

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور تهران واحد غرب

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد. M.Sc.

رشته: مدیریت MBA

گروه: مدیریت

عنوان :

تاثیر سبک های رهبری بر انتخاب استراتژی در شعب بانک ملت

استان ایلام

حمید شمس اللهی

استاد راهنما :

دکتر اسفندیار محمدی

استاد مشاور:

دکتر جوکار

تابستان ۱۳۹۲

پیشکش به راهگشایان راه زندگی ام

پدرم و مادرم،

آنان که دست‌هایشان برای

دستگیری ام همواره دراز بود و

آغوش‌هایشان برای نوازشم

باز

سپاس‌گزاری

از اینکه در پرتو الطاف خاصّه ی الهی ، در محضر پر فیض اساتید گران
مایه و با همت و پشتکار والا ؛ مزین به نور دانش و منور به پرتو بینش
گردیده و موفق به انجام رساندن پژوهش گشته ام خشنودم و
از اساتید بزرگوارم : جناب آقای دکتر اسفندیار محمدی ، دکتر جوکار
و دکتر محمودی که با کرامتی چون خورشید ، سرزمین دل را روشنی
بخشیدند و گلشن سرای علم و دانش را با راهنمایی های کار ساز و
سازنده بارور ساختند ؛ تقدیر و تشکر نمایم.

چکیده

در این پایان نامه رابطه ی بین انواع سبک های رهبری و انتخاب استراتژی در شعب بانک ملت استان ایلام مورد بررسی قرار گرفته است هدف از گردآوری این پایان نامه بررسی تأثیر سبک های رهبری بر انتخاب استراتژی می باشد. در این پایان نامه داده ها از روش های مطالعات کتابخانه ای و تحقیقات میدانی و با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده اند. این پرسشنامه ها در بین مدیران، معاونین و تعدادی از کارکنان شعب بانک ملت استان ایلام توزیع شده و سپس با استفاده از نرم افزار لیزرل و بر مبنای روش معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شده است. در پایان نامه حاضر به ترتیب به بررسی : کلیات تحقیق (فصل اول)، مبانی نظری و پیشینه ی تحقیق (فصل دوم)، روش تحقیق (فصل سوم)، تجزیه و تحلیل داده ها (فصل چهارم)، جمع بندی، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات (فصل پنجم) پرداخته شده است. طبق نتایج بدست آمده در این پایان نامه بین انواع سبک های رهبری و انتخاب استراتژی رابطه ی معناداری وجود دارد و فرضیه های مربوط به این متغیرها پذیرفته شده است.

واژگان کلیدی: سبک رهبری - انتخاب استراتژی - بانک ملت استان ایلام.

صفحه	عنوان	فهرست مطالب
		چکیده
۱		فصل اول
۲		۱-۱- مقدمه
۲		۲-۱- مهارت ها
۲		۱-۲-۱- مهارت های مفهومی
۲		۲-۲-۱- مهارت های تکنیکی
۳		۳-۳-۱- مهارت های بین فردی
۳		۳-۱- بیان مسأله
۴		۴-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
۵		۵-۱- هدف اصلی پژوهش
۵		۶-۱- اهداف فرعی پژوهش
۵		۷-۱- هدف کاربردی پژوهش
۵		۸-۱- سوال اصلی پژوهش
۵		۹-۱- سوال فرعی پژوهش
۶		۱۰-۱- فرضیه های پژوهش
۶		۱-۱۰-۱- فرضیه اصلی
۶		۲-۱۰-۱- فرضیه های فرعی
۶		۱۱-۱- تعریف مفهومی واژه ها و اصطلاحات پژوهش
۶		۱-۱۱-۱- رهبری
۷		۲-۱۱-۱- سبک های رهبری
۷		۱-۲-۱۱-۱- رهبری تحول گرا
۷		۲-۲-۱۱-۱- رهبری تعامل گرا
۷		۱۲-۱- تعریف عملیاتی
۷		۱۳-۱- استراتژی
۷		۱۴-۱- تعریف عملیاتی
۸		۱۵-۱- متغیرهای پژوهش
۹		۱۶-۱- مدل مفهومی
۱۰		فصل دوم
۱۱		۱-۲- مقدمه
۱۱		۲-۲- مبانی نظری پژوهش
۱۱		۱-۲-۲- رهبری

۱۱	۲-۲-۲- تاریخچه رهبری
۱۴	۳-۲-۲- وظایف رهبری در سازمان
۱۵	۴-۲-۲- سبک های رهبری
۱۵	۱-۴-۲-۲- رهبری تحول گرا
۱۵	۵-۲-۲- مؤلفه های رهبری تحول گرا
۱۵	۱-۵-۲-۲- نفوذ آرمانی
۱۵	۲-۵-۲-۲- انگیزش الهام بخش
۱۵	۳-۵-۲-۲- ترغیب ذهنی
۱۶	۴-۵-۲-۲- ملاحظات فردی
۱۶	۶-۲-۲- رهبری تعامل گرا
۱۶	۷-۲-۲- مؤلفه های رهبری تعامل گرا
۱۷	۸-۲-۲- سبک های مبتنی بر استفاده از اقتدار
۱۷	۹-۲-۲- سیستم های مدیریت لیکرت
۱۸	۱۰-۲-۲- شبکه مدیریت
۱۹	۱۱-۲-۲- رویکرد مسیر- هدف
۱۹	۱۲-۲-۲- سبک های رهبری لوین
۱۹	۱-۱۲-۲-۲- رهبری قدرت طلبانه
۲۰	۲-۱۲-۲-۲- رهبری مشارکتی
۲۰	۳-۱۲-۲-۲- رهبری آزاد منشانه
۲۰	۱۳-۲-۲- مدل های رهبری
۲۱	۱-۱۳-۲-۲- مدل مشروط فیدلر
۲۱	۲-۱۳-۲-۲- مدل شرطی
۲۱	۳-۱۳-۲-۲- مدل اثر بخشی رهبری
۲۲	۴-۱۳-۲-۲- مدل اوج عملکرد
۲۲	۵-۱۳-۲-۲- مدل از تصور تا نتیجه
۲۳	۱۴-۲-۲- مدیریت استراتژیک
۲۳	۱۵-۲-۲- مهارت های مورد نیاز مدیران
۲۳	۱-۱۵-۲-۲- مهارت های مفهومی
۲۳	۲-۱۵-۲-۲- مهارت های تکنیکی
۲۴	۳-۱۵-۲-۲- مهارت های بین فردی
۲۴	۱۶-۲-۲- محیط استراتژیک رهبری
۲۴	۱۷-۲-۲- نقش مدیریت استراتژیک در سازمان
۲۵	۱۸-۲-۲- انتخاب استراتژی

۲۶	۱۹-۲-۲- مدل های انتخاب استراتژی
۲۶	۱-۱۹-۲-۲- مدل BCG
۲۸	۲-۱۹-۲-۲- مدل GE
۲۹	۳-۱۹-۲-۲- مدل پورتر
۳۰	۴-۱۹-۲-۲- مدل SWOT
۳۲	۵-۱۹-۲-۲- مدل SPACE
۳۳	۳-۲- تعاریف تفکر استراتژیک
۳۴	۴-۲- مدیریت استراتژیک در برابر برنامه ریزی استراتژیک
۳۸	۵-۲- برنامه ریزی براساس سناریو
۳۹	۶-۲- انواع استراتژی
۳۹	۱-۶-۲- استراتژی مستقیم
۴۰	۲-۶-۲- استراتژی غیر مستقیم
۴۰	۳-۶-۲- استراتژی گام به گام
۴۱	۴-۶-۲- استراتژی مستمر
۴۱	۵-۶-۲- استراتژی عملیاتی
۴۱	۶-۶-۲- استراتژی توسعه بازار
۴۲	۷-۶-۲- استراتژی بهبود کالا /خدمات
۴۲	۸-۶-۲- استراتژی نوآوری
۴۲	۹-۶-۲- استراتژی ائتلاف افقی
۴۲	۱۰-۶-۲- استراتژی ائتلاف عمودی
۴۳	۱۱-۶-۲- استراتژی سرمایه گذاری مشترک
۴۳	۱۲-۶-۲- استراتژی تنوع بخشی متمرکز
۴۴	۱۳-۶-۲- استراتژی تنوع بخشی مختلط
۴۴	۱۴-۶-۲- استراتژی کاهش یا تغییر مسیر
۴۵	۱-۱۴-۶-۲- کاهش هزینه
۴۵	۲-۱۴-۶-۲- کاهش دارایی
۴۵	۱۵-۶-۲- استراتژی رها کردن
۴۵	۱۶-۶-۲- استراتژی تصفیه کردن
۴۶	۷-۲- تعریف برنامه ریزی استراتژی
۴۶	۸-۲- ویژگی های امور استراتژیک
۴۷	۱-۸-۲- امور استراتژیک بلند مدت است
۴۷	۲-۸-۲- امور استراتژیک در محیط رقابتی معنا دارد
۴۷	۳-۸-۲- امور استراتژیک برای سازمان نقش حیاتی دارد

۴۷	۹-۲- مراحل برنامه ریزی استراتژیک
۴۷	۲-۹-۱- تعریف فلسفه وجودی یا رسالت سازمان
۴۸	۲-۹-۲- تصویر شرایط محیطی
۴۸	۲-۹-۳- ارزیابی نقاط قوت و ضعف
۴۸	۲-۹-۴- اجرای هدف ها
۴۸	۲-۹-۵- استراتژی
۴۹	۲-۱۰-۱- تقسیم بندی برنامه ریزی استراتژیک از نظر زمانی
۴۹	۲-۱۱-۱- عوامل موثر بر برنامه ریزی استراتژیک
۴۹	۲-۱۱-۱- رسالت سازمان
۴۹	۲-۱۱-۲- نمای شرکت
۴۹	۲-۱۱-۲- محیط خارجی
۵۰	۲-۱۲- پیشینه پژوهش های انجام شده پیرامون موضوع
۵۸	۲-۱۳- پیشینه خارجی تحقیق
۶۰	فصل سوم
۶۱	۳-۱- مقدمه
۶۱	۳-۲- روش تحقیق
۶۱	۳-۲-۱- تحقیق کاربردی
۶۲	۳-۲-۲- تحقیق توصیفی
۶۲	۳-۲-۳- تحقیق پیمایشی
۶۲	۳-۳- جامعه آماری
۶۲	۳-۴- تعیین حجم نمونه
۶۳	۳-۵- روش نمونه گیری
۶۴	۳-۶- روش گردآوری داده ها
۶۴	۳-۷- ابزار گردآوری داده ها
۶۴	۳-۸- روایی و پایایی پرسشنامه
۶۴	۳-۸-۱- روایی و اعتبار ابزار سنجش
۶۵	۳-۸-۲- پایایی و قابلیت اعتماد ابزار سنجش
۶۶	۳-۹- روش تجزیه و تحلیل داده ها
۶۶	۳-۹-۱- آمار توصیفی
۶۶	۳-۹-۲- آمار استنباطی
۶۷	۳-۱۰- تشریح مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)
۶۸	۳-۱۰-۱- متغیر پنهان و متغیر قابل مشاهده
۶۸	۳-۱۰-۲- طراحی یک مدل معادلات ساختاری

۶۹	۳-۱۰-۳- بار عاملی
۷۰	۳-۱۰-۴- شاخص‌های برازش مدل
۷۰	۳-۱۰-۴-۱- شاخص‌های مطلق
۷۱	۳-۱۰-۴-۲- شاخص‌های نسبی
۷۲	فصل چهارم
۷۳	۴-۱- مقدمه
۷۴	۴-۲- توصیف متغیرهای جمعیت شناختی
۷۴	۴-۲-۱- توصیف متغیرهای جمعیت شناختی کارکنان
۷۴	۴-۲-۱-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۵	۴-۲-۱-۲- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۷۶	۴-۲-۱-۳- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۷۷	۴-۲-۱-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۷۸	۴-۲-۲- توصیف متغیرهای جمعیت شناختی مدیران و معاونین
۷۸	۴-۲-۲-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۹	۴-۲-۲-۲- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۸۰	۴-۲-۲-۳- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۸۱	۴-۲-۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۸۲	۴-۳- آمار استنباطی
۸۲	۴-۳-۱- تجزیه و تحلیل داده‌ها
۸۲	۴-۳-۱-۱- تحلیل عاملی تأییدی
	۴-۳-۱-۲- تحلیل عاملی تأییدی متغیر مستقل (سبک‌های رهبری) (۸۲)
۸۴	۴-۳-۱-۳- تحلیل عاملی تأییدی متغیر وابسته (استراتژی انتخابی)
۸۷	۴-۳-۲- بررسی مدل ساختاری (تحلیل مسیر) تحقیق
۸۷	۴-۳-۲-۱- آزمون فرضیه‌های تحقیق
۹۳	۴-۴- بررسی میزان برازش مدل‌ها
۹۴	۴-۵- نتایج جانبی تحقیق
۱۰۱	فصل پنجم
۱۰۲	۵-۱- مقدمه
۱۰۲	۵-۲- نتایج و دستاوردهای حاصل از تحقیق
۱۰۲	۵-۲-۱- فرضیه‌ی اصلی: سبک رهبری برانتخاب استراتژی تأثیر گذار است
	۵-۲-۲- فرضیه‌ی فرعی اول: سبک رهبری تحول‌گرا برانتخاب استراتژی تأثیر گذار است
۱۰۲	

۳-۲-۵-فرضیه ی فرعی دوم: سبک رهبری تعامل گرا برانتخاب استراتژی تأثیر گذار است

۱۰۳

۱۰۳

۳-۵-پیشنهادها و توصیه‌های کاربردی

۱۰۳

۴-۵-پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده

۱۰۴

۵-۵-محدودیت‌های تحقیق

صفحه	عنوان
۲۷	جدول ۱-۲- ماتریس مدل GE
۳۶	جدول ۲-۲: مقایسه تطبیقی تفکر و برنامه ریزی استراتژیک (لیدکا ۲۰۰۸)
۶۴	جدول ۱-۳: میزان پایایی در روش آلفای کرونباخ
۶۵	جدول ۲-۳: ضریب پایایی مقیاس‌های پرسشنامه
۷۳	جدول ۱-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۴	جدول ۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۷۵	جدول ۳-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۷۶	جدول ۴-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۷۷	جدول ۵-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۸	جدول ۶-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۷۹	جدول ۷-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۸۰	جدول ۸-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۸۱	جدول ۹-۴: آزمون نرمال بودن داده‌ها
۸۸	جدول ۱۰-۴: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه اصلی
۹۰	جدول ۱۱-۴: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۱
۹۱	جدول ۱۲-۴: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: آزمون فرعی ۲
۹۲	جدول ۱۳-۴: مقایسه شاخص‌های برازش مدل با میزان مجاز
۹۵	جدول ۱۴-۴: تأثیر سبک رهبری تحول‌گرا بر انتخاب استراتژی‌ها
۹۸	جدول ۱۵-۴: تأثیر سبک رهبری تعامل‌گرا بر انتخاب استراتژی‌ها

شکل شماره ۱-۲: فرایندهای مجزا، اما مکمل برنامه ریزی استراتژیک و تفکر استراتژیک (سهرابی، ۱۳۹۱)

۳۴

۶۸	شکل ۱-۳: ساختار کلی مدل معادلات ساختاری
۷۳	شکل ۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۴	شکل ۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۷۵	شکل ۳-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۷۶	شکل ۴-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۷۷	شکل ۵-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت
۷۸	شکل ۶-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل
۷۹	شکل ۷-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن
۸۰	شکل ۸-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سنوات خدمت
۸۲	شکل شماره ۹-۴: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول سبک های رهبری
۸۳	شکل شماره ۱۰-۴: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم سبک های رهبری
۸۴	شکل شماره ۱۱-۴: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول استراتژی انتخابی
۸۵	شکل شماره ۱۲-۴: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استراتژی انتخابی
۸۷	شکل ۱۳-۴: مدل معناداری فرضیه اصلی در حالت تخمین استاندارد
۸۸	شکل ۱۴-۴: مدل معناداری فرضیه اصلی در حالت ضرایب معناداری
۸۹	شکل ۱۵-۴: مدل معناداری فرضیه های فرعی در حالت تخمین استاندارد
۹۰	شکل ۱۶-۴: مدل معناداری فرضیه های فرعی در حالت ضرایب معناداری
۹۳	شکل ۱۷-۴: مدل معناداری نتایج جانبی تحقیق در حالت تخمین استاندارد
۹۴	شکل ۱۸-۴: مدل معناداری نتایج جانبی تحقیق در حالت ضرایب معناداری
۹۶	شکل ۱۹-۴: مدل معناداری نتایج جانبی تحقیق در حالت تخمین استاندارد
۹۷	شکل ۲۰-۴: مدل معناداری نتایج جانبی تحقیق در حالت ضرایب معناداری

فهرست مطالب نمودار

صفحه	عنوان
۸	نمودار ۱-۱- مدل مفهومی
۱۷	نمودار ۱-۲- شبکه مدیریت
۲۸	نمودار ۲-۲- مدل رقابتی پورتر

۳-۱- فرمول نمونه‌گیری کوکران

۶۲

فصل اول

کلیات پژوهش

رهبری^۱ استراتژیک^۲ فرایندی است برای اثرگذاری بر موفقیت مطلوب چشم انداز که به وسیله رهبران مورد استفاده قرار می گیرد، و با تأثیرگذاری بر فرهنگ سازمانی^۳، تخصیص منابع، هدایت از طریق سیاست گذاری و اجماع بر سر محیط جهانی پیچیده، مبهم، غیر قابل اطمینان و فرار که با فرصت ها و تهدیدها مشخص می شود، همراه است.

این نوع رهبری شامل نوعی تصمیم گیری^۴ استراتژیک است که با در نظر گرفتن کلیه تمایلات، تفاوت های شخصیتی، برنامه ها، ذی نفعان سازمان و فرهنگ های مختلف، تحقق می یابد. برنامه هایی که این رهبران طرح ریزی می کنند باید عملی بوده، خوشایند و مقبول ذی نفعان سازمان و نمایندگی ها و مشتریان قرار گیرند.

از آنجایی که استراتژی به عنوان طرحی کلی برای دستیابی به هدف تعریف می شود و هدف از آن برقراری ارتباط بین اهداف، روش ها و امکانات است، هدف از سبک رهبری^۵ و انتخاب استراتژی مناسب، تعیین اهداف، انتخاب بهترین روش رسیدن به این اهداف و استفاده از اثربخش ترین امکانات و وسایل است. استراتژی نوعی طرح است و رهبری استراتژیک تفکر و تصمیم گیری مورد نیاز برای ایجاد یک طرح مؤثر است. مهارت هایی که برای رهبری در سطح استراتژیک مورد نیازند، بسیار پیچیده تر و مبهم تر از مهارت هایی هستند که برای رهبری در سطوح فنی و عملیاتی مورد استفاده قرار می گیرند. در واقع این رهبران به سه نوع مهارت نیاز دارند (فرد، آر دیوید، ۱۳۸۳)^۶.

۱-۲- مهارت های مورد نیاز

۱-۲-۱- مهارت های مفهومی:

ایجاد یک چارچوب مرجع دانشی، مدیریت مسئله و تصویر سازی آینده.

۱-۲-۲- مهارت های تکنیکی:

درک سیستمی، توانایی برقراری روابط چند ملیتی و فراملیتی در عرصه جهانی، شایستگی های اجتماعی و سیاسی.

1 - Leadership
2 - Strategic
3 - Organizational Culture
4 - Decision making
5 - Leadership style
6 - Fred .R David

۱-۲-۳- مهارت های بین فردی

توانایی ایجاد اجماع بر سر موضوعات بحث برانگیز، توانایی مذاکره، توانایی برقراری ارتباطات مناسب. به طور کلی، سبک رهبری و انتخاب استراتژی مناسب، یعنی توانایی یک رهبر ارشد و با تجربه، که دارای چشم انداز و معرفتی برای ایجاد و اجرای طرح ها و تصمیم گیری های نتیجه‌گرا در محیطی استراتژیک، پیچیده، مبهم، نامطمئن و متغیر است. از این رو در پژوهش حاضر به نقش سبک رهبری و انتخاب استراتژی در بانک های ملت در استان ایلام توجه شده است.

۱-۳- بیان مسأله

امروزه بسیاری از بانک های کشور با مشکلات اجرائی، مالی و برنامه ریزی^۱ مواجه هستند. به طوری که باعث افزایش نارضایتی در مشتریان، اتلاف وقت، ناهماهنگی در امور، کاهش نقدینگی و به تبعیت از آن اختلال در عملکرد صحیح بانکی شده است. به گونه ای که تلاش در جهت دستیابی به مدیریت و رهبری کارآمد در شعب بانک ها را امری حیاتی می سازد. بدیهی است مدیریت و رهبری اثربخش^۲ همراه با انتخاب استراتژی های موثر در بانک ها می تواند تاثیر شگرفی بر اقتصاد کشور، گردش صحیح پول، کاهش تورم، و رشد و توسعه اقتصادی^۳ داشته باشد.

به همین منظور، یکی از وظایف مدیران بانک ها ایفای نقش مؤثر در رهبری سازمان متبوع خویش است. این موضوع در جوامع صنعتی زمینه پژوهشی فراوانی را به دنبال داشته و به دستاوردها یا کاربردهای مفیدی منجر شده است. به طوری که نتایج نشان دهنده آن است که، سبک رهبری می تواند بر فرایند تصمیم گیری و در نتیجه بر اثربخشی سازمان تاثیر داشته باشد (پارسائیان، ۱۳۹۰، ص ۲۲۲).

در راستای مطالب فوق، رهبری عبارت است از استفاده از فرایند ارتباط در موقعیتی خاص برای اعمال نفوذ در میان افراد و جهت دادن آن به سوی مقصد یا مقاصد خاص، و سبک رهبری عبارتست از الگوهای رفتاری دائمی و مستمر که افراد در هنگام کار با او و به وسیله دیگران از آن استفاده می نمایند. در حال حاضر نظریه های جدید رهبری سازمان^۴ هر روز افق های جدیدی را در نحوه اداره سازمان ها و حرکت آنها در مسیر رشد و توسعه می گشایند و به مدیران و رهبران آگاهی لازم را جهت رویارویی با تغییر و تحولات محیطی می دهند. زیرا موفقیت سازمان در تحقق اهداف، در گرو چگونگی اعمال مدیریت و سبک رهبری قرار داد (اقتداری، ۱۳۸۹، ص ۲۵).

1 - Planning

2 - Effective Leadership

3 - Economic growth and development

4 - Organization

بنابراین مدیران بانک ها موظفند پس از تجزیه و تحلیل محیط، تعیین جهت‌گیری سازمانی^۱، تعریف مأموریت، ارزش ها، چشم انداز و اهداف سازمانی به تعیین و انتخاب استراتژی‌های مناسب جهت دستیابی به اهداف سازمانی در راستای مأموریت و فلسفه وجودی سازمان بپردازند. لذا در این پژوهش سوالات اساسی ذیل مطرح:

۱- آیا سبک های رهبری بر انتخاب استراتژی در شعب بانک های ملت استان ایلام تأثیر گذار است؟

۲- کدامیک از سبک های رهبری در شعب بانک ملت استان ایلام رایج تر است؟

۳- کدامیک از استراتژی های انتخابی در شعب بانک ملت استان ایلام از اولویت بیشتری برخوردارند؟ و رتبه بندی آنها چگونه است؟

۴- آیا سبک رهبری تحول گرا^۲ بر انتخاب استراتژی در شعب بانک های ملت استان ایلام تأثیر گذار است؟

۵- آیا سبک رهبری تعامل گرا^۳ بر انتخاب استراتژی در شعب بانک های ملت استان ایلام تأثیر گذار است؟

امید است با شناخت نقاط قوت و ضعف موجود راهکارهای ارزنده ای به مسئولان ذیربط ارائه گردد.

۱-۴- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

در شرایط امروزی که بانک ها با محیط رقابتی داخلی و جهانی مواجه اند، همواره نیاز به تغییرات ریشه ای و خلاقیت^۴ در سبک رهبری و مدیریتی احساس می شود. نیروی رقابتی موجود، توسعه و تنوع نیازهای مشتریان، گسترش جمعیت متقاضی خدمات بانکی^۵، بانک ها را مجبور کرده است که بعد از دهها سال ادامه روش ها و رویه های کاری ثابت خود، روش های کاری جدیدی را در پیش گیرند، و برای این که از قافله عقب نیفتند اکثر این بانک ها از سبک های نوین رهبری و مهارت های مدیریت استراتژیک بهره می گیرند. و سعی در ایجاد تغییرات بنیادی^۶ در درون بانک ها دارند. در این میان مطلبی که باید مورد توجه قرار گیرد، توجه دائم بانک ها بر رویدادهای داخلی و خارجی و نظارت بر روندها است. تا بتوانند در زمان مناسب و بر حسب ضرورت در دوره های بلند مدت به شیوه ای موفقیت آمیز، خود را با شرایط در حال

1 - Organizational orientation

2 - Transformational leadership

3 - Interactive leadership

4 - Creativity

5 - Banking Services

6 - Changes

تغییر و نیازهای جدید مشتریان وفق دهند. در چنین شرایطی استراتژیست‌های سازمانی تنها افرادی هستند که می‌توانند مسئولیت موفقیت یا شکست بانک‌ها را بر عهده بگیرند.

به همین منظور در این پژوهش سعی در بررسی و شناخت رابطه بین سبک رهبری و انتخاب استراتژی در شعب بانک ملت استان ایلام داریم. با این امید که راهکارهای مناسبی را ارائه دهیم.

۱-۵- هدف اصلی پژوهش

بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام.

۱-۶- اهداف فرعی پژوهش

- ۱- بررسی و شناخت رایج‌ترین سبک رهبری در شعب بانک‌های ملت استان ایلام.
- ۲- بررسی و شناخت رایج‌ترین استراتژی انتخابی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام.
- ۳- بررسی تأثیر سبک رهبری تحول‌گرا بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام.
- ۴- بررسی تأثیر سبک رهبری تعامل‌گرا بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام.

۱-۷- هدف کاربردی پژوهش

نتایج حاصل از این پژوهش در برنامه ریزی پیرامون بهبود انتخاب استراتژی‌ها و سبک‌های مناسب رهبری در بانک‌ها کاربرد دارد.

۱-۸- سؤال اصلی پژوهش

آیا سبک‌های رهبری بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام تأثیر گذارند؟

۱-۹- سوالات فرعی پژوهش

- ۱- کدامیک از سبک‌های رهبری در شعب بانک‌های ملت استان ایلام رایج‌تر است؟
- ۲- کدامیک از استراتژی‌های انتخابی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام از اولویت بیشتری برخوردارند؟ و رتبه بندی آنها چگونه است؟
- ۳- آیا سبک رهبری تحول‌گرا بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام تأثیرگذار است؟
- ۴- آیا سبک رهبری تعامل‌گرا بر انتخاب استراتژی در شعب بانک‌های ملت استان ایلام تأثیرگذار است؟