

تاثیرپذیری عملکرد مالی نهادهای خدمات محور از ابعاد نوآوری

سازمانی

یوسف آزادیان^۱

تاریخ پذیرش ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۶

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر ابعاد نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی نهادهای خدمات محور می باشد. نوآوری به عنوان یک عنصر فعال کننده حیاتی برای شرکتها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و در حال تغییر صحیح امری به شمار می آید. در این مطالعه شعب بانک تجارت استان مازندران به عنوان جامعه آماری تعیین که به کمک جدول مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده با تخصیص متناسب ۱۱۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بوده و ابزار گردآوری داده ها شامل پرسشنامه سنجش نوآوری سازمانی امید و همکاران (۲۰۰۲) با پایایی ۰/۸۱ و پرسشنامه عملکرد مالی عزیزی (۱۳۹۰) با پایایی ۰/۹۲ می باشد. همچنین برای سنجش روایی پرسشنامه ها از تحلیل عاملی تاییدی با نرم افزار lisrel استفاده شده است. داده ها با استفاده از آمار توصیفی و آزمون کولموگروف-اسمیرنف، آزمون رگرسیون و رگرسیون گام به گام به کمک نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. یافته های تحقیق حاکی از این است که نوآوری سازمانی و مولفه های آن بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری دارند. با افزایش نوآوری محیطی، نوآوری رهبری و نوآوری فردی در شعب بانک تجارت استان مازندران، عملکرد مالی این بانکها نیز افزایش پیدا می کند.

کلمات کلیدی: سازمان های خدماتی، نوآوری سازمانی، بانک.

^۱ گروه حسابداری، واحد نوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، نوشهر، ایران. Yousef.Azadian@iau.ac.ir

۱- مقدمه

سودآوری بانک‌های تجاری، موضوعی بسیار مهم و پیچیده است که تحت تأثیر مدیریت سرمایه فکری و سرمایه مالی به عنوان عوامل حسابداری و شاخص‌های صنعت بانکداری و اقتصاد کلان به عنوان عوامل محیطی قرار دارد. مسائل و مشکلات بانک‌های سنتی شامل داشتن ساختارهای پیچیده، بالا بودن میزان رسمیت، افزایش هزینه عملیاتی، ارائه خدمات بانکی با هزینه و زمان بیشتر، عدم نوآوری در خدمت‌دهی و عدم برآورد انتظارات مشتریان می‌باشد (محمدی، درابی، بدیعی، ۱۴۰۳). نوآوری در بهره‌مندی از مزایای رقابتی، به ویژه در سازمان‌های بزرگ بسیار اهمیت دارد، زیرا شرکت‌ها و سازمان‌ها بدون ابداع مستمر، از عرصه رقابت حذف خواهند شد. در حال حاضر، بیش از نیمی از سودهای سازمان‌ها از محصولات و خدماتی به دست می‌آید که کمتر از پنج سال از عمر آنها می‌گذرد. علاوه بر این، نوآوری در بخش‌های مختلف تجاری و خدماتی، به طور فزاینده‌ای افزایش یافته است و شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا در این محیط، مزایای رقابتی خود را حفظ کنند (فاضل و همکاران، ۱۳۹۰). نوآوری یا ابداع، عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو و تازه ناشی از خلاقیت است. از نظر استیفن پی رابینز^۱، نوآوری، فرایند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است (جوانمردی، سخایی، ۱۳۸۸).

از سویی دیگر، سنجش عملکرد مالی به عنوان یک اولویت مهم در تمام تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مربوط به سازمان‌های دولتی و خصوصی برای شناسایی مکان و نواحی مشکل ساز مطرح بوده و استفاده کارا از نتایج آن مقدمات لازم را برای طراحی مدل‌های کمی مالی در حوزه کنترل ریسک‌های عملیاتی مهیا نموده به گونه‌ای که طراحی یک مدل هشدار دهنده مالی از سوی مدیریت ریسک‌های مالی، به عنوان یک راهکار اساسی در اکثر کشورهای توسعه یافته مورد قبول واقع شده است و از نتایج آن برای پیش‌بینی و شناخت نقاط قوت و ضعف درونی و نیز نقاط فرصت و تهدید بیرونی ارکان بخش‌های پولی و بانکی از جمله پیش‌بینی و ارائه ارزش ذاتی سهام قابل واگذاری مؤسسات و نهادهای دولتی به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی استفاده می‌شود (جوادی، صمدی، ۱۳۸۸). ارزیابی عملکرد مالی بانک‌ها بخش عمده‌ای از مباحث حسابداری، مالی و اقتصاد را تشکیل می‌دهد. ارزیابی عملکرد مالی یعنی اندازه‌گیری

1. Stephen P. Robbins

این موضوع که شرکت تا چه حدی به اهداف تعیین شده در برنامه‌های خود دست یافته است (پاتاتوکاس، ۲۰۱۲).

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- نوآوری و ابعاد نوآوری سازمانی

نوآوری پدیده‌ای چندوجهی است و از دید یک اقتصاددان این پرسش مهم است که چه انگیزه‌ها و شرایط اقتصادی باعث تسهیل نوآوری می‌شود و اثرات آن در عملکرد بنگاه‌ها و صنایع مختلف چیست. از دید مدیران، نحوه مدیریت بنگاه برای بهره‌برداری بهتر از ظرفیت‌های خلاق و نوآور کارکنان بسیار اهمیت دارد (اویاهاوانیت، ۲۰۰۸). معمولاً نوآوری در معنای عام آن، به هر محصول یا پدیده جدیدی که توسط انسان ایجاد شده باشد، اطلاق می‌گردد (رضوانی، گرایلی نژاد، ۱۳۹۰). چالش اصلی سازمان‌ها (خصوصاً سازمان‌های خدماتی)، نوآوری است که فرآیند تطبیق با بسیاری از تغییرات محیطی را تسهیل می‌کند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که ظرفیت نوآوری دارند، قادرند که به چالش‌ها سریع‌تر پاسخ دهند، محصولات جدیدی را استخراج کنند و فرصت‌های بازار بهتری نسبت به شرکت‌های فاقد نوآوری به دست آورند (جوانمردی، سخایی، ۱۳۸۸). سازمان‌های نوآور فرهنگی مشابه دارند و تجزیه کردن را تشویق می‌کنند، هم به موفقیت و هم به شکست‌ها پاداش می‌دهند و از اشتباهات تجربه کسب می‌کنند (شهبازی، طهماسبی پور، ۱۳۹۱). ابعاد نوآوری سازمانی عبارتند از:

- ۱- نوآوری محیطی: مولفه نوآوری محیطی میزان شرایطی که محیط سازمان برای ایجاد نوآوری در اختیار مدیر قرار می‌دهد، را اندازه‌گیری می‌کند.
- ۲- نوآوری رهبری: مدیران ارشد و عالی رتبه که مسئول تصمیم‌گیری‌های راهبردی می‌باشند، با محیط خارج ارتباط تنگاتنگی داشته و معمولاً برای انجام فعالیت‌های نوآورانه در سازمان‌های خود، بیشترین مسئولیت را دارند.
- ۳- نوآوری فردی: با تشخیص مسأله و ارائه ایده‌ها یا راه‌حل‌های جدید و قابل قبول آغاز می‌شود. در مرحله بعد فرد در سازمان به دنبال حامیانی است تا ایده خود را عملی سازد. بدین ترتیب یا آن ایده را به مرحله اجرا در آورده یا این که آن را با توجه به غیر ممکن بودن رها می‌کند (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۹).

۲-۲- نوآوری سازمانی و نوآوری فناورانه

نوآوری سازمانی پیش شرط لازم برای بکارگیری و بهره‌برداری کامل از نوآوری فناورانه است. نوآوری‌های سازمانی، از نظر پیشرفت‌های ساختاری و تغییرات سازمانی (برای مثال، سیاست‌ها، رویه‌ها و ارتباطات) منجر به هماهنگی و همکاری‌های درون سازمانی پیشرفته می‌شوند، که به نوبه خود، محیط مناسبی را برای پذیرش با استفاده از نوآوری‌های فناورانه ایجاد می‌کند. اجرای موفقیت آمیز نوآوری‌های فناورانه بستگی به تصویب تغییر در مؤلفه‌های اداری سازمان (یعنی نوآوری‌های سازمانی) دارد. اولین بعد مهم در تعریف یک نوآوری فناورانه، میزان تحول‌گرا بودن آن است. تحقیقات قبلی نشان می‌دهد که پذیرش نوآوری تحول‌گرا فناوری مستلزم رویه‌های سازمانی جدید، روال‌ها، توانایی‌ها، شیوه‌های مدیریتی بر این اساس، بنگاه‌های مستقر به دلیل و مهارت‌های بازاریابی، یعنی نوآوری سازمانی است. وسعت نوآوری، دومین بعد مهم نوآوری در فناوری است که باید به آن توجه کرد. پذیرش نوآوری سازمانی در حد بالایی از نوآوری‌های فناورانه منجر می‌شود. شرکت‌هایی که پذیرش تغییر سازمانی، تلاش مداوم و بخشی از روال‌های سازمانی آنها هستند، از این رو، مشتاقانه پیشرفت‌های مستمر را در حوزه فناوری نیز تقویت می‌کنند، که منجر به یادگیری مداوم و نوآوری می‌شود (مولایی، یزدانی، کاظمی، ۱۴۰۱).

۳-۲- عملکرد مالی

عملکرد مالی شرکت‌ها تحت تاثیر عوامل مختلفی است، از جمله: هماهنگی و همکاری عوامل تولید، مدیریت موجودی‌ها، مدیریت سرمایه در گردش و کاهش هزینه‌های بازاریابی و فروش. تمامی موارد ذکر شده، به بهبود عملکرد مالی منجر می‌شود. ارزیابی عملکرد مالی بانک‌ها بخش عمده‌ای از مباحث حسابداری، مالی و اقتصاد را تشکیل می‌دهد. ارزیابی عملکرد مالی یعنی اندازه‌گیری این موضوع که شرکت تا چه حدی به اهداف تعیین شده در برنامه‌های خود دست یافته است. روش‌های متعددی برای ارزیابی عملکرد مالی وجود دارد که بطور کلی می‌توان آنها را به دو دسته مدل‌های حسابداری و مدل‌های اقتصادی تقسیم کرد. در معیارهای حسابداری، عملکرد شرکت با توجه به داده‌های حسابداری ارزیابی می‌شود در حالی که در معیارهای اقتصادی، عملکرد شرکت با توجه به قدرت کسب سود دارایی‌های موجود و سرمایه‌گذاری بالقوه و با عنایت به نرخ بازده و نرخ هزینه سرمایه ارزیابی می‌گردد (پاتاتوکاس، ۲۰۱۲).

۴-۲- گسترش فناوری‌های نوین مالی در هزاره سوم

نوآوری فناوری‌های مالی با هدف سیستم مالی کارآمدتر، سهل الوصول‌تر و کمتر آسیب‌پذیر پا به عرصه گذاشته‌اند. در عین حال، با ایجاد بازارهای جدید و محو شدن مروز بین خدمات مالی و صنایع مجاور نظیر صنایع خرده فروشی، مخابرات و تکنولوژی، مجموعه جدیدی از خطرات سیستم مالی را تهدید می‌کند که ممکن است منجر به بیکاری چشمگیر در مقایسه با افزایش اتوماسیون ناشی از هوش مصنوعی و استفاده گسترده از ربات شود. در این شرایط به حداقل رساندن خطرات و حداکثر کردن فرصت‌های نوآوری‌های جدید برای حفظ سیستم مالی سالم به نفع جامعه، ضروری است. با توجه به گزینه‌های مختلفی که در دسترس مشتریان است، بانک‌ها در تلاش هستند تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، سطح کیفیت خدمات قابل ارائه خود را بهبود دهند. فعالیت‌های جدید انجام شده در حوزه پرداخت، تمرکز زیادی بر حذف اصطکاک از فرآیندها دارد که به موجب آن به ارائه خدمات در زمینه‌های پرداخت موبایلی، پرداخت‌های غیرحضوری و کیف پول الکترونیکی می‌پردازند (مغنی، ناصحی‌فر، ناطق، ۱۳۹۸).

۲-۵- اندازه‌گیری اثر نوآوری بر عملکرد نهادهای کسب و کار

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، مولفان به بکارگیری اقداماتی معطوف هستند که ارتباط موقعیت بازار را به منظور بررسی تأثیر نوآوری مورد استفاده قرار می‌دهد. در نتیجه همان‌گونه که این تغییر روابط گسترده-ای به خصوص از لحاظ توسعه در محیط خارجی مقوله تجاری دارد بکارگیری شاخص پیچیده توسعه اقتصادی پیشنهاد می‌شود. فرض بر این است که نوآوری موجب انحراف از عملکرد مالی ناشی از ارزش تئوری می‌شود که این انحراف به عنوان اثر اقتصادی نوآوری بیان می‌شود. عملکرد مالی کسب شده را می‌توان به شیوه‌های گوناگون مورد بررسی قرار داد (علی اکبری رسا، عدالت حقی، ۱۳۹۲).

۲-۶- تحقیقات داخلی

علی یوسفی و همکاران (۱۴۰۰) تأثیر معیارهای عملکرد مالی بر پایداری مالی بانک‌ها در شرایط بحران مالی را بررسی نمودند. تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان داد که بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام تأثیر مثبت و معناداری بر پایداری مالی بانک‌ها دارند. همچنین در شرایط بحران مالی، بازده

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۴، شماره ۱۳، تابستان ۱۴۰۳
حقوق صاحبان سهام منجر به افزایش پایداری مالی بانک‌ها می‌گردد (یوسفی، تهرانی، میرلوحی، ۱۴۰۰).

فاطمه رحیمی نسب (۱۳۹۶) به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌های اقتصادی و اجتماعی، عملکرد مالی و نوآوری سازمانی پرداخت. شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند و این شرایط شرکت‌ها و سازمان‌ها را به سمت عملکرد بهتر مالی و غیرمالی می‌کشاند. این پژوهش نشان داد که به منظور بروز نوآوری، سازمان‌ها می‌توانند از سرمایه انسانی برای توسعه تخصص سازمانی در جهت خلق خدمات جدید استفاده کنند (رحیمی-نصب، ۱۳۹۶).

شریف قارونی و همکار (۱۳۹۴) تأثیر نوآوری بر عملکرد مالی شعب بانک تجارت اهواز را بررسی نمودند. نتایج نشان داد که مشتری‌گرایی بر نوآوری و عملکرد مالی شعب بانک تجارت اهواز تأثیر مثبت دارد (قارونی، آندرواز، ۱۳۹۴).

۷-۲- تحقیقات خارجی

تایلاب (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان استفاده از تجزیه و تحلیل ماتریس اهمیت-عملکرد برای ارزیابی عملکرد مالی بانک‌های آمریکایی در بحران مالی، دریافتند که بانک‌های ورشکسته به دلیل عملکرد ضعیف خود در سالهای ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷، مستعد کاهش عملکرد مالی در سال ۲۰۰۸ هستند. برعکس، بانک‌های دارای عملکرد مثبت در سال ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ احتمال زیادی دارد تا تجربه افزایش ثبات مالی در سال ۲۰۰۸ را داشته باشند. این مطالعه نشان می‌دهد مدیرانی که از ماتریس اهمیت-عملکرد برای اولویت‌بندی تصمیمات مالی خود استفاده می‌کنند، بینش مفهومی مفیدی را بدست می‌آورند و بعید است که گمراه شوند (تایلاب، ۲۰۲۳).

جایانی و همکار (۲۰۱۸) رابطه بین قابلیت نوآوری، نوع نوآوری و عملکرد شرکت را مطالعه کردند. تأیید تجربی فرضیه این مدل شواهد را برای تأیید رابطه بین قابلیت‌های نوآوری ارائه می‌دهد؛ رابطه نوآوری و عملکرد شرکت‌ها معنی دار و قوی هستند. نتایج این مطالعه مدیریت موثر را در تقویت نوآوری موثر دانسته و آن مزایای مدیریت شرکت‌های بیمه را به همراه خواهد داشت (جایانی، هوی، ۲۰۱۸).

کورتز میشائیل آنگلو و همکاران (۲۰۱۵) طی پژوهشی نوآوری و عملکرد مالی شرکت‌های الکترونیک را مطالعه نمودند. یافته‌ها تأثیر مثبت تحقیق و توسعه و دارایی‌های نامشهود بر عملکرد مالی را نشان می‌دهد. مقایسه بین کشورها در مورد شرکت‌ها نشان می‌دهد که نوآوری

بر عملکرد مالی شرکت‌های آمریکایی و تایوانی تاثیر می‌گذارد. به همین ترتیب نتیجه گرفتند که عملکرد مالی منجر به نوآوری می‌شود (کورتاز و همکاران، ۲۰۱۵).

جیمز و ولانو (۲۰۱۱)، طی تحقیقی به دنبال بررسی رابطه نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد مالی بود. این تحقیق بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط اسپانیایی صورت گرفته بود. نتایج نشان داد که بین نوآوری سازمانی و مولفه‌های آن و همچنین بین یادگیری سازمانی و مولفه‌های آن با عملکرد مالی رابطه مثبت و معنادار وجود دارند. همچنین بین یادگیری سازمانی و نوآوری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (پاتاتوکاس، ۲۰۱۲).

۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی می‌باشد و با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و نیز روش میدانی استفاده شده است، می‌توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تشکیل داده‌اند که تعداد آنها با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده، ۱۹۰ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه مورد مطالعه در این تحقیق، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده با تخصیص متناسب به کمک جدول مورگان استفاده شد و تعداد ۱۱۳ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده که پرسشنامه بین آنها توزیع شد.

۳-۱- ابزارهای اندازه‌گیری متغیرها و روایی و پایایی پرسشنامه

ابزارهای متنوعی برای جمع‌آوری اطلاعات وجود دارد که بوسیله آن می‌توان داده‌های تحقیق را جمع‌آوری و ثبت نمود. در این بین می‌توان به مواردی نظیر پرسشنامه، مصاحبه، مشاهده و بررسی اسناد و مدارک (مطالعات کتابخانه‌ای) اشاره نمود. ابزار گردآوری در تحقیق حاضر پرسشنامه نوآوری سازمانی و پرسشنامه عملکرد مالی می‌باشد.

۴- فرضیات پژوهش

** فرضیه اصلی

نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تاثیر دارد.

** فرضیه‌های فرعی

* فرضیه فرعی اول: نوآوری محیطی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

* فرضیه فرعی دوم: نوآوری رهبری بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

* فرضیه فرعی سوم: نوآوری فردی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

۵- یافته‌های پژوهش

پرسش‌نامه نوآوری سازمانی: برای سنجش نوآوری سازمانی از پرسشنامه معتبر آمید و همکاران (۲۰۰۲) با ۱۴ گویه استفاده شده است. جدول ۱ و جدول ۲ تناظر سوالات و نمره‌دهی به سوالات را نشان می‌دهد.

جدول ۱- تناظر سوالات پرسش‌نامه نوآوری سازمانی

متغیر	خرده مقیاس	سوالات مربوط به هر خرده مقیاس
	نوآوری محیطی	۵-۴-۳-۲-۱
نوآوری سازمانی	نوآوری رهبری	۸-۷-۶
	نوآوری فردی	۱۴-۱۳-۱۲-۱۱-۱۰-۹

جدول ۲- نمره‌دهی به پرسش‌های نوآوری سازمانی در طیف لیکرت

گزینه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
انتخابی	۱	۲	۳	۴	۵
امتیاز	۱	۲	۳	۴	۵

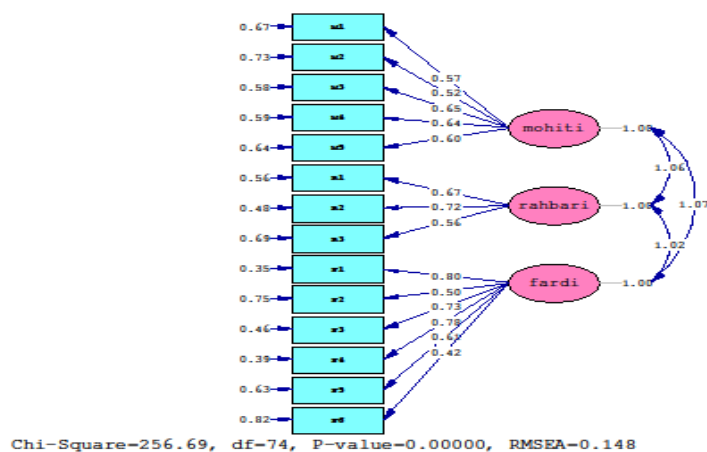
پرسش‌نامه عملکرد مالی: همچنین برای سنجش عملکرد مالی از پرسشنامه معتبر عزیزی (۱۳۹۰) که از ۱۵ گویه تشکیل شده استفاده می‌شود.

۱-۵-روایی پرسشنامه: در این مطالعه از روش تحلیل عاملی تائیدی، ساختار کلی پرسشنامه‌های تحقیق مورد روائی سنجی سازه محتوایی قرار گرفته است. برای تحلیل عاملی تائیدی با نرم افزار *lisrel* بارعاملی استاندارد محاسبه شده است. بطور کلی قاعده زیر حاکم است: اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر

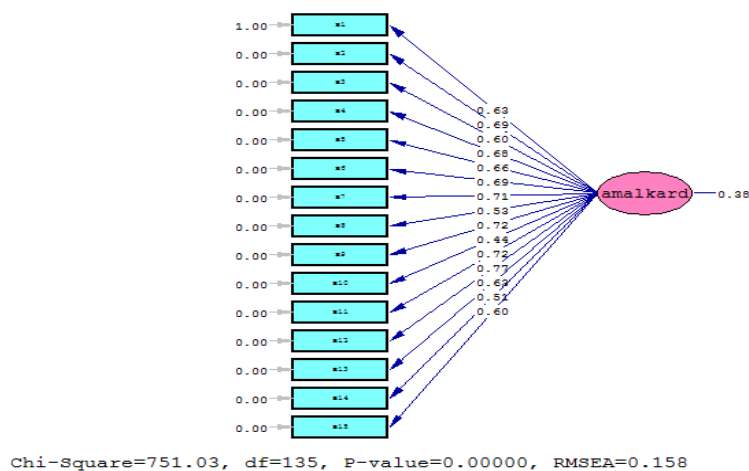
می‌شود. بارعاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است.

۱-۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی مقیاس پرسشنامه‌ها

تحلیل عاملی تأییدی مقیاس هر سه پرسش نامه در نمودارهای زیر ارائه شده است. بارعاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آنها (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ و در بیشتر موارد حتی بزرگتر از ۰/۶ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی هر دو پرسشنامه طبق نمودار ۱ و نمودار ۲ قابل تأیید است.



نمودار ۱- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش نوآوری سازمانی



نمودار ۲- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش عملکرد مالی

۲-۵- پایایی پرسشنامه

در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ که در بیشتر پژوهش‌ها مبنای سنجش پایایی قرار می‌گیرد استفاده شده است. در این روش، اجزاء یا قسمت‌های آزمون برای سنجش پایایی آزمون به کار می‌روند. طبق جدول ۳ این ضرایب بزرگتر از ۰/۷ می‌باشند و آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۳- پایایی پرسشنامه‌ها

خرده مقیاس	ضریب آلفای کرونباخ
نوآوری محیطی	۰/۷۰۹
نوآوری رهبری	۰/۷۴۲
نوآوری فردی	۰/۷۵۰
نوآوری سازمانی (مستقل)	۰/۸۱۱
عملکرد مالی (وابسته)	۰/۹۲۰

چون ضرایب به دست آمده بزرگتر از ۰/۷ است لذا پایایی پرسشنامه‌ها تایید می‌گردد. روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می‌توان به دو دسته روش‌های آماری توصیفی و روش‌های آماری استنباطی تقسیم کرد. برای بررسی و توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ دهندگان از روش‌های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده و در بخش استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن توزیع جامعه و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون و رگرسیون گام به گام استفاده شده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS صورت گرفته است.

۶- یافته‌های توصیفی و استنباطی متغیرها

۱-۶- آزمون کلموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

H_0 : متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال پیروی می‌کنند. $H_0: S \geq 0.05$

H_1 : متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند. $H_1: S < 0.05$

جدول ۴- جدول آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

متغیرها	سطح معنی داری	Z کلموگروف اسمیرنوف	نتیجه آزمون
---------	---------------	---------------------	-------------

نوآوری محیطی	۰/۰۵۱	۱/۳۵۴	نرمال
نوآوری رهبری	۰/۰۲۲	۱/۵۰۱	غیرنرمال
نوآوری فردی	۰/۱۴۴	۱/۱۴۷	نرمال
نوآوری سازمانی (مستقل)	۰/۴۶۰	۰/۸۵۴	نرمال
عملکرد مالی (وابسته)	۰/۸۳۷	۰/۶۲۰	نرمال

با توجه به جدول بالا مقدار سطح معنی داری کلیه ابعاد بزرگتر از ۰/۰۵ شده است که نشان از پذیرش فرضیه صفر می باشد یعنی متغیرهای موردنظر از توزیع نرمال پیروی می کنند. همچنین سطح معنی داری متغیر نوآوری رهبری کوچکتر از ۰/۰۵ شده است که نشان از رد فرضیه صفر می باشد یعنی متغیر مورد نظر از توزیع غیر نرمال پیروی می کند.

۷-آزمون فرضیات پژوهش

*فرضیه فرعی اول: نوآوری محیطی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد. جدول ۵ همبستگی بین متغیرها را نشان می دهد.

جدول ۵- همبستگی بین متغیرها

دوربین	انحراف معیار	ضریب تعیین	ضریب ضریب	ضریب
واتسون	خطا	تعدیل شده	تعیین	همبستگی
۱/۹۳۶	۰/۴۰۲۶۰	۰/۵۴۶	۰/۵۵۰	۰/۷۴۲

همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر ۰/۷۴۲ است. ضریب تعیین ۰/۵۵۰ بدست آمده و این مقدار نشان می دهد که ۵۵/۰ درصد تغییرات عملکرد مالی به نوآوری محیطی موجود مربوط می شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می شود که آن هم در این آزمون برابر با ۵۴/۶ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم. با توجه به شاخص هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است. در جدول ۶ معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است

جدول ۶- آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	Sig.
رگرسیون	۲۲/۰۲۲	۱	۲۲/۰۲۲	۱۳۵/۸۶۷	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۷/۹۹۲	۱۱۱	۰/۱۶۲		
کل	۴۰/۰۱۴	۱۱۲			

متغیر وابسته : عملکرد مالی

با توجه به جدول فوق سطح معنی داری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح ۹۹ درصد دارد بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۷- معنادار بودن ضرایب رگرسیونی نوآوری محیطی و عملکرد مالی

مدل	مجموع مربعات	ضریب غیر استاندارد	ضری ب استاندارد شده	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
۱	مقدار	۱/۵۴۲	۰/۲۰۴	۷/۵۵۶	/۰۰۰
	ثابت				۰
	نوآور	۰/۶۲۰	۰/۰۵۳	۰/۷۴۲	۱/۶۵۶
	ی محیطی			۱	۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول ۷ آمده است. معادله رگرسیونی را می توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد :

$$\text{نوآوری محیطی} (۰/۶۲۰) + ۱/۵۴۲ = \text{عملکرد مالی}$$

می توان گفت با ارتقاء یک واحد نوآوری محیطی ۰/۷۴۲ واحد انحراف معیار عملکرد مالی ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه ارتباط مثبت دارند.

*فرضیه فرعی دوم: نوآوری رهبری بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

جدول ۸- همبستگی بین متغیرها

دوربین واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۲/۳۱۴	۰/۴۲۷۳۳	۰/۴۸۹	۰/۴۹۳	۰/۷۰۲

همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر ۰/۷۰۲ است. ضریب تعیین ۰/۴۹۳ بدست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۴۹/۳ درصد تغییرات عملکرد مالی به نوآوری رهبری موجود مربوط می‌شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۴۸/۹ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است. در جدول ۹ معنی‌دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است.

جدول ۹- آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	Sig.
رگرسیون	۱۹/۷۴۴	۱	۱۹/۷۴۴	۱۰۸/۱۲۳	۰/۰۰۰
باقیمانده	۲۰/۲۷۰	۱۱۱	۰/۱۸۳		
کل	۴۰/۰۱۴	۱۱۲			

متغیر وابسته: عملکرد مالی

با توجه به جدول فوق سطح معنی‌داری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح ۹۹ درصد دارد بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۱۰- معنادار بودن ضرایب رگرسیونی نوآوری رهبری و عملکرد مالی

	مدل	مجموع مربعات	ضریب غیر استاندارد	ضری ب استاندارد شده	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
۱	مقدار ثابت	۱/۶۸۳	۰/۲۱۵		۷/۸۳۱	/۰۰۰
	نوآور	۰/۵۵۷	۰/۰۵۴	۰/۷۰۲	۱/۳۹۸	/۰۰۰
	ی رهبری					

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول ۱۰ آمده است. معادله رگرسیونی را می توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد:

$$\text{نوآوری رهبری} = (۰/۵۵۷) + ۱/۶۸۳ = \text{عملکرد مالی}$$

می توان گفت با ارتقاء یک واحد نوآوری رهبری ۰/۷۰۲ واحد انحراف معیار عملکرد مالی ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه ارتباط مثبت دارند.

*فرضیه فرعی سوم: نوآوری فردی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

جدول ۱۱- همبستگی بین متغیرها

دوربین	انحراف معیار	ضریب تعیین	ضریب تعیین	ضریب
واتسون	خطا	تعدیل شده	تعیین	همبستگی
۲/۳۰۰	۰/۳۵۴۳۱	۰/۶۴۹	۰/۶۵۲	۰/۸۰۷

همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر ۰/۸۰۷ است. ضریب تعیین ۰/۶۵۲ بدست آمده و این مقدار نشان می دهد که ۶۵/۲ درصد تغییرات عملکرد مالی به نوآوری فردی موجود مربوط می شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می شود که آن هم در این آزمون برابر با ۶۴/۹ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه

استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است. در جدول ۱۲ معنی‌دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است.

جدول ۱۲- آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	Sig.
رگرسیون	۲۶/۰۸۰	۱	۲۶/۰۸۰	۲۰۷/۷۵۱	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۳/۹۳۴	۱۱۱	۰/۱۲۶		
کل	۴۰/۰۱۴	۱۱۲			

متغیر وابسته: عملکرد مالی

با توجه به جدول فوق سطح معنی‌داری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح ۹۹ درصد دارد بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۱۳- معنادار بودن ضرایب رگرسیونی نوآوری فردی و عملکرد مالی

مدل	مجموع مربعات	ضریب غیر استاندارد	ضری ب استاندارد شده	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
۱ مقدار	۱/۳۲۷	۰/۱۸۰		۷/۳۶۱	/۰۰۰
ثابت					۰
نوآوری	۰/۶۵۹	۰/۰۴۶	۰/۸۰۷	۱/۴۱۴	/۰۰۰
ی فردی				۴	۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. معادله رگرسیونی را می توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد :

$$\text{نوآوری فردی} (0/659) + 1/327 = \text{عملکرد مالی}$$

می توان گفت با ارتقاء یک واحد نوآوری فردی $0/807$ واحد انحراف معیار عملکرد مالی ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه ارتباط مثبت دارند.

****فرضیه اصلی:** نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران تأثیر دارد.

جدول ۱۴- همبستگی بین متغیرها

دوربین	انحراف معیار	ضریب تعیین	ضریب	ضریب
واتسون	خطا	تعدیل شده	تعیین	همبستگی
۲/۲۵۳	۰/۳۴۶۶۴	۰/۶۶۴	۰/۶۶۷	۰/۸۱۶

همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته برابر $0/816$ است. ضریب تعیین $0/667$ بدست آمده و این مقدار نشان می دهد که $67/7$ درصد تغییرات عملکرد مالی به نوآوری سازمانی موجود مربوط می شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می شود که آن هم در این آزمون برابر با $66/4$ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد $1/5$ تا $2/5$ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم. با توجه به شاخص هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است. در جدول ۱۵ معنی دار بودن رگرسیون بوسیله آزمون F محاسبه شده است .

جدول ۱۵- آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

Sig.	آماره F	میانگین	درجات	مجموع	مدل
		مجموع	آزادی	مربعات	
		مربعات			
/.000	۲۲/۹۹۷	۹۱۶۶۷۶۲	۱	۲/۶۷۶	رگرسیو
۰	۱	۶	۶	۶	ن

باقیمانده	۱/۳۳۸	۱۱۱	۰/۱۲۰
	۳		
کل	۴/۰۱۴	۱۱۲	
	۰		

متغیر وابسته : عملکرد مالی

با توجه به جدول فوق سطح معنی داری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح ۹۹ درصد دارد بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۱۶- معنادار بودن ضرایب رگرسیونی نوآوری سازمانی و عملکرد مالی

	مدل	مجموع	ضریب	ضری	t	Sig.
		مربعات	غیر	ب		
			استاندارد	استاندارد		
			شده	شده		
		B	Std. Error	Beta		
۱	مقدار	۱/۰۸۳	۰/۱۹۰	۰/۸۱۶	۵/۶۸۸	/۰۰۰
	ثابت					۰
	نوآور	۰/۷۲۴	۰/۰۴۹	۰/۸۱۶	۱/۹۰۰	/۰۰۰
	ی سازمانی				۴	۰

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می باشد که در جدول فوق آمده است. معادله رگرسیونی را می توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد :

$$\text{نوآوری سازمانی} = ۱/۰۸۳ + (۰/۷۲۴)$$

می توان گفت با ارتقای یک واحد نوآوری سازمانی ۰/۸۱۶ واحد انحراف معیار عملکرد مالی ارتقاء پیدا خواهد کرد، در نتیجه ارتباط مثبت دارند.

۸-برازش مدل رگرسیونی گام به گام

جدول ۱۷- متغیرهای ورودی و خروجی با استفاده از رگرسیون گام به گام

مدل	متغیر مستقل وارد شده	متغیرهای خروجی	روش
۱	نوآوری سازمانی		گام به گام
متغیر وابسته: عملکرد مالی			

با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم. با توجه به شاخص هایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۱۸- شاخص های کفایت مدل

آماره دوربین واتسون	انحراف خطا	ضریب تعیین شده	ضریب تعدیل	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۲/۲۵۳	۰/۳۴۶۶۴	۰/۶۶۴		۰/۶۶۷	۰/۸۱۶

جدول ۱۹ آنالیز واریانس برای دو مدلی که عنوان شد را نشان می دهد.

جدول ۱۹- آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	F	Sig
نوآوری سازمانی	۲۲۱/۹۹۷	۰/۰۰۰

جدول فوق حاکی از معنی دار بودن رگرسیون با توجه به $\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000$ برای دو مرحله است. جدول ۲۰ نیز معناداری ضرایب رگرسیونی به ترتیب ورود در مدل را نشان می دهد.

جدول ۲۰- معنادار بودن ضرایب رگرسیونی

مدل	غیر	ضرایب		t	Sig
		ضرایب استاندارد	استاندارد شده		
	B	Std. Error	Beta		

مقدار	۱/۰۸۳	۰/۱۹۰	۵/۶۸۸	۰/۰۰۰
ثابت				
۱				
نواوری	۰/۷۲۴	۰/۰۴۹	۰/۸۱۶	۱۴/۹۰۰
سازمانی				۰/۰۰۰

متغیر وابسته: عملکرد مالی

با توجه به ضریب بتا استاندارد می‌توان بیان نمود که نوآوری سازمانی پیش‌بین مناسبی جهت عملکرد مالی می‌باشد.

۹- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به این حقیقت که نوآوری‌ها به منظور دستیابی به مزیتی رقابتی و ایجاد موقعیت در بازار برای نهادهای کسب و کار ایجاد شده‌اند، تاثیر نوآوری باید در ارزش شرکت و عملکرد مالی آن منعکس گردد. بر اساس یافته‌ها با افزایش نوآوری محیطی، نوآوری رهبری و نوآوری فردی در شعب بانک تجارت استان مازندران، عملکرد مالی این بانک‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. در تبیین فرضیه‌ها و با توجه به نتایج گویه‌ها می‌توان گفت: اگر در شعب بانک تجارت استان مازندران عواملی از قبیل: الف- تشویق خلاقیت کارکنان ب- استفاده از تمام توانایی‌های آنان ج- درس گرفتن از اشتباهات. د- قابلیت انعطاف پذیری سازمان ه- تطبیق فکر و عمل مدیران پ- احترام به حقوق کارکنان. ت- تاکید به وضعیت موجود ث- تشویق کارکنان به نوآوری در سطح بالایی باشد آنگاه شرایط و مقتضیات لازم جهت افزایش عملکرد مالی فراهم خواهد گردید. این نتایج با نتایج تحقیقات فاطمه رحیمی نسب (۱۳۹۶)، سیدشریف قارونی و همکار (۱۳۹۴)، زهرا حبیبی نوده و همکار (۱۳۹۳)، جایانی و همکار (۲۰۱۸) و سن کارسیل و مک میلان (۲۰۱۵) و جیمز و ولاو (۲۰۱۱) منطبق می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق و تاثیر مثبت نوآوری محیطی بر عملکرد مالی کارکنان شعب بانک تجارت استان مازندران به مدیران پیشنهاد می‌گردد تا با تقویت عوامل زیر شرایط لازم جهت افزایش عملکرد مالی را فراهم نمایند.

* به کارکنان اجازه داده شود تا مشکلات مشابه و یکسان را به روش‌های متفاوت حل و فصل نمایند.

* از تمام توانایی‌های کارکنان برای انجام دادن وظایفشان در سازمان استفاده گردد.

* مدیران قابلیت انعطاف در سازمان را تقویت کنند تا سازمان به سرعت با تغییرات روز

همهانگ گردد.

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۴، شماره ۱۳، تابستان ۱۴۰۳

* مدیران با برگزاری جلسات مشترک با کارکنان، افکار و انتظارات آنان را در سازمان به کار گیرند.

* شرایطی مهیا گردد تا کارکنان بتوانند مساعدت و کمک‌های خود را برای ایجاد اندیشه های جدید در اختیار سازمان قرار دهند.

* مدیران به حقوق کارکنان احترام گذاشته و با آنها با احترام رفتار کنند.

۱۰-منابع

جوانمردی، حبیب اله. سخایی، فاطمه. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین مهارت‌های فردی، یادگیری سازمانی، نوآوری و عملکرد سازمانی در صنایع کوچک و متوسط استان مرکزی. فصلنامه بصیرت. (۴۴)

جوادی، محمد رضا. صمدی، محسن. (۱۳۸۸). توسعه یک مدل آماری چند متغیره به منظور رتبه بندی شرکت‌های کشت و صنعت تحت پوشش وزارت جهاد کشاورزی بر اساس عملکرد مالی. مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه. (۶۸). صص ۱۰۳ تا ۱۲۸.

رحیمی نسب، فاطمه. (۱۳۹۶). ارتباط بین مسئولیت‌های اقتصادی و اجتماعی، عملکرد مالی و نوآوری سازمانی. کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی. دانشگاه آزاد واحد کازرون.

رضوانی، حمید رضا. گرایلی نژاد، رزا. (۱۳۹۰). ارائه الگویی برای گونه‌شناسی انواع نوآوری سازمانی. فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد. سال ۷. (۲۸). صص ۲۶-۲۱.

شهبازی، صادق. طهماسبی پور، امین. (۱۳۹۱). بررسی نقش خلاقیت و نوآوری در توسعه محصولات جدید. اولین کنفرانس بین المللی مدیریت نوآوری و تولید ملی. استان قم.

علی اکبری رسا، صدیقه. عدالت حقی، میرمحمود. (۱۳۹۲). بررسی فرایندهای نوآوری و تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت‌ها. دومین اجلاس مدیران تحقیق توسعه و فناوری کشور با رویکرد نسل چهارم تحقیق و توسعه. شرکت همایش تجارت پاریس. استان تهران.

فاضل، امیر. کمالیان، امین رضا. خجسته، غلامرضا. فاضل، علی. (۱۳۹۰). نقش اعتماد در نوآوری سازمانی: پژوهش در یک سازمان ایرانی بخش خدمات. مجله فرآیند مدیریت و توسعه. (۷۷). صص ۷۱ تا ۹۰.

قارونی، سیدشریف. لیلا، آندرواژ. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد مالی شعب بانک تجارت اهواز. کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع. ترکیه. موسسه

مدیران ایده پرداز.

مغنی، حیدر. ناصحی فر، وحید. ناطق، تهمینه. (۱۳۹۸). چگونگی تاثیر گسترش فناوری های مالی بر بهبود عملکرد خدمات مالی. فصلنامه اقتصاد مالی. سال ۱۳. (۴۹). صص ۲۱۲-۱۸۳.

میرفخرالدینی، حیدر. حاتمی نسب، حسن. طالعی فر، رضا. کنجکاو منفرد، امیررضا. (۱۳۸۹). مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط. چشم انداز مدیریت بازرگانی. (۲). ۷۱-۵۲.

محمدی، فریده. درابی، رویا. بدیعی، حسین. (۱۴۰۳). شناسایی و ارائه مدل عوامل اثرگذار بر پیاده سازی فین تک در نظام بانکی کشور. پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی. (۱)۱۶. صص ۱۲۶-۱۰۵.

مولایی، اکبر. یزدانی، ناصر. کاظمی، فاطمه. (۱۴۰۱). تاثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی نوآوری فناورانه تحول گرا و گسترده. مطالعات مدیریت راهبردی. (۴۹). صص ۱۶۳-۱۴۵.

یوسفی قلعه رودخانی، محمدعلی. تهرانی، رضا. میرلوحی، سید مجتبی. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر معیارهای عملکرد مالی بر پایداری مالی بانکها در شرایط بحران مالی. پژوهش های مدیریت در ایران. (۲)۲۵. صص ۲۱-۱.

Cortez, Michael Angelo A.; Ikram, Mohamed Ihtisham Mohamed; Nguyen, Thanh Trung. (2015). Innovation and financial performance of electronics companies: a cross-country comparison. *Journal of International Business Research*. v.14.no.1.166(14) (ISSN: 1544-0222). Patatoukas, P. N. (2012). Customer-Base Concentration: Implications for Firm Performance and Capital Markets. *The Accounting Review*. 87

R.P. Jayani Rajapathirana, Yan Hui, (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*. Volume 3. Issue 1. Pages 44-55.

Tailab, M.M.K.(2023). Using Importance-Performance Matrix Analysis to Evaluate the Financial Performance of American Banks During the Financial Crisis. *Journal Indexing and Metrics*. 10(1). PP 1-17.

Ussahawanitchakit, P. (2008). Impacts of organizational learning on innovation orientation and firm efficiency: an empirical assessment of accounting firms in Thailand. *International Journal of Business*. 47(2). pp.319-