

Aligned Horizontal Drawing in Line with the Development of Financial Technology and Financial Strategy in Commercial Banks of Iran

Abozar Yadollahi

Department of Accounting, Aliabad katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul, Iran.

Parviz Saeidi

Department of Accounting, Aliabad katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul, Iran.

saeedi-p@aliabadiau.ac.ir

Arash Naderian

Department of Accounting, Aliabad katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul, Iran.

Jamadordi Gorganli Davaji

Department of Accounting, Aliabad katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad katoul, Iran.

Abstract

Today, advances in financial technologies include robotic financial transactions, payments made through cryptocurrency-free operating systems, fundraising platforms, financial consulting, technical and robotic assistance through cyberspace, and the latest virtual coins that have recently been developed. The value of global investment in current financial technologies has been significant in recent years. Accordingly, in this study, the issue of drawing a coherent horizon in order to develop a strategy with financial technologies in Iranian commercial banks has been addressed. The statistical population of the research includes all the participants from among the experts in the number of 20 experts and academic experts in the fields of accounting, finance, management, banking and economics in the field of commercial banks in Iran who have reached theoretical saturation. The research method is mixed (quantitative-qualitative) and all the required data and information have been collected. Then, to test the research hypotheses, it has been prepared through theoretical foundations and field investigation (distribution of 384 questionnaires). Descriptive and inferential statistical techniques such as Cronbach's alpha tests, Kolmogorov-Smirnov and structural equation modeling (SEM) have been used to analyze the data. In the qualitative part, the key criteria of the research were identified by fuzzy Delphi method. Then by conducting factor analysis and structural analysis, the results showed that each of the components of financial strategies, financial technology, conditions and features of the banking system environment, intervening factors and moderating factors in order to identify and explain the degree of alignment and alignment of the gap between financial strategies and financial technologies be effective in Iran's commercial banks .

Keywords: Financial Strategy, Financial Technology, Iranian Commercial Banks.

ترسیم افقی همسو در راستای توسعه ی فناوری مالی و راهبرد مالی در بانک های

تجاری ایران

ابوذر یداللهی

گروه حسابداری، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران.

پرویز سعیدی (مسئول مکاتبات)

گروه حسابداری، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران.

saeedi-p@aliabadiu.ac.ir

آرش نادریان

گروه حسابداری، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران.

جمادوردی گرگانلی دوجی

گروه حسابداری، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران.

چکیده:

امروزه پیشرفت فن آوری های مالی شامل معاملات مالی روباتیک، پرداخت های انجام شده از طریق سیستم عامل های رمزگذاری شده بدون پول، بسترهای مالی جمع آوری سرمایه، مشاوره مالی، کمک های فنی و روباتیک از طریق فضای مجازی و آخرین سکه های مجازی اخیراً توسعه یافته اند. ارزش سرمایه گذاری جهانی فن آوری های مالی فعلی در سال های اخیر قابل توجه بوده است. بر همین اساس، در این پژوهش به موضوع ترسیم افق همسو در راستای توسعه ی راهبرد مالی با فناوری های مالی در بانک های تجاری ایران پرداخته شده است. نمونه آماری پژوهش شامل 20 نفر از کارشناسان و خبرگان دانشگاهی در رشته های حسابداری، مالی، مدیریت، بانکداری و اقتصادی در حوزه بانک های تجاری ایران می باشند. روش پژوهش از نوع آمیخته (کمی - کیفی) است. فرضیه های پژوهش نیز از طریق مبانی نظری و بررسی میدانی (توزیع ۳۸۴ پرسشنامه) و روش معادلات ساختاری (SEM) آزمون شده است. در بخش کیفی معیارهای کلیدی پژوهش با روش دلفی فازی شناسایی شدند. سپس با انجام تحلیل عاملی و تحلیل ساختاری، نتایج نشان داد که هرکدام از مؤلفه های راهبردهای مالی، فناوری مالی، شرایط و ویژگی های محیط نظام بانکی، عوامل مداخله گر و عوامل تعدیل کننده در راستای شناسایی و تبیین میزان همسویی و همسوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری های مالی در بانک های تجاری ایران موثر هستند.

واژگان کلیدی: راهبرد مالی، فناوری مالی، بانک های تجاری ایران.

۱- مقدمه

در سال‌های اخیر هم شکل‌گیری واقعیت‌های جدید اقتصادی- اجتماعی به‌نوبه خود باعث رشد تحقیقات علمی کاربردی در زمینه فن‌آوری‌های مالی^۱، گردیده است. در آثار علمی گوناگونی دانشمندان داخلی و خارجی به تحقیق در مورد توسعه تاریخی فن‌آوری‌های مالی پرداختند. اما، موضوعی که در کنار این تحولات فناورانه و به‌خصوص تحولات فناوری‌های مالی دارای اهمیت است، همسوسازی میزان انطباق هرکدام از این فناوری‌های پیشرفته مالی با اهداف کسب‌وکار، اهداف راهبردی و کلان بانک‌ها و مؤسسات مالی است. در حقیقت، با توجه به این تحولات صورت گرفته در حوزه فناوری‌های مالی چه میزانی از همسویی بین اهداف سطوح مختلف بانک‌ها و اهداف توسعه این انواع فناوری‌های مالی وجود دارد. به‌بیان‌دیگر، آیا انطباقی بین این فناوری‌های مالی پیشرفته با اهداف کسب‌وکار در سطوح مختلف (عملیاتی، میانی و راهبردی و ارشد) وجود دارد. پایش لازم در این زمینه می‌تواند دارای اهمیت بالایی باشد. از این‌رو، در صورتی که بانک‌ها چنین پایش فرایندی را انجام ندهند از جریان رقابت بازمانده و در ادامه هم دچار شکست خواهند شد. بر اساس مبانی نظری مدیریت زنجیره تأمین را می‌توان مدیریت مؤثر سه جریان مکمل شامل مواد، اطلاعات و امور مالی بین شرکت اصلی و شرکای آن تعریف کرد (وو و همکاران ۲، ۲۰۱۴). در این راستا، بانک‌های تجاری در ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده و مستلزم به بازنگری، تغییر، روش‌های گذشته و اتخاذ روش‌های اصولی مناسب برای زنجیره تأمین خدمات بانکی خود به مشتریان‌شان هستند. از این‌رو، به نظر می‌رسد که در این مسیر، موضوع فناوری و راهبردهای نظام بانکی از جمله موضوعات اساسی باشد که دغدغه‌های زیادی را برای مدیران سطوح مختلف نظام بانکی کشور با آن در طول چرخه عملیات بانکی ایجاد نموده است. زیرا، از یکسو، امروزه فناوری

¹ FinTech

² Wu, L., Chuang, C. H., & Hsu, C. H

نقش کلیدی در رقابت‌پذیری عمده بنگاه‌ها، به‌خصوص نظام بانکی ایفا می‌کند. به‌طوری‌که، ساختار و موضع رقابتی جدید را در شبکه بانکی ایجاد نموده است. از سوی دیگر، به فراخور این تحولات، نظام بانکی نسبت به گذشته نیازمند توجه بیشتری به شیوه‌های نوین مدیریتی بر پایه هماهنگی بیشتر بین بخش عملیاتی و بخش راهبردی است.

رویکردهای متفاوتی برای نیل به سوی برخورداری از یک زنجیره تأمین بانکی در کشور وجود دارد، اما، آنچه اکنون توجه به آن بیش از پیش اهمیت آن نمایان شده است، وجود همسوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی بانک‌های تجاری در ایران است. در این خصوص، پژوهشگران نیز طی پژوهش‌های اخیر خود مهم‌ترین مؤلفه‌ها در انجام وظایف مدیریت را ایجاد همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی با درجه عملکردگرایی مورد انتظار چرخه کسب‌وکار شناسایی و تعریف کردند. در واقع بر اساس نتایج این پژوهشگران نشان می‌دهد که ایجاد همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی بر پایه تدوین برنامه و اولویت‌های سرمایه‌گذاری بنگاه در یک افق زمانی بلندمدت دارای اهمیت است. همسویی فناوری استراتژی‌های کسب و کار سازمان مفهومی است که از سال ۱۹۷۰ مطرح بوده است؛ مک لین و سودن در سال ۱۹۷۷، آی‌بی‌ام در سال ۱۹۸۱، میلز در سال ۱۹۸۶، پارکر و بنسون در سال ۱۹۸۸، برانچو و درب در سال ۱۹۸۷، دیکسون و لیتل در سال ۱۹۸۹، نیدرمن در سال ۱۹۹۱، چان و هاف در سال ۱۹۹۳، هندسون و ونکاترامن در سال ۱۹۹۶، لوفتمن و بریر در سال ۱۹۹۹ به آن اشاره کرده‌اند. اما متأسفانه با وجود اینکه واژه همسویی استراتژیک از سال ۱۹۷۰ در محافل علمی خارج از کشور مطرح بوده است و تحقیقات مختلف نشان‌دهنده ارتباط بین همسویی استراتژیک و عملکرد سازمانی است، تاکنون این مطلب کمتر در سازمان‌ها و محافل علمی کشور مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از بنگاه‌های بزرگ و موفق امروز دنیا در روند رشد خود، راهبرد تنوع‌گرایی^۳ را تجربه کرده‌اند. تنوع‌گرایی به معنی حضور یک شرکت در کسب‌وکارهای متنوع است (رامانوجام و واراداراجان^۴، ۱۹۸۹؛ کانتول،

³ Diversification

⁴ Ramanujam, V. and P. Varadarajan, 1989, pp.523-551

گامباردلا، گرانستراند^۵، ۲۰۰۴؛ لیاندینگ و همکاران^۶، ۲۰۰۷؛ کریستنسن^۷، ۲۰۰۲). نمونه‌های زیادی از شرکت‌های دارای کسب‌وکار متنوع در جهان وجود دارد که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به شرکت‌های زیمنس، سونی، جنرال الکتریک، بوش و تاتا در هند اشاره کرد. بعضی از محققین رشد اقتصادی و صنعتی کشورهای توسعه‌یافته در دهه‌های قبل و کشورهای در حال توسعه (همچون هند و برزیل)، در حال حاضر را مدیون بنگاه‌های بزرگ و رشد متنوع آن‌ها در حوزه کسب‌وکار می‌دانند (آمسدن و هیکینو^۸، ۱۹۹۴؛ کاک و جی و گیلن^۹، ۲۰۰۱).

در کشور ما نیز شرکت‌های بزرگی وجود دارند که در کسب‌وکارهای متنوعی فعال هستند که از آن جمله می‌توان به گروه صنعتی ایران‌خودرو اشاره کرد (آراستی و همکاران، ۱۳۹۱). موضوع تنوع فقط به کسب‌وکار شرکت‌ها محدود نمی‌شود. یکی از ویژگی‌های مهم شرکت‌های بزرگ، گستره و سبب^{۱۰} یا تنوع در حوزه‌های فناوری آن‌ها است. امروزه کمتر شرکتی را می‌توان یافت که تعداد محدودی فناوری در اختیار داشته باشد. به عبارت دیگر چند فناوری^{۱۱} بودن به یک ویژگی معمولی شرکت‌های بزرگ تبدیل شده است (تورسی، و گرانستراند^{۱۲}، ۲۰۰۴). بر اساس طرح مبانی نظری فوق، می‌توان گفت که بررسی همسوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران اهمیت و ضرورت خود را بیش از پیش نشان می‌دهد. لذا مقاله حاضر قصد دارد رویکرد معادلات ساختاری را در همسوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران با تاکید بر ابعاد مالی، مورد بررسی قرار دهد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

⁵ Cantwell, J., Gambardella, A. and Granstrand, O., 2004

⁶ Liangding, J, Junjun, Z., Haiyan, Q., Rongjun, C. and Yongxia, C., 2007, pp. 102-122

⁷ Christensen, J.F., 2002, pp. 263-288

⁸ Amsden, A.H. and Hikino, T., 1994, pp. 111-147;

⁹ Kock, C.J. and Guillen, M.F., 2001, pp. 77-113

¹⁰ -Wide range

¹¹ -Multi-tech

¹² Torrisi, S. and Granstrand, O., 2004

توسعه سریع نوآوری‌های موجود در فناوری در قرن بیست و یکم در حال تغییر چهره دنیای مدرن و درصد تعیین معماری جدیدی در اقتصاد جهانی است. رشد نوآوری فن‌آوری باعث افزایش جریان‌های مالی ناشی از تجارت آن‌ها می‌شود. به طوری که توسعه نوآوری مالی به عنوان یکی از اصلی‌ترین روندهای توسعه اقتصاد دیجیتال تبدیل شده است. استفاده از فن‌آوری‌های نوآورانه مالی به عنوان تضمین‌کننده بهره‌وری تصمیم‌گیری‌ها در حل مسائل قانونی نوظهور، ارتقاء سرعت ارایه محصولات و خدمات جدید بانکی، به عنوان یک راه حل جامع برای مسائل مربوط به امنیت معاملات مالی، بهبود سواد مالی مردم و همچنین باعث در دسترس بودن خدمات مالی نوآوری‌های مورد استفاده توسط بانک‌ها در فعالیت‌های گوناگونشان از مهم‌ترین دلایل آن در یک دهه گذشته بوده است، به این دلیل که آن‌ها به یک دلیل مهمی برای دگرگونی‌های جهانی در تجارت بانکی درآمدند (گلوشچنکو و همکاران ۲۰۱۹، ۱۳).

سازمان‌هایی که نتوانسته‌اند همگرایی لازم را بین فناوری اطلاعات و راهبردهای کسب‌وکار ایجاد کنند، با هزینه‌های مالی و فرصت ازدست‌رفته قابل ملاحظه‌ای روبرو شده‌اند. داونپورت از فناوری اطلاعات به عنوان مهم‌ترین توانمند ساز تحول یاد کرده است که "روش جدیدی را برای کار کردن" فراهم آورده است (داونپورت^{۱۴}، ۱۹۹۵). برای درک بیشتر این قضیه موضوع سیاست‌گذاری نوآوری چین در مقایسه با بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته اشاره می‌شود. آن‌ها اعتقاد دارند که در راستای تأثیرگذاری مناسب سیاست‌ها سازوکارهای مداخله‌ای دولت، باید ترتیبات نهادی مناسب برای تخصیص منابع ایجاد شده و هماهنگی بین فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد شود. درجایی که سیاست‌های علم و فناوری، صنعتی، مالی، مالیاتی و پولی در کنار هم بسته‌های منسجم و یکپارچه از سیاست‌های نوآوری چین را تشکیل داده است (لیو و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۱). در حقیقت، سیاست صنعتی، پیشرفت فناورانه در صنعت را تشویق می‌کند، مقررات ساختار صنعتی را تنظیم می‌کند،

13 Glushchenko and et al.

14 Davenport, 1995

15 Liu et al, 2011

جهت‌گیری توسعه صنعتی را هدایت می‌کند و رقابت‌پذیری صنعتی را از طریق ارائه کمک هزینه‌ها و حمایت از صنایع خاص ارتقا می‌بخشد. سیاست مالی، حمایت، کاهش هزینه و هدایت فعالیت‌های نوآوری فناورانه از طریق ورودی مالی را فراهم می‌کند؛ تحقیق و توسعه (R&D)، و ریسک سرمایه‌گذاری نوآوری را کاهش می‌دهد و با ارائه معافیت‌های مالیاتی مختلف به بنگاه‌ها یا وضع مالیات‌های خاص، درآمد انتظاری تحقیق و توسعه، را افزایش می‌دهد؛ هدف سیاست تأمین مالی، به کمال رساندن محیط و کانال‌های تأمین مالی است که بازیگران نوآوری به واسطه آن و از طریق بازارهای مالی، واسطه‌ها و ابزارهای تأمین مالی، ریسک‌های نوآوری را کاهش داده، از ریسک‌ها اجتناب کرده و ریسک‌ها را تعدیل می‌کنند. سیاست‌های علم و فناوری و سیاست‌های صنعتی، تأثیر مستقیم در تشویق نوآوری دارد و نقشی آشکار ایفا می‌کند. درحالی‌که سیاست‌های مالی، مالیاتی و تأمین مالی، ابزارهای سیاستی هستند که دولت‌ها از آن‌ها برای تشویق ایجاد محیط هدایت‌گر نوآوری یا تسهیل‌گر فعالیت‌های نوآوری استفاده می‌کنند (لیو و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین، از یک سو می‌توان گفت که، بر اساس اقدامات انجام شده در نظام بانکی ایران و با توجه به روندهای موجود و چالش‌ها، در اولین قدم با صدور مجوز واگذاری خدمات انتقال وجه کارتی به بانک‌ها، زمینه فعالیت برخی از فناوران مالی فراهم شده است. در مرحله بعد چارچوب فعالیت گروه دیگری از فناوران مالی که تقریباً تمام انواع کسب‌وکارهای واسطه پرداخت را شامل می‌شود، آغاز گردیده و چارچوب فعالیت این نوع از کسب‌وکار، ساماندهی شده است. به‌علاوه چارچوب پرداخت‌های مبتنی بر ابزارهای هوشمند همراه و به‌کارگیری کیف پول الکترونیک نیز در مراحل پایانی خود قرار دارد. از سوی دیگر نیز، چند روند عمومی در فناوری رشد سریع فناوری‌های مالی را تسهیل کرده است که شامل مواردی همچون؛ الف). پردازش ابری^{۱۶} به معنی ایجاد امکانات پردازش و ذخیره‌سازی انبوه توسط شرکت‌های فناوری بزرگ، ب). هوش مصنوعی^{۱۷} و هوش زیستی^{۱۸} به معنی تحلیل، تصمیم‌سازی و

16. Cloud Computing

17 Artificial Intelligence

18 Bionic Intelligence

تصمیم‌گیری همانند انسان اما توسط ماشین، پ). پردازش شخصی از طریق ابزارهای هوشمند نظیر گوشی‌ها و ابزارهای^{۱۹} هوشمند، ت). توسعه فناوری پردازش توزیع یافته نظیر زنجیره بلوک^{۲۰}، ظهور دفاتر توزیع یافته^{۲۱} و ارزهای رمزیننه^{۲۲}. تولید حجم انبوهی از داده‌های بدون ساختار اما با محتوا در شبکه‌های اجتماعی و ظهور پدیده کلان داده‌ها^{۲۳} است (بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۶). از این رو، ایجاد همسویی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی باعث عملکرد مورد انتظار چرخه کسب و کارهای نظام بانکی می‌شود. البته، عملکرد سازمان شامل عملکرد مالی، عملکرد عملیاتی و اثربخشی سازمانی است. از دیدگاه سنتی، عملکرد سازمانی معمولاً یک عملکرد مالی در نظر گرفته می‌شود که در آن ملاحظات بودجه، دارایی‌ها، عملیات، محصولات، خدمات، بازارها و منابع انسانی روی خط پایین کلی موفقیت سازمان اثرگذار هستند (فارسانی و همکاران^{۲۴}، ۲۰۱۳). معیارهای مختلفی مانند، سهم بازار، رشد فروش، حاشیه فروش، بازده سرمایه‌گذاری، بازده سهام، بازده دارایی و گردش موجودی انبار، برای سنجش عملکرد مالی شرکت وجود دارند (فنگ^{۲۵} و همکاران، ۲۰۱۴؛ پیترسن^{۲۶} و همکاران، ۲۰۰۵؛ یان لی^{۲۷} و همکاران، ۲۰۱۶). عملکرد کسب و کار که نشان‌دهنده دیدگاه مدیریت راهبردی و زیرمجموعه‌ای از مفهوم کلی اثربخشی سازمان است، می‌تواند برای دستیابی به اهداف سازمان در سودآوری و افزایش سهم فروش و بازار و همچنین برای تحقق اهداف راهبردی کلی شرکت تعریف شود (کاپلان و همکاران^{۲۸}، ۲۰۱۴). بر این اساس، در دهکده جهانی و در اقتصاد آزاد و رقابتی کنونی، دستیابی به عملکرد مالی و اقتصادی برای بقای هر شرکت بسیار ضروری

19 Gadgets

20 Blockchain

21 Distributed Ledgers

22 Cryptocurrency

23 Big Data

24 .Farsani

25 .Feng

26. Petersen

27 .Yan Li

28 .Kaplan

است. یک شرکت نیز وقتی عملکرد خوبی دارد که باعث ایجاد ارزش افزوده برای سهامداران و رضایت مشتری شود و نظرات کارکنان و حفاظت از محیط زیست را رعایت کند. عملکرد شرکت به توانایی آن در ایجاد ارزش برای مشتریان بستگی دارد، در حالی که عملکرد مالی شرکت را تعادل ناپایدار ناشی از سیر تکاملی بهره‌وری و اثربخشی نیز تعریف کرده‌اند (بوس و استفان^{۲۹}، ۲۰۱۴). عملکرد مالی ابتکار مدیریت در بالا بردن دقت و بهنگام بودن اطلاعات مالی است و اهداف اقتصادی عمومی سازمان را اندازه‌گیری می‌کند (کاپلان^{۳۰} و همکاران، ۲۰۱۴).

پیشینه پژوهش

طرح موضوع همسویی راهبردهای فناوری کسب‌وکار سازمان به عنوان یک الگوی تعیین شده برای نخستین بار به سال (۱۹۷۰) میلادی برمی‌گردد. در ادامه پژوهش‌های نخستین نیز پژوهشگرانی نظیر مک لین و سودن (۱۹۷۷)، آی بی‌ام (۱۹۸۱)، میلز (۱۹۸۶)، پارکر و بنسون (۱۹۸۸)، برانچو و درب (۱۹۸۷)، دیکسون و لیتل (۱۹۸۹)، نیدرمن (۱۹۹۱)، چان و هاف (۱۹۹۳)، هندسون و ونکاترامن (۱۹۹۶)، لوفتمن و بریر (۱۹۹۹)، تأکید بر همسویی راهبردهای فناوری کسب‌وکار سازمان داشتند. به‌طوری‌که، در طی همه این سال‌ها موضوع راهبردهای فناوری کسب‌وکار همواره از مهم‌ترین مسائل مدیران کسب‌وکار سازمان‌ها و جزء مهم‌ترین مسائل مدیران کسب‌وکار سازمان مدنظر بوده است (سیژندا^{۳۱}، ۱۹۹۹). در جدول (۱) خلاصه تحقیقات صورت گرفته در خصوص همسو سازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران، ارائه شده است.

جدول (۱): خلاصه پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی

-
29. Buse & Ştefan
30. Kaplan
31. Szigenda, 1999

نام محقق	سال تحقیق	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
غلامی و همکاران	۱۴۰۱	ارائه مدلی جهت پیاده سازی فین تک در صنعت بانکداری کشور ایران	یافته‌ها: در مرحله کدگذاری باز ۱۲۳ مقوله و پس از طبقه‌بندی در مرحله کدگذاری محوری ۲۶ مؤلفه استخراج شد که در نهایت در مرحله کدگذاری انتخابی پس از شناسایی روابط بین مؤلفه‌ها مدل پارادایمی پژوهش شکل گرفت. اصالت / ارزش افزوده علمی: عوامل علی اثرگذار بر پیاده‌سازی مدل سیاست‌گذاری: قانون‌گذاری، زیرساخت‌های حقوقی، تسهیلات دولتی، مشوق‌های قانونی، اصلاح سیاست‌های کلان حاکمیتی تحلیل می‌شوند. به‌علاوه در این مسیر عوامل مانند زیرساخت‌های فناوری، ایجاد کانال‌های ارتباطی نقش مداخله‌گر بوده و عوامل قصد استفاده از فناوری، فرهنگ مشارکت، فرهنگ کارآفرینی، ریسک‌پذیری، یادگیری و آموزش، اعتمادسازی نقش زمینه‌ای را در این خصوص بازی می‌کنند.
هادی شایسته و همکاران	۱۴۰۰	آینده‌پژوهی سازمان‌های پروژه‌محور فعال در صنعت خدمات مالی	با به‌کارگیری تکنیک سکا، سناریو دنیای بی‌بنیاد به‌عنوان محتمل‌ترین سناریو انتخاب شد. نتیجه‌گیری: در نهایت، پیشنهادهای کاربردی پژوهش بر اساس محتمل‌ترین و بدترین سناریو با رویکرد دیالکتیک منفی توسعه یافت.
طارمی و همکاران	۱۳۹۹	ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانک‌ها بر مبنای فناوری‌های نوین مالی	هدف صنعت فناوری نوین مالی ارایه ارزان تر، سریع تر و آسان تر خدمات و سرویس های بانکی، بیمه ها، مؤسسات مالی و بورس ها است

<p>با توجه به الگوی استخراج شده، راهبردهای شناسایی شده برای این ارتباط عبارت‌اند از: ایجاد، خرید، ائتلاف سرمایه‌گذاری و یا اجاره خدمات مالی از شرکت‌های فناوری مالی، همچنین مقوله محوری این پژوهش، یک فرایند سه مرحله‌ای است که شامل کاوش و ارزیابی فناوری‌های مالی (فین تک‌ها)، انتخاب و ایجاد ارتباط و حفظ و توسعه این ارتباط می‌باشد.</p>	<p>طراحی الگوی مدیریت ارتباط صنعت بانکداری ایران با فین تک‌ها و استارت‌آپ‌های فین تکی با رویکرد نظریه داده بنیاد</p>	<p>۱۳۹۸</p>	<p>نجفی و همکاران</p>
<p>ابعاد مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک در ایران با مدل بانکداری جامع در ۵ بعد از ۹ بعد مدل کسب‌وکار استروالدو و پینیور تفاوت دارد</p>	<p>مقایسه مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک بانک‌های ایران با مدل بانکداری جامع</p>	<p>۱۳۹۶</p>	<p>ارسنجانی و طالقانی</p>
<p>مدل از زنجیره تأمین خدمت از طریق اجرای شبیه‌سازی عامل بنیان برای پنج بانک از بخش‌های خصوصی و خصوصی‌شده صنعت بانکی با سهم ۳۲/۴ درصدی از بازار و طی سال‌های ۱۴۰۴-۱۳۸۸ در محیط نرم‌افزار نت لوگو^{۳۲} پردازش شده است. آنچه مدل انجام می‌دهد، پیگیری جریان سود و سایر پارامترهای مهم مرتبط با عامل‌های مشتری، بانک، بانک مرکزی، سایر بانک‌ها و شرکت‌های بانکی طی سال‌های نام‌برده است. نتیجه پژوهش با آزمایش، اجرا و تحلیل نتایج در زمان‌های چندگانه شبیه‌سازی، میزان تغییر پارامترهای با اهمیت مرتبط با این عوامل را طی سال‌های مختلف به نمایش گذاشته است.</p>	<p>شبیه‌سازی عامل بنیان زنجیره تأمین خدمت بانکداری بر مبنای منطق غلبه خدمت</p>	<p>۱۳۹۶</p>	<p>منصوری و همکاران</p>

<p>ظرفیت و توان فنی بانک‌های ایرانی از لحاظ تعداد تراکنش و تعداد شعب، پیروی از اصول اسلامی و غیر ربوی بودن بانک‌ها در ایران، راهکارهای کاملاً بومی و بدون وابستگی به غرب، رقابت حرفه‌ای و سالم بین شرکت‌های عمده ارائه‌دهنده راهکارهای بانکی و تجربیات و روش‌های آزمون شده بانکداری الکترونیک طی سال‌های اخیر را در این پژوهش به‌عنوان فرصت‌های فراروی صنعت فین تک در ایران شناسایی نموده‌اند.</p>	<p>بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای فین تک برای سیستم بانکی ایران</p>	<p>۱۳۹۶</p>	<p>شفق و دزفولی نژاد</p>
<p>مشارکت بانک‌ها و استارت‌آپ‌ها باعث تسهیل در ایجاد موسسات خدمات پولی برای ارائه خدمات پرداخت و نقل و انتقال وجوه خرد ریالی و ارزی، تحلیل مالی، مدیریت سبد دارایی و خدمات مشابه، توسعه فعالیت‌های نهادهای موجود بازار غیرمتشکل پولی (نظیر صرافی‌ها) به فضای اینترنتی و مجازی، تسهیل در ایجاد موسسات ارائه تسهیلات کوچک فرد به فرد (یا جمع به فرد)، تسهیل در ایجاد موسسات ارائه تسهیلات کوچک برای پروژه‌های مشخص در قالب عقود دارای بازدهی معین با ریسک پذیری سپرده‌گذاران؛ تسهیل در ایجاد نهادهای رابط سپرده‌گذاران و سپرده‌پذیران نظیر موسسات تامین جمعی مالی می‌گردد.</p>	<p>بررسی وضعیت استارت‌آپ‌های بانکی در حوزه خدمات نوین بانکداری</p>	<p>۱۳۹۶</p>	<p>قائمی و همکاران</p>
<p>مدل کسب و کار الکترونیکی دارای ۴ بعد اصلی ارزش ارائه شده، مشتریان، تأمین کنندگان و عملکرد مالی است و مؤلفه‌های اصلی در قالب ۱۰ مقوله اصلی (محصول / خدمات، مشتریان هدف، کانال توزیع، وفاداری مشتریان، بیمه، منابع و شایستگی‌ها، شبکه همکاری یا شرکا، ساختار هزینه، ساختار درآمد و واسطه‌های الکترونیکی) طبقه بندی شدند.</p>	<p>ارائه مدل کسب و کار الکترونیکی صنعت بانکداری ایران با روش شناسی پژوهش آمیخته</p>	<p>۱۳۹۵</p>	<p>رضوانی و اصلاحی</p>

<p>مردم با سواد مالی بالاتر، کمتر اختلافات مالی را تجربه می کند. زمان خرید محصولات و خدمات مالی منجر به اختلاف مالی می شود، مردم با سواد مالی بالاتر به شدت این مشکل را اداره می کنند. علاوه بر این، ویژگیهای شخصی، مانند جنس، وضعیت کار و درآمد خانوار، عوامل کلیدی شانس یک اختلاف مالی را تحت تاثیر قرار می دهند.</p>	<p>بررسی رابطه بین سواد مالی و ارتباط آن با اختلافات مالی</p>	<p>۲۰۲۲</p>	<p>شن و همکاران</p>
<p>نتایج این فرضیه را تایید می کند که پرسش های لوساردی - میچل، به یک سنجه خوب در یک تحلیل مرحله اول تبدیل میشوند، اما درک عمیق تر ارتباطات بین سواد مالی و رفتارهای مالی، از سنجههای پیشنهاد شده در این مطالعه، که باید به عنوان ابزار ارزیابی اضافی در پژوهش سواد مالی مورد ملاحظه قرار گیرند، پیشنهاد می شوند.</p>	<p>ارزیابی سواد مالی</p>	<p>۲۰۲۰</p>	<p>نیکولینی</p>
<p>نویسندگان مهمترین فن آوری هایی را که از توسعه پویا بازار جهانی مالی و تحول بنیادین تجارت بانکی در یک دهه گذشته تضمین می کند، شناسایی نمودند. همچنین، در این پژوهش، آن ها به بررسی میزان شیوع آن ها و زمینه های اصلی کاربرد در حوزه بانکی، شیوه های موفق اجرای فناوری مالی در توسعه خدمات مالی را مورد توجه قرار دادند.</p>	<p>فن آوری های نوآورانه مالی به عنوان عاملی برای رقابت در بانکداری</p>	<p>۲۰۱۹</p>	<p>گلوشچنکو و همکاران</p>
<p>ابعاد مرتبط با بانک، فین تک و فضای کسب و کار، منجر به شناسایی شش الگوی همکاری غالب شده است.</p>	<p>ادغام مخرب: طبقه بندی همکاری بین بانک ها و فین تک ها</p>	<p>۲۰۱۸</p>	<p>دراش و همکاران</p>

<p>بانک ها شروع به راه اندازی آزمایشگاه های نوآوری، مراکز سرمایه گذاری بر روی فناوری های مالی و خرید آن ها نموده اند و یا شرکت های تابعه خود را راه اندازی کرده اند. همچنین فناوریهای مالی چالش هایی را نیز برای بانک ها نظیر افزایش ریسک عملیاتی، ریسک تقلب و وابستگی بانک ها به راه حل های فناورانه ایجاد کرده اند و توصیه هایی عملی برای بانک های تجاری به منظور تقویت موقعیت خود در مقابل نوآوری های مالی و کنترل مخاطرات مرتبط با این نوآوری های مالی ارائه می دهد.</p>	<p>بانکداری و فین تک، یک چالش یا فرصت؟</p>	<p>۲۰۱۶</p>	<p>رومانوا و کادینسکا</p>
<p>استفاده از فناوری های نوین مالی بر درآمد، بازده دارایی ها، سودآوری و سپرده های مشتریان بانک های تجاری در کنیا تأثیر مثبت دارد. همچنین، یافته های وی نشان داد تلفن های همراه، تأثیر بیشتری نسبت به خدمات اینترنت بانک بر روی شکل گیری نوآوری های بانکی دارند.</p>	<p>بررسی نوآوری های فناوری مالی بر عملکرد بانک های تجاری در کنیا</p>	<p>۲۰۱۳</p>	<p>موانگ ینگومی</p>

۳- روش شناسی پژوهش

روش پژوهش

در این پژوهش به موضوع ترسیم افق همسو در راستای توسعه ی راهبرد مالی با فناوری مالی در بانک های تجاری ایران پرداخته شده است. از این رو، تحقیق حاضر از لحاظ هدف یک تحقیق پیمایشی است. از نظر فرایند اجرا از نوع تحقیق ترکیبی (کمی - کیفی) است، از نظر نتیجه اجرا نیز یک تحقیق کاربردی است. همچنین، از نظر بعد زمانی مقطعی است. علاوه براین، از منظر منطق اجرا یک تحقیق آمیخته یا ترکیبی (قیاسی - استقرایی) و مبتنی بر گردآوری داده های مورد نیاز کتابخانه ای و میدانی است. در مرحله اول، ابتدا پژوهش گر پرسشنامه اولیه ای را به منظور استخراج ابعاد و مؤلفه های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی تهیه و آن را برای پاسخگویی در اختیار ۲۰ خبره از بین دانشگاهیان و کارشناسان ارشد نظام بانکی قرار داده است. از اینرو، پژوهشگر بعد از انجام مصاحبه از طریق پرسش نامه فوق برخی از مهم ترین ابعاد و مؤلفه های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی استخراج گردید که از آنها به منظور تدوین پرسشنامه دوم (اصلی) استفاده نموده است. لذا،

پژوهشگر بعد از تهیه پرسشنامه دوم آن را در اختیار جامعه هدف پاسخگویان قرار داده است. در این مرحله داده ها و اطلاعات پرسشنامه که شامل ۳۸۴ نمونه آماری بوده است وارد فایل اکسل شده است. لذا در مرحله اول انتخاب معیار با روش دلفی فازی انجام شد و سپس وارد نرم افزار پی.ال.اس.(PLS) به منظور تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیه های پژوهش شده است. می توان گفت که تجزیه و تحلیل داده ها برای بررسی صحت و سقم فرضیه برای هر نوع تحقیق از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه هم در بیشتر تحقیقاتی که متکی بر اطلاعات جمع آوری شده از موضوع مورد تحقیق می باشد، تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی ترین و مهم ترین بخش های تحقیق محسوب می شود. داده های خام با استفاده از نرم افزار آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده کنندگان قرار می گیرند. از این رو در این مرحله، که مربوط به تجزیه و تحلیل داده ها و بررسی فرضیه های پژوهش می باشد، ابتدا تحلیل عاملی تحقیق انجام شده و بعد مدل اصلی پژوهش بررسی می شود. در نهایت فرضیات تحقیق آزمون می شوند. برای بررسی و تحلیل فرضیات تحقیق از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار پی.ال.اس.(PLS) بهره برده شده است. این روش این امکان را فراهم می کند تا صحت فرضیه های تحقیق را مورد آزمون قرار داده و معنادار بودن ضرایب بدست آمده را نشان داد.

متغیرهای پژوهش

در مقاله حاضر به منظور تعریف عملیاتی متغیرها، یا نحوه سنجش عملیاتی متغیرهای تعریف شده در مدل نظری پژوهش که پژوهشگر آن ها را طی مطالعه منظم بر روی مبانی نظری و پیشینه ی پژوهش استخراج نموده و در مدل تجربی پژوهش گنجانده است. لذا، در این قسمت بعد از معرفی تعریف مفهومی واژگان کلیدی پژوهش به معرفی و تعریف عملیاتی واژگان کلیدی پژوهش پرداختیم. به طوری که خلاصه مطالب آن ها را در قسمت ذیل می توان ملاحظه نمود.

همسوزی

برای تعریف عملیاتی واژه همسوزی ابتدا با مراجعه به مبانی نظری مرتبط مطالعه و مرور کافی در مورد آن انجام شده است. سپس با مشورت خبرگان دانشگاهی، اساتید راهنما و مشاور، ابعاد اصلی

و فرعی مرتبط با رویکرد همسویی استخراج، سپس در مرحله نهایی به منظور پایش میدانی و به منظور سنجش عملیاتی و تبیین الگوی مفهومی پژوهش در این بخش پرسشنامه‌ای توسط محقق ساخته شده است. به طوری که سؤالات مندرج در این پرسشنامه مبنایی برای سنجش عملیاتی رویکرد همسویی است. بنابراین، در این پژوهش تعریف عملیاتی واژه همسوسازی عبارت است از نمره‌ای که مشارکت کنندگان این پژوهش به سؤالات تخصصی مربوط به ابعاد اصلی و فرعی مربوط به آن اختصاص می‌دهند. در واقع، تعریف عملیاتی واژه همسویی از مجموع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به سؤالات ۱ الی ۱۲ بوده که طی پرسشنامه محقق ساخته پژوهشگر به دست می‌آید.

راهبردهای مالی

برای تعریف عملیاتی واژه راهبردهای مالی ابتدا با مراجعه به مبانی نظری مرتبط مطالعه و مرور کافی در مورد آن انجام شده است. سپس با مشورت خبرگان دانشگاهی، اساتید راهنما و مشاور، ابعاد اصلی و فرعی مرتبط با رویکرد راهبردهای مالی استخراج سپس در مرحله نهایی به منظور پایش میدانی و به منظور سنجش عملیاتی و تبیین الگوی مفهومی پژوهش در این بخش پرسشنامه‌ای توسط محقق ساخته شده است. به طوری که سؤالات مندرج در این پرسشنامه مبنایی برای سنجش عملیاتی رویکرد راهبردهای مالی است. بنابراین، در این پژوهش تعریف عملیاتی واژه راهبردهای مالی عبارت است از نمره‌ای که مشارکت کنندگان این پژوهش به سؤالات تخصصی مربوط به ابعاد اصلی و فرعی مربوط به آن اختصاص می‌دهند. در واقع، تعریف عملیاتی واژه راهبردهای مالی از مجموع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به سؤالات ۱۳ الی ۲۵ بوده که طی پرسشنامه محقق ساخته پژوهشگر به دست می‌آید.

فناوری‌های مالی

برای تعریف عملیاتی واژه فناوری‌های مالی ابتدا با مراجعه به مبانی نظری مرتبط مطالعه و مرور کافی در مورد آن انجام شده است. سپس با مشورت خبرگان، اساتید راهنما و مشاور، ابعاد اصلی و فرعی مرتبط با رویکرد فناوری‌های مالی استخراج سپس در مرحله نهایی به منظور پایش میدانی و به منظور سنجش عملیاتی و تبیین الگوی مفهومی پژوهش در این بخش پرسشنامه‌ای توسط محقق

ساخته شده است. به طوری که سؤالات مندرج در این پرسشنامه مبنایی برای سنجش عملیاتی رویکرد فناوری‌های مالی است. بنابراین، در این پژوهش تعریف عملیاتی واژه فناوری‌های مالی عبارت است از نمره‌ای که مشارکت‌کنندگان این پژوهش به سؤالات تخصصی مربوط به ابعاد اصلی و فرعی مربوط به آن اختصاص می‌دهند. در واقع، تعریف عملیاتی واژه فناوری‌های مالی از مجموع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به سؤالات ۲۶ الی ۳۶ بوده که طی پرسشنامه محقق ساخته پژوهشگر به دست می‌آید.

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری مقاله حاضر شامل کلیه بانک‌های تجاری ایران می‌باشد. در واقع، جامعه آماری این تحقیق بانک‌های تجاری ایران است. اما، به منظور گردآوری اطلاعات میدانی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارایه الگوی پیشنهادی پژوهش در جامعه آماری این پژوهش کارشناسان و فعالان حوزه بانکداری ایران به عنوان مشارکت‌کنندگان حضور دارند. از این رو، برای بررسی و انجام موضوع، پژوهشگر جامعه آماری مورد هدف خود را کلیه مشارکت‌کنندگان از میان خبرگان کارشناسان و خبرگان حوزه حسابداری، مالی، مدیریت، بانکداری و اقتصادی تعیین می‌نماید که البته، بر اساس معیارهای ذیل انتخاب می‌شوند (فلینت، ۱۹۹۸). ۱- کلیدی بودن: در حوزه همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی با عملکرد نظام بانکی افراد کلیدی و موثری باشند. ۲- شناسایی شده توسط سایرین: در حوزه همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی با عملکرد نظام بانکی مورد تایید و اشاره خبرگان حوزه بوده‌اند. ۳- فهم نظری موضوع: بر حوزه دانشگاهی و متون تخصصی همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی با عملکرد نظام بانکی تسلط کافی داشته باشند. ۴- تنوع: سابقه حضور در شرکت‌های متنوع و زیرشاخه‌های متفاوت همسوسازی فناوری‌های مالی و راهبردهای مالی با عملکرد نظام بانکی داشته باشند. ۵- در نهایت تمایل به همکاری: علاقه و صدق گفتار در این مورد محل توجه بوده است. در نهایت می‌توان گفت که ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش به شرح جدول (۲) بوده که بررسی و مطالعه آن‌ها به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مشارکت‌کنندگان می‌باشد.

جدول (۲): مشخصات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان پژوهش

ردیف	ویژگی های جمعیت شناختی	
۱	جنسیت مشارکت کنندگان	زن
		مرد
۲	مدرک تحصیلی	کارشناسی
		کارشناسی ارشد
		دکتری
۳	سن	زیر ۳۵ سال
		۳۵ تا ۵۰ سال
		۵۰ تا ۶۵ سال
۴	سابقه کار مرتبط حوزه مالی	زیر ۱۰ سال
		۱۰ تا ۲۰ سال
		۲۰ تا ۳۰ سال
۵	سابقه کار مرتبط	زیر ۱۰ سال
		۱۰ تا ۲۰ سال
		۲۰ تا ۳۰ سال
۶	نوع سمت	کارشناس
		کارشناس ارشد
		مدیریت
		هیئت مدیره

۴- یافته های پژوهش

انتخاب معیارهای کلیدی پژوهش با روش دلفی فازی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش رویکرد ترکیبی یا آمیخته است. براین اساس، در مرحله اول، ابتدا پژوهشگر پرسشنامه اولیه‌ای را به منظور استخراج ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی تهیه و آن را برای پاسخگویی در اختیار ۲۰ خبره از بین دانشگاهیان و کارشناسان ارشد نظام بانکی قرار داده است. از اینرو، پژوهشگر بعد از انجام مصاحبه از طریق پرسش نامه فوق برخی از مهم‌ترین ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی استخراج

گردید که از آنها به منظور تدوین پرسشنامه دوم (اصلی) استفاده نموده است. لذا، پژوهشگر بعد از تهیه پرسشنامه دوم آن را در اختیار جامعه هدف پاسخگویان قرار داده است. در این مرحله داده ها و اطلاعات پرسشنامه که شامل ۳۸۴ نمونه آماری بوده است وارد فایل اکسل شده است. لذا در مرحله اول انتخاب معیار با روش دلفی فازی انجام شد و سپس وارد نرم افزار پی.ال.اس.(PLS) به منظور تجزیه و تحلیل و بررسی فرضیه های پژوهش شده است. جدول ذیل از میزان نمرات کسب شده بین ۱ تا ۱۰ برای بدبینانه و خوشبینانه که باتوجه به نظر ۲۰ نفر از خبرگان در مورد میزان درجه اهمیت زیر معیارها و شاخصها بدست آمده است.

انتخاب معیارهای کلیدی پژوهش در حوزه راهبردهای مالی با روش دلفی فازی

جدول (۳): شاخصهای عملکرد براساس روش دلفی فازی

رتبه	مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		ابعاد راهبردهای مالی
		U_m^i	I_m^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۱	۱۱/۴۳	۶/۵۴	۴/۸۰	۹	۷	۸	۲	راهبرد سرمایه- گذاری
۴	۵/۹۴	۶/۲۲	۴/۵۱	۱۰	۲	۱۰	۱	راهبرد تأمین مالی و ساختار سرمایه
۵	۲/۸۲	۴/۵۸	۲/۸۲	۹	۲	۶	۱	راهبرد سرمایه در گردش
۳	۹/۳۸	۶/۳۱	۴/۷۷	۱۰	۶	۹	۱	راهبرد تقسیم سود
۲	۹/۹۶	۶/۷۶	۵/۷۱	۱۰	۶	۹	۱	راهبرد مدیریت ریسک
مأخذ: محاسبات نرم افزاری پژوهشگر *حد آستانه = ۷/۹۱								

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۷/۹۱) بدست آمده است. بنابراین از میان ۵ بعد موجود، ابعاد: راهبرد تأمین مالی و ساختار سرمایه، راهبرد سرمایه در گردش در مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آنها کمتر از حد آستانه (۷/۹۱) می باشد حذف خواهند شد. بنابراین ابعاد: راهبرد سرمایه گذاری، راهبرد تقسیم سود، راهبرد مدیریت ریسک با توجه اینکه مقدار معناداری آنها بیشتر از حد آستانه می باشد، انتخاب خواهند شد.

انتخاب معیارهای کلیدی پژوهش در حوزه فناوریهای مالی با روش دلفی فازی

جدول (۴): شاخص‌های عملکرد براساس روش دلفی فازی

رتبه	مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		ابعاد فناوری مالی
		U_m^i	I_m^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۲	۹/۸۵	۸/۷۶	۵/۲۳	۱۰	۸	۸	۳	شناخت ویژگی- های فناوری برتر
۴	۶/۴۰	۷/۹۳	۳/۸۶	۹	۵	۷	۱	فرآیند توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات
۳	۹/۸۰	۸/۳۹	۴/۶۳	۱۰	۷	۹	۲	عوامل کلیدی فناوری اطلاعات
۵	۵/۱۶	۷/۳۵	۲/۹۵	۹	۴	۷	۱	قابلیت فناوری اطلاعات
۱	۱۰/۷۴	۸/۴۱	۶/۹۵	۱۰	۷	۹	۴	ریسک سرمایه- گذاری در فناوری اطلاعات
مأخذ: محاسبات نرم افزاری پژوهشگر *حد آستانه = ۸/۳۹								

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی‌داری (۸/۳۹) بدست آمده است. بنابراین از میان ۵ بعد موجود، ابعاد: فرآیند توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات، قابلیت فناوری اطلاعات در مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آن‌ها کمتر از حد آستانه (۸/۳۹) می‌باشد حذف خواهند شد. بنابراین ابعاد: شناخت ویژگی‌های فناوری برتر، عوامل کلیدی فناوری اطلاعات، ریسک سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات با توجه اینکه مقدار معناداری آن‌ها بیشتر از حد آستانه می‌باشد، انتخاب خواهند شد.

انتخاب معیارهای کلیدی پژوهش در حوزه همسوسازی شکاف بین فناوری مالی و راهبردهای مالی با روش دلفی فازی

جدول (۵): شاخص‌های عملکرد براساس روش دلفی فازی

رتبه	مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		شکاف همسوسازی ابعاد بین فناوری مالی و راهبردهای مالی
		U_m^i	I_m^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	

۱	۱۱/۲۰	۸/۶۱	۶/۴۱	۱۰	۷	۹	۳	سطح بهینه همسویی راهبردی
۴	۸/۹۰	۷/۵۹	۳/۷۶	۹	۶	۹	۲	سطح بهبود یافته/مدیریت شده همسویی راهبردی
۳	۹/۸۹	۷/۹۸	۶/۵۷	۱۰	۶	۱۰	۴	سطح تمرکز کامل همسویی راهبردی
۲	۱۱/۰۳	۸/۶۷	۵/۰۵	۱۰	۷	۹	۱	سطح الزام همسویی راهبردی(سطح اول)
۵	۳/۳۱	۵/۴۲	۲/۲۹	۹	۳	۶	۱	سطح الزام همسویی راهبردی(سطح دوم)
*حد آستانه = ۸/۸۷								مأخذ: محاسبات نرم افزاری پژوهشگر

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۸/۸۷) بدست آمده است. بنابراین از میان ۵ بعد موجود، بعد: سطح الزام همسویی راهبردی (سطح دوم) در مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آن‌ها کمتر از حد آستانه (۸/۸۷) می‌باشد حذف خواهند شد. بنابراین ابعاد: سطح بهینه همسویی راهبردی، سطح بهبود یافته/مدیریت شده همسویی راهبردی، سطح تمرکز کامل همسویی راهبردی، سطح الزام همسویی راهبردی(سطح اول) با توجه اینکه مقدار معناداری آن‌ها بیشتر از حد آستانه می‌باشد، انتخاب خواهند شد.

آزمون فرضیه های پژوهش

جهت پاسخ به سوال پژوهش، بر اساس مبانی نظری تحقیق و مطالعات تجربی صورت گرفته، دو فرضیه تدوین شده و مورد آزمون قرار می‌گیرد: ۱- بین ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی داری وجود دارد. ۲- بین ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی داری وجود دارد. در این قسمت به بررسی آزمون فرضیات تحقیق می‌پردازیم.

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

با توجه به جدول (۳) آمار توصیفی کلیه متغیرهای تحقیق از نظر شاخص‌های آماری به شرح جدول زیر می‌باشد.

جدول (۳): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	علامت اختصاری	تعداد مشاهده	کمترین	بیشترین	میانگین		انحراف معیار	واریانس
					آماره	خطای معیار		
ابعاد فناوری مالی	B	۱۹۶	۱.۵۰	۴.۵۰	۳.۰۹۴۰	۰.۴۳۰۵	۰.۶۰۲۶۴	۰.۳۶۳
ابعاد راهبردهای مالی	C	۱۹۶	۱.۳۶	۵.۰۰	۲.۹۹۵۳	۰.۴۹۴۲	۰.۶۹۱۸۹	۰.۴۷۹
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D	۱۹۶	۱.۲۱	۴.۷۹	۲.۸۸۲۲	۰.۴۶۶۵	۰.۶۵۳۱۵	۰.۴۲۷

برای متغیر ابعاد فناوری مالی (B) مینیمم نظرات مقدار ۱/۵۰ و ماکزیمم نظرات مقدار ۴/۵۰ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۳/۰۹۴۰ و ۰/۶۰۲۶۴ می باشد. برای متغیر ابعاد راهبردهای مالی (C) مینیمم نظرات مقدار ۱/۳۶ و ماکزیمم نظرات مقدار ۵/۰۰ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۲/۹۹۵۳ و ۰/۶۹۱۸۹ می باشد. برای متغیر همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی (D) مینیمم نظرات مقدار ۱/۲۱ و ماکزیمم نظرات مقدار ۴/۷۹ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۲/۸۸۲۲ و ۰/۶۵۳۱۵ می باشد.

آزمون آماری فرضیه های تحقیق

در این قسمت به بررسی آزمون فرضیه های تحقیق با استفاده از نرم افزار آماری پی.ال.اس. (PLS) می پردازیم. جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده می کنیم.

برازش مدل های اندازه گیری

پایایی^{۳۳}: به منظور بررسی پایایی مدل اندازه گیری تحقیق، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^{۳۴} می پردازیم.

³³ Reliability

³⁴ Composite Reliability

سنجش بارهای عاملی

جدول (۴): ضرایب بارهای عاملی

عامل	شاخص	بار عاملی
ابعاد فناوری مالی	B1	0.654
	B2	0.836
	B3	0.894
ابعاد راهبردهای مالی	C1	0.766
	C2	0.882
	C3	0.707
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D1	0.706
	D2	0.788
	D3	0.702
	D4	0.692

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰,۴ می‌باشد. در جدول فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS، بعد از سنجش بارهای عاملی سؤالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌رسد، که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

جدول (۵): نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان تحقیق

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>0.7)
ابعاد فناوری مالی	B	0.783	0.791
ابعاد راهبردهای مالی	C	0.852	0.879
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D	0.751	0.792

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰,۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.

روایی همگرا^{۳۵}

معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد.

جدول (۶): نتایج روایی همگرا متغیرهای پنهان تحقیق

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
ابعاد فناوری مالی	B	0.642
ابعاد راهبردهای مالی	C	0.622
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D	0.523

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE^{۳۶} برابر (۰/۰۵) است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

برازش مدل ساختاری

ضرایب معناداری (مقادیر t-values)

با توجه به خروجی نرم افزار پی.ال.اس، چون ضرایب t برای فرضیه‌های تحقیق بیشتر از ۱,۹۶ بدست آمده است، لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آنها تأیید می‌شود.

معیار R Squares یا R²

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R² مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. R² معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R² در نظر گرفته می‌شود. مطابق با نتایج نرم افزار، مقدار R² برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید ساخت.

³⁵ Convergent Validity

³⁶ Average Variance Extracted

جدول (۷): نتایج معیار R^2 برای سازه درونزا

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	R^2
ابعاد فناوری مالی	B	۰.۱۸۹
ابعاد راهبردهای مالی	C	۰.۲۳۵
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D	۰.۶۵۱

مدل کلی

معیار GOF^{37}

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰،۰۱، ۰،۲۵ و ۰،۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

(Communalities) از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید.

جدول (۸): میزان Community و R^2 متغیرهای تحقیق

متغیرهای مکنون	علامت اختصاری	Community	R^2
ابعاد فناوری مالی	B	۰.۶۴۲	۰.۱۸۹
ابعاد راهبردهای مالی	C	۰.۶۲۲	۰.۲۳۵
همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	D	۰.۵۲۳	۰.۶۵۱

جدول (۹): نتایج برازش مدل کلی

GOF	$\frac{dy}{dx}$	(Community) ⁻
۰.۴۵۹	۰.۳۶۰	۰.۵۸۶

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۴۵۹، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

³⁷ Goodness of Fit

جدول (۱۰): نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات فرعی مدل پژوهش

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	معناداری T- (Value)	نتیجه آزمون
اول	ابعاد فناوری مالی ← همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	B ---D	۰.۱۱۷	۳.۲۰۴	تایید فرضیه اول
دوم	ابعاد راهبردهای مالی ← همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی	C ---D	۰.۱۹۰	۴.۰۳۵	تایید فرضیه دوم

نتایج برازش مدل و نتایج فرضیه‌های تحقیق

نتیجه فرضیه اول

H_0 : بین ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

H_1 : بین ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به اینکه ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین دو متغیر (ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی) $\beta=0/117$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t=3/204$ بوده (بیشتر از قدر مطلق $1,96$) که نشان می‌دهد معنادار است. بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت بین ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی‌داری وجود دارد و لذا؛ فرضیه اول تأیید خواهد شد. از این رو، ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی به نوبه خود می‌تواند در عملکرد بانک‌های تجاری ایران مؤثر واقع گردد. این موضوع هم در مبانی نظری هم مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. به طوری که اثر ابعاد فناوری مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی در حالت‌های گوناگون (مثبت، منفی و دوسویه) بر عملکرد بانک‌های تجاری و همچنین غیر تجاری نشان شده است.

نتیجه فرضیه دوم

H₀: بین ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی داری وجود ندارد.

H₁: بین ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی داری وجود دارد.

با توجه به ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین دو متغیر (ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی) $\beta = 0/190$ می باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t = 4/035$ بوده (بیشتر از قدر مطلق ۱,۹۶) که نشان می دهد معنادار است. بنابراین فرضیه H₀ رد و فرضیه H₁ تأیید می شود و می توان نتیجه گرفت بین ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی رابطه معنی داری وجود دارد و لذا فرضیه دوم تأیید خواهد شد. از این رو، ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی به نوبه خود می تواند در عملکرد بانکهای تجاری ایران مؤثر واقع گردد. این موضوع هم در مبانی نظری هم مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. به طوری که اثر ابعاد راهبردهای مالی و همسوسازی شکاف بین فناوری و راهبردهای مالی در حالت های گوناگون (مثبت، منفی و دوسویه) بر عملکرد بانکهای تجاری و همچنین غیر تجاری نشان شده است.

۵- بحث و نتیجه گیری

نوآوری دیجیتال خدمات مالی را متحول نموده است. نوآوری هایی در فناوری مالی مانند پول موبایل، مبادله تجاری همتا به همتا یا وام دهی در بازار، مشاوره رباتی، فناوری بیمه و دارایی های رمزنگاری شده در سرتاسر جهان پدیدار شده اند. در دهه گذشته، فین تک در حال حاضر دسترسی و راحتی خدمات مالی را برای کاربران خرده فروشی فراهم کرده است. در همین حال، هوش مصنوعی، خدمات ابری، و فناوری دفتر کل توزیع شده در حال تغییر بازارهای عمده فروشی در حوزه های متنوعی مانند تجارت بازار مالی و فناوری نظارتی و نظارتی هستند. مجموعه ای از شرکت های جدید به وجود آمده اند تا فناوری های جدید را برای پاسخگویی به تقاضای مشتری به کار ببرند و اکثر

شرکت‌های متصدی نشان می‌دهند که تحول دیجیتال یک اولویت استراتژیک است. در واقع، بانک‌های پیشرو به سرعت شکاف‌ها را در دیجیتالی‌سازی فرآیندهای داخلی و پیشنهادات مشتریان می‌بندند تا با فین‌تک‌ها و شرکت‌های بزرگ فناوری (تکنولوژی بزرگ) که وارد معرکه شده‌اند رقابت کنند. بر همین اساس، در این پژوهش به موضوع ترسیم افقی همسو در راستای توسعه‌ی راهبرد مالی و فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش نیز جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشارکت کنندگان از میان خبرگان، کارشناسان و خبرگان دانشگاهی در رشته‌های حسابداری، مالی، مدیریت، بانکداری و اقتصادی در حوزه بانک‌های تجاری ایران می‌باشد. روش پژوهش از نوع آمیخته (کمی - کیفی) بوده و کلیه داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز پژوهش در دو بخش کمی و کیفی تهیه شده است. سپس، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از طریق مبانی نظری و بررسی میدانی (توزیع ۳۸۴ پرسشنامه)، تهیه شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از فنون آماری توصیفی و استنباطی نظیر آزمون‌های آلفای کرونباخ کولموگروف - اسمیرنوف و مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است. در بخش کیفی با انتخاب معیارهای کلیدی پژوهش با روش دلفی فازی به ترتیب راهبردهای مالی، فناوری مالی، و همسوسازی شکاف بین فناوری مالی و راهبردهای مالی، شناسایی شده‌اند. سپس با انجام تحلیل عاملی و تحلیل ساختاری، نتایج تأثیر هر کدام از مؤلفه‌های راهبردهای مالی، فناوری مالی بر همسوسازی شکاف بین فناوری مالی و راهبردهای مالی ارایه شده است. به طوری که نتایج تأثیرگذاری مربوط به هر کدام از مؤلفه‌های راهبردهای مالی، فناوری مالی، شرایط و ویژگی‌های محیط نظام بانکی، عوامل مداخله‌گر و عوامل تعدیل‌کننده در راستای شناسایی و تبیین میزان همسویی و همسوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران ارایه شده است.

در این پژوهش با توجه به بررسی‌های به عمل در خصوص متغیرهای ابعاد فناوری مالی، ابعاد راهبردهای مالی، همسوسازی شکاف بین، فناوری و راهبردهای مالی می‌توان بیان کرد که هر کدام از زیر معیارهای آنها که در مدل نهایی پژوهش حاضر مورد تأیید واقع شده‌اند در ایجاد همسوسازی نسبت به شکاف احتمالی بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران

تأثیرگذار می‌باشند. بنابراین طبق نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود که در راستای ایجاد هم‌سوسازی شکاف بین راهبردهای مالی با فناوری‌های مالی در بانک‌های تجاری ایران به هرکدام از نقش معیارهای اصلی مدل که شامل همسویی راهبردی، همسویی عملیاتی، ارتباطات و اندازه گیری ارزش و شایستگی براساس متغیرهای ابعاد فناوری مالی، ابعاد راهبردهای مالی، هم‌سوسازی شکاف بین، فناوری و راهبردهای مالی به طور مستمر در انجام فعالیت های روزمره استفاده نمایند. به طوری که این امر موجب بهبود نتایج و تسهیل در امر رسیدن به نتایج مطلوب بانک‌های تجاری ایران می‌شود.

منابع

- ارسنجانی، علی اکبر و طالقانی، محمد(۱۳۹۶)، مقایسه مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک بانک های ایران با مدل بانکداری، سومین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار.
- شفیق، احمد؛ عبدالمهدی دزفولی نژاد، لیلا (۱۳۹۶)، بررسی فرصت ها و تهدید های فین تک برای سیستم مالی ایران، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره سوم، شماره ۹، صص ۲۰۲ تا ۲۱۰.
- غلامی، محمد؛ غفاری آشتیانی، پیمان؛ حاجی، غلامعلی؛ نویسنده مسئول: زنجیر دار، مجید(۱۴۰۱)، ارائه مدلی جهت پیاده سازی فین تک در صنعت بانکداری کشور ایران، پیشرفت های مالی و سرمایه گذاری، شماره ۷، صص ۲۴-۴۷.
- طارمی، شهرام؛ خیراللهی، فرشید؛ طاهر ابادی، علی اصغر(۱۳۹۹)، ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانک‌ها بر مبنای فناوری‌های نوین مالی، دانش حسابداری مالی، شماره ۱۷، صص ۴۴-۶۱.
- رضوانی، مهران؛ اصلاحی، محمد(۱۳۹۵)، ارائه مدل کسب و کار الکترونیکی صنعت بانکداری کشور با استفاده از روش شناسی پژوهش آمیخته، دوره ۶، شماره ۴، صص ۲۱-۴۱.
- قائمی، محمدرضا؛ دهقان دهنوی، محمدعلی و نرجس سادات مرادی(۱۳۹۶)، بررسی وضعیت استارت آپ‌های بانکی در حوزه خدمات نوین بانکداری (مطالعه موردی سیستم بانکداری ایران)، نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره ۶، شماره ۲۰، صص ۱۱۴-۱۲۷.
- منصوری، سعیده؛ آذر، عادل؛ دیواندری، علی و رسول رمضانیان(۱۳۹۶)، شبیه‌سازی عامل‌بنیان زنجیره تأمین خدمت بانکداری بر مبنای منطق غلبه خدمت، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۹، شماره ۶، صص ۶۶۱-۶۸۸.

هادی شایسته، اباذر؛ میرعرب بایگی، سیدعلیرضا؛ یزدانیان، نرگس (۱۴۰۰)، آینده پژوهی سازمان‌های پروژه‌محور فعال در صنعت خدمات مالی، مدیریت صنعتی (دانشگاه تهران)، صص ۳۹۱-۴۱۴.

- A. Drosou, I. Kalamaras, S. Papadopoulos, D. Tzovaras, J. of Innovation in Digital Ecosystems, *An enhanced Graph Analytics Platform (GAP) providing insight in Big Network Data*, 3, is. 2, 83-97, (2016) DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jides.2016.10.005>
- Agami, N., Saleh, M., & Rasmy, M. (2012). Supply chain performance measurement approaches: Review and classification. *Journal of Organizational Management Studies*, No. 1.
- Angappa Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Rameshwar Dubey, R., Wam, S., F. (2017). Big data and predictive analytics for supply chain and organizational performance. *Journal of Business Research*, 70, 308-317.
- Bettiol, M., Di Maria, E., & Finotto, V. (2012). Marketing in SMEs: The role of entrepreneurial sense making. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(2), 223-248.
- Chari, S., Balabanis, G., Matthew J. Robson, Slater, S. (2016). Alignments and misalignments of realized marketing strategies with administrative systems: Performance implications. *Industrial Marketing Management*, 11(1), 1-16.
- Chung-Hua Shen, Shih-Jie Lin, De-Piao Tang, Yu-Jen Hsiao, (20۲۲), The relationship between financial disputes and financial literacy, *Pacific-Basin Finance Journal*, 36(46-65).
- Farsani, S. B., Farsani, M. E., Farsani, F. A., Aroufzad, S., & Ban, S. (2013). Relationship between organizational learning and organizational performance among employees in physical education organizations. *European Journal of Experimental Biology*, 3(1), 540-544.
- Farsani, S. B., Farsani, M. E., Farsani, F. A., Aroufzad, S., & Ban, S. (2013). Relationship between organizational learning and organizational performance among employees in physical education organizations. *European Journal of Experimental Biology*, 3(1), 540-544.
- Feng, T., Sun, L., Sohal, A.S., Wang, D., 2014. External involvement and firm performance: is time-to-market of new products a missing link? *International Journal of Production Research*. 52 (3), 727-742.
- Feng, T., Sun, L., Sohal, A.S., Wang, D., 2014. External involvement and firm performance: is time-to-market of new products a missing link? *International Journal of Production Research*. 52 (3), 727-742.
- Giacomo, D. L. (2010). Strategy and organization of Corporate banking. 1-178.
- Gianni Nicolini, and Marlene Haupt (20۲۱), The Assessment of Financial Literacy: New Evidence from Europe, *Financial Stud.* 2019, 7, 54; doi:10.3390/ijfs7030054.
- Glushchenko, Marina., Hodasevich, Naila., and Kaufman, Natalia., (2019). Innovative financial technologies as a factor of competitiveness in the banking. *SHS Web of Conferences* 69, 00043, (2019), CILDIAH-2019, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900043>.
- Green, K. W., Whitten, D., & Inman, R. A. (2012). Aligning marketing strategies throughout the supply chain to enhance performance. *Industrial Marketing Management*, 41(6), 1008-1018.
- Hong, Y., & Zhong-Hua, Y. (2013). Supply Chain Dynamic Performance Measurement Based on BSC and SVM. *IJCSI International Journal of Computer Science Issues*, 10(2), 271-277.
- Jemaiyo, B. (2013). An assessment of the effectiveness of marketing strategies adopted by sugar manufacturing companies in Kenya. *Journal of Emerging Trends in Economics & Management Sciences*, 4(3), 350-357.

- Jenkins, W. Y. (2015). Marketing strategies for profitability in small independent restaurant. Dissertation and Doctoral studies, Walden University.
- K.-C. Li, H. Jiang, L.T. Yang, A. Cuzzocrea, *Big Data: Algorithms, Analytics, and Applications*, (N.-Y.: Chapman and Hall / CRC Press, 2015).
- Kaplan, M., Öğüt, A., Mehmet, D., & Kaplan, A. (2014). The relationship between organizational learning and financial performance: a study of small-sized businesses in Turkey. *Journal of WEI Business and Economics*-August, 3(2).
- Kumar, V., Smart, P. A., Maddern, H., Maull, R. S. (2008). "Alternative Perspectives on Service Quality and Customer Satisfaction", *The Role of BPM*. *International Journal of Service Industry Management*.
- Mohammadzadeh, M., Aarabi, S. M., & Salamzadeh, J. (2013). Organizational performance, marketing strategy, and financial strategic alignment: an empirical study on Iranian pharmaceutical firms. *DARU Journal of Pharmaceutical Sciences*, 21(1), 65.
- Najmi, A., Gholamian, M. R., & Makui, A. (2013). Supply chain performance models: A literature review on approaches, techniques, and criteria. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 6(2), 94-113.
- Petersen, K.J., Handfield, R.B., Ragatz, G.L., (2005). Supplier integration into new product development: coordinating product, process and supply chain design. *Journal of Operations Management*, 23 (3), 371-388.
- Tabaku, E., & Mersini, Z. M. (2014). An overview of marketing means used by non-profit organizations: A detailed overview of NPOs operating in the district of Elbasan. *Journal of Marketing and Management*, 5(1), 66-83.
- Wu, L., Chuang, C. H., & Hsu, C. H. (2014). Information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance: A social exchange perspective. *International Journal of Production Economics*, 148, 122-132.
- Yan Li, W., Chow, P., S. Choi, T., M. Chan, H., L. (2016). Supplier integration, green sustainability programs, and financial performance of fashion enterprises under global financial crisis. *Journal of Cleaner Production*, 135 (1), 57-70.
- Zebra, R., Syeda, N., Malik, S., Batul, Z., & Syeda, F. (2012). Short term and long term impact of sales promotion on organizations' profitability: A comparative study between convenience and shopping goods. *International Journal of Business & Management*, 7(4), 247-255.