

بررسی ابعاد اقتصادی کسب‌وکارهای فین تک و ارائه الگوی گسترش آن در راستای استحکام بخشی به دفاع اقتصادی

بهناز ورشوساز^۱
بهنام شوشتری^{۲*}

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

چکیده

سال‌هاست که جنگ اقتصادی علیه ایران آغاز و دفاع اقتصادی برای مقابله با تهاجم‌های اقتصادی دشمن تعریف شده است. هدف از دفاع اقتصادی ایجاد بنیان‌های قوی‌تر برای مقاومت در برابر تعارض‌های خارجی است. دفاع اقتصادی نیازمند ابزارهای مناسب بوده که یکی از این ابزارها فین تک است. فین تک ابزاری است که دو عرصه‌ی علم اقتصاد و فناوری را به هم مرتبط می‌کند. این پژوهش با بررسی ابعاد اقتصادی کسب‌وکارهای فین تک و با هدف معرفی راهکارهایی به منظور ارائه‌ی الگوی گسترش این کسب‌وکارها در استحکام بخشی به دفاع اقتصادی انجام شده است. روش این پژوهش کتابخانه‌ای - پیمایشی و جامعه آماری آن متخصصین حوزه فین تک می باشد. در مرحله کیفی با روش فراتلفیق کیفی مدل کلی تحقیق با شش مقوله شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، مقوله مرکزی، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و اقدامات و پیامدها ارائه شد. بر اساس این مدل، عوامل اقتصادی و اشتغالی، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مصرف کنندگان به عنوان شرایط علی، توسعه فناوری دیجیتال به عنوان شرایط زمینه‌ای و شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی به عنوان مقوله مرکزی استخراج شدند. سپس در مرحله کمی، نتایج کیفی با استفاده از داده‌های حاصل از پرسشنامه و روش تحلیل عامل تاییدی، نشان دهنده برازش نسبتاً مناسب مدل استخراج شده است.

واژگان کلیدی: فین تک، فناوری مالی، دفاع اقتصادی، تحریم اقتصادی، بانکداری.

^۱ دکتری اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.
(Varshosaz_b@yahoo.com)

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران. نویسنده مسئول.
(shooshtari@outlook.com)

۱. مقدمه

بدون شک صنعت مالی برای جامعه و زندگی روزمره مردم در سراسر جهان از اهمیت زیادی برخوردار است. اگرچه این بخش طی قرن‌ها به دلیل تغییر در قوانین سیاسی و جغرافیایی حکومت‌ها دستخوش تحولات اساسی شده است، محققان بسیاری اظهار داشته‌اند که با ظهور فین تک^۱ برای بانک‌ها عصر جدیدی آغاز شده است. از طرفی امروزه بر هیچ کس پوشیده نیست که نوعی جدید از جنگ در عرصه‌ی بین‌الملل ایجاد شده است که بنیان‌های اقتصادی را نشانه می‌گیرد. دفاع اقتصادی برای مقابله با تهاجم‌های اقتصادی دشمن تعریف شده است و هدف آن ایجاد بنیان‌های قوی‌تر برای مقاومت در برابر تعارض‌های خارجی می‌باشد. سال‌هاست که جنگ اقتصادی علیه جمهوری اسلامی ایران آغاز شده و اکنون بیش از چهل سال از شروع آن می‌گذرد. مقایسه مدت زمان این جنگ با هشت سال دفاع مقدس نشان از وسعت و اهمیت آن دارد که نیازمند توجه و بررسی بیشتر می‌باشد.

کشور ما در حال حاضر با مشکلات بزرگی مانند تحریم‌های ظالمانه، تورم بالا، افزایش نرخ بیکاری، نوسان نرخ رشد اقتصادی، وابستگی به درآمدهای نفتی و نیز درآمدهای عمومی به نفت^۲، واردات بی‌رویه، ناطمینانی فضای کسب و کار، وجود یارانه‌های گسترده و غیر هدفمند، بهره‌وری پایین، ضعف بخش خصوصی، کاهش ارزش پول ملی (هر دلار در حال حاضر بیش از ۲۵۰ هزار ریال است)، بیماری کرونا و غیره روبرو می‌باشد. با وجود تمامی این واقعیت‌ها، چشم‌انداز تعریف شده توسط نظام، رتبه اول در منطقه آسیای جنوب غربی را برای ایران در سال ۱۴۰۴ هجری شمسی (۲۰۲۵ میلادی) ترسیم کرده است. به وضوح روشن است که رسیدن به اهداف چشم‌انداز خود از الزامات مرحله‌ای تحقق آرمان‌ها و اهداف انقلاب اسلامی است. نگاه آسیب شناسانه و همچنین تخصصی به وضعیت اقتصاد ایران از منظر گام‌های تحقق و پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی، تصویر درستی از مشکلات را آشکار خواهد کرد. لازم به ذکر است که در نتایج این نگاه که حاصل می‌شود خود می‌تواند باعث اصلاح، تعدیل و یا تغییر یا حذف بسیاری دیگر از قوانین و مقررات و سیاست‌هایی باشد که با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی هماهنگی ندارد و یا خود مانعی محسوب می‌گردد و یا شاید باعث کندی این حرکت گردد.

نکته‌ی قابل توجه که در ادبیات علم اقتصاد با آن مواجه هستیم، فقدان آگاهی به تقابل اقتصادی در عرصه‌ی جهانی است. متأسفانه با وجود سابقه‌ی طولانی مدت تحریم‌ها و تهاجم‌های اقتصادی در جهان، که قدمت آن به بیش از یک قرن می‌رسد، هنوز جنگ اقتصادی واژه‌ای نامأنوس در مجامع علمی محسوب می‌شود و محتوای مشخصی در این باره در ادبیات اقتصادی جهان وجود ندارد. این در حالی است که تهاجم‌های اقتصادی توسط قدرت‌های غربی به جمهوری اسلامی ایران از حد متعارف خارج شده و تحریم‌ها و محدودیت‌های اقتصادی فراوان عملاً عرصه را به یک جنگ اقتصادی تبدیل کرده است.

1. Fintech

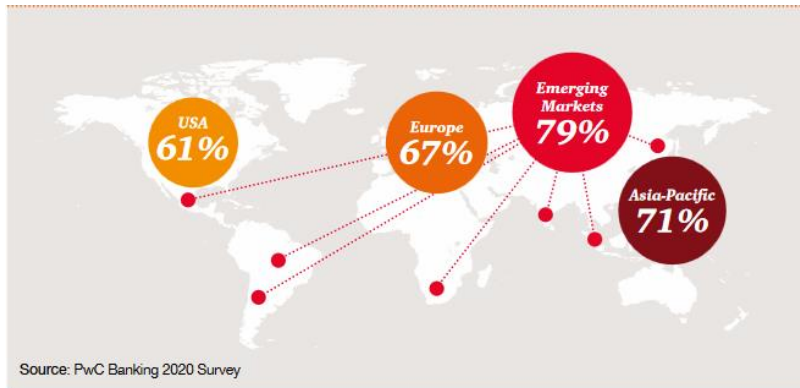
۲. برای اساس داده‌های مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۹ - شاخص‌های کلیدی

همزمان با جنگ اقتصادی، شاهد رشد شگفت‌انگیز فناوری در سراسر دنیا و تقابل تمام‌قد ابزارهای مدرن رایانه‌ای در برابر ابزارهای سنتی هستیم. گسترش فناوری آنقدر وسیع و سریع و قدرتمندانه است که در مدتی بسیار کوتاه و تقریباً کمتر از ۱۰ سال، تلفن‌های همراه هوشمند جزئی لاینفک از زندگی بسیاری از مردم جهان شده است. بدیهی است که برای دفاع در برابر جنگ‌های تحمیلی، نیازمند ابزارهای متناسب با آن جنگ هستیم. یکی از جنگ‌افزارهایی که می‌توان از طریق آن در مقابل تعرض دشمنان ایستادگی کرد و به دفاع اقتصادی استحکام بخشید، فین‌تک است. فین‌تک ابزاری است که دو عرصه علم اقتصاد و فناوری را به هم مرتبط می‌کند. فین‌تک‌ها با تکیه بر راهکارهای فناورانه به دنبال ایجاد فضایی بسیط در استفاده عملی از علم اقتصاد در عرصه‌های مالی هستند. در این میان، در صورت آگاهی از وضعیت اقتصادی در دنیا و کشور، با رشد کسب‌وکارهای فین‌تک می‌توان به رشد اقتصادی کمک کرد و در صورت شناخت کامل از ابزارهای مالی و فناورانه می‌توان در راستای استحکام‌بخشی به دفاع اقتصادی گام‌هایی مؤثر برداشت. در این تحقیق پس از مرور ادبیات تحقیق، ابتدا با استفاده از مدل پارادایمی و مقولات و مفاهیمی که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان بدست آمده است، پیشامدها و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و گسترش خدمات حوزه فین‌تک از جمله شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر بررسی شده و در ادامه به راهبردها، پیامدها و نتایج حاصل از آن با رویکرد دفاع اقتصادی پرداخته شده است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نویسندگانی چون (برگر^۱، ۲۰۰۳؛ ماریو^۲، ۲۰۱۶؛ شیم و شین^۳، ۲۰۱۶) اظهار می‌کنند با ظهور فین‌تک دوران جدیدی برای بانک‌ها بوجود آمده است (میلیان و همکاران^۴، ۲۰۱۹). فین‌تک یا فناوری مالی^۵ گونه‌ای از فناوری است که با بهره‌گیری از توان نرم‌افزاری و سخت‌افزاری به ارائه خدمات مالی نوآورانه می‌پردازد که امروزه استارت‌آپ‌های متعددی بر اساس آن شکل گرفته‌اند. کسب‌وکارهای مبتنی بر این فناوری در کنار فضای نسبتاً سنتی فناوری‌های حوزه خدمات مالی و بانکی و برای پر کردن خلأ ارائه سرویس‌های نوآورانه پدیدار شده‌اند (لواتا^۶، ۲۰۱۷).

-
1. Berger, 2003
 2. Mareev, 2016
 3. Shim and Shin, 2016
 4. Eduardo Z. Milian, Mauro de M. Spinola, Marly M. de Carvalho, 2019
 5. Financial Technology
 6. Iwata, 2017



شکل شماره (۱) میزان اهمیت بانکداری در سال ۲۰۲۰

Source: PWC Banking 2020 Survey

صنعت بانکداری به شدت متکی به شناسایی نیازهای مصرف‌کنندگان، برنامه‌ریزی و ارائه راهکار برای پاسخ‌گویی مناسب به این نیازها است. میزان اهمیت این صنعت و برنامه‌ریزی برای آن در سال ۲۰۲۰ از نقطه نظر مدیران و نظریه پردازان این حوزه در شکل شماره (۱) نشان داده شده است. به عقیده ۷۹ درصد از مدیران این صنعت در کشورهای آسیایی و بازارهای جدید آن مانند ایران، برنامه‌ریزی برای آینده سیستم‌های بانکی و صنعت بانکداری آنها از اهمیت بیشتری نسبت به سایر نقاط جهان برخوردار است. افزایش تعداد کاربران اینترنت در ایران، یکی از بیشترین مقادیر را در بین کشورهای جهان دارد. تعداد کاربران اینترنت از ۲۳ میلیون نفر در سال ۲۰۰۸ به ۷۸/۹ میلیون نفر در سال ۲۰۲۰ بالغ شده است که رشدی بیش از سه برابر را نشان می‌دهد.

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد مجموعه‌ای از تعاریف برای واژه فین تک موجود است و یک درک جامع از فین تک را ارائه می‌دهند. استفاده از ارتباطات جدید، اینترنت همگانی و فراگیر شدن اطلاعات و پردازش آنها از جمله عواملی است که شرکت‌های فعال در صنعت مالی از آنها به عنوان راهی برای نوآوری و ارائه خدمات جدید استفاده می‌کنند. اسچوفل^۱ در سال ۲۰۱۶ در مطالعه‌ای به مرور تاریخی و جمع‌بندی در خصوص واژه فین تک طی چهل سال گذشته‌اش نموده است. ادعای کلی این مطالعه این است که هیچ تعریف واحدی از واژه فین تک یا فناوری مالی وجود ندارد.

علاوه بر این، بر اساس پژوهش صورت گرفته توسط میلیان و همکاران^۲ که مروری بر ادبیات تحقیقات صورت گرفته در حوزه فین تک از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸ بوده است، اذعان می‌کند که اکثر سرویس‌های مالی مبتنی بر فناوری و نوآوری، با مسائل مربوط به قوانین صنعت مالی، قوانین محلی و یا نظام مالی در سطح جهانی دست و پنجه نرم می‌کنند. یافته‌های تحقیق وونگلیم پایارت (۲۰۱۷)^۳، نشان می‌دهد که ویژگی‌های نظام‌مند ممکن است هم زمان با تغییرات بازار، تغییر کند. مدل نوآوری نظام‌مند در توصیف انتشار نوآوری موثر و سودمند است.

1. Schueffel 2016

2. Eduardo Z. Milian, Mauro de M. Spinola, Marly M. de Carvalho

3. Wonglimpiyarat J

این مدل نه تنها دانش را در زمینه نوآوری‌های بانکی گسترش می‌دهد، بلکه نشان می‌دهد که ارتباط بین پیچیدگی‌های فناوری بانکی و استراتژی‌های استفاده شده در مدیریت نوآوری‌های فین تک به سمت یک بازار رقابتی با استفاده گسترده میل می‌کند.

در خصوص شکل‌گیری یک بازار توسط خانا و پالپو (۱۹۹۷)^۱ مطالعات مقدماتی انجام شده است. آنها اظهار کرده‌اند شکل‌گیری یک بازار از حفره نهادی یا خلأ ایجاد شده مابین خریدار و فروشنده به وجود می‌آید. با این حال، ترکیب و شدت این خلأ یا حفره از بازاری به بازاری دیگر متفاوت است، در بازار شکل گرفته معاملات مابین خریداران و فروشندگان به راحتی و سهولت صورت می‌گیرد و آنها قادرند به سهولت گرد هم آیند. این مطالعات توسط هوسکینسون^۲ و همکاران (۲۰۰۰)، خانا و پالپو (۲۰۰۶ و ۲۰۱۰)، پوپسکو^۳ و همکاران (۲۰۱۱) و دمیر گوک و کلابر^۴ (۲۰۱۳) توسعه داده شده است. همچنین خانا و پالپو (۲۰۰۵) مطالعاتی در راستای شناسایی فرصت‌ها در جهت پر کردن خلأهای نهادی برای شکل‌گیری یک بازار انجام داده‌اند.

بر اساس نظریه کریستنسن^۵ (۲۰۰۳) در مورد نوآوری ساختار شکنانه^۶، فین تک را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: «فین تک‌های پایدار^۷»، برای ارائه‌دهندگان خدمات مالی که برای محافظت از موقعیت‌های بازار خود با استفاده از فناوری اطلاعات از طریق نوآوری‌های در حال رشد فعالیت می‌کنند و «فین تک‌های ساختار شکنانه^۸» مخصوص شرکت‌ها و استارت آپ‌های جدید که با تهیه محصولات و خدمات جدید مواجه می‌شوند (جسی مک واترز، ۲۰۱۵؛ چپو، ۲۰۱۶؛ لاکاس و همکاران، ۲۰۱۶)^۹. این تعهدات مدل‌های تجاری جدیدی را ارائه می‌دهند که انعطاف‌پذیری، امنیت، کارایی و فرصت‌های بیشتری را نسبت به خدمات مالی سنتی تحقق می‌بخشد (گومبر و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۷).

ریابووا^{۱۱} در سال ۲۰۱۷ بیان نموده است که فین تک‌ها (از جمله اعتباردهی هم‌تا به هم‌تا^{۱۲}، کیف پول الکترونیک^{۱۳}، بیت کوین^{۱۴}، موبایل بانک^{۱۵}) گرایش‌های جدید و بلند پروازانه‌ای هستند که روند زندگی را تغییر می‌دهند و آنها به ارائه خدمات بدون مشارکت بانک‌ها می‌پردازند. پروژه‌های فین تک توسط کارآفرینان جوان و سرمایه‌گذاران ترجیح داده می‌شوند. همچنین این پژوهش نتیجه گرفته است که بازار فین تک، بازار بسیار فعال و جذاب برای استارت آپ‌ها و همچنین سرمایه‌گذاران است و هر روز رهبران جدید و تازه وارد بوجود

-
1. Khanna, Palepu
 2. Hoskinson
 3. Popesko
 4. Cooch G. , Klaber M.
 5. Christensen
 6. Disruptive Innovation
 7. Fintechs Sustainable
 8. Disruptive Fintechs
 9. Jesse McWaters, 2015; Chiu, 2016; Lacasse et al., 2016
 10. Gomber
 11. Ryabova A.
 12. Peer-to-peer crediting
 13. E-wallets
 14. Bitcoin
 15. Mobile banks

می‌آیند که بازار و رقبا را برای ایجاد محصولات نوآورانه و مؤثر تحریک می‌کند، و ظهور آنها، چهره خدمات بانکی را تغییر می‌دهد.

میلیان و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی و بحث در ادبیات نظری فین تک پرداختند. به اعتقاد آنها گرچه موضوع فین تک در رسانه‌های مطبوعات و ارتباطات به طور گسترده مورد بحث قرار گرفته است، در مورد تعریف اصطلاح در ادبیات علمی و موضوعات و روند تحقیقات کلیدی، هیچ توافقی وجود ندارد. هدف تحقیق آنها این است که مفهوم فین تک را بررسی کرده و با ارائه ادبیات نظری، مسیرها و فرصت‌های جدید در این زمینه را مشخص کنند. برای این منظور، یک نظرسنجی نظام‌مند ادبیات^۱ انجام داده‌اند و تلاش کرده‌اند تا زمینه‌های فعالیت‌های فین تک را شرح بدهند و ادبیات نظری این موضوع را طبقه بندی کنند. هورنوف و حداد^۲ در سال ۲۰۱۶ دریافتند هنگامی که در کشورها، آخرین فناوری به راحتی در دسترس است و همچنین تعداد مشتریان بیشتری از تلفن همراه نیز وجود دارد، شاهد افزایش استارت آپ‌های فین تک هستند. علاوه بر این، نیروی کار فعال آنها، تأثیر مثبتی بر توسعه این بخش جدید از بازار دارد. به طور کلی، آنها نشان دادند که شکل‌گیری بازار فین تک‌ها نیاز به شانس ندارد، و سیاست‌های فعال می‌تواند بر ظهور این بازار جدید تأثیر بگذارد.

گیمپل^۳ و همکاران (۲۰۱۷) بیان نمودند که علیرغم افزایش سرمایه‌گذاری بر روی بازار فین تک‌ها، این پدیده نوظهور، پدیده کم‌بینشی^۴ است. چرا که تا کنون، استارت آپ‌های فین تک، عمدتاً از یک دیدگاه کاربردی مورد بررسی قرار گرفته‌اند و صرفاً یک دیدگاه کاربردی، برای درک کامل خدمات ارائه شده توسط فین تک‌ها کافی نیست. آنها در این پژوهش به طبقه بندی ویژگی‌های غیر کارکردی فین تک‌ها پرداخته‌اند. آنها اقدام به تجزیه و تحلیل فین تک‌ها مبتنی بر مصرف کننده نموده‌اند. نتایج پژوهش آنها حاکی از وجود ۱۵ نوع طبقه که در طول تعاملات، اطلاعات و کسب درآمد مشاهده می‌شود، می‌باشد. طبقه بندی شناسایی شده به دانش توصیفی در مورد استارت آپ‌های فین تک کمک می‌کند، و محققین و متخصصان را قادر می‌سازد تا خدمات ارائه شده مبتنی بر فین تک را به صورت ساختاری تحلیل کنند.

امروزه دو خطر بزرگ برای استراتژی‌های توزیع در خدمات بانکی خود وجود دارد: نخست تغییر روش و رفتار با توجه به اینکه مصرف‌کننده کجا و چگونه محصولات خدمات بانکی را خریداری می‌کند، و دوم برای سازمان‌های خدمات بانکی که به شیوه سنتی کار می‌کنند جایگزین‌های زیادی وجود دارند (کینگ^۵، ۲۰۱۳). در سال‌های اخیر خدمات بانکی تغییرات زیادی کرده است. در مرحله اول همزمان با پیشرفت قابلیت‌های بانکداری اینترنتی مراجعه به شعب نیز کاهش یافت و به تدریج و با افزایش اطمینان مصرف‌کنندگان مسیر ارتباطی جدید تبدیل به کانال اصلی ارتباط با بانک برای تراکنش‌های روزانه شد. در گذشته ۵۰ الی ۶۰ درصد

¹ Systematic Literature Review (SLR)

² Haddad, C , Hornuf, L.

³ Gimpell

⁴ Low-Vision Impact

⁵ King B.

تراکنش‌ها در شعب انجام می‌شدند اما در طی ۱۰ سال هم اکنون حدود ۹۵ درصد تراکنش‌های روزانه از طریق تلفن همراه اینترنت مرکز تلفن و دستگاه خودپرداز صورت می‌گیرد.

در مقایسه با صنعت‌هایی مثل تفریح، سفر و خرده‌فروشی، بانک‌ها هنوز در حال استفاده از کانال‌ها برای تغییر تجارت و یا پیشنهاد محصولات و خدمات جدید و مرتبط هستند، صنعت بانکداری هنوز باید گسیخته شود. دپ^۱ (۲۰۱۵)، بیان می‌کند که بسیاری از نوآوری‌های دیجیتال در درجه اول می‌تواند توسط مصرف‌کنندگان تجربه شوند و پیشرفت فناوری کی^۲، امکان استفاده از الگوریتم‌های مدرن، خود شناختی و خودآموزی نرم افزارهای بانکی هوشمند را فراهم می‌کند، و در آینده اطمینان حاصل خواهد شد که خدمات بانکی جدید از داده‌های ارزشمند موجود به دست آمده و تمام خدمات بانکی به صورت خودکار به مصرف‌کنندگان ارائه می‌شود. (چپستی و بار پریس^۳، ۲۰۱۶) یکی از راه‌های قدرتمند برای غلبه نمودن بر چالش‌های امروزی، حرکت به سمت تحول دیجیتال است. تحولات اخیر فناوری اطلاعات و ارتباطات^۴، راهکارهایی را برای تولید (راهکارهای مبتنی بر پایگاه داده، ابزار تصمیم‌گیری و برای توزیع کانال‌های دیجیتال، دانش مصرف‌کننده، تجربه خوب مصرف‌کننده و انعطاف‌پذیری ارائه خدمات به مصرف‌کنندگان) به ارمغان آورده است. این پیشرفت‌های بازیگران جدید را قادر می‌سازد که جایگاه‌های مختلفی در صنعت پیدا کنند و به آنها اجازه می‌دهد که پیشنهادات (مبتنی بر گوشه بازار^۵) خود را بر اساس تعامل و سفارشی‌سازی با نسل‌های جوان‌تر، با قیمت بسیار پایین‌تر از آنچه که توسط نهادهای بانکی سنتی ارائه می‌شود، فراهم کنند.

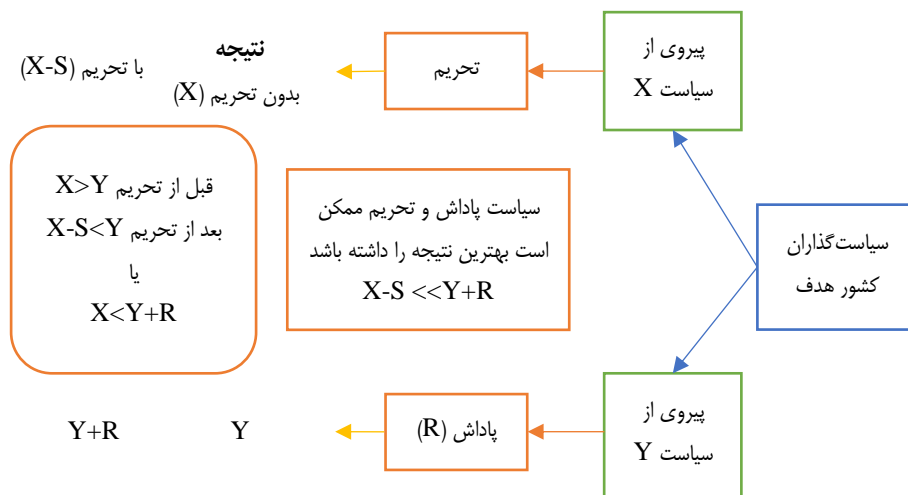
تغییر رفتار مصرف‌کننده و نیاز به مشتری، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را مجبور به انطباق با این تحولات جهت حفظ شرایط رقابت خود نموده است. همین‌طور، تعداد زیادی از شرکت‌های فن‌آوری جدید بانکی (فین‌تک) شروع به ارائه خدمات بانکی مشابه با بانک‌های معمولی نموده‌اند. آنها اشاره کرده‌اند که موضوع مشاوره روبرو^۶ (سرویس‌های اتوماتیک یا نزدیک به اتوماتیک مالی) در حال افزایش است و این مشاوران می‌توانند به عنوان سیستم عامل‌های دیجیتالی تعریف شوند که خدمات برنامه ریزی بانکی مبتنی بر الگوریتم را با نظارت کم و بدون دخالت انسانی ارائه دهند (وینفلد و پارمنشیر^۷، ۲۰۱۷). یافته‌های پژوهش آدریان و همکاران^۸ (۲۰۱۷)، حاکی از این است که:

- مرزها در بین واسطه‌های بانکی، بازارها و ارائه‌دهندگان خدمات بانکی در حال تغییر است.
- موانعی که مابین ارائه‌دهنده خدمت و گیرنده سرویس وجود دارد، در حال تغییر هستند، در برخی موارد کاهش می‌یابند، اما در برخی موارد دیگر افزایش می‌یابند، به ویژه اگر ظهور بازار فین‌تک باعث ایجاد شبکه‌های بزرگتر و خلق فرصت‌های رقابت شود.

1. Dapp T.F.
 2. K-Technology
 3. Barberis, J. and Chishti
 4. ICT
 5. Market niche
 6. Robo-Advisor
 7. Winfeld and Paramantier
 8. Adrian T. Leckow.R & Bredenkamp. H. (2017)

- اعتماد همچنان عامل اصلی در بازار خدمات است، که باعث شده وابستگی کمتری به واسطه‌های سنتی بانکی و افزایش اعتماد نسبت به ارائه دهندگان جدید خدمات بانکی، گردد.
 - فناوری بانکی باعث شده روش‌های پرداخت بین‌المللی بهبود یابد، از جمله ارائه خدمات بهتر و ارزان‌تر و کاهش هزینه‌های مرتبط با پول نقد. به طور کلی، بازار خدمات برای تغییر آماده است.
 - استنلی^۱ (۲۰۱۳) بیان می‌کند که چهار روند رشد کلیدی فن‌آوری‌های در حال ظهور بازار خدمات بانکی، که امروزه کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند و برخی از شرکت‌های برجسته فین تک در حال بهبود آنها هستند، از قرار زیر می‌باشند:
 - بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی: استفاده از قدرت جمعیت - جوامع آنلاین برای ارتباطات و سازماندهی دسته جمعی افراد می‌تواند بر مدیریت بانکی شخصی تأثیر بگذارد، فرصتهایی را برای اعطای وام دهی فرد به فرد فراهم می‌کند و کیفیت و عمق اطلاعات مورد استفاده را برای شناسایی ریسک اعتباری بهبود می‌بخشد.
 - جریان‌های نقدی ورودی/ خروجی: شبکه‌های پرداخت دیجیتال می‌توانند به راحتی پول را نقد و دوباره از طریق بارگذاری امن، به صورت بلا درنگ^۲ برای بسیاری از مصرف‌کنندگان که همچنان ترجیح می‌دهند از پول نقد در معاملات خود استفاده کنند؛ تبدیل و سپس به حالت اول باز نمایند.
 - استفاده از داده‌های بزرگ^۳ برای مدیریت بهتر ریسک اعتباری
 - افزایش شرکت‌های کسب‌وکار به کسب‌وکار به مصرف‌کننده^۴: شرکت‌های استارت آپ فین تک با بهره‌گیری از کانال‌های توزیع کسب‌وکار به کسب‌وکار به سرعت به مصرف‌کننده نهایی بازار هدف خود از طریق محصولات مبتنی بر مشارکت‌های نوآورانه سرویس ارائه می‌نمایند.
- از ابتدای دهه ۹۰ میلادی تحریم‌های اقتصادی به عنوان یکی از مطلوب‌ترین روش‌های فشار در سیاست خارجی شناخته شده اند (کاشن^۵، ۲۰۱۷). هدف اصلی تحریم وادار کردن دولت‌ها به تغییر بعضی شیوه‌های رفتاری و همراه کردن آنها با سیاست‌های توجیهی کشور تحریم کننده می‌باشد. نیکنامی(۱۳۹۴) در قالب نظریه رژیم‌ها، به بررسی این فرضیه پرداخته است که رژیم تحریم‌ها، هم بر کشورهای فاعل و هم بر کشور هدف تحریم، دارای تبعات فراوانی است.

1. Stanley
2. Real-time
3. Big data
4. Business to Business to Customer (B2B2C)
5. Kashen



نمودار شماره (۱) نمودار تئوری تحریم‌ها

نمودار شماره (۱) با این فرض شروع می‌شود که در صورت وجود حق انتخاب آزادانه، سیاست‌گذاران هدف، سیاست X را که مخالف خواسته تحریم کننده است، انتخاب می‌نماید (policy X > policy Y). تحریم‌های منفی موجب تحمیل هزینه سنگین (S) به کشور تحت تحریم است که درصدد دنبال کردن سیاست X است. در نتیجه مجبور شود سیاست Y را انتخاب نماید. اگر هزینه تحریم‌ها (S) به اندازه کافی زیاد باشد، در نتیجه این رابطه به دست می‌آید: (policy X-S < policy Y) با توجه به اینکه هدف از تحریم کشور، تحت فشار قرار دادن با ممانعت باشد، سیاست Y هم می‌تواند باعث تغییر خط مشی کنونی و هم عدم پیروی از خط مشی آینده شود. فدایی و درخشان (۱۳۹۴) با استفاده از مدل خود-توضیح با وقفه‌های گسترده^۱، تأثیر تحریم‌های اقتصادی علیه ایران بر رشد اقتصادی طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۵۷ را بررسی کرده‌اند. همچنین نعمت‌اللهی و گرشاسبی (۱۳۹۳) با استفاده از شاخص‌های هرفیندال هیرشمن و تمایل به بررسی تغییرات تنوع صادراتی ایران در دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۸۳ و تحولات آن در اثر تحریم‌های بین‌المللی پرداخته‌اند. طغیانی و درخشان (۱۳۹۳) ضمن استخراج عوامل تقلیل دهنده و تشدید کننده اثرگذاری تحریم‌های اقتصادی از مبانی نظری، سیاست‌هایی را به منظور مقابله با تحریم‌های اقتصادی پیشنهاد داده و با روش تحلیل سلسله مراتبی^۲ به اولویت بندی آنها می‌پردازد. از زمان پیروزی انقلاب اسلامی چهار دور تحریم علیه کشور وضع شده است. که می‌توان آنها را به صورت خلاصه به شرح زیر ارایه کرد:

1. Autoregressive Distributed Lag (ARDL)
2. Analytic Hierarchy Process (AHP)

(الف) دور نخست (سالهای آغازین پس از پیروزی انقلاب)

(ب) دور دوم (همزمان با تجاوز نظامی عراق به ایران)

(ج) دور سوم (سالهای ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲)

(د) دوره چهارم (سال ۸۴ تاکنون)

رودپشتی، امامی و ملکشاهی (۱۳۹۲) با استفاده از روش آزمایشگاه ارزیابی و آزمون تصمیم گیری^۱ فازی، اثرات احتمالی تحریم بانکی را بررسی و شاخص‌های اثرگذار در این حوزه را استخراج نموده‌اند. بیگدلی، غلامی و بلداجی (۱۳۹۱) اثر تحریم‌های اقتصادی بر تجارت دوجانبه ایران با ۳۰ شریک تجاری آن را، طی دوره ۱۳۵۲ - ۱۳۸۶، با استفاده از مدل جاذبه تعمیم یافته با روش داده‌های تابلویی مورد بررسی قرار داده‌اند. اجیلی و مبینی (۱۳۹۲) مبتنی بر روش توصیفی، تبیینی، تحلیلی و آمار و اسناد و تحلیل کیفی داده‌ها، شرایط و مؤلفه‌های امکان‌پذیری استمرار تحریم نفتی اتحادیه اروپا علیه ایران را مورد بررسی قرار داده‌اند.

ولی‌زاده (۱۳۹۰)، به بررسی رهیافت‌ها و نظریه‌های کارایی تحریم‌های اقتصادی از منظر اقتصاد سیاسی بین‌الملل پرداخته است. به این منظور وی میان چهار مفهوم تمایز قائل شده است:

- اثر تحریم (هزینه تحریم بر کشور هدف تحریم)،
- کارآمدی تحریم (نیل به اهداف مورد نظر کشور تحریم کننده در خصوص رفتار تحریم شونده)،
- مطلوبیت تحریم (هزینه تحمیل شده بر کشور تحت تحریم منهای هزینه اعمال تحریم برای کشور تحریم کننده)،
- مطلوبیت نسبی (هزینه و فایده تحریم در مقایسه با سایر ابزارهای موجود).

هیچ یک از مطالعات داخلی انجام شده در موضوع تحریم، به طور خاص به اقدامات متقابل (به طور خاص در بعد اقتصادی کشور تحریم شده برای کاهش اثرات تحریم بر خود یا افزایش هزینه تحریم برای کشور تحریم کننده)، نپرداخته‌اند. تنها مطالعه در مورد راهبردهای مقابله با تحریم، مربوط به میرعمادی (۱۳۹۰) است که بر اساس تجربه در الگوی منتخب چین و هند، به طراحی چارچوبی پرداخته است که از طریق میزان درجه بلوغ نظام ملی نوآوری، میزان موفقیت راهبردهای مقابله با تحریم را ارزیابی می‌نماید، البته این مطالعه صرفاً به ارائه چارچوب تحلیلی اکتفا نموده و راهبردهای مقابله با تحریم را به صورت عینی مورد بررسی قرار نداده است.

در دفاع اقتصادی و اقتصاد مقاومتی قرار است برای یک پیشرفت مستمر و با سرعت به گونه‌ای برنامه ریزی شود که از خطرات و آسیب‌های ناشی از تهدیدات دشمن مصون بماند. در نتیجه برای آن که کشور بتواند حملات اقتصادی را پاسخ داده و دچار فروپاشی نشود، لازم است گلوگاه‌ها و نقاط ضعف استراتژیک خود را شناسایی کرده و برای برطرف نمودن آن‌ها برنامه ریزی کرد. نقاط ضعفی همچون:

- وابستگی کشور به کالاهای اساسی و استراتژیک به خارج؛
- وابستگی در حوزه علم و فناوری به کشورهای غربی؛
- اتکا و وابسته شدن به ساختارهای متمرکز بین‌المللی و جهانی؛
- وابسته شدن درآمد کشور به صادرات نفت؛

- فقدان مهندسی در تعاملات اقتصادی.

در سال‌های اخیر با توجه به اهمیت فین‌تک‌ها در کشور، موضوعاتی همچون: دریافت و پرداخت‌های آنلاین، طراحی رسانه‌ای در حوزه امور بانکی گرفته تا تولید نرم افزار برای تلفن همراه، نرم افزارهای خرید و فروش سهام، بازی‌های آنلاین در زمینه امور بانکی و حتی خدمات جدیدی مثل ان اف سی^۱ و کدهای کیو آر^۲ و هر نوآوری دیگری که به این حوزه مرتبط می‌شود را در بر گرفته‌اند و در کنار آنها جهت امنیت سنجی ایده‌های فوق، لابراتوارهایی برای تست نرم‌افزارهای بانکداری متمرکز، سوئیچ بانکی، پرداخت بانکی، سیستم امنیتی و غیره ایجاد گردیده تا تجربه فرارگیری در یک فضای واقعی بانکی را در اختیار قرار دهد. فارغ‌التحصیلان حوزه‌های بانکی، حسابداری، فناوری اطلاعات، بیمه و رشته‌های وابسته، بایستی با حمایت سازمان‌ها و نهادهای پشتیبان همچون پارک علم و فناوری، دانشگاه‌ها، مؤسسات بانکی بزرگ‌تر نسبت به تأسیس استارت آپ‌های فین‌تک در حوزه بانکی اقدام نمایند (کیکاوسی، ۱۳۹۵).

۳. روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر تحقیقی آمیخته است که به روش آمیخته متوالی و به روش اکتشافی ترتیبی^۳ انجام شده است. در مرحله کیفی روش فراتلفیق کیفی^۴ و نظریه داده بنیاد^۵ و در مرحله کمی روش تحلیل عاملی تاییدی^۶ انجام شده است. هدف اصلی طرح‌های آمیخته آنست که با جمع آوری شواهد بیشتر گردآوری و تحلیل شواهد کیفی در کنار اندازه‌گیری‌های کمی، درک بهتری از پدیده‌ها بدست دهد. روش‌های مختلف پژوهش آمیخته از بابت میزان اهمیت یا وزن روش‌های کمی و کیفی بکار گرفته شده و نیز توالی استفاده از آنها با هم متفاوت هستند (ون دی وان^۷، ۲۰۰۷).

روش فراتلفیق نوعی روش تحقیق است که برای ایجاد تئوری از طریق ایجاد یکپارچگی در مطالعات پیشین و مقایسه یافته‌های مختلف به کار گرفته می‌شود. هدف روش فراتلفیق ایجاد یک تفسیر خلاقانه و یکپارچه از یافته‌های کیفی است (والش و داون^۸، ۲۰۰۵). بخش کمی کار با تمرکز بر حوزه فین‌تک کشور انجام شد. در این مرحله تلاش برای این بود تا عوامل و مؤلفه‌های شناسایی شده در بخش کیفی کار با یک کار میدانی در حوزه فین‌تک در قالب مدلی ساماندهی شوند. این مدل نشان دهنده عوامل مؤثر بر نوآوری فراگیر در حوزه فین‌تک کشور و ارتباط آن با دفاع اقتصادی است. برای این کار یک کار تحلیل عاملی تاییدی انجام شد. جامعه آماری این تحقیق متخصصان و کارشناسان حوزه فین‌تک بودند. حوزه فین‌تک به عنوان یکی از حوزه‌های نوظهور در دنیای فناوری صنعتی دارای ویژگی‌های خاص و متمایز است. برای گردآوری اطلاعات و

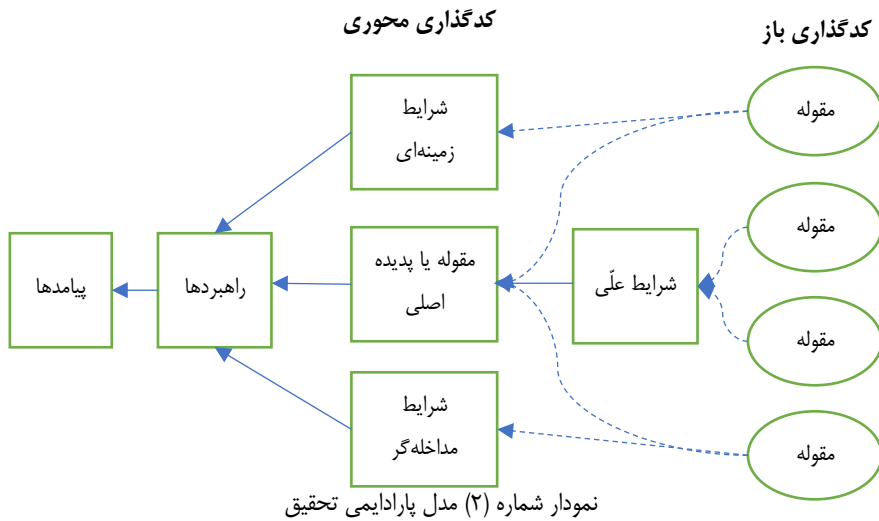
-
1. Near-field communication (NFC)
 2. Quick Response Code (QR Code)
 3. Exploratory Sequential Design
 4. Qualitative Metasynthesis
 5. Grounded Theory
 6. Affirmative Metasynthesis
 7. Van de van
 8. Walsh & Downe

داده‌های مورد نیاز، از داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای در قالب مقالات انگلیسی، فارسی، پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع و سایت‌های اینترنتی بهره گرفته شده است. علاوه بر مطالعات گفته شده، از مشاهدات میدانی، مصاحبه و نظر خبرگان نیز بهره گرفته شد. شاخص‌های اصلی و زیرشاخص‌ها از مبانی نظری استخراج شده است. برای گردآوری داده‌ها در بخش کمی از پرسشنامه استفاده شد که با استفاده از شاخص‌های مورد استفاده از تحقیقات پیشین، نظر اساتید محترم و همچنین یافته‌های محقق تدوین گردیده است. پرسشنامه در دو فرمت آنلاین و کاغذی در بین افراد در جامعه آماری توزیع شد. به این ترتیب مجموعاً ۲۰۹ پرسشنامه جمع‌آوری شد. در زمان تحلیل پرسشنامه‌هایی که برای تکمیل آنها کمتر از ۲ دقیقه وقت صرف شده بود، یعنی ۶ مورد، حذف شدند. بنابراین کار تحلیل با ۲۰۳ پرسشنامه انجام شد.

جدول شماره (۱) پرسشنامه‌های دریافتی از نمونه‌های آماری

روش دستیابی	تعداد پرسشنامه دریافتی
۸۰ استارت‌آپ (ایمیل)	۷۰
کانال راه پرداخت	۴۸
کانال نشریه شنبه	۲۴
گلوله برفی	۳۶
حضور در شتاب‌دهنده‌ها	۳۱
مجموع (بعد از حذف ۶ مورد)	۲۰۳

در این تحقیق ابتدا با استفاده از مدل پارادایمی و مقولات و مفاهیمی که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان بدست آمد، پیشامدها و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و گسترش خدمات حوزه فین تک از جمله شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر طبق مدل ذیل بررسی و در ادامه به راهبردها، پیامدها و نتایج حاصل از آن با رویکرد دفاع اقتصادی پرداخته شده است.



این مدل، از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز پدیده مرکزی قرار می‌گیرد که فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرد. جریان فرایندها و فعالیت‌هایی که در بستر این تحقیق اتفاق افتاده است، نشان می‌دهد.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر سه مفهوم عوامل اقتصادی و اشتغالی، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مصرف‌کنندگان به عنوان عامل و شرایط علی اثرگذار بر پدیده محوری شکل‌گیری بازار فین تک‌ها بدست آمد:

الف- عوامل اقتصادی و اشتغالی: عوامل اقتصادی مقوله‌ای علی است که بر خلأ نهادی برای بوجود آمدن بازار تأثیر می‌گذارد. این مقوله دربرگیرنده مفاهیمی چون «افزایش بیکاری جوانان»، «میل به استقلال کاری در جوانان»، «جوانان فارغ‌التحصیل بااستعداد» است. در سال‌های اخیر ایجاد فضای کسب‌وکار از طریق اینترنت و وجود فارغ‌التحصیلان جوان رشته‌های مختلف بخصوص فناوری اطلاعات و کامپیوتر باعث نیل و گسترش و انگیزه برای فارغ‌التحصیلانی که به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکاری نو و مستقل برای پر کردن خلأ ایجاد شده در ارائه خدمات سریع بانکی به مصرف‌کنندگان شده است.

ب- نوآوری در اقتصاد: خلاقیت و نوآوری یکی از عامل‌های ایجاد و شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوپاست. زمانی که در اقتصاد نیازهای بی‌پاسخ پیدا شد، راه حل آن را در ارائه راهکارهای نوآورانه یافتند. در ایران این نوآوری منطبق با کشورهای دیگر صورت گرفت و استارت‌آپ‌ها به دنبال پوشش دادن نیازها و خلأ شکل گرفتند.

ج- تغییر رفتار مصرف‌کنندگان: عامل دیگر و اصلی که شرایط علی شکل‌گیری بازار فناوری مالی در برمی‌گیرد و بر مقوله محوری خلأ نهادی اثر می‌گذارد تغییر رفتار مصرف‌کنندگان است. این مقوله که می‌توان گفت معادل مفهوم «تقاضاهای مصرف‌کنندگان» است، شامل چهار مفهوم «نفوذ فناوری اطلاعات در زندگی

افراد»، «پذیرش فناوری اطلاعات توسط افراد»، «تأثیر روانی عصر اطلاعات و نوآوری»، «نسل هزاره (تسل میلنیال)» است. گسترش استفاده از اینترنت و فناوری اطلاعات و تلفن‌های همراه و نفوذ آن در بین اقشار بسیاری از افراد به خصوص نسل Y باعث بوجود آمدن نیاز و تقاضاهای مصرف‌کنندگان جدید خدمات بانکی شد (که برای دسترسی و انجام خدمات بانکی خود حاضر به رجوع شعب بانکی نبودند) و این تغییر در الگوی رفتار مصرف‌کنندگان در مقوله محوری خلأ نهادی اثرگذار است.

همچنین در پژوهش حاضر، خلأ نهادی به عنوان تک ایده مبنایی برای شکل‌گیری بازار فناوری مالی قرار داده شد که با ۶۳ کد تعریف شده بر اساس واحدهای معنایی بیشترین سهم در پیش‌بینی رفتار کند محوری خود را دارا بود که شامل مفاهیم «چابکی ناکافی»، «کارآمدی ناکافی»، «محیط قانونی نامطمئن»، «بازار نوظهور ایران»، «سیستم‌های رگولاتوری نامناسب»، «شناخت ناکافی نیازهای مصرف‌کننده توسط مؤسسات و از جمله بانک‌ها» است.

مثلاً در حوزه بانکی، مواردی مانند نبود بانک‌های تخصصی، تورم و نرخ بهره به نسبت بالا، مسئله پرداخت‌کننده کارمزد تراکنش، موانع رگولاتوری و چالش‌های برقراری ارتباط میان بازار بانکی و شبکه پرداخت کشور و دنیا، عامل دیگر فشار مصرف‌کننده است. طبیعتاً کسب‌وکارها سرویس می‌خواهند و نظام بانکداری سنتی نمی‌تواند آن سرویس را ارائه کند و آن چابکی که در فضای کسب‌وکارهای نوین وجود دارد در فضای بانکداری سنتی نیست. مصرف‌کننده به دنبال نیازها و کاربردهایی از فناوری است که سرویس دهنده توانایی ارائه آن خدمات را ندارد. همین مسئله خود باعث ایجاد یک خلأ می‌شود. در حال حاضر سیستم بانکداری ما بسته است. بانک یک محصول را طراحی می‌کند، اما مشخص نیست که مصرف‌کننده این محصول را احتیاج داشته باشد یا خیر؟ در حالی که در سیستم بهینه که یک سیستم مصرف‌کننده محور است، خود مصرف‌کننده تعیین می‌کند که چه محصولی را می‌خواهد.

راهبرد مستخرج شده از این مطالعه توسعه زیست‌بوم فین تک است که خود شامل مفاهیم زیر می‌باشد:

- «توسعه بانکداری باز» با مقولات فرعی استفاده از برنامه‌نویسی رابط کاربری^۱ و معماری ماژولار،
- «مدیریت منابع انسانی»،
- «توسعه اقتصاد مشارکتی»،
- «ارتقا شاخص کارآفرینی»،
- «حمایت از سرمایه‌گذاری خطر پذیر محصولات فناورانه»،
- «مدیریت بحران»،
- «ایجاد مدل کسب‌وکار بومی»،
- «رگولاتور» که دارای زیر مقولات آزادی عمل، وضع قوانین نظارتی فین تک،
- «توسعه تجارت الکترونیک» دارای زیر مقولات بازاریابی مصرفی، بازاریابی شرکتی،

- «پژوهش و تحقیق در حوزه فین تک» با زیر مقولات ارائه دروس دانشگاهی منطبق با پیشرفت فناوری و استفاده درست از دانش غرب

همان طور که اشاره شد راهبردها برهم کنش‌هایی هستند که از مقوله محوری منتج می‌شوند، وجود خلأ نهادی در بازار خدمات بانکی و نبود واسطه‌های متخصص برای ارتباط بین مصرف‌کنندگان و بانک‌ها منجر به ایجاد و توسعه زیست‌بوم فین تک می‌شود. این زیست بوم خود متشکل از چندین و چند عامل است که قرار گیری آنها در کنار هم باعث بسط و گسترش این زیست‌بوم می‌شود. راهبردها یا کنش‌ها اقداماتی است که راه حلی برای پدیده ایجاد شده فراهم می‌سازد و منتهی به پیامدهایی می‌شود، توسعه زیست‌بوم فین تک در این مطالعه به عنوان راهبرد اثر گذار در شکل گیری بازار خدمات مبتنی بر فین تک در ایران شناسایی شد.

توسعه فناوری دیجیتال در این پژوهش به عنوان شرایط زمینه‌ای که بر راهبردها اثر می‌گذارد شناسایی شد که شامل دو مفهوم «دسترسی به گوشی‌های هوشمند» و «توسعه بستر فناوری نوین» است. مفهوم دسترسی به گوشی‌های هوشمند دارای مقولات فرعی همچون نوآوری در ارائه خدمات سنتی و جدید و شبکه‌های اجتماعی است. و مقوله نوآوری در ارائه خدمات سنتی و جدید بانکی خود شامل کدهای ارزش محوری فین تک، بالا بردن تجربه مصرف‌کننده، توسعه محصول جدید توسط فین تک و مصرف‌کننده محوری فین تک است. توسعه فناوری دیجیتال در حوزه فناوری اطلاعات و بانکداری الکترونیک و نسل جدید تلفن‌های همراه و استفاده، دسترسی و هم‌گامی اکثریت افراد با این روند پیشرفت فناوری و استفاده فین تک‌ها از فناوری موجود برای ارائه خدمت به مصرف‌کنندگان به عنوان بستر و شرایط زمینه‌ای شکل گیری بازار فین تک فراهم کرده است.

فناوری دیجیتال در دو بخش از بانک‌ها اثرگذار است. یکی بخش داخلی بانک یعنی بخش‌های داخلی فناوری اطلاعات بانک که باعث تغییر فناوری می‌شود برای مثال فناوری زنجیره بلوکی^۱ که باعث خواهد شد کلیه سیستم‌های داخلی بانک دچار تحول شوند. و دیگری در بخش بیرونی یعنی بخشی که مصرف‌کنندگان هستند با ظهور فناوری دیجیتال سرویس‌های ارائه شده توسط بانک، توسط استارت آپ‌های فین تک و شرکت‌های بزرگی همچون گوگل یا اپل یا استار باکس نیز ارائه شوند که این ارائه سرویس‌ها در بلندمدت به دلیل شناخت نیازهای مصرف‌کنندگان باعث سوق دادن آنها به سمت غیر بانک‌ها یعنی فین تک‌ها یا شرکت‌های بزرگی همچون اپل یا گوگل خواهد شد. در دهه ۷۰ با ورود دستگاه‌های خودپرداز و کارت‌های دبیت، صنعت بانکداری و پرداخت الکترونیکی رشد بسیار خوبی داشت. این روند رو به رشد در دهه ۸۰ با ورود دستگاه‌های کارتخوان و درگاه‌های پرداخت ادامه پیدا کرد. تقریباً در اواخر دهه ۸۰ هم با رشد سریع فناوری، سرویس‌هایی فناورانه در این حوزه طراحی شد که باعث تنوع بیشتر خدمات و رفع نیازهای اختصاصی مصرف‌کنندگان شد. عملاً با ظهور شرکت‌های استارت‌آپی، این فضا شکل گرفت و شرکت‌هایی به عنوان درگاه واسط پرداخت به ایفای نقش پرداختند و افراد کم کم احساس کردند که می‌توانند از سرویس‌هایی جز پایانه فروش درگاه‌های پرداخت اینترنتی استفاده کنند. این مسئله باعث شد به مرور زمان سرویس‌های متنوعی ایجاد شود.

صنعت مخابرات سال‌ها با شتاب فراوانی در حال رشد بود و اپراتورهای شبکه موبایل توانستند همگام با این رشد نسل‌های جدید تلفن همراه را عرضه کنند. اما با پیشرفت زیرساخت‌های مخابراتی زمینه برای پیشرفت فناوری اطلاعات نیز فراهم شد و به دنبال آن شاهد شکل‌گیری بازیگران جدیدی در این صنعت بودیم که به OTT^۱ موسوم هستند. OTTها مانند وایبر و واتس آپ توانستند در مدت کوتاهی بخشی از بازار اپراتورهای تلفن همراه را در اختیار خود بگیرند و اپراتورها را مجبور به واکنش کنند. مشابه این اتفاق در حوزه بانکی نیز رخ داده است و شرکت‌های کوچک و چابک با سرمایه اندک شکل گرفتند و شروع به ارائه سرویس به مصرف‌کنندگان کردند. اگرچه پیش‌تر این خدمات توسط بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت الکترونیکی ارائه می‌شد، اما استارت آپ‌های فین تک با ارائه مدل کسب‌وکاری جدید، مصرف‌کنندگان را به سوی خود جذب می‌کنند.

چالش‌های فین تک در این مطالعه به عنوان عامل مداخله‌گر که بر راهبردها اثر می‌گذارد شناسایی شد. این مفهوم دارای مقولاتی چون «عدم وجود بانکداری دیجیتال» با مقولات فرعی عدم وجود بستر فناوری‌های نوین و عدم بومی‌سازی فناوری در کشور، «مشکلات فرهنگی و عملیاتی در کسب‌وکار» که مربوط به خود شرکت‌های فین تک است با مقولات فرعی عدم وجود طرح کسب‌وکار مناسب، فرآیند دشوار بازارسازی فین تک‌ها، عدم حمایت از فین تک‌ها، عدم روحیه تیمی، وضعیت حبابی فین تک، ریسک بالای عملیاتی، رقابت فین تک‌ها، عدم وجود و تربیت نیروی انسانی متخصص در (VC) و چالش سرمایه‌گذاری خطرپذیر، «وضعیت و نوع اقتصاد ایران» با مقولات فرعی اقتصاد بسته ایران، اقتصاد نفتی ایران و تحریم ایران، «نیاز به فرهنگ و اعتماد عمومی» با مقوله فرعی عدم وجود امنیت در فین تک، «منع قانونی رشد فین تک» دارای مقوله فرعی فیلترینگ و سرعت کم اینترنت است. مفهوم عدم وجود بانکداری دیجیتال اشاره به این دارد که به علت اینکه سیستم بانکداری ما بسته است و هیچ سرویس بانکی را مشاهده نمی‌کنید که باز باشد و حداکثر کاری که سیستم بانکی ما در حال حاضر انجام داده این است که سرویس‌های بانکداری متمرکز^۲ را توانسته در اختیار شرکت فناوری خودش قرار دهد تا به عنوان مثال موبایل بانکی را طراحی کنند که متفاوت با موبایل بانک شرکت‌های تهیه‌کننده بانکداری متمرکز باشد. در حالی که ما باید سرویس‌ها را آماده و در اختیار قرار دهیم تا فین تک‌ها با استفاده از این سرویس‌ها بتوانند محصولات را ارائه و توسعه بدهند.

مفهوم وضعیت و نوع اقتصاد ایران به این موضوع اشاره دارد از آنجایی که اقتصاد ایران یک اقتصاد منبع محور بوده و در این اقتصاد نگاه به بانک‌ها به عنوان مهم‌ترین نهاد تأمین‌کننده بانکی فعالیت‌های اقتصادی متمرکز است، همین موضوع باعث تقویت رویکرد بانکداری سنتی گردیده است، در حالی که فضای مناسب برای رشد فین تک‌ها یعنی بانکداری دیجیتال که در آن علاوه بر بانک، بازار سرمایه و شرکت‌های سرمایه‌گذار خطرپذیر^۳ وظیفه تأمین مالی فعالیت‌های اقتصادی استارت آپها و کارآفرینان را عهده دار هستند. با توجه به این که در

1. Over-The-Top media services

2. Core Banking

3. Venture Capital (VC): شرکت‌هایی که با ریسک زیاد، تأمین سرمایه کسب‌وکارهای نوپا را انجام می‌دهند

بسیاری از موارد بازیگر اصلی اقتصاد دولت است با یک تصمیم ساده که بعضاً سیاسی است، ممکن است موجب ورشکستگی این استارت آپها و یا حتی صنایع بشود.

مفهوم نیاز به فرهنگ و اعتماد عمومی بیانگر این است که فرهنگ بهره‌گیری از فناوری در جامعه تجاری دو بعد دارد. یک بعد صاحبان کسب‌وکار و عرضه‌کنندگان محصولات که هنوز هم افرادی که عادت به کسب‌وکار سنتی دارند نسبت به استفاده از فناوری دچار بدبینی هستند و یا دانش کافی استفاده از این فناوری را ندارند. و بعد دیگر مصرف‌کنندگان و متقاضیان محصولات که شامل عموم جامعه می‌شود که در این بعد نیز با وجود پیشرفت‌ها و توسعه‌های اخیر و ضریب بالای استفاده از اینترنت در ایران هنوز ترس، بی‌اعتمادی و بی‌میلی افراد نسبت به خرید اینترنتی به‌خصوص در مبالغ بالا وجود دارد.

مهمترین چالش فین تک‌ها این است که هنوز توسط اکثریت مصرف‌کنندگان شناخته نشده‌اند و شناخت ناکافی و اعتماد کامل مصرف‌کنندگان به فین تک‌ها مشکلی است که با آن روبرو هستند. خود منع قانونی رشد فین تک نیز اشاره به این مورد دارد که با توجه به سیاست‌گذاری بانک مرکزی اپلیکیشن فین تک آپ اجازه انتقال وجه بیشتر از یک میلیون را ندارد (در دوران بیماری کرونا این سقف به پنج میلیون تومان افزایش یافته است) و محدودیتی که رگولاتور ایجاد کرده که فین تک‌ها امکان رقابت با بانک را نداشته باشند (هرچند اخیراً با توجه به شرایط کرونا این محدودیت در برخی از اپلیکیشن‌ها برداشته شده است). در واقع سیاست‌های حکومت‌ها باعث جلوگیری از پیشرفت فین تک‌ها و بهره‌برداری از خدماتی که ارائه می‌کنند شده است و در برخی خدمات به عنوان مثال استعمال چک، خلق پول، سپرده‌گذاری، ارز، فین تک‌ها اجازه ورود ندارند و تنها در حوزه پرداخت امکان ارائه خدمات را دارند. در این بین، موانع رگولاتوری و همچنین نبود فرایند، قوانین و متولی مشخصی برای این کسب و کارهای نوین، پرداخت مشکل ساز شده است و هر از گاهی، اخبار مختلفی از مسدود و فیلتر شدن این سرویس‌ها شنیده می‌شود. در حالی که مسئول این مسدودسازی‌ها یا مشخص نمی‌شود یا در نهایت، با تأخیر مشخص می‌شود.

پیامدهایی که در این پژوهش از نتایج راهبردها منتج شدند عبارتند از مفاهیم:

- «مدل بانکداری آینده» با مقولات فرعی الگوی تعاملی بانکداری خرد و فناوری مالی که دارای دو زیر مقوله فرعی است. الف- مزیت رقابتی فین تک ب- مزیت رقابتی بانک.
- «مدل مشاوره‌ای استاد شاگردی»،
- «الگوی هضمی بانک و فین تک»،
- «مدل رقابتی بانک و فین تک»،
- «تحول در صنعت خدمات بانکی» با مقولات فرعی ورود فین تک به کلیه خدمات بانکی، بهره‌وری صنعت پرداخت، تعلیق بانکداری خرد

در مدل تعاملی با توجه به بازاری که فین تک‌ها بوجود آورده‌اند، بانک‌ها می‌توانند از این فرصت استفاده کنند و از ارائه خدمات سنتی دست بردارند و به فین تک‌ها روی بیاورند و یک تعامل دو سویه ایجاد کنند. بانک‌ها حمایت بانک مرکزی، دولت، بین‌الملل و مصرف‌کنندگان را دارا می‌باشند که فین تک‌ها فاقد آن هستند. در

مقابل فین تک‌ها خلأهایی که بانک دارد از جمله سهولت و سرعت در ارائه‌ی خدمات مبتنی بر نیاز و شناخت مصرف‌کننده را پر می‌کنند.

فین تک‌ها با فکر و ایده‌ی نو در ارائه‌ی سرویس می‌توانند به بانک‌ها کمک کنند و بانک‌ها با تعامل با فین تک در بازار و جذب مصرف‌کنندگان موفق‌تر عمل کنند. یکی از مصادیق مدل استاد شاگردی اینست که مراحل توسعه کسب‌وکار استارت آپ نیز مانند توسعه کسب‌وکارهای دیگر است، در فرهنگ استارت آپی مفهومی به نام منتور^۱ وجود دارد که بسیار شبیه همان استاد و مرشد فرهنگ خود ماست. در گذشته فرهنگ استاد و شاگردی در کشور ایران رایج بود، یک فرهنگ غنی و قدیمی که حتی تا ۲۰ سال قبل هم در کشور رایج بود. در حال حاضر نیز منتور همان کارکرد را در استارت آپ دارد، استادی که به راهنمایی و نشان دادن مسیر می‌پردازد. در مدل هضمی بین بانک و فین تک مفهوم از این قرار است که در ایران در حوزه فین تک احساس می‌شود.

فین تک باید زیر چتر بانک‌ها قرار گرفته و بانک آن را هدایت کند در غیر این صورت مشکل ایجاد خواهد شد. حالت سومی هم وجود دارد و آن هضم شدن فین تک‌ها در بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت^۲ است. اینکه راه درست چیست جای تأمل دارد. و در حالت رقابتی بین بانک و فین تک مفهوم این است که اگر جایگاه درستی برای فین تک‌ها با نظر خودشان تعریف نشود و صرفاً چارچوبی برای فعالیتشان قرار بدهیم که خودشان به آن اعتقادی نداشته باشند، احتمال زیادی دارد به زودی به عنوان رقیب اصلی بانک‌ها با نقش بانک‌های مجازی وارد عرصه رقابت با بانک‌ها می‌شوند.

تحول در صنعت خدمات بانکی به این مفهوم اشاره دارد که زیست‌بوم فین تک برای آینده صنعت خدمات بانکی در ایران یک فرصت ارزشمند است که اگر جایگاه آن به درستی شناخته شود در بازسازی زیست‌بوم خدمات بانکی و به خصوص صنعت پرداخت الکترونیک تأثیر بسزایی خواهد داشت و باعث می‌شود زیست‌بوم صنعت پرداخت بهره‌ور عمل کند. بانک‌ها به مثابه یک زیرساخت قانونی عمل می‌کنند و فعالیت فین تک‌ها باید روی ارکان مستحکمی بنا شود که بانک‌ها بهترین گزینه برای آن هستند. اما در عین حال می‌توان متصور بود که خدمات بانکی از خود بانک‌ها منفک و در قالب‌های جدید ارائه شوند.

به این ترتیب که طبقه محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر طبقه‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می‌کند. با لحاظ این مورد که متغیر توسعه فناوری دیجیتال با متغیرهای خلأ نهادی و تغییر رفتار مصرف‌کنندگان هم پوشانی زیادی داشت.

۵. نتیجه‌گیری

با توجه به تبیین یافته‌های این پژوهش با سایر متون پژوهشی می‌توان بیان داشت که این پژوهش به منظور بررسی ابعاد شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی با تأکید بر دفاع اقتصادی بر اساس نظریه

1. Mentor

2. Payment Service Provider (PSP)

داده بنیاد انجام گرفته است. با توجه به تحقیقات اندک صورت گرفته در کشور و بدیع بودن این موضوع در ایران می‌توان ادعا نمود که این پژوهش، برای بررسی شکل‌گیری بازار فین تک ایران نقطه شروع مناسبی است. یافته‌های حاصل از بررسی سؤالات پژوهش حاکی از آن است که تغییر رفتار مصرف‌کنندگان متناسب با تغییر در روند ایجاد شده در فناوری و انتظارات آنها از خدمات بانکی و ناتوانی بانک‌ها در ارائه خدمات متناسب با نیازهای مصرف‌کنندگان و نیز استفاده از ناکارایی‌های بازار در بخش خصوصی و همچنین تغییرات اقتصادی و اشتغالی خصوصی با فرصتی که فناوری برای نوآوری بوجود آورده است و همچنین تغییرات اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱ در خصوص انگیزه جوانان برای کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات نقطه عطف گسترش و علت شکل‌گیری فین تک‌ها در ایران است.

بنابراین سه مقوله «تغییر رفتار مصرف‌کنندگان»، «نوآوری در اقتصاد» و «تغییرات اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱» بر اساس نظریه داده بنیاد شرایط علی مدل هستند. یافته‌های حاصل از بررسی سوال دیگر پژوهش نشان داد که شکل‌گیری بازار فین تک در ایران مستلزم یک مقوله اصلی، «خلأ نهادی» است که از ناکارایی‌های بازار و نبود واسطه‌های متخصص مابین خریداران و فروشندگان بوجود می‌آید. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد توسعه زیست‌بوم فین تک به عنوان راهبردها، چندین مقوله اصلی و فرعی است. بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های صورت گرفته از خبرگان بانکداری الکترونیک، فناوری اطلاعات و کارشناسان حوزه فین تک متغیرهای عمده راهبردها عبارت بودند از «توسعه بانکداری باز»، «مدیریت منابع انسانی»، «توسعه اقتصاد مشارکتی»، «ارتقا شاخص کارآفرینی»، «حمایت از سرمایه‌گذاری خطر پذیر محصولات فناورانه»، «مدیریت بحران»، «ایجاد مدل کسب‌وکار بومی»، «رگولاتور»، «توسعه تجارت الکترونیک» و «پژوهش و تحقیق در حوزه فین تک».

نتایج حاصل از بستر شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فین تک (عوامل زمینه‌ای) که در ارتباط با سؤال دیگر پژوهش است در قالب یک مقوله اصلی و دو مقوله فرعی قرار گرفت. مقوله اصلی عبارت است از «توسعه فناوری دیجیتال» و مقولات فرعی «توسعه بستر فناوری دیجیتال» و «دسترسی به گوشی‌های هوشمند». یافته‌های پژوهش نشان داد چالش‌های فین تک به عنوان شرایط مداخله‌گر در مدل دارای چندین مقوله است که عمده‌ترین آنها شامل: «عدم وجود بانکداری دیجیتال»، «مشکلات فرهنگی و عملیاتی در کسب‌وکار»، «وضعیت و نوع اقتصاد ایران»، «نیاز به فرهنگ و اعتماد عمومی»، «منع قانونی رشد فین تک» می‌شود. در ارتباط با پیامدها، طبق نظر مشارکت‌کنندگان این مطالعه، چنانچه روند شکل‌گیری بازار فین تک در ایران ادامه یابد دو رخدادهای اصلی در صنعت خدمات بانکی ایجاد می‌شود. براساس دیدگاه کارشناسان مشارکت‌کننده، در این بخش پژوهش، نتایج نهایی این مدل در دو مقوله اصلی «مدل بانکداری آینده» و «تحول در صنعت خدمات بانکی» عوامل پس‌آیندی است که بازار فین تک ایران با آن روبرو خواهد بود. بنابراین با توجه به این که در

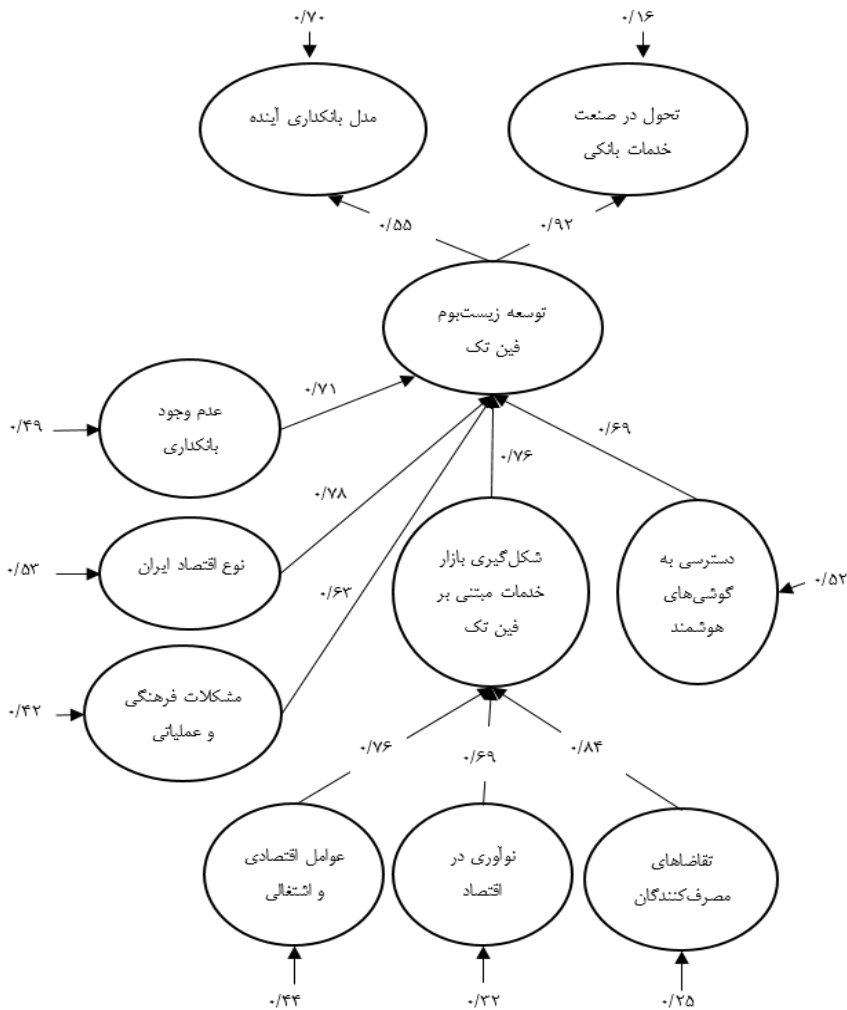
نظریه داده بنیاد به دنبال خلق نظریه و تولید فرضیه می پردازد در این پژوهش با توجه به مدل نهایی تحقیق که در نمودار شماره (۳) آمده است، ۷ فرضیه تولید شد:



۱. شرایط علی (تغییر رفتار مصرف‌کنندگان، نوآوری در اقتصاد، عوامل اقتصادی و اشتغالی) بر شکل‌گیری بازار خدمات فین تک اثر می‌گذارد.
۲. شرایط زمینه‌ای (توسعه فناوری دیجیتال) بر شرایط علی بر شکل‌گیری بازار خدمات فین تک اثر می‌گذارد.
۳. شرایط زمینه‌ای بر اقدامات و راهبردهای شکل‌گیری بازار خدمات فین تک اثر می‌گذارد.
۴. شرایط زمینه‌ای بر شکل‌گیری بازار خدمات فین تک اثر می‌گذارد.
۵. شرایط مداخله‌گر (چالش‌های فین تک) بر اقدامات و راهبردهای بر شکل‌گیری بازار خدمات فین تک اثر می‌گذارد.
۶. شکل‌گیری بازار خدمات فین تک بر راهبردها و اقدامات اثر می‌گذارد.
۷. اقدامات و راهبردها (توسعه زیست‌بوم فین تک) شکل‌گیری بازار خدمات فین تک بر پیامدها اثر می‌گذارد. بنابراین مدل پارادایمی به شرح زیر تفسیر می‌شود: طبقه مرکزی خلأ نهادی است. خلأ نهادی، شکاف موجود در تقارن اطلاعاتی میان بانک‌ها و مصرف‌کنندگانشان را نشان می‌دهد. خلأ نهادی چیزی است که یک بازار برای شکل گرفتن با آن روبروست. علت این شکاف سه عامل است:
 ۱. تغییر رفتار مصرف‌کنندگان که این تغییر از نیازها و نفوذی که فناوری در خدمات کرده است شکل گرفته یعنی چابکی ناکافی بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات و عدم ارائه خدمات نوآورانه جدید که با توجه به خواسته مصرف‌کننده است (مصرف‌کننده محوری) این تغییر رفتار را منجر شده است.
 ۲. عامل دیگر نوآوری در اقتصاد است یعنی شکافی که فناوری در یک اقتصاد ایجاد می‌کند زمانی که عرضه و تقاضا در حالت تعادل قرار دارد اما پیشرفت فناوری فرصتی برای کارآفرینی ایجاد می‌کند این فرصت می‌تواند ایجاد بازار جدید، محصول جدید و یا خدمت جدید باشد. در ایران شرکت‌های خصوصی که اغلب از بدنه بانک‌ها جدا شده بودند از این ایده و فرصت استفاده کردند و دست به کارآفرینی زدند.
 ۳. عامل دیگر شرایط شغلی بود. بیکاری جوانان بااستعداد رشته‌های IT که به دنبال استقلال شغلی بودند و آمدند از ناکارآمدی‌های بازار که خود مقوله فرعی خلأ نهادی است به عنوان فرصتی برای پر کردن این خلأ استفاده کردند و دست به ایجاد شرکت‌های جدید و ارائه خدمات نوآورانه زدند.در واقع پیشرفت فن‌آوری فرصتی است که تقاضا را برای پر کردن خلأ نهادی مهیا می‌کند. همان‌طور که مشخص است بستر و زمینه‌ی این پدیده پیشرفت فناوری است این فناوری هم در بستر بانک‌ها یعنی بوجود آمدن بانکداری دیجیتال و هم گوشی‌های هوشمند که دارای شبکه‌های اجتماعی و اپ‌های مختلف است و در دسترس عموم افراد قرار دارد است. افرادی که از این خلأ برای کارآفرینی استفاده می‌کنند با چالش‌هایی مثل چالش‌های عملیاتی و فرهنگی در کسب و کارشان و نیز چالش‌هایی که دولت و قوانین و بازار برایشان ایجاد می‌کند، مواجهند. با اتخاذ راهبردهایی بازار فین تک را می‌توان مدیریت کرد که این راهبرد توسعه زیست‌بوم فین تک است که خود چرخه‌ای است که یک فین تک در محیط خود با آن روبروست و در آن رگولاتور (دولت)، شرکت‌های فین تکی و بانک‌ها در آن حضور دارند که اتخاذ این اقدامات برای پایدار نگه داشتن این بازار ضرورت دارد. پایداری شرکت‌های فین تکی سه مدل بانکداری و نفوذ فین تک‌ها در کلیه امور بانکی از جمله بیمه، سرمایه‌گذاری و دارایی را منجر می‌شود. سه مدل بانکداری به این صورت است که:

در مدل اول فین تک‌ها و بانک‌ها با هم همکاری و تعامل کنند و ضعف‌های یکدیگر و بپوشانند که بهترین مدل شناخته شده است. در مدل دوم به رقابت با هم بپردازند که در این مدل اکثراً بانک‌ها شکست می‌خورند چرا که بزرگی آنها چابکی را از آنها می‌گیرد و در سومین مدل، خوردن فین تک‌ها توسط بانک‌ها است که از آن به مدل هضمی یاد می‌شود.

در مرحله تحلیل عاملی تأییدی در ابتدا برای کل سازه‌ها تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول انجام شد و بر اساس نتایج مشخص شد که همه بعدهای سازه‌ها دارای بار عاملی بالاتر از ۴۰ درصد بوده و لذا، می‌توانند متغیر و بعد این سازه‌ها باشند.



Chi-Square=207/28 , df = 73 , P-value = 0/00000 , RMSEA = 0/065

نتایج نمودار شماره (۴) حاکی از آن است که کلیه بارهای عاملی معنادار هستند و در بین بارهای عاملی، "تقاضاهای مشتریان" بیشترین بار عاملی (۰/۸۴) و "مشکلات فرهنگی و اقتصادی" کمترین بار عاملی (۰/۶۳) را روی "شکل گیری بازار مبتنی بر فین تک دارا می‌باشند.

برازش مدل: منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های نمونه سازگاری و توافق دارد. بدین منظور از شاخص‌های برازش استفاده می‌شود. برای ارزیابی برازش مدل، ضروری است تعداد متنوعی از شاخص‌ها گزارش شود. زیرا شاخص‌های مختلف، جنبه‌های متفاوتی از برازش مدل را انعکاس می‌دهند.

در جدول ۲، شاخص‌های برازش مدل «سازه شکل‌گیری بازار خدمات مبتنی بر فین تک» نشان داده شده است. مقدار GFI، AGFI و NFI به ترتیب برابر ۰/۹۲، ۰/۸۸ و ۰/۹۷ است که در مقایسه با مقدار استاندارد، نشان‌دهنده برازش نسبتاً مناسب مدل است.

جدول شماره (۲) شاخص‌های برازش مدل پیشایندها و پیامدهای سازه شکل‌گیری بازار خدمات مبتنی بر فین تک

شاخص	مقدار استاندارد	مقدار بدست آمده
X ² /df	کمتر از ۳	۲/۸۴
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۶۵
AGFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۸
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷

در آزمون فرضیات پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری، خروجی نرم‌افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته برای آزمون فرضیات است. نسبت X²/df کمتر از ۳ می‌باشد و میزان ۰/۰۶۵ = RMSEA نیز نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل ساختاری است. به عبارت دیگر داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل مفهومی پژوهش است.

با توجه به نتایج کاربردی حاصل از این پژوهش، پیشنهاد می‌شود، بانک‌ها و شرکت‌های فناوری مالی در قدم اول به یک زیست‌بوم دیجیتال مبتنی بر پلتفرم^۱ به پیوندند تا امکان عملی همکاری و مشارکت بی‌طرفانه با یکدیگر به خصوص شرکت‌هایی که به صورت بالقوه ارائه‌دهنده خدمات مالی هستند، بوجود آید. همچنین، پیشنهاد می‌شود که فین تک‌ها مقوله و مبحث امنیت را در رأس فعالیت‌های اصلی خود قرار دهند، و با ایجاد راهکارهای امن از قبیل ایجاد مراکز دیده بان امنیت (SOC) در مقایسه با بانک‌ها، اعتماد مصرف‌کنندگان خدمات بانکی را افزایش دهند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که، یکی از چالش‌های فین تک در ایران، فقدان نیروی انسانی متخصص و فرهنگ نامناسب در کسب‌وکار است، بنابراین و بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود، جذب استعدادها و برقراری ارتباط بین ارزش‌های داخلی شرکت و مزیت‌های رقابتی و نیز ارائه پاداش برای کارکنان بر مبنای یک برنامه

مشخص و استاندارد مدیریت منابع انسانی باشد تا شکاف و فقدان بوجود آمده از بین رفته و همانند کشورهای پیشرفته اقدام به پرورش نیروی انسانی متخصص و توسعه فرهنگ مناسب در کسب و کار مربوطه گردد. به شرکت های فین تکی پیشنهاد می شود حتی با وجود تجربه کافی در این بازار، برای توسعه و رونق کسب و کار خود از وجود مشاوران حرفه ای خارجی و داخلی بهره مند گردند. به کار آفرینان در حوزه فناوری مالی (فین تک) پیشنهاد می شود قبل از شروع کسب و کار خود ضمن برآورد سرمایه اولیه، به دنبال راهکار تأمین این سرمایه از طریق سرمایه گذاران خطرپذیر باشند.

وضع قوانین نظارتی برای فین تک ها یکی از مفهوم های پرتکرار در این پژوهش بود، بنابراین لازم است تا رگولاتور (دولت یا قانون گذار) یا بانک مرکزی دستورات و قوانین و الزامات قانونی لازم را در این حوزه را تدوین و انتشار دهند. همچنین همانطور که مطالعات صورت گرفته در این پژوهش مشخص کرد، عدم بومی سازی بستر فناوری دیجیتال یکی از چالش های اصلی پیش روی بانک ها و فین تک ها است که از طریق سیاست گذاری و ارائه راهکار تأدیه و تأمین راه حل های محلی منطبق با قوانین و مقررات و فرهنگ ایران، می توان این فناوری ها را به نحو احسن مورد بهره برداری قرار داد.

همانطور که این پژوهش نشان داد، فیلترینگ و سرعت کم اینترنت یکی از عواملی بود که نیاز داشت به آن توجه ویژه شود. بر همین اساس، یافته های این تحقیق نشان داد که اینترنت و فناوری در تمام ابعاد زندگی افراد ایرانی نفوذ پیدا کرده و افراد به خصوص نسل میلنیال راضی و متمایل به استفاده از خدمات سنتی نیستند، و ترجیح می دهند با فناوری پیش روند و از طرفی آنها ترجیح می دهند از شرکت های نوپا و شرکت های فناوری مالی در حوزه خدمات بانکی استفاده کنند که اغلب این شرکت ها را جوانان کارآفرین راه اندازی کرده اند، بنابراین پیشنهاد می گردد که نهادها و دستگاه های مسئول در این حوزه به این امر بسیار مهم توجه خاص نشان دهند و بر مبنای یک راهکار مشخص و مدون همانند کشورهای پیشرفته حوزه فناوری مالی همچون کره جنوبی، اقدام به افزایش سرعت اینترنت و رفع فیلترینگ با برنامه و ارائه راه حل دقیق در این حوزه کلیدی نمایند. دولت و مسئولین می توانند با تزریق امید و همیاری به قشر جوان و نوپای جامعه باعث رونق شکل گیری کسب و کارهای مبتنی بر فناوری مالی شوند و در برهه ای که کشور دچار تحریم و بحران های مالی است و نیاز به اقتصاد مشارکتی دارد با رشد و توسعه کسب و کارهای نوپای فین تک رونقی به بازار خدمات بانکی ایران و ایجاد کارآفرینی و اشتغال کند. راهکار پیاده سازی بانکداری دیجیتال با دانش داخلی (فناوری اطلاعات و ارتباطات و بازاریابی و دانش خارجی (فناوری مالی) موجب افزایش نوآوری در صنعت خدمات بانکی می شود. در واقع فین تک ها به نوعی کار تحقیقات بازار را برعهده بگیرند و باعث تنوع در محصولات و خدمات بانکی در بازار خدمات بانکی ایران شوند و هم بانک ها و هم فین تک ها از این محصولات و خدمات بانکی که بدین شکل بوجود آمده بهره برداری تعاملی و متقابل داشته باشند.

بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش، پیشنهاد می شود، دولت توسط تدوین و پیاده سازی یک سیاست کلی، چشم انداز و استراتژی برای شکل گیری و رشد فین تک ها و تطبیق آن با استانداردها و مقررات مربوطه (برای مثال امنیت و حفاظت از اطلاعات و حفظ حریم خصوصی) از شکل گیری بازار فین تک ها در حوزه خدمات

بانکی در ایران حمایت عملی نماید. همچنین پیشنهاد می‌شود، دولت (شامل کلیه نهادها و مسئولین و دستگاه‌های درگیر در این حوزه به واسطه در دست گرفتن ابتکار عمل در سیاست‌گذاری، مقررات، بودجه‌ریزی، جذب سرمایه، توسعه زیرساخت‌ها و شناسایی استعدادها، و در یک کلام سیاست‌گذاری صحیح در راستای شکل‌گیری و توسعه فناوری مالی در کشور حمایت و اقدام نمایند.

این مطالعه به شکل‌گیری بازار خدمات بانکی در حوزه فناوری مالی (فین تک‌ها) پرداخته است، پژوهش‌های آینده می‌توانند در سایر حوزه‌های بازار خدمات مالی از جمله خدمات بیمه‌ای، خدمات مدیریت دارایی، خدمات مدیریت ریسک و خدمات سرمایه‌گذاری و خدمات بازار سرمایه‌ای نیز صورت گیرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات امروزه در همه صنایع و صنعت‌ها رسوخ کرده است، مطالعه مذکور، تنها شکل‌گیری بازار خدمات بانکی بر اساس فناوری مالی را بررسی نموده است، در صورتی که تحقیقات بیشتری می‌تواند در حوزه خدمات ارتباطی بر اساس فناوری‌های نوین ارتباطی، خدمات مخابراتی، خدمات پزشکی، رگولاتوری^۱، فناوری بانکی اسلامی^۲ و نیز انجام گیرد. محدوده قابل‌ملاحظه‌ای برای مطالعات بیشتر در این زمینه وجود دارد، با توجه به اینکه فناوری مالی در ایران به ویژه از نظر علمی جدید و نسبتاً ناشناخته است، مطالعه تطبیقی با سایر مراکز فناوری مالی، به ویژه کشورهای اسلامی مثل مالزی یا همسایگان ایران جالب و مفید خواهد بود.

منابع و مأخذ

منابع داخلی

- آجیلی، هادی و زهرا مبینی کشه (۱۳۹۲). تحریم نفتی ایران (با تأکید بر تحریم نفتی اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۲)، *تحقیقات سیاسی و بین المللی*، دوره ۵، شماره ۱۵، صص ۹۹-۱۲۹.
- بلداجی، فرهاد؛ بیگدلی، محمدرضا و الهام غلامی (۱۳۹۲). بررسی اثر تحریم های اقتصادی بر تجارت ایران: کاربردی از مدل جاذبه، *پژوهشنامه اقتصادی*، دوره ۱۳، شماره ۴۸، صص ۱۰۹-۱۱۹.
- شفق، احمد و عبدالهی دزفولی نژاد، لیلیا (۱۳۸۶). بررسی فرصت ها و تهدید های فین تک (Fin tech) برای سیستم بانکی ایران، *اقتصاد مطالعات اقتصاد، مدیریت بانکی و حسابداری*، دوره ۳، شماره ۲، صص ۲۰۲-۲۱۰.
- شفیع رودپشتی، میثم؛ امامی، سیدمرتضی و فاطمه ملکشاهی (۱۳۹۲). آسیب شناسی تحریم نظام بانکی با استفاده از تکنیک DEMATEL فازی، *مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار*، دوره ۴، شماره ۱۶، صص ۵۱-۷۳.
- طغیانی، مهدی و مرتضی درخشان (۱۳۹۳). تحلیل عوامل تأثیرگذاری تحریم های اقتصادی بر ایران و راهکارهای مقابله با آن، *فصلنامه راهبرد*، دوره ۲۳، شماره ۷۳، صص ۱۱۵-۱۴۶.
- فدایی، مهدی و مرتضی درخشان (۱۳۹۴). تحلیل اثرات کوتاه مدت و بلندمدت تحریم های اقتصادی بر رشد اقتصادی در ایران، *پژوهشهای رشد و توسعه اقتصادی*، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۱۱۳-۱۳۲.
- کیکاووسی، کیقباد (۱۳۹۵)، *فناوری مالی فین تک*، پارک علم و فناوری استان سیستان بلوچستان.
- میرعمادی، طاهره (۱۳۹۰). چارچوبی برای ارزیابی راهبردهای مقابله با تحریم از منظر نظام ملی نوآوری، *سیاست علم و فناوری*، دوره ۳، شماره ۴، صص ۸۳-۹۸.
- نعمت الهی، سمیه و علیرضا گرشاسبی (۱۳۹۳). بررسی تغییرات تنوع پذیری صادرات غیر نفتی در شرایط تحریم های بین المللی با تأکید بر دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۸۳، *پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۷۵-۹۲.
- نیکنامی، رکسانا (۱۳۹۴). سنجش تاثیر و کارایی تحریم ها مورد تحریم های اتحادیه اروپایی علیه روسیه، *فصلنامه روابط خارجی*، دوره ۸، شماره ۱، صص ۷-۳۷.
- ولی زاده، اکبر (۱۳۹۰). رهیافت ها و نظریه های کارایی تحریم در اقتصاد سیاسی بین المللی، *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۱، شماره ۱، صص ۳۴۹-۳۶۵.

منابع لاتین

- Adrian T. Leckow.R & Bredenkamp. H. (2017). Fintech and Financial Services: Initial Considerations, Monetary and Capital Markets, Legal,

- and Strategy and Policy Review Departments Approach. *Journal of Economic Literature* 35, 60-85.
- Barberis, J. and Chishti, S. (2016). *The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*, ISBN: 978-1-119-21887-6
 - Berger, A.N., (2003). The Economic Effects of Technological Progress: Evidence from the Banking Industry. *J. Money. Credit. Bank.* 35, 141–176.
 - Chiu, I.H.-Y., (2016). Fintech and Disruptive Business Models in Financial Products, Intermediation and Markets- Policy Implications for Financial Regulators. *J. Technol. Law Pol.* 21, 55–112.
 - Christensen, C.M., (2003). *The innovator’s dilemma: the revolutionary book that will change the way you do business* / Clayton M. Christensen, *The American Political Science Review*.
 - Christoph H. Winnefeld & Permantier. A. (2017). Fintech - The digital (R) Evolution in the German Banking Sector? *Business and Management Research* Vol. 6, No. 3.
 - Dapp.T.F. (2015). Fintech reloaded - Traditional banks as digital ecosystems with proven walled garden strategies into the future, *Current Issues Digital economy and structural change*.
 - E.Z. Milian, M.d.M. Spinola, M.M. de Carvalho (2019), *Fintechs: A Literature Review and Research Agenda*, *Electronic Commerce Research and Applications*.
 - Gimpell, H & Rau, DI & Röglinger, M. (2017). Understanding Fintech start-ups – a taxonomy of consumer-oriented service offerings. *Electronic Markets*, 1-20
 - Gomber, P., Koch, J.-A., Siering, M., (2017). Digital Finance and Fintech: current research and future research directions. *J. Bus. Econ.* 87, 537–580.
 - Haddad, C & Hornuf, L. (2016). *The Emergence of the Global Fintech Market: Economic and Technological Determinants*, *IAAEU Discussion Paper Series in Economics*
 - Iwata, D., (2017). A new relationship between financing and technology in the Fintech era. *NEC Tech. J.*
 - Khanna, T., & Palepu, K. (1997). Why focused strategies may be wrong for emerging markets, *Harvard Business Review*, 75(4), 41-48.
 - Khanna, T., & Palepu, K. (2006), *Emerging giants*. *Harvard business review*, 84(10), 60 -69.
 - Khanna, T., & Palepu, K. G. (2010). *Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution*. Harvard Business Press.

- King, B. (2013). Bank 3.0: Why Banking Is No Longer Somewhere You Go But Something You Do.
- Lacasse, R.M., Lambert, B.A., Osmani, E., Couture, C., Roy, N., Sylvain, J., Nadeau, F., (2016). A digital tsunami: Fintech and Crowdfunding, in: International Scientific Conference on Digital Intelligence. pp. 1–5.
- Mareev, S.N., (2016). Understand Global Capitalism (Reflections on the Book “Global Capital”, by A.V. Buzgalin and A.I. Kolganov). Vopr. Filos. 60–67.
- Pwc. (2014). Retail Banking (2020) Evolution Revolution? www.pwc.com/gx/en/industries/financial_services/banking-capital_markets/banking-2020.html
- Retail Banking 2020: Evolution or Revolution? (www.pwc.com/banking)
- Ryabova, A. (2017). Emerging Fintech market: types and features of new financial technologies Tomsk Polytechnic University.
- Schueffel, P. mname, 2016. Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech. SSRN Electron. J. 4, 32–54.
- Shim, Y., Shin, D.H., 2016. Analyzing China’s Fintech Industry from the Perspective of ActorNetwork Theory. Telecomm. Policy 40, 168–181.
- Wonglimpiyarat, J. (2017). "Fintech banking industry: a systemic approach", foresight.

Analyzing Economic Aspects of Fintech Businesses and Promoting a Development Model to Strengthen Economic Defense

Behnaz Varshosaz¹
Behnam Shooshtari^{*2}

Abstract

The economic war against Iran has been going on for years, and economic defense has been charged with the responsibility to counter the enemy's economic aggression, with the aim of laying a stronger foundation for resistance to foreign conflicts. Economic defense requires appropriate tools, one of which is Fintech. Fintech is a tool that connects the two fields of economics and technology. This research has been done using library-survey methodology, examining the economic dimensions of Fintech businesses with the aim of introducing solutions to provide a model for the expansion of these businesses in strengthening economic defense with a statistical community of Fintech experts. In the qualitative stage, the qualitative model of the research with six categories of causal conditions, contextual conditions, central category, intervening conditions, strategies and actions, and outcomes is presented by the Qualitative Meta Synthesis Method. And in the quantitative stage, using the results of the questionnaire and the method of confirmatory factor analysis, a relatively good fit of the model is obtained.

Keywords: Fintech, Financial Services, Financial Technologies, Economic Defense, Economic Sanctions, Banking.

¹ PhD in Economics, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. (Varshosaz_b@yahoo.com)

² M.A in Business Administration, Faculty of Management and Economics, Sharif University of Technology, Tehran, Iran. Author. (shooshtari@outlook.com)