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

Mohammad Hosein Jafarinasab[1], Mahnaz Rabiei[2*], Kiamars Fathi Hafshejani[3],

1. PhD Candidate, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. Assisstant Professor at slamic azad university south Tehran Branch, Tehran, Iran.
3. Assisstant 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 کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک در حوزه مالی و بانکی

محمدحسین جعفری‌نسب[۱]، مهناز ربیعی[۲*]، کیامرث فتحی هفشجانی[۳]

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی 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 تهران‌جنوب، تهران، ایران.
*. نویسنده مسئول: mahnaz.rabiei@yahoo.com

دریافت: ۱۷ فروردین ۱۴۰۱ بازنگری: ۱ آبان ۱۴۰۱ پذیرش: ۲۵ آبان ۱۴۰۱

چکیده

صنعت بانکداری جهانی، در حال تحولات اساسی در طول تاریخ خود است؛ بنابراین، بانک‌های سرتاسر دنیا مجبورند به این تحولات واکنش نشـــان دهند. در همین حال، شرکت‌های نوپای فناوری مالی که به آنها فین‌تک گفته می‌شـــود مترصد پاسخ به نیازهای نوظهور مشتریان و حتی خلق نیازهای جدید در مشتریان هستند. طبق آمار تعداد کثیری از کسب‌وکارهای فین‌تکی، به دلایل متعدد نظیر نداشتن چارچوب مشخصی برای توسعه کسب‌وکار خود شکست‌خورده‌اند که این امر منجر به هدررفتن زمان و هزینه‌های بسیاری شده است.

این پژوهش باهدف جلوگیری از اتلاف منابع به ارائه مدلی مناســـب جهت توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک در حوزه مالی و بانکی پرداخته اســـت. روش مورداســـتفاده در این پژوهش، نظریه داده‌بنیاد است که مبنای آن بیش از هزار دقیقه مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان صنعت فین‌تک بوده اســـت. نتیجه حاصل از ۶۸۶ مؤلفه، استخراج ۱۱۲ مؤلفه اختصاصی برای توسعه کسب‌وکارها در حوزه فین‌تک بود که در نهایت با انجام کدگذاری باز، محوری و انتخابی، منجر به مدل و نظریه نهایی پژوهش گردید. در انتها مؤلفه‌های «شناســـایی 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.

واژگان کلیدی: توسعه کسب و کارهای نوپا، فناوری‌های مالی، گرندد تئوری (نظریه داده‌بنیاد)

مقدمه

فناوری مالی یا فین‌تک به گروهی از شرکت‌ها گفته می‌شود که با استفاده از فناوری‌های مدرن، نوآوری را به حوزه خدمات مالی می‌آورند. برخی شـــرکت‌های فین‌تک مســـتقیماً با بانک‌ها رقابت می‌کنند و برخی دیگر با آن‌ها همکاری کرده و خدمات و کالا در اختیار بانک‌ها قرار می‌دهند. شرکت‌های فین‌تک در حال بهبود ارائه خدمات مالی با اســـتفاده از ایده‌های نوآورانه، امکان تحویل سریع و افزایش رقابت هستند (روبینی[1]،۲۰۱۷). لشـــکر بلوکی[2] (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 تبادل لیر ترکیه با یوان چین توسط صرافان
واسطه‌گری دارایی‌های مالی	**حفظ و نگهداری دارایی‌های مالی**
مانند اعطای وام از طریق تجمیع سپرده‌ها	مؤسسات پس‌انداز 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 بیشـــترین تأثیر را روی رشد فناوری‌های مالی داشته‌اند. روبینی (۲۰۱۷) به این تأثیر اشـــاره کرده و بیان می‌دارد «فناوری دیجیتال به دو طریق بانک‌ها را به چالش می‌کشد: اول اینکه این فناوری در حال تغییر کسب‌وکارهای سنتی است. نمونه این امر تعداد

1 . Rubini
2 . Lashkarbulooki

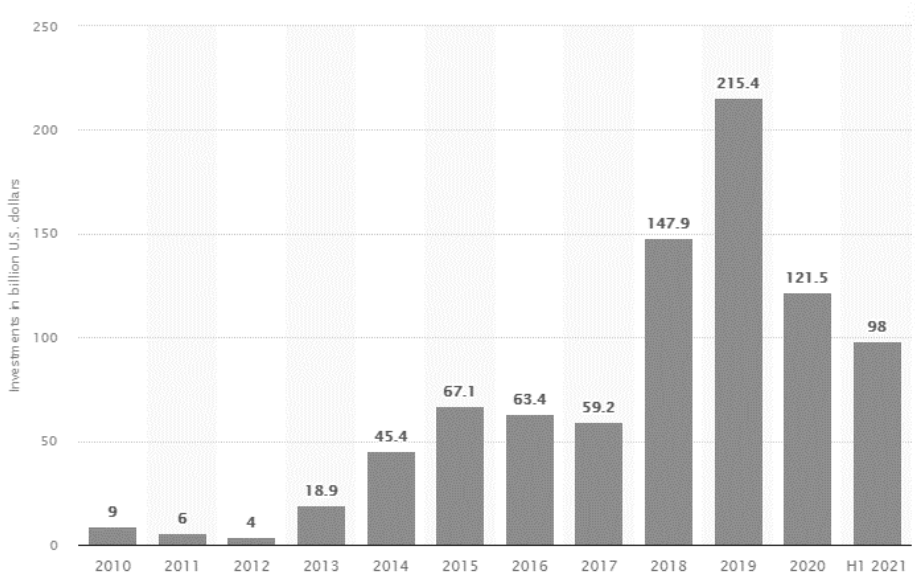
تراکنش‌های مالی‌ای است که از کانال‌های سنتی به نرم‌افزارهای همراه و تحت وب تغییر مکان داده‌اند و ازاین‌رو گزینه‌های بیشـــتری به مشـــتریان ارائه می‌دهند. دیگری نحوه سرعت گرفتن پردازش‌های مالی و کاهش هزینه تراکنش‌هاست». توسعه فین‌تک و تأثیر آن بر آینده صنعت بانکداری، این روزها از موضوعاتی هســـتند که بســـیار موردتوجه قرار گرفته‌اند (رومانووا[1]،۲۰۱۶). به نظر می‌رسد فین‌تک یک بازار جدید باشـــد که مالی و تکنولوژی را با هم ادغام کرده اســـت (آرنـــر[2]، ۲۰۱۵) و جایگزینی برای ســـاختارهای مالی سنتی از طریق فرایندهای تکنولوژی محور جدید است (هاچستین[3]،۲۰۱۶). البته دراین‌بین برخی معتقدند که فین‌تک یک چالشی است که می‌توان آن را تبدیل به فرصت نمود (قلی‌زاده[4]،۲۰۱۷). آلت[5](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.

لشـــکر بلوکی (۲۰۱۹) اعتقـــاد دارد که کار نهادهای مالی متعارف نظیـــر بانک‌ها، بیمه‌ها، تأمین ســـرمایه‌ها، کارگزاری‌ها، صرافی‌ها و ... نوآوری نیســـت. کار بانک‌ها ایجاد حس اعتماد و اطمینان در مردم است و نمی‌توان ایده‌های جدید را روی مشتریان مالی تست کرد. ولی شرکت‌های نوپا[6] به‌راحتی می‌تواننـــد با آزمون‌وخطا، بهترین راه‌ها را پیدا کنند. بنابراین بانک‌های باهوش به‌جای اینکه در درون بانک ســـعی و خطا کنند در بیرون از بانک فضایی را برای نوآوری فراهم می‌کنند. اســـتفاده از رابط برنامه‌نویســـی کاربردی[7] در مقوله بانکداری باز[8] یکی از مواردی اســـت که منجر به ایجاد و توسعه نرم افزارهای کاربردی[9] زیادی در حوزه فین‌تک شده است.

فین‌تک‌هـــا امـــروزه از اهمیت بســـیار بالایی برخوردار شـــده‌اند و میزان اهمیـــت آن را از میزان ســـرمایه‌گذاری‌هایی که در این صنعت صورت پذیرفته می‌تـــوان یافت. به نقل از دپارتمان تحقیقاتی استاتیستا[10] در نیمه دوم ســـال 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

جهان‌بین ســـال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ به طور چشـــمگیری افزایش‌یافته و به رقم ۲۱۵,۴ میلیارد دلار رسیده اســـت. هرچند به دلیل شیوع بیشتر همه‌گیری کرونا[1] در سال ۲۰۲۰، میزان سرمایه‌گذاری‌ها بیش از یک‌سوم کاهش‌یافته و به ارزش ۱۲۱,۵ میلیارد دلار آمریکا رسیده بود؛ اما میزان سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۲۱ دوباره افزایش‌یافته است.



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

در ایران و طبق گزارش ســـالیانه شـــاپرک[2] (۲۰۲۲) در ســـال 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 کشـــور ایران نیز به‌خوبی حس شـــده اســـت تا جایی که استارت‌آپ‌ها و حتی بانک‌های زیادی به دنبال ایجاد کســـب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک هســـتند. شرکت‌هایی چون آسان پرداخت (آپ)، بله، فون پی، فناپ، پی‌پنگ، نسیب و... تنها بخشی از کسب‌وکارهای پرشمار و روزافزون حوزه فین‌تک هســـتند که میزان سرمایه‌گذاری در این حوزه نشان از اهمیت کنونی این صنعت دارد. مرکـــز پایش تجارت الکترونیکی ایران، در آخرین گـــزارش پانوراما فین‌تک[1] (۲۰۲۱) به بیش از ۳۰۰ شـــرکت نوپا و بزرگ در اکوسیستم صنعت فین‌تک اشـــاره 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 شکســـت‌خورده‌اند. وبسایت سیبی اینسایت[2] (۲۰۲۱) که در حوزه فناوری‌های نوین فعالیت می‌نماید با بررســـی بیش از ۱۱۰ کسب و کار نوپای شکست خورده، به دلایل شکست آن‌ها پرداخته است. در این بررســـی ۱۲ عامل شکســـت کسب و کارهای نوپا شناسایی شـــدند که نداشتن مدل کسب و کار چهارمین عامل مهم شکســـت آن‌ها شناسایی شده است. بنابراین نبود و یا کمبود مدلی برای توسعه کســـب‌وکارهای فین‌تک مخصوصاً برای صنعت نوپای آن در ایران به‌شدت احساس می‌شود تا مانع از هدررفتن زمان و هزینه‌های بسیاری شود که کسب‌وکارهای نوپا برای شکل‌گیری خود صرف کرده‌اند.

برای مدل کســـب‌وکار تعاریف مختلفی بیان شده اســـت. به‌عنوان‌مثال ماگرتا[3] (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[4] (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 کسب‌وکار نیز نوآوری مدل کسب‌وکار خوانده می‌شود که بخشی از استراتژی تجارت را تشکیل می‌دهد». همین‌طور وب‌سایت معتبر کانکتس[1] (۲۰۲۱) بیان می‌دارد که «مدل کسب‌وکار به استراتژی‌ای اشاره دارد که یک کسب‌وکار 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 کسب‌وکار وجود ندارد، محقق با مطالعه تعاریف مختلف به این تعریف رسیده است که: «مدل کسب‌وکار چارچوبی است برای ایجاد ارزش. در حقیقت مدل کسب‌وکار مشخص می‌کند که «چه» فعالیت‌هایی، «چگونه» و «چه زمانی» انجام شود، «چه منابعی» برای اجرای این فعالیت‌ها موردنیاز است، «چه جایگاهی» دررابطه‌با فعالیت‌های انجام شده کسب می‌شود، تا سودآوری و منافع مشتریان و کسب و کار فراهم گردد». پولاک[2] (۲۰۱۲) در مجله فوربس[3] توسعه کسب‌وکار را این‌گونه تعریف می‌کند: «توسعه کسب‌وکار، خلق ارزش بلندمدت برای یک سازمان از طریق مشتریان، بازار و روابط است.» همین‌طور هموندروف[4] (۲۰۱۹) ضمن تأیید تعریف پولاک، توسعه کسب‌وکار را این‌طور تشریح می‌کند: «پایه‌ای‌ترین تعریفی که برای توسعه کسب‌وکار می‌توان داشت، خلق ارزش برای یک سازمان یا یک کسب‌وکار 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 مهترین 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 فین‌تک 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 کسب‌وکارهای نوپا، سؤال مهمی که در اینجا مطرح می‌شود اینست که کسب‌وکارهای فین‌تکی 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 کسب‌وکارهای نوپا در حوزه فین‌تک چگونه است؟ آیا برای فین‌تک‌ها مدلی برای توسعه کسب‌وکارها در این حوزه ارائه شده است؟

بنابراین در این پژوهش ضمن بررسی تحقیقات صورت‌گرفته، مدلی جهت توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فین‌تک در حوزه مالی و بانکی استخراج شده است. این مدل به روش تئوری داده‌بنیاد 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 کسب‌وکار و حوزه صنعت فین‌تک انجام شده است مورد بررسی قرار گرفته است. سپس باتوجه‌به 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 کسب‌وکار» و «پیشینه تحقیق در صنعت فین‌تک» دسته‌بندی شده است.

پیشینه تحقیق در زمینه مدل‌های کسب‌وکار

در حوزه مدل‌های کسب‌وکار 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 کسب‌وکار، ارتباطی که این مؤلفه‌ها باهم دارند نیز بررسی شده است که نمونه این تحقیقات در جدول شماره ۳ آورده شده است. از بین مدل‌های کسب‌وکار اشاره شده در این جدول، مدل توسعه کسب‌وکار استروالدر وپیگیور [1] در سال ۲۰۱۰ با عنوان «بوم مدل کسب‌وکار» [2] از استقبال بسیار زیادی از سوی کسب‌وکارها مواجه شده است.

1 . Osterwalder & Pigneur
2 . Business Model Canvas

جدول شماره ۳: مروری بر پژوهش‌ها در حوزه مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکار (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 کسب‌وکار، ارزش‌آفرینی، سودآوری، شهرت، عملکرد مالی
۲۰۰۱	آفوا و توچی [۶]	ارزش آفرینی، قابلیت‌ها، فعالیت‌ها، پیاده سازی، محدوده، ساختار درآمدی، ساختار هزینه‌ای، قیمت‌گذاری، سودآوری
۲۰۰۱	ویل و ویتال [۷]	ارزش‌آفرینی، 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، شرکاء، 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	استروالدر وپیگیور	ساختار هزینه، مدل درآمدی، مشتریان، منابع کلیدی، کانال‌ها، ارتباط با مشتریان، ارزش پیشنهادی، فعالیت‌های کلیدی، شرکای کلیدی،
۲۰۱۰	کاسادسوس [۱۳]	ارزش‌آفرینی، مشتریان، ساختار درآمدی، ساختار هزینه‌ای
۲۰۱۲	منطقی [۱۴]	ارزش پیشنهادی، سیستم ارزش، طرح بازار، تعامل با مشتری، فرایند ارزش‌افزوده، کسب ارزش

سال	نویسنده	نتایج
۲۰۱۸	اوه[15]	بیان‌می‌دارد که شرکای کلیدی تأثیر بسزایی بر کسب‌وکارهای الکترونیکی دارند.
۲۰۱۹	گاگانیس[16]	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
۲۰۱۹	کریستا[17]	اثرات شبکه‌ای، دولت، مصرف‌کننده، تولیدکننده، ارزش محصول، تحمل تغییرات، درآمد، قابلیت تطابق، هزینه، کشش، ابزار جدید، تسهیل‌کردن، معیارها، ابزار مصرف، نگهداری، سادگی، یکپارچگی
۲۰۲۱	واسکا[18]	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 محیط‌زیست 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 مدل‌های کسب‌وکار پرداخته‌اند. به‌عنوان نمونه محمدکاظمی[1] (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان بررسی تأثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی بیان می‌دارد که: «نوآوری مدل کسب‌وکار می‌تواند منجر به توانمندی کارآفرینانه شرکت‌ها شود و آن می‌تواند منجر به بهبود عملکرد و دستیابی به مزیت رقابتی بالاتری برای شرکت‌ها شود». دسته سوم تحقیقاتی هستند که به بررسی و تجمیع نتایج تحقیقات دیگر پرداخته اند که از این نوع می‌توان به مقاله‌ای با عنوان نوآوری مدل کسب‌وکار بر بسترهای نرم‌افزاری (کریستا[2]،۲۰۱۹) اشاره کرد. در این مقاله بررسی جامعی در مورد ادبیات مدل‌های کسب‌وکار بر بستر نرم‌افزار با کلید واژه‌های دیجیتال، پلتفرم، مشخصه، اکوسیستم، ارزش و اختلال انجام شده است. در این بررسی که بین ۱۶ منبع بین سال‌های 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 ویژگی‌های اثرات شبکه‌ای، دولت، مصرف‌کننده، تولیدکننده و ارزش محصول بیشترین تکرار را بین سایر ویژگی‌ها داشتند.

جدول شماره ۴: مدل کسب‌وکار بر بسترهای نرم‌افزاری (کریستا و همکاران،۲۰۱۹)

ویژگی‌ها به همراه تعداد تکرار
اثرات شبکه‌ای (۱۵)، دولت (۱۳)، مصرف‌کننده (۱۲)، تولیدکننده (۱۲)، ارزش محصول (۱۱)، تحمل تغییرات (۹)، کسب درآمد (۷)، قابلیت تطابق (۶)، هزینه (۵)، کشش (۵)، ابزار جدید (۴)، تسهیل‌کردن (۴)، فیلترکردن (۴)، معیارها (۳)، نگهداری (۳)، سادگی (۳)، یکپارچگی (۳)، ابزار مصرف (۲)،

با نگاهی به تحقیقات گذشته می‌توان متوجه شد که محققان در مدل‌های کسب‌وکار رویکردهای متفاوتی را پیش گرفتند. لکن امروزه شرکت‌ها برای موفقیت نیاز به مجموعه‌ای از مدل‌های کسب‌وکار دارند تا منابع رقابت‌پذیری را تسهیل نمایند (ماسانل و ریکارت[3]، ۲۰۱۰).

پیشینه تحقیق در صنعت فین‌تک

تحقیقات در حوزه فین‌تک با توجه نوپا بودن این صنعت، هم به لحاظ تعداد و هم به لحاظ موضوعات نسبت به موضوع مدل کسب‌وکار کمتر موردتوجه قرار داشته است. اما به‌مرور و باتوجه‌به اهمیت

1 . MohammadKazemi
2 . Krista
3 . Masanell & Ricart

روزافزون این صنعت تحقیقات در این زمینه روزبه‌روز بیشـــتر شده است. تعدادی از تحقیقات صورت پذیرفته در این دســـته که منجر به اســـتخراج و شناسایی عوامل مؤثر در توسعه صنعت فین‌تک شده است به‌صورت جدول شماره ۵ آورده شده است.

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

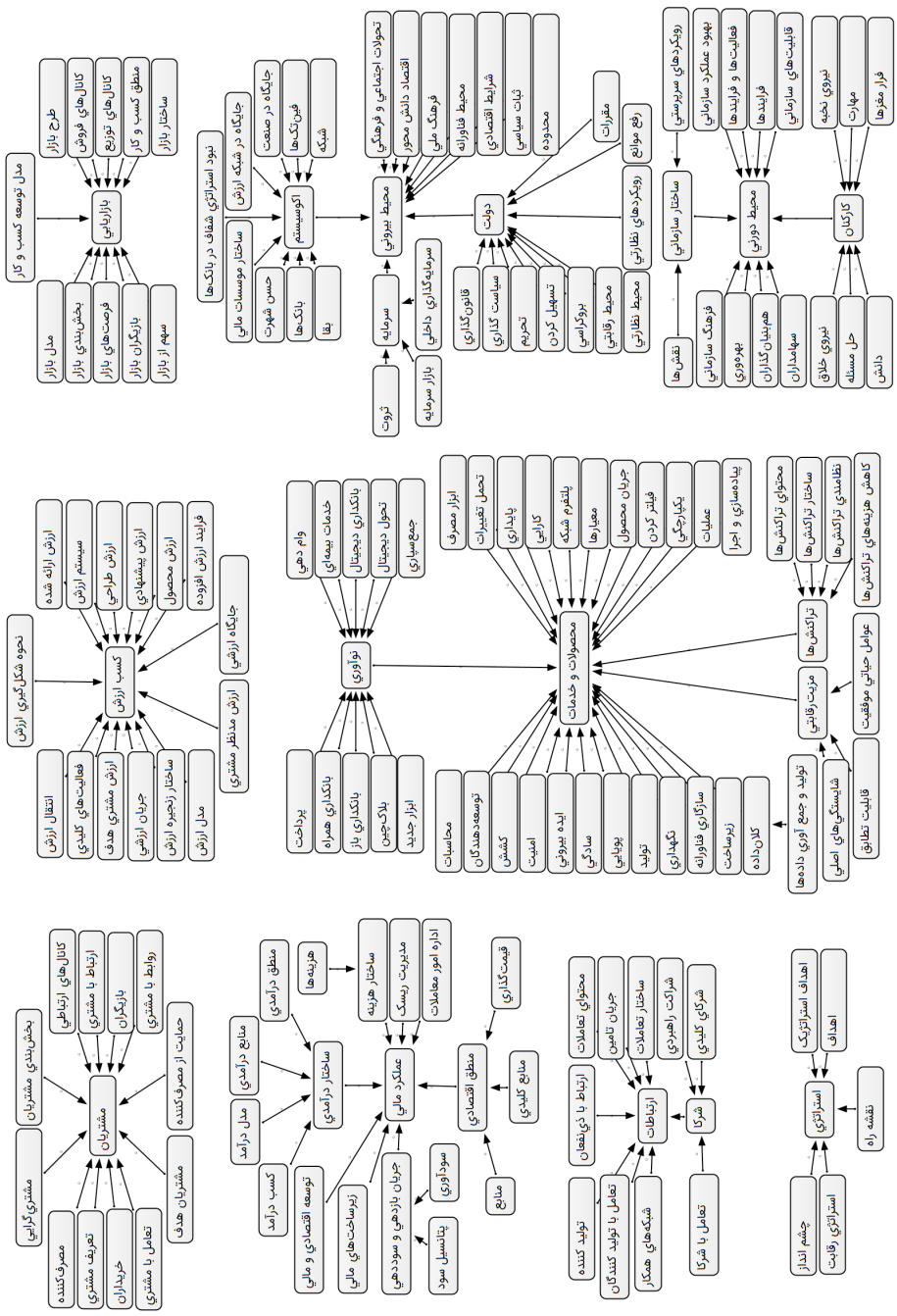
سال	نویسنده	نتایج
۲۰۱۷	آیخوف[۱]	یک طبقه‌بندی نسبتا جامعی از مدل‌های کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک ارائه داده است: ابعاد اصلی شناسایی شده: ارزش پیشنهادی، کانال‌های توزیع، مشتریان، جریان درآمدی، ارائه خدمت/محصول و مؤلفه فناوری غالب شناسایی شده اند.
۲۰۱۸	اینلی[۲]	مدل‌های کسب‌وکار در حوزه فین‌تک را در قالب‌های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

سال	نویسنده	نتایج
۲۰۲۱	مردای[۷]	به بررسی فرآیند توسعه استارت آپ‌های فین‌تک در ایران با تاکید بر عوامل و موانع پیش‌رو پرداخته است: عواملی علی: نارکارآمدی بانک‌ها در ارائه خدمات خرد به مشتریان، تحولات اجتماعی و فرهنگی، تحولات فناوری. عوامل زمینه‌ای: شرایط کلان اقتصادی به ویژه تحریم، چالش‌های قانون گذاری، عدم وجود استراتژی شفاف در بانک‌ها برای همکاری با فین‌تک‌ها، چالش مدیریت مشتریان. عوامل مداخله‌گر: ویژگی‌های فردی و کارآفرینانه هم‌بنیان گذاران، قابلیت‌های استارت آپی. راهبردها: تدوین استانداردها و قوانین جدید، ترسیم نقشه راه بانکداری دیجیتال، پیاده سازی اصول بانکداری باز. پیامدها: رفع موانع و توسعه استارت آپ‌های فین‌تک، عدم رفع موانع و نابودی استارت‌آپ‌های فین‌تکی
۲۰۲۲	غفاری[۸]	به شناسایی الگوی توسعه صنعت فین‌تک در ایران با رویکرد نظام نوآوری فناورانه پرداخته شده است: مکانیزم تحریکی: درک اهمین جاینگاه فین‌تک در اقتصاد دانش محور،ورود بازیگران قابل اعتماد به حوزه فین‌تک، ویژگی‌های فردی فعالان این حوزه تعاملات داخلی. مکانیزم‌های مانع شونده: 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. موضوعات سیاسی: به‌روزآوری و تمرکز قوانین تنظیمی، یکپارچکی افقی سیاست‌گذاری، شکستن انحصار در این حوزه، حمایت از جوانان نخبه، تریت نیروهای خلاق، ایجاد فضای تعاملی داخلی و خارجی بیشتر
۲۰۲۲	فِین[۹]	این گزارش در بانک جهانی است که از یک سو شاخص‌ها و پیامدهای فین‌تک 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 نمایش‌داده‌شده 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 ۱می‌توان متوجه شد که مؤلفه‌های مرتبط با صنعت فین‌تک باتوجه‌به نوپا بودن این صنعت چندان موردتوجه 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.



شکل شماره ۱: مؤلفه‌های شناسایی شده در پیشینه تحقیق در نرم‌افزار اطلس‌تی‌آی (نگارندگان)

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی با روش کیفی و بر مبنای تئوری داده‌بنیاد است. دلیل اصلی برای انتخاب این روش اینست که باتوجه‌به 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 باتوجه‌به رشد روزافزون دانش به‌خصوص در عرصه نوپای فین‌تک، از آخرین اطلاعات و دانش خبرگان این صنعت بهره ببرد. از طرفی گلیزر[1] (۱۹۹۸) بیان می‌دارد که پژوهشگرانی که از روش نظریهٔ 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 نظریهٔ داده‌بنیاد، به‌جای استفاده از داده‌ها برای آزمون نظریه، از داده‌ها برای «ایجاد نظریه» استفاده می‌شود. فرهنگی[2] (۲۰۱۵) در پژوهشی که به بررسی روش تئوری داده‌بنیاد انجام داده است بیان می‌دارد که از طریق روش نظریهٔ داده‌بنیاد، پژوهشگران ایرانی می‌توانند به صورتی مؤثرتر، نظریه‌های خود را به شیوه‌های علمی ارائه کنند و تنها به آزمون و وارسی 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 گردآوری‌شده تحلیل شدند. در این پژوهش، جامعه آماری شامل خبرگان صنعت فین‌تک در حوزه مالی و بانکی بوده که دارای خصوصیاتی 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

شـــدن اطلاعات مهم‌تر از تعداد افراد مورد مصاحبه اســـت، بدین معنی که محقق گرفتن اطلاعات را باید تا زمـانی ادامـه دهـد کـه اطلاعـاتی کـه از شرکت‌کنندگان جمع‌آوری می‌کند، تکـراری شـده و اطلاعـات جدیـدی به دست نیاید. در کـل حجـم نمونـه در تحقیق کیفی امری نسبی است و اندازه آن می‌تواند کوچک یا بزرگ باشد (حاج باقری[1] و همکاران، ۱۳۸۵). با درنظرگرفتن نکات فوق در مجموع در این مطالعه ۱۴ مصاحبه انجام و ضبط گردید. مصاحبه با ســـؤالات باز و به‌صورت نیمه‌ساختاریافته انجـــام گرفت و مصاحبه‌شونده مختـار بـود تـــا آنجـا کـه تشـخیص می‌دهد، به سؤالات پاسخ دهد و مقوله‌ها را توصیف و تشـــریح نموده و دلایل اقدامات و جســـتجوی خود را به زبان بیاورد. مدت‌زمان مصاحبه برای مشارکت‌کنندگان از ۶۰ دقیقه تا ۳۰۰ دقیقه (به‌صورت گسسته) به طول انجامید. برای جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزار اطلس‌تی‌آی[2] استفاده شده است. بعد از مرحله پیاده‌سازی داده‌ها، تحلیل داده‌ها به روش کدگـــذاری بـاز انجـام شـد. در کدگـذاری بـاز مـتن مصاحبه‌ها بارها خوانده و برای بخش‌های مهم، مفاهیمی که به ذهن می‌رســـید در نظر گرفته شـــد. بخش‌های مرتبط با هر مفهموم علامت‌گـــذاری و به آنها کد و یادداشـــت تحلیلی اختصاص گرفت. به گفتـــه منصوریان[3] (۲۰۱۰) در کدگـــذاری بـاز محقق می‌تواند آزادانـه بـــه نام‌گذاری مفاهیم پرداخته و محـدودیتی در این زمینه ندارد. در پژوهش حاضر نیز به همین دلیل تعداد کدها در ایـــن مرحلـه بسیار زیاد بود؛ اما رفته‌رفته به علت تشابه معنـایی و تکـراری بودن اطلاعات، این کدها در هم ادغام شـده و کـاهش پیـدا کردند. در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود فراینـــد اختصاص کد به مفاهیم موجـود درداده از حالـــت کاملاً بـــاز خارج و شکل گزیده به خود گرفت. در آخرین مرحله کدگذاری به دلیل اینکه جزء اصـــلی تئـــوری به‌تدریج خود را نشان می‌دهد، پژوهشگر بر اساس ایـــن اجـزا نوظهور در کار کدگذاری گزیده‌تر عمـــل می‌کند. ازاین‌رو آخرین فصل کدگـــذاری را "انتخابی" می‌نامند. در نهایت به‌منظور تأییدپذیری داده‌ها (مشـــابه روایـــی و پایـــایی در پژوهش‌های کمـــی)، از روش مقبولیـــت پژوهشـــگر، مـــرور دست‌نوشته‌ها بـــا مشارکت‌کنندگان و بهره‌گیری ازنظرت تکمیلی اساتید حوزه صنعت فین‌تک انجـام گردیـد. در نهایت لیستی از کدها با زیر طبقات خاص به دسـت آمـد کـه ارتباط بین طبقات مختلف را نشان می‌داد.

---

1 . Hajbagheri
2 . Atlas ti
3 . Mansourian

یافته‌ها

همان‌طور که اشـــاره شـــد 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 رده‌بـــالا در کســـب‌وکارهای حوزه فین‌تک بوده‌اند اما ۵۷ درصد از این مدیـــران علاوه بر مدیریت، در راه‌اندازی یا مشـــارکت در راه‌اندازی کســـب‌وکارهای 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 توســـعه کسب‌وکارهای این حوزه بوده است که توسط نرم‌افزار اطلس استخراج شده اســـت. البته با حذف کدهای تکراری یا کدهایی با هم‌پوشـــانی تعداد این مؤلفه‌ها به ۳۳۹ عدد می‌رسد. در جدول شماره ۶ تعداد مولفه استخراج شده از هر مصاحبه آورده شده است.

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

م/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
۹۵	۹۳	۷۴	۵۷	۶۳	۵۴	۳۱	۴۵	۲۶	۴۶	۱۲	۳۳	۳۹	۱۸

در مصاحبه از مصاحبه‌شـــوندگان درخواست شده اســـت تا مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکار در حوزه فین‌تک را بیان کنند که باتوجه‌به پاســـخ شـــرکت‌کنندگان علاوه بر ۲۲۷ کد مستخرج شده به‌صورت مؤلفه‌های عمومی برای توســـعه کســـب‌وکار، 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 منحصربه‌فرد 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 اســـتخراج کند. علت نام‌گذاری این مرحله به کدگذاری باز، این است که پژوهشگر بدون محدودیت به نام‌گذاری مقوله‌ها می‌پردازد. همان‌طور که ذکر شد، باتوجه‌به نوع سؤالات پرسیده شده و همچنین مشورت با خبرگان، در نهایت تعداد ۱۱۲ مؤلفه مختص به حوزه فین‌تک شناسایی شد که در ستون مؤلفه‌ها در جدول شماره ۸ قابل‌مشاهده است. مؤلفه‌های خلق ارزش، شناخت قانون‌گذار، جلب اعتماد مشتریان، شناخت متغیرهای اقتصادی و شناخت حوزه فین‌تک از دید مشارکت‌کنندگان از بیشترین اهمیت برای توسعه کسب‌وکار در حوزه فین‌تک برخوردار بودند.

مرحله دوم: کدگذاری محوری

استراوس[1] و کوربین[2] (۱۹۹۸) بیان می‌کنند که کدگذاری محوری فرایندی است که در آن مولفه‌ها با توجه به ویژگی‌ها و ابعادشان به مقولات مرتبط می‌شوند. در این مرحله نظریه‌پرداز یک مقوله را انتخاب کرده و آن را به‌عنوان مقوله محوری در نظر می‌گیرد، ســـپس مقوله‌های دیگر را به آن ربط می‌دهد. این مقوله‌ها عبارت‌اند از: شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها. در این مرحله یک شـــکل از روابط بین این مقولات نمایش داده می‌شود (کرسول[3]،۲۰۱۲). بنابراین در این مرحله و باتوجه‌به هدف اصلی پژوهش که شناســـایی مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه کسب‌وکار در حوزه فین‌تک است، مؤلفه‌های فین‌تکی تحقیق دسته‌بندی گردیده است که این دسته‌بندی به‌صورت جدول شماره ۸ نمایش‌داده‌شده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، ۱۱۲ کد حاصل از مفاهیم پژوهش به ۴۸ مقوله و ۱۳ بُعد تقسیم‌بندی‌شده است.

1 . Strauss
2 . Corbin
3 . Creswell

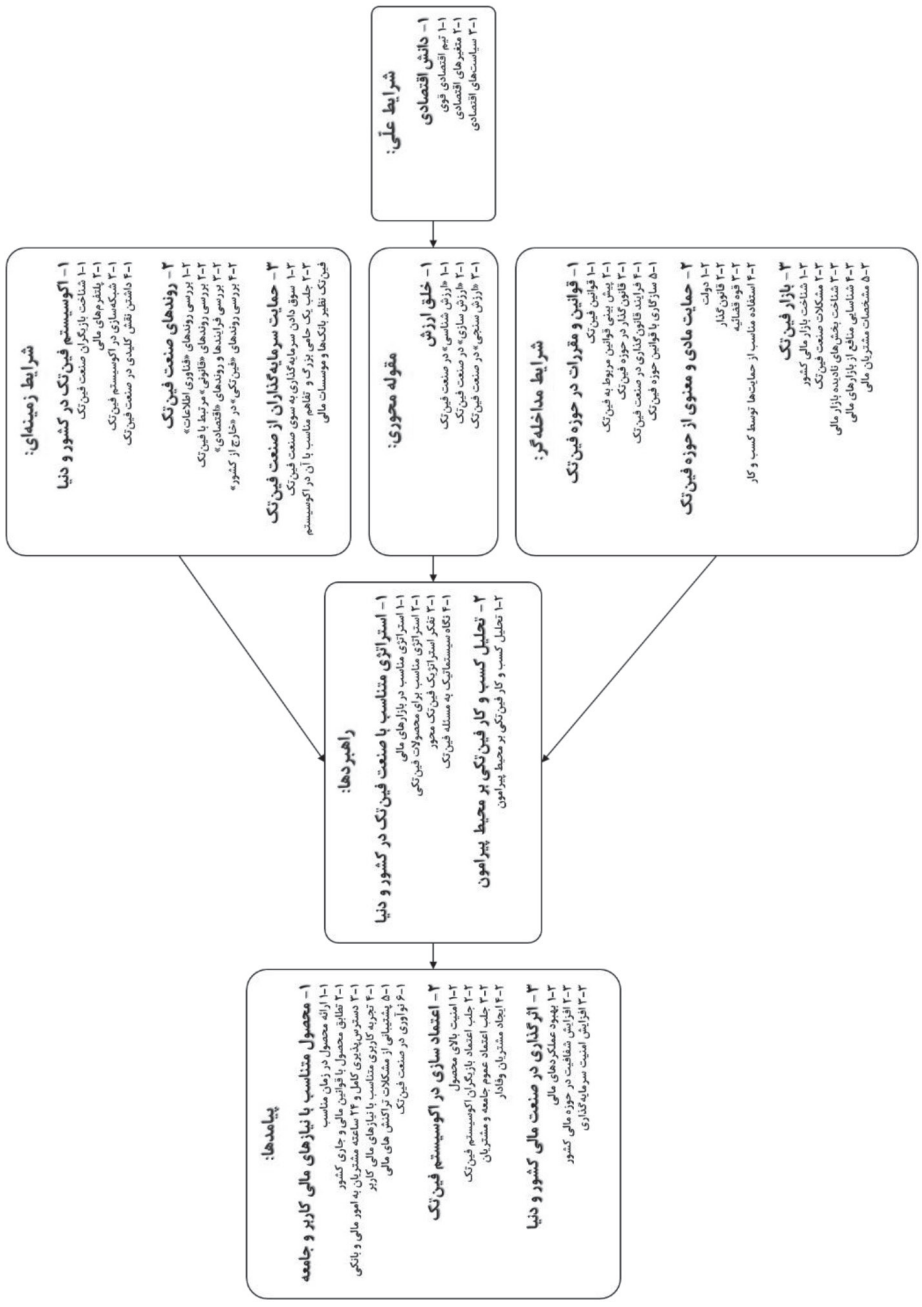
جدول شماره ۸: ابعاد، مقولات و مؤلفه‌های تحقیق

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، اندازهٔ 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
	«ارزش سازی» 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
	شبکه سازی 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 فین‌تک	بررسی روندهای «قانونی» مرتبط با فین‌تک	بررسی روندهای قانونی، شناخت و رصد روندها
	بررسی فرایندها و روندهای «اقتصادی»	بررسی روندهای اقتصادی، فرایند اعطای تسهیلات، اعطای تسهیلات، اعطای اعتبار، اعتبارسنجی، مدیریت تقلب، مشاوره هوشمند، ارزهای دیجیتال
	بررسی روندهای «فین‌تکی» در خارج از کشور	بررسی توأمان روندهای کشورهای غربی و شرقی
حمایت سرمایه‌گذاران از صنعت فین‌تک	سوق‌دادن سرمایه‌گذاری به‌سوی صنعت فین‌تک	جلب حمایت‌های موردنیاز
	جلب یک حامی بزرگ و تفاهم مناسب با آن در اکوسیستم فین‌تک نظیر بانک‌ها و مؤسسات مالی	داشتن شراکت یا حمایت بانک‌های بزرگ، عدم دخالت بی‌جای سرمایه‌گذاران
قوانین و مقررات در حوزه فین‌تک	قوانین فین‌تک	شناخت قوانین، شناسایی جاهای خالی در قانون (خلأهای قانونی)، قوانین تسهیلات
	پیش‌بینی قوانین مربوط به فین‌تک	پیش‌بینی قوانین آینده
	قانون‌گذار در حوزه فین‌تک	شناخت قانون‌گذار، عوامل مؤثر بر تصمیمات قانون‌گذاران، سابقه قانون‌گذار، داشتن سیاست‌های نرم (رویکرد سیاست‌گذار در استفاده از سیاست‌های سخت‌گیرانه)
	فرایند قانون‌گذاری در صنعت فین‌تک	مدت‌زمان فرایند تصویب قانون
	سازگاری با قوانین حوزه فین‌تک	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 اعطاکنندگان
	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 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 آزمون‌وخطا 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 فین‌تک	امنیت بالای محصول	حفظ داده‌های مالی کاربران
	جلب اعتماد بازیگران اکوسیستم فین‌تک	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
	دسترس‌پذیری کامل و ۲۴ ساعته مشتریان به امور مالی و بانکی	مدت‌زمان 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 رفع‌کننده دغدغه کاربر بومی‌سازی، شخصی‌سازی، انجام تراکنش‌های مالی به درستی، انجام تراکنش‌های مالی در مدت زمان کوتاه و مناسب
	پشتیبانی از مشکلات تراکنش‌های مالی	پشتیبانی کامل از مشکلات مشتریان
	نوآوری در صنعت فین‌تک	پیشرو بودن در صنعت
اثرگذاری در صنعت مالی کشور و دنیا	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
	افزایش امنیت سرمایه‌گذاری	افزایش امنیت سرمایه‌گذاری



شکل شماره ۲ : کدگذاری محوری پژوهش

پس از کدگذاری باز و دسته‌بندی مؤلفه‌ها، در کدگذاری محوری، ابتدا پدیده محوری (خلق ارزش) بر اســـاس تأکیدات مصاحبه‌شوندگان تعیین شد. ســـپس مقوله‌ها (مقولات فرعی) شامل شرایط علّی: مؤلفه‌هایی که مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند، شرایط زمینه‌ای: شرایط خاصی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، شـــرایط مداخله‌گر: شـــرایط 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 نشان‌داده‌شده است.

مرحله سوم: کدگذاری انتخابی

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

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که بیان شـــد، باتوجه‌به اهمیت روزافزون صنعت فین‌تک و نیاز مبرم مشـــتریان به‌خصوص مشتریان نســـل Z به تحولات در صنعت مالی و بانکی، در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های مناسبی بر بســـتر این صنعت در ایران و ســـایر نقاط جهان صورت پذیرفته است. همین‌طور با بررسی پیشینه پژوهش مشخص گردید که با وجود مطالعات علمی نسبتاً متعددی که در حوزه توسعه کسب‌وکار انجام شده است، موضوع مدل‌سازی برای توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک تاکنون به‌صورت مستقل موردتوجه پژوهشـــگران قرار نداشته است و تحقیقات منسجمی در زمینه توسعه کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک که مســـائل مالی بسیاری را در خود جای‌داده است انجام نشده است؛ بنابراین پژوهش حاضر باهدف جلوگیری از اتلاف منابع به ارائه مدلی مناسب جهت توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک در حوزه مالی و بانکی با روش نظریه داده‌بنیاد پرداخته است. بر همین مبنا و مصاحبه با متخصصان و خبرگان صنعت فین‌تک بیش از هزار دقیقه مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت پذیرفت که نتیجه نهایی آن استخراج ۱۱۲ مؤلفه‌های اختصاصی برای توسعه کسب‌وکارها در حوزه فین‌تک بوده است. محققان

در پاســـخ به سوال اصلی پژوهش، نظریه توسعه کسب‌وکار در حوزه فین‌تک را بعد از انجام کدگذاری باز، محوری و انتخابی بدین صورت ارائه کردند: «با آگاهی از سیاســـت‌های 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 فین‌تک پرداخت. در این راه شناخت بازیگران اکوسیستم فین‌تک 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 مناســـب در حوزه «بازار فین‌تک» منجر به تضمین موفقیت‌های بیشـــتر خواهد شد. بعد از خلق ارزش، رهبری سازمان می‌تواند با تحلیل درســـت از تأثیر کســـب‌وکار بر محیط پیرامون آن به تدوین راهبردهای کلان برای ســـازمان 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 دســـتاوردهای این پژوهـــش که نوآوری پژوهش هم در برمی‌گیرد، اســـتخراج مؤلفه‌های اقتصادی است که در پژوهش‌های گذشته، به دلیل عدم تمرکز بر روی این صنعت مشاهده نشـــده بود. مؤلفه‌هایی مانند: داشـــتن «تیم اقتصادی قوی»، بررســـی مداوم و آگاهی از «متغیرها و سیاســـت‌های اقتصادی»، شناخت «اکوسیســـتم فین‌تک در ایران و دنیا»، بررسی «روندهای صنعت فین‌تک»، جلب «حمایت ســـرمایه‌گذاران از صنعت فین‌تک» و به‌خصوص حمایت مالی از کسب‌وکار نوپای شـــکل‌گرفته در این حوزه، آشنایی با «قوانین و مقررات صنعت فین‌تک» و جلب «حمایت‌های دولتی، قانون‌گذار و قوه قضائیه»، شـــناخت «بازار فین‌تک»، داشتن «استراتژی‌های متناسب با صنعت فین‌تک در ایران و دنیا» و داشتن تفکر «تحلیل کسب‌وکار» که رعایت همه این موارد منجر به ارائه یک یا چند «محصول متناســـب با نیازهای مالی کاربران و جامعه»، «اعتمادسازی در اکوسیستم فین‌تک» و درنهایت «اثرگذاری در صنعت مالی ایران و دنیا» شناسایی شدند. موارد بیان شده مؤلفه‌هایی بودند که در تحقیقات گذشـــته به‌صورت متمرکز برای توسعه یک کسب‌وکار در صنعت فین‌تک 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 مســـئله فقر دانش، تجربه و مکتب اقتصادی مشـــخص 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 کسب‌وکارهای نوپا در حوزه فین‌تک و حتی کسب‌وکارهای نیمه بالغ می‌توانند با استفاده از مدل پیشـــنهادی در این پژوهش، به ارزش‌آفرینی بیشـــتر و کسب درآمد بالاتر بپردازند. هرچند مدل کســـب‌وکار یک سازمان به‌عنوان فرایند اتخاذ تصمیمات راهبردی هیچ‌وقت کامل نمی‌شود و آزمایش و ارزیابی مدل‌های کســـب‌وکار بایستی به‌صورت مداوم و مکرر صورت پذیرد (شافر[1]،۲۰۰۵). ازاین‌رو، ارزیابی منظم مدل کســـب‌وکار می‌تواند مبنایی برای بهبود مستمر مدل کسب‌وکار بوده و تبدیل به محرکی برای ایجاد تغییرات جدی و نوآورانه در مدل شود (استرووالدر، ۲۰۱۰).

1 . Shafer

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 tospecial 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, Investement 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-tobusiness 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

،8. 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