

# Strategic Factors Affecting the Success of Fintech in the Development of Small and Medium-Sized Businesses

**Hadi Esmailpour Moghadam**

Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran (Corresponding Author)

Email: esmailpour@um.ac.ir

 0000-0003-4400-5535

**Arezou Karami**

PhD Student in Economics, Department of Economics, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Email: ar.karami@mail.um.ac.ir

## Abstract

Fintech or financial technology, as an influential factor in the development of small and medium-sized businesses (SMBs), which are an important part of economic activities in developing countries, leads to increased employment and poverty reduction in societies. Developing countries have realized the important role of Fintech in the development of small and medium-sized businesses in economic growth and development. This study examines the strategic factors affecting the success of Fintech in the development of small and medium-sized businesses in Iran. This study systematically reviewed 193 reputable scientific articles in English between 2001 and 2023, and ultimately 97 articles were extracted in the field of strategic factors affecting the success of Fintech in the development of small and medium-sized businesses. The meta-synthesis method was used to analyze the research literature. After studying and screening the texts, key codes were extracted and categorized with the software (MAXQDA) and organized into categories and components. Finally, the influencing factors were extracted and classified into 7 categories and 31 distinct codes. These categories are: strategic, operational, technological, value proposition, user, economic, environmental factors. Among the consequences of the application of FinTech, we can mention such things as understanding, recognizing and revealing the needs and desires of customers, target marketing classification, intelligent evolution of commercial marketing, innovation in sales, development of sales channels and optimization of the areas of use of artificial intelligence in advertising agencies. These results can help organizations and small and medium-sized businesses in Iran to develop their strategies based on modern financial technologies and FinTech.

**Keywords:** FinTech, SMEs, Financial Services, Meta-Synthesis

**JEL Classification:** G23, O31, M1, M13

## **Extended Abstract**

### **Introduction**

This study aims to systematically analyze the dimensions and strategic factors affecting the success of FinTech innovation in the development of small and medium-sized businesses in Iran. FinTech, as one of the key drivers of economic growth and a driver of transformation in economic systems, especially in developing countries, has a high potential to improve productivity, increase employment, and reduce poverty in the small and medium-sized business sector; a sector that is considered the backbone of many emerging economies. However, in the existing literature, there is a significant gap in the systematic recognition of the components that can pave the way for the acceptance, implementation, and effectiveness of FinTech in the field of small and medium-sized businesses, especially in Iran, where financial structures, institutional environment, and technological constraints have their own characteristics.

### **Method**

The meta-synthesis method was used to analyze and integrate the findings using MAXQDA software. Also, after several stages of refinement, the extracted codes were organized into conceptual categories and sub-components. The final result of the analysis process was the identification of 31 distinct codes and their classification into 7 main categories: strategic factors, operational factors, technological factors, value proposition, user-related factors, economic factors, and environmental factors. This classification provides a relatively comprehensive picture of the strategic elements affecting the success of FinTech in the development and expansion of small and medium-sized businesses in Iran.

### **Results and Discussion**

The research findings showed that the success of FinTech in developing small and medium-sized businesses is influenced by a set of multidimensional factors that were classified into 7 main categories and 31 distinct codes. Strategic factors such as innovation outlook, alignment with financial policies, and digital planning capabilities play a fundamental role in shaping competitive advantage. Operational factors also emphasize the quality of service provision, risk management, processing speed, and data security, and directly affect user trust. The technological dimension includes digital infrastructure, scalability, and integration with digital tools, which pave the way for improved financial and marketing efficiency. At the user level, ease of use, user experience, and digital trust were among the most important components. The results also showed that economic and environmental factors play a significant role in the sustainability and long-term adoption of FinTech. The findings indicate that FinTech can clarify customer needs, improve market segmentation, transform the sales process, and create new distribution channels.

## **Conclusion**

This study by providing a comprehensive analytical framework shows that the success of FinTech in developing small and medium-sized businesses in Iran is the result of a multidimensional interaction between strategic, operational, technological, behavioral, economic, and environmental factors. Based on the findings, FinTech can not only improve financial access and speed of service delivery, but also pave the way for marketing transformation, enhancing customer understanding, and developing innovative sales tools. It can also guide the formulation of digital strategies, the development of financial infrastructure, and targeted support for small and medium-sized businesses. These results can be the basis for designing evidence-based policies and the sustainable development of the FinTech ecosystem in Iran.

## **Funding**

There is no funding support.

## **Conflicts of Interest Authors**

The authors declare no conflict of interest.

## **Authors' Contribution**

The authors contributed to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

## **Acknowledgments**

The authors express their gratitude to the journal officials and referees.

## عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط

هادی اسماعیل پورمقدم

استادیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

Email: esmaeilpour@um.ac.ir

 0000-0003-4400-5535

آرزو کریمی

دانشجوی دکتری اقتصاد، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

Email: ar.karami@mail.um.ac.ir

### چکیده

فین تک یا فناوری مالی به عنوان عامل اثرگذار در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMBs) که بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی در کشورهای در حال توسعه هستند، منجر به افزایش اشتغال و کاهش فقر در جوامع می‌شود. کشورهای در حال توسعه به نقش مهم فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی پی برده‌اند. این مطالعه به بررسی عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران می‌پردازد. این پژوهش، با مرور سیستماتیک تعداد ۱۹۳ تا از مقالات معتبر علمی به زبان انگلیسی در بازه زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۳ پرداخته است و در نهایت تعداد ۹۷ مقاله در حوزه عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط استخراج شد. برای تجزیه و تحلیل ادبیات پژوهش از روش فراترکیب استفاده شد. پس از مطالعه و غربالگری متون، کدهای کلیدی با نرم افزار (MAXQDA)، استخراج و دسته‌بندی شده و در قالب مقوله و مؤلفه‌ها تنظیم شدند. در نهایت، عوامل مؤثر در ۷ مقوله و ۳۱ کد متمایز استخراج و طبقه‌بندی گردید. این مقوله‌ها عبارت‌اند از: عوامل «استراتژیکی»، «عملیاتی»، «تکنولوژیکی»، «گزاره ارزش»، «کاربر»، «اقتصادی» و «زیست‌محیطی». از جمله پیامدهای کاربرد فین تک می‌توان به مواردی مانند «درک»، «شناخت و آشکارسازی نیازها و خواسته‌های مشتریان»، «طبقه‌بندی بازاریابی هدف»، «تکامل هوشمند بازاریابی تجاری»، «نوآوری در فروش»، «توسعه کانال فروش» و «بهینه‌سازی زمینه‌های استفاده از هوش مصنوعی در آژانس تبلیغاتی» اشاره کرد. این نتایج می‌تواند به سازمان‌ها و کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران کمک کند تا استراتژی‌های خود را براساس تکنولوژی‌های مالی مدرن و فین تک توسعه دهند.

**کلیدواژه‌ها:** فین تک، کسب و کارهای کوچک و متوسط، خدمات مالی، فراترکیب

طبقه‌بندی JEL : G23, O31, M1, M13

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ♦ مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری / فصلنامه پژوهش‌های برنامه و توسعه

 10.22034/pbr.2025.550345.1584

<https://www.journaldfrc.ir/> E-ISSN: 2717-0365



صحت مطالب بر عهده نویسنده مقاله است و الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری نیست.



## ۱. مقدمه

«کسب‌وکارهای کوچک و متوسط»<sup>۱</sup> به‌عنوان مسیرهای اصلی رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، رقابت‌پذیری و نوآوری شناخته می‌شوند و با تقویت روحیه کارآفرینی و گسترش مهارت‌ها، نقش مهمی در پویایی اقتصادی دارند (آتاوودی و اوچکا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). براساس گزارش «بانک جهانی»<sup>۳</sup> (۲۰۲۳) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط حدود ۹۰ درصد از کسب‌وکارها و بیش از نیمی از اشتغال جهانی را در برمی‌گیرند. در اقتصادهای درحال‌توسعه نیز، حدود ۳۰ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۴۲ درصد از اشتغال به این بخش اختصاص دارد که نقش مؤثری در رشد اقتصادی و اجتماعی دارد (سازمان ملل<sup>۴</sup>، ۲۰۲۳). باین‌حال، بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای بقا با چالش‌هایی چون کمبود سرمایه اقتصادی، اجتماعی و انسانی روبه‌رو هستند (هوانگ و برون<sup>۵</sup>، ۱۹۹۹). افزون بر این، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در شکل‌دهی به بازارهای رقابتی، مقابله با انحصار و کاهش وابستگی به واردات و بیکاری نقشی اساسی دارند و به‌عنوان نیروی اجتماعی و اقتصادی با ظرفیت بالایی توسعه پایدار شناخته می‌شوند (عاصیم‌خان<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱).

با وجود این‌که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نقش اساسی در اقتصاد دارند؛ پتانسیل کامل آن‌ها به‌دلیل محدودیت‌های موجود محقق نمی‌شود. یکی از محدودیت‌های قابل‌توجه، دسترسی به خدمات مالی شرکت‌ها، عدم تقارن اطلاعاتی بین بانک‌ها و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (ووس و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷)، زیرساخت‌های نهادی ناکافی در ارزیابی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (برگر و یودل<sup>۸</sup>، ۲۰۰۶) و هزینه‌های بالای مبادله (یوشینو و حصاری<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸) است. غریبالگری ناقص توسط وام‌دهندگان، دسترسی به منابع مالی را برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دشوار می‌کند (کان و استوری<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۳). دسترسی محدود به منابع مالی، این مشاغل را به سمت مشکلات مالی سوق می‌دهد و آن‌ها را در برابر بحران آسیب‌پذیر می‌کند (کیم و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۱).

1. Small and Medium-Sized Businesses

2. Atawodi and Ojeka

3. World Bank

4. United Nations

5. Huang and Brown

6. Asimkhan et al.

7. Vos et al.

8. Berger and Udell

9. Yoshino and Hesary

10. Kon and Storey

11. Kim et al.

دسترسی به منابع مالی خارجی برای اکثر صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط بسیار مهم است؛ این کسب و کارها برای پوشش مخارج سرمایه‌گذاری ثابت و در گردش خود، توسعه محصولات و خدمات جدید و پوشش هزینه‌های عملیاتی روزانه خود به وجوه خارجی نیاز دارند. علاوه بر این، صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط با محدودیت اعتبار، از ترس رد شدن، از ارائه درخواست کمک مالی منصرف می‌شوند. از این رو وام‌گیرندگانی که از دریافت وام ناامید می‌شوند اغلب به منابع مالی داخلی که فرصت‌های سرمایه‌گذاری و رشد آن‌ها را محدود می‌کند تکیه می‌کنند؛ درحالی‌که وام‌دهندگان، فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوب را از دست می‌دهند و در نتیجه منجر به تخصیص سرمایه ناکارآمد می‌شود (گیچوا و لینک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). همچنین، علاوه بر این، زیرساخت‌های ناکافی مانند دسترسی به برق، مشکلات زنجیره تأمین، ضعف مدیریت، کمبود نیروی کار ماهر و آگاهی محدود از راه‌حل‌های نوین از دیگر موانع رشد هستند (امنتی و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶؛ مائو<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، سیاست‌های عمومی ناکارآمد و مالیات‌های سنگین نیز می‌توانند فشار مضاعفی بر این کسب و کارها وارد کنند و بقا و توسعه آن‌ها را تهدید نمایند. از این رو، رفع این موانع از طریق بهبود دسترسی به منابع مالی، ارتقای مهارت‌های مدیریتی، توسعه زیرساخت‌های فنی و نهادی و سیاست‌گذاری حمایتی هدفمند، برای بهره‌گیری از ظرفیت کامل کسب و کارهای کوچک و متوسط و تقویت توسعه اقتصادی ضروری است (آتاوودی و اوچکا، ۲۰۱۲).

در چشم‌انداز اقتصادی معاصر، دیجیتالی شدن به عنوان یکی از الزامات اساسی برای رشد، نوآوری و ارتقای رقابت‌پذیری کسب و کارهای کوچک و متوسط مطرح است (مهدی و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۵). این فرایند با فراهم‌سازی فرصت‌هایی برای بهینه‌سازی عملکردهای عملیاتی، کاهش هزینه‌ها و افزایش انعطاف‌پذیری در برابر نوسانات بازار، مسیر جدیدی برای توسعه پایدار کسب و کارها گشوده است (باشینسکا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، دیجیتالی شدن نه تنها به عنوان محرک رشد اقتصادی، بلکه به عنوان عاملی کلیدی در ارتقای تاب‌آوری و ایجاد ارزش بلندمدت شناخته می‌شود (سونار و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۵). در این میان، فین تک به عنوان یکی از ابزارهای حیاتی برای دیجیتالی شدن، با ارائه خدمات مالی یکپارچه و کارآمد، به عنوان ستون فقرات اقتصاد دیجیتال عمل می‌کند؛ همچنین،

1. Gicheva and Link
2. Amentie et al.
3. Maow
4. Mahdi et al.
5. Bashynska et al.
6. Sonar et al.

پذیرش آن به‌طور قابل توجهی بر رشد کلی اقتصاد دیجیتال تأثیر می‌گذارد، همان‌طور که با هم‌بستگی مثبت قوی بین پذیرش فین‌تک و دیجیتالی شدن اقتصادی مشهود است (رادولویچ و یوویچ<sup>۱</sup>، ۲۰۲۵). این فناوری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا قابلیت‌های خود را افزایش دهند و با تأثیر مثبت بر تحول دیجیتال آن‌ها، پایه و اساسی برای توسعه پایدار فراهم می‌کند (یانگ و مین<sup>۲</sup>، ۲۰۲۵). این نوآوری‌ها، دسترسی به گزینه‌های تأمین مالی را برای شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط از طریق پرداخت‌های دیجیتال در لحظه، ثبت تراکنش‌های بهبودیافته و تصمیم‌گیری مالی بهبودیافته، گسترش می‌دهند (ستیاواتی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۵).

«فین‌تک»<sup>۴</sup> شامل استارت‌آپ‌هایی است که خدمات و محصولات مالی را از طریق فناوری‌های مالی طراحی و ارائه می‌کنند (پوشمن<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). فین‌تک شامل دو کلمه امور مالی و فناوری است که فناوری‌های مدرن مرتبط با اینترنت (به‌عنوان مثال، رایانش ابری و اینترنت موبایل) را با فعالیت‌های تثبیت‌شده صنعت خدمات مالی (به‌عنوان مثال وام‌دهی پول و بانکداری تراکنش) مرتبط می‌کند. از این‌رو، فین‌تک یک فعالیت تجاری مبتنی بر فناوری در صنعت خدمات مالی است که خدمات مالی را با ارائه فرصت‌های کارآفرینی و رشد متحول می‌کند (دار و استاین<sup>۶</sup>، ۲۰۱۷). ظهور فناوری‌های دیجیتال مانند فناوری‌های پرداخت موبایلی، خدمات ابری، هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و بلاک‌چین، راه را برای فرصت‌های تجاری جدید استارت‌آپ‌ها جهت ارائه خدمات به کسب‌وکارها به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک یا نوپا هموار می‌کند. ادغام این فناوری‌ها، پتانسیل قابل توجهی برای ایجاد مدل‌های تجاری جدید فراهم می‌کند (کومار و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۳). استارت‌آپ‌های فناوری و شرکت‌های مالی غیربانکی، محصولات و خدمات نوآورانه‌ای را در بازار مالی ارائه می‌کنند که به مشاغل ارائه می‌دهند (کاراناسیوس و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۲؛ سنیو و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۲۲؛ سنیو و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۳). این نوآوری‌های مبتنی بر فناوری در خدمات مالی، فین‌تک نامیده می‌شوند. شرکت‌های فین‌تک مستلزم مدل‌های کسب‌وکار، برنامه‌ها، فرایندها و محصولات جدید هستند که به‌طور قابل توجهی بر بازارهای مالی و خدمات مالی تأثیر

---

1. Radulović and Jovović

2. Yang and Min

3. Setyawati et al.

4. FinTech

5. Puschmann

6. Dhar and Stein

7. Kumar et al.

8. Karanasios et al.

9. Senyo et al.

10. Senyo et al.

می‌گذارند (لاگنا و راویشانکار<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲؛ لئونگ و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲؛ ان جی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳). فین تک، مدل‌های کسب و کار مانند تأمین مالی جمعی و «همتا به همتا»<sup>۴</sup> کسب و کارهای کوچک و حوزه تأمین مالی آن‌ها را هدف قرار می‌دهد (نموتو و یوشینو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹). برخلاف وام‌دهندگان سنتی، شرکت‌های فین تک، اعتبار وام‌گیرندگان را از طریق تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و الگوریتم‌ها ارزیابی می‌کنند. این شرکت‌ها خدمات سریع و آسان، انعطاف‌پذیری و تمرکز بر وجوه مشتریان را ارائه می‌دهند (بوئدو و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰)، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهند و با امکان دادن به شرکت‌های کوچک‌تر برای استفاده از منابع مالی جایگزین، منجر به کاهش شکاف مالی می‌شوند (مشارکت جهانی شمول مالی<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰).

توسعه سریع فین تک، فرصت‌های گسترده‌ای برای کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد کرده است. این فناوری با تسهیل دسترسی به منابع مالی، از جمله وام‌های بدون وثیقه و گزینه‌های تأمین مالی جایگزین، شکاف موجود در فراگیری مالی را کاهش داده و رویکردهای نوینی در ارزیابی اعتبار ارائه می‌کند. استفاده از راه‌حل‌های فین تک مانند سیستم‌های حسابداری خودکار و پرداخت‌های موبایلی، ضمن صرفه‌جویی در زمان و منابع، به ساده‌سازی و خودکارسازی فرایندهای مالی منجر می‌شود و ناکارآمدی‌های عملیاتی و هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. در نهایت، فین تک با بهبود مدیریت جریان نقدی و ارتقای عملکرد مالی، تاب‌آوری اقتصادی، تداوم فعالیت و پایداری بلندمدت کسب و کارهای کوچک و متوسط را تقویت می‌کند (داس<sup>۸</sup>، ۲۰۲۵). ابزارهای فین تک به مدیریت ریسک، تداوم کسب و کار و سازگاری با بازار کمک می‌کنند. آن‌ها از طریق اتوماسیون، تجزیه و تحلیل داده‌ها و بهینه‌سازی زنجیره تأمین به افزایش کارایی عملیاتی کمک می‌کنند (اوبیکی-اوسافیه<sup>۹</sup>، ۲۰۲۴). فین تک شفافیت بیشتر و گزارش‌دهی آسان‌تر را ارتقا می‌دهد و می‌تواند بار انطباق را، به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند پایبندی به مالیات، کاهش دهد (اسکاندالیس و اسکاندالی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۵).

1. Lagna and Ravishankar
2. Leong et al.
3. Ng et al. (2023)
4. Peer-to-Peer
5. Nemoto and Yoshino
6. Boeddu et al.
7. Global Partnership for Financial Inclusion
8. Das
9. Obiki-Osafiele et al.
10. Skandalis and Skandali

فین‌تک صنعت مالی را دگرگون کرده و رابطه‌ای پویا میان خود و بانک‌های سنتی ایجاد نموده است. این فناوری با ارائه خدمات مالی نوآورانه، سریع و مقرون‌به‌صرفه، مدل‌های سنتی بانکداری را به چالش کشیده و موجب تغییر رفتار مشتریان، به‌ویژه نسل جوان، شده است (آکانشا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۵؛ رنک<sup>۲</sup>، ۲۰۲۳). شرکت‌های فین‌تک با ارائه جایگزین‌هایی در زمینه‌هایی مانند پرداخت و وام‌دهی و مدیریت ثروت، مدل‌های بانکی سنتی را به چالش می‌کشند و مؤسسات مستقر را مجبور به سازگاری می‌کنند. بانک‌های سنتی از نظر تاریخی هسته اصلی سامانه مالی بوده‌اند و طیف گسترده‌ای از خدمات را ارائه می‌دهند و اعتماد مشتری را حفظ می‌کنند، به‌ویژه برای نیازهای مالی با ارزش بالا و بلندمدت (هان<sup>۳</sup>، ۲۰۲۴). بانک‌های سنتی با پذیرش دیجیتالی شدن و همکاری با فین‌تک‌ها، به تأثیر این فناوری پاسخ می‌دهند. آن‌ها با ارتقای قابلیت‌های تکنولوژیکی، ایجاد اتحادهای استراتژیک و نوآوری داخلی، به دنبال افزایش کارایی، توسعه محصولات نوآورانه و ارائه خدمات شخصی‌سازی شده هستند (سابو و فردوس<sup>۴</sup>، ۲۰۲۵). هرچند فین‌تک رقابت را افزایش و برخی درآمدهای کارمزدی را کاهش می‌دهد؛ اما فرصت‌هایی برای کاهش هزینه‌ها، جذب مشتریان جدید و بهبود بهره‌وری فراهم می‌کند. بانک‌هایی که با فین‌تک همکاری می‌کنند، رشد سودآوری بالاتری نشان می‌دهند (بھرا<sup>۵</sup>، ۲۰۲۵). در نهایت، فین‌تک جایگزین بانکداری سنتی نمی‌شود، بلکه آن را بازتعریف و تغییر شکل می‌دهد و نوآوری، همکاری و تمرکز بر مشتری را برای هر دو نهاد ضروری می‌سازد (شت<sup>۶</sup>، ۲۰۲۵).

با توجه به توسعه فین‌تک در دهه اخیر در ایران، توجه به چالش‌های محدودکننده نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی یکی از محدودیت‌های اساسی است که بر توسعه آن تأثیر می‌گذارد؛ محدودیت‌های ناشی از تحریم، از جمله دسترسی محدود به فناوری‌های نوین و سرمایه‌گذاری خارجی، به‌طور معمول سرعت پذیرش و توسعه فین‌تک را کاهش می‌دهند و راه‌اندازی برخی خدمات مالی دیجیتال را با چالش مواجه می‌کنند (النیمات و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۳).

دسترسی دیجیتال و نرخ نفوذ اینترنت نیز به‌صورت نابرابر در مناطق مختلف کشور توزیع شده است؛ در نتیجه، شکاف دیجیتال و زیرساخت‌های ناکافی، می‌تواند توانایی کسب‌وکارها برای بهره‌گیری از فناوری‌های مالی مدرن را محدود کنند و ارائه خدمات مالی دیجیتال را با مشکلات

1. Akansha et al.

2. Rank

3. Han

4. Saboo and Firdoos

5. Behra

6. Shet

7. Alnaimat et al.

عملیاتی مواجه سازند (اوریتسماتوسان و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۴؛ ابریم و اودونکور<sup>۲</sup>، ۲۰۲۴). علاوه بر این، سطح سواد مالی و دیجیتال کاربران و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش تعیین‌کننده‌ای در پذیرش و استفاده مؤثر از فین تک دارد. فقدان مهارت‌های مالی و دیجیتال کافی می‌تواند مانع تصمیم‌گیری هوشمندانه، مدیریت مؤثر منابع و بهره‌برداری بهینه از فناوری‌های مالی شود و به تبع آن، تأثیر فین تک بر رشد اقتصادی، اشتغال و توسعه کسب و کار محدود گردد (دانگ کنگ<sup>۳</sup>، ۲۰۲۵؛ پراتاما و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۴؛ پوروتی و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۵). برای مقابله با این محدودیت‌ها، همکاری فعال میان دولت، ارائه‌دهندگان خدمات فین تک و کاربران، همراه با تدوین سیاست‌های تقویت سواد مالی و دیجیتال، توسعه زیرساخت‌های اینترنتی و مقررات تطبیقی، ضروری است تا استفاده پایدار، ایمن و فراگیر از فین تک تضمین شود و پتانسیل آن برای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران به حداکثر برسد (پوروتی و همکاران، ۲۰۲۵؛ مزدلیفه و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸).

این مطالعه به‌صورت نظام‌مند به بررسی عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران با بهره‌گیری از رویکرد فراترکیب پرداخته است، درحالی‌که مطالعات پیشین عموماً به بررسی آثار فین تک بر عملکرد مالی، شمول مالی یا نوآوری در سطح کلان پرداخته‌اند. این تحقیق با استفاده از روش فراترکیب و تحلیل ۱۹۳ مقاله بین‌المللی معتبر، چهارچوبی مفهومی و جامع برای درک ابعاد اثرگذاری فین تک بر کسب و کارهای کوچک و متوسط به‌همراه عوامل مؤثر بر این رابطه ارائه می‌دهد. بنابراین سؤالات تحقیق به این صورت است که عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط کدام‌اند و کدامین عوامل، بیشترین اهمیت را دارند. ساختار این مقاله به شرح زیر سازمان‌دهی شده است: در بخش دوم، ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق ارائه می‌شود؛ در بخش سوم، روش‌شناسی پژوهش بیان می‌شود و در بخش چهارم و پنجم، نتایج تحقیق و تحلیل آن ارائه شده و در نهایت، در بخش ششم به نتیجه‌گیری پرداخته می‌شود.

- 
1. Oritsemtosan et al.
  2. Ebrim and Odonkor
  3. Dangken
  4. Pratama et al.
  5. Purwati et al.
  6. Muzdalifa et al.

## ۲. مبانی نظری

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از ارکان کلیدی نظام اقتصادی هستند و نقش مهمی در رشد تولید، اشتغال و نوآوری دارند؛ اما با محدودیت‌های مالی، اطلاعاتی و ساختاری مواجه‌اند که رقابت‌پذیری آن‌ها را کاهش می‌دهد. در این زمینه، فین‌تک به عنوان عاملی مؤثر در ارتقای عملکرد مالی، بهره‌وری عملیاتی و دسترسی به سرمایه شناخته می‌شود و به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا با اقتصاد دیجیتال سازگار شوند و موقعیت بازار خود را تقویت کنند (سوناندس و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۵). درحالی‌که فین‌تک مزایای قابل توجهی ارائه می‌دهد، پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز و تأثیر آن بر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تحت تأثیر چندین عامل راهبردی و استراتژیک قرار دارد؛ سطح بالای سواد مالی در بین مالکان و مدیران، همراه با شیوه‌های خوب مدیریت مالی (انکارناسیون و وسینا<sup>۲</sup>، ۲۰۲۵)، سواد دیجیتال پایین و زیرساخت‌های محدود، به‌ویژه در مناطق روستایی (ستیواوتی، ۲۰۲۵)، دانش محدود فناوری، دسترسی نامنسجم به اینترنت، محیط نظارتی و چهارچوب‌های نظارتی شفاف و حمایتی (پاندی<sup>۳</sup>، ۲۰۲۵)، اعتماد مصرف‌کننده (نورچاتی و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۴)، متغیرهای رفتاری مانند سهولت استفاده درک‌شده و سودمندی درک‌شده خدمات فین‌تک (گوپتا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۲) و نگرانی‌ها در مورد حریم خصوصی داده‌ها و خطرات امنیت سایبری (واه<sup>۶</sup>، ۲۰۲۵).

بنابراین، پرداختن به این عوامل استراتژیک از طریق آموزش هدفمند، توسعه زیرساخت‌ها، سیاست‌های حمایتی و تلاش‌های مشارکتی برای به حداکثر رساندن تأثیر مثبت فین‌تک بر توسعه و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط حیاتی است (ستیواوتی، ۲۰۲۵).

در میان نظریات موجود، ادبیات مالی دو دیدگاه متضاد در مورد تأثیر نوآوری مالی و فین‌تک بر بهبود و ارتقای فضای کسب‌وکارها ارائه می‌دهد. دیدگاه اول فرضیه نوآوری-رشد نامیده می‌شود که جنبه روشن نوآوری مالی را ارائه می‌دهد. براساس این دیدگاه، فین‌تک با تقویت توسعه مالی، شمولیت و کارایی (برگر<sup>۷</sup>، ۲۰۰۳) تنوع روش‌های جذب سرمایه و تنوع‌سازی در بازار مالی (فانگ و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۰) و وام‌دهی آنلاین موجب کاهش محدودیت نقدینگی و در نتیجه کاهش ریسک پرداخت بدهی می‌شود.

- 
1. Sunandes et al.
  2. Encarnacion and Vecina
  3. Pandey
  4. Nurchayati et al.
  5. Gupta et al.
  6. Wah
  7. Berger
  8. Fung et al.

همچنین فین‌تک به مؤسسات مالی امکان این را می‌دهد که محیط نظارتی خود را بهبود بخشند که این امر موجب می‌شود توانایی بانک‌ها برای ارتقای کارایی و پایداری مقررات مالی افزایش یابد (ووسینک<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). فناوری‌های مالی از طریق ادغام نوآوری فناوریانه با خدمات مالی، نه تنها ساختار سنتی صنعت مالی را دگرگون ساخته‌اند، بلکه به ابزاری مؤثر برای ارتقای شمول مالی، کاهش هزینه‌های تراکنش و افزایش شفافیت تبدیل شده‌اند (برگر، ۲۰۰۳).

از منظر توسعه اقتصادی، فین‌تک می‌تواند با فراهم کردن دسترسی گسترده‌تر به منابع مالی، به‌ویژه برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، نقش تعیین‌کننده‌ای در تحریک فعالیت‌های کارآفرینانه، افزایش اشتغال و کاهش فقر ایفا کند. درواقع، فناوری مالی در کشورهای درحال توسعه، به‌منزله زیرساختی توانمندساز در تسهیل تأمین مالی و بهبود بهره‌وری بخش واقعی اقتصاد عمل می‌کند (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین، فین‌تک می‌تواند بر بهبود و ارتقای کسب‌وکارها مؤثر باشد. فین‌تک کسب‌وکارها را در معرض تغییر دیجیتالی قرار داده است (راجرز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). این شرایط، کسب‌وکارها را به سمت اتخاذ کانال‌های دیجیتالی و دیجیتالی شدن برای ماندن در رقابت سوق داده است (باگال و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱).

شرکت‌های کوچک و متوسط به تدریج به سمت کانال‌های دیجیتالی نوآورانه می‌روند (راو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱) و به دلیل مقرون به صرفه بودن و دسترسی کسب‌وکارها به خدمات مالی (لیم و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۱)، این تحولات موجب افزایش کارایی مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌شود و آن‌ها را به سمت پذیرش و ادغام فناوری‌های دیجیتالی در فرایندهای کسب‌وکار سوق می‌دهد (باگال و همکاران، ۲۰۲۱).

گسترش پلتفرم‌های مبتنی بر اینترنت، پتانسیل دسترسی به خدمات مالی و فرصت‌های بازار فزاینده‌ای را برای صاحبان مشاغل کوچک فراهم می‌کند. تأمین مالی از طریق پلتفرم‌های وام‌دهی «همتا به همتا» توانسته کارآمدتر از مسیرهای رایج نظیر وام‌های بانکی باشد؛ زیرا این پلتفرم‌ها، مستقیماً وام‌دهندگان را به وام‌گیرندگان در یک محیط دیجیتالی متصل می‌کنند. برخلاف تمام پلتفرم‌های آنلاین در سراسر جهان، بازارهای وام‌دهی همتا به همتای چین در اتصال وام‌دهندگان و وام‌گیرندگان بسیار سریع هستند.

1. Vucinic
2. Rogers
3. Bagale et al.
4. Lim et al.
5. Rao et al.

در چین، متوسط زمان پر کردن درخواست وام، کمتر از یک روز است؛ درحالی‌که در اروپا یا ایالات متحده، تکمیل درخواست وام در پلتفرم‌های دیجیتال چندین روز طول می‌کشد (کاگلایان<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). در پلتفرم وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا هزینه‌های درخواست خدمات وام بسیار پایین است؛ زیرا وام‌گیرندگان نیازی به پرکردن فرم‌ها در شعبه بانک ندارند. این ویژگی پلتفرم‌های آنلاین فرایند دریافت وام را برای متقاضیان تسهیل می‌کند و انگیزه کارآفرینان را افزایش می‌دهد؛ زیرا وام‌گیرندگان نیازی به گذراندن کل فرایند درخواست وام با یک مشاور مالی را ندارند و اگر درخواست در دوره قبلی رد شود، متقاضی مجدداً روند درخواست وام را تکرار می‌کند.

دیدگاه دوم، فرضیه (نوآوری-شکندگی) را عنوان می‌کند که نوآوری مالی منجر به ایجاد سطح ریسک‌پذیری بالا و خطرات امنیتی در کسب‌وکارها می‌شود و در نهایت احتمال ورشکستگی آن‌ها را افزایش می‌دهد (برونرمیر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). به‌علاوه، انتقال ریسک و نوسانات دارایی‌ها به سامانه مالی، موجب شکندگی مالی کسب‌وکارها می‌شود (لی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). این دیدگاه نشان می‌دهد که نوآوری مالی ممکن است نقدینگی بانک‌ها را کاهش داده، اهرم مالی و هم‌گرایی پرتفوی‌ها را افزایش داده و در نهایت ریسک سیستمی و ناپایداری بازار را تشدید کند (چن و پنگ<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰؛ کورسی و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳). علاوه بر این، نوآوری مالی و اصلاحات بخش مالی می‌توانند با افزایش رقابت، پیامدهای ناخواسته‌ای مانند بی‌ثباتی سامانه مالی و اقتصاد کلان ایجاد کنند (مویو و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴).

چهارچوب بی‌ثباتی مالی مینسکی نشان می‌دهد که دوره‌های ثبات، ریسک‌پذیری را بالا می‌برد و ساختارهای تأمین مالی سوداگرانه ایجاد می‌کند که نوآوری مالی می‌تواند آن‌ها را تسهیل کند (دهماش<sup>۷</sup> و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۵). در سطح شرکت‌های غیرمالی، برخی مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی، مانند هیئت‌مدیره بزرگ‌تر و ترکیب دوگانه مدیرعامل-رئیس، شکندگی مالی را تشدید می‌کنند (خطاطبه و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۴). اگرچه این یک کانال مستقیم نوآوری نیست، اما نشان می‌دهد که چگونه ساختارهای داخلی شرکت می‌توانند خطرات ناشی از نوآوری مالی را تقویت کنند.

- 
1. Caglayan et al
  2. Brunnermeier
  3. Le et al.
  4. Chen and Peng
  5. Corsi et al.
  6. Moyo et al.
  7. Dahmash et al.
  8. Khatatbeh et al.

### ۳. پیشینه پژوهش

#### ۳-۱. مطالعات خارجی

«بین و همکاران»<sup>۱</sup> (۲۰۲۴) به ارزیابی محیط کسب و کار براساس داده‌های تابلویی از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰، در ۲۷۵ شهر چین پرداختند. یافته‌ها نشان داد که در میان ابعاد مختلف محیط کسب و کار، بیشترین سهم، محیط زیرساختی و پس از آن محیط حاکمیت قانون است. اصلاح وظایف دولت می‌تواند فضای کسب و کار را از سال دوم به بعد بهبود بخشد. ناهمگونی‌های منطقه‌ای در تأثیرات اصلاح عملکرد دولت بر محیط کسب و کار وجود دارد. علاوه بر این، سطح اطلاعات، تراکم جمعیت و سطح مصرف می‌تواند محیط کسب و کار را بهینه کند.

«اکچی و همکاران»<sup>۲</sup> (۲۰۲۴) به بررسی استراتژی‌های رشد کسب و کارهای کوچک در اقتصادهای متنوع آفریقا پرداختند. یافته‌های مطالعه بر اهمیت یک رویکرد جامعه که شامل شمول مالی، سیاست‌های حمایتی، نوآوری فناوری و ظرفیت‌سازی برای تقویت اکوسیستم کسب و کار کوچک و کمک به توسعه اقتصادی در آفریقا می‌شود، تأکید می‌کند.

«نوگروهو و همکاران»<sup>۳</sup> (۲۰۲۳) به بررسی استفاده از استراتژی‌های کارآفرینی دیجیتال توسط سازمان‌های کسب و کار آنلاین از دیدگاه اسلامی پرداختند. نتایج نشان داد که چهار اصل مشتری‌مداری، شفافیت، رقابت منصفانه و انصاف به‌عنوان پایه و اساس راهبرد کارآفرینی دیجیتالی به کارگرفته شده توسط شرکت‌های کسب و کار آنلاین در جاوا غربی عمل می‌کند.

«لی و همکاران»<sup>۴</sup> (۲۰۲۳) به تبیین پیچیدگی علی بین اکوسیستم‌های کسب و کار و استانداردهای زندگی پرداختند. در این مطالعه، تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد که هیچ عامل فردی در اکوسیستم‌های کسب و کار برای دستیابی به استانداردهای زندگی بالا ضروری نیست؛ اما سطح بالای سرمایه انسانی، ظرفیت نوآوری، دسترسی مالی و تقاضای بازار نقش مهمی در دستیابی به استانداردهای زندگی بالا دارد.

«سونس و همکاران»<sup>۵</sup> (۲۰۲۳) به مطالعه مدیریت فرایند کسب و کار سبز برای پایداری کسب و کار در آلمان پرداختند. نتایج تحقیق سطح پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط را وابسته به شش عامل نگرش سبز، راهبرد، حاکمیت، مدل‌سازی، نظارت و بهینه‌سازی نشان داد.

1. Yin et al.

2. Ekechi et al.

3. Nugroho et al.

4. Li et al.

5. Sohns et al.

«فاسانو و کاپا»<sup>۱</sup> (۲۰۲۲) دریافتند که استفاده از بانک‌داری اینترنتی موجب بهبود کسب‌وکارهای کوچک و کاهش بدهی‌های آن‌ها می‌شود. به علاوه، نتایج حاکی از این بود که تصمیمات اعتباری مبتنی بر سخت‌گیری در اطلاعات، احتمال استفاده کسب‌وکارهای کوچک از وام بانکی را کاهش می‌دهد.

«بارکلی و شوایتزر»<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) به بررسی وام‌دهی آنلاین در کسب‌وکارهای کوچک پرداختند. نتایج نشان داد کسب‌وکارهایی که وام‌های فین‌تک دریافت می‌کنند، نسبت به آن‌هایی که وام بانکی دریافت می‌کنند، انتظار درآمد و رشد اشتغال بیشتری دارند.

«فایلا و همکاران»<sup>۳</sup> (۲۰۲۰) بر ارزیابی برخی از عوامل محیط کسب‌وکار در راه‌اندازی یک کسب‌وکار در اسلوواکی تمرکز کردند. نتایج تجربی تفاوت معناداری بین عوامل انگیزشی برای شروع کسب‌وکار را تأیید کرد.

«استوانو و همکاران»<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) به بررسی فضای کسب‌وکار در کشورهای آفریقایی پرداختند. این تحقیق به‌طور خاص بر شاخص سهولت انجام کسب‌وکار تمرکز داشت و کشورهای آفریقایی را طی دو سال ۲۰۰۸ و ۲۰۱۷ مقایسه کرد. نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر ظرفیت انجام کسب‌وکار در طول زمان تغییر می‌کنند. همچنین یافته‌ها بیان کرد که اعتبار تنها عامل تعیین‌کننده‌ای برای سهولت انجام کسب‌وکار نیست؛ زیرا مشکلات مربوط به قوانین اداری نیز بسیار قابل توجه است.

«بیوکوسنگه و موننه»<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) به مطالعه ارزیابی اثر میانجی‌گری نوآوری در رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در رواندا پرداختند. یافته‌ها نشان داد نوآوری به‌طور کامل بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اثرگذار است.

در مطالعه «سودیفی و کاتیرچی اوغلو»<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) و «کایا»<sup>۷</sup> (۲۰۰۹) اثر تغییرات قیمت نفت، بی‌ثباتی نرخ ارز، نرخ تورم بالا و بی‌ثباتی سیاسی بر فضای کسب‌وکار تأیید شد؛ از سوی دیگر در مطالعه «باح و فنگ»<sup>۸</sup> (۲۰۱۵) اثر منفی کیفیت پایین کسب‌وکار بر تولید و بهره‌وری در کشورهای جنوب صحرای آفریقا تأیید گردید.

- 
1. Fasano and Cappa
  2. Barkley and Schweitzer
  3. Fila et al.
  4. Estevão et al.
  5. Byukusenge and Munene
  6. Sodeyfi and Katircioglu
  7. Kaya
  8. Bah and Fang

نتایج مطالعه «کلایپر و لاول»<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، «گیلاندرز و ویلان»<sup>۲</sup> (۲۰۱۰)، «لی و همکاران»<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، «برگ و کازس»<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) و «جانکوف و همکاران»<sup>۵</sup> (۲۰۰۵) نشان داد اصلاحات محیط کسب و کار موجب کاهش در هزینه‌ها، زمان و فرایندهای مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار و در نتیجه افزایش رشد اقتصادی می‌شود. محققان دیگری نیز اثر زیرشاخص‌های انجام کسب و کار و اصلاحات در هریک را بر بهبود فضای کسب و کار مورد بررسی قرار دادند. اثر زیرشاخص‌های سهولت پرداخت مالیات (براونرهلیم و اکلوند<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴)، ساده‌سازی رویه‌های صدور مجوز (یاکووف و ژورائوسکایا<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳)، سهولت اجرای قراردادها (ایپولیتی و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۴)، سامانه قانونی کارآمد، نظام قضایی قوی و حکمرانی خوب (گارسیا-پوسادا و مورا-سانگوینتی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵) بر فضای کسب و کار ارزیابی شد و نتایج حاکی از این بود که با اصلاحات در هر زیرشاخص می‌توان تا حد زیادی فضای کسب و کار را بهبود بخشید.

### ۲-۳. مطالعات داخلی

**خدایاری و همکاران** (۱۴۰۳) به بررسی چشم‌اندازهای پایداری حسابداری مدیریت استراتژیک با تمرکز بر کاربرد فناوری‌های مالی (فین تک) پرداختند. نتایج نشان داد که حسابداری مدیریت استراتژیک، با بهره‌گیری از تکنیک بهیابایی چرخه خدمات، می‌تواند مزایای ارائه خدمات مالی فناورانه به ذی‌نفعان را ارزیابی کند و در مقایسه با روش‌های سنتی، مزیت‌هایی نظیر سرعت دسترسی به اطلاعات مالی، معیارهای فنی در تصمیم‌گیری و پشتیبانی مالی به ذی‌نفعان ارائه نماید.

**باشکوه اجیرلو و همکاران** (۱۴۰۳) مدل عوامل مؤثر بر موفقیت سرمایه‌گذاری فین تک‌ها در فعالیت‌های تجاری شرکت‌های دانش‌بنیان را با رویکرد کیفی و کمی طراحی و تدوین کردند. یافته‌ها نشان داد که شرکت‌های فین تک می‌توانند سازمان‌ها را از ساختارهای سنتی دور کرده، فرایند توسعه خدمت و محصول را تسریع و در مدیریت ریسک در برابر تغییرات سریع فناوری نقش مؤثری ایفا کنند. **آینه و همکاران** (۱۴۰۳) با شناسایی عوامل موفقیت استارت‌آپ‌های فناورمحور در صنعت فین تک ایران دریافتند که ارتقای توانمندی‌های فناورانه استارت‌آپ‌ها و ایجاد بازارهای سرمایه تخصصی برای

1. Klapper and Love
2. Gillanders and Whelan
3. Lee et al.
4. Berg and Cazes
5. Djankov et al.
6. Braunerhjelm and Eklund
7. Yakovlev and Zhuravskaya
8. Ippoliti et al.
9. Garcia-Posada and Mora-Sanguinetti

جذب سرمایه، ازجمله مهم‌ترین عوامل موفقیت هستند؛ همچنین نتایج نشان داد که ایجاد بازارهای سرمایه تخصصی بیشترین اثرگذاری را دارد، درحالی‌که برنامه‌های جذب و نگهداشت استعدادهای فناوری کم‌ترین امتیاز را کسب کردند.

**رضانژاد کوخندان و همکاران (۱۴۰۲)** به بررسی عوامل راهبردی مؤثر بر همکاری بانک‌ها با فین‌تک‌ها پرداختند. با استفاده از روش‌های دلفی فازی و دیمتل فازی، ۲۸ عامل راهبردی شناسایی شد. نتایج نشان داد که در میان عوامل داخلی، ماهیت نیازهای مشتریان، آینده‌اندیشی مدیران ارشد، فرهنگ ریسک‌پذیری و چابکی ساختار و فرایندهای بانک بیشترین اثرگذاری را دارند؛ همچنین در میان عوامل خارجی، شدت رقابت بین بانک‌ها، نظام کارمزد، عملکرد رگولاتوری و ریسک‌های امنیتی مرتبط با فین‌تک مؤثرترین عوامل همکاری محسوب می‌شوند.

**غفاری آشتیانی و فراهانی (۱۴۰۲)** به شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت و سامان‌دهی کسب‌وکارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک از طریق رویکرد فراترکیب پرداختند. نتایج حاکی از آن است که مؤلفه‌های فروش آنلاین، بازاریابی دیجیتال، تأمین‌کنندگان، رهبری، محصول یا خدمات، منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، مشتری، بازار و ساختار سازمانی در مدیریت کسب‌وکارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک اهمیت فراوان و تأثیرگذاری دارد. همچنین سامان‌دهی کسب‌وکارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک شامل بُعد فنی، سازمانی، محیطی، اقتصادی و مالی است.

**حسین زاده کاشان و قائمی فر (۱۴۰۱)** با تمرکز بر کسب‌وکارهای فین‌تک در ایران، عوامل مؤثر بر ارزش سرمایه‌گذاری در این حوزه را با استفاده از تکنیک دلفی فازی شناسایی کردند. نتایج حاکی از آن بود که سطح نوآوری ایجاد شده، حمایت‌های مالی و بیمه‌ای و سرمایه‌انسانی متخصص، به ترتیب بیشترین تأثیر را دارند.

**طهماسبی آقبلاغی و همکاران (۱۴۰۰)** نشان دادند که فعالیت‌های فین‌تک می‌تواند درآمد و قلمرو کسب‌وکار بانک‌های خصوصی را کاهش دهد و در صورت عدم اتخاذ راهبردهای مناسب، بقای این بانک‌ها در خطر است. پژوهشگران فرصت‌سنجی فین‌تک، رفتار دیجیتالی مشتریان، نیازسنجی و شناخت مشتریان، حفظ محیط رقابتی، رعایت قوانین مالی اسلامی و ارزش‌گذاری دقیق کسب‌وکارها را به‌عنوان شرایط علی و عوامل درونی نظام بانکی خصوصی را به‌عنوان شرایط مداخله‌گر مؤثر بر همکاری راهبردی معرفی کردند که پیامدهای مالی، فرایندی، عملیاتی و ارتباطی برای طرفین دارد.

**روشنی و همکاران (۱۳۹۹)** با هدف تدوین الگوی موفقیت استارت‌آپ‌های فین‌تک ایران، با بهره‌گیری از مصاحبه با خبرگان و تحلیل کمی، عوامل مؤثر بر موفقیت این استارت‌آپ‌ها را شناسایی

کردند. این عوامل شامل تفکر راهبردی، توسعه ارتباطات درون سازمانی و تعاملات برون سازمانی، تمرکز بر طراحی و اجرای صحیح عناصر آمیخته بازاریابی و ویژگی‌های بنیان‌گذاران و اعضای تیم بودند. یافته‌ها نشان داد که این الگوها می‌توانند کسب و کارهای نوپا را به مزیت رقابتی هدایت کرده و ارزش آفرینی برای جامعه و کسب و کارهای کوچک و نوپا ایجاد کنند. خلاصه تحقیقات محوری انجام شده در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: خلاصه پیشینه پژوهش

| عنوان پژوهش                                                                                                  | محققان                   | خلاصه نتایج                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ارزیابی و بهینه‌سازی محیط کسب و کار براساس دیدگاه توسعه پایدار: بررسی نقش اصلاح وظایف دولت                   | بین و همکاران (۲۰۲۴)     | در میان ابعاد مختلف محیط کسب و کار، شامل شدن بیشترین سهم مربوط به محیط زیرساختی و پس از آن محیط حاکمیت قانون.                                        |
| بررسی جامعه چشم‌انداز پویای استراتژی‌های رشد کسب و کارهای کوچک در اقتصادهای متنوع آفریقا                     | اکچی و همکاران (۲۰۲۴)    | اهمیت یک رویکرد جامعه شامل شمول مالی، حمایت از سیاست، نوآوری فناوری، ظرفیت‌سازی برای تقویت اکوسیستم کسب و کار کوچک و کمک به توسعه اقتصادی در آفریقا. |
| بررسی استراتژی‌های کارآفرینی دیجیتال توسط سازمان‌های کسب و کار آنلاین در جاوای غربی از دیدگاه اسلامی         | نوگروهو و همکاران (۲۰۲۳) | چهار اصل مشتری‌مداری، شفافیت، رقابت منصفانه و انصاف به عنوان پایه و اساس راهبرد کارآفرینی دیجیتالی.                                                  |
| تبیین پیچیدگی علی بین اکوسیستم‌های کسب و کار و استانداردهای زندگی                                            | لی و همکاران (۲۰۲۳)      | نقش معنادار سطوح بالای سرمایه انسانی، ظرفیت نوآوری، دسترسی مالی و تقاضای بازار در دستیابی به استانداردهای زندگی بالا.                                |
| مطالعه مدیریت فرایند کسب و کار سبز برای پایداری کسب و کار: مطالعه موردی تولید شرکت‌های کوچک و متوسط از آلمان | سونس و همکاران (۲۰۲۳)    | وابستگی سطح پایداری کسب و کار به نگرش سبز، راهبرد، حاکمیت، مدل‌سازی، نظارت و بهینه‌سازی.                                                             |

| عنوان پژوهش                                                                               | محققان                          | خلاصه نتایج                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| خدمات فین‌تک بانکی چگونه بر بدهی SME تأثیر می‌گذارد؟                                      | فاسانو و کاپا (۲۰۲۲)            | استفاده از بانک‌داری اینترنتی و بهبود وضعیت کسب‌وکارهای کوچک و کاهش بدهی‌های آن‌ها.                                                                                                                                         |
| وام‌دهی آنلاین در کسب‌وکارهای کوچک                                                        | بارکلی و شوایتزر (۲۰۲۰)         | کسب‌وکارهایی که وام‌های فین‌تک دریافت می‌کنند، نسبت به کسانی که وام بانکی دریافت می‌کنند، انتظار درآمد و رشد اشتغال بیشتری دارند.                                                                                           |
| ارزیابی برخی از عوامل محیط کسب‌وکار در راه‌اندازی یک کسب‌وکار در اسلواکی                  | فیلا و همکاران (۲۰۲۰)           | تفاوت معنادار بین عوامل انگیزشی برای شروع کسب‌وکار.                                                                                                                                                                         |
| ارزیابی اثر میانجی‌گری نوآوری در رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کسب‌وکارهای SME در رواندا | بیوکوسنگه و مونه (۲۰۱۷)         | تأیید نقش میانجی‌گری نوآوری بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کسب‌وکار.                                                                                                                                                     |
| چشم‌اندازهای پایداری حسابداری مدیریت استراتژیک با تمرکز بر فین‌تک                         | خدایاری و همکاران (۱۴۰۳)        | تأیید تأثیر فین‌تک بر سرعت دسترسی به اطلاعات مالی، معیارهای فنی در تصمیم‌گیری و پشتیبانی مالی.                                                                                                                              |
| عوامل مؤثر بر موفقیت سرمایه‌گذاری فین‌تک‌ها در فعالیتهای تجاری شرکت‌های دانش‌بنیان        | باشکو اجبرلو و همکاران (۱۴۰۳)   | تأیید تأثیر فین‌تک بر توسعه خدمات و محصول و در مدیریت ریسک در برابر تغییرات سریع فناوری.                                                                                                                                    |
| عوامل موفقیت استارت‌آپ‌های فناورمحور در صنعت فین‌تک ایران                                 | آینه و همکاران (۱۴۰۳)           | اثرگذاری بازارهای سرمایه تخصصی و برنامه‌های جذب و نگهداشت استعدادهای فناور بر موفقیت فین‌تک.                                                                                                                                |
| عوامل راهبردی مؤثر بر همکاری بانک‌ها با فین‌تک‌ها                                         | رضانژاد کوخدان و همکاران (۱۴۰۲) | نقش مهم مؤلفه‌های نیازهای مشتریان، آینده‌اندیشی مدیران، فرهنگ ریسک‌پذیری و چابکی فرایندهای بانک و همچنین شدت رقابت بین بانک‌ها، نظام کارمزد، عملکرد رگولاتوری و ریسک‌های امنیتی مؤثرترین عوامل همکاری بانک‌ها با فین‌تک‌ها. |

| عنوان پژوهش                                                                                            | محققان                                    | خلاصه نتایج                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت و سامان‌دهی کسب و کارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک از طریق رویکرد فراترکیب | غفاری<br>آشتیانی و<br>فراهمانی<br>(۱۴۰۲)  | نقش مهم مؤلفه‌های فروش آنلاین، بازاریابی دیجیتال، تأمین‌کنندگان، رهبری، محصول یا خدمات، منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، مشتری، بازار و ساختار سازمانی در مدیریت کسب و کارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک.         |
| تمرکز بر کسب و کارهای فین تک در ایران                                                                  | حسین‌زاده<br>کاشان و<br>قائم‌فر<br>(۱۴۰۱) | نقش مهم مؤلفه‌های سطح نوآوری ایجاد شده، حمایت‌های مالی و بیمه‌ای و سرمایه‌انسانی متخصص بر کسب و کارهای فین تک.                                                                                              |
| فین تک و کسب و کار بانک‌های خصوصی                                                                      | طهماسبی<br>آقبلاغی و<br>همکاران<br>(۱۴۰۰) | نقش مهم مؤلفه‌های فرصت‌سنجی فین تک، رفتار دیجیتال مشتریان، نیازسنجی و شناخت مشتریان، حفظ محیط رقابتی، رعایت قوانین مالی اسلامی و ارزش‌گذاری دقیق کسب و کارها در مدیریت کسب و کار بانک‌های خصوصی.            |
| تدوین الگوی موفقیت استارت‌آپ‌های فین تک ایران                                                          | روشنی و<br>همکاران<br>(۱۳۹۹)              | نقش مهم مؤلفه‌های تفکر راهبردی، توسعه ارتباطات درون سازمانی و تعاملات برون سازمانی، تمرکز بر طراحی و اجرای صحیح عناصر آمیخته بازاریابی و ویژگی‌های بنیان‌گذاران و اعضای تیم بر موفقیت استارت‌آپ‌های فین تک. |

#### ۴. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر دارای ماهیتی کیفی و هدفی کاربردی است. این مطالعه باهدف شناسایی عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در بهبود فضای کسب و کارها، با روش فراترکیب به بررسی مقالات متعدد موجود در حوزه مورد نظر می‌پردازد و عوامل مؤثر بر موفقیت فین تک در بهبود فضای کسب و کارها را استخراج می‌نماید. جامعه آماری مورد مطالعه، مقالات معتبر و مرتبط با پژوهش بین بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۳ است. روش مورد استفاده در این مطالعه روش فراترکیب است. در روش فراترکیب، بازنگری مطالعات پیشین و فرایند چهارچوب‌بندی مجدد مفاهیم، از طریق ادغام تفسیری نتایج گذشته، صورت می‌گیرد. در این پژوهش از روش هفت مرحله‌ای «ساندلوفسکی و

باروسو<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) برای انجام روش فراترکیب استفاده می‌شود؛ چراکه اخیراً روش فراترکیب در اکثر پژوهش‌های دانشگاهی و آکادمیک به‌عنوان کاربردی‌ترین و کاراترین روش مورد استفاده بوده است. در بخش یافته‌ها با جزئیات به بررسی گام به گام مراحل این روش می‌پردازیم. در اشاره به محدودیت‌های روش شناختی، لازم به توضیح است که پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش فراترکیب تلاش کرده است تا از میان ادبیات علمی، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر موضوع را استخراج نماید. با این حال، این روش ذاتاً دارای محدودیت‌هایی است. روش فراترکیب به دلیل اتکای زیاد بر قضاوت پژوهشگر در مراحل انتخاب، تفسیر و کدگذاری مفاهیم، در معرض سوگیری احتمالی قرار دارد که این پژوهش با به‌کارگیری فرایندهای کنترل کیفیت داده‌ها و استفاده از داوری متخصصان، تلاش نموده سوگیری‌های احتمالی را تا حد امکان کاهش دهد.

## ۵. یافته‌های پژوهش

گام اول: تنظیم سؤالات پژوهش؛ اولین مرحله از روش فراترکیب، مربوط به تنظیم سؤالات پژوهش است. در این مرحله، ابتدا باید پرسش (چه چیزی) مشخص شود. همچنین شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت فین‌تک در بهبود فضای کسب‌وکارها مورد بررسی قرار گیرد. سپس با پرسش (چه کسی)، جامعه مورد مطالعه را تعیین کرد و مرحله بعد، پرسش (چه زمانی) بازه زمانی مقالات مورد نظر را معین می‌سازد. در نهایت، سؤال آخر پرسش (چگونه) است که نشان‌دهنده روشی است که برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش مورد مطالعه قرار می‌گیرد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پژوهش‌هایی با روش‌های علمی، کیفی، کمی و آمیخته در حوزه فین‌تک در کسب‌وکارها استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی شناسایی شده از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. بنابراین، سؤال پژوهش برای مرحله‌های بعدی روش فراترکیب شامل «عوامل مؤثر بر موفقیت فین‌تک در بهبود فضای کسب‌وکارها کدام‌اند؟» است.

گام دوم: بررسی نظام‌مند متون؛ در این مرحله، به مطالعه و بررسی نظام‌مند مطالعات مورد نظر مختلف می‌پردازیم. پژوهشگر کلمات کلیدی مرتبط با موضوع را انتخاب می‌کند و به‌صورت جزئی و منظم به جست‌وجوی مقالات مرتبط با واژگان کلیدی مطرح شده در پایگاه‌های علمی نظیر (Springer, Scince Direct, Emerald, Taylor & Francis, IEEE, EBSCO, Pro Quest) می‌پردازد؛ کلمات کلیدی مستخرج

1. Sandelowski and Barroso

از مقالات، شامل «فین تک»، «فین تک در استارت‌آپ‌ها»، «فین تک در کسب و کار»، «فناوری مالی در کسب و کار»، «فین تک در کسب و کارهای کوچک و متوسط» می‌شود.

گام سوم: انتخاب منابع مناسب، در این مرحله برای انتخاب مقاله‌های مرتبط با موضوع، به معین‌سازی معیارهای ورود و خروج نسبت به مقالات اقدام می‌شود تا مقالاتی که دارای شرایط مورد نظر نیستند از فرایند بررسی و مطالعه حذف گردند. معیارهای پذیرش مقالات شامل زبان انگلیسی، مقالات علمی و پژوهشی انگلیسی، روش‌های علمی (کیفی، کمی و آمیخته)، در ارتباط با موضوعات مالی دیجیتال، فین تک، فین تک در استارت‌آپ‌ها، فین تک در کسب و کار، فناوری مالی در کسب و کار، فین تک در کسب و کارهای کوچک و متوسط است. در شکل (۱) فرایند استخراج مقالات مرتبط با موضوع تحقیق بررسی شده است.



شکل ۱: نمودار نمایشی فرایند استخراج مقالات

گام چهارم: استخراج نتایج؛ تنظیم و طبقه‌بندی اطلاعات هر مقاله بر مبنای نام و نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان، به همراه سال انتشار و همچنین اجزای بررسی شده در هر مقاله انجام می‌گیرد.

جدول ۲: طبقه‌بندی اطلاعات مقالات مورد مطالعه

| محققان و سال انتشار                                                                               | عوامل مؤثر                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (ایخوف و همکاران <sup>۱</sup> ، ۲۰۱۷)                                                             | وام و اعتبار، تأمین مالی، آموزش مالی، جلوگیری از تقلب، خدمات پرداخت، سرمایه‌گذاری و شناسه کاربری                                                |
| (آلت و زیمرمن <sup>۲</sup> ، ۲۰۰۱)<br>(ایخوف و همکاران، ۲۰۱۷)                                     | فناوری دیجیتال وام‌دهی «همتا به همتا»، پلتفرم، بازار آنلاین، سامانه پردازش تراکنش و برنامه‌های موبایل                                           |
| (ایخوف و همکاران، ۲۰۱۷)<br>(اوستروالدر و همکاران <sup>۳</sup> ، ۲۰۰۵)                             | پرداخت به ازای استفاده، فروش، سهم درآمد، اشتراک و سامانه پاداش                                                                                  |
| (چسبرو و روزنبوم <sup>۴</sup> ، ۲۰۰۲)<br>(تامپسون و همکاران <sup>۵</sup> ، ۲۰۱۸)                  | طرح شرکتی، طرح رقابتی، طرح بازاریابی، طراحی عملیاتی، برنامه رشد، برندسازی و فرهنگ نوآوری                                                        |
| (اوستروالدر و همکاران، ۲۰۰۵)<br>(تامپسون و همکاران، ۲۰۱۸)<br>(زوت و همکاران <sup>۶</sup> ، ۲۰۱۱)  | ساختار عملیاتی، فرایندهای عملیاتی، سیاست‌های عملیاتی، زیرساخت عملیاتی، منابع عملیاتی، تضمین کیفیت و مهارت‌های مدیریت                            |
| (هدمن و کالینگ <sup>۷</sup> ، ۲۰۰۳)<br>(تامپسون و همکاران، ۲۰۱۸)                                  | داده‌ها و اطلاعات، دانش صنعت، سرمایه انسانی، ماشین‌آلات-تجهیزات و سرمایه مالی                                                                   |
| (اوستروالدر و همکاران، ۲۰۰۵)<br>(پیتر و همکاران <sup>۸</sup> ، ۲۰۱۳)<br>(تامپسون و همکاران، ۲۰۱۸) | جمعیت‌شناسی کاربر، الگوهای مصرف، تمرکز کاربر، دانش کاربر، رضایت کاربر، اعتماد کاربر، قابلیت استفاده، کیفیت درک شده توسط کاربر و جذابیت هزینه    |
| (آلت و زیمرمن، ۲۰۰۱)<br>(دی‌لون و مک‌لین <sup>۹</sup> ، ۲۰۰۳)<br>(پیتر و همکاران، ۲۰۱۳)           | ارتقای فناوری، قابلیت‌های فناوری، پذیرش فناوری، سودآوری فناوری، امنیت داده، خطرات امنیتی، برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات، کارایی و گرایش‌های فناوری |
| (ایخوف و همکاران، ۲۰۱۷)<br>(اوستروالدر و همکاران، ۲۰۰۵)                                           | اتوماسیون، همکاری، راحتی-قابلیت استفاده، سفارشی‌سازی، ریسک مالی، بینش مالی واسطه، امنیت، شفافیت، یکپارچه‌سازی-تجمع، پولی و پشتیبانی تصمیم       |

1. Eickhof et al
2. Alt and Zimmermann
3. Osterwalder et al.
4. Chesbrough and Rosenbloom
5. Thompson et al.
6. Zott et al.
7. Hedman and Kalling
8. Petter et al.
9. DeLone and McLean

| عوامل مؤثر                                                                                           | محققان و سال انتشار                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| هزینه بازاریابی، هزینه زیرساخت، هزینه عملیاتی                                                        | (آل-دبی و اویسون، ۲۰۱۰)<br>(اوستروالدر و همکاران، ۲۰۰۵) |
| منابع‌یابی نیروی متخصص دارای استعداد-دانش، انتظارات عملکرد<br>ذی‌نفعان، شبکه‌ها و اتحادهای استراتژیک | (آل-دبی و اویسون، ۲۰۱۰)<br>(اوستروالدر و همکاران، ۲۰۰۵) |
| شرایط بازار جهانی، شرایط بازار سرمایه، زیرساخت اقتصادی، مقررات<br>خارجی، حمایت دولت، رقابت صنعتی     | (آلت و زیمرمن، ۲۰۰۱)<br>(هدمن و کالینگ، ۲۰۰۳)           |

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی؛ در این مرحله یافته‌های استخراج شده از مطالعات گذشته را به عنوان کد در نظر گرفته و با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از کدها، اقدام به دسته‌بندی نموده و به صورت یکپارچه در کنار یکدیگر قرار داده خواهند شد. لازم به ذکر است در مطالعه حاضر عوامل راهبردی با سایر عوامل (نظیر تکنولوژیکی، کاربری یا اقتصادی و ...) از منظر سطح اثرگذاری و نقش در موفقیت فین تک متمایز هستند. عوامل راهبردی ماهیت جهت‌دهنده دارند، «چرا و چه مسیری» را تعیین می‌کنند، بر تصمیم‌گیری‌های بلندمدت، طراحی مدل کسب و کار و سیاست‌های مدیریتی اثر می‌گذارند و هدف آن‌ها تضمین موفقیت پایدار فین تک در بهبود فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط است. در مقابل، سایر عوامل بیشتر عملیاتی و ابزارمحور هستند و «چگونه» تحقق آن مسیر را ممکن می‌سازند. بنابراین، درک این تمایز به تحلیل درست نتایج کمک شایانی خواهد کرد. در جدول (۳) عوامل راهبردی مؤثر دسته‌بندی شده آورده شده است.

جدول ۳: مقوله‌بندی عوامل راهبردی مؤثر بر موفقیت فین تک در بهبود فضای کسب و کار

| مقوله           | کد            | توضیحات کدها                                                                                               | فراوانی |
|-----------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| عوامل استراتژیک | طرح شرکتی     | چشم‌انداز استراتژیک و برنامه عمل برای دستیابی به اهداف کلی سرمایه‌گذاری فین تک.                            | ۲       |
|                 | طراحی عملیاتی | تخصیص استراتژیک منابع برای حمایت از روال معمول کسب و کار یا توسعه زیرساخت‌های فناوری.                      | ۱۲      |
|                 | طرح رقابتی    | برنامه استراتژیک برای تقویت توسعه نقاط قوت و مزایای نسبی یک سرمایه‌گذاری فین تک نسبت به رقبای خود در صنعت. | ۳       |

| مقوله            | کد                            | توضیحات کدها                                                                                                                               | فراوانی |
|------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| عوامل عملیاتی    | طرح بازاریابی                 | استراتژی‌های ورود به بازار برای دستیابی به مزیت رقابتی بازارمحور از طریق تلاش‌های تبلیغاتی.                                                | ۲       |
|                  | منابع انسانی مبتنی بر شایستگی | توانایی توسعه داخلی منابع انسانی متخصص با دانش جامعه صنعت (به‌عنوان مثال، کارشناسان حوزه) یا ظرفیت برون‌سپاری و مدیریت استعداد-دانش تخصصی. | ۳       |
|                  | شبکه‌ها و اتحادهای استراتژیک  | توافق بین دو یا چند طرف برای پیگیری مجموعه‌ای از اهداف مشترک درحالی‌که سازمان‌های مستقل باقی می‌مانند.                                     | ۱       |
|                  | تراز عملیاتی                  | میزان هم‌سویی فرایندها و سیاست‌های عملیاتی برای ایجاد محیطی که شرکت‌ها را قادر می‌سازد به اهداف خود برسند.                                 | ۲       |
|                  | پویایی هزینه و فایده نوآوری   | تعادل سود عملی یا اقتصادی یک محصول یا خدمات جدید در رابطه با هزینه‌های (فناوری) آن.                                                        | ۱       |
|                  | کارایی                        | توانایی ارائه محصولات و خدمات با حداقل تلاش، هزینه یا ضایعات.                                                                              | ۱۷      |
| عوامل تکنولوژیکی | ادغام فناوری                  | توانایی استفاده از دانش پراکنده در مورد نوآوری‌های مخرب برای ترکیب منابع فنی جدید                                                          | ۳       |
|                  | پذیرش فناوری                  | شایستگی برای ادغام و ارتقا فناوری‌های جدید یا موجود برای ساخت محصولات و خدمات نوآورانه                                                     | ۴       |
|                  | امنیت، حریم خصوصی و شفافیت    | امکان ارائه محصولات و خدمات بدون به خطر انداختن حریم خصوصی مشتری، مطابق با استانداردهای امنیتی و برقراری ارتباط شفاف با مسائل.             | ۲۱      |
|                  | پایداری محیطی                 | ظرفیت دستیابی به اهداف مالی و غیرمالی مطابق با اصول پایداری زیست‌محیطی                                                                     | ۷       |
|                  | مسائل اخلاقی                  | توانایی تشخیص، بحث، برقراری ارتباط و یافتن راه‌حل برای مسائل اخلاقی                                                                        | ۵       |
| گزاره ارزش       | قابلیت استفاده                | توانایی ارائه آسان یک محصول یا خدمات مفید یا دسترسی به بازار برای مشتری به‌صورت عملی                                                       | ۱۶      |

| مقوله                                                                                   | کد                                | توضیحات کدها                                                                                      | فراوانی |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| (ارزش‌های مرکزی که شرکت برای موفقیت سرمایه‌گذاری بایگانی می‌کند، به بازار ارائه می‌کند) | سفارشی‌سازی                       | قابلیت ارائه محصول یا خدمات به صورت شخصی‌سازی شده به مشتری                                        | ۷       |
|                                                                                         | واسطه                             | صلاحیت میانجی‌گری در تعامل مستقیم و توافقات مشترک چندین طرف وابسته یا ناشناس                      | ۵       |
|                                                                                         | واسطه‌گری                         | امکان ارائه خدمات عدم واسطه‌گری، به عنوان مثال، با استفاده از مدل‌های کسب و کار مبتنی بر بلاک‌چین | ۵       |
|                                                                                         | پولی                              | توانایی تأمین نقدینگی به مشتریان، به عنوان مثال، از طریق وام                                      | ۶       |
|                                                                                         | پشتیبانی تصمیم                    | توانایی ارائه پشتیبانی در تصمیم‌گیری مالی                                                         | ۴       |
| عوامل کاربری                                                                            | ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی کاربر | ویژگی‌های جمعیت مصرف‌کننده که برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات و خدمات مهم است                     | ۸       |
|                                                                                         | کاربر محوری                       | هم‌راستایی کلیه فعالیت‌های تجاری برای افزایش تجربه مشتری                                          | ۳       |
|                                                                                         | اعتماد کاربر                      | میزان اتکای مشتریان به محصولات یا خدمات یک شرکت و تمایل آن‌ها به انتخاب یک برند در رقابت          | ۲۳      |

| مقوله            | کد                       | توضیحات کدها                                                                                                                                   | فراوانی |
|------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                  | کیفیت درک شده توسط کاربر | مفهوم کیفیتی که مشتری در مورد یک محصول یا خدمات تجربه می‌کند.                                                                                  | ۷       |
|                  | جذابیت هزینه             | توانایی ارائه محصول یا خدمات با قیمت مناسب بدون به خطر انداختن کیفیت                                                                           | ۱۷      |
|                  | سهولت استفاده            | امکان ارائه محصول یا خدماتی که به راحتی توسط کاربران مورد نظر استفاده شود.                                                                     | ۲۵      |
| عوامل اقتصادی    | سرمایه مالی              | منابع اقتصادی برای ارائه محصولات و خدمات مورد نیاز است.                                                                                        | ۶       |
|                  | ساختار هزینه             | انواع و نسبت‌های نسبی هزینه‌های ثابت و متغیر یک شرکت                                                                                           | ۸       |
| عوامل زیست‌محیطی | رقابت صنعت               | توانایی تحمل در یک بخش صنعت رقابتی                                                                                                             | ۷       |
|                  | شرایط بازار              | شرایط بازار جهانی که در بازار سرمایه تجلی یافته است بر روی قیمت‌گذاری کالاها، حجم معاملات و تمایل فعالان بازار به سرمایه‌گذاری تأثیر می‌گذارد. | ۱۴      |
|                  | مقررات                   | قوانینی که توسط دولت برای تنظیم و اصلاح رفتارهای اقتصادی وضع شده است.                                                                          | ۱۳      |

گام ششم: کنترل کیفیت؛ در این تحقیق برای ارزیابی و کنترل کیفیت از شاخص کاپای کوهن استفاده شده است. بدین منظور اطلاعات و داده‌ها در اختیار دو تن از متخصصان قرار داده می‌شود و از آن‌ها درخواست می‌شود که کدگذاری‌ها را مورد بررسی قرار دهند؛ سپس نظرات خبرگان با یکدیگر مقایسه

می‌شود. در صورتی که کدهای مورد نظر دو متخصص به هم نزدیک باشند، بیانگر اتفاق نظر بالا بین دو کدگذاری و نشان‌دهنده پایایی آن است. طبق بررسی‌ها میزان شاخص کاپا برابر با  $0/746$  در سطح خطای  $0/140$  است. اغلب پژوهشگران، آستانه پذیرش این ضریب را بیشتر از  $0/6$  معرفی کرده‌اند. از آنجا که مقدار این ضریب بیشتر از  $0/60$  به دست آمده است، پایایی مطالعه مورد تأیید واقع گردید.

جدول ۴: محاسبات ضریب کاپای کوهن

| کد معتبر |    |       |   |      |    |            |
|----------|----|-------|---|------|----|------------|
| کل       |    | گمشده |   |      |    |            |
| درصد     | N  | درصد  | N | درصد | N  |            |
| ۱۰۰٪     | ۳۱ | ۱۰۰٪  | ۰ | ۱۰۰٪ | ۳۱ | پاسخ‌گوی ۱ |
|          |    |       |   |      |    | پاسخ‌گوی ۲ |

جدول ۵: نتایج نهایی آزمون کاپا

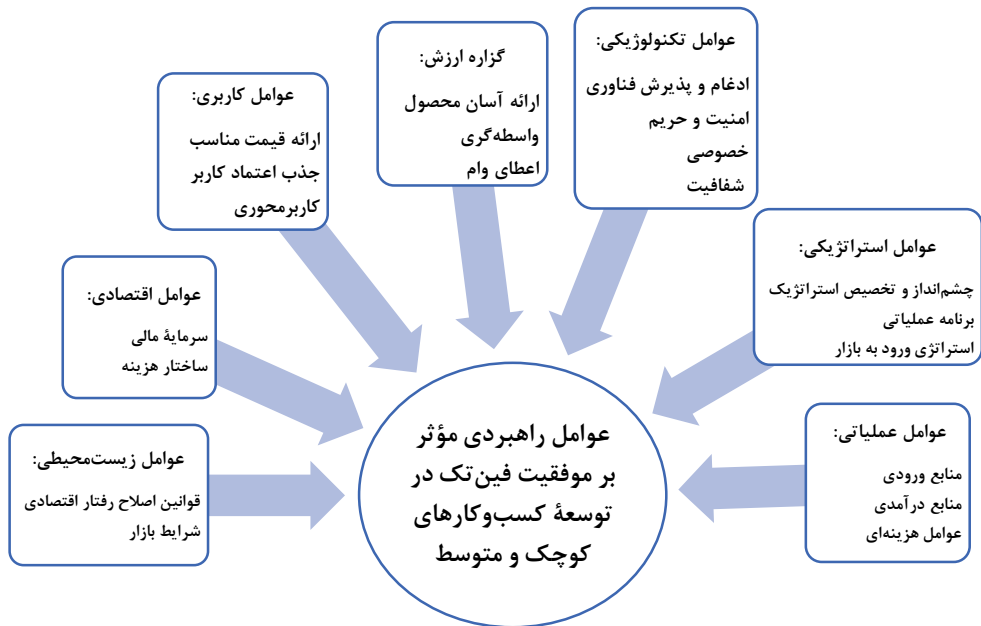
| اهمیت تقریبی | تقریبی $T^b$ | خطای استاندارد تقریبی | ارزش  |                   |            |
|--------------|--------------|-----------------------|-------|-------------------|------------|
| ۰/۰۰۱        | ۳/۱۴۵        | ۰/۱۴۰                 | ۰/۷۴۶ | کاپا              | ضریب توافق |
|              |              |                       | ۳۱    | تعداد موارد معتبر |            |

a: مفروضات تهی در نظر گرفته نشده است.

b: با استفاده از خطای استاندارد بدون علامت مفروضات تهی در نظر گرفته نشده است.

گام هفتم: ارائه نتایج؛ در بررسی سیستماتیک، پس از بررسی نهایی عوامل و طبقه‌بندی کدها، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت فین تک در کسب و کار به دست آمد.

در نهایت، بعد از اتمام فرایند کدگذاری‌ها، نتایج حاصل باید در قالب یک مدل مفهومی منسجم ارائه شوند؛ مدلی که تبیین‌کننده روابط علت و معلولی بوده و مقوله‌های مهم و برجسته‌ای را نشان دهد. از آنجایی که تحلیل مضمون، مدل از پیش تعریف شده‌ای را ارائه نمی‌دهد و این کار را به‌طور کامل در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد، مدل زیر بر مبنای مطالعات پژوهشگر تبیین‌کننده درستی برای بیان روابط بین مقولات است:



شکل ۲: عوامل مؤثر بر موفقیت فین تک در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط

## ۶. ارزیابی یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت فین تک در کسب و کار با روش فراترکیب انجام می‌گیرد. به همین جهت با توجه به مطالعات پیشین متعدد در ارتباط با موضوع، ابتدا عوامل تأثیرگذار مطالعات را که به صورت مستقل بیان شده بودند؛ با استفاده از روش فراترکیب و همراه با هفت گام اساسی ارائه شده توسط ساندلوفسکی و باروسو (۲۰۰۶) گردآوری شده و در مقوله‌های مختلف دسته‌بندی شدند. پس از بررسی و جمع‌بندی عوامل مؤثر، تعداد ۷ مقوله و تعداد ۳۱ کد اولیه متمایز شناسایی و طبقه‌بندی شدند.

### ۶-۱. عوامل استراتژیک

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که موفقیت مدل‌های کسب و کار مبتنی بر فین تک تا حد زیادی به اجرای طرح‌های قابل اطمینان عملیاتی به وسیله تخصیص منابع برای حمایت از کسب و کار و توسعه زیرساخت‌های فناوری برای مقابله با کم‌وکاستی‌ها در کسب و کارها نظیر خرابی‌های بیش از حد شبکه

و نرم افزار وابسته است (بویا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). همچنین، در طراحی بازاریابی به‌ویژه بازاریابی رسانه‌های اجتماعی برای دستیابی به مزیت رقابتی از طریق تلاش‌های تبلیغاتی، فین تک می‌تواند جامعه دیجیتال مخاطبان را از طریق استراتژی‌های هدف‌گیری مخاطبان دیجیتال ایجاد کند. علاوه بر این، فین تک می‌تواند هنجار ذهنی افراد را در رسانه‌های اجتماعی درباره دانش، آگاهی، ادراک، نگرش و باورهای کاربران را تغییر دهد (کلاس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). این امر به فین تک اجازه می‌دهد تا آگاهی افراد را افزایش دهد و کنترل ارتباطات و اطلاعات را برای جامعه دیجیتال هدف حفظ کند (کروزتو و رگنر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸؛ گربر و هوی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). به عنوان نمونه، فین تک M2P (پلتفرمی است که به کاربران در طراحی و اجرای نئوبانک‌ها، محصولات سپرده، سامانه وام‌دهی با کارت‌های اعتباری و وام‌دهی برای خدمات‌دهی به چندین وام‌دهنده، سیستم‌های پرداخت محلی و فرامرزی با کنترل‌های بلادرنگ و ... کمک می‌کند)، دارای یک برنامه بازاریابی رقابتی است که از طریق فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی پشتیبانی می‌شود. با وجود این که استراتژی‌های بازاریابی رسانه‌های اجتماعی به موفقیت فین تک مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی کمک می‌کند، اطلاعات جانبدارانه و سیگنال‌های کیفیت، نظیر تعصب اغراق‌آمیز تأثیر مخربی بر موفقیت بالقوه فین تک در کسب و کار دارد (ممتاز<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، مدل کسب و کار مبتنی بر فین تک توسط برنامه‌هایی برای ایجاد هوش رقابتی به عنوان عوامل استراتژیک مرتبط برای موفقیت فین تک در کسب و کار هدایت می‌شوند. همچنین، طرح شرکتی (مانند چشم‌انداز-جهت استراتژیک) نسبت به سایر عوامل استراتژیکی تأثیر کمتری بر موفقیت فین تک در کسب و کار دارد (کافمن و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸).

## ۲-۶. عوامل عملیاتی

موفقیت مدل‌های کسب و کار فین تک عمدتاً به تعامل شبکه‌ها و اتحاد استراتژیک برای دستیابی به مجموعه‌ای از اهداف مشترک در کسب و کار ارتباط دارد (کروزتو و رگنر، ۲۰۱۸). این تعاملات می‌تواند به کاهش هزینه‌های نوآورانه و کارآفرینانه (نوآوری‌های محصول-خدمات یا تبلیغات) سرمایه‌گذاری جمعی وام‌دهی و «کمپین‌های عرضه اولیه سکه»<sup>۷</sup> (شرکت‌هایی که به دنبال جمع‌آوری سرمایه برای

1. Buyya et al.

2. Clauss et al.

3. Crosetto and Regner

4. Gerber and Hui

5. Momtaz

6. Kaufman et al.

7. Initial Coin Offering Campaigns

ایجاد یک برنامه یا سرویس جدید بلاک‌چین با یک ارز دیجیتال هستند) کمک کنند، از طریق ایجاد جامعه‌ای از حامیان برای ایجاد تعهد عاطفی و تعامل طولانی‌مدت در چهارچوب تبادل اطلاعات، یادگیری، توصیه‌ها، بازخورد در مورد محصولات یا خدمات و تبلیغات دهان به دهان (شوکس و گاتمن<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰؛ خرو همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). علاوه بر این، شکل‌گیری شبکه‌ها و اتحاد استراتژیک با عوامل کلیدی و مهمی، نظیر سرمایه‌گذاران مشهور، سرمایه‌گذاران خصوصی، بیمه‌گران یا دانشگاه‌ها، می‌تواند به‌عنوان ابزار تجاری برای انتقال سیگنال‌های کیفیت به سرمایه‌گذاران بالقوه مورد استفاده قرار گیرد. این امر منجر به رفع عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش هزینه‌های مرتبط با شهرت کسب‌وکار فین‌تک یا تولید محصول یا خدمات فین‌تک می‌شود (خبر و همکاران، ۲۰۲۰؛ ممتاز، ۲۰۲۰). در مورد مدل‌های کسب‌وکار فین‌تک، اتحادهای استراتژیک که به موفقیت فین‌تک کمک می‌کنند، عمدتاً خدمات ارائه‌دهندگان را یکپارچه می‌سازند و مشارکت با بانک‌ها و برنامه‌های بانک‌داری تلفن همراه موجود را تشکیل می‌دهند. همچنین دسترسی فین‌تک را به شبکه پرداخت‌های موجود بهبود می‌بخشد و به‌عنوان مثال، نقل و انتقالات بین بانکی را امکان‌پذیر می‌کند (اوندروس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹).

براساس مطالعات موردی، برای مدل‌های کسب‌وکار فین‌تک با سطوح پایین رقابت، ارائه پاسخ‌های نوآورانه و فوری به مشکلاتی که مشتریان با آن مواجه می‌شوند، بسیار مهم است. در همین حال، برای موفقیت مستمر، کسب‌وکارهای مبتنی بر فین‌تک باید منابع انسانی کافی دارای شایستگی متشکل از متخصصان حوزه با دانش پیشرفته آماری، برنامه‌نویسی، تحلیلی و مهارت‌های ارتباطی داشته باشند تا مدیریت کسب‌وکار را بهبود بخشند (لئو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). همچنین، کاربران خدمات فین‌تک باید دارای مهارت‌های فنی و دانش مرتبط برای استفاده از خدمات فین‌تک باشند (میکالف و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹).

### ۳-۶. عوامل تکنولوژیکی

یافته‌ها نشان می‌دهد که تجزیه و تحلیل امنیت، حریم خصوصی و شفافیت و همچنین پذیرش فناوری غالب که یک مدل تجاری فین‌تک را می‌سازد، اثرگذاری بالایی بر مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر فین‌تک دارد. از همین رو، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیتی، به‌ویژه ناشناس بودن

1. Schückes and Gutmann
2. Kher et al.
3. Ondrus
4. Liu et al.
5. Mikalef et al.

تراکنش‌های مدل‌های کسب و کار مبتنی بر فین تک، با ریسک استفاده برای انجام فعالیت‌های غیرقانونی مانند پول‌شویی همراه است (کوزینز و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). بنابراین، تعادل بهتر بین حریم خصوصی و ظرفیت ردیابی تراکنش‌زای غیرقانونی از طریق تکنیک‌های قانونی دیجیتال برای استفاده پایدار و اخلاقی از فین تک، ضروری است (گنکین و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). مدل‌های تجاری فین تک از تهدیدهای امنیتی مانند حملات سایبری رنج می‌برند که می‌تواند شک و تردید را افزایش دهد و مشتریان را محدود کند. با این حال، همان‌طور که در بخش مطالعات موردی نشان داده شد، فین تک‌ها در مدل‌های کسب و کار باید تلاش‌های خود را برای مدیریت امنیت اطلاعات و خطرات حریم خصوصی به عاملی متمایزکننده برای کسب مزیت رقابتی تبدیل کنند. با توجه به مدل‌های کسب و کار مبتنی بر فین تک، کاهش مسائل امنیتی و کنترلی (گاریسون و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲) و افزایش ذخیره‌سازی فضای ابری موبایل و سیستم‌ها (ژو و بویا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸)، برای موفقیت فین تک‌ها الزامی است. علاوه بر این، هدف فین تک باید بهبود جنبه‌های حریم خصوصی نظیر محرمانه بودن داده‌ها و حفاظت از آن‌ها با استفاده از رمزگذاری، نمایه‌سازی ابری، تقسیم داده‌ها، یا محفظه‌های امن باشد (بویا و همکاران، ۲۰۱۸). برای موفقیت مدل‌های کسب و کار فین تک، سطح حریم خصوصی داده‌ها و شفافیت ساختارهای فناوری، فرایندهای عملیاتی و مدل‌های قیمت‌گذاری، بسیار ضروری است (جونگ و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوریلی و فینگان<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). از سوی دیگر، عامل یکپارچه‌سازی فناوری‌های جدید مانند بیومتریک، «کد پاسخ سریع»<sup>۶</sup> و «پرداخت‌های ارتباط نزدیک»<sup>۸</sup> منجر به موفقیت مدل کسب و کار فین تک می‌شود (اوندروس و همکاران، ۲۰۰۹؛ سینگ و سینه‌ها<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰). در نهایت ویژگی‌هایی مانند پایداری محیطی شامل دستیابی به اهداف مالی و غیرمالی مطابق با اصول پایداری زیست محیطی و مسائل اخلاقی نظیر توانایی تشخیص، بحث، برقراری ارتباط و یافتن راه حل برای مسائل اخلاقی تأثیر فزاینده‌ای بر پایداری مدل‌های کسب و کار فین تک دارند (بویا و همکاران، ۲۰۱۸).

- 
1. Cousins et al.
  2. Genkin et al.
  3. Garrison et al.
  4. Zhou and Buyya
  5. Jung et al.
  6. O'Reilly and Finnegan
  7. Quick Response Code
  8. Near Field Communication Payments
  9. Singh and Sinha

## ۶-۴. گزاره ارزش

راحتی-قابلیت استفاده به معنای توانایی ارائه آسان یک محصول یا خدمات مفید یا دسترسی به بازار برای مشتری، میانجی‌گری یا امکان ارائه خدمات عدم واسطه‌گری و پشتیبانی تصمیم یا توانایی ارائه پشتیبانی در تصمیم‌گیری مالی به عنوان گزاره‌های ارزشی که بیشترین تأثیر را بر موفقیت فین‌تک در کسب‌وکار دارند شناخته می‌شوند. گزاره ارزش واسطه به موفقیت فین‌تک در کسب‌وکار کمک شایانی می‌کند که با ایجاد ارزش تجاری، از طریق پلتفرم‌های آنلاین برای میانجی‌گری در معاملات مستقیم و توافق‌های مشترک چندین طرف ناشناس با مبادله سرمایه یا داده، مهیا می‌شود (کلاینرت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰؛ کخ و سیرینگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، گزاره ارزش واسطه‌گری موفقیت مدل‌های کسب‌وکار فین‌تک را از طریق عوامل فلسفی، نظیر، افزایش آزادی‌خواهی، دموکراتیک‌سازی خدمات مالی و شمول مالی افزایش می‌دهد.

## ۶-۵. عوامل کاربر

نتایج نشان داد عوامل کاربر مبنای اصلی ارزیابی و تصمیم‌گیری کاربران برای انتخاب محصول یا خدمات ارائه شده توسط فین‌تک است. با توجه به ارتباط مفهوم اعتماد با ریسک‌های موجود، اعتماد کاربر و میزان اتکای مشتریان به محصولات یا خدمات یک شرکت و تمایل آن‌ها به انتخاب یک برند در رقابت اهمیت فراوانی دارد (هانگ و چا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳؛ میکالف و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی کاربر همان ویژگی‌های جمعیت مصرف‌کننده است؛ نظیر شباهت‌های فرهنگی یا جغرافیایی که برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات و خدمات اهمیت دارد (چن و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶) و جذابیت هزینه شامل ارائه محصول یا خدمات با قیمت مناسب بدون به خطر انداختن کیفیت، سهولت استفاده به‌صورتی که محصول یا خدماتی به‌راحتی توسط کاربران مورد استفاده قرار گیرد، کیفیت درک شده توسط کاربر و کاربر محوری بر مدل کسب‌وکار فین‌تک اثرگذار است (تیتیماجشما و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸).

- 
1. Kleinert et al.
  2. Koch and Siering
  3. Hong and Cha
  4. Chen et al.
  5. Thitimajshima et al.

## ۶-۶. عوامل اقتصادی

در این زمینه، عامل اقتصادی سرمایه مالی که منابع اقتصادی مورد نیاز را جهت ارائه محصولات و خدمات فراهم می‌کند برای موفقیت مدل کسب و کار فین تک اثرگذاری بالایی دارد. با این حال، ساختار هزینه شامل انواع و نسبت‌های نسبی هزینه‌های ثابت و متغیر کسب و کار برای موفقیت فین تک اساسی است. همچنین ترکیبی از عناصر اقتصادی می‌تواند پتانسیل جذب، اعطای وام یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر از طریق فین تک‌ها را افزایش دهد؛ نظیر شاخص‌های کیفیت سیگنال یا مشارکت در برنامه‌های شتاب‌دهنده‌ها (رالچوا و روزنبوم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹) و عناصر شبکه کارآمد مانند سیستم‌های ابری (یویا و همکاران، ۲۰۱۸) که می‌توانند بر تمایز هزینه پایدار فین تک‌ها در رابطه با رقبای خود تأثیر بسزایی بگذارند.

## ۶-۷. عوامل زیست‌محیطی

قوانین و مقرراتی که توسط دولت برای تنظیم و اصلاح رفتارهای اقتصادی وضع شده است، به عنوان عوامل موفقیت مدل کسب و کار مبتنی بر فین تک شناسایی شد، زیرا دامنه وسیعی برای ترسیم و تعیین محدودیت‌ها از طریق مالیات و شرایط تجارت دارد (کوزینز و همکاران، ۲۰۱۹؛ خیر و همکاران، ۲۰۲۰). علاوه بر این، رقابت صنعت در قالب محصولات جایگزین و همچنین شرکت‌های جدید در بازار، نظیر، فناوری‌های بزرگ مانند گوگل؛ آمازون و اپل، نشان‌دهنده عوامل موفقیت فین تک در کسب و کار است. علاوه بر این، در مورد خاص شرایط بازار، عوامل منفی شرایط بازار مانند شوک‌های بازار بر موفقیت بازارهای دیجیتال مالی تأثیر می‌گذارد؛ زیرا این عوامل خارجی می‌توانند بر قیمت کالاها، حجم معاملات و تمایل کارگزاران برای مشارکت در بازارهای دیجیتال تأثیر بگذارند (اوریلی و فینگان، ۲۰۱۰). به طور خلاصه براساس نتایج و طبقه‌بندی انجام‌گرفته، می‌توانیم مشاهده کنیم که اکثر راهبردهای مؤثر در مقوله‌های عوامل تکنولوژیکی و کاربری و عملیاتی قرار دارند و عوامل دیگر در اولویت پایین‌تری هستند.

## ۷. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که در موفقیت فین تک‌ها برای بهبود فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران، عوامل کاربری، تکنولوژیکی و عملیاتی بیشترین اهمیت را دارند.

در میان عوامل کاربری، کدهای «سهولت استفاده»، «اعتماد کاربر» و «جذابیت هزینه» با بیشترین فراوانی برجسته شدند که نشان می‌دهد پذیرش فناوری مالی در ایران عمدتاً به سطح اعتماد کاربران و ساده بودن تجربه کاربری وابسته است. به‌ویژه با توجه به حساسیت کاربران ایرانی نسبت به امنیت داده‌ها و شفافیت فعالیت پلتفرم‌ها، ایجاد محیط‌های امن و شفاف برای تعامل مالی دیجیتال از اولویت‌های حیاتی است. از سوی دیگر، در عوامل تکنولوژیکی، «امنیت، حریم خصوصی و شفافیت» بیشترین بسامد را داشته و بیانگر ضرورت تقویت زیرساخت‌های سایبری و استانداردهای فنی مشترک است تا پلتفرم‌های فین‌تک بتوانند خدمات مطمئن و با کیفیت ارائه دهند و ظرفیت ادغام فناوری‌های نوین برای تحلیل ریسک و مدیریت خدمات مالی فعال شود. همچنین، در عوامل عملیاتی، «کارایی» و «طراحی عملیاتی» با فراوانی بالا نشان می‌دهد که بسیاری از کسب‌وکارهای فین‌تک در ایران نیازمند بهبود فرایندهای داخلی، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری عملیاتی هستند و توسعه اتحادهای استراتژیک با بانک‌ها و سایر ذی‌نفعان می‌تواند این ظرفیت‌ها را تقویت کند. در کنار این موارد، گزاره ارزش‌ها و سهولت دسترسی به خدمات نیز برای موفقیت فین‌تک حیاتی است.

ارائه خدمات مالی سریع، شخصی‌سازی شده و با حداقل واسطه، به‌ویژه برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، موجب افزایش رضایت و مشارکت کاربران می‌شود و امکان توسعه پایدار بازار را فراهم می‌آورد. علاوه بر آن، عوامل زیست‌محیطی و نهادی مانند شرایط بازار، رقابت صنعت و چهارچوب‌های قانونی، نقش تعیین‌کننده‌ای در پایداری و مقیاس‌پذیری فین‌تک‌ها در ایران دارند. ضعف در مقررات مشخص و نوسانات اقتصادی از موانع اصلی توسعه هستند و اصلاح محیط نهادی از طریق طراحی سیاست‌های هوشمند، ایجاد فضای آزمایشی امن و حمایت از نوآوری، می‌تواند اکوسیستم فین‌تک را به سمت رشد پایدار هدایت کند. در نهایت، عوامل اقتصادی و استراتژیک هرچند نسبت به سایر عوامل فراوانی کمتری دارند؛ اما نقش زیربنایی در ایجاد انسجام و ثبات اکوسیستم دارند. تخصیص منابع مالی هدفمند برای نوآوری، توسعه سرمایه انسانی متخصص و تدوین نقشه راه ملی فین‌تک می‌تواند زمینه رشد بلندمدت و اثرگذاری واقعی فناوری مالی در توسعه کسب‌وکار ایران را فراهم کند. به‌طور خلاصه، موفقیت فین‌تک در ایران نیازمند تمرکز هم‌زمان بر اعتماد و تجربه کاربری، امنیت و فناوری، بهره‌وری عملیاتی و اصلاح محیط نهادی و اقتصادی است. ترکیب این چهار محور می‌تواند علاوه بر افزایش دسترسی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به منابع مالی، منجر به بهبود کارایی، شمول مالی و رقابت‌پذیری پایدار در بازار داخلی شود.

در ادامه این نتایج، بررسی ساختار نهادی و مالی کشور نشان می‌دهد که تحقق ظرفیت‌های فین تک در ایران مستلزم اصلاح روابط سنتی بانک‌محور، تقویت همکاری میان نهادهای مالی و شرکت‌های فناور و بازنگری در چهارچوب‌های نظارتی است. در این راستا، یافته‌های پژوهش حاضر با شرایط واقعی نظام بانکی ایران هم‌خوانی دارد و ضرورت تحول در سیاست‌گذاری و نهادسازی مالی را برجسته می‌کند. در گذشته، بانک‌ها نقش انحصاری در تأمین مالی و مدیریت روابط اعتباری داشتند؛ اما امروزه شرکت‌های فین تک با اتکا به نوآوری دیجیتال، تحلیل داده و پلتفرم‌های وام‌دهی آنلاین، بخشی از این نقش را بر عهده گرفته‌اند. این تحول، دسترسی کسب و کارهای کوچک و متوسط به منابع مالی را از طریق روش‌های اعتبارسنجی جایگزین و مدل‌های منعطف‌تر افزایش داده است. با این حال، همکاری میان بانک‌ها و فین تک‌ها در ایران هنوز محدود و عمدتاً در حوزه پرداخت الکترونیک متمرکز است. تقویت این همکاری می‌تواند کارایی نظام مالی را افزایش داده، هزینه‌های واسطه‌گری را کاهش دهد و دسترسی به اعتبارات را گسترش بخشد. نادیده گرفتن نقش بانک‌ها در این اکوسیستم، تحلیل بازار مالی ایران را ناقص می‌سازد.

با توجه به یافته‌های حاضر، فین تک در ایران پتانسیل بالایی برای بهبود فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد؛ اما اثر آن تحت محدودیت‌های خاص کشور، از جمله تحریم‌های اقتصادی، نابرابری دسترسی به اینترنت و سطح متفاوت سواد مالی و دیجیتال کاربران، متغیر است. یافته‌ها تأکید می‌کنند که عواملی مانند امنیت داده، حریم خصوصی، سهولت استفاده و جذابیت هزینه اهمیت بیشتری نسبت به سایر کشورها دارند و موفقیت فین تک در ایران به تطبیق استراتژی‌ها با شرایط بومی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و منابع انسانی متخصص وابسته است. همچنین، مطالعه نشان می‌دهد که نوآوری در علوم مالی و فناوری می‌تواند بهره‌وری، تعامل مشتریان و دسترسی به اعتبار را افزایش دهد و از این طریق رشد پایدار کسب و کارها را تقویت کند. بنابراین، یافته‌ها چهارچوبی علمی برای سیاست‌گذاری و طراحی استراتژی‌های عملیاتی فین تک در ایران فراهم می‌آورند و به مدیران و سیاست‌گذاران کمک می‌کنند تا با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و فرصت‌های محلی، توسعه پایدار و فراگیر فین تک را تحقق بخشند. بنابراین، عوامل و پیامدهای عملی مطالعه نشان می‌دهد که محدودیت‌هایی از جمله تحریم‌های اقتصادی، نابرابری دسترسی به اینترنت و سطح متفاوت سواد مالی و دیجیتال کاربران، می‌تواند تعمیم نتایج را محدود کند و توجه به آن‌ها برای طراحی استراتژی‌های موفق فین تک در ایران حیاتی است.

بدین منظور، اقداماتی در جهت نظام‌مندسازی و هم‌افزایی توسعه خدمات فین‌تک می‌تواند به بهبود فضای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران کمک نماید. ترویج فعالانه نوآوری‌های فین‌تک و تسهیل انتقال این نوآوری‌ها، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند پرداخت‌های دیجیتال، اعتبارسنجی جایگزین و خدمات مالی مبتنی بر داده، می‌تواند رشد فضای کسب‌وکار را تسریع کند. با این حال، لازم است نظارت بر نوآوری‌های فین‌تک تقویت شود تا ریسک‌های مرتبط با امنیت داده، حریم خصوصی و ریسک‌های عملیاتی در کشور به حداقل برسد، درحالی‌که توسعه و بهره‌گیری از نوآوری‌ها به‌طور مستمر تشویق شود، برای تقویت نظارت بر نوآوری فین‌تک و حمایت از توسعه آن، الزام است چهارچوب‌های رگولاتوری پویا و نظارت مبتنی بر ریسک ایجاد شود تا نوآوری‌ها در محیط کنترل‌شده تست و ریسک‌ها کاهش یابند. فین‌تک‌ها باید گزارش‌دهی شفاف و استاندارد داشته باشند و دسترسی ایمن به داده‌ها و زیرساخت‌ها فراهم شود، درحالی‌که نهادهای نظارتی با تدوین مکانیسم‌های پاسخ‌گویی نهادی شفاف و تقسیم دقیق مسئولیت‌ها، تضمین کنند که خطاها شناسایی و مدیریت می‌شوند. علاوه بر این، حمایت از نوآوری از طریق حمایت مالی، آموزش منابع انسانی و توسعه زیرساخت‌ها می‌تواند رشد پایدار فین‌تک‌ها را بدون ایجاد ریسک سیستمیک ممکن سازد. البته می‌بایست به اقداماتی همچون تعیین تکلیف و روشن نمودن مرز وظایف نهادهای قانون‌گذاری فین‌تک، ابتدا لازم است مرز وظایف نهادهای قانون‌گذاری مشخص شود تا هر نهاد مسئولیت مشخصی در تدوین و نظارت بر قوانین، صدور مجوزها و پایش عملکرد داشته باشد و از هم‌پوشانی یا خلأ قانونی جلوگیری شود. سپس مشارکت دادن ذی‌نفعان در تهیه پیش‌نویس‌های قانونی و استفاده از نظرات مشورتی در مقیاس وسیع برای تدوین پیش‌نویس‌های قانونی، تضمین می‌کند که قوانین عملیاتی، کارا و هم‌سو با نیازهای بازار باشند.

برای ورود ایمن نوآوری‌ها به بازار، ایجاد محیط‌های آزمایشی سندباکس برای سرعت بخشیدن به ورود مطمئن نوآوری‌ها به محیط کسب‌وکار ضروری است که فین‌تک‌ها بتوانند محصولات و خدمات خود را در مقیاس محدود و تحت نظارت تست کنند. در سطح عملیاتی، تقویت نظام‌های احراز هویت و اعتبارسنجی در سطح ملی و یکسان‌سازی مقررات و استانداردهایی که امکان گسترش فعالیت فین‌تک‌ها را در سطح وسیع‌تر فراهم می‌کند و ریسک‌های قانونی و عملیاتی را کاهش می‌دهد. حفاظت از حقوق مشتریان نیز از طریق چهارچوب‌های شفاف شکایت، گزارش‌دهی و کنترل کیفیت تضمین می‌شود. نهایتاً، ایجاد امکان همکاری میان فین‌تک‌ها با مؤسسات مالی سنتی، با تعریف توافقنامه‌ها و استانداردهای همکاری، ضمن افزایش کارایی، به توزیع بهتر ریسک‌ها کمک می‌کند.

در تمام این مراحل، پاسخ‌گویی نهادی باید شفاف باشد؛ نهادهای نظارتی مسئول تدوین و اعمال قوانین، فین تک‌ها مسئول رعایت استانداردها و شفافیت عملکرد و ذی‌نفعان مسئول در نظارت و ارائه بازخورد مؤثر، بیش از پیش اهتمام ورزید. بنابراین، این نوع اقدامات سیاستی می‌توانند چهارچوبی کارا برای توسعه پایدار فین تک در ایران فراهم کنند و ضمن ارتقای کارایی و دسترسی به خدمات مالی، نقش مؤثری در توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران ایفا نمایند.

همچنین، پیشنهاد می‌شود مطالعات آتی با رویکرد داده‌محور به بررسی اثر واقعی فین تک بر عملکرد مالی و پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط بپردازند. ضمن این که می‌توان از روش‌های ترکیبی به صورت ترکیب روش کیفی با پرسش‌نامه و مصاحبه با ذی‌نفعان نیز بهره برد. به علاوه، پژوهش‌های تطبیقی میان ایران و سایر کشورهای در حال توسعه می‌تواند تفاوت‌های نهادی و فناورانه را آشکار سازد. بررسی ابعاد فرهنگی و رفتاری در پذیرش فین تک و تمرکز بر فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی مالی، بلاک‌چین و رمزارزها، مسیرهای ارزشمندی برای پژوهش‌های آینده فراهم می‌آورد.

## فهرست منابع

- آینه، معصومه؛ رضایی، بیژن؛ حسین پور، مهدی (۱۴۰۴). «شناسایی عوامل موفقیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور در حل چالش‌های صنعت فین‌تک ایران». پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۴(۳)، ۳۹-۶۲.  
<https://doi.org/10.22034/eir.2025.482832.1112>
- باشکوه اجیرلو، محمد؛ اکبری آرباطان، گلثوم؛ ابراهیمی خراجو وحیده (۱۴۰۳). «تدوین و طراحی مدل عوامل مؤثر بر موفقیت سرمایه‌گذاری فین‌تک‌ها در فعالیت‌های تجاری شرکت‌های دانش‌بنیان». پژوهش‌های برنامه‌ریزی و توسعه، ۵(۲)، ۱۹۶-۲۲۴.  
<https://doi.org/10.22034/pbr.2024.207337>
- حسین زاده کاشان، علی؛ قائمی فر، لیلا (۱۴۰۱). «شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری جسورانه در کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری فازی». پژوهش‌های راهبردی بودجه و مالیه، ۳(۳)، ۷۷-۱۰۲.  
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27171809.1401.3.3.3.0>
- خدایاری، حمید؛ ملکی اسکویی، ملک‌تاج؛ مسلمی، آذر؛ همتی، حسن (۱۴۰۳). «چشم‌اندازهای پایداری حسابداری مدیریت استراتژیک از نظر به‌کارگیری فناوری‌های مالی (فین‌تک)». مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۲۱(۸۳)، ۱۶۳-۲۱۲.  
<https://doi.org/10.22054/qjma.2024.79325.2557>
- رضانژاد کوخندان، علیرضا؛ غفاری آشتیانی، پیمان؛ ملکی، محمدحسن؛ زنجیردار، مجید (۱۴۰۲). «عوامل راهبردی مؤثر بر همکاری بانک‌ها با فین‌تک‌ها». مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، ۱۲(۴۵)، ۲۶۵-۳۱۱.  
<https://doi.org/10.22054/ims.2023.74709.2354>
- روشنی، عارفه؛ رحیمی نیک، اعظم ودادی، احمد؛ غلامزاده، داریوش (۱۳۹۹). «تدوین الگوی موفقیت استارت‌آپ‌های فین‌تک ایران با رویکرد ارزش‌آفرینی برای جامعه». جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۶(۲)، ۷۹-۹۱.  
<https://iase-jrn.ir/index.php/se/article/view/159/159>
- طهماسبی‌آقبلاغی، داریوش؛ سلطانی، مرتضی؛ شهبازی، میثم؛ اوضاعی، افسانه (۱۴۰۰). «ارائه چهارچوب همکاری راهبردی بین نظام بانکی خصوصی و فین‌تک‌ها در ایران». مدیریت توسعه فناوری، ۳۲(۹)، ۴۱-۶۶.  
<https://doi.org/10.22104/jtdm.2021.4781.2761>
- غفاری آشتیانی، پیمان؛ غیاث‌آبادی فراهانی، مریم (۱۴۰۳). «شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت و سامان‌دهی کسب‌وکارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک از طریق رویکرد فراترکیب». مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند.  
<https://doi.org/10.22054/ims.2023.75559.2376>

## References

- Akansha., Anupam., Deep, A. (2025). The Role of Fintech in Disrupting Traditional Banking Systems: Opportunities and Challenges. *International Journal of Environmental Sciences*. <https://doi.org/10.64252/8tvypf36>
- Al-Debei, M. M., & Avison, D. (2010). Developing a unified framework of the business model concept. *European Journal of Information Systems*, 19(3), 359–376. <https://doi.org/10.1057/ejis.2010.21>
- Alnaimat, M A et al. (2023). The Impact of International Economic Sanctions on the Use of Financial Technologies. *WSEAS TRANSACTIONS ON BUSINESS AND ECONOMICS*. <https://doi.org/10.37394/23207.2023.20.63>
- Alt, R., & Zimmermann, H. D. (2001). Introduction to special section—Business models. *Electronic Markets*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/713765630>
- Amentie, C., Negash, E., & Kumera, L. (2016). Barriers to growth of medium and small enterprises in developing country: Case study Ethiopia. *Journal of Entrepreneurship and Organization Management*, 5(3), 1-4 <https://doi.org/10.4172/2169-026X.1000190>
- Asimkhan, A., Sartova, R. B., & Bakpayeva, A. K. (2021). ANALYSIS OF THE CURRENT CONDINTION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN. "Vestnik of the NAS RK", (3), 14-18. <https://doi.org/10.32014/2021.2518-1467.92>
- Atawodi, O. W., & Ojeka, S. A. (2012). Relationship between tax policy, growth of SMEs and the Nigerian economy. *International Journal of Business and Management*, 7(13), 125. <https://doi.org/10.5539/IJBM.V7N13P125>
- Bagale, G. S., Vandadi, V. R., Singh, D., Sharma, D. K., Garlapati, D. V. K., Bommiseti, R. K., Gupta, R. K., Setsiawan, R., Subramaniaswamy, V., & Sengan, S. (2021). Small and mediumsized enterprises' contribution in digital technology. *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04235-5>
- Bah, E. H., & Fang, L. (2015). Impact of the business environment on output and productivity in Africa. *Journal of Development Economics*, 114, 159-171. <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2015.01.001>
- Barkley, B., & Schweitzer, M. E. (2020). The rise of Fintech lending to small businesses: Businesses' perspectives on borrowing. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3568130](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3568130)
- Bashynska, I., Filippov, V., & Cherniahina, N. (2015). Industrial parks of Ukraine: current situation and development prospects in the conditions of digitalization of innovative economy. *Economics. Finances. Law*. <https://doi.org/10.37634/efp.2025.2.15>
- Behra, P. (2025). The Impact of Fintech on Traditional Banking Profitability. *International Scientific Journal of Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/isjem04335>

- Berg, J. and Cazes, S. (2007), "The Doing Business Indicators: Measurement Issues and Political Implications", *Economic and Labor Market Market Paper*, 6, 1-31.
- Berger, A. N. (2003). The economic effects of technological progress: Evidence from the banking industry. *Journal of Money, credit and Banking*, 141- 176. <https://www.jstor.org/stable/3649852>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945–2966. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfn.2006.05.008>
- Boeddu, G., Carvajal, A. Fi., Chien, J., Istuk, I., Lopes, L., & Miller, M. (2020). With the right support, fintech alternative lenders can help small businesses weather the crisis. *World Bank Blogs*. <https://blogs.worldbank.org/psd/right-support-fntech-alternative-lenders-can-help-small-businesses-weather-crisis>
- Braunerhjelm, P., & Eklund, J. E. (2014). Taxes, tax administrative burdens and new firm formation. *Kyklos*, 67(1), 1-11. <https://doi.org/10.1111/kykl.12040>
- Brunnermeier, M. K. (2009). Deciphering the liquidity and credit crunch 2007-2008. *Journal of Economic Perspectives*, 23(1), 77–100. [https://www.princeton.edu/~markus/research/papers/liquidity\\_credit\\_crunch.pdf](https://www.princeton.edu/~markus/research/papers/liquidity_credit_crunch.pdf)
- Buyya, R., Netto, M. A. S., Toosi, A. N., Rodriguez, M. A., & Toosi, A. N. (2018). A manifesto for future generation cloud computing. *ACM Computing Surveys*, 51(5), 1–38. <https://doi.org/10.1145/3241737>
- Bykhusenge, E., & Munene, J. C. (2017). Knowledge management and business performance: Does innovation matter?. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1368434. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1368434>
- Caglayan, M., Pham, T., Talavera, O., Xiong, X., (2020). Asset mispricing in peer-to-peer loan secondary markets. *J. Corpor. Finance*, 65, 101769. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101769>
- Chen, T. H., & Peng, J. L. (2020). Statistical and bibliometric analysis of financial innovation. *Library Hi Tech*, 38(2), 308-319. <https://doi.org/10.1108/lht-09-2018-0140>
- Chen, X., Jin, F., Zhang, Q., & Yang, L. (2016). Are investors rational or perceptual in P2P lending?. *Journal of Information Systems and E-Business Management*, 14(4), 921–944. <https://doi.org/10.1007/s10257-016-0305-z>
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian social science*, 7(5), 180-190. [file:///C:/Users/Ekbatan2025/Downloads/Factors\\_Affecting\\_Business\\_Success\\_of\\_Small\\_Mediumsample5-1.pdf](file:///C:/Users/Ekbatan2025/Downloads/Factors_Affecting_Business_Success_of_Small_Mediumsample5-1.pdf)

- Clauss, T., Niemand, T., Kraus, S., Schnetzer, P., & Brem, A. (2020). Increasing crowdfunding success through social media: The importance of reach and utilisation in rewardbased crowdfunding. *International Journal of Innovation Management*, 24(3), 1–30. <https://doi.org/10.1142/S1363919620500267>
- Corsi, F., Marmi, S., & Lillo, F. (2016). When micro prudence increases macro risk: The destabilizing effects of financial innovation, leverage, and diversification. *Operations Research*, 64(5), 1073-1088. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2278298>
- Cousins, K., Subramanian, H., & Esmaeilzadeh, P. (2019). A valuesensitive design perspective of cryptocurrencies: A research agenda. *Communications of the Association for Information Systems*, 45, 511–547. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.04527>
- Crosetto, P., & Regner, T. (2018). It's never too late: Funding dynamics and self pledges in reward-based crowdfunding. *Research Policy*, 47(8), 1463–1477. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.04.020>
- Dahmash, F. N., Melhem, A. A. K., Khatatbeh, I. N., & AlZoubi, A. B. (2025). Determinants of Financial Fragility in Jordanian Non-Financial Firms: Empirical Evidence Based on the Financial Instability Hypothesis. *International Journal of Financial Studies*, 13(4), 193. <https://doi.org/10.3390/ijfs13040193>
- Dangkeng, A. (2025). Fintech and Financial Inclusion: How Digital Payment Systems Empower Small Entrepreneurs. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 5(1), 46-55. <https://doi.org/10.59065/jissr.v5i1.172>
- Das, G. (2025). Strategic Integration of FinTech in MSMEs: Enhancing Financial Inclusion and Business Sustainability in India. *GRWS International National Journal of Applied Commerce and Strategic Management*. <https://doi.org/10.63665/injacsm.v1i1.1>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Dhar, V., & Stein, R. M. (2017). FinTech platforms and strategy. *Communications of the ACM*, 60(10), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3132726>
- Djankov, S.; C.Mcliesh; R.Ramvalho, (2005). "Regulation and Growth", *Economics Letters*, Vol 92(3), pp 395-401. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2006.03.021>
- Dragnić, D. (2014). Impact of internal and external factors on the performance of fast-growing small and medium businesses. *Management-Journal of Contemporary Management Issues*, 19(1), 119-159. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=160781>
- Ebirim, G. U., Unigwe, I. F., Oshioste, E. E., Ndubuisi, N. L., Odonkor, B., & Asuzu, O. F. (2024). Innovations in accounting and auditing: A comprehensive review of current trends and their impact on US businesses. *International Journal of Science and Research Archive*, 11(1), 965-974. <https://doi.org/10.51594/farj.v6i4.1067>

- Eickhof, M., Muntermann, J., & Weinrich, T. (2017). What do Fintechs actually do? A taxonomy of Fintech business models. In *Proceedings of the 38th International Conference on Information Systems (ICIS)*. South Korea. <https://aisel.aisnet.org/icis2017/EBusiness/Presentations/22/>
- Ekechi, C. C., Chukwurah, E. G., Oyeniyi, L. D., & Okeke, C. D. (2024). A review of small business growth strategies in African economies. *International Journal of Advanced Economics*, 6(4), 76-94. <https://fepbl.com/index.php/ijae/article/view/1071>
- Encarnacion, M. J., & VECINA, R. A. (2025). Improving financial performance through financial literacy, good financial practice and fintech adoption. *Divine Word International Journal of Management and Humanities (DWIJMH)*(ISSN: 2980-4817), 4(2), 1688-1707. <https://doi.org/10.62025/dwijmh.v4i2.145>
- Estevão, J., Lopes, J. D., Penela, D., & Soares, J. M. (2020). The doing business ranking and the GDP. A qualitative study. *Journal of Business Research*, 115, 435-442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.067>
- Fasano, F., & Cappa, F. (2022). How do banking fintech services affect SME debt?. *Journal of Economics and Business*, 121, 106070. <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2022.106070>
- Fila, M., Levicky, M., Mura, L., Maros, M., & Korenkova, M. (2020). Innovations for business management: Motivation and barriers. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81322>
- Fung, D. W. H., Lee, W. Y., Yeh, J. J. H., & Yuen, f. l. (2020). Friend or foe: The divergent effects of FinTech on financial stability. *Emerging Markets Review*, 45, 100727. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100727>
- García-Posada, M., & Mora-Sanguinetti, J. S. (2015). Does (average) size matter? Court enforcement, business demography and firm growth. *Small Business Economics*, 44(3), 639-669. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9615-z>
- Garrison, G., Kim, S., & Wakefeld, R. L. (2012). Success factors for deploying cloud computing. *Communications of the ACM*, 55(9), 62–68. <https://doi.org/10.1145/2330667.2330685>
- Genkin, D., Papadopoulos, D., & Papamanthou, C. (2018). Privacy in decentralized cryptocurrencies. *Communications of the ACM*, 61(6), 78–88. <https://doi.org/10.1145/3132696>
- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), 1–32. <https://doi.org/10.1145/2530540>
- Gicheva, D., Link, A., 2015. The gender gap in federal and small business private support for entrepreneurship. *Small Bus. Econ.* 45 (4), 729–733. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9664-y>

- Gillanders, R., & Whelan, K. (2014). Open for business? Institutions, business environment and economic development. *Kyklos*, 67(4), 535-558. <https://doi.org/10.1111/kykl.12067>
- Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI). (2020). Promoting Digital and Innovative SME Financing. <https://www.gpfi.org/news/promoting-digital-and-innovative-sme-financing>.
- Gomber, P., Kaufman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the FinTech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220-265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Gupta, W., Agarwal, B., & Nautyal, N. (2022). Introduction of financial technologies, an example of Indian MSMEs. *Finance: Theory and Practice*, 26, 192-211. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2022-26-6-192-211>
- Han, T. (2024). Disruption of Traditional Banking Services by Financial Technology in the Digital Economy. *Modern Economics & Management Forum*. <https://doi.org/10.32629/memf.v3i6.2607>
- Hedman, J., & Kalling, T. (2003). The business model concept: Theoretical underpinnings and empirical illustrations. *European Journal of Information Systems*, 12(1), 49-59. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000446>
- Hong, I. B., & Cha, H. S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927-939. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.007>
- Huang, X., & Brown, A. (1999). An analysis and classification of problems in small business. *International Small Business Journal*, 18(1), 73-85. <https://doi.org/10.1177/0266242699181004>
- Ippoliti, R., Melcarne, A., & Ramello, G. B. (2015). Judicial efficiency and entrepreneurs' expectations on the reliability of European legal systems. *European Journal of Law and Economics*, 40(1), 75-94. <https://doi.org/10.1007/s10657-014-9456-x>
- Jung, D., Dorner, V., Weinhardt, C., & Puzmaz, H. (2018). Designing a robo-advisor for risk-averse, low-budget consumers. *Electronic Markets*, 28(3), 367-380. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0279-9>
- Karanasios, S., Senyo, P. K., Effah, J., & Zorina, A. (2022). Digital bricolage: creating a digital transformation from nothing. *Association for Information Systems*. <https://aisel.aisnet.org/icis2022/entren/entren/13>
- Kaufman, R. J., Ma, D., & Yu, M. (2018). A metrics suite of cloud computing adoption readiness. *Electronic Markets*, 28(1), 11-37. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0213-y>

- Kaya, H. (2009). Unfavorable business environment and foreign direct investment activities of Turkish manufacturing firms. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 3(1), 101-118.  
<https://dergipark.org.tr/pub/bddkdergisi/issue/57363/812729>
- Khatatbeh, I. N., Samman, H. W., Al Salamat, W. A., & Meqbel, R. (2024). The effect of corporate governance on financial fragility in non-financial companies: a Minskyian approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 17(6), 1100-1119. <https://doi.org/10.1108/imefm-11-2023-0453>
- Kher, R., Terjesen, S., & Liu, C. (2020). Blockchain, bitcoin, and ICOs: A review and research agenda. *Small Business Economics*, 56, 1699–1720.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-019-00286-y>
- Kim, K., Latoja, M. C., Beck, S., & Tayag, M. C. (2021). 2021 Trade Finance Gaps, Growth, and Jobs Survey. <http://dx.doi.org/10.22617/BRF210379-2>
- Klapper, L. F., & Love, I. (2010). The impact of business environment reforms on new firm registration. World Bank policy research working paper, (5493).  
<https://ssrn.com/abstract=1721331>
- Kleinert, S., Volkmann, C., & Grünhagen, M. (2020). Third-party signals in equity crowdfunding: The role of prior financing. *Small Business Economics*, 54(1), 341–365. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0125-2>
- Koch, J. A., & Siering, M. (2019). The recipe of successful crowdfunding campaigns: an analysis of crowdfunding success factors and their interrelations. *Electronic Markets*, 29(4), 661-679. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00357-8>
- Kon, Y., & Storey, D. J. (2003). A theory of discouraged borrowers. *Small business economics*, 21(1), 37-49. <https://doi.org/10.1023/A:1024447603600>
- Kumar, S., Lim, W. M., Sivarajah, U., & Kaur, J. (2023). Artificial intelligence and blockchain integration in business: trends from a bibliometric-content analysis. *Information systems frontiers*, 25(2), 871-896.  
<https://doi.org/10.1007/s10796-022-10279-0>
- Lagna, A., & Ravishankar, M. N. (2022). Making the world a better place with fintech research. *Information Systems Journal*, 32(1), 61-102.  
<https://doi.org/10.1111/isj.12333>
- Le, T. H., Chuc, A. T., & Taghizadeh-Hesary, F. (2019). Financial inclusion and its impact on financial efficiency and sustainability: Empirical evidence from Asia. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 310-322. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.07.002>
- Lee, S., McCann, D., & Torm, N. (2008). The World Bank's "Employing Workers" index: Findings and critiques—A review of recent evidence. *International Labour Review*, 147(4), 416-432. <https://doi.org/10.1111/j.1564-913X.2008.00043.x>

- Leong, C., Tan, F. T. C., Tan, B., & Faisal, F. (2022). The emancipatory potential of digital entrepreneurship: A study of financial technology-driven inclusive growth. *Information & Management*, 59(3), 103384. <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103384>
- Li, J., Du, Y., Sun, N., & Xie, Z. (2024). Ecosystems of doing business and living standards: a configurational analysis based on Chinese cities. *Chinese Management Studies*, 18(5), 1302-1323. <https://doi.org/10.1108/CMS-04-2022-0139>
- Lim, W. M., Gupta, S., Aggarwal, A., Paul, J., & Sadhna, P. (2021). How do digital natives perceive and react toward online advertising? Implications for SMEs. *Journal of Strategic Marketing*. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1941204>
- Liu, Y., Han, H., & DeBello, J. (2018). The challenges of business analytics: Successes and failures. In Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). [https://aisel.aisnet.org/hicss-51/da/business\\_intelligence\\_case\\_studies/4/](https://aisel.aisnet.org/hicss-51/da/business_intelligence_case_studies/4/)
- M2P Fintech. (2022). About us. Retrieved March 11, 2023, from <https://m2pFintech.com/about-us/>
- Mahdi., Ulfia., Rahmi., Maryam., Cut Rusmina., Sufitrayati., Sandi, Kh., Ayunda, Sh. (2025). Driving Economic Growth: Digital Transformation for Local SMEs in Banda Aceh. Proceedings of International Conference on Multidisciplinary Research. <https://doi.org/10.32672/icmr.v7i1.2942>
- Mandviwalla, M., & Flanagan, R. (2021). Small business digital transformation in the context of the pandemic. *European Journal of Information Systems*, 30(4), 359–375. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1891004>
- Maow, B. A. (2021). The impact of small and medium enterprises (SMEs) on economic growth and job creation in Somalia. *Journal of Economic Policy Researches*, 8(1), 45-56. <https://doi.org/10.26650/JEPR818861>
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63. <https://doi.org/10.1108/13552559910274499>
- Mikalef, P., Krogstie, J., Pappas, I. O., & Pavlou, P. (2019). Exploring the relationship between big data analytics capability and competitive performance: The mediating roles of dynamic and operational capabilities. *Information & Management*, 57(2), 103–169. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.004>
- Momtaz, P. P. (2020). Entrepreneurial finance and moral hazard: Evidence from token offerings. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 106001. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106001>

- Moyo, J., Nandwa, B., Council, D. E., Oduor, J., & Simpasa, A. (2014). Financial sector reforms, competition and banking system stability in Sub-Saharan Africa. *New perspectives*, 14(1), 1-47. <https://www.semanticscholar.org>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-24. <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nemoto, N., & Yoshino, N. (2019). Fintech for Asian SMEs. In Asian Development Bank Institute. *ASIAN Development Bank*. <https://www.adb.org/publications/fntech-for-smes>
- Ng, E., Tan, B., Sun, Y., & Meng, T. (2023). The strategic options of fintech platforms: An overview and research agenda. *Information Systems Journal*, 33(2), 192–231. <https://doi.org/10.1111/isj.12388>
- Nugroho, A. P., Norvadewi, N., Wulansari, M., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). Digital Entrepreneurship Strategy In Online Business Companies In West Java. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 01-12.
- Nurchayati, N., Ariyanti, R., & Marianingsih, I. (2024). How Fintech Adoption, Digital Payment Systems, and Consumer Trust Shape Financial Performance of MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 2458-2469. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.895>
- O'Reilly, P., & Finnegan, P. (2010). Intermediaries in inter-organisational networks: Building a theory of electronic marketplace performance. *European Journal of Information Systems*, 19(4), 462–480. <https://doi.org/10.1057/ejis.2010.12>
- Obiki-Osafiele, A. N., Agu, E. E., & Chiekezie, N. R. (2024). Fintech integration in Small and Medium Enterprises: Enhancing economic resilience and operational efficiency. *Finance & Accounting Research Journal*, 6(8), 1485-1500. <https://doi.org/10.51594/farj.v6i8.1435>
- Ondrus, J., Lyytinen, K., & Pigneur, Y. (2009). Why mobile payments fail? Towards a dynamic and multi-perspective explanation. *Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2009.510>
- ORITSEMATOSAN, F. D., OLAKUNLE, B. A., & ENOCH, O. A. (2024). Advancing financial inclusion through digital payment platforms in emerging markets. *FINANCE & ACCOUNTING*, 6(11), 2028-2060. <https://doi.org/10.51594/farj.v6i11.1696>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16(1), 1–25. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01601>
- Pandey, D. K. (2025). FinTech and small and medium enterprises: current state and future directions. *The TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/tqm-07-2024-0259>

- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. R. (2013). Information systems success: The quest for the independent variables. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 7–62. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290401>
- Philip, M. (2010). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs). *Asia Pacific Journal of Research in Business Management*, 1(2), 1-15. <https://doi.org/10.5539/ass.v7n5p180>
- Pratama, I., Rismawati, R., Pribadi, I., Aqsa, M., & Duriani, D. (2024). Digital finance and financial literacy: key drivers of MSME success in emerging economies. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 7(27), 01-11. <https://doi.org/10.35631/ijemp.727001>
- Purwati, I., Ilham, R., & Pramitasari, D. A. (2025). The Role of Financial Technology (Fintech) in Enhancing Financial Inclusion Among MSMEs. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 414-425. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i1.2731>
- Puschmann, T. (2017). Fintech. Business & Information. *Systems Engineering*, 59(1), 69–76. <https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6>
- Radulović, D., & Jovović, N. (2025). Fintech as an Enabler of Digital Economy Development in the Balkan Countries. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 3, 185-203. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2025-0028>
- Ralcheva, A., & Roosenboom, P. (2019). Forecasting success in equity crowdfunding. *Small Business Economics*, 55(1), 1–18. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00144-x>
- Rank, D. (2023). Financial technology as an innovation strategy for digital payment services in the millennial. *International Journal of Management, Public Policy and Research*, 2(4), 32-38. <https://doi.org/10.55829/ijmpr.v2i4.186>
- Rao, P., Kumar, S., Chavan, M., & Lim, W. M. (2021). A systematic literature review on SME financing: Trends and future directions. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1955123>
- Richins, G., Stapleton, A., Stratopoulos, T. C., & Wong, C. (2017). Big data analytics: Opportunity or threat for the accounting profession?. *Journal of Information Systems*, 31(3), 63–79. <https://doi.org/10.2308/isys-51805>
- Rogers, D. L. (2016). *The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age*. New York: Columbia University Press. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.7312/roge17544-007/html>
- Rukanova, B., de Reuver, M., Henningsson, S., Nikayin, F., & Tan, Y. H. (2020). Emergence of collective digital innovations through the process of control point driven network reconfiguration and reframing: The case of mobile payment. *Electronic Markets*, 30(1), 107–129. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00352-z>
- Saboo, K., & Firdoos, N. (2025). IMPACT OF FINTECH ON TRADITIONAL BANKING. *EPRA International Journal of Research & Development (IJRD)*. <https://doi.org/10.36713/epra22595>

- Sandelowski, M., Sandelowski, M. J., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. springer publishing company.  
<https://parsmodir.com/wp-content/uploads/2020/03/MetaSynBook.pdf>
- Schückes, M., & Gutmann, T. (2020). Why do startups pursue initial coin offerings (ICOs)? The role of economic drivers and social identity on funding choice. *Small Business Economics*, 57, 1027–1052. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00337-9>
- Senyo, P. K., Gozman, D., Karanasios, S., Dacre, N., & Baba, M. (2023). Moving away from trading on the margins: Economic empowerment of informal businesses through FinTech. *Information Systems Journal*, 33(1), 154–184. <https://doi.org/10.1111/ISJ.12403>
- Senyo, P. K., Karanasios, S., Gozman, D., & Baba, M. (2022). FinTech ecosystem practices shaping financial inclusion: The case of mobile money in Ghana. *European Journal of Information Systems*, 31(1), 112–127. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1978342>
- Setyawati, M M B., Restuniati, S., & Adelia, C. (2025). FINTECH PAYMENT TRANSFORMATION IN MSME BUSINESS FINANCE. *Proceedings of Economics Business Innovation & Creativity*. <https://doi.org/10.32493/ebic.v2i1.51038>
- Shet, N., Nimbaga, S., & Nesargi, J. (2025). Disruptive Innovations in FinTech: A Case Study Approach to the Transformation of Traditional Banking in India. *International Journal of Applied Marketing & Management*, 10(1). <https://doi.org/10.21863/ijamm/2025.10.1.003>
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101894. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- Skandalis, K. S., & Skandali, D. (2025). Unlocking Entrepreneurship in the FinTech Era: The Role of Tax Compliance in Business Performance. *FinTech*, 4(2), 12. <https://doi.org/10.3390/fintech4020012>
- Sodeyfi, S., & Katircioglu, S. (2016). Interactions between business conditions, economic growth and crude oil prices. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 980–990. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1235504>
- Sohns, T. M., Aysolmaz, B., Figge, L., & Joshi, A. (2023). Green business process management for business sustainability: A case study of manufacturing small and medium-sized enterprises (SMEs) from Germany. *Journal of cleaner production*, 401, 136667. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136667>
- Sonar, H., Ghag, N., Singh, R. K., Daim, T. U., & Agrawal, S. (2025). Digitalization of operations for sustainable value creation by SMEs: analysis of barriers in the era of Industry 4.0. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/jkm-05-2024-0522>

- Sunandes, A., Nugraha, G. I. K., Kristianingsih, Y., Hermawan, A., & Handayati, P. (2025). Fintech and Business Transformation of SME's: Systematic Review of Trends and Impacts. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(3), 1269-1284. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i3.137>
- Tarigan, I F (2025). Peran Fintech dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan di Tengah Resesi Ekonomi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i5.7384>
- Thitimajshima, W., Esichaikul, V., & Krairit, D. (2018). A framework to identify factors affecting the performance of third-party B2B e-marketplaces: A seller's perspective. *Electronic Markets*, 28(2), 129–147. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0256-3>
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2018). *Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage: Concepts and cases* (21st ed.). McGraw-Hill Education. <https://www.amazon.com/Crafting-Executing-Strategy-Competitive-Advantage/dp/1259732789>
- United Nations. (n.d.). Micro-, Small and Medium-sized Enterprises Day. United Nations. Retrieved February 22, 2023, from <https://www.un.org/en/observances/microsmall-medium-businesses-day>
- Vos, E., Yeh, A. J. Y., Carter, S., & Tagg, S. (2007). The happy story of small business financing. *Journal of Banking & Finance*, 31(9), 2648–2672. <https://doi.org/10.1016/J.JBANKFIN.2006.09.011>
- Vucinic, M. (2020). FinTech and Financial Stability Potential Influence of FinTech on Financial Stability, Risks and Benefits. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 2, 43- 66. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2020-0013>
- Wah, J N K. (2025). REVOLUTIONIZING SME FINANCING: AI AND FINTECH FOR TRANSPARENCY, EFFICIENCY AND INCLUSION. *Journal of Southwest Jiaotong University*. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.60.2.6>
- Werth, O., Cardona, D. R., Torno, A., Breitner, M. H., & Muntermann, J. (2023). What determines FinTech success?—A taxonomy-based analysis of FinTech success factors. *Electronic Markets*, 33(1), 21. <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00626-7>
- World Bank. (n.d.). Improving SMEs' access to finance and finding innovative solutions to unlock sources of capital. Retrieved February 22, 2023, from <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Yakovlev, E., & Zhuravskaya, E. (2013). The unequal enforcement of liberalization: evidence from Russia's reform of business regulation. *Journal of the European Economic Association*, 11(4), 808-838. <https://doi.org/10.1111/jeea.12026>
- Yang, L., & Min, Y (2025). The Impact of FinTech Development on the Digital Transformation of Enterprises. *Academic Journal of Management and Social Sciences*. <https://doi.org/10.54097/a7qya789>

- Yin, X., Yuan, Y., & Zhou, J. (2024). Evaluation and optimization of business environment based on sustainable development perspective: Exploring the role of the reform of government functions. *Sustainable Development*, 32(1), 138-152. <https://doi.org/10.1002/sd.2655>
- Yoshino, N., & Hesary, F. T. (2018). The roles of SMEs in Asia and their difculty in assessing fnance. In *ADB Working Paper* (Vol. 1(911), pp. 1–52). <https://www.adb.org/publications/rolesmes-asia-and-their-difculties-accessing-fnance>
- Zhou, B., & Buyya, R. (2018). Augmentation techniques for mobile cloud computing: A taxonomy, survey, and future directions. *ACM Computing Surveys*, 51(1), 1–38. <https://doi.org/10.1145/3152397>