Ar

Journal of Business Management

Print ISSN: 2008-5907

Online ISSN: 2423-5091

Explaining the Role of Tejarat Bank's Strategic Alliance with FinTechs in Efficiency Mediated by Technological Developments and Digital Banking

Morteza Soltani

Assistant Prof., Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: mortezasoltanee@ut.ac.ir

Dariush Tahmasebi Aghbelaghi

*Corresponding author, Ph.D. Candidate, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: d.tahmasebi@ut.ac.ir

Abstract

Objective

This study seeks to determine whether the strategic alliance of Tejarat bank with Fintech affects their efficiency. And also, does the mediating role of technological change and digital banking variables between the strategic alliances of Tejarat bank with Fintech affect efficiency?

Methodology

Orientation of applied research and in terms of purpose is descriptive that has used survey method to collect data and correlation method to analyze data. Data analysis was performed using SPSS tools and Smart PLS software.

Findings

The findings showed that the role of strategic alliance of Tejarat bank with Fintech with single fin on efficiency (T: 19/944), digital technology developments (T: 27/340) and digital banking (T: 72/374) and the role of digital technology developments (T: 4/439) Digital Banking (T: 8/161) confirmed efficiency. The indirect role of the mediating variables of digital technological developments (T: 121/362) and digital banking (T: 590/644) between the strategic alliance of Tejarat bank with Fintech and efficiency was also confirmed.

Conclusion

Strategic alliance between Tejarat bank and financial technologies will significantly reduce the costs of services and increase the efficiency of the bank so that communication with new financial technologies can lead to competitive advantage and control of the service market.

www.SID.ir

Archive of SID

The majority of the banks in Iran are operating based on traditional procedures and customers are looking for easy and affordable banking operations, so the alliance between the bank and Fin Techs has been able to gain customer satisfaction and generate revenue. The related activities will subsequently improve the banking efficiency. In recent years, the increasing use of digital technologies has had a major impact on many sectors, especially the banking sector. This rapid change is called the digital technological change. Therefore, digitization of Tejarat bank is one of the most important concerns of bank executives and managers. According to this research, Tejarat bank can provide digital transformation with strategic and bilateral unity between themselves and different areas of financial technology. Given that Tejarat Bank is one of the local banks that have provided the necessary platform for digital transformation, this process is possible through the sharing of emerging technologies such as Fintech and single Fintech startups. Digital transformation provides opportunities for non-traditional service delivery with the driving force that creates financial capacity in the financial services markets; these opportunities are either consolidated or in many cases can help achieve the desired result. Digital Banking is a new concept of e-banking that aims to enrich and improve online services along with the use of new digital technologies such as mobile and financial social networks. This has led to lower operating costs and reduced errors, market expansion and increased bank revenue sources. The change in the nature of the physical branches of the Tejarat bank is considered as a key point in the role of the strategic alliance between Tejarat bank and modern financial technologies on digital banking. In other words, the physical branches of a Tejarat bank will not be eliminated, but they will apply some changes in the business model.

Keywords: Strategic alliance, Digital technology developments, Digital banking, Efficiency, FinTech.

Citation: Soltani, M., & Tahmasebi Aghbelaghi, D. (2020). Explaining the Role of Tejarat Bank's Strategic Alliance with FinTechs in Efficiency Mediated by Technological Developments and Digital Banking. *Journal of Business Management,* 12(3), 800-832. (*in Persian*)

Journal of Business Management, 2020, Vol. 12, No.3, pp. 800-832

DOI: 10.22059/jibm.2020.296288.3753

Received: January 20, 2020; Accepted: May 22, 2020

© Faculty of Management, University of Tehran

www.SID.ir

Archive of SID

مدیریت بازرگانی
شاپا چاپی: ۵۹۰۷-۲۰۰۸
شاپا الکترونیکی: ۵۰۹۱-۲۴۲۳

تبیین نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها در کارایی با میانجیگری تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال

مرتضی سلطانی
استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: mortezasoltanee@ut.ac.ir

داریوش طهماسبی آقبلاغی
* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.
رایانامه: d.tahmasebi@ut.ac.ir

چکیده

هدف: امروزه، بخش بانکی دستخوش تغییر ساختار و رویکردهای سازمان‌دهی فرایندهای تجاری شده است. انتظارهای مشتریان، تحولات فناوری، الزامات قوانین و مقررات و بحران در اقتصاد، ضرورتی برای تشکیل و تحول در نظام بانکی است. با در نظر گرفتن این عوامل، بهتر است بانک‌های سنتی، با فناوری‌های مالی، شراکت راهبردی تشکیل دهند تا بتوانند میزان کارایی خود را در بازار رقابتی فعلی افزایش دهند. هدف پژوهش حاضر، تبیین نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها در کارایی با میانجیگری تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال است.

روش: جهت‌گیری پژوهش، کاربردی و از نظر هدف، توصیفی است و در آن، برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش پیمایشی و برای تحلیل داده‌ها، از روش هم‌بستگی استفاده شده است.

یافته‌ها: بر اساس یافته‌های پژوهش، نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها (T: ۱۹/۹۴۴)، تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۲۷/۳۴۰)، بانکداری دیجیتال (T: ۷۲/۳۷۴)، نقش تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۴/۴۳۹) و بانکداری دیجیتال (T: ۸/۱۶۱) بر کارایی تأیید شد. از سوی دیگر، نقش غیرمستقیم متغیرهای میانجی تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۱۲۱/۳۶۲) و بانکداری دیجیتال (T: ۵۹۰/۶۴۴) میان شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی به تأیید رسید.

نتیجه‌گیری: تمام هفت فرضیه اصلی و دوازده فرضیه فرعی تأیید شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که شراکت راهبردی بانک‌ها با فناوری‌های نوین مالی یک انتخاب نیست، بلکه برای همه بانک‌ها، ضرورتی است که به کارایی آنها منجر می‌شود و در حوزه‌های تحولات فناوری دیجیتال و بانکداری دیجیتال برای بانک‌ها مزیت زیادی دارد.

کلیدواژه‌ها: شراکت راهبردی، تحولات فناورانه دیجیتال، بانکداری دیجیتال، کارایی، فین‌تک.

استناد: سلطانی، مرتضی؛ طهماسبی آقبلاغی، داریوش (۱۳۹۹). تبیین نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها در کارایی با میانجیگری تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال. *مدیریت بازرگانی*، ۱۲(۳)، ۸۰۰- ۸۳۲.

مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۹، دوره ۱۲، شماره ۳، صص. ۸۰۰- ۸۳۲
DOI: 10.22059/jibm.2020.296288.3753
دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰، پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۰۲
© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

www.SID.ir

Archive of SID

مقدمه[1]

پیشرفت‌های اخیر در فناوری اطلاعات، به توسعه سریع خدمات مالی جدید و نوآورانه به نام فناوری‌های مالی (فین‌تک‌ها)[2] منجر شده است. فناوری‌های مالی شامل ادغام امور مالی و فناوری‌های نوظهور است. فناوری‌های نوین مالی تصویری ایجاد کرده‌اند که نشان‌دهنده نوآوری و اکتشاف است، در حالی که بانک‌ها نشان‌دهنده استمرار و بزرگی هستند (باسمان[3]، ۲۰۱۷). تحول دیجیتال شامل فرایندهای خدمات و محصولات و مدل‌های تجاری است که فناوری‌های دیجیتال آنها را فعال می‌کند (پاشمان[4]، ۲۰۱۷). طی سال‌های اخیر فناوری‌های مالی، فعالیت و خدمات مالی را با توجه به تغییر سریع بازار به دست آورده است. بر اساس گزارش جهانی فین‌تک[5] (۲۰۱۷)، یک‌سوم مصرف‌کنندگان فعال دیجیتالی اکنون از دو یا چند سرویس فناوری مالی استفاده می‌کنند. در ایالات متحده، کشوری که نفوذ فناوری مالی کمتر از حد متوسط است (گلامهاسیوینوا، هچ و لود[6]، ۲۰۱۷)، فناوری‌های نوین مالی، ۳۶ درصد از کل وام‌های شخصی در سال ۲۰۱۷ که کمتر از ۱ درصد در سال ۲۰۱۰ بود را به خود اختصاص داده‌اند. بازار وام شخصی در سال ۲۰۱۷ به ۱۳۸ میلیارد دلار رسید. سهم بازار وام‌دهندگان فناوری مالی در سال ۲۰۱۶ به ۱۸ درصد افزایش یافت که در سال ۲۰۱۰، حدود ۲ درصد بود (کوربت[7]، ۲۰۱۹). سرویس پرداخت علی پی[8] که در زمینه فناوری مالی شرکت برجسته‌ای است، طی یک روز در یک جشنواره جهانی، فقط ۱/۰۵ میلیارد تراکنش انجام داد. سرمایه‌گذاری جهانی در فناوری مالی در نیمه نخست سال ۲۰۱۸، با یک رکورد سرعت بالا رفت و به ۵۷/۹ میلیارد دلار رسید (میلر[9]، ۲۰۱۸) و از سرمایه‌ای که در سال ۲۰۱۵ سرمایه‌گذاری شده بود، پیشی گرفت (نونینگر[10]، ۲۰۱۹). فرصت‌های صنعت فناوری مالی در کشور ایران به این صورت است که از بین حوزه‌های فین‌تک به‌طور عمده به حوزه پی‌تک علاقه‌مند هستند و توجه چندانی به سایر حوزه‌های فین‌تک نمی‌کنند، به بیان دیگر بیشترین درصد فعالیت استارتاپ‌ها در ایران در حوزه تجارت الکترونیکی و کمترین آن در حوزه تأمین مالی جمعی و رایانش ابری بوده است. بنا به آمار سایت «راه پرداخت» استارتاپ‌های فین‌تک در سال ۱۳۹۷، در کل حدود ۱۸۰ استارتاپ در حوزه فین‌تک در ایران وجود دارد. از این تعداد، بیش از سی عدد آنها در حوزه پرداخت فعالیت دارند که پرمخاطب‌ترین حوزه فین‌تک در ایران محسوب می‌شود و به‌جز چند نام از جمله زرین پال، دونیت، فون پی، پی پینگ، ایران رنتر، بیمیتو و پی.آی آر، بقیه، فعالیت چشمگیری نداشته‌اند، اما تکثر این فین‌تک‌ها نشانه جذابیت این حوزه برای کسب‌وکارها است.

در حوزه سرمایه‌گذاری، مجموع سرمایه‌گذاری روی فین‌تک‌ها کمتر از پنج میلیارد ریال است. در حال حاضر در کشور یک مجموعه سرمایه‌گذار و شتاب‌دهنده تخصصی فین‌تک به نام فینووا وجود دارد که باعث روند رشد سریع این حوزه در ایران شده و پیش‌بینی می‌شود که در آینده‌ای نزدیک، میزان سرمایه‌گذاری روی آنها از صد میلیارد ریال نیز بیشتر شود (ماهنامه عصر تراکنش، ۱۳۹۷). بر اساس گزارش جهانی فین‌تک (۲۰۱۷)، میزان شراکت فعلی بانک‌های

---

۱. مقاله حاضر در راستای رساله دکتری نویسنده مسئول در دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران است.

2. Financial Technology
3. Bussmann
4. Puschmann
5. EY Fintech Adoption Index
6. Gulamhuseinwala, Hatch & Loyd
7. Corbett
8. Alipay
9. Miller
10. Nonninger

www.SID.ir

Archive of SID

سنتی با فناوری‌های مالی ناچیز است. جایی که فقط ۲۵ درصد از بانک‌ها به‌طور گسترده در جست‌وجوی خدمات جدید شرکت‌های فناوری مالی هستند. این امر به تسلط شرکت‌های فناوری مالی در بخش بانکی منجر شده و خدمات بین‌المللی را در سال ۲۰۱۶ به عهده گرفته، بنابراین بدیهی است که فناوری مالی در اکثر بازارها به پذیرش انبوه اولیه دست‌یافته است (گلامهاسیوینوا و همکاران، ۲۰۱۷). به‌طور معمول، فناوری‌های مالی، استارتاپ‌های کوچک و چابکی هستند که برای ارائه اشکال خاص خدمات مالی، از فناوری‌های دیجیتال جدید استفاده کرده‌اند (ایکوف، مانترمن و ونریچ[1]، ۲۰۱۷). برای بخش بانکی هم‌سویی با فناوری‌های نوین مالی، به باز کردن مرزهای سازمانی که به‌طور سنتی بسته هستند، نیاز است و برای شرکت در بازار دیجیتال جدید، ایجاد مدل‌های تجاری جدید از سوی بانک‌ها (به‌خصوص بانک تجارت) لازم است (پاشمان، ۲۰۱۷). به‌علاوه، بانک‌ها، می‌توانند از لحاظ مالی از فناوری‌های مالی پشتیبانی کرده و به توسعه و رونق فعالیت‌های خود کمک کنند (بومر و ماکسین[2]، ۲۰۱۸). بانک‌ها می‌توانند برای مهار تهدید احتمالی فناوری‌های مالی، استراتژی‌های مختلفی اتخاذ کند (ارنست و یانگ[3]، ۲۰۱۷) و ممکن است برای سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین مالی، تصمیم‌گیری کند. این حرکت، برای بانک، امکان دسترسی سریع به راه‌حل‌های نوآورانه، رفع کمبود استعداد در آن بانک و فرهنگ نوآورانه و کاهش زمان ورود به بازار را فراهم می‌کند. ایجاد شراکت راهبردی بانک تجارت با فناوری‌های نوین مالی با توجه به مزیت‌های بی‌شمار آن از نظر سرعت، هزینه و دستیابی به مشتریان جدید، از استراتژی‌های رایج در صنعت بانکداری است (بومر و ماکسین، ۲۰۱۸). در ادبیات مربوط به همکاری، اصطلاحاتی همچون Collaboration و Partnership و Allainces و Co-operation به چشم می‌خورد که در این مقاله بر اساس پیشینه پژوهش‌های صورت‌گرفته، برای شکل‌گیری شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها، از واژه Allainces استفاده می‌شود. از آنجا که شراکت‌های استراتژیک به ساختار غالب تجارت تبدیل شده‌اند، استفاده از شراکت‌های استراتژیک طی دو دهه گذشته به‌ویژه در صنایع با فناوری پیشرفته از جمله بخش فناوری‌های مالی به‌طور چشمگیری رشد کرده است. شراکت‌های استراتژیک ترتیبات همکاری بین سازمان‌ها هستند و فرصتی برای ایجاد مزیت رقابتی برای طرفین محسوب می‌شوند (کاسیلوتی، روسلی، روزآلبا و چانگ[4]، ۲۰۲۰).

نظام بانکداری کشور در سال های گذشته فشارهای بسیار زیادی را متحمل شده است. توجه به این نکته از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است که هرگونه مشکل و بحران در سیستم بانکی به‌طور فراگیر و سریع به کل نظام اقتصادی منتقل می‌شود. از جمله مسائل و مشکلات بانک‌های سنتی، به‌خصوص بانک تجارت، داشتن ساختارهای پیچیده و بالا بودن میزان رسمیت و هزینه عملیاتی، ارائه خدمات بانکی با هزینه و زمان بیشتر، نبود نوآوری در سرویس‌دهی و برآورد نشدن انتظارهای مشتریان است (نجفی، ایران‌دوست، سلطان پناه و شیخ احمدی، ۱۳۹۸). از سوی دیگر، بانک تجارت با مشکلاتی اساسی (مانند مشکلات انتقالی) و روندهای مدرن مثل ظهور فناوری‌های جدید، تغییر نسل و ذائقه مشتریان کلیدی، کاهش اعتبار بانک و مشتری‌مداری آنها و بانکداری مبتنی بر موبایل مواجه است (حسینی، ۱۳۹۶) که به نظر می‌رسد وجود فناوری‌های نوین مالی می‌تواند باعث مرتفع شدن مشکلات این بانک شود. بر اساس گزارش فعالیت‌های

1. Eickhoff, Muntermann & Weinrich
2. Bömer & Maxin
3. Ernst & Young
4. Cacciolatti, Rosli, Ruiz-Alba & Chang

www.SID.ir

Archive of SID

بانک تجارت، می‌توان گفت این بانک از جمله بانک‌هایی است که در زمینه پیشادیجیتال و شراکت راهبـردی گـام‌هـای مؤثری برداشته است، از قبیل شرکت سیمرغ تجارت، زیرساخت فنـاوری تجـارت ایرانیـان و توسـعه ارتبـاط الکترونیـک تجارت ایرانیان که از فعالیت‌های اساسی بانک تجارت برای حرکت به‌سمت پیشادیجیتال و بهره‌برداری از فنـاوری مـالی است. با بررسی و مشاهدات اولیه که از معاونت‌های راهبردی و توسعه بازار کسب‌وکار و فناوری اطلاعات بانـک تجـارت صورت گرفته، مشخص شد که مدیران و کارشناسان آن معاونت‌ها درک درستی از شراکت راهبـردی بـا فنـاوری مـالی، تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال ندارند. با اذعان به اینکه لزوم تشکیل شراکت راهبردی با فناوری مالی و تحـولات فناورانه دیجیتال امروزه بانک تجارت را دستخوش تغییر کرده است، به نظر می‌رسد در صورت توجه بانک به این مقوله و آغازگر بودن در استفاده بهینه و مناسب از این شراکت راهبردی با فناوری مالی باعث بهبود کارایی آنها خواهد شد که در صورت بی‌توجهی به تشکیل شراکت راهبردی آن بانک با فناوری مالی در فضای رقابتی امـروز، عقـب خواهـد مانـد. بـر اساس بررسی‌های پژوهشگران، تاکنون در زمینه شراکت راهبردی بانک با فناوری مالی پژوهش‌های کمتری انجام شـده و در پژوهش‌ها، اغلب به بررسی عملکرد سازمان‌ها و تأثیر شراکت استراتژیک بر آنها در صنایع دیگر پرداخته شده، اما به تأثیر شراکت راهبردی به‌عنوان عاملی اثرگذار بر بانکداری دیجیتال، تحولات فناورانه دیجیتال و کارایی، به‌ویژه در زمینه بانکی توجه چندانی نشده است. به نظر می‌رسد پرداختن به این موضوع برای بانک تجارت که به‌دنبال نوآوری دیجیتـال است، حائز اهمیت است. همچنین، تاکنون ارتباط بین متغیرها، هم‌زمان با هم به‌صورت کمی و تجربی آزمون نشده است. لازم است برای پر شدن شکاف پژوهشی در زمینه شراکت راهبردی بانـک بـا فنـاوری مـالی در کشـور، در ایـن زمینـه پژوهش‌های بیشتری انجام شود. از این رو، مسئله اصلی پژوهش این است که آیا شـراکت راهبـردی بانـک تجـارت بـا فین‌تک‌ها با هم‌یاری تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال بر کارایی آنها تأثیرگذار است؟ نتایج این پژوهش می‌تواند بـه مدیران بانک تجارت در خصوص استفاده بهینه و مناسب، در راستای فعالیت‌های داخلی و بین‌المللی، بسـته اطلاعـاتی و کاربردی جامعی ارائه دهد.

پیشینه نظری پژوهش

شراکت راهبردی

شراکت راهبردی، به‌مثابه راهی نو برای پیشرفت قابلیت رقابتی شرکت‌ها، به‌طور فزاینده‌ای در کانون توجـه پژوهشـگران قرار دارد (حمیدی زاده، زارع احمدآبادی و سنگبر، ۱۳۹۳). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که امروزه از میان شرکت‌هـای تـراز اول لیست پانصد شرکت برتر دنیا، هر شرکت به‌طور میانگین درگیر پنجاه تـا هفتـاد شـراکت راهبـردی اسـت (گروسـی مختارزاده، اجاقلو و ابن یامینی، ۱۳۹۶). شراکت استراتژیک را به‌عنوان توافق بین دو یا چند سازمان تعریف می‌شود که در آن هر دو توانایی، منابع یا تخصص خود را در اختیار همدیگر قرار می‌دهند. شراکت استراتژیک به طـور کلـی بـه عنـوان یک حالت خاص از روابط بین سازمانی طولانی مدت در نظر گرفته می شود که در آن دو یا چند شـرکت کننـده دانـش، منابع و توانایی ها را با هدف افزایش موقعیت‌های رقابتی هر یک از شرکت کننـدگان بـه اشـتراک بگذارنـد (کیپـروتیچ،

www.SID.ir

Archive of SID

کیمبوی و کیپروپ[1]، ۲۰۱۵). شراکت‌های راهبردی به‌صورت کلی قراردادمحور یا سرمایه‌محور هستند (شاه‌حسینی، حیدری، اعرابی و قادری کنگاوری، ۱۳۹۸).

اشکال شراکت‌های استراتژیک بر اساس کتاب تی جی مکس، وس و برگرس (۱۳۹۶) عبارت‌اند از:

۱. سرمایه‌گذاری مشترک: فعالیتی شراکتی ـ تجاری که توسط دو یا چند شرکت با اهداف استراتژیک خاص انجام می‌شود. این نوع از شراکت بر اساس تبادل سهام میان شرکا شکل می‌گیرد (این نوع از شراکت از اشکال دیگر رایج‌تر است)؛

۲. کنسرسیوم خدمات متقابل: شراکت شرکت‌های حاضر در یک صنعت که منابع و ظرفیت‌های عملیاتی خود را برای کسب منافع با رویکرد سینرژی و استفاده از مزیت‌های یکدیگر به کار می‌گیرند؛

۳. اعطای مجوز: توافق‌نامه‌ای است که بر اساس آن، شرکت ارائه‌کننده محصول یا خدمات، برای تولید یا ارائه خدمت به شرکت دیگر، مجوز حقوقی می‌دهد و شرکت گیرنده مجوز، به شرکت اصلی مبالغی پرداخت می‌کند؛

۴. مشارکت در زنجیره ارزش: شراکتی قوی و نزدیک که در آن یک شرکت یا واحد کسب‌وکار، با عرضه‌کنندگان یا توزیع‌کنندگان کلیدی یک محصول یا خدمت برای کسب مزیت رقابتی، موافقت‌نامه بلندمدتی تنظیم می‌کنند. این نوع از شراکت حد بالایی از شراکت راهبردی است (گروسی مختار زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

ابعاد شراکت استراتژیک نیز به پنج بعد تقسیم می‌شوند که شامل فرصت‌های جدید، قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری، مزیت رقابتی، سرمایه اجتماعی و فعالیت‌های بین‌المللی است (طالبی، یداللهی فارسی و میری اصل[2]، ۲۰۱۷). در این پژوهش این پنج بعد را مبنا قرار می‌دهیم.

فین تک‌ها

فناوری مالی به مجموعه‌ای از کسب‌وکارها گفته می‌شود که با بهره‌گیری از توان نرم‌افزاری و سخت‌افزاری به ارائه خدمات مالی نوآورانه می‌پردازد (گزارش جهانی فین‌تک، ۲۰۱۷). فناوری مالی در حال تبدیل شدن به بازوی سیستم مالی فعلی است و با هدف سیستم مالی کارآمد، به‌آسانی به دست آمده است (اسچیوفل[3]، ۲۰۱۶). بر اساس مقاله لی و شین[4] (۲۰۱۸)، پنج عنصر اکوسیستم فناوری مالی عبارت‌اند از: ۱. استارتاپ‌های فینتکی (برای مثال؛ پرداخت، مدیریت ثروت، وام، جمع‌آوری سرمایه، بازار سرمایه و شرکت‌های فناوری مالی بیمه)، ۲. توسعه‌دهندگان فناوری (برای مثال، تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ، محاسبات ابری، رمزنگاری و توسعه‌دهندگان رسانه‌های اجتماعی)، ۳. دولت (برای مثال، تنظیم‌کننده‌های مالی و قوه مقننه)، ۴. مشتریان مالی (برای مثال، افراد و سازمان‌های ناشناخته) و ۵. مؤسسه‌های مالی سنتی (برای مثال، بانک‌های سنتی، شرکت‌های بیمه، کارگزاران بورس سهام و سرمایه‌داران) (لی و شین، ۲۰۱۸). در هر فعالیتی که واسطه مالی حضور داشته باشد، خدمت مالی شکل می‌گیرد. در دسته‌بندی‌ای کلی، خدمات مالی به بانکداری، بیمه و فعالیت‌های مرتبط به مدیریت سرمایه اطلاق می‌شود. به‌طور جزئی، کسب‌وکارهای خدمات مالی در شانزده دسته قرار می‌گیرند که به‌شرح جدول ۱ است.

1. Kiprotich, Kemboi, and Kiprop
2. Talebi, Yadollahi Farsi & Miriasl
3. Schueffel
4. Lee & Shin

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۱. دسته‌بندی کسب‌وکارهای خدمات مالی

کسب‌وکارهای خدمات مالی	مفهوم
پی‌تک یا فناوری پرداخت	روش‌های پرداخت و انتقال وجوه مد نظر قرار گرفته و برای آن، خدمات و محصولات جدید تعریف می‌شود.
ولث‌تک یا کسب‌وکارهای فناوری مربوط به بورس و سرمایه‌گذاری	ایجاد شیوه‌های خلاقانه برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه و بازار پول
مدیریت مالی شخصی	با استفاده از الگوریتم‌ها یا هوش مصنوعی و تجاری به مدیریت مالی شخص می‌پردازد.
قرض دادن یا تأمین مالی جمعی	شیوه‌های استفاده‌شده در این دسته تأمین مالی به‌صورت اهدا و وام یا تأمین مالی در قبال پاداش و سهم است.
انتقال بین‌المللی پول یا پرداخت‌های بین‌المللی	ارائه خدمات فناورانه در راستای تسهیل انتقال پول بین مرزهای کشور است.
اینشور تک یا کسب‌وکارهای فناوری بیمه	تلاش دارد در حوزه بیمه، راهکارهای نوین ارائه دهد.
رگ تک یا کسب‌وکارهای مربوط به قانون‌گذاری	استفاده از قابلیت‌های فناوری در موضوع شناخت مشتریان است.
پول و ارزهای رمزنگاری‌شده	پول الکترونیکی یا پول دیجیتال که نمونه بارز آن بیت کوین است.
خدمات بانکی	در این بخش، به ارتباط بین مشتریان و بانک‌ها توجه می‌شود.
رایانش ابری	به ساختاردهی کامپیوتری جدید این امکان را می‌دهد تا بتواند خلاقانه‌تر کار کند و برای بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی، امنیت و دسترسی بیشتر و راحت‌تری را فراهم می‌کند.
بلاک‌چین‌ها	از دیتابیس‌ها برای نگهداری و ذخیره حجم رو به رشدی از اطلاعات است و برای دسترسی به‌موقع به اطلاعات مختلف، کاهش هزینه‌ها و افزایش شفافیت در بانک‌ها و مؤسسه‌ها، پتانسیل خوبی مالی دارد.
داده‌های بزرگ	این نوع از فناوری در مواردی به کار می‌آید که دسترسی به اطلاعات شهودی و تحلیل آنها امکان‌پذیر نیست.
سیستم‌های فوق هم‌گرا	از طریق این سیستم‌ها، ذخیره‌سازی، پردازش موجودی کالا و شبکه‌های تجهیزات، می‌توانند در یکدیگر ادغام شده و به این ترتیب امکان ارائه خدمات بهتر و منسجم‌تری را به فناوری مالی بدهند. فناوری‌های مدرن به‌تدریج در حال ایجاد فرصت‌های رشد بی‌سابقه‌ای برای صنعت خدمات و بانکداری هستند.
بانکداری باز	انباره‌ای از برنامه‌های کاربردی و همچنین واسطهای برنامه‌نویسی منبع باز است که به بانک‌ها این امکان را می‌دهد تا در بستری امن و پرسرعت، به مشتریان خود خدمات نوین ارائه دهند.
اینترنت اشیا	منظور از اینترنت اشیا یا اینترنت چیزها به زبان ساده، ارتباط حسگرها و دستگاه‌ها با شبکه‌ای است که از طریق آن می‌توانند با یکدیگر و با کاربران خود تعامل کنند. ساعت‌های هوشمند و عینک، دو نمونه از ابزارهای این دسته هستند.
شبکه اجتماعی مالی	در راستای حرکت به‌سوی بانکداری اجتماعی است و در واقع نوعی شبکه اجتماعی، برای تسهیل تعاملات مالی میان افراد از طریق شماره تلفن همراه است.

منبع: دانیلو[1]، ۲۰۱۶؛ حسینی، ۱۳۹۶ و محمدیان، میرباقری و خانلری، ۱۳۹۸

1. Danylo

www.SID.ir

Archive of SID

تحولات فناورانه دیجیتال

به‌معنای سنتی، تحول دیجیتالی به استفاده از فناوری رایانه و اینترنت برای فرایند ایجاد ارزش اقتصادی کارآمدتر و مؤثرتر اشاره دارد. تحول دیجیتال عبارت است از یک فرایند تغییر اساسی در شرکت‌ها که از طریق مزیت‌های رقابتی جدید و تکامل فناوری اطلاعات برای بخش اساسی شرکت‌ها باعث ایجاد ارزش می‌شود (گورزیگ و بایرن هانسل[1]، ۲۰۱۸). به بیان دیگر، تغییر در روش‌های کار، نقش‌ها و ارائه مشاغل ناشی از اتخاذ فناوری‌های دیجیتالی در یک سازمان یا در عملکرد سازمان است که به تغییراتی در سطح فرایند، سازمان، حوزه تجارت و سطح جامعه اشاره دارد (پرویانن، تینن، کاریانن و تپولا[2]، ۲۰۱۷). تغییر فناوری‌های دیجیتالی می‌تواند الگوی تجاری شرکت را به وجود آورد که به تغییر محصولات یا ساختارهای سازمانی یا اتوماسیون فرایندها منجر می‌شود (هس، بنلیان، مات و ویسبوک[3]، ۲۰۱۶). تغییر ناشی از فناوری در بسیاری از سطوح سازمان که هم بهره‌برداری از فناوری‌های دیجیتال برای بهبود فرایندهای موجود و هم اکتشاف نوآوری دیجیتالی که به‌طور بالقوه می‌تواند مدل تجاری را متحول کند را شامل می‌شود (برگاووس و بک[4]، ۲۰۱۶).

بانکداری دیجیتال

نوآوری، به‌عنوان عامل اصلی تغییر در صنایع به‌ویژه در صنعت بانک عمل می‌کند (روشندل اربطانی، مقیمی، میناوند و خواجه‌ئیان، ۱۳۹۱). از طرف دیگر دیجیتالی شدن، صنعت خدمات مالی را دگرگون کرده است. محرک‌های اصلی این فرایند، تحولات عظیم فناوری اطلاعات و هم‌گرایی این فناوری‌ها مانند تلفن‌های هوشمند و رایانه‌های جدید الکترونیکی یعنی خدمات سرمایه‌گذاری در سرمایه‌گذاری یا بازارهای الکترونیکی بانکداری هستند. این تحولات، نه‌تنها فرایندهای تجاری جدید را فعال می‌کنند، بلکه به ایجاد مدل‌های تجاری کاملاً جدید نیز منجر می‌شوند و حتی نشان‌دهنده تغییر کل زنجیره ارزش بانکی به همان روشی هستند که زنجیره‌های ارزش در سایر صنایع مانند رسانه یا صنعت مسافرتی به‌طور بنیادی تغییر یافته است (آیتو، نارولا و علی[5]، ۲۰۱۷). بانکداری دیجیتال می‌تواند تمام جوانب یک بانک مشترک مانند ساختار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، عملیات و خدمات را پوشش دهد (کلمن[6]، ۲۰۱۶). می‌توان کلیه مدارک اداری را دیجیتالی و ساده کرد. بانکداری دیجیتال دارای بسیاری از ویژگی‌های پیشرفته از طریق اینترنت و برنامه‌های کاربردی است و می‌تواند به‌عنوان بانکداری بدون شعبه یا بانکداری خودکار در نظر گرفته شود (اسکاردوی[7]، ۲۰۱۷). به‌طور کلی، بانکداری دیجیتال بستری مبتنی بر فناوری برای تبادل اطلاعات و همچنین انجام معاملات و خدمات بین بانک‌ها و مشتریان است (ویویج[8]، ۲۰۱۷). این فرایند، از طریق دستگاه‌های دیجیتال اجرا می‌شود. مشتریان لازم نیست برای انجام معاملات به بانک مراجعه کنند و برعکس. همچنین این بانک برای تکمیل معاملات خود، به دیدار با مشتریان نیاز ندارد. بانکداری دیجیتال، ترکیبی از فناوری‌های نوظهور در مؤسسه‌های مالی با تغییر در روابط داخلی و خارجی به‌منظور بهبود مؤثر خدمات به مشتریان است. علاوه بر این، در تقویت توانایی انطباق با محیط تجاری رقابتی و

1. Goerzig, & Bauernhansl
2. Parviainen, Tihinen, Kääriäinen & Teppola
3. Hess, Benlian Matt & Wiesböck
4. Berghaus & Back
5. Ito, Narula & Ali
6. Kelman
7. Scardovi
8. Wewege

www.SID.ir

Archive of SID

بهبود مدیریت تجاری بانک‌های تجاری در آینده نزدیک بسیار حیاتی است (باچو[1]، ۲۰۱۷). بانکداری دیجیتال فقط شامل ارائه خدمات متفاوت در بسترهای جدید به مشتریان نمی‌شود، بلکه لازمه تحقق بانکداری دیجیتال تغییر فرهنگ سازمانی و افزایش انعطاف‌پذیری سازمان، به‌کارگیری نوآوری در ارائه محصولات و تمرکز بر مشتری‌محوری است، بنابراین رویکرد بانکداری دیجیتال را می‌توان در دو بعد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی نشان داد. عوامل موفقیت بانکداری دیجیتال در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲. عوامل موفقیت بانکداری دیجیتال

عوامل موفقیت بانکداری دیجیتال	رویکرد	بعد مؤثر
تمرکز بر تجربه مشتری	بیرونی	مشتری‌محوری
تعریف نقش جدید برای شعب	درونی	
اکوسیستم نوآوری باز	بیرونی	نوآوری باز
تیم‌های دیجیتالی جامع	درونی	
چشم‌انداز بلندمدت و اجرای کوتاه‌مدت	بیرونی	انعطاف‌پذیری سازمانی
پلتفرم‌های چابک فناوری اطلاعات	درونی	
فرهنگ سازمانی دیجیتالی جامع	بیرونی و درونی	تمامی ابعاد فوق

منبع: جابرت، مارکیو، آلریچ، مالبات و دلا[2] (۲۰۱۴)

کارایی

کارایی اندازه‌گیری متوسط از کارایی تولید است که می‌تواند به‌عنوان نسبت خروجی به ورودی‌های استفاده‌شده در فرایند تولید، یعنی خروجی به‌ازای هر واحد ورودی بیان شود. هنگامی که تمام خروجی‌ها و ورودی‌ها در اندازه‌گیری کارایی گنجانده می‌شوند، به‌کل کارایی گفته می‌شود (یاداو و ماروا[3]، ۲۰۱۵). در نظام بانکی، برای محاسبه کارایی و همین‌طور برآورد و مقایسه کارایی بانک‌ها، رویکردهای مختلفی به‌کار گرفته می‌شود که از جمله این رویکردها، رویکرد واسطه‌ای و تولیدی است. رویکرد واسطه‌ای، به‌طور عمده سپرده‌ها را به‌عنوان نهاده در نظر می‌گیرد و رویکرد تولیدی، سپرده بانک‌ها را به‌منزله بخشی از خروجی بانک بررسی می‌کند. بنابراین، ممکن است در رویکرد واسطه‌ای در کنار ارزیابی کارایی، به عوامل تولید مثل نیروی انسانی، سرمایه، فناوری، شعب، دارایی ثابت و مانند آن کارایی سپرده‌ها نیز توجه شود. در سمت خروجی‌ها نیز متغیرهایی نظیر تسهیلات و وام‌های اعطایی، سود خالص، ارزش افزوده، درآمدها اعم از مشاع و غیرمشاع، درآمدهای حاصل از کارمزد در مقابل درآمدهای بهره‌ای، حقوق صاحبان سهام، بازده سرمایه‌ها، بازده دارایی‌ها و موارد مشابه که عملکرد بانک را نشان می‌دهند، مبنای محاسبه کارایی باشند. اهمیت ارتقای کارایی در صنعت بانکی تا آنجاست که بعضی از مواقع برای افزایش کارایی بانک‌ها با هم ادغام می‌شوند. در همین زمینه، تعدادی از روش‌های توسعه و رشد بانک‌ها که می‌توانند از روش‌های افزایش کارایی نیز قلمداد شوند، عبارت‌اند از: رشد از طریق افزایش وام‌ها

1. Bachoo
2. Jaubert, Marcu, Ullrich, Malbate & Dela
3. Yadav & Marwah

www.SID.ir

Archive of SID

و سپرده‌ها، تصاحب بانک یا بانک‌های دیگر، خرید و تملک سایر شرکت‌ها یا بنگاه‌ها و ادغام با سایر بانک‌ها یا شرکت‌هایی که کارایی بیشتری دارند. اما اغلب، بانک‌ها از طریق ادغام‌ها و تملک‌ها رشد می‌کنند (کاربو والورده[1]، ۲۰۰۳). در راستای افزایش کارایی بانک‌ها، ادغام‌ها رایج‌ترین روش برای رسیدن به کارایی هستند و یکی از روش‌های بازسازی ساختارهای بانکی و نهادهای مالی نیز محسوب می‌شوند (جایادیو و سنسارما[2]، ۲۰۰۷).

شراکت راهبردی بانک‌ها با فین‌تک‌ها

با افزایش رقابت و جهانی شدن محیط کسب‌وکار امروزی، بنگاه‌های اقتصادی (به ویژه بانک‌ها) به همکاری با حوزه‌های مربوط به خود در قالب شبکه‌هایی برای مقابله با مشکلات محیطی و استفاده از فرصت‌ها، مجبور شده‌اند (سلطانی، جعفری و بیننده[3]، ۲۰۱۶). محیط خدمات مالی پس از بحران مالی ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۸، در معرض تغییرات بسیاری بود. در دوره پس از بحران، بانک‌ها با مشکلات بسیاری روبه‌رو هستند که یکی از مشکلات مهم، مسائل مربوط به رعایت مقررات است. بانک‌ها باید چارچوب نظارتی بسیار سختگیرانه‌تری را رعایت کنند. علاوه بر این، مشتریان اعتماد به نفس خود را در بخش بانکی از دست داده و برای نیازهای مالی خود به‌سمت گزینه‌های غیربانکی روی می‌آورند. این روندها و مشکلات جدید، محیطی دوستانه با فناوری مالی ایجاد کرده است، بنابراین، امکان ایجاد استارت‌آپ‌های فین‌تکی و توسعه‌یافته را فراهم می‌کند. با افزایش محبوبیت ارائه‌دهندگان جایگزین برای خدمات مالی می‌تواند تقریباً ۳۰ درصد از درآمدهای بانک‌ها را کاهش دهد، بنابراین، ضرر بالقوه درآمدها به خودی خود برای اینکه بانک‌ها را به شراکت آینده‌نگر با شرکت‌های فناوری مالی وادار کند، کافی است (تملکوو[4]، ۲۰۱۸). بخش بانکی در ایالات متحده شاهد افزایش سطح ادغام است که در آن تعداد بانک‌ها کاهش یافته است. به این معنا که از ۷۳۵۷ بانک در سال ۲۰۱۱، تعداد بانک‌های فعال تا ژوئن ۲۰۱۶ به ۶/۰۵۸ بانک کاهش یافته است. فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فناوری مالی در سال ۲۰۱۶ بیش از ۱۵ میلیارد دلار بوده است (مانات[5]، ۲۰۱۶). خاطر نشان می‌شود، شرکت‌های فناوری مالی در حال حاضر شرکت‌هایی هستند که برای ارائه‌دهندگان خدمات مالی محبوب شده‌اند که میزان بسیار زیاد سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فناوری مالی یکی از عوامل اصلی افزایش محبوبیت این صنعت جدید است. مزایا و خطرهای احتمالی وجود دارد که می‌تواند با شراکت بانک‌ها و شرکت‌های فناوری مالی همراه باشد که شامل بهبود شهرت برند، گسترش عملکرد موبایل بانکی، هزینه‌های عملیاتی پایین (برای مثال، به‌دلیل کاهش نیاز شعب بانکی)، هزینه کمتر برای انجام امور تجاری و افزایش دسترسی به مشتریان در ناحیه‌های جغرافیای جدید، افزایش دسترسی به مشتریان در گروه‌های سنی جوان‌تر هستند. از جمله معایب آن می‌توان نبود تناسب فرهنگی، مسائل مربوط به امنیت سایبری، دشواری در استخدام پرسنل واجد شرایط برای اثربخشی این شراکت، ریسک بالای سرمایه‌گذاری، مسائل حقوقی و نظارتی و پیچیدگی فنی یکپارچه‌سازی کارکردهای فناوری مالی را نام برد (مانات، ۲۰۱۶). این واقعیت آشکار است که بسیاری از بانک‌ها به‌دنبال شراکت با شرکت فناوری مالی هستند. به‌طور مثال، بانک رادیوس شراکت خود را با وام‌دهنده آنلاین Prosper در زمینه

1. Carbo Valverde
2. Jayadev & Sensarma
3. Soltani, Jafari & Binandeh
4. Temelkov
5. Manatt

www.SID.ir

Archive of SID

پیشنهادهایی درباره وام‌های شخصی آغاز کرده است. به‌علاوه، بانک‌های منطقه‌ای در برنامه‌های خود برای تهیه وام‌های کوچک با Fundation ادغام شدند. اصولاً بانک‌ها دو گزینه دارند. مورد نخست این است که آنها سعی می‌کنند سهم بازار خود را حفظ کنند، هرچند تغییر در فرایندهای تجاری فعلی آنها باشد. انتخاب دوم، امکان ورود بانک به شراکت استراتژیک با شرکت فناوری مالی است. برخی از بانک‌ها با دیدن پتانسیل افزایش سود و مشتری خود، به‌جای نبرد با رقبای جدید در حال حاضر برای بهره‌مندی از مزایای ارائه‌شده توسط نوآوری‌های فناوری مالی، اقدام‌هایی را آغاز می‌کنند (تملکوو، ۲۰۱۸).

ابعاد نظارتی و رگلاتوری نظام بانکی ایران در زمینه فین‌تک

شروع حرکت این حوزه در ایران با خلأهای قانونی روبه‌رو بود. با رشد خدمات و ابعاد این حوزه و گذار از دوران جنینی، فین‌تک هم مانند هر مفهوم تازه‌ای متولیان متعدد، موازی و متضادی یافت که وجه اشتراک تمامی آنها، رویکرد سلبی و تلاش برای ایجاد و صدور مجوزهای جدید برای هر فعالیتی در این حوزه بود. دست‌اندازها و موانع تازه جلوی سرعت گرفتن این حرکت نوپا را گرفتند تا استارت‌آپ‌های فین‌تک نتوانند رشد و سرعت خود در کشورهای دیگر را در ایران نیز تکرار کنند. همچنین، بخش خدمات مالی حساسیت و ریسک بالایی را به‌دنبال دارد که این موضوع، باعث وضع مقرراتی بسیار سخت‌گیرانه از سوی نهادهای حاکمیتی به‌منظور نظارت و کنترل شده است. این در حالی است که فناوری‌های جدید باعث ایجاد تغییر با سرعت بالا می‌شوند و در صنعتی همچون خدمات مالی، ریسک را افزایش می‌دهند و برای نظارت، مشکلاتی جدی ایجاد می‌کنند که باعث شده تا نوآوری‌های مالی همواره با مشکل نهادهای نظارتی از جمله بانک‌های مرکزی روبه‌رو باشند. در ایران نیز کسب‌وکارهای حاضر در این صنعت با این مشکل روبه‌رو می‌شوند که نیاز است تا بررسی چند موضوع بر اساس روندهای جهانی، از جمله تعیین تکلیف و مشخص کردن مرز وظایف نهادهای رگلاتور فین‌تک، مشارکت دادن ذی‌نفعان در تهیه پیش‌نویس‌های قانونی و استفاده از نظرهای مشورتی در مقیاس وسیع، ایجاد محیط‌های آزمون در قالب سندباکس[1] برای سرعت بخشیدن به ورود مطمئن نوآوری‌ها به محیط کسب‌وکار، تقویت نظام‌های احراز هویت و اعتبارسنجی در سطح ملی، یکسان‌سازی مقررات و استانداردهای گسترش فعالیت فین تک، در جغرافیای وسیع‌تر، حفاظت از حقوق مصرف‌کنندگان و کاهش ریسک‌های مرتبط، ایجاد امکان همکاری میان فین‌تک‌ها با مؤسسه‌های مالی سنتی در کشور در دستور کار قرار گیرد (گزارش پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۸).

شراکت راهبردی و کارایی

برای هر شرکتی تشکیل شراکت‌ها، منبعی برای مزیت رقابتی و کارایی است. در واقع، شرکت‌ها از این طریق موفق‌تر خواهند بود، زیرا درگیر روابط همکاری هستند (سلطانی و همکاران، ۲۰۱۷). به عبارت دیگر تفکر هم‌رقابتی زمانی به

۱. اصطلاح سندباکس در حوزه امنیت فضای تبادل اطلاعات، سازوکاری حفاظتی برای جدا نگاه داشتن بعضی نرم‌افزارهای در حال اجرا در آن واحد با سایر نرم‌افزارهاست و اغلب برای اجرای کدهای امتحان‌نشده یا برنامه یا تارنماهای غیرقابل اعتماد استفاده می‌شود تا خطرهای احتمالی، سیستم عامل یا میزبان را تهدید نکند. با الهام از این مفهوم، سندباکس در حوزه فین‌تک با ایجاد محیطی آزمایشی، کنترل‌شده و موقتی به شرکت فین‌تک اجازه می‌دهد تا پلتفرم خود را برای تعداد محدودی از مصرف‌کنندگان و الگوریتم خود را ارزیابی کند (گزارش پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۸).

www.SID.ir

Archive of SID

وجود می‌آید که دو شرکت رقیب به منظور ایجاد ارزش برای مشتریان خود تصمیم به همکاری با یکدیگر می‌گیرند (سلطانی، شهبازی، حمیدی‌زاده و احمدیان، ۲۰۱۹). هم‌رقابتی مفهومی پویاست که رقابت سالم و اخلاقی توأم با همکاری مبتنی بر اعتماد را در راستای ارزش آفرینی دنبال می‌کند (سلطانی، بابائیان مهابادی و محمدیان، ۲۰۱۶). نلسون[1] (۲۰۰۷)، لی[2] (۲۰۰۷) و گورزن[3] (۲۰۰۷) نشان می‌دهند، سازمان‌هایی که با شرکت‌های دارای فناوری نوظهور شراکت راهبردی تشکیل می‌دهند، کارایی سازمان‌یافته‌ای را تجربه خواهند کرد. بر اساس جریان گسترده‌ای از پژوهش‌ها، ادعا می‌شود که همکاری بدون توجه به شرایط صنعت و محیط، الگوی سازمانی عجیبی است. استفاده از شراکت‌های استراتژیک بدون در نظر گرفتن نوع استراتژی رقابتی استفاده‌شده، کشور مبدأ یا صنعتی که در آن شراکت‌ها ایجاد شده است، کارایی را بهبود می‌بخشد. محکومیت پیرامون این خط فکری آنقدر طولانی بود که به تحلیلی تجربی درباره رابطه بین شراکت‌های استراتژیک و کارایی، توجه کمی شد (استوارت[4]، ۲۰۰۰). جبار، عثمان و ادریس[5] (۲۰۱۱) رابطه تولید مالزی بین منابع سازمانی و ظرفیت جذب و همچنین نوع شراکت‌ها با کارایی را بررسی کردند. نتیجه حاکی از آن است که همکاری‌ها و مشارکت‌ها در افزایش توانایی‌ها و کارایی‌ها عامل توجه است. این بدان معناست که شرکت‌هایی که قصد دارند کارایی خود را بهبود بخشند، باید با سایر بنگاه‌ها، به‌ویژه شرکت‌های دارای نوآوری، شراکت داشته باشند. طالبی و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی تأثیر شراکت استراتژیک بر کارایی سازمان‌های کوچک و متوسط به این نتیجه رسیدند که اثر ابعاد این شراکت (فرصت‌های جدید، قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری، سرمایه اجتماعی و بین‌المللی شدن تجارت و مزیت رقابتی) بر کارایی شرکت‌های کوچک و متوسط رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. پری، سینقاپتا و کرافل[6] (۲۰۰۴) بین مشارکت در شراکت‌های استراتژیک و کارایی تجاری، رابطه معنادار و مثبتی مشاهده کردند. ماسوکا و آدور[7] (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان اثر شراکت استراتژیک بر عملکرد و کارایی به این نتیجه رسیدند که شراکت استراتژیک بر عملکرد و کارایی سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

H_1: نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{1-1}: نقش فرصت‌های جدید بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها مثبت و معنادار است.

H_{1-2}: نقش قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها مثبت و معنادار است.

H_{1-3}: نقش سرمایه اجتماعی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها مثبت و معنادار است.

H_{1-4}: نقش فعالیت‌های بین‌المللی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها مثبت و معنادار است.

H_{1-5}: نقش مزیت رقابتی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها مثبت و معنادار است.

شراکت راهبردی و تحولات فناورانه دیجیتال

شراکت راهبردی با فناوری‌های نوین مالی، بر حرکت به‌سمت تحول دیجیتال و دیجیتالی شدن اثر شایانی دارد، به‌صورتی که دیجیتال‌سازی به‌معنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال به‌منظور تغییر مدلی تجاری و فراهم آوردن

1. Nelson
2. Lee
3. Goerzen
4. Stuart
5. Jabar, Othman & Idris
6. Perry, Sengupta & Krapfel
7. Muthoka & Oduor

www.SID.ir

Archive of SID

فرصت‌های جدید برای تولید درآمد و ارزش است (بلومبرگ[1]، ۲۰۱۸). هدف از سفر به‌سمت تحول دیجیتال، بهره‌گیری از مزایای فناوری‌های دیجیتال، از جمله کاهش هزینه و نوآوری است. برای به‌کارگیری و بهره‌برداری از فناوری‌های دیجیتال برای موفقیت در تجارت آینده، استراتژی‌ای روشن بسیار مهم است. با وجود این، در رابطه بین استراتژی دیجیتال با استراتژی‌های تجارت و فناوری اطلاعات، اختلاف نظر وجود دارد. برخی معتقدند که باید یک استراتژی دیجیتالی به‌عنوان بخشی از استراتژی فناوری اطلاعات یک شرکت تدوین و اجرا شود. در زمینه تحول دیجیتالی، استدلال می‌شود که استراتژی فناوری اطلاعات یک شرکت می‌تواند از یک استراتژی عملکردی (که به‌طور سنتی تابع استراتژی تجارت بوده است) به یک استراتژی سازمانی که از منابع دیجیتالی یک شرکت برای ایجاد ارزش متفاوت استفاده می‌کند، تکامل یابد (بیهاراواج، السوی، پاولو و وینکاترامان[2]، ۲۰۱۳).

برخی عقیده دارند که چنین موضوع مهم و چالش‌برانگیز استراتژیکی مانند تحول دیجیتالی، مستلزم استراتژی مستقلی است که بخشی از استراتژی سازمانی یا کاربردی دیگری نیست. برای آنها، یک استراتژی فناوری اطلاعات غنی‌شده دیجیتال، پاسخ مناسبی برای مسئله نیست. همه فکر می‌کنند که این روزها یک استراتژی دیجیتال دارند، اما شرکت شما در حالی ممکن است استراتژی تجاری یا فناوری اطلاعات داشته باشد که شامل فناوری دیجیتالی باشد، یک استراتژی فناوری اطلاعات با یک استراتژی دیجیتال برابر نیست (مک دونالد[3]، ۲۰۱۲).

هماهنگی لازم بسیاری از استراتژی‌های یک شرکت در سایه تحول دیجیتالی، برخی از پژوهشگران را بر آن داشته است تا برای یک استراتژی کسب‌وکار دیجیتال، ترکیبی از فناوری اطلاعات و استراتژی کسب‌وکار استدلال کنند (بیهاراواج و همکاران، ۲۰۱۳). کلوز، لواسر، هاماف و اسچونبچر[4] (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان چگونه بانک‌ها با فناوری‌های مالی ارتباط برقرار می‌کنند؟ شراکت استراتژیک و تأثیرات اقتصادی آنها، ادعا می‌کنند که شراکت‌ها اغلب بین بانک‌ها و فناوری مالی مربوط به ارائه خدمات به مشتری که به تحول دیجیتال منجر می‌شوند و تأثیر شراکت راهبردی بر بخش تحول دیجیتال مثبت است.

$H_۲$. نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر تحول فناورانه دیجیتال، مثبت و معنادار است.

تحول فناورانه دیجیتال و کارایی

استفاده فراگیر مردم از تحول دیجیتال برای بانک‌ها فرصتی را فراهم می‌کند تا با ارائه خدمات دیجیتالی و متناسب با نیازهای مشتریان بتوانند به تمرکز بر کانال‌های توزیع جدید، ارائه خدمات اصلاح‌شده به مشتریان و استفاده از تحولات فناورانه دیجیتال، صرفه‌جویی در زمان هزینه‌ها، صرفه‌جویی در زمان و دسترسی به کانال‌های متعدد برای انجام عملیات بانکی و در نهایت کارایی بانک دست یابند (گارتر[5]، ۲۰۱۲). ابعاد تحول فناورانه دیجیتال عبارت‌اند از:

۱. فناوری اطلاعات (اتوماسیون فعالیت‌های جداشده و محاسبات مشکل)؛

۲. اینترنت (ارزان، اتصال همه جا و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات)؛

1. Bloomberg
2. Bharadwaj, ElSawy, Pavlou & Venkatraman
3. McDonald
4. Klus, Lohwasser, Hornuf, & Schwienbacher
5. Gartner

www.SID.ir

Archive of SID

۳. سماسیت[1] (رسانه‌های اجتماعی، موبایل، آنالیز، محاسبات ابری و اینترنت اشیا)؛

۴. هوش مصنوعی پیشرفته (کارهایی که معمولاً به هوش انسانی نیاز دارند).

در صورت استفاده بهینه از این ابعاد تحول دیجیتال، بر کارایی سازمان نام‌برده اثرهای شایان توجهی خواهد داشت. همچنین، با مجهز شدن بانک به تحولات فناوری‌های دیجیتال، زمینه شراکت راهبردی آن با فناوری مالی فراهم می‌شود (کارتر[2]، ۲۰۱۸). اصلانی مناف و اکرمی (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر بهبود کارایی بانک اقتصاد نوین، به این نتیجه رسیدند که فناوری اطلاعات و ارتقای آن در بهبود کارایی بانک تأثیر دارد. براقل و دیریر[3] (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای با عنوان نوآوری تکنولوژیکی و رشد اقتصادی؛ گزارشی کوتاه از شواهد، ادعا کردند که نوآوری فناوری، محرک اساسی رشد اقتصادی و کارایی و پیشرفت سازمان‌ها است. نتایج حاصل حاکی از این است که با شکل‌گیری نگرش‌های فرهنگی در خصوص فناوری دیجیتال، اثر تحول دیجیتال بر رشد و پیشرفت مداوم و کارایی سازمان‌ها معنادار است.

H_3: نقش تحول فناورانه دیجیتال بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{1-3}: نقش فناوری اطلاعات بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{2-3}: نقش سماسیت بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{3-3}: نقش هوش مصنوعی بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{4-3}: نقش اینترنت بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_4: نقش میانجی تحول فناورانه دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی، مثبت و معنادار است.

شراکت راهبردی و بانکداری دیجیتال

اهمیت روزافزون شراکت راهبردی بر صنعت خدمات مالی نیز تأثیر می‌گذارد. یکی از عوامل مؤثر در آن، نوآوری دیجیتالی است که به افزایش انتظارهای مشتری و کارایی منجر شده است. مشتریان، خواستار خدمات مالی متناسب با نوآوری‌های جدید هستند. علاوه بر این، فناوری‌های دیجیتال، ارائه خدمات مالی در هر مکان خاص را امکان‌پذیر می‌کند. فناوری‌های دیجیتالی با کاهش زیرساخت‌های سنتی، در پس‌انداز هزینه برای بانک‌ها پتانسیل‌های شایان توجهی ایجاد کرده‌اند. فناوری‌های جدید نیز ایجاد خدمات جدید و دستیابی به منابع جدید درآمد را تسهیل کرده‌اند، با وجود این، بانک‌ها اغلب فاقد انعطاف‌پذیری و دانش لازم برای توسعه سریع نوآوری دیجیتال هستند که به فناوری‌های مالی مزیتی رقابتی می‌دهند و آنها را قادر می‌سازند که وارد بازار بانک شوند (کلوز و همکاران، ۲۰۱۸) در نوشتار دانشمندان و پژوهشگران مدرن، به موضوعات دیجیتالی شدن بخش بانکی، بررسی فرایندهای انطباق به‌عنوان روشی

1. SMACIT (social media, mobile, analytics, cloud computing and Internet of Things)
2. Carter
3. Broughel & Thierer
4. Ogega

www.SID.ir

Archive of SID

برای برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک بانک توجه شده و این موارد پوشش داده شده‌اند است. نتایج مقاله اوقیقا[4] (۲۰۱۰) با عنوان اثر شراکت استراتژیک بین بانک سرمایه کنیا و شرکت سفری کام در خدمات انتقال پول، حاکی از این است که برای سودآوری در بازار باید با شرکت سفری کام که شرکتی عملیاتی مبتنی بر خدمات تلفن همراه است، همکاری کند تا بتواند روش انتقال پول را تسهیل کند و در نهایت شراکت استراتژیک بر بانکداری دیجیتال بانک سرمایه کنیا، اثری معنادار دارد.

H_5: نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر بانکداری دیجیتال، مثبت و معنادار است.

بانکداری دیجیتال و کارایی

بانکداری دیجیتال، محصولات فیزیکی سنتی را با اجزای دیجیتالی تقویت می‌کند و استفاده از این محصولات باعث افزایش کارایی می‌شود، بنابراین، از فناوری‌های دیجیتالی برای طراحی فرایندهای جدید، محصولات، خدمات و حتی مدل‌های تجاری استفاده می‌شود (پاشمان، ۲۰۱۷). شواهد تجربی نشان می‌دهند که بانک‌ها، به افزایش کارایی خود از طریق دیجیتالی شدن علاقه‌مند هستند. کارایی بانک‌ها از طریق دیجیتالی شدن فراهم می‌شود. صنعت خدمات مالی به‌طور کلی دارای نوآوری کمتری است، از این رو، دیجیتالی شدن برای تأثیرگذاری بر کارایی بانک‌ها تشکیل شده است. از آنجا که این بنگاه‌ها اغلب فاقد دانش داخلی از فناوری‌های دیجیتال هستند، اغلب دانش خارجی مکمل خارجی را به دست می‌آورند و ادغام می‌کنند. هم‌گرایی فراگیر دیجیتالی شدن، میزان ناهم‌گونی و نیاز به تعادل پویا و ادغام منابع دانش را شدت بخشیده است. تلاش برای دانش جدید برای توسعه نوآوری دیجیتالی به‌احتمال زیاد برای بانک‌ها و فناوری‌های پیشرفته، به‌منظور دستیابی به دانش خارجی انگیزه‌های مختلفی ایجاد می‌کند. به‌منظور رقابت در محیطی تجاری که به‌شدت در اثر تحولات تکنولوژیکی مختل شده است، شرکت در بانکداری دیجیتالی، برای بانک‌ها اهمیت دارد. بانکداری دیجیتال، انجام ترکیبات جدید از اجزای دیجیتال و فیزیکی برای تولید محصولات جدید است که می‌تواند بر همکاری بانک با فناوری مالی تأثیر بسزایی داشته باشد. نوآوری مالی را می‌توان در تعداد ثبت اختراع‌های مالی که در سال‌های اخیر افزایش یافته است، سنجید (اسکات، وانرینن و زاچاریادیس[1]، ۲۰۱۷). جابرت و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان پیش به‌سوی دیجیتال؛ نقشه راه تحول بانکی، ضمن تقسیم‌بندی بانکداری دیجیتال به ابعاد مشتری‌محوری، نوآوری باز و انعطاف‌پذیری، ادعا دارند که هر یک از این ابعاد بر عملکرد بانک‌ها، اثرهای ملموس و تأثیرگذاری دارند. هاریس مالاکا[2] (۲۰۱۵) در مقاله خود به این نتیجه رسید که بین سرعت معاملات و رضایت مشتری هم‌بستگی مثبت و معناداری وجود دارد و بانکداری دیجیتال با کارایی نیز دارای ارتباط مثبت است.

H_6: نقش بانکداری دیجیتال بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{6-1}: نقش مشتری‌محوری بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{6-2}: نقش نوآوری باز بر کارایی، مثبت و معنادار است.

H_{6-3}: نقش انعطاف‌پذیری سازمانی بر کارایی، مثبت و معنادار است.

1. Scott, VaReenen & Zachariadis
2. Harris Muluka

www.SID.ir

Archive of SID

H_7: نقش میانجی بانکداری دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی، مثبت و معنادار است.

پیشینه تجربی پژوهش

در این بخش، در ابتدا به مرور برخی از پژوهش‌های تجربی انجام‌شده مرتبط با متغیرهای پژوهش پرداخته و سپس وجه تمایز این پژوهش با سایر پژوهش‌ها بیان شده است. در جدول ۳ برخی از پژوهش‌های مهم مرتبط با متغیرهای پژوهش ارائه شده است. پژوهش‌ها اغلب به بررسی عملکرد سازمان‌ها و تأثیر شراکت استراتژیک بر آنها پرداخته‌اند، اما به تأثیر شراکت راهبردی به‌عنوان عاملی اثرگذار بر بانکداری دیجیتال، تحولات فناورانه دیجیتال و کارایی به‌ویژه در زمینه بانکی توجه چندانی نشده است. وجه تمایز این پژوهش، بررسی شراکت راهبردی بانک‌ها با فین‌تک‌ها بر کارایی از دو بعد رویکرد تولیدی یا خدماتی و واسطه‌ای است. در خصوص نقش میانجی بانکداری دیجیتال (با ابعاد مشتری‌محوری، انعطاف‌پذیری و نوآوری باز) و تحولات فناورانه دیجیتال (با ابعاد اینترنت، فناوری اطلاعات، سماسیت و هوش مصنوعی پیشرفته) در رابطه بین شراکت راهبردی (با ابعاد فرصت‌های جدید، قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری، سرمایه اجتماعی، فعالیت‌های بین‌المللی و مزیت رقابتی) و کارایی، تاکنون پژوهشی صورت نگرفته است. با توجه به مطالب بیان‌شده در جدول ۳، پژوهشی که به‌طور جامع تأثیر متغیرهای پژوهش را بررسی کند، انجام نشده و در خصوص شراکت راهبردی بانک‌ها با فین‌تک‌ها و نیز نقش میانجی بانکداری دیجیتال و تحولات فناورانه دیجیتال میان شراکت راهبردی و کارایی، پژوهشی ارائه نشده است.

جدول ۳. برخی از پژوهش‌های مهم مرتبط با متغیرهای پژوهش

عنوان	پژوهشگر/ سال	نتایج
تأثیر شراکت‌های راهبردی بر عملکرد شرکت در کره جنوبی	کیم[1] (۲۰۱۵)	نتایج تجربی یافت‌شده در این مقاله نشان می‌دهند که تعامل در سرمایه‌گذاری‌های مشترک به‌طور مثبت بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد و تشکیل شراکت‌های بین‌المللی بین صنعت تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارد.
بررسی صنعت بانکی و نوآوری دیجیتال؛ در جست‌وجوی مدل‌ها و کانال‌های جدید تجاری	فلجترسکی و لابان[2] (۲۰۱۶)	نتایج حاکی از این است که مدل‌های کسب‌وکار به‌سمت رویکرد کانال بهینه در حال تحول حرکت می‌کنند و نوآوری مداوم زمینه شراکت‌های راهبردی بانک‌ها با شرکت‌های فناوری مالی نوظهور را فراهم می‌کند تا از طریق کانال مد نظر خود به مشتری برسند و به آنها خدماتی کاملاً فردی ارائه دهند.
بررسی شراکت‌های استراتژیک بین بانک‌ها و فناوری‌های مالی برای نوآوری دیجیتال؛ انگیزه‌های همکاری و انواع تعامل	کلوز، لواسر، هولوتیوک و مورمن[3] (۲۰۱۹)	نتایج آنها نشان می‌دهد که بانک‌ها، به نوآوری سریع بدون اینکه در توسعه آن درگیر باشند، علاقه‌مند هستند. در حالی که فناوری‌های مالی به منابع نیاز دارند و فعالیت‌های مالی را به‌صورت منظم انجام می‌دهند.

1. Kim
2. Flejterski & Labun
3. Klus, Lohwasser, Holotiuk & Moormann

www.SID.ir

Archive of SID

ادامه جدول ۳

عنوان	پژوهشگر/ سال	نتایج
تأثیر بانکداری دیجیتال بر عملکرد بانک‌های سپرده‌پذیر ترکیه	کاهوسی و والفس[1] (۲۰۱۸)	بر اساس نتایج، بانک‌ها فقط برای حفظ رقابت در خدمات بانکداری دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند. خدمات بانکداری دیجیتال از نظر عملکرد مالی یا کارایی، برای بانک‌ها مزیتی استراتژیکی به وجود نمی‌آورد، زیرا بانک‌ها از قبل کارآمد هستند. سرمایه‌گذاری در بانکداری دیجیتال فقط به حفظ مواضع استراتژیک آنها کمک کرده است.
تأثیر شراکت استراتژیک بر عملکرد هزینه‌های بانک‌های تجاری سعودی	المهدی[2] (۲۰۱۹)	نتایج این پژوهش ثابت کرد که ایجاد توافق شراکت به بانک‌های تجاری سعودی اجازه می‌دهد کارایی خود را بهبود بخشند و علاوه بر یک گزینه استراتژیک جالب، فرصتی را برای آنها ایجاد می‌کند.
طراحی الگوی مدیریت ارتباط صنعت بانکداری ایران با فین‌تک‌ها و استارتاپ‌های فین‌تکی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد	نجفی و همکاران (۱۳۹۸)	با توجه به الگوی استخراج‌شده، راهبردهای شناسایی‌شده برای این ارتباط عبارت‌اند از: ایجاد، خرید، ائتلاف سرمایه‌گذاری یا اجاره خدمات مالی از شرکت‌های فناوری مالی، همچنین مقوله محوری این پژوهش، یک فرایند سه‌مر حله‌ای است که شامل کاوش و ارزیابی فناوری‌های مالی (فین‌تک‌ها)، انتخاب و ایجاد ارتباط و حفظ و توسعه این ارتباط است.
بررسی تأثیر شراکت استراتژیک بر عملکرد سازمانی	آقاجانی، رضازاده و شوقی (۱۳۹۳)	این پژوهش، به مبانی نظری شراکت استراتژیک و عملکرد سازمانی پرداخته است و شراکت استراتژیک بین دو شرکت‌های فعال در صنایع فلزی ایران را بررسی کرده و تأثیر این شراکت بر عملکرد آنها را سنجیده است. نتایج حاصل حاکی از این است که تأثیر معنادار شراکت استراتژیک بر عملکرد در سازمان‌های طرف شراکت تأیید شده است.
طراحی مدل تعامل با شرکت‌های فناوری مالی (fintech) در صنعت بانکداری ایران	دولتی (۱۳۹۷)	بر اساس یافته‌های این پژوهش، بهترین رابطه تعاملی بین صنعت بانکداری و فین‌تک‌ها، اتخاذ استراتژی همکاری و مشارکت است. این رابطه در صورتی امکان‌پذیر خواهد بود که قوانین و مقررات زمینه لازم برای این تعامل را فراهم کند و این تعامل در بستر فعالیت هدفمندی شکل بگیرد. انتخاب استراتژی مناسب تعاملی موجب می‌شود، ضمن افزایش در درآمد و کسب سود، رضایتمندی مشتریان و کارایی، با تحقق ایده بانکداری باز ارائه خدمات بانکی، خارج از فضای شعب امکان‌پذیر شود.
تأثیر به‌کارگیری فناوری اطلاعات بر بهره‌وری شرکت برق منطقه‌ای استان گیلان	طالقانی و نوربخش لنگرودی (۱۳۹۳)	یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از این است که به‌کارگیری فناوری اطلاعات در شرکت برق منطقه‌ای استان گیلان، بهره‌وری شرکت را افزایش داده است.

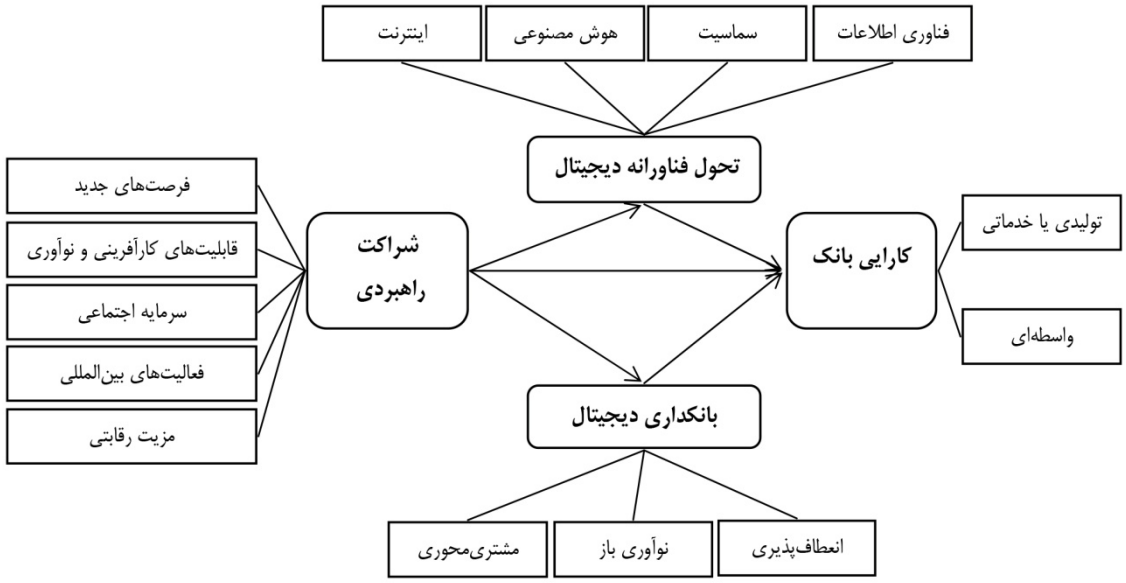
1. Kahveci & Wolfs
2. Almahdi

www.SID.ir

Archive of SID

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به پیشینه پژوهش و پژوهش‌های انجام‌شده در گذشته، در زمینه نقش شراکت راهبردی بانک‌ها با فناورهای مالی بر کارایی پژوهش‌های اندکی انجام شده است و بیشتر پژوهش‌ها به‌دنبال تأثیر شراکت استراتژیک بر عملکرد شرکت‌ها بوده‌اند، بنابراین در این پژوهش به‌دنبال بررسی رابطه مستقیم شراکت راهبردی بانک‌ها با فین‌تک‌ها بر کارایی هستیم و از طریق متغیرهای میانجی بانکداری دیجیتال و تحولات فناورانه دیجیتال این رابطه را به‌صورت غیرمستقیم بررسی می‌کنیم. بر این اساس، شراکت راهبردی (با پنج بعد)، متغیر مستقل، تحولات فناورانه دیجیتال (با چهار بعد)، بانکداری دیجیتال (با سه بعد) و متغیر میانجی و کارایی (با دو بعد) متغیر وابسته این پژوهش را تشکیل می‌دهند. مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

جهت‌گیری پژوهش، کاربردی و از نظر هدف، توصیفی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از روش پیمایشی و برای تحلیل داده‌ها از روش هم‌بستگی استفاده شده است (نرگسیان، طهماسبی آقبلاغی و دیندار، ۲۰۱۴). جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران، کارشناسان و سرپرستان شاغل در بانک تجارت در شهر تهران است که تعداد آنها حدوداً ۲۴۰ نفر است. دلیل انتخاب بانک تجارت این است که بر اساس گزارش از فعالیت‌های بانک تجارت، این بانک چند سال است که به بهره‌برداری از فناوری‌های نوین مالی اقدام کرده است و به‌نوعی می‌توان گفت از جمله آغازگران نظام بانکی در استفاده از فناوری‌های نوین مالی بوده است (گزارش بانک تجارت، ۱۳۹۸). از طرف دیگر، طی بررسی و مشاهدات عینی، بانک تجارت با شرکت‌های خارجی در زمینه ایجاد زیرساخت‌های شراکت با فین‌تک‌ها و بانکداری دیجیتال، قرارداد بسته و در این راه نیز گام‌های مؤثری برداشته است. همچنین، بانک تجارت به‌عنوان نخستین بانک به افتتاح مرکز نوآوری برای

www.SID.ir

Archive of SID

شراکت راهبردی با فناوری‌های نوین مالی و تشکیل کارگروه‌های دیجیتال اقدام کرده است. با توجه به این شواهد، می‌توان گفت که بانک تجارت از آغازگران ایجاد تحول دیجیتال در بخش بانکی و شراکت با فین‌تک‌ها است، از این رو، روی این بانک پژوهش شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به‌صورت طبقه‌ای بوده است. به‌طوری که قبل از انتخاب، جامعه آماری را به طبقه‌های معاونت راهبردی بازار و توسعه کسب‌وکار (شامل ۶۶ نفر)، معاونت فناوری اطلاعات (شامل ۵۹ نفر)، معاونت سرمایه‌گذاری (شامل ۴۴ نفر)، معاونت سازمان (شامل ۳۸ نفر)، کارگروه دیجیتال (افرادی که در طرح شراکت راهبردی با فین‌تک‌ها فعالیت می‌کنند) (شامل ۲۵ نفر) و کارگروه ارزی (شامل ۸ نفر) تقسیم‌بندی کردیم و سپس به‌نسبت هر طبقه به‌طور تصادفی، با در نظر گرفتن سه شرط حداقل مدرک کارشناسی، حداقل پنج سال فعالیت در یکی از معاونت راهبردی بازار و توسعه کسب‌وکار، معاونت فناوری اطلاعات، معاونت سرمایه‌گذاری، معاونت سازمان، کارگروه دیجیتال و کارگروه ارزی و آشنایی کلی با مباحث شراکت راهبردی، فناوری‌های نوین مالی، بانکداری دیجیتال و کارایی، نمونه انتخاب شده است. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که مفروضات آن شامل q = p=٪۵۰، Z آماره استاندارد توزیع نرمال است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر است با ۱/۹۶ است، d خطای برآورد (معمولاً برابر ۰/۰۵ در نظر می‌گیرند) و N نیز برابر با ۲۴۰ نفر است. فرمول اصلی محاسبه حجم نمونه کوکران نیز به‌صورت زیر است:

$$n = \frac{\frac{Z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N}\left(\frac{Z^2 pq}{d^2} - 1\right)}$$ رابطه ۱)

بر این اساس، تعداد نمونه ۱۴۸ نفر (بر اساس فرمول کوکران) تعیین شد و برای اطمینان بیشتر، ۱۵۵ پرسش‌نامه توزیع شد که ۱۵۰ عدد تکمیل و جمع‌آوری شدند (میزان پاسخ‌دهی ۹۷ درصد). ابزار گردآوری داده‌های این پژوهش، پرسش‌نامه است. برای تعیین روایی پرسش‌نامه پژوهش، از روش اعتبار محتوای صوری استفاده شد. برای این منظور، پرسش‌نامه طراحی‌شده در اختیار تعدادی از اساتید دانشگاه قرار داده شد و از آنها خواسته شد تا نظر خود را درباره روایی پرسش‌نامه بیان کنند. پس از جمع‌آوری نظرها، پرسش‌نامه نهایی طراحی شد. پرسش‌نامه پژوهش شامل دو بخش بود. بخش نخست، مربوط به پرسش‌های عمومی و اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان از جمله سن، تحصیلات و سابقه کار بود. در بخش دوم، به‌کمک ۴۳ پرسش تخصصی، متغیرهای پژوهش (شراکت راهبردی، تحولات فناورانه دیجیتال، بانکداری دیجیتال و کارایی) سنجیده شدند. شایان است که در خصوص متغیر کارایی (با گویه‌های سهم محصولات و خدمات در بازار، بازگشت سرمایه، کارمزدهای دریافتی، رضایت مشتریان، سود خالص حاصل از ارائه خدمات، میانگین راندمان کارکنان و مهارت کارکنان در ارائه خدمات) بر اساس پرسش‌نامه به جمع‌بندی رسیدیم، یعنی متغیر کارایی سنجش نشده است بلکه متغیر کارایی را نظرسنجی کرده‌ایم. در واقع، به‌صورت حضوری نظر نمونه جامعه آماری در رابطه با گویه‌های متغیر کارایی بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت پرسیده شده است. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و متغیرهای پژوهش با استفاده از آمار توصیفی و به‌کمک نسخه ۲۲ نرم‌افزار SPSS تحلیل شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها و

www.SID.ir

Archive of SID

متغیرهای جامعه با استفاده از آمار استنباطی برآورد شدند. با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، می‌توان توزیع داده‌های یک متغیر کمی را بررسی کرد. در این آزمون، برای بررسی نرمال بودن، از پرسش‌های پرسش‌نامه استفاده شد و نتایج آزمون حاکی از غیرنرمال بودن داده‌ها است، بنابراین برای آزمون مدل مفهومی پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی (Smart PLS) استفاده شده است. برای سنجش پایایی (اعتماد) پرسش‌نامه پژوهش، از متداول‌ترین روش ارزیابی پایایی پرسش‌نامه یعنی ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش‌نامه نیز برابر با ۸۹ درصد بوده که ضریب مناسبی است و حاکی از آن است که پایایی ابزار پژوهش در سطح مناسبی قرار دارد. به‌منظور محاسبه روایی هم‌گرا، از معیار میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)[1] استفاده شد. اگر AVE حداقل برابر با ۰/۵ باشد، نشان‌دهنده این است که متغیرها از روایی هم‌گرای مناسبی برخوردارند، به این معنا که یک متغیر پنهان قادر است بیش از نیمی از واریانس شاخص‌های (متغیرهای آشکار) خود را به‌طور متوسط توضیح دهد. با توجه به اینکه در این پژوهش شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده برای تمامی متغیرهای پژوهش بالای ۰/۵ است، روایی هم‌گرای متغیرهای مدل تأیید می‌شود. برای آزمون فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (روش حداقل مربعات جزئی) به‌کمک نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. تعداد گویه‌ها و نتایج پایایی پژوهش حاضر در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ٤. متغیرهای پژوهش، منابع استخراج گویه‌ها و نتایج پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

متغیر	گویه‌ها	طیف	منبع استخراج گویه‌ها	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	ضریب پایایی ترکیبی (CR)[2]	ضریب آلفای کرونباخ
شراکت راهبردی	۱۴- ۱	پنج‌گزینه‌ای لیکرت	تاجیک باغخواص (۱۳۹۳)	۰/۶۷	۰/۸۶	۰/۹۱
تحولات فناورانه دیجیتال	۲۶- ۱۵	پنج‌گزینه‌ای لیکرت	کارتر (۲۰۱۸)	۰/۵۱	۰/۹۱	۰/۹۰
بانکداری دیجیتال	۳۶- ۲۷	پنج‌گزینه‌ای لیکرت	ایکچوکاو امیاما[3] (۲۰۱۸)	۰/۵۰	۰/۹۰	۰/۹۰
کارایی بانک	۴۳-۳۷	پنج‌گزینه‌ای لیکرت	اولسانیا، آوتونگاس و اوهادبره[4] (۲۰۱۲)	۰/۵۳	۰/۸۹	۰/۸۵

یافته‌های پژوهش

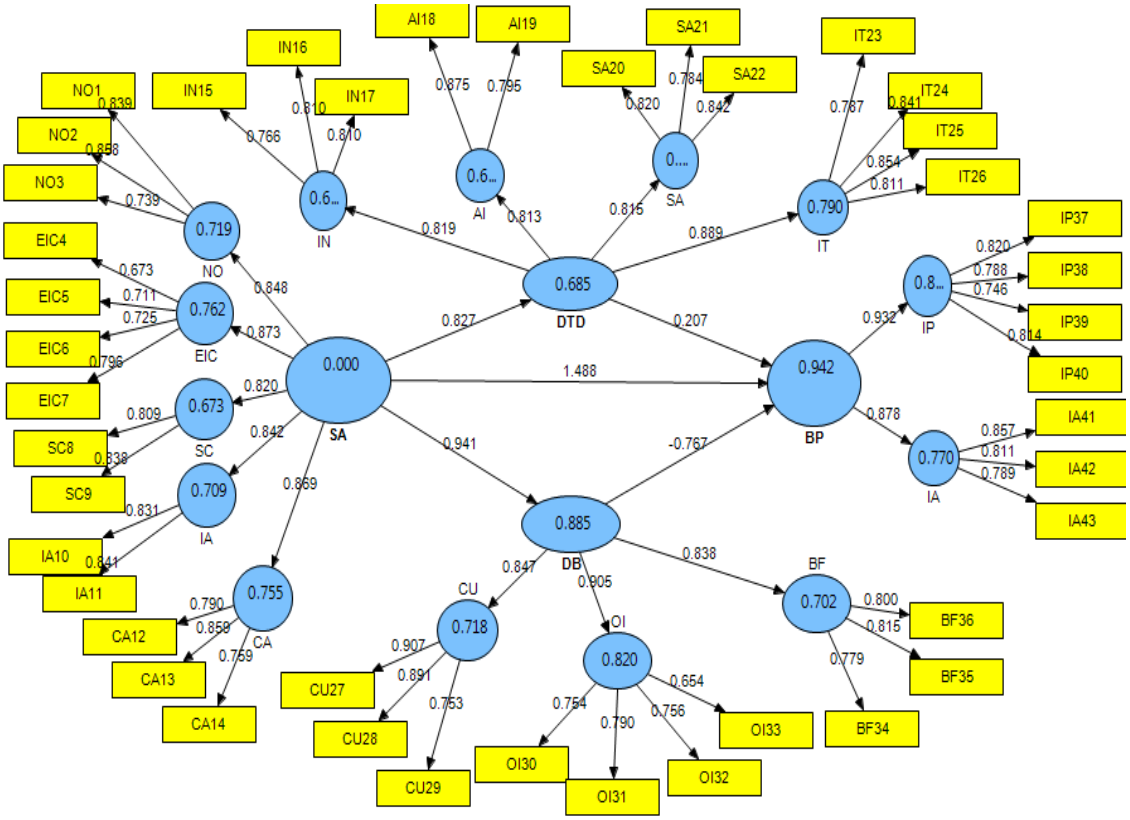
آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان داد که ۸۲/۲ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۱۷/۸ درصد زن هستند. حدود ۹ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۴۵ درصد لیسانس، ۳۵ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و ۱۱ درصد دکتری هستند. از طرفی، سابقه کاری افراد پاسخ‌دهنده شامل ۳۵/۸۴ درصد دارای سابقه کاری پنج تا ده‌ساله، ۴۳/۸ درصد دارای سابقه کاری ده تا بیست سال و ۲۰/۳۶ درصد دارای سابقه کاری بیست تا سی‌ساله هستند. از تحلیل مسیر، برای بررسی

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Composite Reliability (CR)
3. Ikechukwu Mbama
4. Olusanya, Awotungase & Ohadebere

www.SID.ir

Archive of SID

فرضیه‌های پژوهش با کمک نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. ضریب مسیر استاندارد (Beta) و ضریب معناداری (T-Value) مربوط به فرضیه‌های پژوهش، در شکل‌های ۲ و ۳ نشان داده می‌شوند. همچنین، متغیرهای پژوهش با عنوان‌های ذیل در مدل نشان داده شده‌اند. شراکت راهبردی (SA)[۱] [با ابعاد فرصت‌های جدید (NO)[۲] ، قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری (EIC)[۳] ، سرمایه اجتماعی (SC)[۴] ، فعالیت‌های بین‌المللی (IA)[۵] و مزیت رقابتی (CA)[۶]]، تحولات فناورانه دیجیتال (DTD)[۷] [با ابعاد فناوری اطلاعات (IT)[۸] ، سماسیت (SA)[۹] ، هوش مصنوعی (AI)[۱۰] و اینترنت (IN)[۱۱]]، بانکداری دیجیتال (DB)[۱۲] [با ابعاد مشتری محوری (CU)[۱۳] ، نوآوری باز (OI)[۱۴] و انعطاف‌پذیری سازمانی (BF)[۱۵]] و کارایی بانک (BE)[۱۶] [با ابعاد رویکرد تولیدی یا خدماتی (AP)[۱۷] و رویکرد واسطه‌ای (IA)[۱۸]].



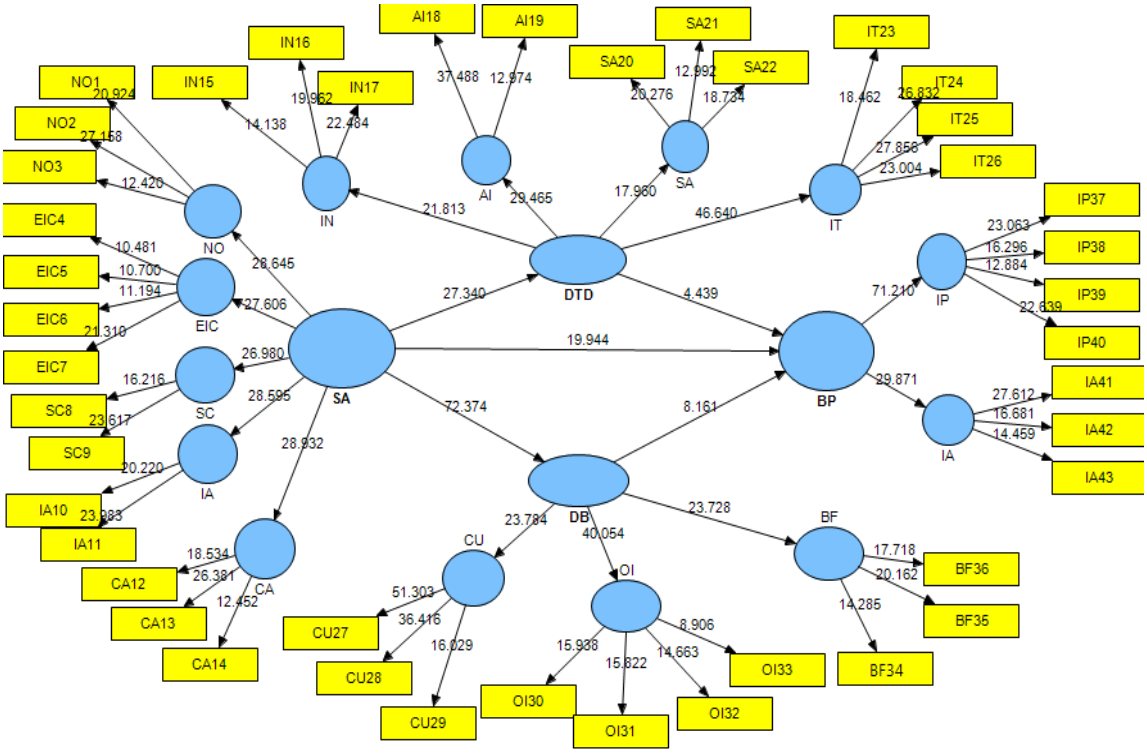
شکل ۲. ضریب مسیر پژوهش

1. Strategic Alliance
2. New Opportunities
3. Entrepreneurship and innovation capabilities
4. Social capital
5. International activities
6. Competitive Advantage
7. Digital technological developments
8. Information Technology
9. SAMACIT
10. Artificial intelligence
11. Internet
12. Digital Banking
13. Customer-centric
14. Open innovation
15. Organizational flexibility
16. Bank efficiency
17. The productive approach
18. Intermediary approach

www.SID.ir

Archive of SID

اعداد داخل بیضی شاخص ضریب تعیین هستند. ضریب تعیین (R^2) بررسی می‌کند که چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته توسط متغیر (های) مستقل تبیین می‌شود، بنابراین طبیعی است که این مقدار برای متغیر مستقل مقداری برابر صفر و برای متغیر وابسته مقدار بیشتر از صفر باشد. هرچه این میزان بیشتر باشد، ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته بیشتر است، بنابراین می‌توان گفت که متغیر مستقل روی هم رفته توانسته است واریانس متغیر وابسته را تبیین کند.



شکل ۳. عدد معناداری پژوهش

همان‌گونه که در شکل ۳ مشاهده می‌شود، فرضیه‌های (H_1، H_2، H_5) در خصوص نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر کارایی (T: ۱۹/۹۴۴)، تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۲۷/۳۴۰) و بانکداری دیجیتال (T: ۲۷/۳۷۴) و همچنین فرضیه‌های (H_6 و H_3) در خصوص نقش تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۴/۴۳۹) و بانکداری دیجیتال (T: ۸/۱۶۱) بر کارایی تأیید می‌شوند، زیرا ضرایب معناداری مسیرهای میان این متغیرهای مدل پژوهش از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است که حاکی از معنادار بودن روابط متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد بوده و باعث تأیید صحت رابطه بین این سازه‌ها می‌شود. فرضیه‌های (H_7 و H_4) درخصوص نقش غیرمستقیم متغیرهای میانجی تحولات فناورانه دیجیتال (T: ۱۲۱/۳۶۲) و بانکداری دیجیتال (T: ۵۹۰/۶۴۴) میان شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی مثبت و معنادار است. در نتیجه، متغیرهای تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال به‌عنوان متغیرهای میانجی در تأثیر دو متغیر نام‌برده نقش دارند. در این پژوهش، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از ضریب استاندارد و ضریب معناداری نتایج تأیید شدن یا تأیید نشدن هر یک از فرضیه‌های پژوهش به‌صورت جدول ۵ آورده شده است.

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۵. آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیات	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه آزمون
H_1: نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۱/۴۸۸	۱۹/۹۴۴	تأیید
H_{1-1}: نقش فرصت‌های جدید بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است.	۰/۸۴۸	۲۸/۶۴۵	تأیید
H_{1-2}: نقش قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است.	۰/۸۷۳	۲۷/۶۰۶	تأیید
H_{1-3}: نقش سرمایه اجتماعی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است.	۰/۸۲۰	۲۶/۹۸۰	تأیید
H_{1-4}: نقش فعالیت‌های بین‌المللی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است.	۰/۸۴۲	۲۸/۵۹۵	تأیید
H_{1-5}: نقش مزیت رقابتی بر کارایی در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است	۰/۸۶۹	۲۸/۹۳۲	تأیید
H_2: نقش شراکت راهبردی بر تحول فناورانه دیجیتال در شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها، مثبت و معنادار است.	۰/۸۲۷	۲۷/۳۴۰	تأیید
H_3: نقش تحول فناورانه دیجیتال بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۲۰۷	۴/۴۳۹	تأیید
H_{3-1}: نقش فناوری اطلاعات بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۸۹	۴۶/۶۴۰	تأیید
H_{3-2}: نقش سماسیت بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۱۵	۱۷/۹۸۰	تأیید
H_{3-3}: نقش هوش مصنوعی بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۱۳	۲۹/۴۶۵	تأیید
H_{3-4}: نقش اینترنت بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۱۹	۲۱/۸۱۳	تأیید
H_4: نقش میانجی تحول فناورانه دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی، معنادار و مثبت است.	۰/۱۷۱	۱۲۱/۳۶۲	تأیید
H_5: نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر بانکداری دیجیتال، مثبت و معنادار است.	۰/۹۴۱	۷۲/۳۷۴	تأیید
H_6: نقش بانکداری دیجیتال بر کارایی، مثبت و معنادار است.	-۰/۷۶۷	۸/۱۶۱	تأیید
H_{6-1}: نقش مشتری محوری بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۴۷	۲۳/۷۸۴	تأیید
H_{6-2}: نقش نوآوری باز بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۹۰۵	۴۰/۰۵۴	تأیید
H_{6-3}: نقش انعطاف‌پذیری سازمانی بر کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۸۳۸	۲۳/۷۲۸	تأیید
H_7: نقش میانجی بانکداری دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی، مثبت و معنادار است.	۰/۷۲۱	۵۹۰/۶۴۴	تأیید

www.SID.ir

Archive of SID

پژوهشگر، ضریب R^2 را برای بررسی برازش مدل ساختاری و معیار Q^2 را برای قدرت پیش‌بینی مدل، سنجیده و برای سنجش مدل کلی از معیار GOF استفاده کرده است (جدول ۶).

جدول ٦. گزارش مربوط به معیار R^2، Q^2 و معیار GOF

متغیر	معیار R Squares			معیار Q^2			GOF		
	۰/۱۹ ضعیف	۰/۳۳ متوسط	۰/٦۷ قوی	۰/۰۲ ضعیف	۰/۱۵ متوسط	۰/۳۵ قوی	۰/۰۱ ضعیف	۰/۲۵ متوسط	۰/۳٦ قوی
تحولات فناورانه دیجیتال		۰/۶۸۵			۰/۳۱۳				
بانکداری دیجیتال		۰/۸۸۵			۰/۳۲۲			۰/۴۲۳	
کارایی بانک		۰/۹۴۳			۰/۳۴۸				

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، مقدار R Squares برای متغیر درون‌زای کارایی بانک ۰/۹۴۳ محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می‌کند. همچنین در سنجش معیار Q^2 مشخص شد که قدرت پیش‌بینی مدل در خصوص این دو سازه بالاست و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش تأیید شد. حصول مقدار ۰/۴۲۳ برای معیار GOF، برازش بسیار مناسب مدل کلی را نشان می‌دهد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

شراکت راهبردی یک انتخاب نیست، بلکه برای همه بانک‌ها به ضرورتی تبدیل شده است که می‌تواند به کارایی منجر شود و در حوزه‌های تحولات فناوری دیجیتال و بانکداری دیجیتال برای بانک‌ها مزیت زیادی دارد. فرضیه اصلی نخست پژوهش که به نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر کارایی مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (۱۹/۹۴۴ :T). در تأیید این فرضیه پژوهش، انجوروقه و امباقیا (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که شراکت با شرکت‌های دارای نوآوری‌های مالی باعث می‌شود تا مشتریان طیف گسترده‌ای از محصولات بانکی را انتخاب کنند که به رضایت مشتری و بهبود ارزش‌افزوده منجر می‌شود و این، کارایی را نیز افزایش خواهد داد. وجود همکاری مشترک بانک تجارت با فناوری‌های مالی در کاهش هزینه تمام‌شده خدمات و افزایش بازدهی بانک تأثیر بسزایی داشته است، به‌طوری که ارتباط با فناوری‌های نوین مالی می‌تواند به مزیت رقابتی و در دست گرفتن بازار خدمات از سوی بانک منجر شود. با توجه به اینکه اغلب بانک‌های کشور به‌صورت سنتی فعالیت می‌کنند و مشتریان نیز به‌دنبال انجام عملیات بانکی به‌صورت آسان و در دسترس هستند، بانک تجارت با شراکت با فین‌تک‌ها توانسته است، رضایت مشتریان را جلب کند و زمینه ایجاد بازدهی در فعالیت‌ها و در پی آن، ارتقای کارایی خود را فراهم آورد. ابعاد شراکت راهبردی را می‌توان بر اساس ضریب Beta اولویت‌بندی کرد. در رتبه نخست، قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری (۰/۸۷۳)، رتبه دوم، مزیت رقابتی (۰/۸۶۹)، رتبه سوم، فرصت‌های جدید (۰/۸۴۸)، رتبه چهارم، فعالیت‌های بین‌المللی (۰/۸۴۳) و رتبه پنجم، سرمایه اجتماعی (۰/۸۲۰) است، بنابراین به مدیران عالی و ارشد بانک تجارت پیشنهاد می‌شود تا بر اساس اولویت‌بندی بیان‌شده در تشکیل

www.SID.ir

Archive of SID

همکاری استراتژیک با فناوری‌های نوین مالی بر قابلیت‌های کارآفرینی و نوآوری تأکید بیشتری کنند تا بتوانند زمینه ارتقای کارایی خود را فراهم آورند.

فرضیه اصلی دوم که به نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر تحول فناورانه دیجیتال مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (T: ۲۷/۳۴۰). اوقیقا (۲۰۱۰)، در تأیید این فرضیه پژوهش بیان می‌دارد که به‌منظور تعیین عوامل کلیدی که به تشکیل شراکتی استراتژیک بین شرکت سفری کام و بانک سرمایه منجر شده، به مشکلات دو سازمان هنگام تسهیل در عملیات شراکت نیز پرداخته است. در این پژوهش مشخص شد که شراکت با فناوری مالی بر تحول دیجیتال تأثیر بسزایی دارد. در سال‌های اخیر، استفاده روزافزون از فناوری‌های دیجیتال تأثیر عمده‌ای بر بسیاری از بخش‌ها، به‌ویژه بخش‌های بانکی داشته است. این تغییر سریع تحولات فناورانه دیجیتال (DTD)[1] نامیده می‌شود، بنابراین دیجیتالی شدن بانک تجارت از دغدغه‌های مهم و اصلی مدیران و مسئولان بانک است که با توجه به این پژوهش بانک تجارت می‌تواند با شراکت راهبردی و دوجانبه بین خود و حوزه‌های مختلف فناوری مالی زمینه تحول دیجیتال را فراهم کند. با توجه به اینکه بانک تجارت از جمله بانک‌های کشور است که توانسته بستر لازم را برای ایجاد تحول دیجیتال میسر کند، این عامل از طریق همکاری اشتراک‌آمیز با فناوری‌های نوظهور همچون فین‌تک‌ها و استارتاپ‌های فین‌تکی امکان‌پذیر است.

فرضیه اصلی سوم که به نقش تحول فناورانه دیجیتال بر کارایی مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (T: ۴/۴۳۹). در تأیید این فرضیه پژوهش براقل و دیریر (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که با تشکیل نگرش به تحول فناورانه دیجیتال، تحول دیجیتال باعث تقویت نوآوری، رشد و کارایی سازمان‌ها می‌شود. بانک تجارت با استفاده از تحول دیجیتال توانسته در ابعاد تحول دیجیتال نقش مؤثری ایجاد کند، به‌صورتی که باعث ایجاد بازده دارایی و درآمدهای مشاع و غیرمشاع از طریق ارائه تسهیلات به‌صرفه و متناسب با انتظارهای مشتریان شود. از جمله فعالیت‌های تحول دیجیتالی در بانک تجارت، می‌توان به ایجاد زیرساخت فناوری تجارت ایرانیان که با شراکت بانک با فین‌تک‌ها ایجاد شده و به سهولت در روند فعالیت‌های مالی بانک منجر شده است، اشاره کرد. اثر ابعاد تحولات فناورانه دیجیتال بر کارایی را می‌توان بر اساس ضریب Beta اولویت‌بندی کرد. رتبه اول، فناوری اطلاعات (۰/۸۸۹)، رتبه دوم، اینترنت (۰/۸۱۹)، رتبه سوم، سماسیت (۰/۸۱۵) و رتبه چهارم، هوش مصنوعی (۰/۸۱۳) است. از این رو، به مدیران عالی بانک تجارت پیشنهاد می‌شود، برای ایجاد شراکت راهبردی با فین‌تک‌ها، از بین ابعاد تحول فناورانه دیجیتال، بر فناوری اطلاعات بیشترین تأکید را داشته باشند تا بتوانند به‌سمت تحول دیجیتالی شدن حرکت کنند.

فرضیه اصلی چهارم که به نقش میانجی تحول فناورانه دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی معنادار و مثبت می‌پردازد، تأیید شد (T: ۱۲۱/۳۶۲). رشد جهانی تحول دیجیتال با سرعت بی‌نظیری در کل تاریخ، جمعیت کره زمین را به هم پیوند داده است. تحول دیجیتال با کمک نیروی محرکه‌ای که ظرفیت مالی در بازارهای خدمات مالی ایجاد می‌کند، فرصت‌هایی برای خدمت‌رسانی غیرسنتی به وجود می‌آورد که این فرصت‌ها یا تثبیت می‌شوند یا در بسیاری موارد به نتیجه مطلوب هم می‌رسند. بانک تجارت با شراکت راهبردی که با فناوری‌های

1. Digital technological developments

www.SID.ir

Archive of SID

نوین مالی تشکیل داده، توانسته است در مسیر تحول فناورانه دیجیتال قرار گرفته و در این راه تحول دیجیتال باعث ارتقای کارایی و رشد بانک تجارت شده است. این بانک، با قدمتی قریب به چهل سال فعالیت بانکی، تحول عظیمی در زمینه دیجیتالی شدن فراهم آورده که به بازدهی زیادی در دارایی و خدمات بانک منجر شده است. به مدیران عالی بانک تجارت توصیه می‌شود تا در همکاری خود با فناوری‌های مالی بر زیرساخت‌های فناوری اطلاعات تأکید اساسی کنند.

فرضیه اصلی پنجم که به نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها بر بانکداری دیجیتال مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (T: ۷۲/۳۷۴). در تأیید فرضیه چهارم و پنجم، در پژوهش کلوز و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌شود که شراکت راهبردی بانک‌ها با فناوری مالی به ارائه خدمات به مشتری مربوط است و بیشتر این فناوری‌های پیشرفته در خدمات پرداخت فعالیت می‌کنند که به حرکت به‌سمت بانکداری دیجیتال منجر می‌شود. بانکداری دیجیتال، مفهوم جدیدی از بانکداری الکترونیکی است که هدف آن غنی‌سازی و بهبود خدمات آنلاین همراه با استفاده از فناوری‌های نوین دیجیتالی، مانند موبایل و شبکه‌های اجتماعی مالی است. همکاری دو یا چندجانبه بانک تجارت با فناوری‌های نوظهور مالی، به هر چه بیشتر شدن بانکداری مبتنی بر دیجیتال منجر شده است. این عامل، باعث کاهش هزینه‌های عملیاتی و تقلیل خطاها، توسعه بازار و افزایش منابع درآمدی بانک شده است. نکته اساسی در نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فناوری‌های نوین مالی بر بانکداری دیجیتال تغییر در ماهیت شعب فیزیکی بانک تجارت است، به بیان دیگر شعب فیزیکی بانک تجارت حذف نخواهند شد، بلکه با تغییر در مدل کسب‌وکار، شعب به‌سمت ارائه خدمات مشاوره‌ای و متفاوت پیش رفته و بسیاری از خدمات بانکی در قالب فناوری‌های جدید ارائه‌شدنی است. فرضیه اصلی ششم که به نقش بانکداری دیجیتال بر کارایی مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (T: ۸/۱۶۱). استقرار بانکداری دیجیتال در کارایی بانک و رفتار مشتری، تأثیر بسزایی داشته است، به‌طوری که موجب تغییر ذهنیت بانک و حرکت به‌سمت مشتری‌محوری، تأثیرگذاری بر سودآوری، کاهش نسبت هزینه به درآمد و افزایش نرخ بازده حقوق صاحبان سهام بانک تجارت شده است. با توجه به ضریب Beta می‌توان تأثیرگذاری ابعاد بانکداری دیجیتال بر کارایی را بدین صورت اولویت‌بندی کرد. در رتبه اول، نوآوری باز (۰/۹۰۵)، رتبه دوم، مشتری‌محوری (۰/۸۴۷) و رتبه سوم، انعطاف‌پذیری سازمانی (۰/۸۳۸) است. بنابراین، به مدیران عالی بانک توصیه می‌شود بر اکوسیستم نوآوری باز و تشکیل گروه‌های دیجیتالی جامع تأثیر مضاعفی داشته باشند و از طریق فرهنگ سازمانی دیجیتالی تمامی ابعاد بالا به‌صورت درونی و بیرونی باعث ایجاد باور، رفتار و نگرش تمام بخش‌های سازمان در رابطه با بانکداری دیجیتال شود. فرضیه اصلی هفتم که به نقش میانجی بانکداری دیجیتال بر رابطه بین شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها و کارایی مثبت و معنادار می‌پردازد، تأیید شد (T: ۵۹۰/۶۴۴).

در تأیید فرضیه‌های ششم و هفتم پژوهش، فلجترسکی و لابان (۲۰۱۶) بیان می‌کنند که نوآوری مداوم در ایجاد شراکت راهبردی بانک‌ها با فناوری مالی و دیجیتالی شدن باعث می‌شود تا از طریق آن بتوانند به مشتری برسند و خدمات کاملاً فردی به آنها ارائه دهند که به کارایی منجر شود. بسیاری از مشتریان کلیدی بانک تجارت افرادی در بازه سنی ۲۰ تا ۴۵ سال هستند که در مقایسه با نسل گذشته خود، از محصولات و خدمات بانکی، انتظارها و ترجیحات بسیار متفاوتی دارند. از طرف دیگر، مشتریان بانک تجارت ترجیح می‌دهند تا بسیاری از خدمات بانکی را به‌جای مراجعه به

www.SID.ir

Archive of SID

شعب فیزیکی از کانال‌های دیجیتال دریافت کنند (به‌طور خاص، خدماتی مانند پرداخت، انتقال وجه، گزارش‌گیری و بررسی مانده‌حساب). بانک تجارت توانسته است با استقرار بانکداری دیجیتال از طریق تشکیل شراکت راهبردی با فین‌تک‌ها، پاسخ‌گوی مناسبی برای این انتظارها و نیازهای مشتریان باشد. در نهایت، می‌توان گفت که اصطلاح فناوری‌های امور مالی به هر نوآوری یا فناوری‌ای که نحوه معامله‌های تجاری و دادوستدهای کسب‌وکارها را متحول می‌کند، از اختراع پول‌های دیجیتال تا سیستم‌های دفترداری، اطلاق می‌شود. از زمان انقلاب اینترنت و گوشی‌های هوشمند، فناوری‌های مالی نیز به‌طور شایان توجهی پیشرفت کرده‌اند. فین‌تک نیز در ابتدا به فناوری کامپیوتری گفته می‌شد که در دفتر بانک یا شرکت‌های تجاری نصب می‌شد، اما اکنون اصطلاحی چتری است که طیف عظیمی از تعاملات مالی را، از شخصی تا تجاری، پوشش می‌دهد. نوآوری‌های مالی مبتنی بر فناوری به ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید، اپلیکیشن‌ها، فرایندها یا محصولاتی منجر می‌شوند که بر بخش‌های مالی تأثیر گذاشته است. به این ترتیب، به‌واسطه آن، دیگر ارائه خدمات مالی به بانک‌ها، به‌ویژه بانک تجارت، محدود نمی‌شوند. در حقیقت، فین‌تک‌ها پیشران رشد صنعت بانکی هستند و بانک تجارت باید کسب‌وکارهای نوین را جدی بگیرد و با تغییراتی در مدل کسب‌وکارها به تعامل با آنها اقدام کند. با شراکت بانک تجارت با شرکت‌های فین‌تک، مشتریان آن بانک، خدمات نوین، آسان و ارزان‌تری دریافت خواهند کرد. البته فین‌تک‌ها برای بانک تجارت، فرصت‌ها و ریسک‌هایی دارند. فرصت‌ها شامل فرایندهای بهبودیافته و کاراتر، کمک به نهاد تنظیم‌گر برای ارتقای تنظیم‌گری، استفاده نوآورانه از داده‌های مربوط به مشتریان برای بازاریابی، مدیریت ریسک و مدیریت تجربه مشتری، تأثیر مثبت بر ثبات اقتصادی با توجه به گسترش رقابت و مزیت رقابتی است و ریسک فین‌تک‌ها بر بانک تجارت شامل ریسک‌های راهبردی (جایگزین شدن)، ریسک کاهش سودآوری، افزایش ریسک عملیاتی، ریسک تطبیق از جمله نبود امکان رعایت مقررات حفاظت از مشتریان و اطلاعات آنها، پول‌شویی (ریسک تأمین مالی تروریسم) و ریسک نقدینگی و نوسانات منابع بانکی است. در مجموع، با لحاظ کردن ریسک و فرصت فناوری‌های مالی می‌توان گفت که بانک تجارت با تشکیل شراکت راهبردی با فناوری‌های نوین مالی، گام مؤثری در تحول دیجیتال و استقرار بانکداری دیجیتال برداشته است و همه این عوامل دست به دست هم داده تا امروز بانک تجارت در مقایسه با دوره‌های گذشته، میزان کارایی بالاتری داشته باشد.

پژوهش حاضر، برای مدیران عالی و ارشد بانک تجارت پیشنهادهایی بدین شرح ارائه می‌دهد. به‌منظور افزایش کارایی بانک تجارت، می‌بایست بر بعد کارآفرینی و نوآوری شراکت راهبردی توجه اساسی داشته باشند، به‌طوری که در صورت داشتن نوآوری دیجیتال زمینه کارایی در آن بانک میسر می‌شود. همچنین، بانک تجارت با تأکید مضاعف بر انفورماتیک یا فناوری اطلاعات قوی، می‌تواند کارایی و عملکرد خود را در مقایسه با گذشته، بیشتر کند. از سوی دیگر، بانکداری دیجیتال با توجه عمیق به بعد نوآوری باز و مشتری‌محوری، زمینه کارایی مؤثر را فراهم می‌کند. مدیران می‌توانند با صرف هزینه در راستای همکاری یا شراکت با فناوری‌های نوین مالی، برای تحول دیجیتال در سازمان خود، گام‌های مؤثری بردارند. از طریق ایجاد ذهنیت دیجیتال، مرکز تعالی دیجیتال و آکادمی دیجیتال که از لوازم تحول فناورانه دیجیتال است، می‌توانند باعث افزایش کارایی سازمان خود شوند. بانک تجارت با افزایش ارتباط و شراکت مؤثر با فین‌تک‌ها می‌تواند به‌سمت دیجیتالی شدن حرکت کند. با توجه به نقش محوری بانک تجارت در تأمین مالی بنگاه‌های

www.SID.ir

Archive of SID

اقتصادی، دیجیتالی شدن بانک از طریق کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت در ارائه خدمات و محصولات و همچنین امکان‌پذیر شدن طراحی و ارائه نوآوری‌های مالی و بانکی در حصول اهداف اقتصاد هوشمند نقش شایان توجهی خواهد داشت. لزوم توجه مضاعف و ایجاد فرهنگ سازمانی دیجیتالی شدن با توجه به مزایای آن، از جمله کاهش قیمت تمام‌شده فعالیت‌ها، به کاهش بهای تمام‌شده خدمات و محصولات در تمامی بخش‌های سازمانی منجر شده و از این طریق کارایی کل سازمان افزایش خواهد یافت. رشد از طریق سرمایه‌گذاری نوآورانه در زمینه ارتقای امنیت سایبری در شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها موجب اطمینان خاطر و حس اعتماد مشتریان بانک به خدمات ارائه‌شده، خواهد شد. با حضور فعال در فناوری‌های نوین مالی مانند شبکه‌های اجتماعی مالی، هم فعالیت‌های بانک تجارت در بستر گروه اجتماعی نشان داده می‌شود و هم تراکنش‌های مالی انجام خواهند شد. با توجه به اینکه بانک تجارت در حوزه‌های بین‌المللی نیز فعالیت می‌کند و کشور هنوز در شرایط تحریم قرار دارد، بانک می‌تواند در زمینه فناوری‌های نوین مالی مانند بلاک‌چین، ارزهای رمزنگاری‌شده و ارز دیجیتال همکاری بیشتری داشته باشد.

از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به همکاری کمتر از سوی مدیران، کارشناسان و سرپرستان شاغل بانک تجارت در فرایند انجام پژوهش اشاره کرد. یکی دیگر از محدودیت‌ها،نداشتن اطلاعات و استنادهایی در زمینه شراکت بانک تجارت با فین‌تک‌ها و لزوم توجه بانک‌های کشور به حوزه‌های فناوری نوین مالی بود. همچنین با توجه به اینکه لازمه شراکت راهبردی با فناوری‌های مالی، وجود زیرساخت‌های مناسب و سازوکارهای خاص است، این پژوهش با محدودیت‌های اثربخشی مواجه است، به صورتی که نتایج پژوهش حاضر، قابل تعمیم به بانک تجارت است. در صورت نیاز به تعمیم به سایر بانک‌ها، این کار باید بااحتیاط و دانش کافی صورت بگیرد. بدین وسیله به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود، به‌منظور تأیید نتایج پژوهش حاضر، این موضوع را در بانک‌های دیگر بررسی کرده و در رابطه با آن گفت‌وگو کنند و به نقش شراکت راهبردی بانک‌ها با فین‌تک‌ها بر مزیت رقابتی، رفتار مشتری، نوآوری دیجیتال و تأثیرگذاری شراکت راهبردی بانک‌ها با فناوری‌های نوین مالی در شرایط بحرانی و پویایی رقابتی بپردازند.

منابع

آقاجانی، طهمورث؛ رضازاده، آرش؛ شوقی، بهزاد (۱۳۹۳). بررسی تأثیر شراکت استراتژیک بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شراکت بین نورد آلومینیوم اراک و آلومینیوم پارس). *نشریه پژوهش‌های مدیریت راهبردی*، ۲۰(۵۵)، ۹-۳۴.

اصلانی مناف، داود؛ براتی، اکرم (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر بهبود کارایی سازمان (مورد مطالعه: شعب منتخب بانک اقتصاد نوین در شهر تهران). *هفتمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت*، صص ۱-۱۴.

تی. جی. مکس، برایان؛ وس، پیین؛ برگرس، کوین (۱۳۹۶). *مدیریت شراکت‌های استراتژیک*. (گروسی مختارزاده، اجاقلو، ابن یامینی، مترجمان) تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

تاجیک باغخواص، حمید (۱۳۹۳). *مدلی برای خلق ارزش و تخصیص ارزش از طریق شراکت‌های استراتژیک در موسسات خدمات مالی (در صنعت بیمه و بانک)*. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی.

حسینی، سید فرهنگ(۱۳۹۶). *فناوری نوین مالی*. تهران: نوید مهر.

www.SID.ir

Archive of SID

حمیدی‌زاده، محمدرضا؛ زارع احمدآبادی، حبیب؛ سنگبر، محمدعلی (۱۳۹۳). تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت شراکت‌های راهبردی با رویکرد پویایی‌های سیستم (مورد مطالعه: خوشه صنعتی کاشی و سرامیک استان یزد). *مدیریت بازرگانی*، ۶(۴)، ۵۱۷-۵۳۴.

دولتی، سیامک (۱۳۹۷). *طراحی مدل تعامل با شرکت‌های فناوری مالی (fintech) در صنعت بانکداری ایران*. رساله دکتری، دانشگاه عدالت.

روشندل اربطانی، طاهر؛ مقیمی، سید محمد؛ میناوند، محمدقلی و خواجه‌ئیان، داتیس (۱۳۹۱). چارچوبی برای تجاری‌سازی نوآوری‌های دیجیتال در شرکت‌های کارآفرین رسانه‌ای ایران (مطالعه‌ای چندموردی). *مدیریت بازرگانی*، ۱۱(۴)، ۷۱-۸۸.

شاه‌حسینی، محمدعلی؛ حیدری، علی؛ اعرابی، سید محمد؛ قادری کنگاوری، صادق (۱۳۹۸). ارائه مدلی برای مدیریت شراکت‌های راهبردی تحقیق و توسعه در صنعت خودروی کشور ایران. *مدیریت بازرگانی*، ۱۱(۱)، ۲۵-۴۴.

طالقانی، محمد؛ نوربخش لنگرودی، محسن محمد (۱۳۹۳). تأثیر به‌کارگیری فناوری اطلاعات بر بهره‌وری شرکت برق منطقه‌ای استان گیلان. *مدیریت توسعه و تحول*، ۱۹، ۶۷-۷۶.

گزارش بانک تجارت (۱۳۹۸). *بررسی وضعیت مشارکت بانک تجارت با فناوری‌های نوین*.

گزارش پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۸). *بررسی صنعت فین‌تک و تدوین برنامه سیاستی توسعه*. مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱-۷۲.

محمدیان، ایوب؛ میرباقری، فاطمه؛ خانلری، امیر (۱۳۹۸). شناسایی و طبقه‌بندی کاربردهای نوآورانه اینترنت اشیا در بازاریابی دیجیتال. *مدیریت بازرگانی*، ۱۱(۴)، ۷۲۰-۷۴۱.

ماهنامه عصر تراکنش (۱۳۹۷). *راه پرداخت؛ رسانه فناوری‌های مالی ایران*.

نجفی، فریبا؛ ایران‌دوست، منصور؛ سلطان‌پناه، هیرش؛ شیخ احمدی، امیر (۱۳۹۸). طراحی الگوی مدیریت ارتباط صنعت بانکداری ایران با فین‌تک‌ها و استارتاپ‌های فین تکی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد. *نشریه علمی راهبردهای بازرگانی*، ۱۶(۱۳)، ۱-۱۸.

References

Aghajani, T., Rezazadeh, A., & Shoghi, B. (2014). The effect of Strategic Alliance on Organizational Performance (The case of Alliance between Navard Aluminum Arak & Aluminum Pars). *Journal of Strategic Management Researches*, 20(55), 9-34. (*in Persian*)

Almahdi, H. (2019). The Effects of Alliance Strategies on the Cost Efficiency of Saudi Commercial Banks**.** *Business and Economic Research, Macro think Institute*, 9(1), 84-105.

Aslani Manaf, D., & Barati, A. (2017). Investigating the effect of information technology on improving the efficiency of the organization (Case study: selected branches of Eghtesad Novin Bank in Tehran). *7th Annual Conference on Electronic Banking and Payment Systems*, pp. 1-14. (*in Persian*)

Bachoo, T. (2017). Analysis of the Key Success Factors of the Adoption of Digital Banking: Case of Mauritius. *GRIN Verlag.*

www.SID.ir

Archive of SID

Berghaus, S., & Back, A. (2016). Stages in Digital Business Transformation: Results of an Empirical Maturity Study. *In Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS)*, 1–17.

Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A. and Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.

Bloomberg, J. (2018). Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril. https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-

Bömer, M., & Maxin, H. (2018). Why fintechs cooperate with banks—evidence from germany. *Zeitschrift Für Die Gesamte Versicherungswissenschaft*, 107(4), 359–386.

Broughel, J., & Thierer, A. (2019). *Technological Innovation and Economic Growth: A Brief Report on the Evidence.* Mercatus Research, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, VA, February 2019.

Bussmann, O. (2017). The Future of Finance: FinTech, Tech Disruption, and Orchestrating Innovation. *In R. Francioni & R. A. Schwartz (Eds.), Equity Markets in Transition*, pp. 473– 486.

Cacciolatti, L., Rosli, A., Ruiz-Alba, J., & Chang, J. (2020). Strategic alliances and firm performance in startups with a social mission. *Journal of Business Research*, 106, 106-117.

Carbo Valverde, S. (2003). Predicted and actual costs from individual bank mergers. *Journal of Economics and Business*, 56(2),137-157.

Carter, D. (2018). How real is the impact of artificial intelligence? The business information survey 2018. *Business Information Review*, 35(3), 99–115.

Corbett, E. (2019). More People Are Taking Out Personal Loans as the Fintech Industry Grows. *Retrieved from http://fortune.com/2019/02/21/personal-loans-fintech-new-high/*

Danylo, M. (2016). *Fintech vs Banks: Cooperation or Competition*? Available in: https://www.romexsoft.com/blog/fintech-vs-banks.

Dolati, S. (2018). *Designing a model of interaction with financial technology companies (fintech) in the Iranian banking industry*. PhD Thesis, University of Justice. (*in Persian*)

Eickhoff, M., Muntermann, J., & Weinrich, T. (2017). What do FinTechs actually do? A Taxonomy of FinTech Business Models. *In Proceedings of the International Conference on Information Systems,* pp. 1–19.

Ernst, B. & Young, L.L.P. (2017). Imagining the Digital future. How digital themes are transforming companies across industries.

EY. (2017). *EY Fintech Adoption Index 2017: The Rapid Emergence of FinTech*.

Flejterski**,** S., & Labun, J. (2016). The banking industry and digital innovation: in search of new business models and channels. *European Journal of Service Management*, 20, 5-15.

Gartner, M. (2012). *Gartner says world wide mobile payment transaction value to surpass 171.5 $ billion.* Shanghai, China: press Release.

www.SID.ir

Archive of SID

Goerzen, A. (2007). Alliance Networks and firm performance: The impact of repeated partnerships. *Strategic Management Journal*, 28(6), 487-509.

Goerzig, D., & Bauernhansl, T. (2018). Enterprise Architectures for the Digital Transformation in Small and Medium-sized Enterprises. *In Procedia CIRP,* 67, 540–545.

Gulamhuseinwala, I., Hatch, M., & Lloyd, J. (2017). EY FinTech Adoption Index 2017: The rapid emergence of FinTech. Retrieved from https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/eyfintech-adoption-index 2017/$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf

Hamidizadeh, M., Zareh Ahmadabadi, H., Sangbor, M. (2014). Analyzing of critical success factor of strategic alliances (Case study: Tile & ceramic industrial cluster of Yazd). *Journal of Business Management*, 6(3), 517-534. (*in Persian*)

Harris Muluka, K. (2015). *Influence of digital banking on customer satisfaction: a case of national bank of Kenya bungoma county*. Department of Educational Studies University of Nairobi.

Hess, T., Benlian, A., Matt, C., & Wiesböck, F. (2016). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 123–139.

Hosseini, S. (2017). *New Financial Technology*. Tehran: Navid Mehr. (*in Persian*)

Ito, J., Narula, N., & Ali, R. (2017). The Blockchain Will Do to the Financial System What the Internet Did to Media. *Harvard Business Review*, Digital Article.

Ikechukwu Mbama, C. (2018). Digital Banking Services, Customer Experience and Financial Performance in UK Banks. *A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Sheffield Hallam University*.

Jabar, J., Othman, A. & Idris, M. (2011). EnhancingOrganizational Performance through Strategic Technology Alliances: A Study on Malaysian Manufacturers. *International Journal of Innovation, Management and Technology,* 2 (6), 506-511.

Jaubert, M., Marcu, S., Ullrich, M., Malbate, J.-B., and Dela, R. (2014). *Going Digital: The Banking Transformation Roadmap.* AT Kearney.

Jayadev, M. & Sensarma, R. (2007). Mergerrs in Indian Banking. *Journal of Banking and Finance and Management*, 1-41.

Kahveci, E., & Wolfs, B. (2018). Digital banking impact on Turkish deposit banks performance. *Banks and Bank Systems*, 13(3), 48-57.

Kelman, J. (2016). *The History of Banking: A Comprehensive Reference Source & Guide*. Create Space Independent Publishing Platform.

Kiprotich, S., Kemboi, A., & Kiprop, P. (2015). Moderating Effect of Social Networking on the Relationship Between Entrepreneur Orientation and Performance of Small and Medium Enterprise in Nakuru County, Kenya. *European Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 3(2), 38 –52.

Kim, M. (2015). The effect of strategic alliances on firm productivity in South Korea. *Journal Applied Economics,* 47(47), https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1042140.

www.SID.ir

Archive of SID

Klus, M., Lohwasser, T., Hornuf, L., & Schwienbacher, A. (2018*). How Do Banks Interact with Fintechs?* Forms of Strategic Alliance and Their Economic Impact. pp. 1-40.

Klus, M., Lohwasser, T., Holotiuk, F., & Moormann, J. (2019). Strategic Alliances between Banks and Fintechs for Digital Innovation: Motives to Collaborate and Types of Interaction. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 21, 1-23.

Lee, I. and Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons,* 61(1), 35–46.

Lee, W. (2007). Strategic alliances influence on small medium firm performance. *Journal of Business Research,* 60(3), 731-741.

Transaction Age Monthly (2018). *Way of payment; Iranian Financial Technologies Media.* (*in Persian*)

Manatt, D. (2016). *Growing together: Collaboration between Regional and Community Banks and FinTech*. Manatt, Phelps & Philips, LLP.

McDonald, M. P. (2012). *Digital Strategy Does Not Equal IT Strategy*. HBR Blog Network, available at https://hbr.org/2012/11/digital-strategy-does-not-equa.

Miller, K. (2018, July). Global Fintech investment soars to record US$57B in first half of 2018: KPMG Pulse of Fintech report. Retrieved from: https://home.kpmg/xx/en/home/media/pressreleases/2018/07/global-fintech-investment-soars-to-record-us57b.html

Mohammadian, A., Mirbageri, F., & Khanlari, A. (2020). Identification and Classification of Innovative Applications of Internet of Things in Digital Marketing*. Journal of Business Management*, 11(4), 719-741. (*in Persian*)

Muthoka, M., Oduor, P. (2014). Effects of Strategic Alliances on Organizational Performance: Supermarkets and Their Alliances in Kenya. *European Journal of Business and Management,* 6(34), 75-89.

Najafi F, Irandoost M, Soltanpanah H, Sheikhahmadi A. (2019). A Model for relationship management with fintech and financial startups in banking industry. *Journal of Business Strategies*, 16 (13), 1-18. (*in Persian*)

Nargesian, A., Tahmasebi Aghbolaghi, D., Dindar, Y. (2014). The impact of political marketing tools in public participation (Case study: The citizens of region five in Tehran, Iran). *Journal of Public Administration*, 6(3), 603-624.

Nielsen, B. (2007). Determining international strategic alliance performance: A multidimensional approach. *International Business Review*, 16(2), 337-361.

Nonninger, L. (2019). 2018 was a standout year for fintech funding. Retrieved from: https://www.businessinsider.com/2018-standout-fintech-funding**.**

Ogega, L. (2010). *Strategic alliance between safaricom and equity bank in the money transfer service.* Management research project submitted in partial fulfillment of the requirements for the award of the Degree of Master of Business Administration (MBA) School of Business, University of Nairobi.

www.SID.ir

Archive of SID

Olusanya, S.O., Awotungase, S, A., & Ohadebere E. C. (2012). Effective Planning and Organisational Productivity: (A Case Study Of Sterling Bank Nigeria Plc), *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (JHSS),* 5(5), 31 -39.

Parliamentary Research Report (2019). Investigate the FinTech industry and develop a policy. *Parliamentary Research Center*, pp. 1-72. (*in Persian*)

Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management,* 5(1), 63–77.

Perry, M., Sengupta. S., & Krapfel, R. (2004). Effectiveness of horizontal strategic alliances in technologically uncertain environments, are trust and commitment enough? *Journal of Business Research*, 57(9), 951-956.

Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59(1), 69–76.

Report of Tejarat Bank (2019). Investigating the status of Tejarat Bank's partnership with new technologies. (*in Persian*)

Roshandel Arbatani, T., Moghimi, S., Minavand, M., Khajeheian, D. (2012). Commercialization of Media Entrepreneurs' Digital Innovations. *Journal of Business Management*, 4(1), 71-88. (*in Persian*)

Scardovi, C. (2017). *Digital Transformation in Financial Services*. Springer.

Schueffel, P. (2016). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech. *Journal of Innovation Management,* 4, 32-54.

Scott, S. V., Van Reenen, J., & Zachariadis, M. (2017). The long -term effect of digital innovation on bank performance: An empirical study of SWIFT adoption in financial services. *Research Policy*, 46(5), 984–1004.

Shah Hoseini, M.A., Heidari, A., Aarabi, S.M., Ghaderi Kangavari, S. (2019). Developing a Management Model for R&D Strategic Alliances in Automotive Industry in Iran. *Journal of Business Management*, 11(1), 25-44. (*in Persian*)

Soltani, M., Jafari, S., Binandeh, R. (2017). The Effect of Cooperation in IT Industry on Innovation Performance in Condition of Implementing Coopetition Strategy. *Journal of Information Technology Management*, 9(2), 313-332.

Soltani, M., Babaian Mahabadi, A., & Ayobian, B. (2016). Business leadership in the field of economic defense based on a competitive strategy. *National Conference on Passive Defense and Sustainable Development*, Ministry of Interior.

Soltani, M., Shahbazi, M., Ahmadian, A., & Hamidizadeh, A. (2019). Analytical and systematic overview on the paradigms of co-opetition strategy as a paradox in the strategic management literature. *Iranian journal of management sciences*, 14(53), 100-120.

Soltani, M., Jafari, S.M.B., & Binandeh, R. (2016). Improving Economic Firms Performance through Co-opetition Strategy. *Journal of strategic Management studies*, 7(26), 23-46.

Stuart, T.E. (2000). Interorganizational alliances and the performance of firms, a study of growth and innovation rates in a high-technology industry. *Strategic Management Journal,* 21, 791-811.

www.SID.ir

Archive of SID

Tajik Baghkhas, H. (2014). A model for value creation and value allocation through strategic partnerships in financial services institutions (in the insurance industry and banking). *Ph.D. Thesis*, Allameh Tabatabai University. (*in Persian*)

Talebi, K., Yadollahi Farsi, J., & Miriasl, H. (2017). Identifying the Impact of Strategic Alliances on the Performance of SMEs (Case Study: The Industry of Automotive Parts Manufacturers in Iran). *International Business Research*, 10(6), 227-235.

Taleghani, M., Noorbakhsh Langroodi, M. (2015). The Effect of Information Technology (IT) on the Efficiency of Gilan Regional Electric Company. *Journal of Development & Evolution Management*, (19), 67-76. (*in Persian*)

Temelkov, Z. (2018). Fintech firms opportunity or threat for banks? *International Journal of Information, Business and Management,* 10(1).

TJ Max, B., Wes, P., & Berger, K. (2017). *Managing Strategic Alliances*. (Grossi Mokhtarzadeh, Ejakhloo, Ibn Yamini, Trans). Tehran: Tehran University Press. (*in Persian*)

Wewege, L. (2017). *The Digital Banking Revolution*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Yadav, P., & Marwah, C. (2015). The Concept of Productivity. *International Journal of Engineering and Technical Research*, 3(5).

www.SID.ir