۹) در مطالعه خود نشان دادند که استفاده از استراتژی پیش‌بینی ریسک به افزایش کارایی عملکرد مالی بانک‌ها کمک می‌کند 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 به‌روشن‌های 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 تنوع بخشی را خاطر نشان می‌سازد. دموری و جاویدان (۱۳۹۸) در مطالعه خود به بررسی و اولویت بندی 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 قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای مرسوم، مدل قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با بتای صفر و مدل قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با نرخ بهره صفر برای صکوک پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که مدل قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با بتای صفر در مقایسه با سایر مدل‌ها از اولویت بیشتری برخوردار است.

پرسش‌های پژوهش

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؟

روش شناسی

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 نظریه‌پردازی 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" 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 به عمل آمده و بینش‌های به دست آمده حاصل این مصاحبه اولیه به منظور 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 مورد پژوهش)، ب) کاهش سوگیری‌های محقق نسبت به مسائل از پیش پنداشته و ج) طرح پرسش‌های کلیدی به منظور کاویدن تجارب مشارکت‌کنندگان، اطمینان حاصل گردد.

¹ Inductive

² Exploratory

³ Grounded Theory

شایان ذکر است رهنمود مصاحبه در اختیار چند تن از صاحب نظران 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 مورد بررسی 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 قانون گذار در بازار سرمایه، خبرگان مالی و اعضای هیئت علمی دانشگاه بر اساس تئوری زمینه بنیان شناسایی شود. این چهار گروه عمده بر اساس زنجیره تأمین نوآوری مالی انتخاب شده‌اند. در واقع 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 در نهایت به تقویت عملکرد مالی شرکت‌ها 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:

- ۱- 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).
- ۲- شرکت‌ها برای نوآوری مالی چه اقداماتی را باید انجام دهند؟ (راهبردها)
- ۳- 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 به‌صورت هدفمند و به روش گلوله برفی انتخاب می‌شوند. نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای، یعنی انتخاب شرکت‌کنندگانی که به نحوی با یکدیگر پیوند دارند و پژوهشگر را به دیگر افراد همان جامع راهنمایی می‌کنند. به‌بیان‌دیگر، در مصاحبه، ابتدا تعدادی از اشخاص صاحب‌نظر و دارای تحصیلات و تجربه کافی مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب شدند و در پایان مصاحبه از آن‌ها خواسته شد سایر افراد مطلع و صاحب‌نظر 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 انجام‌شده برای شروع تحلیل آماری کفایت می‌کند. میانگین مدت‌زمان 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 چاپ‌شده بوده و یا به‌صورت 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 مشارکت‌کنندگان در پژوهش و ۵ نفر خارج از مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. خبرگان عموماً مدل استخراج‌شده 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.

جدول (۱): اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

معیار اصلی	جنسیت	رشته تحصیلی		مدرک تحصیلی	تجربه کاری				حوزه تخصص								
		مرد	زن		حسابداری و حسابرسی	مدیریت و مالی	سایر	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دیگری	کمتر از ۵ سال	۵ سال تا ۱۰ سال	۱۰ تا ۱۵ سال	بالای ۱۵ سال	مدیران حسابرسان و مؤسسات حسابرسی	متخصص مالی	مدیران نهادهای نظارتی و سازمان‌های دولتی
تعداد	۱۵	۱	۱۳	۱	۱	۱	۱	۱۴	۱	۱	۱	۱۲	۹	۴	۲	۱	۲

کدگذاری باز:

نتیجه کدگذاری باز مجموعه‌ای از مقوله‌های مفهومی ایجادشده از داده‌ها است. در ادامه چگونگی کدگذاری باز با یکی از مصاحبه‌شوندگان تشریح می‌شود. پس از استخراج مفاهیم از مصاحبه‌ها، مفاهیم بر اساس شباهت و تفاوت دسته‌بندی می‌شوند و مقوله‌ها شکل می‌گیرند. در این پژوهش در مجموع تعداد ۵۹ مفهوم از مصاحبه‌ها استخراج شد که به ۱۸ مقوله اصلی تقلیل یافت. شرح کامل این مقوله‌ها در نگاره (۲) ارائه شده است.

کد گذاری محوری:

اجزای تشکیل دهنده الگوی نوآوری مالی عبارت است از: شرایط علی، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها. در ادامه تمام اجزای الگوی نوآوری مالی ذکر شده و تفاسیر مرتبط با هر مقوله در نگاره مرتبط خود بیان شده‌اند.

شرایط علی:

شرایط علی مقوله‌هایی هستند که مقوله اصلی را به وجود می‌آورند و به وقوع و گسترش پدیده مدنظر کمک می‌کند؛ بیشتر با واژگانی نظیر وقتی که، درحالی که، از آنجاکه و ... به علت ختم می‌شوند(امیر آزاد و همکاران، ۱۳۹۷). طبق نظرات خبرگان، ۶ مفهوم اصلی شرایط علی 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 مشارکت کنندگان 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 ریسک پذیری بیشتری دارند، امکان پذیر می سازند.
ابزارهای بازار گشا	طبق نظر خبرگان، ابزارهای بازار گشا نقدینگی بازار و دسترسی به وجوه را با جذب سرمایه گذاران جدید و ارائه فرصت جدید به وام گیرندگان افزایش می دهد.

شرایط مداخله گر:

شرایط مداخله گر، شرایط ساختاری اند که به پدیده ها تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می گذارند. آن ها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می بخشند یا آن ها را محدود و مقید می کند.

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 پردازد که از ابزارهای مالی که این کاربرد را برمی آورد می توان به اوراق مشتق از جمله قراردادهای آتی و اختیارهای 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.

طبق نظر خبرگان، یکی از مهم‌ترین کارکردهای نوآوری ابزارهای مالی کمک به کشف قیمت است. از آنجایی که قیمت یکی از مؤلفه‌های بسیار اساسی در مفاهیم اقتصادی است و نقش بسیار کلیدی در تنظیم روابط تولید ایفا می‌کند، کشف قیمت نهاده‌ای تولید در یک بازار کارا و به‌صورت پیوسته از اهمیت بالایی برخوردار است	کشف قیمت
---	----------

شرایط زمینه‌ای:

شرایط زمینه‌ای، مجموعه خاصی از شرایط است که در یک‌زمان و مکان خاص جمع می‌شوند تا مجموعه اوضاع، احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (امیر آزاد و همکاران، ۱۳۹۷). بر اساس مصاحبه‌های انجام‌شده، نوآوری مالی از مقوله‌های زیر به‌عنوان شرایط زمینه‌ای تأثیر می‌گیرد. این شرایط در نگاره (۴) توضیح داده شده‌اند.

جدول (۴): شرایط زمینه‌ای نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
رشد تولید ناخالص داخلی سرانه	طبق نظر خبرگان، کشورهای که در آن‌ها مؤسسات مالی بیشتر به نوآوری مالی می‌پردازند، بهتر قادر به تفسیر فرصت‌های رشد و درنهایت 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.	
طبق نظر خبرگان، یکی از مهم‌ترین عوامل تسهیل و تقویت خلاقیت و نوآوری مالی در سازمان ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف است.	ساختار سازمانی 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.	محیط خلاق
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. به‌طوری‌که توسعه و استفاده از دانش درون شرکت و در تعامل با دیگر عوامل نوآوری را برای شرکت به همراه دارد.	سیستم مدیریت دانش

راهبردها:

راهبردها مبتنی برکنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مدنظرند. راهبردها مقصود دارند، دارای دلیل‌اند و هدفمند صورت می‌گیرند. خبرگان و مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند مقوله‌های زیر راهبردهای مرتبط نوآوری مالی در نظر گرفته می‌شوند. این مفاهیم و مقوله‌ها در نگاره (۵) توضیح داده شوند.

جدول (۵): راهبردهای نوآوری مالی

مقوله	توضیحات
بهره‌گیری ابزارهای مالی اسلامی	طبق نظر خبرگان در کنار بازار پول، بازار سرمایه نیز به‌منظور تأمین نقدینگی و پوشش ریسک موردنیاز کارفرمایان و کارآفرینان، با ابداع انواع گوناگون ابزارهای مالی فعالیت دارد. در این بازار نیز اوراق قرضه نقش فعالی در تأمین وجوه موردنیاز بنگاه‌ها ایفا می‌کند. در نظام پولی اسلامی، با توجه به حرمت بهره، بانک‌ها به‌منظور تجهیز و تخصیص وجوه از عقدهای اسلامی مانند: قرض‌الحسنه، وکالت، مضاربه، مرابحه و سلف استفاده می‌کنند. بانک مرکزی

<p>نیز در استفاده از ابزارهای سیاست پولی با محدودیت‌هایی روبه‌رو است. همچنین، بازار سرمایه نیز برای تأمین مالی طرح‌های سرمایه‌گذاری نمی‌تواند 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 هدف‌های آینده بازار را تحقق بخشند. این ابزارها که به صکوک شهرت یافته‌اند در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشتند و حتی در کشورهای غیر اسلامی نمونه‌هایی 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 سرمایه‌گذاری، صکوک مالکیت دارایی‌هایی که در آینده ساخته می‌شود، صکوک مالکیت منافع دارایی‌های موجود، صکوک مالکیت منافع دارایی‌هایی که در آینده ساخته می‌شود.</p>	
<p>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 درنهایت، شرکت توانایی لازم برای باقی ماندن در صحنه رقابت را خواهد داشت.</p>	<p>توانایی مدیریت</p>
<p>از دیدگاه راهبردی، سرمایه‌فکری می‌تواند در ایجاد و کاربرد دانش برای افزایش ارزش مؤسسات مورد استفاده قرار گیرد. طبق نظر خبرگان سرمایه‌فکری از راهبردهای ایجاد نوآوری مالی می‌تواند به شمار آید.</p>	<p>سرمایه فکری</p>

پیامدها:

پیامدها نتایج هستند که بر اثر راهبردها و شکل‌گیری مقوله اصلی ایجاد می‌شوند. پیامدها و نتایج حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. در نظر خبرگان، مقوله‌های 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، به مثابه 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.

اعتباردهی و شفاف سازی مبتنی بر داده ها

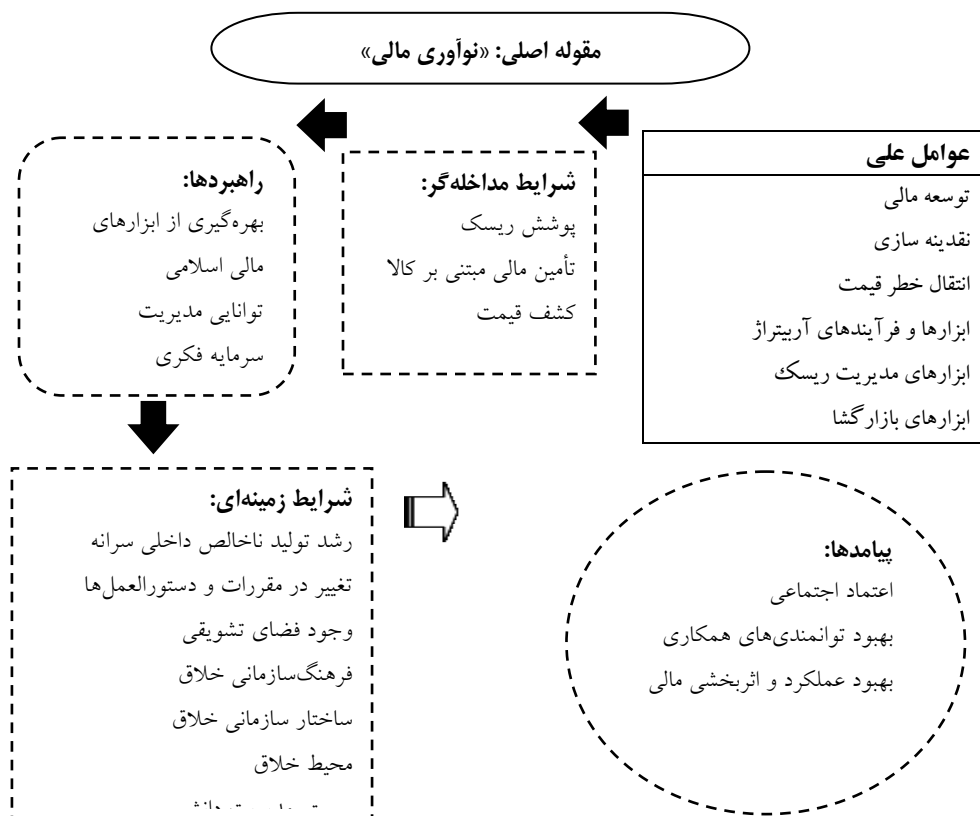
پس از خلق نظریه، شفاف سازی داده ها ضروری است. در خصوص اعتبار داده های تجربی به صورت شفاف همانطور که اشاره شد بیشتر کدها به صورت code in- vivo و مابقی کدها به صورت With new code و در سطح مفاهیم بدون تغییرات و در سطح کدگذاری باز با حداقل تغییرات است. بنابراین مبتنی بر نتایج استقرایی است. از آنجایی که الگوی 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	هسیو و همکاران (۲۰۱۴)، شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۹)، پدرام و حافضیان (۱۳۹۵)

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

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، نقدینه سازی، انتقال خطر قیمت، ابزارها و فرآیندهای آربیتراژ، ابزارهای مدیریت ریسک و ابزارهای بازارگشا 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. به عبارت دیگر سهم نظام مالی از حجم مبادلات در اقتصاد افزایش می‌یابد. ابزارها و فرآیندهای آریترائز به سرمایه‌گذاران و وام‌گیرندگان امکان استفاده از تفاوت هزینه و بازده میان بازارها را می‌دهد. ابزارهای مدیریت ریسک توزیع دوباره ریسک مالی را به سوی کسانی که آمادگی ریسک‌پذیری بیشتری دارند، امکان‌پذیر می‌سازند. ابزارهای بازار گشایش 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 توسعه یافتگی 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 نوآوری‌های 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 مهم‌ترین کارکردهای نوآوری ابزارهای مالی کمک به کشف قیمت است. از آنجایی که قیمت یکی از مؤلفه‌های بسیار اساسی در مفاهیم اقتصادی است و نقش بسیار کلیدی در تنظیم روابط تولید ایفا می‌کند، 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 می‌پردازند، بهتر قادر به تفسیر فرصت‌های رشد و در نهایت زمینه‌ساز رشد تولید ناخالص داخلی سرانه

هستند. تغییر در مقررات در جهت ایجاد بسترهای مناسب برای نوآوری از شرایط مداخله‌گر به شمار می‌آید.

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 تنوع بخشی را خاطر نشان می‌سازد. فرهنگ سازمانی می‌تواند سرچشمه‌ای برای حرکت و پویایی، خلاقیت و نوآوری مالی و یا مانعی در راه پیشرفت آن‌ها به شمار آید. یکی از مهم‌ترین 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 نوآوری‌ها 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 شرکت‌ها، به مثابه سرمایه‌ی 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 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، 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.

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 ظرفیت های نوآورانه عقدهای اسلامی و نقش آن در رشد اقتصادی. اقتصاد اسلامی، سال ۴، شماره ۵۶، ص ۳۵-۵.
- ابوجعفری، ر، الهی، ش، پیغامی، ع و یاوری، ک. ۱۳۹۳. تأمین مالی نوآوری مبتنی بر نظریه تأمین مالی مرحله ای: 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 انعطاف پذیری ابزارهای مالی اسلامی جهت تامین مالی کسری بودجه دولت. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی پارسا.

اکبری واسوکلانی، ن. ۱۳۹۶. بررسی انعطاف پذیری ابزارهای مالی اسلامی جهت تامین مالی کسری بودجه دولت. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی پارسا.

آرمیان، ن. ۱۳۹۵. تحلیل و بررسی اقتصاد باز بر نوآوری و توسعه مالی در کشور های در حال توسعه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، دانشکده کشاورزی.

بیات، م. ۱۳۹۵. طراحی مدل اشاعه نوآوری در ابزارهای مالی اسلامی در ایران بر اساس روش شناسی سیستم های 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.

خانزاده، 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.

خواجوی، ش، فتاحی ناقچی، 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-ویکور؛ 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.

شائمی، علی، خزائی پول، جوادی، شعبانی نفت چالی، جوادی، 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 پارسیان.

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.

مرادنوری، 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.

پدرام. 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، صادفی. فرشته و سالار باباخانی. ناهید، (۱۳۹۷)، بررسی نقش واسط 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.

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 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 طبس، حلیمه، گل محمدی. عماد و محمدی. عماد، (۱۳۹۸)، تاثیر 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 تأک دی 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. (۴۷) ۱۲، 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.

پدرام. 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، صادفی. فرشته و سالار باباخانی. ناهید، (۱۳۹۷)، بررسی نقش واسط 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.

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، (۱)۷، 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 طبس، حلیمه، گل محمدی. عماد و محمدی. عماد، (۱۳۹۸)، تاثیر 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 تأک دی 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.

Po-Hsuan Hsu, XuanTian & YanXu, (2014), Financial development and innovation: Cross-country evidence, Journal of Financial Economics, Volume 112, Issue 1, April 2014, Pages 116-135.

Acharya, Viral V., and Xu, Zhaoxia. (2017), financial dependence and innovation: The case of public versus private firms. Journal of Financial Economics, 124 (2), 223– 243.

Balsmeier, B., Fleming, L. & Manso, G. (2017): Independent Boards and Innovation. Journal of Financial Economics, 123 (3), 536–557.

Bilyk, V. (2006). Financial Innovations and the Demand for Money in Ukraine. National University “Kyiv-Mohyla Academy.”

Elseed, A.A.K. & Elzain, S.M. 2019. 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*, 2(1): p 28-51.

Hossain M. Kauranen I. (2016). Open innovation in SMEs: a systematic literature review. *Journal of Strategy and Management*, 9 (1): 58-73.

Meissner, D., Meissner, D., Carayannis, E. G., & Carayannis, E. G. (2017). Value generation from industry-science linkages in light of targeted open innovation. *Journal of Knowledge Management*, 21(2), 295-307.

Pervan S, Al-Ansaari Y, Xu J. (2015). Environmental determinants of open innovation in Dubai SMEs. *Industrial Marketing Management*, 50: 60-68

Popa S, Soto-Acosta P, Martinez-Conesa I. (2017). Antecedents, moderators, and outcomes of innovation climate and open innovation: An empirical study in SMEs. *Technological Forecasting & Social Change*, 118: 134-142.

Sinha, J, Kim, J. (2012). Factors affecting Indian consumers' online buying behavior. *Innovative Marketing*, 8 (2): 46-57.

WACHIRA, E. (2013). The effect of technological innovation on the financial performance of commercial banks in kenya. University of nairobi: school of business.

The pattern of financial innovation in companies operating in the capital market Based on contextual approach

Nafiseh Mosavinia¹, Nader Rezaei(Ph.D.)² (Ph.D.)³, Rasoul Abdi(Ph.D.) Asgar Pakmaram⁴

Abstract

Innovation affects the financial performance of the company. Before the realization of the innovation, this financial performance is based on some patterns, and this method should be changed after the realization of the innovation. Considering the fact that in every business activity, the included innovation creates reactions in the market, the authors are focused on using measures that use the relationship of the market position in order to investigate the impact of the innovation. At present, the causal, intervening and contextual conditions, strategies and consequences of financial innovation have not been investigated. Therefore, in this research, an attempt has been made to design the model of financial innovation of companies by the method of ground-based theorizing. This research is qualitative and exploratory. This research was carried out by interviewing experts in the field of theoretical foundations of financial innovation and the field of capital market, and it reached saturation by conducting 16 interviews in 2019 using the snowball sampling method. The results of the research showed that financial development, monetization, price risk transfer, arbitrage tools and processes, risk management tools and unlocking tools as causal factors, risk hedging, commodity-based financing and price discovery are also intervention factors, per capita GDP growth, changes in regulations and guidelines, the existence of an encouraging atmosphere, creative organizational culture, creative organizational structure, creative environment and knowledge management system as background conditions, the use of Islamic financial tools and management ability as strategic factors, and finally, the coherent pattern showed that the financial innovation of companies is the consequences of such as social trust, improves cooperation capabilities and improves performance and financial effectiveness.

Key words: innovation, financial innovation, capital market, fundamental theory