



تبیین و طراحی مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران بر اساس رویکرد داده بنیاد

دکتر امیر خانلری^۱

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

دکتر شهریار انصاری چهارسوقی^۲

استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی پرندک

دکتر طهمورث حسنقلی پور^۳

استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

دکتر شهریار عزیزی^۴

دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

(تاریخ دریافت: ۲۸ فروردین ۱۳۹۷، تاریخ پذیرش: ۱ مرداد ۱۳۹۷)

هدف: تبیین و طراحی مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران هدف اصلی این پژوهش کیفی است. روش: از نظر سطح اکتشافی، از نظر هدف کاربردی و از منظر روش شناختی در دسته ی پژوهش های کیفی بر اساس رویکرد داده بنیاد است. داده ها، توسط مصاحبه های نیمه ساختاریافته از نمونه ۲۴ نفره خبرگان صنعت و دانشگاه گردآوری شده است. یافته ها: ۹ کد محوری ۳۸ مقوله اصلی و ۴۳۰ کد اولیه، در قالب مدل پارادایمی شامل، شرایط علیّ (عوامل اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مشتریان)، مقوله ی اصلی (خلاء نهادی)، عوامل مداخله گر (چالشهای فین تک)، عوامل زمینه ای (توسعه فناوری دیجیتال)، راهبردها (توسعه اکو سیستم فین تک) و پیامدها (مدل بانکداری آینده و تحول در صنعت خدمات مالی) پدیدار شدند. نتیجه گیری: یافته های حاصل منجر به کشف و تبیین مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی بر اساس فناوری مالی (فین تک) در ایران گردید.

واژه های کلیدی: شکل گیری بازار، خدمات بانکی، فناوری مالی (فین تک)، نظریه داده بنیاد، ایران.

¹ khanlari@ut.ac.ir

² sh.ansari@ut.ac.ir

³ thyasory@ut.ac.ir

⁴ sh_azizi@sbu.ac.ir

مقدمه

امروزه گسترش پول مجازی، بانکداری دیجیتال، بانکداری باز و مواردی از این دست، بازار خدمات بانکی را دستخوش تحول شگرفی قرار داده است [۱۷]. بر همین اساس، ورود فین تک (فناوری مالی) به این بازار، چگونگی ارائه خدمات بانکی را تغییر داده است [۳]. فین تک ها، با ارائه سرویس های نوآورانه، در حال شکل گیری هستند [۶]. پررنگ شدن نقش آنها، بانکها را ناچار به واکنش کرده، و انتظار می رود مدل های کسب و کار جدیدی در بازار خدمات بانکی ایجاد شود [۲].

در ایران، تغییرات اساسی در بازار خدمات بانکی شکل گرفته یا در حال وقوع است [۱]. این تغییرات، بازار خدمات بانکی ایران را به یک بازار کاملا رقابتی تبدیل نموده است، که بانکها علاوه بر رقابت با یکدیگر، با بازیگران در حال ظهور غیر بانکی نیز، در حال رقابت هستند [۲] از طرفی، این تازه واردان، با بهره گیری از شکاف بوجود آمده در ارائه خدمات بانکی ناکافی توسط بانکها، اقدام به ارائه خدمات بهتر به مصرف کنندگان خدمات بانکی، موجب شکل گیری این بازار نوظهور شده اند [۲۱]. در حال حاضر بزرگترین هدف طراحان بازار خدمات بانکی، نوآوری در معرفی محصولات، چابک سازی و ساده سازی است [۲]. ضعف بانکها در پوشش کامل نیازهای مشتریان خدمات بانکی باعث شده که برخی از صاحب نظران این امر را تنها دلیل شکل گیری بازار مذکور شناسایی نموده اند [۲۱]. از طرفی، با توجه به نظریه کانو پالپو [۱۶]، که بازارها یک شبه پدیدار نمی شوند و بر اساس موضوعات مطروحه، پژوهش حاضر تلاش دارد، مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) را تبیین و به سوالات ذیل پاسخ دهد.

۱. شرایط علی موثر بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟
۲. عوامل محوری بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟
۳. راهبردهای موثر بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟
۴. عوامل زمینه ای موثر بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟
۵. شرایط مداخله ای موثر بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟
۶. پیامدهای موثر بر شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در کشور کدامند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

وقتی که پایه‌های نظری وجود دارد، می‌توان باور نمود که مساله‌ای به صورت ناگهانی ظهور نمی‌کند [۱۳]. در حال حاضر مکانیزم‌هایی که شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی را توضیح دهد، هنوز به طور کامل درک نشده است. هیچ تئوری نمی‌تواند به طور کامل توضیح دهد چرا بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین‌تک) شکل گرفته است؟ با این حال، هنگامی که شواهد تجربی به عنوان مبنای نظری تحقیق ادغام شوند، مجموعه‌ای از هم‌افزایی‌ها ایجاد می‌شوند که در ذیل مورد بحث قرار می‌گیرند.

بازارهای نوظهور

بر اساس نظریات کاناو پالپو [۱۵]، این بازارها، منعکس‌کننده آن حوزه‌های از کسب و کار است که در آنها، خریداران و فروشندگان، به راحتی، یا به طور کارآمد قادر به قرار گرفتن در کنار یکدیگر نیستند و خلاءهای نهادی یا ساختاری ما بین آنها وجود داشته یا در حال شکل‌گیری است. بعبارت دیگر، این بازارها، بازارهایی هستند که در آنها نوع خاصی از واسطه‌ها، به نام واسطه‌های متخصص، اصلاً حضور ندارند یا در صورت حضور، کارکرد ضعیفی دارند. واسطه‌ها، با ارائه نوعی خاص از خدمت، خلاء نهادی یا ساختاری مابین خریدار و فروشنده را پر نموده و باعث بوجود آمدن بازار نوظهور یا بازار در حال شکل‌گیری می‌شوند. بر طبق نتایج حاصل از مطالعات کاناو و پالپو [۱۵] این واسطه‌ها به حل مشکلاتی کمک می‌کنند که از عدم تقارن اطلاعات و تعارض انگیزه بین خریداران (مشتریان یا مصرف‌کنندگان) و فروشندگان (تولیدکنندگان یا ارائه‌کنندگان محصول یا خدمت) ناشی می‌شود.

فناوری مالی (فین‌تک)

فناوری مالی (فین‌تک) حاصل ادغام دو بخش مکمل خدمات مالی و راه‌حل‌های مبتنی بر فناوری است. به طور خاص، یک مدل کسب و کار نوآورانه، بر بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات که بر خدمات مالی و بانکی تأثیر می‌گذارد، تعریف می‌شود [۲۱].

فناوری مالی (فین‌تک) و صنعت بانکداری ایران

دهه‌ی هشتاد شمسی، حوزه بانکداری الکترونیک به تهیه محصولات خارجی و بومی‌سازی آنها محدود بود [۶]. اما با پیشرفت بانکداری الکترونیک طی دو دهه اخیر تازه واردانی که با نام فناوری مالی شناخته می‌شوند، در بخش‌های مختلف، از قبیل پرداخت، بانکداری خرد، انتقال بین‌المللی پول، وام، مدیریت پول، مدیریت سرمایه و خلق پول فعال شده‌اند [۲]. بر همین اساس، به‌زودی شاهد موجی از خدمات متنوع ارائه‌شده از سوی فعالان حوزه فناوری مالی (فین‌تک) در ایران خواهیم بود [۸].

تغییر رفتار مشتری

الف) تقاضاهای مصرف‌کننده گان

برنامه‌های کاربردی تلفن همراه، رسانه‌های اجتماعی و سایر نوآوری‌های مربوطه، بخشی از زندگی روزانه افراد شده‌اند [۳]. کینگ [۱۷] دو عامل بزرگ را برای تغییر رفتاری مشتریان عنوان می‌دارد که

عبارتند از: تاثیر روانی عصر اطلاعات و نوآوری های مرتبط و فرآیند انتشار و فراگیری (مربوط به آن نوآوری) که هر دو در مسیر فکری موسسه های مالی، تغییرات اساسی را ایجاد می نمایند (همان منبع).

ب) تاثیر روانی

کینگ [۱۷] اعتقاد دارد توسعه فناوری و روش های خدمت رسانی با کارایی بیشتر، برای فراهم آوردن نیاز های خودشکوفایی افراد است و باعث تغییراتی در روش ارزش گذاری زمان و تعیین انتظارات شده است.

ج) فرآیند نفوذ و اشاعه

افراد هرچه بیشتر به فناوری و نوآوری، عادت کنند، زمان کمتری برای پذیرش و استفاده از آنها در زندگی شان، صرف می کنند و این اتفاق، نوآوری را ترغیب نموده و تاثیر آن بر تجارت نیز افزایش می یابد. اگر بانکها با همان سرعتی که مشتریان آنها در حال استفاده از فناوری های جدید هستند، نوآوری های جدیدی را در فرآیندهای بانکی به وجود نیاورند، دارای نقص قابل ملاحظه ای می شوند و خطر کم شدن و از دست دادن مشتریان، بانکها را تهدید می کند، که واسطه ها و اشخاص ثالث، خیلی سریع، منافع حاصل از نوآوری را تسخیر خواهند نمود و جای بانکها را پر می کنند [۱۷].

تحول دیجیتال

تحول دیجیتال در حوزه های مختلف خدمات مالی به وقوع پیوسته است. اولین حوزه، بانکداری دیجیتال است که به مشتریان اجازه می دهد در هر جا و در هر زمان، تقریباً به همه خدمات بانکی دسترسی داشته باشند [۹]. دومین تحول در صنعت مدیریت دارایی محقق شده است، که بصورت همزمان، هم تولید و هم توزیع را تحت تاثیر قرار داده است. بر این اساس، رویکردهای تحلیلی، امکان شبیه سازی رفتار مشتریان بر اساس رفتار گذشته و همچنین پیش بینی رفتار آینده مشتری را بر اساس ویژگی های خاص خود مشتری، فراهم می نمایند [۲۱].

سوابق و مطالعات قبلی

هرچند بررسی نتایج سایر تحقیقات مشابه از طریق یک رویکرد تلفیقی، می تواند راهگشا باشد اما در پژوهش حاضر، پژوهشگران، درصدد ارائه یک مدل مفهومی جامع و متناسب با جامعه پژوهش هستند. بنابراین، مدلی که تمام جنبه ها و ابعاد شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی را در ایران پوشش بدهد و بتوان آن را به عنوان مبنا یا چهارچوب مفهومی پژوهش در نظر گرفت، در دسترس نمی باشد. در جدول ۱ مهمترین مطالعات قبلی این حوزه ارائه شده است.

جدول ۱. سوابق و مطالعات قبلی

سال	پژوهشگر/پژوهشگران	عنوان پژوهش
۱۳۹۶	قائمی و همکاران [۶]	بررسی وضعیت استارت آپ های فین تک در حوزه خدمات نوین بانکداری (مطالعه موردی سیستم بانکداری ایران)
۱۳۹۶	شفق و عبدالهی [۵]	فرصت ها و تهدید های فین تک برای سیستم بانکی ایران

سال	پژوهشگر/پژوهشگران	عنوان پژوهش
۲۰۱۷	ریبوا [۲۴]	شکل‌گیری بازار فین تکها از نقطه نظر انواع و ویژگی‌های فناوری های مالی جدید
۲۰۱۶	میگو [۲۰]	فن‌آوری های مالی و بکارگیری آنها در بازار سرمایه غیر بانکی رومانی
۲۰۱۷	وینفلد و پارمنتیر [۱۰]	فین تک و انقلاب دیجیتال در بخش خدمات بانکداری آلمان
۲۰۱۷	لونگا و همکاران [۱۸]	پرورش زیست بوم فین تک
۲۰۱۳	استنلی [۲۵]	بررسی روند رشد فین تک ها در بازار خدمات بانکی
۲۰۰۹	تی زنگ [۲۶]	نقش فناوری های نوظهور و شکل‌گیری بازار
۲۰۱۷	وانگ لیم پیارات [۲۷]	صنعت بانکداری فین تک: یک رویکرد سیستماتیک

روش پژوهش

هدف از تحقیق، دسترسی دقیق و آسان به پاسخ پرسشهای تحقیق است [۴]. به پیروی از نظریه دنزین و لینکلن [۱۱] در خصوص روش شناسی کیفی، ماهیت و پارادایم این پژوهش اکتشافی است، مطالعه ای کیفی و تفسیری به عنوان روش تحقیق است، گراند تئوری یا نظریه برخاسته از داده ها به عنوان استراتژی پژوهش، تحلیل محتوا به عنوان تاکتیک تفسیر داده ها و رویکرد پژوهش، شامل تکرار، جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده های مورد بررسی است.

رویکرد (راهبرد) پژوهش

استراتژی این پژوهش داده بنیاد است. داده بنیاد یک راهبرد پژوهشی عام، استقرایی و تفسیری است که در سال ۱۹۶۷ توسط استراتوس و گلاسر (بوجود آمد) [۴]. بر همین اساس، اولاً، همسو با دیگر مطالعات کیفی، روند کار با شناسایی مسئله اصلی و تبیین یک سوال پژوهشی از پدیده مورد مطالعه، آغاز شده است. ثانیاً، با توجه به اینکه این پدیده، هنوز به طور کامل درک نشده و کاملاً توسعه نیافته، بر طبق نظریه داده بنیاد گلاسر [۱۴] و پاندیت [۲۲] یک تک ایده، یعنی وجود خلاء نهادی^۱ در شکل‌گیری بازارهای نوظهور [۱۵]، به منزله مبنایی برای این پژوهش و در راستای توضیح اینکه، چگونه، چه عواملی و چه بستری باعث شکل‌گیری این بازار در ایران شده است، به کار برده شده است.

جامعه آماری و نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق شامل متخصصان، مشاورین، کارکنان و کارشناسان حوزه فناوری اطلاعات بانکها و شرکت های فناوری مالی، اعضای هیات علمی دانشگاهها است. طبق نظر ماکسول [۱۹]، نمونه

¹ Glaser & Strauss

² Institutional void

گیری در تحقیقات کیفی، نمونه گیری احتمالی و نمونه گیری راحت نیست و به یک رده سوم یعنی نمونه گیری هدفمند می انجامد [۲۳]. بر همین اساس، در این پژوهش، معیار نمونه گیری هدفمند است و نمونه گیری تا آنجایی ادامه پیدا می کند اشباع نظری حادث شود. در انتخاب افراد برای انجام مصاحبه، داشتن تجربه و پژوهش در زمینه موضوع تحقیق مد نظر بوده است.

پایایی و روایی پژوهش

کرسول [۷] برای نیل به اعتبار یا روایی پژوهش کیفی هشت راهبرد را پیشنهاد می کند و ذکر می کند رعایت دست کم دو راهبرد در هر پژوهش کیفی، اعتباری قابل قبول ایجاد می کند. در خصوص پایایی و روایی این پژوهش ۳ راهبرد ذیل صورت گرفته است.

الف) درگیری طولانی مدت و مشاهده مداوم: محقق زمان حدود دو سال صرف مطالعه در حوزه پژوهش نموده است.

ب) مثلث سازی

۱. مثلث سازی منابع داده ها: از منابع متعدد برای جمع آوری داده ها استفاده شده است.
۲. مثلث سازی محقق: از سه پژوهشگر برای جمع آوری، تجزیه، تحلیل یا تفسیر داده ها استفاده شد.
۳. مثلث سازی نظریه: از تئوری بازارهای نوظهور کانا و پاپلو و همچنین نظریه برت کینگ در خصوص تغییر رفتار مشتریان خدمات بانکی و تعلیق بانکداری خرد برای تجزیه و تحلیل و تفسیر داده ها بهره گرفته شده است.
۴. مثلث سازی روش: استفاده از روش های متعدد برای جمع آوری داده ها مانند مصاحبه، گفتگو و مشاهده می باشد.

ج) پایایی در پژوهش کیفی ثبات پاسخها با کدگذاری های مختلف مجموعه داده ها است.

۱. سه کدگذار همگی از یک دفترچه کد مشترک و نرم افزار مکس کیو دی ای استفاده کردند.
۲. برای نیل به هدف فوق، سه کدگذار چند متن موجود در داده ها را خوانده و به طور مستقل کدگذاری کردند.
۳. پس از کدگذاری مستقل چند متن، کدگذاران به اتفاق پژوهشگر یکدیگر را ملاقات کردند و سعی کردند دفترچه ای کد را که شامل نام کد، تعریف آن و قطعه متنی که به هر کد منتسب بود پدید آورند.

تجزیه و تحلیل داده ها

الف) داده های توصیفی: بر اساس جدول ۲، ۹۵،۸۳ درصد مصاحبه شوندگان آقا و ۴،۱۶ درصد خانم هستند. همینطور، بر اساس جدول ۳، ترکیب فراوانی تخصص و حوزه فعالیت اعضای نمونه تشریح شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی اعضای نمونه

جنسیت	فراوانی	فراوانی نسبی	درصد فراوانی نسبی
خانم	۱	۴,۱۶	۴,۱۶
آقا	۲۳	۹۵,۸۳	۹۵,۸۳
کل	۲۴	۱۰۰,۰۰	۱۰۰,۰۰

جدول ۳. ترکیب فراوانی تخصص و حوزه فعالیت اعضای نمونه

تخصص و حوزه فعالیت	فراوانی	فراوانی نسبی	درصد فراوانی نسبی
فناوری اطلاعات	۹	۰,۳۷۵	۳۷,۵
امور بانکداری	۳	۰,۱۲۵	۱۲,۵
سرمایه‌گذار ریسک‌پذیر	۳	۰,۱۲۵	۱۲,۵
تحلیل‌گر بازار	۲	۰,۰۸۳	۸,۳
استارت‌آپ	۴	۰,۱۶۶	۱۶,۶
انفورماتیک	۳	۰,۱۲۵	۱۲,۵
کل	۲۴	۱	۱۰۰,۰۰

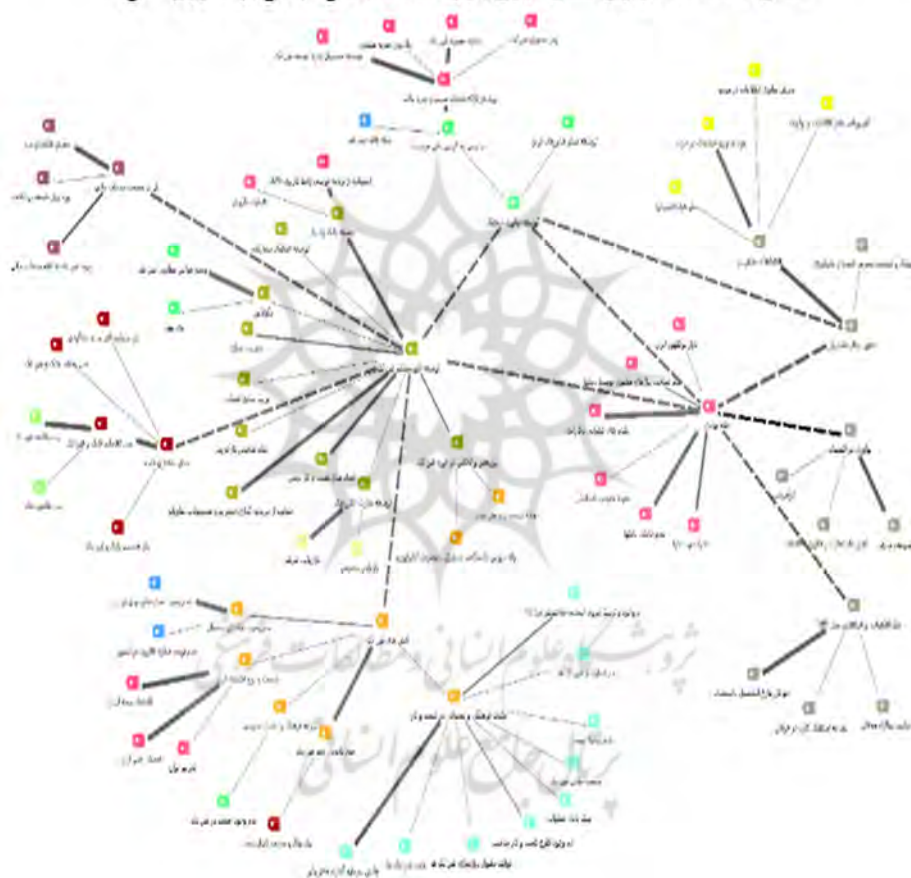
داده‌ها کیفی

براساس تاکتیک کیفی تحلیل محتوا و استراتژی داده بنیاد، ۴۳۰ کد اولیه بدست آمد. پس از مشخص شدن کدهای اولیه مستخرج از واحدهای معنایی، براساس فراوانی در قالب فرمول ضریب اهمیت شنان [۱۲] بررسی شد. کدام یک از کدهای اولیه از نظر فراوانی ضریب اهمیت بیشتر و یا کمتری دارند، که در شکل ۱ نمایش داده شده‌اند.

با توجه به نتایج کدها، وضع قوانین نظارتی فین تک با فراوانی ۳۴ بیشترین ضریب اهمیت و کدهای مدیریت منابع انسانی، تغییرات اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱، استفاده درست از دانش غرب، نوآوری در اقتصاد، توسعه تجارت الکترونیک، دروس دانشگاهی منطبق با پیشرفت تکنولوژی، عدم روحیه تیمی، فرآیند دشوار بازاریابی، ریسک بالای عملیاتی و ارتقاء شاخص کارآفرینی و توسعه اقتصاد مشارکتی، تنها با یک بار تکرار از کمترین اهمیت برخوردار بودند.

صورت کاملاً کیفی انجام پذیرد. بر این اساس، در شکل ۲ نقشه تصویری شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) ترسیم شده است. خط چین‌ها نشان‌دهنده فرضیات و ارتباط بین مقوله‌های اصلی و خطوط پررنگ، فراوانی مقولات و مفاهیم را نشان می‌دهد. در تدوین مدل، نخست مؤلفه‌ها تعیین، سپس رابطه بین آن‌ها تبیین و پس از آن منطق انتخاب مؤلفه‌ها و ارتباط بین آنها بیان شده است. ۹ مقوله اصلی در مجموعه‌هایی مختلفی از شرایط شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک)، در قالب شرایط علی، مقوله‌ی مرکزی، عوامل مداخله‌گر، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها استخراج شدند.

شکل ۲. نقشه تصویری شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی

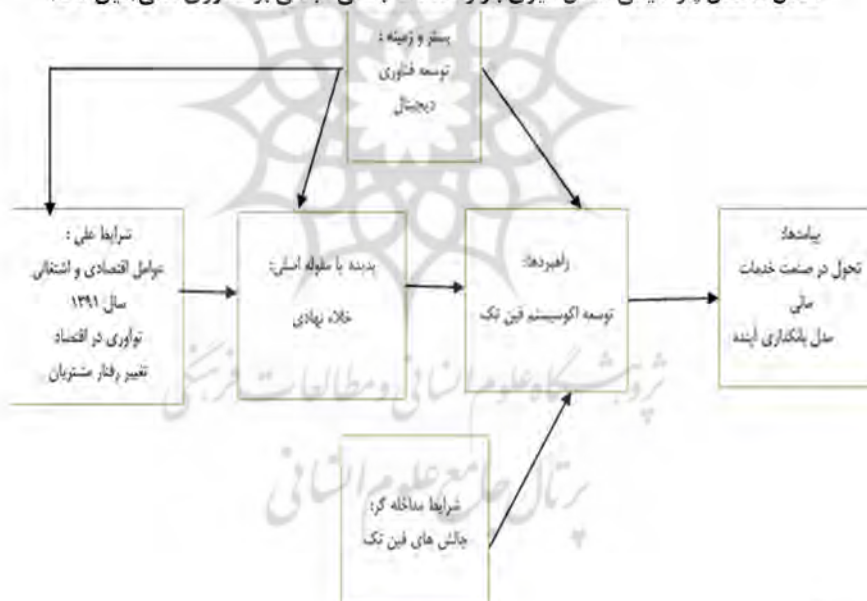


مدل پارادایمی

در ادامه، بر اساس پدیده مورد مطالعه، چارچوب مدل پارادایمی را به صورت روایتی [۴] که در شکل ۳ نشان داده شده است. سه مفهوم عوامل اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مشتریان به عنوان شرایط علی اثرگذار بر پدیده محوری (شکل‌گیری بازار فناوری مالی) بدست آمدند.

خلاء نهادی به عنوان تک ایده، مبنایی برای شکل گیری بازار فناوری مالی بوده است، که با ۶۳ کد تعریف شده، بر اساس واحدهای معنایی، بیشترین سهم را در پیش بینی رفتار کد محوری خود دارا بوده است، که شامل مفاهیم عدم چابکی بانکها، ناکارآمدی بانکها، محیط قانونی نامطمئن، بازار نوظهور ایران، نظام های قضایی ناکارآمد و عدم شناخت نیازهای مشتری توسط بانکها می باشد. راهبرد استخراج شده، توسعه اکوسیستم (زیست بوم) فناوری مالی است، که شامل مفاهیم، توسعه بانکداری باز، مدیریت منابع انسانی، توسعه اقتصاد مشارکتی، ارتقا شاخص کارآفرینی، حمایت از سرمایه گذاری ریسک پذیر، محصولات فناورانه، مدیریت بحران، ایجاد مدل کسب و کار بومی، رگولاتور، توسعه تجارت الکترونیک و پژوهش در حوزه فناوری مالی است. توسعه فناوری دیجیتال، به عنوان شرایط زمینه ای که بر راهبردها اثر می گذارد شناسایی شده است و شامل مفاهیم دسترسی به گوشی های هوشمند و توسعه بستر فناوری نوین است. چالش های فناوری مالی عامل مداخله گری است که بر راهبردها تاثیر می گذارد، شناسایی شد. این مفهوم شامل مقوله های عدم وجود بانکداری دیجیتال، مشکلات فرهنگی و عملیاتی در کسب و کار، سرمایه گذاری خطر پذیر، وضعیت و نوع اقتصاد ایران، نیاز به فرهنگ و اعتماد عمومی و منع قانونی رشد فناوری مالی است. در پایان، پیامدهایی منتج شده، شامل مفاهیم مدل بانکداری آینده و تحول در صنعت خدمات مالی می باشد.

شکل ۳. مدل پارادایمی شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک)



نتیجه گیری

با توجه به تحقیقات اندک صورت گرفته و بدیع بودن موضوع در کشور، می توان اظهار داشت این پژوهش، برای مطالعه شکل گیری بازار خدمات بانکی بر اساس فناوری مالی (فین تک) ایران، نقطه شروع مناسبی است. یافته های حاصل از بررسی سوال اول پژوهش حاکی از آن است که تغییر رفتار مشتریان متناسب با تغییر در روند ایجاد شده در فناوری و انتظارات آنها از خدمات مالی و ناتوانی بانکها

در ارائه خدمات متناسب با نیازهای مشتریان و نیز استفاده از ناکارایی‌های بازار در بخش خصوصی با فرصتی که فناوری برای نوآوری محصولات و خدمات بوجود آورده است و همچنین تغییرات اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱ در خصوص انگیزه جوانان برای کارآفرینی در فناوری اطلاعات، نقطه عطف و علت شکل‌گیری فین تک‌ها در ایران است. بنابراین سه مقوله تغییر رفتار مشتریان، نوآوری در اقتصاد و تغییرات اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱ بر اساس نظریه داده بنیاد، شرایط علی مدل می‌باشند. یافته‌های حاصل از بررسی سوال دوم پژوهش نشان داد که شکل‌گیری بازار فناوری مالی در ایران، مستلزم یک مقوله اصلی، یعنی خلاء نهادی است که از ناکارایی‌های بازار و نبود واسطه‌های متخصص مابین خریداران و فروشندگان بوجود می‌آید. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد توسعه اکوسیستم فناوری مالی (سوال سوم پژوهش) به عنوان راهبردها، شامل چندین مقوله اصلی و فرعی است. بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های صورت گرفته از خبرگان بانکداری الکترونیک، فناوری اطلاعات و کارشناسان حوزه فناوری مالی، متغیرهای عمده راهبردها عبارت بودند از: توسعه بانکداری باز، مدیریت منابع انسانی، توسعه اقتصاد مشارکتی، ارتقا شاخص کارآفرینی، حمایت از سرمایه‌گذاری خطرپذیر، محصولات فناورانه، مدیریت بحران، ایجاد مدل کسب و کار بومی، رگولاتور، توسعه تجارت الکترونیک و پژوهش و تحقیق در حوزه فناوری مالی (فین تک) است. نتایج حاصل از بستر شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (عوامل زمینه‌ای) که در ارتباط با سوال چهارم پژوهش مطرح شد، در قالب یک مقوله اصلی و دو مقوله فرعی قرار گرفتند. مقوله اصلی توسعه فناوری دیجیتال و مقولات فرعی توسعه بستر فناوری دیجیتال و دسترسی به گوشی‌های هوشمند می‌باشند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، چالش‌های فین تک (سوال پنجم تحقیق) به عنوان شرایط مداخله‌گر، دارای چندین مقوله است که عمده‌ترین آنها، عدم وجود بانکداری دیجیتال، مشکلات فرهنگی و عملیاتی در کسب و کار، وضعیت و نوع اقتصاد ایران، نیاز به فرهنگ و اعتماد عمومی، منع قانونی رشد فین تک است. در ارتباط با سوال ششم (پیامدها)، مطابق با نظر مشارکت‌کنندگان این مطالعه، چنانچه روند شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی در ایران ادامه یابد دو رخداد اصلی در بازار خدمات مالی ایجاد می‌شود و دو مقوله اصلی، مدل بانکداری آینده و تحول در بازار خدمات مالی، عوامل پس‌آیندی هستند که بازار فناوری مالی ایران با آن روبرو خواهد شد.

پیشنهادهای کاربردی یافته‌ها

هرچند امروزه بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران هنوز در معرض عقب ماندگی است، اما نتایج این پژوهش نشان داد روندی رو به رشد و در حال توسعه دارد. در همین راستا، پیشنهادهای به شرح ذیل ارائه می‌شود.

پیشنهادهای کاربردی

۱. بانک‌ها و شرکتهای فناوری مالی در قدم اول به یک زیست بوم دیجیتال مبتنی بر پلتفرم مشترک بپیوندند تا امکان عملی همکاری محقق شود.
۲. کارآفرینان حوزه فناوری مالی (فین تک) قبل از شروع کسب و کار بدنبال راهکار تامین سرمایه از طریق سرمایه‌گذاران خطرپذیر باشند.
۳. شرکتهای فناوری مالی (فین تک) اقدام به ایجاد یک اکوسیستم مشترک فناوری مالی مابین خود در راستای شکل‌گیری بازار فناوری مالی ایران باشند.
۴. سامانه‌ای مشترک برای بانک‌ها، سرمایه‌گذاران، ارائه‌کنندگان خدمات مالی، فین تک‌ها و دانشگاه‌ها جهت جذب ایده‌های نوآورانه فناوری مالی تاسیس شود.

پیشنهادات جهت تحقیقات آینده

۱. پژوهش های آینده می توانند در سایر حوزه های بازار خدمات مالی، از جمله خدمات بیمه ای، خدمات مدیریت دارایی، خدمات مدیریت ریسک، خدمات سرمایه گذاری و خدمات بازار سرمایه صورت گیرد.
۲. تحقیقات بیشتر در حوزه تغییر رفتار مشتری، می تواند علل روانشناختی و روانشناسی رفتار مصرف کننده را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.
۳. مدل کیفی مستخرج در این پژوهش، می تواند توسط محققان آتی، از طریق روشهای کمی در جهت توسعه بازار فین تکها مورد بهره برداری واقع شود.
۴. مصاحبه های این پژوهش، می توانند برای اشخاصی که به دنبال کسب دانش فین تک ها هستند، مورد بهره برداری قرار گیرد.

محدودیت های تحقیق

۱. استارت آپ های زیادی در بخش های دیگر بازار از جمله بیمه، بورس و مدیریت دارایی و سرمایه گذاری ورود کرده اند که پرداختن به همه آنها در این مطالعه میسر نبود.
۲. شناخت مصرف کنندگان خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی از ابعاد روانشناختی و خصوصیات فردی دلیل عدم دسترسی اطلاعاتی و آماری در کشور امکان پذیر نبود.
۳. تحقیق کمی و کیفی بسیار محدودی در ایران در حوزه فین تکها انجام شده، لذا دسترسی به اطلاعات این بازار با دشواری هایی همراه بود.
۴. بدلیل عدم امکان مصاحبه مستقیم با همه صاحب نظران رگولاتوری، انفورماتیک، بانکداری، سرمایه گذاری و فین تک، محقق به مشاهده و جمع آوری داده های ثانویه از اشخاص خبره واقعی در کنار مصاحبه ها استفاده نمود.
۵. یافته ها با اتکا به دیدگاهها و تجربیات افراد نسبتاً محدودی حاصل شده است، که این نارسایی، می تواند تعمیم پذیری نظری یافته های تحقیق را با محدودیت هایی همراه کند.

فهرست منابع

۱. استیری، مهرداد، دیواندری، علی، سید جوادین، سید رضا، خداداد حسینی، سید حمید. (۱۳۹۴). "شناسایی ابعاد بازار گرایبی در صنعت خدمات بانکداری کشور با تاکید بر نقش منابع انسانی."
۲. بانکداری الکترونیک. (۱۳۹۵). "نسل هزاره نوپا و نگران، فین تک ایران، جرقه یا جریان؟"، ماهنامه تخصصی بانکداری و فناوری، شماره ۷۷، اسفند.
۳. کینگ، برت. (۱۳۹۵). "گسست بانکها، نوآورها، ساختار شکن ها و استراتژیست ها بانکداری را از نوع می سازند" ترجمه تیموریان، آزاده، میردامادی، احمد، تهران: انتشارات راه پرداخت.
۴. دانایی فرد، حسن، امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). "استراتژی های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد". اندیشه مدیریت، سال اول، شماره دوم _ پاییز و زمستان. صفحه ۶۹ تا ۷۶.
۵. شفق، احمد، عبدالمهدی دزفولی نژاد، لیلا. (۱۳۹۶). "بررسی فرصت ها و تهدید های فین تک (فناوری مالی) برای سیستم بانکی ایران"، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، صص ۲۰۲-۲۱۰.
۶. قائمی، محمدرضا، دهقان دهنوی، محمدعلی، مرادی، نرجس سادات. (۱۳۹۶). "بررسی وضعیت استارت آپ های بانکی در حوزه خدمات نوین بانکداری (مطالعه موردی سیستم بانکداری ایران)"، فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، صفحات ۱۲۹-۱۱۹.

۷. کرسول، جان. (۱۳۹۱). "پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی)". ترجمه حسن دانایی‌فرد، حسین کاظمی. انتشارات صفار. ویرایش دوم. تهران
۸. هفته نامه تجارت فردا. (۱۳۹۶). "فین‌تک، از الف تا ی". تاریخ انتشار ۲۵ شهریور ۹۶.
9. Chishti, Susanne, Barberis, Janos. (2016). "The FinTech Book the Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries".
 10. Christoph H. Winnefeld, Permantier. A. (2017). "Fin Tech - The Digital Revolution in the German Banking Sector?" Business and Management Research Vol. 6, No. 3.
 11. Denzin & Lincoln. (1994). "The Hand Book of Qualitative Methods". Thousand Oaks, CA: Sage.
 12. Deal, nzin, Lincoln, Y. S. (2000). "Handbook of Qualitative Research". Sage Publications: Inc. **Economic Journal**, pp 140-156
 13. Davis, G. B., et al. (2012). "Writing the Doctoral Dissertation: A Systematic Approach", Barron's Educational Series, Incorporated.
 14. Glaser, Barney, G. (1978). **Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory**. 1st Edition. The Sociology Press. 164 pages.
 15. Khanna, T., Palepu, K. (2010). "Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution". Harvard Business Press.
 16. Khanna, T., Palepu, K. (1997). "Why focused strategies may be wrong for emerging markets". **Harvard Business Review**, 75(4), 41-48.
 17. King, B. 2013. "Bank 3.0: Why Banking Is No Longer Somewhere You Go but Something You Do".
 18. Leonga, Barney Tanb, Xiao Xiaoc, Felix Ter Chian Tana, Yuan Sund. (2017). "Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startupin ChinaCarmen". **International Journal of Information Management**, 37: 92–97.
 19. Maxwell, J. A. (1998). "Designing a qualitative study". **Handbook of applied social research methods**, 69-100.
 20. Micu, I, Micu, A. (2016). "Financial Technology, (Fin Tech) and Its Implementation in The Romanian NON Banking Capital Market". SEA - Practical Application of Science
 21. Nicoletti, B. (2017). "The Future of Fin Tech Integrating Finance and Technology in Financial Services", Rome, Italy.
 22. Pandit, N. R. (1996). "The creation of theory: A recent application of the grounded theory method". **The qualitative report**, 2(4), 1-15.
 23. Patton, M. Q. (2002). "Qualitative research & evaluation methods" (3rd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
 24. Ryabova. A. (2017). "Emerging FinTech market: types and features of new financial technologies", Tomsk Polytechnic University.
 25. Stanly. morgan. (2013). "Financial Technology Trends in The Under Banked Market".
 26. Tzeng, C. H. (2009) ."A review of contemporary innovation literature: A Schumpeterian perspective. *Innovation: Management, Policy, Practice*". 11(3) 373-395.
 27. Wonglimpiyarat, J. (2017). "FinTech banking industry: a systemic approach", foresight.



Explain and Design the Model of Formation of the Banking Services Market Based on Financial Technology (Fintech) in Iran Based on Grounded Theory

Amir Khanlari (PhD)¹

Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, University of Tehran, Iran

Shahriar Ansari Chaharsoughi (PhD)²©

Assistant Professor of Management Department, Parandak Institute of Higher Education, Iran

Tahmoures Hassangholipour (PhD)³

Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, University of Tehran, Iran

Shahriar Azizi (PhD)⁴

Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

(Received: 17 April 2018; Accepted: 22 July 2018)

Objective: To explain and design the model for the formation of the banking services market based on financial technology (FinTech) in Iran. **Method:** In terms of exploratory level, in terms of applied purpose and from a methodological point of view in the category of qualitative research is based on the data approach. Data is collected by semi-structured interviews from a 24-sample sample of industry and university experts. **Results:** 9 pivotal codes of 38 main categories and 430 primary codes, in the form of a paradigm model including, causal conditions (economic factors in 2012, innovation in the economy and change in customer behaviour), main category (institutional pitfall), intervening factors (FinTech challenges), underlying factors (development of digital technology), strategies (development of FinTech ecosystem) and consequences (future banking model and transformation in the financial services industry) emerged. **Conclusion:** The findings led to the discovery and explanation of the model for the formation of the banking services market based on financial technology (FinTech) in Iran.

¹ khanlari@ut.ac.ir

² sh.ansari@ut.ac.ir © (Corresponding Author)

³ thyasory@ut.ac.ir

⁴ sh_azizi@sbu.ac.ir

Keywords: Market Formation, Banking Services, Financial Technology (FinTech), Grounded Theory, Iran.

