

Providing a Model for development Fintech businesses In financial and banking fields

Mohammad Hosein Jafarinasab¹, Mahnaz Rabiei^{2*}, Kiamars Fathi Hafshejani³,

1. PhD Candidate, South Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor at Islamic azad university south Tehran Branch, Tehran, Iran.

3. Assistant Professor at Islamic Azad university south Tehran Branch, Tehran, Iran.

*. Corresponding Author: mahnaz.rabiei@yahoo.com.

Received: 6 April 2022

Revised: 23 October 2022

Accepted: 16 November 2022

Abstract:

The global banking industry is undergoing fundamental changes throughout its history; therefore, banks around the world have to react to these developments. Meanwhile, start-up financial technology companies called Fintech are looking to respond to emerging customer needs and even create new customer needs. According to available statistics, a large number of Fintech businesses have failed for various reasons, such as not having a clear framework for their business development, which has led to a waste of time and a lot of costs. In order to prevent wastage of resources, this study has provided a suitable model for development Fintech businesses In financial and banking fields. The method used in this research is Grounded Theory, which is based on more than a thousand minutes of semi-structured interviews with experts in the Fintech industry. The result of 686 components was the extraction of 112 specific components for the businesses development on Fintech, which finally led to the final research model and theory by doing open, axial and selective coding. In the end, the components of “recognition and creation of value and its accurate measurement” were identified as the central category.

Keywords: Development of startup businesses, Financial Technology, Grounded Theory.

Citation: Jafarinasab, MH., Rabiei, M., & Fathi Hafshejani,. (2022). Providing a Model for development Fintech businesses In financial and banking fields. *Journal of Technology Development Management*, 10(3), 115-146 , <https://doi.org/10.22104/JTDM.2023.5158.2944>

ارائه مدلی مناسب جهت توسعه کسب و کارهای مبتنی بر

فین تک در حوزه مالی و بانکی

محمدحسین جعفری نسب^۱، مهناز ربیعی^{۲*}، کیامرث فتحی هفشجانی^۳

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

۲. استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

*. نویسنده مسئول: mahnaz.rabiei@yahoo.com

پذیرش: ۲۵ آبان ۱۴۰۱

بازنگری: ۱ آبان ۱۴۰۱

دریافت: ۱۷ فروردین ۱۴۰۱

چکیده

صنعت بانکداری جهانی، در حال تحولات اساسی در طول تاریخ خود است؛ بنابراین، بانک‌های سرتاسر دنیا مجبورند به این تحولات واکنش نشان دهند. در همین حال، شرکت‌های نوپای فناوری مالی که به آنها فین تک گفته می‌شود مترصد پاسخ به نیازهای نوظهور مشتریان و حتی خلق نیازهای جدید در مشتریان هستند. طبق آمار تعداد کثیری از کسب و کارهای فین تکی، به دلایل متعدد نظیر نداشتن چارچوب مشخصی برای توسعه کسب و کار خود شکست خورده‌اند که این امر منجر به هدر رفتن زمان و هزینه‌های بسیاری شده است.

این پژوهش باهدف جلوگیری از اتلاف منابع به ارائه مدلی مناسب جهت توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فین تک در حوزه مالی و بانکی پرداخته است. روش مورد استفاده در این پژوهش، نظریه داده بنیاد است که مبنای آن بیش از هزار دقیقه مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان صنعت فین تک بوده است. نتیجه حاصل از ۶۸۶ مؤلفه، استخراج ۱۱۲ مؤلفه اختصاصی برای توسعه کسب و کارها در حوزه فین تک بود که در نهایت با انجام کدگذاری باز، محوری و انتخابی، منجر به مدل و نظریه نهایی پژوهش گردید. در انتها مؤلفه‌های «شناسایی و خلق ارزش و اندازه‌گیری دقیق آن» به عنوان مقوله محوری و مؤلفه‌هایی مانند «شناخت متغیرهای اقتصادی»، «جلب اعتماد مشتریان مالی» و «داشتن شراکت یا حمایت بانک‌های بزرگ» از مهم‌ترین مؤلفه‌ها شناسایی شدند.

واژگان کلیدی: توسعه کسب و کارهای نوپا، فناوری‌های مالی، گرند تئوری (نظریه داده بنیاد)

مقدمه

فناوری مالی یا فین تک به گروهی از شرکت‌ها گفته می‌شود که با استفاده از فناوری‌های مدرن، نوآوری را به حوزه خدمات مالی می‌آورند. برخی شرکت‌های فین تک مستقیماً با بانک‌ها رقابت می‌کنند و برخی دیگر با آن‌ها همکاری کرده و خدمات و کالا در اختیار بانک‌ها قرار می‌دهند. شرکت‌های فین تک در حال بهبود ارائه خدمات مالی با استفاده از ایده‌های نوآورانه، امکان تحویل سریع و افزایش رقابت هستند (روبینی^۱، ۲۰۱۷). لشکر بلوکی^۲ (۲۰۱۹) فناوری‌های مالی را به ۱۰ دسته اصلی زیر تقسیم کرده است:

جدول شماره ۱: دسته‌بندی خدمات مالی (لشکر بلوکی، ۲۰۱۹)

تبدیل دارایی‌های مالی	مبادله دارایی‌های مالی
مانند تبدیل پول به گواهی سپرده بلندمدت توسط بانک‌ها	مانند تبادیل لیر ترکیه با یوان چین توسط صرافان
واسطه‌گری دارایی‌های مالی	حفظ و نگهداری دارایی‌های مالی
مانند اعطای وام از طریق تجمیع سپرده‌ها	مؤسسات پس انداز و وام، بیمه‌های بازنشستگی
کمک به ایجاد دارایی‌های مالی برای مشتریان	ارائه مشورت درباره سرمایه‌گذاری به دیگر مشارکت‌کنندگان
مانند تولید ثروت توسط شرکت‌های مدیریت دارایی	مشاوران سرمایه‌گذاری یا مالی
خرید ریسک و ارائه دارایی مالی مرتبط	تبدیل دارایی‌های فیزیکی به دارایی‌های مالی
مانند صدور بیمه‌نامه	یا اوراق بهادارسازی دارایی‌ها
انتقال دارایی‌های مالی از یک شخص به شخص دیگر	تسهیل فروش دارایی‌های مالی
مانند حواله‌های ارزی صرافان و حواله‌های بانکی	مانند شرکت‌های مشاوره پذیرش و عرضه

می‌توان گفت که فناوری‌های دیجیتالی بیشترین تأثیر را روی رشد فناوری‌های مالی داشته‌اند. روبینی (۲۰۱۷) به این تأثیر اشاره کرده و بیان می‌دارد «فناوری دیجیتال به دو طریق بانک‌ها را به چالش می‌کشد: اول اینکه این فناوری در حال تغییر کسب و کارهای سنتی است. نمونه این امر تعداد

1 . Rubini

2 . Lashkarbulooki

تراکنش‌های مالی‌ای است که از کانال‌های سنتی به نرم‌افزارهای همراه و تحت وب تغییر مکان داده‌اند و از این‌رو گزینه‌های بیشتری به مشتریان ارائه می‌دهند. دیگری نحوه سرعت گرفتن پردازش‌های مالی و کاهش هزینه تراکنش‌هاست.^۱ توسعه فین‌تک و تأثیر آن بر آینده صنعت بانکداری، این روزها از موضوعاتی هستند که بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند (رومانووا^۱، ۲۰۱۶). به نظر می‌رسد فین‌تک یک بازار جدید باشد که مالی و تکنولوژی را با هم ادغام کرده است (آرنر^۲، ۲۰۱۵) و جایگزینی برای ساختارهای مالی سنتی از طریق فرایندهای تکنولوژی محور جدید است (هاچستین^۳، ۲۰۱۶). البته در این بین برخی معتقدند که فین‌تک یک چالشی است که می‌توان آن را تبدیل به فرصت نمود (قلی‌زاده^۴، ۲۰۱۷). آلت^۵ (۲۰۱۲) بر اساس مطالعه‌ای که انجام داده است ۴ موضوع را پیش‌رانهایی برای تغییر صنعت بانکداری بیان می‌کند: پیامدهای بحران مالی، تغییر رفتار مشتریان بانکی، سرعت انتشار راه‌حل‌های نوآورانه فناوری اطلاعات و ظهور غیر بانکی‌ها.

لشکر بلوکی (۲۰۱۹) اعتقاد دارد که کار نهادهای مالی متعارف نظیر بانک‌ها، بیمه‌ها، تأمین سرمایه‌ها، کارگزاری‌ها، صرافی‌ها و ... نوآوری نیست. کار بانک‌ها ایجاد حس اعتماد و اطمینان در مردم است و نمی‌توان ایده‌های جدید را روی مشتریان مالی تست کرد. ولی شرکت‌های نوپا^۶ به راحتی می‌توانند با آزمون و خطا، بهترین راه‌ها را پیدا کنند. بنابراین بانک‌های باهوش به جای اینکه در درون بانک سعی و خطا کنند در بیرون از بانک فضایی را برای نوآوری فراهم می‌کنند. استفاده از رابط برنامه‌نویسی کاربردی^۷ در مقوله بانکداری باز^۸ یکی از مواردی است که منجر به ایجاد و توسعه نرم افزارهای کاربردی^۹ زیادی در حوزه فین‌تک شده است.

فین‌تک‌ها امروزه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار شده‌اند و میزان اهمیت آن را از میزان سرمایه‌گذاری‌هایی که در این صنعت صورت پذیرفته می‌توان یافت. به نقل از دپارتمان تحقیقاتی استاتیستا^{۱۰} در نیمه دوم سال ۲۰۲۱، ارزش کل سرمایه‌گذاری‌ها در شرکت‌های فین‌تک در سراسر

1 . Romanoval

2 . Arner

3 . Hochstein

4 . Gholizadeh

5 . Alt

6 . Startup

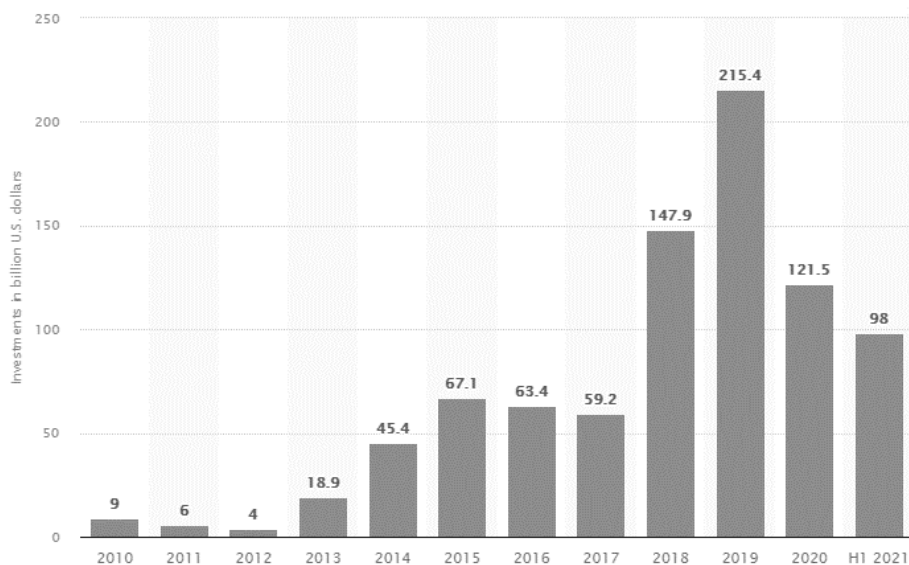
7 . API (Application Programmig Interface)

8 . Opne Banking

9 . Application

10 . Statista Research Department

جهان بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ به طور چشمگیری افزایش یافته و به رقم ۲۱۵,۴ میلیارد دلار رسیده است. هرچند به دلیل شیوع بیشتر همه‌گیری کرونا^۱ در سال ۲۰۲۰، میزان سرمایه‌گذاری‌ها بیش از یک سوم کاهش یافته و به ارزش ۱۲۱,۵ میلیارد دلار آمریکا رسیده بود؛ اما میزان سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۲۱ دوباره افزایش یافته است.



نمودار شماره ۱: میزان سرمایه‌گذاری در فین تک بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱
(دپارتمان تحقیقاتی استاتیستا، ۲۰۲۱)

در ایران و طبق گزارش سالانه شاپرک^۲ (۲۰۲۲) در سال ۱۴۰۰ و همان گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود تعداد تراکنش‌های شبکه شاپرک در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹ رشد ۱۷/۱۵ درصدی داشته است. همچنین ارزش تراکنش‌های شبکه شاپرک نیز با ۳۳/۰۵ درصد افزایش از ۵۳,۵۷۱ هزار میلیارد ریال به ۷۱,۲۷۴ هزار میلیارد ریال در سال ۱۴۰۰ رسیده است.

1 . Corona pandemic

2 . Shaperk's economic report

جدول شماره ۲: مقایسه آمار سالانه تراکنش‌های شاپرک (گزارش سالیانه شاپرک، ۲۰۲۲)

نوع	۱۳۹۹	۱۴۰۰	نرخ رشد
تعداد تراکنش (میلیون تراکنش)	۳۳/۱۶۹	۳۸/۸۵۷	٪ ۱۷/۱۵
مبلغ تراکنش (هزار میلیارد ریال)	۵۳/۵۷۱	۷۱/۲۷۴	٪ ۳۳/۰۵

اهمیت فین‌تک در کشور ایران نیز به‌خوبی حس شده است تا جایی که استارت‌آپ‌ها و حتی بانک‌های زیادی به دنبال ایجاد کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک هستند. شرکت‌هایی چون آسان پرداخت (آپ)، بله، فون پی، فناپ، پی‌پنگ، نسیم و... تنها بخشی از کسب‌وکارهای پرشمار و روزافزون حوزه فین‌تک هستند که میزان سرمایه‌گذاری در این حوزه نشان از اهمیت کنونی این صنعت دارد. مرکز پایش تجارت الکترونیکی ایران، در آخرین گزارش پانوراما فین‌تک^۱ (۲۰۲۱) به بیش از ۳۰۰ شرکت نوپا و بزرگ در اکوسیستم صنعت فین‌تک اشاره می‌کند که این تعداد نشان از اهمیت این حوزه در کشور دارد. با اینحال تعداد کثیری از کسب‌وکارهای فین‌تکی همچون سایر کسب و کارهای نوپا با وجود سرمایه‌گذاری‌های کلان، به دلیل نداشتن چارچوب مشخصی برای توسعه کسب‌وکار خود شکست‌خورده‌اند. وبسایت سیبی اینسایت^۲ (۲۰۲۱) که در حوزه فناوری‌های نوین فعالیت می‌نماید با بررسی بیش از ۱۱۰ کسب و کار نوپای شکست‌خورده، به دلایل شکست آن‌ها پرداخته است. در این بررسی ۱۲ عامل شکست کسب و کارهای نوپا شناسایی شدند که نداشتن مدل کسب و کار چهارمین عامل مهم شکست آن‌ها شناسایی شده است. بنابراین نبود و یا کمبود مدلی برای توسعه کسب‌وکارهای فین‌تک مخصوصاً برای صنعت نوپای آن در ایران به‌شدت احساس می‌شود تا مانع از هدررفت زمان و هزینه‌های بسیاری شود که کسب‌وکارهای نوپا برای شکل‌گیری خود صرف کرده‌اند. برای مدل کسب‌وکار تعاریف مختلفی بیان شده است. به‌عنوان مثال ماگرتا^۳ (۲۰۰۲) در مجله کسب‌وکار هاروارد این‌طور می‌نویسد: «مدل‌سازی کسب‌وکار معادل مدیریتی یک روش علمی است که در آن شما با یک فرضیه شروع می‌کنید، سپس آن را در عمل آزمایش می‌کنید و در صورت لزوم در مورد آن تجدیدنظر می‌کنید». گسیدوفر^۴ (۲۰۱۷) بیان می‌کند: «یک مدل کسب‌وکار چگونگی ایجاد،

1 . FinTech Panorama Report

2 . CBInsights

3 . Magretta

4 . Geissdoerfer

دریافت و انتقال ارزش در یک سازمان را در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و... توصیف می‌کند. روند ساخت و اصلاح مدل کسب و کار نیز نوآوری مدل کسب و کار خوانده می‌شود که بخشی از استراتژی تجارت را تشکیل می‌دهد». همین‌طور وب‌سایت معتبر کانکتس^۱ (۲۰۲۱) بیان می‌دارد که «مدل کسب و کار به استراتژی‌ای اشاره دارد که یک کسب و کار برای کسب سود ایجاد می‌کند. این توضیحی است درباره اینکه چگونه یک شرکت برای ارائه ارزش به مشتریان در محدوده قیمت معقول برنامه‌ریزی می‌کند». علی‌رغم اینکه تعریف واحدی از مدل کسب و کار وجود ندارد، محقق با مطالعه تعاریف مختلف به این تعریف رسیده است که: «مدل کسب و کار چارچوبی است برای ایجاد ارزش. در حقیقت مدل کسب و کار مشخص می‌کند که «چه» فعالیت‌هایی، «چگونه» و «چه زمانی» انجام شود، «چه منابعی» برای اجرای این فعالیت‌ها موردنیاز است، «چه جایگاهی» در رابطه با فعالیت‌های انجام شده کسب می‌شود، تا سودآوری و منافع مشتریان و کسب و کار فراهم گردد». پولاک^۲ (۲۰۱۲) در مجله فوربس^۳ توسعه کسب و کار را این‌گونه تعریف می‌کند: «توسعه کسب و کار، خلق ارزش بلندمدت برای یک سازمان از طریق مشتریان، بازار و روابط است». همین‌طور هموندروف^۴ (۲۰۱۹) ضمن تأیید تعریف پولاک، توسعه کسب و کار را این‌طور تشریح می‌کند: «پایه‌ای‌ترین تعریفی که برای توسعه کسب و کار می‌توان داشت، خلق ارزش برای یک سازمان یا یک کسب و کار است. این امر می‌تواند ناشی از طوفان فکری‌ای از ایده‌های جدید، ابتکارات و فعالیت‌هایی به‌منظور افزایش سودآوری سازمان باشد».

با توجه به مطالب بیان شده می‌توان بیان کرد که بین «مدل کسب و کار» و «توسعه کسب و کار» تفاوت‌هایی وجود دارد. از مهمترین تفاوت‌ها به این نکته می‌توان اشاره کرد که در مدل کسب و کار تمرکز بر خلق ارزش و دریافت پول از مشتریان بابت ارزش خلق شده است، اما در توسعه کسب و کار تمرکز علاوه بر خلق ارزش، بر ایجاد مزیت‌های رقابتی بیشتر به منظور خلق ارزش بیشتر و بالطبع رشد و توسعه درآمدی بالاتر است.

بعد از آشنایی با فین تک و میزان اهمیت و گسترش روزافزون آن و همچنین آشنایی با مفهوم توسعه کسب و کار و نقش مدل کسب و کار در بقاء و توسعه کسب و کارهای نوپا، سؤال مهمی که در اینجا مطرح می‌شود اینست که کسب و کارهای فین تکی در ایران با هزینه‌های بالای ایجاد و نگهداری،

1 . connects

2 . Pollack

3 . Forbes

4 . Hundrev

برای توسعه خود باید چه اقداماتی را انجام دهند تا از روندهای جهانی این حوزه عقب نمانده و شکست نخورند؟ مدل و چارچوب توسعه کسب و کارهای نوپا در حوزه فین تک چگونه است؟ آیا برای فین تک‌ها مدلی برای توسعه کسب و کارها در این حوزه ارائه شده است؟

بنابراین در این پژوهش ضمن بررسی تحقیقات صورت گرفته، مدلی جهت توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فین تک در حوزه مالی و بانکی استخراج شده است. این مدل به روش تئوری داده بنیاد و براساس مصاحبه با خبرگان صنعت و با انجام کدگذاری باز، محوری و انتخابی ارائه شده است. از میان مؤلفه‌های شناسایی شده در این مدل، مؤلفه‌های «شناسایی و خلق ارزش و اندازه‌گیری دقیق آن» به‌عنوان مقوله محوری و مؤلفه‌هایی مانند «شناخت متغیرهای اقتصادی»، «جلب اعتماد مشتریان مالی» و «داشتن شراکت یا حمایت بانک‌های بزرگ» از مهم‌ترین مؤلفه‌ها شناسایی شدند.

پیشینه تحقیق

در این بخش ابتدا تحقیقاتی که در حوزه مدل‌های کسب و کار و حوزه صنعت فین تک انجام شده است مورد بررسی قرار گرفته است. سپس با توجه به تحقیقات انجام شده و جمع‌بندی پیشینه تحقیق، به شکاف تحقیقاتی و نوآوری تحقیق حاضر اشاره شده است. برای درک بهتر پژوهش‌های صورت پذیرفته مرتبط با پژوهش حاضر، پیشینه تحقیق به دو قسمت «پیشینه تحقیق در زمینه مدل‌های کسب و کار» و «پیشینه تحقیق در صنعت فین تک» دسته‌بندی شده است.

پیشینه تحقیق در زمینه مدل‌های کسب و کار

در حوزه مدل‌های کسب و کار تحقیقات زیادی انجام شده است. این تحقیقات را به ۳ دسته می‌توان تقسیم کرد. دسته اول تحقیقاتی که در آن‌ها ضمن بررسی مؤلفه‌های اثرگذار بر روی توسعه کسب و کار، ارتباطی که این مؤلفه‌ها باهم دارند نیز بررسی شده است که نمونه این تحقیقات در جدول شماره ۳ آورده شده است. از بین مدل‌های کسب و کار اشاره شده در این جدول، مدل توسعه کسب و کار استروالدر و پیگیور^۱ در سال ۲۰۱۰ با عنوان «بوم مدل کسب و کار»^۲ از استقبال بسیار زیادی از سوی کسب و کارها مواجه شده است.

1 . Osterwalder & Pigneur

2 . Business Model Canvas

جدول شماره ۳: مروری بر پژوهش‌ها در حوزه مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب و کار (نگارندگان)

سال	نویسنده	نتایج
۱۹۹۸	تیمرز ^۱	محصولات و خدمات، بازیگران و منافع آنها، نقش‌ها، اطلاعات، منابع درآمدی، استراتژی و بازاریابی
۲۰۰۰	مه‌ادوان ^۲	جریان ارزشی برای شبکه، شرکا و خریداران، جریان بازدهی و سودآوری، جریان تأمین، پایداری
۲۰۰۰	لیندر ^۳	ارزش ارائه شده، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها، فعالیت‌ها و فرایندها، پیاده‌سازی و اجرا، مدل درآمد، قیمت‌گذاری
۲۰۰۱	آلت و زیمرمن ^۴	مأموریت، ساختار، فرایندها، سوددهی
۲۰۰۱	اپلگیت ^۵	فرصت‌های بازار، محصول، پویایی، استراتژی، افراد و شرکا، فرهنگ سازمانی، مدل توسعه کسب و کار، ارزش آفرینی، سودآوری، شهرت، عملکرد مالی
۲۰۰۱	آفوا و توچی ^۶	ارزش آفرینی، قابلیت‌ها، فعالیت‌ها، پیاده‌سازی، محدوده، ساختار درآمدی، ساختار هزینه‌ای، قیمت‌گذاری، سودآوری
۲۰۰۱	ویل و ویتال ^۷	ارزش آفرینی، تعاملات، اطلاعات، استراتژی، شایستگی‌های کلیدی، محصول، فناوری اطلاعات، مشتری
۲۰۰۱	پترویک ^۸	مدل ارزش، درآمد، تولید، منابع، ارتباط با مشتری، سرمایه، مدل بازار
۲۰۰۲	آمیت و زوت ^۹	محتوای تراکنش‌ها، ساختار تراکنش‌ها، نظام مندی تراکنش‌ها، خلق ارزش
۲۰۰۲	ماگرتا ^{۱۰}	تعریف مشتری، ارزش مدنظر مشتری، منطق درآمدی، منطق اقتصادی
۲۰۰۴	استروالد ^{۱۱}	ارائه ارزش، قابلیت‌ها، نحوه شکل‌گیری ارزش، کانال‌های توزیع، روابط با مشتریان، مشتریان، شرکا، مدل درآمدی، ساختار هزینه‌ای
۲۰۰۵	استروالد	ارزش، مشتری هدف، کانال توزیع، ارتباطات، پیکربندی ارزش، قابلیت‌های سازمانی، شبکه‌های همکار، ساختار هزینه، مدل درآمدی
۲۰۰۷	آمیت و زوت ^{۱۲}	محتوای تعاملات، ساختار تعاملات، اداره امور معاملات، ارزش طراحی، ارتباط و پیوند با ذینفعان خارجی
۲۰۱۰	استروالد و پیگیور	ساختار هزینه، مدل درآمدی، مشتریان، منابع کلیدی، کانال‌ها، ارتباط با مشتریان، ارزش پیشنهادی، فعالیت‌های کلیدی، شرکای کلیدی
۲۰۱۰	کاسادوسوس ^{۱۳}	ارزش آفرینی، مشتریان، ساختار درآمدی، ساختار هزینه‌ای
۲۰۱۲	منطقی ^{۱۴}	ارزش پیشنهادی، سیستم ارزش، طرح بازار، تعامل با مشتری، فرایند ارزش افزوده، کسب ارزش

سال	نویسنده	نتایج
۲۰۱۸	اوه ^{۱۵}	بیان می‌دارد که شرکای کلیدی تأثیر بسزایی بر کسب‌وکارهای الکترونیکی دارند.
۲۰۱۹	گاگانیس ^{۱۶}	در پژوهش خود دریافتند که ابعاد فرهنگ ملی نقش مهمی در کسب‌وکارهای الکترونیک ایفا می‌کند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد: فردگرایی، مردانگی و گرایش طولانی‌مدت تأثیر مثبتی بر سودآوری دارد، درحالی‌که فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان اثر منفی بر سودآوری کسب‌وکار دارد. همچنین دریافتند که میزان تأثیر فرهنگ ملی بر سودآوری به ثبات سیاسی و کیفیت نهادی بستگی دارد.
۲۰۱۹	لشکر بلوکی	سرمایه‌گذاری داخلی، نوآوری باز، شراکت راهبردی، دانش، مهارت، ایده‌های بیرونی اثرات شبکه‌ای، دولت، مصرف‌کننده، تولیدکننده، ارزش محصول، تحمل تغییرات، درآمد، قابلیت تطابق، هزینه، کشش، ابزار جدید، تسهیل کردن، معیارها، ابزار مصرف، نگهداری، سادگی، یکپارچگی
۲۰۲۱	واسکا ^{۱۸}	بیان می‌دارد که تحول دیجیتال در اکثر صنایع بر خلق، انتقال و جذب ارزش اثرگذار است. همچنین بیان می‌دارد که تحول دیجیتال کسب‌وکارها را قادر می‌سازد تا از طریق تولید سفارشی برای مشتریان خود ارزشی را خلق نمایند. برای این منظور شرکت‌ها باید اولاً دانش دست‌اول فناوری‌های دیجیتال را برای مدیریت مؤثر روابط با مشتریان داشته باشند. ثانیاً، باید آماده باشند تا نقش خود را با ورود بازیگران جدید به اکوسیستم تغییر دهند. ثالثاً، فعالیت‌ها و فرایندهای خود را تغییر دهند. چهارم، قابلیت‌های یکپارچه برای شرکت‌ها برای مقابله با تغییرات در زنجیره ارزش و محیط زیست اکوسیستم ایجاد کنند. پذیرش فناوری‌های توانمندساز جدید به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که عدم اطمینان در تصمیم‌گیری را کاهش دهند و ارزش را از صمیمیت مشتری بهبودیافته و خدمات برتر به دست آورند.

- 1 . Timmers
- 2 . Mahadevan
- 3 . Linder
- 4 . Alt & Zimmerman
- 5 . Applegate
- 6 . Afuah & Tucci
- 7 . Weill & Vitale
- 8 . Petrovic
- 9 . Zott & Amitt
- 10 . Magretta
- 11 . Osterwalder
- 12 . Zott & Amitt
- 13 . Casadesus
- 14 . Manteghi
- 15 . Oha
- 16 . 18. Gaganis
- 17 . Krista
- 18 . Vaska

دسته دوم تحقیقاتی هستند که به موضوع اهمیت مدل های کسب و کار پرداخته اند. به عنوان نمونه محمد کاظمی^۱ (۲۰۲۱) در مقاله ای با عنوان بررسی تأثیر نوآوری مدل کسب و کار بر خلق مزیت رقابتی بیان می دارد که: «نوآوری مدل کسب و کار می تواند منجر به توانمندی کارآفرینانه شرکت ها شود و آن می تواند منجر به بهبود عملکرد و دستیابی به مزیت رقابتی بالاتری برای شرکت ها شود». دسته سوم تحقیقاتی هستند که به بررسی و تجمیع نتایج تحقیقات دیگر پرداخته اند که از این نوع می توان به مقاله ای با عنوان نوآوری مدل کسب و کار بر بسترهای نرم افزاری (کریستا^۲، ۲۰۱۹) اشاره کرد. در این مقاله بررسی جامعی در مورد ادبیات مدل های کسب و کار بر بستر نرم افزار با کلید واژه های دیجیتال، پلتفرم، مشخصه، اکوسیستم، ارزش و اختلال انجام شده است. در این بررسی که بین ۱۶ منبع بین سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۶ انجام شد ۱۸ ویژگی مهم برای ایجاد یک اکوسیستم پلتفرم شناسایی شد که در جدول شماره ۴ به همراه میزان فراوانی آن آمده است. براین اساس ویژگی های اثرات شبکه ای، دولت، مصرف کننده، تولیدکننده و ارزش محصول بیشترین تکرار را بین سایر ویژگی ها داشتند.

جدول شماره ۴: مدل کسب و کار بر بسترهای نرم افزاری (کریستا و همکاران، ۲۰۱۹)

ویژگی ها به همراه تعداد تکرار
اثرات شبکه ای (۱۵)، دولت (۱۳)، مصرف کننده (۱۲)، تولیدکننده (۱۲)، ارزش محصول (۱۱)، تحمل تغییرات (۹)، کسب درآمد (۷)، قابلیت تطابق (۶)، هزینه (۵)، کشش (۵)، ابزار جدید (۴)، تسهیل کردن (۴)، فیلتر کردن (۴)، معیارها (۳)، نگهداری (۳)، سادگی (۳)، یکپارچگی (۳)، ابزار مصرف (۲)،

با نگاهی به تحقیقات گذشته می توان متوجه شد که محققان در مدل های کسب و کار رویکردهای متفاوتی را پیش گرفتند. لکن امروزه شرکت ها برای موفقیت نیاز به مجموعه ای از مدل های کسب و کار دارند تا منابع رقابت پذیری را تسهیل نمایند (ماسانل و ریکارت^۳، ۲۰۱۰).

پیشینه تحقیق در صنعت فین تک

تحقیقات در حوزه فین تک با توجه نوپا بودن این صنعت، هم به لحاظ تعداد و هم به لحاظ موضوعات نسبت به موضوع مدل کسب و کار کمتر مورد توجه قرار داشته است. اما به مرور و با توجه به اهمیت

1 . MohammadKazemi

2 . Krista

3 . Masanell & Ricart

روزافزون این صنعت تحقیقات در این زمینه روزبه‌روز بیشتر شده است. تعدادی از تحقیقات صورت پذیرفته در این دسته که منجر به استخراج و شناسایی عوامل مؤثر در توسعه صنعت فین تک شده است به صورت جدول شماره ۵ آورده شده است.

جدول شماره ۵: مروری بر پژوهش‌ها در حوزه مدل کسب و کار فین تک (نگارندگان)

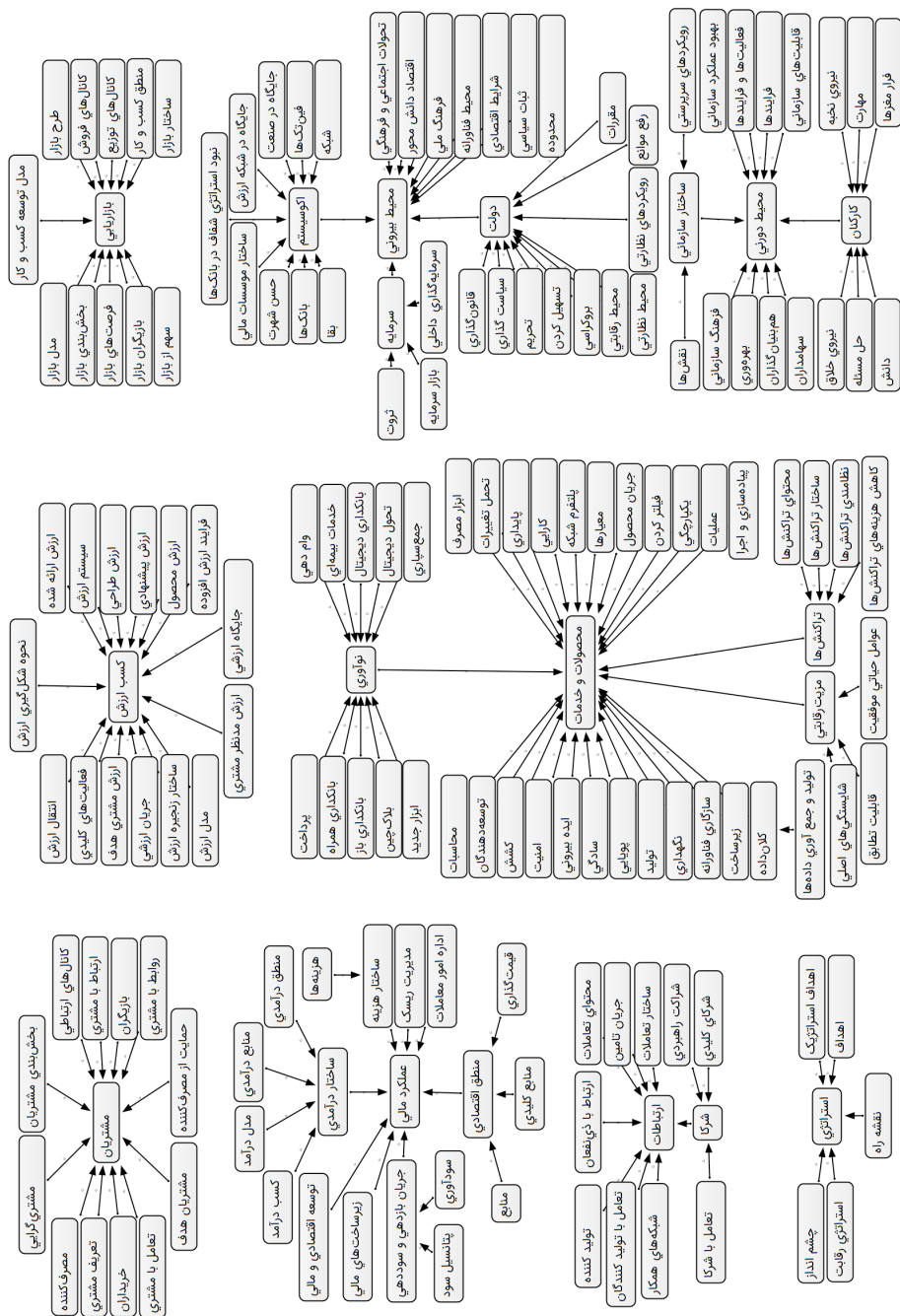
سال	نویسنده	نتایج
۲۰۱۷	آیخوف ^۱	یک طبقه‌بندی نسبتاً جامعی از مدل‌های کسب‌وکارهای حوزه فین تک ارائه داده است: <u>ابعاد اصلی شناسایی شده</u> : ارزش پیشنهادی، کانال‌های توزیع، مشتریان، جریان درآمدی، ارائه خدمت/محصول و مؤلفه فناوری غالب شناسایی شده اند.
۲۰۱۸	اینلی ^۲	مدل‌های کسب‌وکار در حوزه فین تک را در قالب‌های شش‌گانه زیر بیان کرده: پرداخت، مدیریت ثروت، جمع‌سپاری، وام‌دهی، بازار سرمایه، خدمات بیمه‌ای
۲۰۱۹	میلیان ^۳	نوآوری، مدل کسب‌وکار، عملیات، مقررات، سازگاری فناوری، امنیت، بلاک‌چین، بانکداری همراه، بیومتریک، کلان داده و مدیریت ریسک
۲۰۱۹	اسدالله ^۴	الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فین تک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی را مورد بررسی قرار داده است: <u>پیشرانهای مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک</u> : ساختار مؤسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان بانک، توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی و محیط کسب‌وکار. <u>ابعاد مدل کسب‌وکار</u> : خدمات پیشنهادی ارائه شده، سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و مدیریت مالی. <u>پیامدهای طراحی مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک</u> : شاخص‌های بهبود فضای کسب‌وکار، بهبود عملکرد سازمانی و بانکداری مجازی
۲۰۲۰	پاینده ^۵	مروری نظام‌مند بر ادبیات علمی با موضوع همکاری بانک و فین تک داشته است و این حوزه را به ۶ قسمت دسته‌بندی کرده است: فین تک، فین تک و کل اکوسیستم اقتصاد، فین تک و نهادهای مالی، فین تک و مشتری، فین تک و دولت، فین تک و تأثیرات اجتماعی
۲۰۲۰	نجفی ^۶	عوامل مؤثر بر تعامل بانک‌ها و فناوری‌های نوین مالی به روش ترکیبی اکتشافی شناسایی و رتبه‌بندی شده است: <u>عوامل دینفعان</u> : مشتریان، فین تک‌ها، تأمین کنندگان، سهامداران. <u>عوامل سازمانی</u> : ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، ریسک‌های سیستم بانکی. <u>عوامل مالی</u> : توانایی مالی بانک‌ها، نیاز مالی فین تک‌ها، تمایل بانک به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین. <u>عوامل محیطی</u> : محیط سیاسی و قانونی، محیط اقتصادی، محیط فناوری، محیط رقابتی

سال	نویسنده	نتایج
۲۰۲۱	مردای ^۷	به بررسی فرآیند توسعه استارت آپ‌های فین تک در ایران با تاکید بر عوامل و موانع پیش‌رو پرداخته است: <u>عواملی علی:</u> نار کارآمدی بانک‌ها در ارائه خدمات خرد به مشتریان، تحولات اجتماعی و فرهنگی، تحولات فناوری. <u>عوامل زمینه‌ای:</u> شرایط کلان اقتصادی به ویژه تحریم، چالش‌های قانون گذاری، عدم وجود استراتژی شفاف در بانک‌ها برای همکاری با فین تک‌ها، چالش مدیریت مشتریان. عوامل مداخله‌گر: ویژگی‌های فردی و کارآفرینانه هم‌بنیان گذاران، قابلیت‌های استارت آپی. <u>راهبردها:</u> تدوین استانداردها و قوانین جدید، ترسیم نقشه راه بانکداری دیجیتال، پیاده سازی اصول بانکداری باز. <u>پیامدها:</u> رفع موانع و توسعه استارت آپ‌های فین تک، عدم رفع موانع و نابودی استارت آپ‌های فین تکی
۲۰۲۲	غفاری ^۸	به شناسایی الگوی توسعه صنعت فین تک در ایران با رویکرد نظام نوآوری فناورانه پرداخته شده است: <u>مکانیزم تحریکی:</u> درک اهمیت جایگاه فین تک در اقتصاد دانش محور، ورود بازیگران قابل اعتماد به حوزه فین تک، ویژگی‌های فردی فعالان این حوزه تعاملات داخلی. <u>مکانیزم‌های مانع شونده:</u> عدم یکپارچگی افقی، فقدان متولی مقتدر، عدم مشارکت همه ذی‌نفعان در سیاست‌گذاری، فرار مغزها، عدم تعاملات بین‌المللی کافی، عدم اعتماد عمومی در بکارگیری فناوری‌های مالی، بوروکراسی سختگیرانه در این حوزه. <u>موضوعات سیاسی:</u> به‌روزرسانی و تمرکز قوانین تنظیمی، یکپارچگی افقی سیاست‌گذاری، شکستن انحصار در این حوزه، حمایت از جوانان نخبه، تربیت نیروهای خلاق، ایجاد فضای تعاملی داخلی و خارجی بیشتر
۲۰۲۲	فین ^۹	این گزارش در بانک جهانی است که از یک سو شاخص‌ها و پیامدهای فین تک و تحول دیجیتال در خدمات مالی را بر بازار بررسی و از سوی دیگر مقررات و نظارت و نحوه تعامل این دو را بررسی کرده است

- 1 . Eickhoff
- 2 . In Lee
- 3 . Milian
- 4 . Asadollah
- 5 . Payandeh
- 6 . Najafi
- 7 . Moradi
- 8 . Ghaffari
- 9 . Feyen

شکاف تحقیقاتی و نوآوری تحقیق

شکل شماره ۱ حاصل جمع‌بندی پیشینه تحقیق در حوزه مدل‌های توسعه کسب‌وکار و حوزه فین‌تک است. در این شکل مؤلفه‌های شناسایی شده توسط محققین پیشین در حوزه‌های مذکور جمع‌آوری و ارتباط بین آن‌ها نمایش داده شده است. محقق با بررسی پیشینه تحقیق مؤلفه‌های برآمده از تحقیقات گذشته را در ۸ دسته تقسیم‌بندی کرده است. این دسته‌بندی شامل «مشتریان»، «عملکرد مالی»، «ارتباطات»، «کسب ارزش»، «محصولات و خدمات»، «بازاریابی»، «محیط بیرونی» و «محیط درونی» هستند. بادقت در شکل شماره ۱ می‌توان متوجه شد مؤلفه‌های «کسب ارزش»، «محصولات و خدمات» و «محیط بیرونی» بیشترین مؤلفه‌های اثرگذار در حوزه مدل‌های کسب‌وکار را به خود اختصاص داده‌اند. همین‌طور از شکل ۱ می‌توان متوجه شد که مؤلفه‌های مرتبط با صنعت فین‌تک با توجه به نوپا بودن این صنعت چندان مورد توجه محققین قرار نگرفته است. هرچند در حوزه‌های ادبیات فین‌تک، طبقه‌بندی فین‌تک، ابعاد و مشخصه‌های فین‌تک مطالعاتی صورت پذیرفته است؛ اما مدل‌سازی برای خلق ارزش بلندمدت برای یک شرکت فین‌تک از طریق ابعاد شناسایی شده صورت نگرفته است؛ لذا جنبه نوآورانه پژوهش حاضر را می‌توان در این ایده یافت که در این پژوهش ضمن شناسایی اجزای تشکیل‌دهنده مدل توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک، مدلی جهت خلق ارزش ارائه شده و بر اساس آن کسب‌وکارهای این صنعت پیشرفت کرده و خود را در رقابت‌های جهانی بیازمایند.



روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی با روش کیفی و بر مبنای تئوری داده‌بنیاد است. دلیل اصلی برای انتخاب این روش اینست که باتوجه به پیشینه تحقیق مشخص شد که موضوع مدل‌سازی توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک در حوزه مالی بانکی در شرکت‌های فین‌تک به‌خصوص شرکت‌های ایرانی تاکنون به‌صورت مستقل موردتوجه پژوهشگران قرار نداشته است. همچنین محقق در تلاش بوده است تا باتوجه به رشد روزافزون دانش به‌خصوص در عرصه نوپای فین‌تک، از آخرین اطلاعات و دانش خبرگان این صنعت بهره‌برد. از طرفی گلیرز^۱ (۱۹۹۸) بیان می‌دارد که پژوهشگرانی که از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده می‌کنند، دغدغه و دل‌نگرانی اصلی شرکت‌کنندگان را شناسایی می‌کنند و بیان می‌دارند که چگونه این دغدغه به دست آنان حل می‌شود. در روش نظریه داده‌بنیاد، به‌جای استفاده از داده‌ها برای آزمون نظریه، از داده‌ها برای «ایجاد نظریه» استفاده می‌شود. فرهنگی^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی که به بررسی روش تئوری داده‌بنیاد انجام داده است بیان می‌دارد که از طریق روش نظریه داده‌بنیاد، پژوهشگران ایرانی می‌توانند به صورتی مؤثرتر، نظریه‌های خود را به شیوه‌های علمی ارائه کنند و تنها به آزمون و واری نظریه‌های دانشمندان خارجی بسنده نمی‌کنند؛ بنابراین به دلیل اینکه در کشور ما مدل جامع و مدونی در خصوص موضوع وجود نداشته و تحقیقات پراکنده‌ای در عناوین و موضوعات وجود داشته است؛ لذا محقق با دریافت نظر خبرگان به این نتیجه رسید که باید با استفاده از یکی از روش‌های تحقیق کیفی اقدام به تدوین مدل نماید. روش داده‌بنیاد نیز در این حوزه از بهترین تکنیک‌های تحقیق کیفی است.

در این پژوهش برای شناسایی عوامل زمینه‌ای از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده گردید و سپس با استفاده از روش تحلیل داده‌ها که در تئوری داده‌بنیاد تعریف شده، اطلاعات گردآوری شده تحلیل شدند. در این پژوهش، جامعه آماری شامل خبرگان صنعت فین‌تک در حوزه مالی و بانکی بوده که دارای خصوصیات نظیر «سابقه راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه فین‌تک»، «تحصیلات عالی در حوزه‌های مرتبط اقتصاد و مدیریت کسب‌وکار» و «مدیریت رده‌بالای چند کسب‌وکار موفق در حوزه فین‌تک» بوده‌اند و بر اساس روش گلوله برفی انتخاب شده‌اند. حجم نمونه یا به عبارتی تعداد مصاحبه‌شوندگان در حین کار مشخص شد؛ زیرا در پژوهش‌های کیفی اشباع

1 . Glaser

2 . Farhangi

شدن اطلاعات مهم‌تر از تعداد افراد مورد مصاحبه است، بدین معنی که محقق گرفتن اطلاعات را باید تا زمانی ادامه دهد که اطلاعاتی که از شرکت کنندگان جمع‌آوری می‌کند، تکراری شده و اطلاعات جدیدی به دست نیاید. در کل حجم نمونه در تحقیق کیفی امری نسبی است و اندازه آن می‌تواند کوچک یا بزرگ باشد (حاج باقری^۱ و همکاران، ۱۳۸۵). با در نظر گرفتن نکات فوق در مجموع در این مطالعه ۱۴ مصاحبه انجام و ضبط گردید. مصاحبه با سؤالات باز و به صورت نیمه ساختار یافته انجام گرفت و مصاحبه‌شونده مختار بود تا آنجا که تشخیص می‌دهد، به سؤالات پاسخ دهد و مقوله‌ها را توصیف و تشریح نموده و دلایل اقدامات و جستجوی خود را به زبان بیاورد. مدت زمان مصاحبه برای مشارکت‌کنندگان از ۶۰ دقیقه تا ۳۰۰ دقیقه (به صورت گسسته) به طول انجامید. برای جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزار اطلس تی‌آی^۲ استفاده شده است. بعد از مرحله پیاده‌سازی داده‌ها، تحلیل داده‌ها به روش کدگذاری باز انجام شد. در کدگذاری باز متن مصاحبه‌ها بارها خوانده و برای بخش‌های مهم، مفاهیمی که به ذهن می‌رسید در نظر گرفته شد. بخش‌های مرتبط با هر مفهوم علامت‌گذاری و به آنها کد و یادداشت تحلیلی اختصاص گرفت. به گفته منصوریان^۳ (۲۰۱۰) در کدگذاری باز محقق می‌تواند آزادانه به نام‌گذاری مفاهیم پرداخته و محدودیتی در این زمینه ندارد. در پژوهش حاضر نیز به همین دلیل تعداد کدها در این مرحله بسیار زیاد بود؛ اما رفته‌رفته به علت تشابه معنایی و تکراری بودن اطلاعات، این کدها در هم ادغام شده و کاهش پیدا کردند. در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملاً باز خارج و شکل‌گرفته به خود گرفت. در آخرین مرحله کدگذاری به دلیل اینکه جزء اصلی تئوری به تدریج خود را نشان می‌دهد، پژوهشگر بر اساس این اجزا نوظهور در کار کدگذاری گزیده‌تر عمل می‌کند. از این‌رو آخرین فصل کدگذاری را "انتخابی" می‌نامند. در نهایت به منظور تأییدپذیری داده‌ها (مشابه روایی و پایایی در پژوهش‌های کمی)، از روش مقبولیت پژوهشگر، مرور دست‌نوشته‌ها با مشارکت کنندگان و بهره‌گیری از نظرت تکمیلی اساتید حوزه صنعت فین تک انجام گردید. در نهایت لیستی از کدها با زیر طبقات خاص به دست آمد که ارتباط بین طبقات مختلف را نشان می‌داد.

1 . Hajbagheri

2 . Atlas ti

3 . Mansourian

یافته‌ها

همان‌طور که اشاره شد تعداد ۱۴ مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با خبرگان صنعت فین‌تک در حوزه مالی و بانکی برای پژوهش حاضر انجام شده است. تمامی مصاحبه‌شوندگان دارای سابقه مدیریت رده‌بالا در کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک بوده‌اند اما ۵۷ درصد از این مدیران علاوه بر مدیریت، در راه‌اندازی یا مشارکت در راه‌اندازی کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک مشارکت داشته‌اند. همچنین ۷۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک دکتری و بالاتر بوده‌اند. نتیجه حاصل از مصاحبه‌ها، تعداد ۶۸۶ کد (مؤلفه) مؤثر برای توسعه کسب‌وکارهای این حوزه بوده است که توسط نرم‌افزار اطلس استخراج شده است. البته با حذف کدهای تکراری یا کدهایی با هم‌پوشانی تعداد این مؤلفه‌ها به ۳۳۹ عدد می‌رسد. در جدول شماره ۶ تعداد مؤلفه استخراج شده از هر مصاحبه آورده شده است.

جدول شماره ۶: تعداد کدها (مؤلفه‌ها) مستخرج از هر مصاحبه

۱/م	۲/م	۳/م	۴/م	۵/م	۶/م	۷/م	۸/م	۹/م	۱۰/م	۱۱/م	۱۲/م	۱۳/م	۱۴/م
۹۵	۹۳	۷۴	۵۷	۶۳	۵۴	۳۱	۴۵	۲۶	۴۶	۱۲	۳۳	۳۹	۱۸

در مصاحبه از مصاحبه‌شوندگان درخواست شده است تا مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکار در حوزه فین‌تک را بیان کنند که باتوجه به پاسخ شرکت‌کنندگان علاوه بر ۲۲۷ کد مستخرج شده به‌صورت مؤلفه‌های عمومی برای توسعه کسب‌وکار، تعداد ۱۱۲ مؤلفه‌های اختصاصی برای توسعه کسب‌وکارها در حوزه فین‌تک معرفی شدند که با نماد «ف» در جدول شماره ۷ مشخص شده‌اند. این مؤلفه‌ها اشاره بر این دارند که توسعه کسب‌وکار در حوزه موردبحث علاوه بر توجه به مؤلفه‌های عمومی نیازمند توجه جدی به مؤلفه‌های اختصاصی فین‌تکی دارد.

جدول شماره ۷: تفکیک کدها (مؤلفه‌های) مستخرج شده از مصاحبه‌ها

تعداد کد منحصر به فرد استخراج شده از مصاحبه‌ها (بدون تکرار)	
۳۳۹	
تعداد کد عمومی (ع)	تعداد کد فین‌تکی (ف)
۲۲۷	۱۱۲

مرحله اول: کدگذاری باز

در این مرحله پژوهشگر داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌ها را بررسی کرده و سعی می‌کند مفاهیمی از عمق مصاحبه‌ها استخراج کند. علت نام‌گذاری این مرحله به کدگذاری باز، این است که پژوهشگر بدون محدودیت به نام‌گذاری مقوله‌ها می‌پردازد. همان‌طور که ذکر شد، باتوجه به نوع سؤالات پرسیده شده و همچنین مشورت با خبرگان، در نهایت تعداد ۱۱۲ مؤلفه مختص به حوزه فین تک شناسایی شد که در ستون مؤلفه‌ها در جدول شماره ۸ قابل مشاهده است. مؤلفه‌های خلق ارزش، شناخت قانون‌گذار، جلب اعتماد مشتریان، شناخت متغیرهای اقتصادی و شناخت حوزه فین تک از دید مشارکت‌کنندگان از بیشترین اهمیت برای توسعه کسب و کار در حوزه فین تک برخوردار بودند.

مرحله دوم: کدگذاری محوری

استراوس^۱ و کوربین^۲ (۱۹۹۸) بیان می‌کنند که کدگذاری محوری فرایندی است که در آن مؤلفه‌ها با توجه به ویژگی‌ها و ابعادشان به مقولات مرتبط می‌شوند. در این مرحله نظریه پرداز یک مقوله را انتخاب کرده و آن را به عنوان مقوله محوری در نظر می‌گیرد، سپس مقوله‌های دیگر را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌ها عبارت‌اند از: شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها. در این مرحله یک شکل از روابط بین این مقولات نمایش داده می‌شود (کرسول^۳، ۲۰۱۲). بنابراین در این مرحله و باتوجه به هدف اصلی پژوهش که شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه کسب و کار در حوزه فین تک است، مؤلفه‌های فین تکی تحقیق دسته‌بندی گردیده است که این دسته‌بندی به صورت جدول شماره ۸ نمایش داده شده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، ۱۱۲ کد حاصل از مفاهیم پژوهش به ۴۸ مقوله و ۱۳ بُعد تقسیم‌بندی شده است.

1 . Strauss

2 . Corbin

3 . Creswell

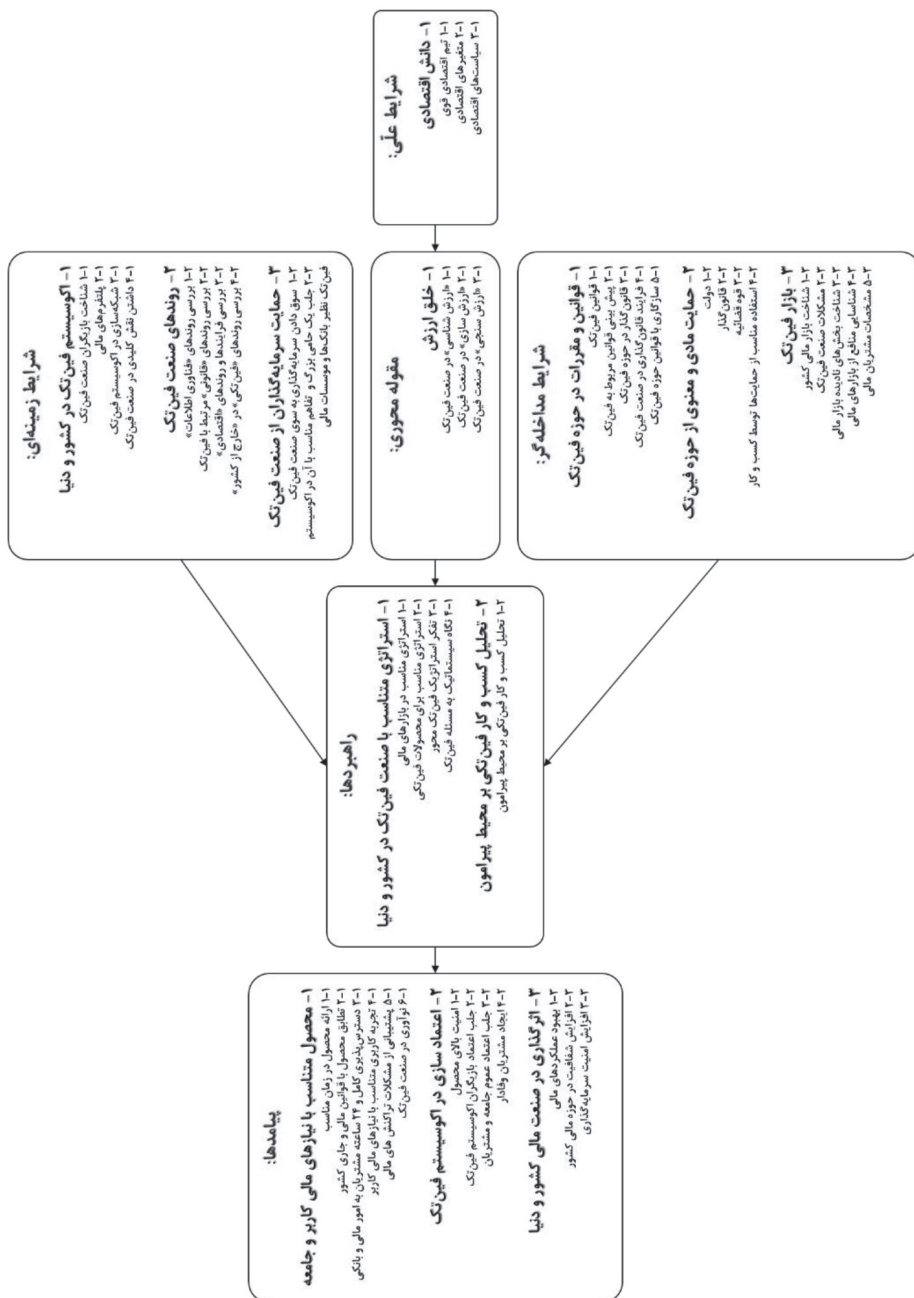
جدول شماره ۸: ابعاد، مقولات و مؤلفه‌های تحقیق

ابعاد	مقولات	مؤلفه‌ها
دانش اقتصادی	سیاست‌های اقتصادی	سیاست بانک محوری، سیاست سرمایه محوری، سیاست‌های پولی و مالی داخلی
	متغیرهای اقتصادی	شناخت متغیرهای اقتصادی، شناخت حوزه کسب‌وکار (فین‌تک)، آشنایی با کارمزدها، شناخت عادت مشتریان مالی، اندازه اقتصاد کشور، حجم و کیفیت تجارت با خارج، سواد اقتصادی جامعه، اندازه بنگاه‌های اقتصادی، اندازه‌گیری تأثیر متغیرهای اقتصادی روی کسب‌وکار
	تیم اقتصادی قوی	جذب مشاوران مالی و بانکی، وجود افراد ذی‌نفوذ در تیم
خلق ارزش در صنعت فین‌تک	«ارزش‌شناسی» در صنعت فین‌تک	شناسایی ارزش‌ها
	«ارزش‌سازی» در صنعت فین‌تک	خلق ارزش
	«ارزش‌سنجی» کسب‌وکار در صنعت فین‌تک	اندازه‌گیری دقیق ارزش خلق شده
اکوسیستم فین‌تک در کشور و دنیا	شناخت بازیگران صنعت فین‌تک	شناخت بازیگران صنعت، شناخت بانک‌ها، شناخت شرکای کلیدی
	پلتفرم‌های مالی	ساختار مؤسسات مالی، بانکداری شخصی، کیف‌های پول مجازی، بانکداری الکترونیک، بانک‌های سنتی
	شبکه‌سازی در اکوسیستم فین‌تک	شبکه‌سازی
	داشتن نقش کلیدی در صنعت فین‌تک	ایجاد وابستگی اکوسیستم به کسب‌وکار
روندهای صنعت فین‌تک	بررسی روندهای «فناوری اطلاعات»	بررسی روندهای تکنولوژیکی، بررسی روند بیگ دیتا، روند هوش مصنوعی، موبایل، چت‌بات‌های هوشمند، بررسی روند موبایل، بررسی روند اینترنت اشیا

ابعاد	مقولات	مؤلفه‌ها
روندهای صنعت فین تک	بررسی روندهای «قانونی» مرتبط با فین تک	بررسی روندهای قانونی، شناخت و رصد روندها
	بررسی فرایندها و روندهای «اقتصادی»	بررسی روندهای اقتصادی، فرایند اعطای تسهیلات، اعطای تسهیلات، اعطای اعتبار، اعتبارسنجی، مدیریت ثقل، مشاوره هوشمند، ارزشهای دیجیتال
	بررسی روندهای «فین تکی» در خارج از کشور	بررسی توانان روندهای کشورهای غربی و شرقی
حمایت سرمایه‌گذاران از صنعت فین تک	سوق‌دادن سرمایه‌گذاری به‌سوی صنعت فین تک	جلب حمایت‌های موردنیاز
	جلب یک حامی بزرگ و تفاهم مناسب با آن در اکوسیستم فین تک نظیر بانک‌ها و مؤسسات مالی	داشتن شراکت یا حمایت بانک‌های بزرگ، عدم دخالت بی‌جای سرمایه‌گذاران
قوانین و مقررات در حوزه فین تک	قوانین فین تک	شناخت قوانین، شناسایی جاهای خالی در قانون (خلأهای قانونی)، قوانین تسهیلات
	پیش‌بینی قوانین مربوط به فین تک	پیش‌بینی قوانین آینده
	قانون‌گذار در حوزه فین تک	شناخت قانون‌گذار، عوامل مؤثر بر تصمیمات قانون‌گذاران، سابقه قانون‌گذار، داشتن سیاست‌های نرم (رویکرد سیاست‌گذار در استفاده از سیاست‌های سخت‌گیرانه)
	فرایند قانون‌گذاری در صنعت فین تک	مدت‌زمان فرایند تصویب قانون
	سازگاری با قوانین حوزه فین تک	بررسی انطباق قانون با روندها، سازگاری با قوانین، سازگاری محصول با قوانین آینده

ابعاد	مقولات	مؤلفه‌ها
حمایت مادی و معنوی از حوزه فین‌تک	دولت	جلب حمایت دولت، جلوگیری از دخالت بی‌جای دولت
	قانون‌گذار	جلب حمایت قانون‌گذار
	قوه قضائیه	حمایت دستگاه قضا از اعطاکندگان
	استفاده مناسب از حمایت‌ها توسط کسب‌وکار	استفاده مناسب از سوبسیدها (یارانه‌ها)
بازار فین‌تک	شناخت بازار مالی کشور	شناخت راه‌های کسب درآمد از بازار، شناسایی فرصت‌ها، نیاز بازار
	مشکلات صنعت فین‌تک	شناخت مشکلات صنعت فین‌تک، اصطکاک مالی
	شناخت بخش‌های نادیده بازار مالی	نگاه به بخش‌های نادیده گرفته شده بازار، شمول مالی
	شناسایی منافع از بازارهای مالی	شناسایی منافع
	مشخصات مشتریان مالی	نسل Z، هرم سنی جمعیت
	تحلیل کسب‌وکار فین‌تکی بر محیط پیرامون	تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر اجتماع، تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر اقتصاد، تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر سیاست، تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر فرهنگ، تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر قانون، تحلیل تأثیر کسب‌وکار بر محیط‌زیست
استراتژی متناسب با صنعت فین‌تک کشور و دنیا	استراتژی مناسب در بازارهای مالی	تبدیل تهدید به فرصت، شناسایی ذی‌نفعان
	استراتژی مناسب برای محصولات فین‌تکی	عدم آزمون و خطا روی محصول اصلی، برون‌سپاری (همکاری مشترک)
	تفکر استراتژیک فین‌تک محور	تمرکز روی مزیت رقابتی سازمان
	نگاه سیستماتیک به مسئله فین‌تک	دید اکوسیستمی

ابعاد	مقولات	مؤلفه‌ها
اعتمادسازی در اکوسیستم فین تک	امنیت بالای محصول	حفظ داده‌های مالی کاربران
	جلب اعتماد بازیگران اکوسیستم فین تک	اعتمادسازی در شبکه
	جلب اعتماد عموم جامعه و مشتریان	جلب اعتماد مشتریان
	ایجاد مشتریان وفادار	ایجاد مشتریان وفادار
محصول متناسب با نیازهای مالی کاربر و جامعه	ارائه محصول در زمان مناسب	ارائه محصول در زمان مناسب
	تطابق محصول با قوانین مالی و جاری کشور	مسائل شرعی تسهیلات، مدیریت مسائل شرعی، سازگاری محصول با قوانین جاری
	دسترسی پذیری کامل و ۲۴ ساعته مشتریان به امور مالی و بانکی	مدت زمان بالابودن سرویس، استفاده از خدمات در هر زمان، استفاده از خدمات در هر مکان، امکان دسترسی به سرویس از پلتفرم‌های مختلف
	تجربه کاربری متناسب با نیازهای مالی کاربر	تجربه کاربری مناسب، کیفیت سرویس، محصول رفع کننده دغدغه کاربر بومی سازی، شخصی سازی، انجام تراکنش های مالی به درستی، انجام تراکنش های مالی در مدت زمان کوتاه و مناسب
	پشتیبانی از مشکلات تراکنش های مالی	پشتیبانی کامل از مشکلات مشتریان
	نوآوری در صنعت فین تک	پیشرو بودن در صنعت
	بهبود عملکردهای مالی	بهبود عملکرد سیستم مالی (کارایی نظام مالی)، بهبود فضای صنعت بانکداری کشور
	افزایش شفافیت در حوزه مالی کشور	شفافیت در حوزه مالی
اثرگذاری در صنعت مالی کشور و دنیا	افزایش امنیت سرمایه گذاری	افزایش امنیت سرمایه گذاری



شکل شماره ۲: کدگذاری محوری پژوهش

پس از کدگذاری باز و دسته‌بندی مؤلفه‌ها، در کدگذاری محوری، ابتدا پدیده محوری (خلق ارزش) بر اساس تأکیدات صاحب‌ه‌شوندگان تعیین شد. سپس مقوله‌ها (مقولات فرعی) شامل شرایط علی: مؤلفه‌هایی که مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند، شرایط زمینه‌ای: شرایط خاصی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، شرایط مداخله‌گر: شرایط عمومی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، راهبردها: موارد و موضوعات خاصی که از پدیده محوری حاصل می‌شود و پیامدها: خروجی‌های حاصل از استفاده از راهبردها مورد شناسایی قرار گرفتند. کدگذاری محوری پژوهش حاضر در شکل شماره ۲ نشان داده شده است.

مرحله سوم: کدگذاری انتخابی

در این مرحله نظریه پرداز برای ساخت نظریه خود باید خط داستان خود را معین کند، سپس مؤلفه‌ها و مقولات اصلی را به خط اصلی داستان اضافه کند. در مرحله انتهایی (کدگذاری انتخابی)، محققان در پاسخ به سوال اصلی پژوهش، نظریه توسعه کسب و کار در حوزه فین تک را ارائه کردند که در بخش بحث و نتیجه‌گیری بیان شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که بیان شد، باتوجه به اهمیت روزافزون صنعت فین تک و نیاز مبرم مشتریان به خصوص مشتریان نسل Z به تحولات در صنعت مالی و بانکی، در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های مناسبی بر بستر این صنعت در ایران و سایر نقاط جهان صورت پذیرفته است. همین‌طور با بررسی پیشینه پژوهش مشخص گردید که با وجود مطالعات علمی نسبتاً متعددی که در حوزه توسعه کسب و کار انجام شده است، موضوع مدل‌سازی برای توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فین تک تاکنون به صورت مستقل مورد توجه پژوهشگران قرار نداشته است و تحقیقات منسجمی در زمینه توسعه کسب و کارهای حوزه فین تک که مسائل مالی بسیاری را در خود جای داده است انجام نشده است؛ بنابراین پژوهش حاضر باهدف جلوگیری از اتلاف منابع به ارائه مدلی مناسب جهت توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فین تک در حوزه مالی و بانکی با روش نظریه داده‌بنیاد پرداخته است. بر همین مبنا و مصاحبه با متخصصان و خبرگان صنعت فین تک بیش از هزار دقیقه مصاحبه نیمه ساختار یافته صورت پذیرفت که نتیجه نهایی آن استخراج ۱۱۲ مؤلفه‌های اختصاصی برای توسعه کسب و کارها در حوزه فین تک بوده است. محققان

در پاسخ به سوال اصلی پژوهش، نظریه توسعه کسب و کار در حوزه فین تک را بعد از انجام کدگذاری باز، محوری و انتخابی بدین صورت ارائه کردند: «با آگاهی از سیاست‌های اقتصادی کشور و شناخت مناسب از متغیرهای اقتصادی و همین‌طور شناخت مشتریان مالی، می‌توان با جمع‌آوری یک تیم قوی اقتصادی به خلق ارزش در صنعت فین تک پرداخت. در این راه شناخت بازیگران اکوسیستم فین تک و ارتباط مناسب با آنها در کنار بررسی روندهای تکنولوژیکی، اقتصادی و قانونی می‌تواند با جلب حمایت سرمایه‌گذاران زمینه‌ساز موفقیت بیشتر در راه خلق ارزش و پیداکردن یک نقش کلیدی در این صنعت گردد. البته دخالت‌های مؤثر و به‌جای دولت، قانون‌گذار و قوه قضائیه در کنار دانش مناسب در حوزه «بازار فین تک» منجر به تضمین موفقیت‌های بیشتر خواهد شد. بعد از خلق ارزش، رهبری سازمان می‌تواند با تحلیل درست از تأثیر کسب و کار بر محیط پیرامون آن به تدوین راهبردهای کلان برای سازمان بپردازد. این امر باعث ارائه محصول متناسب با نیازهای مالی کاربر و جامعه، اعتمادسازی در اکوسیستم و در نهایت اثرگذاری مثبت در صنعت مالی کشور و دنیا خواهد شد.»

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این پژوهش که نوآوری پژوهش هم در برمی‌گیرد، استخراج مؤلفه‌های اقتصادی است که در پژوهش‌های گذشته، به دلیل عدم تمرکز بر روی این صنعت مشاهده نشده بود. مؤلفه‌هایی مانند: داشتن «تیم اقتصادی قوی»، بررسی مداوم و آگاهی از «متغیرها و سیاست‌های اقتصادی»، شناخت «اکوسیستم فین تک در ایران و دنیا»، بررسی «روندهای صنعت فین تک»، جلب «حمایت سرمایه‌گذاران از صنعت فین تک» و به‌خصوص حمایت مالی از کسب و کار نوپای شکل گرفته در این حوزه، آشنایی با «قوانین و مقررات صنعت فین تک» و جلب «حمایت‌های دولتی، قانون‌گذار و قوه قضائیه»، شناخت «بازار فین تک»، داشتن «استراتژی‌های متناسب با صنعت فین تک در ایران و دنیا» و داشتن تفکر «تحلیل کسب و کار» که رعایت همه این موارد منجر به ارائه یک یا چند «محصول متناسب با نیازهای مالی کاربران و جامعه»، «اعتمادسازی در اکوسیستم فین تک» و درنهایت «اثرگذاری در صنعت مالی ایران و دنیا» شناسایی شدند. موارد بیان شده مؤلفه‌هایی بودند که در تحقیقات گذشته به‌صورت متمرکز برای توسعه یک کسب و کار در صنعت فین تک مورد اشاره قرار نگرفته بودند، هرچند مؤلفه‌های مشترک بسیاری نظیر خلق و ارائه ارزش تقریباً در همه پژوهش‌ها مشترک بودند.

یکی دیگر از نکات قابل ملاحظه، توجه خبرگان این صنعت به مسئله فقر دانش، تجربه و مکتب اقتصادی مشخص در سطح ملی نظیر قانون‌گذاری و سیاست‌های دولت نسبت به سایر پژوهش‌های

بین‌المللی بوده که نشان از اهمیت این موضوع در ایران داشته و توجه سیاست‌گذاران را طلب می‌کند. درنهایت کسب و کارهای نوپا در حوزه فین تک و حتی کسب و کارهای نیمه بالغ می‌توانند با استفاده از مدل پیشنهادی در این پژوهش، به ارزش‌آفرینی بیشتر و کسب درآمد بالاتر بپردازند. هرچند مدل کسب و کار یک سازمان به‌عنوان فرایند اتخاذ تصمیمات راهبردی هیچ‌وقت کامل نمی‌شود و آزمایش و ارزیابی مدل‌های کسب و کار بایستی به‌صورت مداوم و مکرر صورت پذیرد (شافر^۱، ۲۰۰۵). ازاین‌رو، ارزیابی منظم مدل کسب و کار می‌تواند مبنایی برای بهبود مستمر مدل کسب و کار بوده و تبدیل به محرکی برای ایجاد تغییرات جدی و نوآورانه در مدل شود (استرووالدر، ۲۰۱۰).

مراجع

- Afuah, Allan & Tucci, Christopher. (2001). Internet Business Models and Strategies. Boston McGraw-Hill. <https://b2n.ir/w79067>
- Alt, R., Puschmann, T. The rise of customer-oriented banking - electronic markets are paving the way for change in the financial industry. Electron Markets 22, 203–215 (2012). <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0106-2>
- Alt R, Zimmerman H-D. (2001). Preface–Introduction to special section– business models. Electronic Markets, 11 (1): 3-9. <https://doi.org/10.1080/713765630>
- Applegate L. (2001). Emerging e-business models. Harvard Business Review, 79(1), 79–87. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=27413>
- Arner, D & Buckley, R & Barberis, J. (2016). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?. Georgetown Journal of International Law. 47. 1271-1319. 10.2139/ssrn.2676553. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Asadollah M. (2019). [In Persian]. Introducing a New E-Banking Model Based on the Rise of FinTechs and Startups (A Case of a Private Bank In Iran). Jtdm. 2019. 3508. 2214 .248-195 (2) 7. <https://doi.org/10.22104/jtdm.2019.3508.2214>
- Casadesus-Masanell R, Ricart J. E. (2010). From strategy to business models and on to tactics. Long Range Planning, 43(2): PP 195-215. <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.01.004>
- CBInsights (2021). From lack of product-market fit to disharmony on the team, we break down the top 12 reasons for startup failure by analyzing 110+ startup failure post-mortems. https://www.cbinsights.com/reports/CB-Insights_Top-Reasons-Startups-Fail.pdf
- Connects Website (2021). <http://connects.world/business-model/>
- Corbin, J. and A. Strauss (1990). “Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques.” Londres Sage: 41. <http://doi.org/10.2307/328955>
- Creswell J W. (2012). Educational Research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed). Boston , Pearson Education, Inc. <http://repository.unmas.ac.id/medias/journal/EBK-00121.pdf>
- Eickhoff M, Muntermann J, Weinrich T. (2017). What do FinTechs actually do? A Taxonomy of FinTech Business Models. <https://b2n.ir/jafarinasab>
- Farhangi, Ali & Sadeghvaziri, Faraz & Karoubi, Mehdi. (2015). [In Persian].

- Classic Grounded Theory; description of generating Gravity Center of Iranian Health Tourism Brand Identity Theory. 7. 145-162. 10.22059/JIBM.2015.52324. <http://doi.org/10.22059/JIBM.2015.52324>
- Feyen, Erik H.B.; Natarajan, Harish; Saal, Matthew. (2022). Fintech and the Future of Finance Overview (English). Washington, D.C. : World Bank Group. Report Number: 171548. <https://b2n.ir/p39327>
- FinTech Panorama Report. (2021). [In Persian]. <https://ecmonitor.ir/index.html>
- Gaganis Ch, Pasiouras F, Voulgari F. (2019). Culture, business environment and SMEs' profitability: Evidence from European Countries, Economic Modelling Journal, Volume 78, May 2019, Pages 275-292. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.09.023>
- Geissdoerfer M, Savaget P, Evans S . (2017). "The Cambridge Business Model Innovation Process". Procedia Manufacturing. 8: 262–269. 10. 1016 / j. promfg. 2017. 02. 033. ISSN 2351-9789. <http://doi.org/10.17863/CAM.9464>
- Ghaffari F, Mohammadi M, Khanlari A. (2022). [In Persian]. Identifying the Pattern of Fintech Development in Iran by the Technological Innovation System Approach. V5, I 16. PP 101-126. DOI: 10.22034/qjimdo.2022.327013.1481
- Gholizadeh, M. (2017). [In Persian]. Banking and FinTech: Challenge or Opportunity?. Business Reviews. No;80:31-39. <https://b2n.ir/z53207>
- Glaser B. (1998). Doing grounded theory: Issues and discussions, Sociology Press. Mill Valley, CA. <https://b2n.ir/w54274>
- Hajbagheri, A. (2005). [In Persian]. Grand theory research method: the way and method of theorizing in humanities and health sciences. Boshra Publications, first edition. <https://b2n.ir/b28440>
- Hochstein M. (2016) FinTech (The word, That Is) Evolves, The American Banker. Retrieved from <http://www.Americanbanker.com/bankthink/Fintech-the-word-that-is-evolves-1077098-1.html>. Accessed on February 3 , 2016. <https://b2n.ir/p86044>
- Hundrev I. (2019). What Is Business Development? <https://www.g2.com/articles/what-is-business-development>
- In Lee, Yong Jae Shin. (2018). Fintech : Ecosystem, Business Models, Investment decisions, and Challenges. Business Horizons (2018) 61, 35-46.

- <https://hbsp.harvard.edu/product/BH865-PDF-ENG>
- Krista S, Marko S, Kaisa S, Katri Valkokari. (2019). Business Model Innovation with Platform Canvas. *Journal of Business Models*, Vol. 7, No. 2, pp. 1-13.
<https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v7i2.1966>
- Lashkarbulooki M. (2019). [In Persian]. The future of the financial industry, fintechs and investment strategy [In Persian]. Banian Barkat Publications. <https://b2n.ir/e77500>
- Linder J, Cantrell S. (2000). Changing Business Models: Surveying the Landscape. Accenture Institute for Strategic Change. <https://b2n.ir/d23861>
- Magretta J. (2002). Why business models matter. *Harvard Business Review*, 80(5), 86-92. <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>
- Mahadevan B. (2000). Business models for Internet-based ecommerce. *California management review*, 42(4), 55-69. <https://doi.org/10.2307/41166053>
- Mansourian Y. (2010). [In Persian]. Hopes and doubts of researchers to the qualitative approach in the research process. <https://b2n.ir/m33520>
- Manteghi M, Saeedi F. (2011). [In Persian]. Business models, basics, evaluation, innovation. The growth of technology. NO 35. P 39-51.
<http://jour.aicti.ir/fa/Article/20054/FullText>
- Masanell R, Ricart j. (2010). From strategy to business models and on to tactics. *Long Range Planning* 43(2): pp 195-215.
<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0813-E.pdf>
- MohammadKazemi R. (2021). [In Persian]. Investigating the effect of business model innovation on creating competitive advantage with the mediating role of entrepreneurial ability . *Journal of Entrepreneurship Development*, Volume 14, Number 2. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.315134.653534>
- Moradi Sh, Naderi N, Delangizan S. (2021). [In Persian]. Investigating the development process of fintech startups in Iran. *Entrepreneurship Development*. No1. P13. Pages 121-140. <https://doi.org/10.22059/jed.2020.296930.653250>
- Najafi F, Irandoost M, SoltanPanah H, SheykhAhmadi A. (2020). [In Persian]. Identifying and ranking factors affecting the interaction of banks and new financial technologies with a combined approach. *Innovation Management*. No 3. PP171-196.
http://www.nowavari.ir/article_125710.html
- Oha Y, Lee J, Kim N. (2018). The contingency value of the partner firm's customer assets

- in a business-to-business Relationship, *Industrial Marketing Management*, Volume 73, August 2018, Pages 47-58. <http://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.01.020>
- Osterwalder A, Pigneur Y, Tucci C. (2005). Clarifying business models: origins, present, and future of the concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 1-25. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01601>
- Osterwalder A, Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons. <https://b2n.ir/t47095>
- Osterwalder A. (2004). The business model ontology a proposition in a design science approaches. PhD thesis. L'Ecole des Hautes Etudes Commercialese de l'Université de Lausanne. <https://b2n.ir/b94048>
- Payandeh R. (2020). [In Persian]. Bank and fintech cooperation: a systematic review of scientific iterature. *Management researches in Iran* [In Persian]. V 23, No 4. <https://b2n.ir/e79035>
- Petrovic O, Kittel C, Teksten R.D. (2001). Developing Business Models for eBusiness, International Conference on Electronic Commerce, Vienna, October 31. -November 4. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1658505>
- Pollack s. (2012). What Exactly Is Business Development ? <https://b2n.ir/r57250>
- Romanoval J, Kudinska M. (2016). Banking and Fintech: A challenge or opportunity?, in simon Grima, Frank Bezzina, Inna Romanova, Ramona Rupeika (ed.) *Contemporary Issues in Finance: Current challenges from across Europe* (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Volume 98) Emerald Group Publishing Limited, pp. 21-35. 2016. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920160000098002>
- Rubini A. (2017). *Fintech in a flash: Financial technology made easy*. London, United Kingdom: Simtac Ltd; 2017. <https://b2n.ir/n77032>
- Shafer S, Smith H, Linder J. (2005). The power of business models. *Business Horizons* 2005; 48: 199-207. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.10.014>
- Shaperk's economic report. (2022). [In Persian]. <https://www.shaparak.com/reports>
- Statista Research Department. (2021). Finance Services. <https://b2n.ir/w59420>
- Strauss A, Corbin J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Sage Publications, Inc. <https://b2n.ir/x65161>
- Timmers. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8: 2, 3

۸. <https://b2n.ir/e31979>

Vaska S, Massaro M, Bagarotto EM and Dal Mas F. (2021). The Digital Transformation of Business Model Innovation: A Structured Literature Review. *Front. Psychol.* 11:539363. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2020.539363>

Weill P, Vitale. (2001). Place to space: Migrating to eBusiness Models. Boston. Harvard Business School Press. <https://b2n.ir/t82860>

Zott C, Amit R (2007) Business model design and the performance of entrepreneurial firms. *Organization Science* 18:181–199. doi:10.1287/orsc.1060.0232. <http://doi.org/10.1287/orsc.1060.0232>

Zott, Christoph & Amit, Raphael. (2002). Measuring the Performance Implications of Business Model Design: Evidence from Emerging Growth Public Firms. <https://b2n.ir/w24361>