

تأثیر جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات بر ادغام بانکها (مورد مطالعه: بانک سپه استان فارس)

مهدی اسماعیلی^۱، سعید منصوریان طبائی^۲

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۱/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸

چکیده

در این پژوهش قصد بر این است تا تأثیر جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات بر ادغام بانکها در بانک سپه استان فارس بررسی شود. جامعه آماری شامل کلیه بانکهای سپه در استان فارس می‌باشد؛ که بر اساس جدول مورگان ۲۹۱ نفر به دست آمد برای اندازه‌گیری متغیرها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد که به روش نمونه‌گیری در دسترس میان مدیران و کارکنان بانک سپه توزیع و جمع‌آوری گردید. روایی پرسشنامه به صورت تشخیصی، همگرا و واگرا و پایایی پرسشنامه نیز با ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل صورت گرفت. نتایج نشان داد که جهت‌گیری استراتژیک بر ادغام بانکها تأثیر مثبت ندارد. فناوری اطلاعات بر ادغام بانکها تأثیر مثبت معنادار دارد. جهت‌گیری استراتژیک بر فناوری اطلاعات تأثیر مثبت معنادار دارد. در نهایت تأثیر مثبت معنادار جهت‌گیری استراتژیک بر فناوری اطلاعات تأیید شد.

کلمات کلیدی: جهت‌گیری استراتژیک، فناوری اطلاعات، ادغام بانکها، بانک سپه استان فارس.

^۱ دکتری تخصصی مدیریت، مدیریت شعب بانک سپه استان فارس، ایران.

^۲ کارشناس ارشد اقتصاد، مدیریت شعب بانک سپه استان فارس، ایران.

۱. مقدمه

در دنیای کنونی، بسیاری از مدیران ارشد سازمانها به دلیل کم توجهی به محیط رقابتی پیرامون و نداشتن استراتژی و برنامه‌ریزی دقیق و مدون برای اجرای آن جهت مقابله با این شرایط، دچار مشکل می‌شوند و تنها سازمانهایی می‌توانند مزیت رقابتی پایدار داشته باشند که به کمک ساختار مناسب سازمانی و معماری متناسب با نیازهای سازمان برای حضور قدرتمند در بازار رقابتی به سرعت پاسخگوی نیازهای بازار و مشتریان باشند و همچنین در پاسخ به فرصتها و تهدیدهای بازار اثربخش عمل کرده و اصطلاحاً عملکرد سازمانی مناسبی از خود بر جای بگذارند. جهت‌گیری برنامه‌های استراتژیک مدیران و برنامه ریزان سازمان و تعیین استراتژیهای سازگار با نیازهای بازار، در کنار ساختاربندی و معماری مناسب سازمانی می‌تواند ضمن ایجاد زیرساختهای لازم برای واکنش سریع سازمان در مقابل تحولات محیطی و تغییرات بازار سبب‌ساز توانمندی سازمان برای استفاده از تمام توان سازمان برای فرصت‌سازی و چابکی سازمان شده عملکرد مناسبی را برای سازمان رقم بزند (جوشن، ۱۳۹۷).

از طرفی افزایش چالشهای محیطی به‌صورت اجتناب‌ناپذیری روشهای انجام کار ما را تغییر داده، چالش‌هایی نظیر تغییر سریع، ظهور اینترنت، تنوع نیروی کار، جهانی‌شدن، تکامل یافتن و متحول‌شدن نقش‌های کاری و خانوادگی، فقدان و کمبود مهارتها و ظهور بخش خدمات تنها بر ساختار سازمانی اثر نداشته است بلکه ماهیت و نقش عاملیت کسب و کار را نیز تغییر داده است. در پاسخ به این چالش‌های محیطی، سازمانها به منظور افزایش کارایی، اثربخشی و نهایتاً بهره‌وری خود به سمت تسهیل‌کننده فناوری اطلاعات تغییر جهت داده‌اند (کیس و همکاران^۳، ۲۰۱۷). در عصر حاضر اطلاعات به عنوان کالایی باارزش، استراتژیک و عامل توسعه، نقش بسیار مهمی در میان ابزارهای قدرت کسب کرده است و به مرور خود را به عنوان بزرگترین عامل قدرتمندی کشورها و سازمانها مطرح کرده است. روزانه مقادیر عظیمی از اطلاعات در جهان تولید می‌شود و یا از شکلی به شکل دیگر در می‌آید (جلال پور، ۱۳۹۶).

از سوی دیگر یکی از عوامل مهم دیگری که می‌تواند جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات را تحت تاثیر قرار دهد ادغام بانکها می‌باشد و از روش‌های توسعه، گسترش

³ - Kiss & et al

دامنه نفوذ و ایجاد توان انجام عملیات بزرگ در صحنه بین‌الملل برای بانک‌ها ادغام می‌باشد. ادغام در صورتی که صحیح انجام شود، می‌تواند نتایج مالی و غیرمالی چشمگیری به همراه داشته باشد. معمولاً ادغام‌ها هنگامی اعمال می‌شوند که بانک‌ها در تأمین هزینه‌های خود با مشکل مواجه باشند، یا اینکه آن‌ها در اندازه‌ای عمل کنند که از صرفه مقیاس برخوردار نباشند و یا از توانایی‌های مدیریتی کمتری بهره‌مند هستند. در چنین وضعیتی بانک‌ها تصمیم به ادغام با بانک‌هایی می‌گیرند که بتوانند این نواقص را برای آن‌ها پوشش دهند. از این رو در سراسر جهان ادغام‌های بانکی برای برخورداری از مزایای صرفه‌های مقیاس و توان بالای مدیریتی و باهدف نجات بانک‌ها از ورشکستگی انجام شده است. در مجموع می‌توان گفت که بانک‌ها به دلایلی از قبیل ایجاد هم‌افزایی، افزایش سرمایه بانک و انگیزه شخصی مدیران ادغام می‌شوند.

جهت‌گیری استراتژیک اصول‌رهنمایی هستند که بر بازاریابی و تدوین استراتژی شرکت تاثیر می‌گذارند. آنها دستورالعمل‌های استراتژیک اجرا شده به وسیله یک شرکت را انعکاس می‌دهند که به رفتارهای صحیح برای عملکرد بهتر منجر می‌شود (خوبیاری، ۱۳۹۵). تمرکز بر جهت‌گیری استراتژیک و هدفمند نمودن این جهت‌گیری در پاسخ محیط متغیر، ناپایدار و پیش‌بینی ناپذیر امروزی راه‌حلی جدید و حیاتی است. سرمایه‌گذاری بر تصحیح دیدگاه‌های سازمانی و هدایت فرهنگ سازمانی در راستای ایجاد جهت‌گیری‌های استراتژیک متناسب با اهداف سازمان می‌تواند متضمن تغییرات مناسب و سازنده در بخشهای متفاوت سازمان شده و تغییر معماری سازمان با دیدگاه بهبود توانایی‌های سازمان را به دنبال داشته باشد (مهدی زاده اشرفی، ۱۳۹۴). صنعت بانکداری به عنوان سازمانی که باید بتواند جدیدترین دانش روز را برای اجرای فرایندهای خود بکار گرفته و در این راستا باید ساختار مشخص و روشنی را بکار گرفته و برای اجرای صحیح و سریع فرآیندهای اجرایی خود برنامه‌ریزی کنند مطرح هستند، مدیران و برنامه‌ریزان سازمانی در این راه با چالشهایی روبه‌رو بوده و از برخی محدودیتها رنج می‌برند. ایراداتی که از دیدگاه ساختاری در سازمان وجود داشته است که برای غلبه بر این چالشها بایستی بتوان بسیاری از زیرساختهای تخصصی و خط‌مشی‌ها و استراتژیهای سازمان را با تغییرات و تحولات روزآمد همراه ساخت، برای این منظور بسیاری از مبانی علمی و نظری مورد بررسیها دقیق و موشکافی قرار گیرند. قطعاً با تمرکز بر فناوری اطلاعات و جهت‌گیری

استراتژیک و بدون انعطاف، اصرار مدیران و برنامه ریزان سازمان بر پابندی سازمان به یک سیستم روتین و بدون تغییر و پیاده‌سازی فرایندهای اجرایی بر اساس دستورالعمل‌های استاندارد و بدون تغییر نمی‌توان سازمانی چابک را متصور بود بلکه بایستی با نواندیشی و تغییر دیدگاه‌های استراتژیک سازمان و استفاده مثبت از نقش ارزشمند فناوری اطلاعات زمینه‌های موفقیت برنامه‌های سازمانی و اجرای صحیح استراتژیهای سازمانی را فراهم نمود، از سوی دیگر جهت‌گیری صحیح و برنامه‌ریزی استراتژیک بر اساس داشته‌ها و توانایی‌های سازمان نیز از دلایل موفقیت یک سازمان به شمار می‌روند و لازم است که بررسی‌های تخصصی بیشتری در مورد آنها صورت گیرد. از این رو مساله اصلی پژوهش این است که جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات چه تاثیری بر ادغام شرکتها دارد؟

۲. مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

۱.۱. جهت‌گیری استراتژیک

بیشتر سازمانها تمایل دارند یک نگرش کلی درباره کارکنان و شیوه مدیریت آنها داشته باشند و بیشتر بر شیوه‌هایی تمرکز می‌کنند که در مورد کل کارکنان شرکت صدق کند؛ اما نباید ماهیت منابع انسانی را ساده انگاشت و یک الگوی مدیریتی کلی برای اداره همه کارکنان اتخاذ کرد. بر اساس نگرش قابلیت‌های استراتژیک، قابلیت‌های کارکنان سهم متفاوتی در دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان ایفاء می‌کند و بنابراین برای کارکنان مختلف باید سبک‌های منابع انسانی متفاوتی در راستای استراتژی سازمان و بر پایه میزان اختصاصی بودن قابلیت‌ها اتخاذ گردد. از این رو سازمانها باید سبک‌های مدیریت منابع انسانی خود را به عنوان ابزاری استراتژیک برای پیوند سرمایه‌های انسانی با نیازهای استراتژیک در نظر گرفته، با اتخاذ سبک‌های مناسب، ضمن برآوردن نیازهای کارکنان خود از قابلیت‌های آنان در جهت برآوردن اهداف استراتژیک سازمان بهره‌گیری کنند (اصفهان‌ی و همکاران، ۱۳۹۶). در زمانی که منابع انسانی ارزشمند، مهمترین منبع استراتژیک سازمانها به شمار می‌آید و در شرایطی که سایر منابع سازمان و حتی فناوری پیشرفته، بدون حضور منابع انسانی فرهیخته ناتوان تلقی می‌شود، سازمانها در جذب و نگهداری کارکنانی با قابلیت‌ها و تخصص‌های مختلف با چالش‌های فراوانی مواجه‌اند، چالش‌هایی از قبیل (داوآبادی و همکاران، ۱۳۹۲). چگونگی ایجاد هماهنگی درونی و هم‌افزایی بین اقدامات

مختلف نظام مدیریت منابع انسانی، مانند نحوه تأمین منابع انسانی مورد نیاز (سپردن کار به نیروهای داخلی شرکت و یا برون‌سپاری آن)، نوع استخدام (پاره وقت، تمام وقت، مادام‌العمر یا قراردادی)، آموزش و توسعه، ارزیابی عملکرد، جبران خدمت و پرداخت، روابط کاری، انگیزش و کنترل. چگونگی دسته‌بندی کارکنان بر اساس میزان اهمیت آنها در دستیابی به اهداف استراتژیک و مدیریت متفاوت گروه‌های مختلف کارکنان. چگونگی ارتباط، انطباق و یکپارچگی استراتژی منابع انسانی با استراتژی‌های بالادستی سازمان (مانند استراتژی کسب و کار و استراتژی بنگاه) (داودآبادی و همکاران، ۱۳۹۲).

۱.۲. فناوری اطلاعات

در اوایل سال ۱۹۹۰ به مجموعه سخت‌افزار، نرم‌افزار، شبکه و صنایع مرتبط به آنان، فن‌آوری اطلاعات گفته می‌شد. در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تاکید و محوریت بر روی جنبه ارتباطی می‌باشد، به گونه‌ای که ارتباطات به منزله یک باید مطرح بوده که فن‌آوری اطلاعات بدون وجود آن امکان ارائه سرویسها و خدمات را دارا نمی‌باشد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، واژه‌ای است که به هر نوع دستگاه ارتباطی و یا برنامه نظیر رادیو، تلویزیون، تلفنهای سلولی، کامپیوتر، نرم‌افزار، سخت‌افزارهای شبکه، سیستمهای ماهواره‌ای و نظایر آن اطلاق شده که سرویسها، خدمات و برنامه‌های متعددی به آنان مرتبط می‌گردد (کنفرانس از راه دور، آموزش از راه دور) و در واقع به مجموعه امکانات سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، شبکه‌ای و ارتباطی به منظور دستیابی مطلوب به اطلاعات، گفته می‌شود (بکارو و همکاران^۴، ۲۰۱۶).

فناوری اطلاعات به مجموعه به هم پیوسته‌ای از روشها، سخت‌افزارها، نرم‌افزارها و تجهیزات ارتباطی که اطلاعاتی را در اشکال گوناگون (صدا، تصویر و متن) جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، بازیابی، پردازش، انتقال و یا عرضه می‌کند، اطلاق می‌شود (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴). فناوری اطلاعات متشکل از سخت‌افزار، نرم‌افزار، نیروی انسانی، اطلاعات، مدیریت، تولید و نگهداری است که در ارتباط متقابل با یکدیگرند و فضایی مملو از اطلاعات ذخیره شده به صورت نظامدار و با قابلیت دسترسی آسان پدید می‌آورند. این فضا در خدمت نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه قرار می‌گیرد و سبب

⁴ - Bekaroo & et al

بهره‌وری و افزایش کیفیت و محصولات سازمانهای متبوع می‌شود (لوهان و همکاران^۵، ۲۰۱۸). فناوری اطلاعات همانند محور و مرکز مجموعه‌ای از فعالیتهای هدایت شده است که کنترل مدیریت، بهره‌وری، تولید، آموزش و ارتقای یک سیستم (اعم از سازمان یا پایگاه اطلاعاتی و ...) را با یک مرکزیت بر عهده دارد. همه سازمانها، ارگانها، نهادها و وزارتخانه‌ها ناگزیر از برقراری ارتباط با یکدیگر و انتقال اطلاعات هستند. سازمان فناوری اطلاعات مسئول برقراری این ارتباطات در اشکال پیشرفته الکترونیکی است و به طور کلی مسئولیت کلی تولید، حفظ، ذخیره، بازیابی و انتقال اطلاعات را در یک شبکه پیچیده را بر عهده دارد (میرابی زاده و همکاران، ۱۳۹۶). فناوری اطلاعات، نقطه همگرایی الکترونیک، پردازش داده‌ها و ارتباطات دور که شامل تعدادی رایانه قوی، فناوری‌های ارتباطی و همچنین نرم‌افزار است، که نیاز به آن بر اثر سه عامل ایجاد می‌شود. اول آنکه فناوری اطلاعات خود صنعتی راهبردی (استراتژیک) و بسیار سودآور در جهان است. دوم آنکه فناوری کلیدی است و در همه صنایع و خدمات کاربرد دارد. سوم آنکه زیربنای اساسی است که به همه مؤسسات و واحدهای اقتصادی امکان می‌دهد تا در استفاده از دانش بشری و انتقال آن سهم شونند؛ سبب کاهش هزینه‌ها می‌شود و در نتیجه به افزایش بهره‌وری و کیفیت محصول می‌انجامد (مالینینا^۶، ۲۰۱۸). مهمترین ویژگی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، نحوه ذخیره‌سازی، پردازش و دستیابی به اطلاعات است و به جایگاه برجسته اطلاعات، دستگاه‌های ذخیره‌سازی و پردازش اطلاعات و دستگاه‌های انتقال و دستیابی به اطلاعات تاکید دارد. بدیهی است در این راستا، علاوه بر پتانسیل‌های مخابراتی، رسانه‌هایی دیگر نظیر رادیو و تلویزیون نیز در فهرست وسایل ارتباطی (کانال نشر و توزیع اطلاعات)، قرار خواهند گرفت. زیرساخت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در مرحله اول نیازمند وجود یک زیرساخت اطلاعاتی است که در آن تمامی دستگاهها و وسایل ارتباطی نظیر تجهیزات مخابراتی، رادیو و تلویزیون قرار خواهند گرفت. زیرساخت اطلاعاتی به منزله فونداسیون زیرساخت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، مطرح بوده که امکان ارائه سرویسها و خدمات اطلاعاتی را با کیفیت مطلوب، فراهم می‌نماید (چن و همکاران^۷، ۲۰۱۶). تکنولوژی‌های اطلاعاتی به مدد ابزارهای ارتباطی، رسالت خود را که همان

⁵ - Luhan & et al

⁶ - Malinina

⁷ - Chen & et al

جابجایی و انتقال اطلاعات است انجام می‌دهند. عصر حاضر را به واسطه‌ی بهره‌گیری از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، عصر اطلاعات و ارتباطات نام نهاده‌اند. در این دوران، افراد و جوامع به طور مستمر با یکدیگر ارتباط دارند و جهان به شکل یکپارچه درآمده و به دهکده‌ی جهانی تبدیل شده است. در این دهکده‌ی جهانی این ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی به کمک پژوهشگران آمده‌اند تا پژوهش را که در دید بعضی از مردم مسأله‌ایی اسرارآمیزی است راحت‌تر نمایند. قرن بیست و یکم آغاز عصر جدیدی از انقلاب فناوری و عرضه نوآوری‌ها است که از هم اکنون یک نوع رقابت تنگاتنگ و جنگ و ستیز در میان صاحبان قدرت و علم به چشم می‌خورد و هرکس سعی دارد جایگاه بخصوصی را در این دوران برای معرفی خود بیابد. (طالب نیا و همکاران، ۱۳۹۶).

کارشناسان معتقدند که تکنولوژی ارتباطات از پتانسیل لازم برای توسعه‌ی کشورهای در حال توسعه برخوردار است، اما به صراحت اعلام داشته‌اند که به هر میزان سرمایه در این راه صرف شود احتمال پر کردن شکاف میان کشورهای در حال توسعه غیرممکن می‌نماید. دانشمندان معتقدند که دولت‌ها باید در خصوص روش‌های به کار گرفته شده در رفع شکاف، تجدید نظر کنند و به راه‌هایی فراتر از سرمایه‌گذاری مالی بیندیشند، راه‌هایی همچون سرمایه‌گذاری‌های فکری و پژوهشی (دگن هولتس و همکاران^۸، ۲۰۱۶). آنچه از وضعیت موجود در درک مفاهیم اجرایی فناوری ارتباطات و اطلاعات احساس می‌شود مبانی تغییرات و دگرگونی‌هایی است که در سطح جهانی در فناوری مزبور به وقوع پیوسته، به نحوی که به چالش محیطی و تغییرات، منجر شده است. اینکه روزبه‌روز پژوهش و یادگیری‌ها برحسب سیستم‌های ارتباطی نوین شکل می‌گیرد موضوعی غیر قابل انکار است (ماریچ و همکاران^۹، ۲۰۱۶).

۱.۳. ادغام بانکها

ادغام در لغت به معنای در هم فشردن و فروبردن دو چیز در هم می‌باشد. در هیچ‌کدام از مقررات قانون تجارت ادغام‌ها به معنای اصطلاحی آن تعریف نشده است، ولی آنچه از مفهوم نظر حقوقدانان به دست می‌آید، این است که ادغام در اصطلاح حقوقی به معنای پیوستن دو یا چند شخصیت حقوقی به هم و تشکیل یک شخصیت حقوقی جدید است.

^۸ - Degenholtz & et al

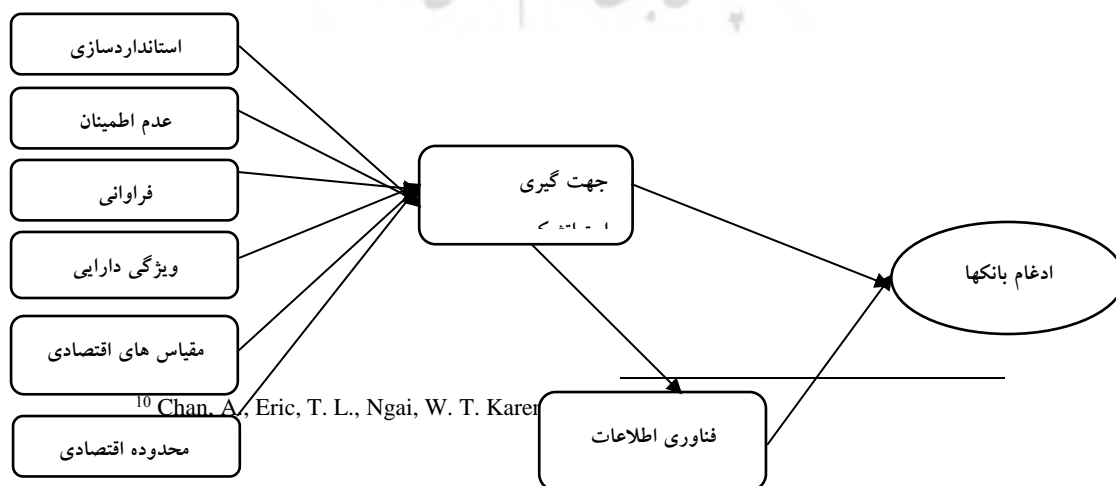
^۹ - Marić & et al

این پیوستن می‌تواند از طریق یکی شدن چند بانک، یا پیوستن آن‌ها به یک بانک بزرگ‌تر باشد. نتایج ادغام‌ها ارتباطی تنگاتنگ با توانایی مدیریت جهت یکپارچه کردن اعضای سازمان و فرهنگ‌سازمانی آنان و همچنین به حداقل رساندن نگرانی‌های ذینفعان از ادغام دارد؛ بنابراین برای انجام یک ادغام موفقیت‌آمیز باید توجه ویژه‌ای به نکات و عوامل زیر صورت گیرد: شناخت دقیق ابعاد مادی و انسانی بانک‌های در شرف ادغام، انجام مذاکرات مستمر و توجه به جزئیات مالی، فنی و حقوقی هر بانک می‌باشد و انجام برنامه‌ریزی قبلی برای فرآیند ادغام و اجرای دقیق برنامه‌ریزی انجام‌شده برای دستیابی به تمام پتانسیل‌های موجود و حداکثر استفاده از امکانات و قابلیت‌های بانک‌های مذکور است و توجه ویژه به تفاوت فرهنگی، زیرا مقوله فرهنگ و وجود استراتژی مناسب فرهنگی تأثیر بسزایی در موفقیت ادغام‌ها دارد. در این رابطه انجام اقدامات عملی از قبیل ایجاد سازگاری بین فرهنگ بانک‌ها، حذف یا کاهش مشکلات ارتباطی بین کارکنان بانک‌های ادغام‌شده برگزاری برنامه‌های آموزشی سازمانی و ارتقای سطح فرهنگ و دانش سازمانی می‌باشد (عیسی زاده و مظفری آوا، ۱۳۹۶).

در تکمیل مطالب بالا لازم به ذکر است که خورسند و موسوی (۱۳۹۷) در مقاله خود به بررسی تأثیر جهت‌گیری‌های استراتژیک بر قابلیت‌های نوآوری و عملکرد بازار پرداختند و نشان دادند که جهت‌گیری بازار، اثر معناداری بر قابلیت نوآوری دارد. گرایش به کارآفرینی، اثر معناداری بر قابلیت نوآوری دارد. گرایش به فناوری، اثر معناداری بر قابلیت نوآوری دارد. همچنین نتایج به دست آمده نشان داد، جهت‌گیریه‌ای استراتژیک اثر معناداری بر قابلیت‌های نوآوری و عملکرد بازار در صنایع طبعی دارد. عباسوندیان لشگری و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان پیوند جهت‌گیری استراتژیک و بازارگرایی به عملکرد سازمانی به بررسی موضوع در صنایع تولیدی پرداختند و نشان دادند که تأثیر بیشتر بازارگرایی بر عملکرد سازمانی در جامعه نمونه نسبت به جهت‌گیری استراتژیک می‌باشد. کرمی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی، از طریق جهت‌گیری‌های استراتژیک و نوآوری در بانک ملت پرداختند؛ و نشان دادند که مدیریت دانش بر جهت‌گیری‌های استراتژیک، بر نوآوری سازمانی و عملکرد کسب و کار تأثیر دارد؛ و جهت‌گیری استراتژیک بر نوآوری سازمانی و جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد؛ و همچنین نوآوری سازمانی بر عملکرد کسب و کار تأثیر

دارد. یوسفی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی اثرگذاری فن‌آوری اطلاعات بر پیشرفت تحصیلی، مهارت آموزی و اشتغال دانشجویان حسابداری و کامپیوتر دانشگاه آزاد اسلامی استان البرز پرداختند؛ و نشان دادند که استفاده از فناوری اطلاعات در افزایش انگیزه تحصیلی، ارتقاء مهارت پرسشگری، تقویت روحیه پژوهشی، افزایش نمرات درسی و در مجموع بر پیشرفت تحصیلی، مهارت آموزی و اشتغال دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان البرز در حد زیاد اثرگذار بوده است. کوین و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی رابطه جهت‌گیری استراتژیک با جهت‌گیری بازاریابی و عملکرد سازمان پرداختند؛ و نشان دادند که رابطه جهت‌گیری استراتژیک با جهت‌گیری بازاریابی و عملکرد سازمان مورد تایید است. پرنزله و همکاران (۲۰۱۸)، به بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر جبران خدمات کارکنان سازمان پرداخته‌اند؛ و نشان دادند که بین فناوری اطلاعاتی و جبران خدمات کارکنان در سازمان ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. چان و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر سیستم مدیریت منابع انسانی بر جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی پرداختند و نشان دادند که نشان داد که رابطه بین سیستم‌های مدیریت منابع انسانی و جهت‌گیری استراتژیک سازمانی برابر ۰,۶۳ همچنین رابطه سیستم‌های مدیریت منابع انسانی و عملکرد سازمانی برابر ۰,۲ و رابطه بین جهت‌گیری استراتژیک سازمانی و عملکرد سازمانی برابر ۰,۹۵ است. رات و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی تاثیر فناوری اطلاعات در جبران خدمات منابع انسانی بر برون‌سپاری و تمرکز پرداختند و نشان دادند که تصمیم‌گیری در مورد خدمات بیشتر متمرکز است چون خدمات استانداردسازی شده و سطح بالاتری از اقتصادهای دامنه را دارد.

بر اساس توضیحات ارائه‌شده مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱، نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (یوسفی و همکاران ۱۳۹۶؛ کوین و همکاران ۲۰۱۷؛ پرنزور و همکاران ۲۰۱۸؛ رات و همکاران ۲۰۱۶)

بنابراین با توجه به مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر قابل بیان است:

H₁: جهت‌گیری استراتژیک بر ادغام بانکها در صنعت بانکداری تأثیر معناداری دارد.

H₂: استراتژی زنجیره تأمین چابک بر پاسخگویی زنجیره تأمین تأثیر دارد.

H₃: استراتژی زنجیره تأمین ناب بر پاسخگویی زنجیره تأمین با نقش میانجی مشارکت

استراتژیک تأثیر دارد.

۳. روش پژوهش

جامعه و نمونه آماری. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران و کارکنان بانکهای در نظر گرفته شده است. به منظور انتخاب شرکت‌ها به عنوان نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد. در نهایت پرسشنامه پژوهش بر اساس روش نمونه‌گیری در دسترس در میان مدیران و کارکنان توزیع و جمع‌آوری شد. تعداد کل جامعه آماری ۱۱۸۲ نفر می‌باشد؛ که بر اساس جدول مورگان ۲۹۱ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد و پس از توزیع در بین جامعه آماری ۲۸۴ پرسشنامه جمع‌آوری گردید.

ابزار گردآوری داده‌ها. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه است. پرسشنامه در سه بخش نامه همراه، اطلاعات جمعیت شناختی و سؤال‌های اختصاصی تنظیم شد. در بخش نخست تحت‌الشعاع نامه همراه، علاوه بر بیان عنوان پژوهش، هدف از گردآوری اطلاعات به وسیله پرسشنامه و ضرورت همکاری صمیمانه پاسخ‌دهندگان در تکمیل پرسشنامه توضیح داده شد. بخش جمعیت شناختی شامل سؤال‌هایی در مورد مشخصات عمومی پاسخ‌دهندگان از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سنوات خدمت پاسخ‌دهندگان بود. بخش آخر نیز به سؤال‌های اختصاصی در مورد متغیرهای مستقل و وابسته اختصاص داشت. سؤال‌های مربوط به جهت‌گیری استراتژیک (۷ سؤال) از پژوهش بنجامین و همکاران، (۲۰۱۷)، فناوری اطلاعات با شش بعد (استانداردسازی، عدم اطمینان،

فراوانی، ویژگی دارایی، مقیاس‌های اقتصادی و محدوده اقتصادی) (۱۸ سؤال)، از پژوهش رات (۲۰۱۶)، استخراج شد. ادغام بانکها (۴ سؤال) و به صورت محقق ساخته می‌باشد. مقیاس مورد استفاده طیف پنج‌درجه‌ای لیترت است. این مقیاس به طور خاص از مبنای کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق و کاملاً موافق استفاده می‌کند. بر این اساس از اعضای نمونه آماری درخواست شد تا بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت به سؤال‌های پرسشنامه پاسخ دهند.

روشی که در این پژوهش برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری استفاده می‌شود شامل سه معیار روایی سازه^{۱۱}، روایی تشخیصی^{۱۲} و روایی همگرا و نیز پایایی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ است. روایی سازه، مفهوم مرکبی است که مستلزم بررسی چند مرحله است و با روایی ضابطه شامل روایی هم‌زمان، روایی پیشگویی‌کننده، روایی تمایز و روایی همگرایی سنجیده می‌شود. روایی سازه عبارت از میزان صحت مقیاس در اندازه‌گیری ساخت نظری یا ویژگی مورد نظر است و برای بررسی روایی سازه پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. برای بررسی روایی تشخیصی نیز از تجزیه تابع تشخیص استفاده می‌شود. در این شیوه یک گروه‌بندی اولیه از آزمودنی‌ها وجود دارد و هدف از این تجزیه و تحلیل آن است که گروه‌بندی اولیه بر اساس داده‌های دیگر نیز تأیید شود. در نهایت روایی همگرا عبارت از همبستگی نسبتاً قوی بین سؤال و متغیر اصلی است و مقدار قابل قبول برای آن باید ضریب همبستگی پیرسون بزرگ‌تر از ۰/۴ در نظر گرفته شود (بیگی و همکاران، ۲۰۱۴). در نهایت ضریب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده سازگاری درونی سؤال‌ها است که متغیر مشابهی را مورد سنجش قرار می‌دهد و مقدار آن بیشتر از ۰/۷ بر پایایی قابل قبول پرسشنامه دلالت دارد. نتایج حاصل از سنجش روایی سازه، روایی تشخیصی و روایی همگرا و نیز پایایی شامل ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سؤال‌های پرسشنامه به تفصیل در بخش یافته‌ها در جدول‌های ۴ و ۵، ارائه شده است.

روش‌های تجزیه و تحلیل آماری. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در گام نخست به بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها با به کارگیری آزمون کلموگوروف - اسمیرنوف پرداخته می‌شود. گام بعد به ارزیابی روایی و پایایی پرسشنامه اختصاص دارد؛ سپس به منظور آزمون

مدل پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده می‌شود. برای انجام روش‌های آماری موردنظر از نرم‌افزار لیزرل استفاده می‌شود.

۴. یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان. تجزیه و تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول ۲، نشان داده شده است.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

درصد	طبقات	ویژگی‌های جمعیت شناختی
۷۸/۷	مرد	جنسیت
۲۱/۳	زن	
۶/۸	۲۰-۳۰ سال	سن
۴۲/۴	۳۱-۴۰ سال	
۳۱/۲	۴۱-۵۰ سال	
۱۹/۶	بیشتر از ۵۰ سال	
۵/۲	کاردانی	تحصیلات
۴۹/۸	کارشناسی	
۲۷/۶	کارشناسی ارشد	
۱۷/۳	دکترا و بالاتر	

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف. برای بررسی توزیع داده‌های یک متغیر کمی از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده می‌شود. در این آزمون، فرض صفر نشان‌دهنده ادعای مطرح شده در مورد نرمال بودن توزیع داده‌ها است. جدول ۳، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	آماره K-S	احتمال آماره K-S
جهت‌گیری استراتژیک	۱۲/۶۸	۲/۴۲	۲/۶۲	۰/۴۳۴
فناوری اطلاعات	۱۴/۷۲	۲/۰۴	۲/۸۳	۰/۵۴۳
ادغام بانکها	۱۶/۴۱	۳/۲۷	۱/۷۸	۰/۳۷۵

نتایج جدول ۳، نشان می‌دهد که تمامی متغیرها، از توزیع نرمال پیروی می‌کنند؛ چراکه سطح معناداری این متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است و فرض صفر برای آن‌ها تأیید می‌شود.

با توجه به نرمال بودن توزیع تمامی متغیرها، به منظور اجرای روش‌های مرتبط به مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار لیزرل استفاده شد.

سنجش روایی سازه، تشخیصی و همگرا و پایایی. قبل از واردشان به مرحله آزمون مدل مفهومی پژوهش، ابتدا باید نسبت به روایی و پایایی پرسشنامه اطمینان حاصل شود. در روش معادلات ساختاری^{۱۳} بررسی برازش مدل اندازه‌گیری بر چندین معیار شامل روایی سازه، روایی تشخیصی، روایی همگرا و پایایی مبتنی است. روایی سازه^{۱۴} با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی مورد آزمون قرار می‌گیرد. جدول ۴، نتایج این روش شامل بارهای عاملی و مقادیر آماره تی‌استیودنت را نشان می‌دهد.

جدول ۴. نتایج روایی سازه (تحلیل عاملی تأییدی)

متغیر پنهان	متغیر مشاهده‌شده / سؤال	بار عاملی	آماره تی استیودنت	سطح معناداری
جهت‌گیری استراتژیک	قرار دادن خواسته‌های مشتری به عنوان مبنای تولید محصول و یا ارائه خدمات	۰/۶۹	۱۲/۱۸	کمتر از ۰/۰۵
	تمرکز بر توانمندی‌ها و استراتژیهای سازمانهای رقیب در طراحی برنامه‌های متقابل استراتژیک سازمان	۰/۵۴	۱۴/۳۴	کمتر از ۰/۰۵
	تاکید بر هماهنگی درون‌سازمانی و ایجاد ساختار یکسان و هماهنگ	۰/۴۸	۱۱/۱۶	کمتر از ۰/۰۵
	ارائه اطلاعات دقیق از محصولات و خدمات به بازار برای ایجاد حق انتخاب	۰/۶۲	۱۱/۳۷	کمتر از ۰/۰۵
	کشف، پیگیری و تلاش برای عیب در محصول ساختار و یا خدمات ارائه شده و رفع آن	۰/۶۲	۱۱/۰۹	کمتر از ۰/۰۵
	استفاده از ایده‌های جدید برای توسعه تلاش‌های سازمان و ایجاد علاقه در میان جامعه نسبت به نام	۰/۴۷	۱۲/۰۰	کمتر از ۰/۰۵

1. Structural Equation Model (SEM)
2. Construct Validity

			و نشان تجاری سازمان	
کمتر از ۰/۰۵	۱۱/۶۹	۰/۳۹	زمینه‌سازی برای گرایش به نام و نشان تجاری سازمان در میان مشتریان و تاکید بر توانمندسازی نام و نشان تجاری با رویکرد هم‌نوایی قابلیت‌های آن	
کمتر از ۰/۰۵	۱۳/۰۲	۰/۸۵	اجرای فرایندهای سازمانی بر اساس ساختارهای از پیش تعیین‌شده در دیدگاه مدیران اهمیت دارد.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۴/۰۵	۰/۷۰	مدیران سازمان به ارتباطات سازمانی استاندارد اعتقاد دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۹/۱۷	۰/۵۶	برنامه‌های سازمان در حالت استاندارد قرار دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۹۴	۰/۸۲	مدیران نسبت به اجرای فرایندها بر اساس استاندارد اطمینان ندارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۸۶	۰/۸۷	مدیران به بررسی‌های دوره‌ای تلاش در کنترل عدم اطمینان دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۴/۶۳	۰/۹۰	مدیران از مزیت‌های تکنولوژیهای جدید مطلع‌اند.	فناوری اطلاعات
کمتر از ۰/۰۵	۱۶/۲۴	۰/۸۲	حجم فعالیت‌های سازمان در حد بسیار بالایی قرار دارد.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۹/۰۹	۰/۵۴	پراکندگی فعالیت‌های سازمانی بسیار زیاد است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۹۴	۰/۸۰	وسعت فعالیت‌های سازمانی درد بسیار بالایی است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۸۶	۰/۸۴	مدیران دانش کافی برای شناخت ویژگی‌های دارایی‌های سازمان را دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۴/۶۲	۰/۹۰	اطلاعات دارایی‌های سازمان به‌طور دقیق در اختیار مدیران و برنامه ریزان سازمان است.	
کمتر از	۱۵/۶۴	۰/۸۲	ویژگی‌های دارایی‌های سازمان	

۰/۰۵			مبنای تصمیم‌گیری‌های متفاوت سازمانی است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۴۷	۰/۵۱	مدیران به ابعاد اقتصادی فعالیت‌های سازمان واقف‌اند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۹/۰۲	۰/۵۶	مدیران و برنامه ریزان سازمان برای تصمیمات خود نیاز به توجیه اقتصادی دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۹۳	۰/۸۵	سود و هزینه سازمان و مقیاس‌های مربوطه مبنای تصمیمات سازمان است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۸/۱۶	۰/۸۶	مدیران به حوزه‌های متفاوت علم اقتصاد آگاهی دارند.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۷/۰۵	۰/۵۲	حضور در عرصه رقابت‌های اقتصادی برای سازمان بسیار مهم است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۳/۷۲	۰/۶۳	تلاش برای ارتقاء اقتصادی سازمان همیشه در سازمان جاری می‌باشد.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۰/۱۹	۰/۶۹	ادغام بانکها باعث افزایش عملکرد می‌شود.	ادغام بانکها
کمتر از ۰/۰۵	۱۲/۳۲	۰/۸۹	ادغام در صورتی که صحیح انجام شود، می‌تواند نتایج مالی و غیرمالی چشمگیری به همراه داشته باشد.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۲/۵۴	۰/۵۱	ادغام می‌تواند موجب از بین رفتن اعتماد مشتریان شده و این ابهام را ایجاد کند که چه نقیض‌های وجود داشته که سبب ادغام شده است.	
کمتر از ۰/۰۵	۱۳/۸۵	۰/۲۶	ادغام می‌تواند منجر به افزایش فناوری اطلاعات شود.	

نتایج جدول ۳، نشان می‌دهد در مورد تمامی گویه‌ها مقادیر بارهای عاملی از سطح استاندارد ۰/۵ بزرگ‌تر و مقادیر آماره تی‌استیودنت نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر از ۱/۹۶ به دست آمده است. با توجه به مقادیر گزارش شده می‌توان ادعا کرد که سؤال‌های

پرسشنامه از روایی سازه برخوردار هستند. علاوه بر روایی سازه به بررسی روایی تشخیصی^{۱۵}، روایی همگرا، پایایی و واگرا نیز پرداخته شده است که نتایج در جدول ۵، مشاهده می‌شود.

جدول ۵. نتایج روایی تشخیصی، روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی

روایی واگرا		ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	متغیر (سازه)
ASV	MSV				
۰/۵۹	۰/۵۶	۰/۷۶	۰/۹۳	۰/۷۶	جهت‌گیری استراتژیک
۰/۳۹	۰/۳۴	۰/۸۴	۰/۹۴	۰/۸۳	فناوری اطلاعات
۰/۴۶	۰/۴۳	۰/۷۲	۰/۹۰	۰/۷۲	ادغام شرکتها

روایی تشخیصی در صورتی برقرار خواهد بود که مقدار میانگین واریانس استخراج‌شده بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۰/۵ باشد؛ همچنین سه شرط لازم برای تحقق روایی همگرا وجود دارد که بدین شرح است: ۱. مقدار پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد؛ ۲. مقدار میانگین واریانس استخراج‌شده بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد و ۳. مقدار پایایی ترکیبی بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج‌شده باشد. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالاتر از ۰/۷ باشد، نشان‌دهنده پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری است و مقدار ۰/۶ نیز بر نبود پایایی دلالت دارد. صاحب‌نظران مقدار استاندارد برای ضریب آلفای کرونباخ را برابر با ۰/۷ در نظر گرفته‌اند؛ بنابراین با توجه به جدول ۵ و مقادیر استاندارد برای شاخص‌های موردنظر می‌توان نتیجه گرفت که روایی همگرا از طریق برآورد میانگین واریانس تبیین‌شده برقرار است. مقادیر AVE برای عامل‌های این پژوهش بین ۰/۷۲ تا ۰/۸۳ در نوسان است و چون شاخص^{۱۶} AVE از ۰/۵ بالاتر است، این پرسشنامه، همگرایی مطلوبی دارد. برای بررسی واگرایی پرسشنامه متغیرهای^{۱۷} MSV و^{۱۸} ASV اندازه‌گیری شد. از آنجاکه مقادیر MSV و ASV از AVE کمتر است، روایی واگرا پرسشنامه تأیید می‌شود.

1. Discriminant Validity

16. Average Variance Extracted

17. Maximum Shared Squared Variance

18. Average Shared Squared Variance

یکی از مهم‌ترین معیارها برای بررسی برازش مدل ساختاری عبارت آماره تی استیودنت است. نتایج ضرایب مسیر همراه با مقادیر آماره تی استیودنت و سطح معناداری در جدول ۶، نشان داده شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های اول تا سوم

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره تی استیودنت	سطح معناداری
H ₁	جهت‌گیری استراتژیک	ادغام شرکتها	۰/۷۲	۳/۸۲	کمتر از ۰/۰۵
H ₂	فناوری اطلاعات	ادغام شرکتها	۰/۶۱	۷/۰۹	کمتر از ۰/۰۵
H ₃	جهت‌گیری استراتژیک	فناوری اطلاعات	۰/۷۴	۹/۲۴	کمتر از ۰/۰۵

نتایج نشان می‌دهد که جهت‌گیری استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد ۰/۷۲ بر ادغام شرکتها دارد؛ بنابراین فرضیه نخست مورد تأیید قرار گرفت. فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد ۰/۶۱ بر ادغام شرکتها دارد؛ بنابراین فرضیه دوم تأیید شد. جهت‌گیری استراتژیک، تأثیر مثبت و معنادار با ضریب استاندارد ۰/۷۴ بر فناوری اطلاعات دارد؛ بنابراین فرضیه سوم نیز تأیید شد.

شاخص‌های برازش مدل از مهم‌ترین مراحل تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری است. این شاخص‌ها برای پاسخ بدین پرسش است که آیا مدل بازنمایی شده با داده‌ها، مدل مفهومی پژوهش را تأیید می‌کند یا خیر؟ نتایج مربوط به برازش پژوهش در جدول ۸، قابل مشاهده است.

جدول ۸. مقایسه شاخص‌های برازش مدل با مقدار مجاز

شاخص		مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت
خی‌دو نسبی	(χ^2)	۲/۴۳	کمتر از ۵	مطلوب
شاخص میانگین مجذور پس‌ماندها	(RMR)	۰/۰۳	کمتر از ۰/۰۵	مطلوب
شاخص تعدیل برازندگی	(AGFI)	۰/۹۲	بیشتر از ۰/۹	مطلوب
شاخص برازندگی	(GFI)	۰/۹۱	بیشتر از ۰/۹	مطلوب
شاخص برازندگی نسبی	(RFI)	۰/۹۴	بیشتر از ۰/۹	مطلوب
شاخص برازندگی فزاینده	(IFI)	۰/۹۱	بیشتر از ۰/۹	مطلوب

مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲	(CFI)	شاخص برازندگی تطبیقی
مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴	(NNFI)	شاخص نرمال برازندگی
مطلوب	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱	(NFI)	شاخص نرمال برازندگی

با توجه به مقدار شاخص و مقدار مطلوب در جدول ۸، شاخص‌های دو نسبی برابر با $(2/43 < 0/9)$ ، شاخص میانگین مجذور پس‌ماندها $(0/03 < 0/05)$ ، شاخص تعدیل برازندگی $(0/92 > 0/9)$ ، شاخص برازندگی $(0/91 > 0/9)$ ، شاخص برازندگی نسبی $(0/94 > 0/9)$ ، شاخص برازندگی فراینده $(0/91 > 0/9)$ ، شاخص برازندگی تطبیقی $(0/92 > 0/9)$ و نهایتاً شاخص نرمال برازندگی $(0/94 > 0/9)$ ، شاخص نرمال برازندگی $(0/91 > 0/9)$ است که این بدینمانی است مدل پژوهش حاضر دارای برازش مطلوبی بوده و ساختار عاملی در نظر گرفته‌شده برای آن قابل قبول است؛ به عبارت دیگر داده‌های حاصل از پژوهش، مدل نظری را حمایت و تأیید می‌کند.

۵. نتیجه‌گیری، پیشنهادات

در این پژوهش تلاش شد تا تأثیر جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات بر ادغام بانکها در بانک سپه استان فارس بررسی شود. در بررسی فرضیه اول، مشخص شد که جهت‌گیری استراتژیک بر ادغام بانکها تأثیر معنادار دارد و این فرضیه پذیرش می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش‌های خورسند و موسوی (۱۳۹۷)، لشگری و همکاران (۱۳۹۷) و کرمی و همکاران (۱۳۹۵) مطابقت دارد. در بررسی فرضیه دوم مشخص شد که فناوری اطلاعات بر جهت‌گیری استراتژیک تأثیر معنادار دارد و این فرضیه تأیید می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش‌های یوسفی و همکاران (۱۳۹۶) پرنزله و همکاران (۲۰۱۸) و رات و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت دارد. در بررسی فرضیه سوم مشخص شد که جهت‌گیری استراتژیک بر فناوری اطلاعات تأثیر مثبت و معنادار دارد. و این فرضیه تأیید می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج لشگری و همکاران (۱۳۹۷)، کرمی و همکاران (۱۳۹۵)، یوسفی و همکاران (۱۳۹۶)، کوین و همکاران (۲۰۱۷)، پرنزله و همکاران (۲۰۱۸)، چان و همکاران (۲۰۱۷) و رات و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت دارد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود مدیران بانکها خواسته‌های مشتری به عنوان مبنای تولید محصول و یا ارائه خدمات را قرار دهند؛ و بر توانمندی‌ها و استراتژیهای سازمانهای رقیب در طراحی برنامه‌های متقابل استراتژیک سازمان تمرکز کنند؛ و بر

هماهنگی درون‌سازمانی و ایجاد ساختار یکسان و هماهنگ تاکید نمایند؛ و همچنین به توانمندی سازمان در ارائه نیازهای بازار و تولید محصولات موردنیاز بازار توانایی پاسخگویی به درخواست‌ها و برنامه‌های سازمانی بپردازند؛ و برای ایجاد سهولت برای ارتباطات میان کارکنان و ایجاد تیمهای کاری برای بهبود ارتباطات میان کارکنان و استفاده هم‌زمان از فناوری اطلاعات برای کاهش در هزینه‌های ارتباطی و از بین بردن فاصله‌های موجود میان مدیران و کارکنان سازمان می‌تواند زمینه‌ساز تمرکز فعالیتها و تیمهای فعال سازمان گردد؛ و تلاش برای ایجاد تیمهای کاری متمرکز برای امکان کنترل دقیق فعالیتها و دریافت بازخوردهای حرفه‌ای می‌تواند میدان را برای رسیدن به نتایج دلخواه سازمان یاری کند.

این مطالعه در یکی از صنایع ایران انجام شده است و به این دلیل ویژگی‌های خاص حاکم بر صنعت بانکداری ممکن است از سایر صنایع خدماتی و تولیدی متفاوت باشد؛ بنابراین تکرار این پژوهش در سایر صنایع می‌تواند به دلیل لحاظ نکردن ویژگی‌های بین-بخشی در نهایت درک بهتری از سازوکار تأثیر جهت‌گیری استراتژیک و فناوری اطلاعات بر ادغام بانکها شرکت ایجاد کند. همچنین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که به بررسی ابعاد فناوری اطلاعات در قالب فرضیه‌های فرعی مورد بررسی قرار دهند. در نهایت به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که از سایر ابزار گردآوری اطلاعات مانند مصاحبه این پژوهش را انجام دهند.

پس از ارائه پیشنهادهای اجرایی و کاربردی در نهایت به محدودیت‌های پژوهش اشاره می‌شود. این پژوهش مقطعی است و از آنجاکه دستیابی به نتایج قطعی مستلزم پیگیری طولانی است، اثربخشی نتایج پژوهش حاضر در بلندمدت با محدودیت مواجه است. بر اساس مدل پژوهش صرفاً یکی از مدل‌های زنجیره تأمین ناب و چابک به صورت تجربی مورد آزمون قرار گرفت؛ بنابراین این امکان وجود دارد تا مدل ارائه شده در این پژوهش نیازمند گسترش بیشتر باشد تا علاوه بر نتایج حاصل از زنجیره تأمین ناب و چابک بتوان با بررسی پیش‌نیازها یا عوامل مؤثر بر آن، دامنه دانش مربوط به این حوزه علمی را افزایش داد. در نهایت آخرین محدودیت پژوهش به ویژگی‌های ذاتی مربوط به پرسشنامه، مانند دقت ناکافی پاسخ‌دهندگان در تکمیل جواب سؤالها مربوط است.

۶. منابع

اصفهانی، م و اسکندری چرائی، آ (۱۳۹۶). بررسی رابطه جهت‌گیری استراتژیک و سرمایه فکری در ادارات ثبت‌احوال استان گلستان. کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی. کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون.

جلال پور، مهدیه، غلامی، اکرم و نوروز زاده، فهیمه (۱۳۹۶). ارائه مدل ارزیابی عملکرد فن‌آوری اطلاعات در سازمان‌ها با ترکیب کارت امتیازی متوازن و مدل تعالی اروپایی. کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، شرکت مدیران ایده پردازان پایتخت ایلیا.

جوشن، نغمه (۱۳۹۷). بررسی تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد سازمان با نقش میانجی معماری سازمانی و چابکی سازمانی در نیروگاه شهید منتظری استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته MBA، دانشگاه پیام نور تهران.

خوبیاری، ابوظالب و جامعی، ساناز (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سیستم مدیریت منابع انسانی بر جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شرکت ملی حفاری ایران - شعبه کیش). کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، مازندران، موسسه علمی تحقیقاتی کومه علم آوران دانش.

خورسند، علیرضا و سیدنعمت اله موسوی (۱۳۹۷). بررسی تأثیر جهت‌گیری‌های استراتژیک بر قابلیت‌های نوآوری و عملکرد بازار مورد مطالعه: صنایع طبی. دومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، موسسه آموزش عالی علامه خویی (ره).

داودآبادی، ش؛ شمشادی، م و عبدالهی، د (۱۳۹۲). جهت‌گیری استراتژیک به توسعه منابع سازمانی (با تأکید بر آموزش منابع انسانی). پنجمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.

طالب نیا، قدرت اله؛ ایزدی، محمدمهدی (۱۳۹۶). کاربرد فناوری اطلاعات در حسابداری و تأثیر آن بر ویژگی مربوط بودن اطلاعات مالی. اولین همایش ملی فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابهر، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد ابهر.

عیسی زاده، سعید و مظفری آوا، مریم (۱۳۹۴). اثر کارایی مدیریتی در کاهش هزینه‌ها بعد از ادغام بانکها در ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال ششم، شماره ۱۲، ص ۱۷۳-۱۷۸.

کریمی، معصومه و قاسمی، مرتضی (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی، از طریق جهت‌گیری‌های استراتژیک و نوآوری (مطالعه موردی: بانک ملت). چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.

لشکری، علی؛ کلانتر مهرجردی، امیر و طاهری هشی، علی (۱۳۹۶). پیوند جهت‌گیری استراتژیک و بازارگرایی به عملکرد سازمانی در صنایع تولیدی (مورد مطالعه: شرکت ماموت). فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری ۳ (۱۹).

مرادی مخلص، حسین؛ عمادی، رسول؛ میرزایی، مهری و حیدری، م (۱۳۹۴). نقش فاوا در ایجاد یادگیری مادام‌العمر علوم پایه در آموزش هزاره سوم. اولین همایش ملی فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابهر، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد ابهر.

مهدی زاده اشرفی، علی و خدادادی، حمیدرضا (۱۳۹۴). بررسی رابطه جهت‌گیری استراتژیک فناوری اطلاعات با عملکرد شرکت‌های تابعه صنعت پتروشیمی. سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه همایشگران مهر اشراق.

میرابی زاده، میثم و ارجمندی، عطاله (۱۳۹۶). نقش فناوری اطلاعات در اجرای مهندسی مجدد. اولین همایش ملی فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابهر، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد ابهر.

مردای، پویان (۱۳۹۶). سرمایه‌ی برون‌سپاری برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs). کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.

- Bekaroo, G., Bokhoree, C., & Pattinson, C. (2016). Impacts of ICT on the natural ecosystem: A grassroots analysis for promoting socio-environmental sustainability. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 57, 1580-1595.
- Chen, J., Hong, H., Jiang, W., & Kubik, J. D. (2019). Outsourcing mutual fund management: firm boundaries, incentives, and performance. *The Journal of Finance*, 68(2), 523-558.
- Chen, W., Niebel, T., & Saam, M. (2016). Are intangibles more productive in ICT-intensive industries? Evidence from EU countries. *Telecommunications Policy*, 40(5), 471-484.
- Degenholtz, H. B., Resnick, A., Lin, M., & Handler, S. (2016). Development of an Applied Framework for Understanding Health Information Technology in Nursing Homes. *Journal of the American Medical Directors Association*, 17(5), 434-440.
- Kervyn, N., Judd, C. M., & Yzerbyt, V. Y. (2019). You want to appear competent? Be mean! You want to appear sociable? Be lazy! Group differentiation and the compensation effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(2), 363-367.
- Kiss, G., & Gastelú, C. A. T. (2017). Comparison of the ICT Literacy Level of the Mexican and Hungarian Students in the Higher Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 176, 824-833.

- Luhan, J., & Novotná, V. (2018). ICT Use in EU According to National Models of Behaviour. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 80-85.
- Malinina, I. (2018). ICT Competencies of Foreign Languages Teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 182, 75-80
- Marić, I., Pucar, M., & Kovačević, B. (2016). Reducing the impact of climate change by applying information technologies and measures for improving energy efficiency in urban planning. *Energy and Buildings*, 115, 102-111.
- Prenzler, T., & Porter, L. (2018). Improving police behaviour and police-community relations through innovative responses to complaints. *Accountability of policing*, 49-68.
- Rat, J., & Pokorny, A. (2016). Does ICT Improve the Efficiency of Learning? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 177, 306-311.

