



تقویت نوآوری و رشد: بررسی انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک در همکاری استراتژیک

آرش عنصری^۱

عباس خمسه^{۲*}

تقی ترابی^۳

حمیدرضا یزدانی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۷

چکیده

این پژوهش به بررسی انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای ورود به همکاری‌های استراتژیک با تمرکز بر بستر ایران می‌پردازد. هدف این پژوهش، برطرف نمودن شکاف‌های موجود در ادبیات با بررسی عواملی است که بر فرآیند تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر می‌گذارد و پیچیدگی‌های همکاری را روشن می‌کند. با استفاده از روش داده بنیاد، برای توسعه مدل مفهومی و تدوین فرضیه‌های پژوهشی، مصاحبه‌هایی با خبرگان نظام بانکی و همچنین مدیرانی از استارت‌آپ‌های فینتک انجام شد. سپس پرسشنامه‌ای برای جمع‌آوری داده‌ها بین کارشناسان بانکی، مالی و فینتک توزیع شد که با استفاده از مدل معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این یافته‌ها چهار دسته از عوامل را نشان می‌دهد که بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک را برای همکاری استراتژیک ترغیب می‌کنند که عبارتند از: نیاز به توسعه بازار، جنبه‌های مالی، انگیزه‌های نوآورانه و اکوسیستم نوین کسب و کار. نتایج مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که هر چهار مقوله تأثیر قابل توجهی بر انگیزه ورود به همکاری‌های استراتژیک دارند. مطابق با یافته‌ها، پیشنهاداتی برای دست اندرکاران صنعت، سیاست‌گذاران و محققان ارائه شده است، از جمله ایجاد یک محیط نظارتی مساعد، توسعه استراتژی‌های مشارکت استراتژیک، ترویج فرهنگ نوآوری محور، افزایش منافع مالی، و پرورش اکوسیستم مشارکتی.

کلمات کلیدی: همکاری استراتژیک، توسعه بازار، فینتک، جنبه‌های مالی، نوآوری، اکوسیستم کسب و کار

^۱ دانشجوی دکتری رشته مدیریت تکنولوژی، گروه مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. a_onsori@yahoo.com

^۲ دانشیار گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول) abbas.khamseh@kiaiu.ac.ir

^۳ دانشیار گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. t-torabi@srbiau.ac.ir

^۴ استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌های فاریابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. hryazdani@ut.ac.ir

مقدمه

در چشم‌انداز مالی دنیای امروز که به سرعت در حال تحول است، ظهور تکنولوژی مالی یا فینتک، شیوه معاملات، سرمایه‌گذاری و مدیریت امور مالی را متحول ساخته است (لی و همکاران^۱، ۲۰۲۳). استارت‌آپ‌های فینتک، مجهز به تکنولوژی‌های نوآورانه و مدل‌های کسب‌وکار برهم زننده^۲، انقلابی را در شیوه‌های سنتی بانکداری ایجاد کرده‌اند که توجه مشتریان و بازیگران صنعت را به خود جلب نموده‌اند (بارز و همکاران^۳، ۲۰۲۳).

در سال‌های اخیر، استارت‌آپ‌های فینتک به‌عنوان بازیگرانی پویا و چابک در این عرصه ظاهر شده‌اند که از تکنولوژی برای ارائه خدمات مالی کارآمد و کاربر محور استفاده می‌کنند. توانایی استارت‌آپ‌های فینتک در استفاده از تجزیه و تحلیل داده‌ها، پلتفرم‌های موبایل، هوش مصنوعی و بلاک‌چین^۴ به آن‌ها این امکان را می‌دهد تا راه‌حل‌های خلاقانه و مشتری محوری ایجاد کنند که به نقاط درد در بانکداری سنتی رسیدگی و آن‌ها را برطرف می‌کند (لگووو و همکاران^۵، ۲۰۲۱). این اختلال برآمده از تکنولوژی، بانک‌ها را بر آن داشته است تا مدل‌های کسب و کار خود را مجدداً ارزیابی کنند و با چشم‌انداز در حال تغییر سازگار شوند (فرانکلین و همکاران^۶، ۲۰۲۲).

همکاری بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک به دلایل متعددی، بسیار مهم و ارزشمند شده است. از یک سو، بانک‌ها برای ارتقای قابلیت‌های دیجیتالی خود و ماندن در صحنه رقابت در دنیایی که به سرعت دیجیتالی می‌شود، نیاز مبرم به پذیرش و بهره‌برداری از نوآوری‌های حوزه فینتک دارند (جینسانگ و همکاران^۷، ۲۰۲۲). از طریق مشارکت و همکاری با استارت‌آپ‌های فینتک، بانک‌ها می‌توانند به راه‌حل‌های تکنولوژیک پیشرفته، دسترسی داشته باشند، از کارشناسان و متخصصان با استعدادهای نوآورانه بهره ببرند و تلاش‌های خود برای تحول دیجیتال

را تسریع بخشند. همکاری استراتژیک، بانک‌ها را قادر می‌سازد تا از چابکی و نوآوری استارت‌آپ‌های فینتک بهره ببرند و در عین حال از مقیاس، منابع و تخصص نظارتی خود نیز استفاده کنند (هو و همکاران^۸، ۲۰۱۹).

از سوی دیگر، استارت‌آپ‌های فینتک می‌توانند از همکاری استراتژیک با بانک‌ها بهره‌مند شوند که این همکاری، امکان دسترسی به پایگاه مشتری گسترده، زیرساخت‌های ایجاد شده، دانش نظارتی و تخصص صنعت را فراهم می‌کند. مشارکت با بانک‌ها به استارت‌آپ‌های فینتک این امکان را می‌دهد تا در شرایط پیچیده قوانین و مقررات، امکان فعالیت بهتری داشته باشند، اعتبار خود را افزایش دهند و مقیاس لازم برای رشد پایدار را به دست آورند (جینسانگ و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، همکاری استراتژیک با بانک‌ها می‌تواند دسترسی به منابع مالی را برای استارت‌آپ‌ها تسهیل کند و فرصت‌هایی را برای استارت‌آپ‌های فینتک فراهم کند تا فعالیت‌های خود را افزایش دهند و راه‌حل‌های نوآورانه خود را به بازار گسترده‌تری ارائه دهند (بومر و ماکسین^۹، ۲۰۱۸).

عوامل متعددی بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای ورود به همکاری استراتژیک تأثیر می‌گذارد که بعضی از آن‌ها عبارتند از: مکمل بودن قابلیت‌ها، همسویی اهداف استراتژیک، پتانسیل گسترش بازار، و هدف مشترک بهبود تجربه مشتری. علاوه بر این، ملاحظات نظارتی، هم‌افزایی تکنولوژیک، مدیریت ریسک و پتانسیل کارآمدی هزینه نیز نقش محوری در شکل دادن به فرآیند تصمیم‌گیری آن‌ها ایفا می‌کنند (یانگ و وانگ^{۱۰}، ۲۰۲۲).

با وجود علاقه فزاینده به همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک، شکاف‌های تحقیقاتی بسیاری در این زمینه وجود دارد که هنوز به آن‌ها پرداخته نشده است. مطالعات قبلی عمدتاً بر تأثیر اختلال فینتک بر صنعت بانکداری یا مزایای همکاری از نظر توسعه محصول/خدمات

Franklin et al. ^۱Jinsong et al. ^۲Hu et al. ^۳Bomer & Maxin ^۴Yang & Wang ^{۱۰}Li et al. ^۱disrupting ^۲Barz et al ^۳blockchain ^۴Legowo et al. ^۵

و تجربه مشتری متمرکز بوده است (والاوان^۱، ۲۰۲۳). با این حال، تحقیقات محدودی به انگیزه‌های اساسی و عوامل مؤثر بر تصمیم برای مشارکت در همکاری استراتژیک پرداخته است. علاوه بر این، بررسی این موضوع در شرایط کشوری مانند ایران از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. بخش مالی ایران، شاهد تحولات و اصلاحات قابل توجهی بوده است و محیطی آماده و منحصر به فرد برای بررسی پویایی همکاری‌های استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک ایجاد کرده است. چشم‌انداز مقرراتی متمایز در ایران، مشخصات جمعیتی و شرایط بازار کشور، زمینه‌ای خاص برای درک انگیزه‌ها و چالش‌های پیش روی بازیگران این عرصه فراهم می‌کند.

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک در ورود به همکاری‌های استراتژیک، سعی دارد شکاف‌های پژوهشی موجود را برطرف کند. سهم این مقاله در ارائه یک درک جامع از انگیزه‌ها، چالش‌ها و مزایای مرتبط با همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک است. هدف این پژوهش، ارائه درک عمیق‌تر از انگیزه‌های همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک با تمرکز بر بافت ایران است. بررسی این موضوع در چارچوب ایران، بینش‌های ارزشمندی را برای سیاست‌گذاران، دست‌اندرکاران صنعت، پژوهشگران و سرمایه‌گذارانی که به دنبال حرکت در چشم‌انداز در حال تحول عرصه مالی ایران هستند، ارائه می‌دهد. این یافته‌ها به مجموعه دانش موجود کمک می‌کند، به ذینفعان صنعت اطلاع‌رسانی می‌کند و منبع ارزشمندی برای علاقه‌مندان به ارتباط در حال تکامل بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک در ایران و فراتر از آن فراهم می‌کند.

مبانی نظری پژوهش

فینتک و استارت‌آپ‌های فینتک

فینتک، مخفف تکنولوژی مالی، بخش نوظهوری است که تکنولوژی‌های نوآورانه را با خدمات مالی سنتی ادغام می‌کند تا چشم‌انداز مالی را متحول سازد. هدف این هم‌گرایی، افزایش کارایی، دسترسی و بهبود تجربه کاربر در فعالیت‌های مختلف حوزه مالی است (والاوان، ۲۰۲۳). در طول سال‌ها، فینتک از بانکداری آنلاین اولیه و پرداخت‌های دیجیتال به طیف گسترده‌ای از برنامه‌های کاربردی، از جمله وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا^۲، مشاوران هوشمند^۳، تکنولوژی بلاک‌چین و ارزهای دیجیتال تبدیل شده است (هو و همکاران، ۲۰۱۹).

ویژگی‌های اولیه فینتک شامل ارتقای شمول مالی، عدم واسطه‌گری کانال‌های بانکداری سنتی، شخصی‌سازی خدمات از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها و هوش مصنوعی، بهبود سرعت و راحتی در فعالیت‌های مالی و اولویت‌بندی اقدامات امنیتی قوی است. در این بخش پویا، استارت‌آپ‌های فینتک نقش مهمی در ایجاد نوآوری‌های هم‌زننده و ساختار شکن در صنعت خدمات مالی دارند (پوشمان^۴، ۲۰۱۷). این استارت‌آپ‌ها با بهره‌گیری از تکنولوژی و روحیه کارآفرینی، بر راه‌حل‌های مشتری محوری تمرکز می‌کنند که هنجارهای بانکداری سنتی را به چالش می‌کشد؛ اما در عین حال، با چالش‌هایی مانند انطباق با مقررات، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی داده‌ها و نیاز به سرمایه‌گذاری‌های اولیه قابل توجه روبرو هستند (تین و همکاران^۵، ۲۰۲۱). با این وجود، استارت‌آپ‌های فینتک فرصت‌های هیجان‌انگیزی را برای سرمایه‌گذاران و سرمایه‌گذاران خطرپذیر ارائه می‌کنند، زیرا پتانسیل آن‌ها برای بهره‌برداری از بازارهای کم استفاده و تشویق مشارکت مالی است (تاکور^۶، ۲۰۲۰).

همکاری بانک و استارت‌آپ‌های فینتک

با درک پتانسیل همکاری، بانک‌های سنتی و استارت‌آپ‌های فینتک از نگاه به عنوان رقیب یکدیگر، به همکاران استراتژیک تغییر جهت داده‌اند. هم‌افزایی بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک به طور فزاینده‌ای رایج

^۱ Puschmann

^۲ Tien et al.

^۳ Thakor

^۱ Valavan

^۲ peer-to-peer lending

^۳ robo-advisors

مروری بر پیشینه پژوهش

در تحقیقی که توسط کلاز و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۹) انجام شد، آشکار شد که ارتقاء تکنولوژی، موجب چالش‌هایی برای مدل‌های کسب‌وکار مؤسسات سنتی مانند بانک‌ها می‌شود و آن‌ها را ملزم به سریع‌ترین تطابق با نیازهای عصر دیجیتال می‌کند. از سوی دیگر، شرکت‌های نوپا در زمینه فینتک نیز با چالش‌هایی از قبیل انطباق با الزامات نظارتی و ایجاد اعتماد در مشتریان بالقوه مواجه هستند. به منظور برطرف کردن این کاستی‌ها و بهره‌مندی از امکانات هم‌افزایی، بانک‌ها و شرکت‌های فینتک به طرز فزاینده‌ای به سمت یکپارچه‌سازی در حال پیشروی هستند. نتایج نشان می‌دهند که بانک‌ها به ویژه علاقه‌مند به بهره‌مندی از نوآوری‌های سریع هستند، بدون آن‌که لزوماً در فرآیند توسعه آن‌ها مشارکت داشته باشند، در حالی که فینتک‌ها نیاز به منابع و دانش دارند تا به‌طور کامل در حوزه مالی بسیار قانونمند امکان توسعه و مقیاس‌پذیری پیدا کنند. تحقیق جینسانگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که همکاری میان بانک‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مالی فناورانه، عامل اساسی در موفقیت فرآیند دیجیتالی‌سازی جهان محسوب می‌شود و انتظار می‌رود که نقاط ضعف بانک‌ها و نقاط قوت ارائه‌دهندگان خدمات مالی فناورانه، فرصت‌های بسیار مناسبی برای همکاری ایجاد نماید. در مطالعه هورنوف و همکاران (۲۰۲۱)، رابطه بین بانک‌ها و فینتک‌ها مورد بررسی قرار گرفت و نتیجه نشان داد که رواج شرکت‌های تکنولوژی محور در حوزه فینتک، فشارهای رو به افزایشی را بر بانک‌های سنتی برای مدرن‌سازی فعالیت‌ها ایجاد نموده است. از این رو، بانک‌ها تلاش می‌کنند با همکاری با فینتک‌ها، الزامات جدید دیجیتالی‌سازی را برآورده نمایند.

شده است، زیرا هر دو طرف به دنبال ایجاد روابط سودمند متقابل هستند (ماراچینی و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۰). برای بانک‌ها، همکاری با استارت‌آپ‌های فینتک مزایای بی‌شماری را به همراه دارد. آن‌ها می‌توانند از نوآوری و چابکی استارت‌آپ‌های فینتک برای گسترش خدمات خود و دستیابی به بخش‌های جدید مشتریان استفاده کنند. علاوه بر این، همکاری به بانک‌ها اجازه می‌دهد تا به چالش‌های نظارتی رسیدگی کنند و تلاش‌های تحول دیجیتال خود را تسریع بخشند (تاکور، ۲۰۲۰). اشکال مختلفی از همکاری ظاهر شده است، از جمله سرمایه‌گذاری مشترک^۲، مشارکت^۳، اتحاد^۴، سرمایه‌گذاری تملک^۵، و طرح‌های بانکداری باز^۶. بانکداری باز و رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی^۷ (API) بانک‌ها را قادر می‌سازد تا راه‌حل‌های فینتک را به‌طور یکپارچه در پلتفرم‌های خود ادغام کنند و نوآوری و همکاری بیشتر را تقویت کنند (سیدیکویی و ریورا^۸، ۲۰۲۲).

در حالی که همکاری استراتژیک مزایای قابل توجهی دارد، اما بدون چالش هم نمی‌باشد. تفاوت‌های فرهنگی سازمانی، نگرانی‌های امنیت اطلاعات و پیچیدگی‌های نظارتی نیاز به بررسی دقیق در هنگام ایجاد همکاری دارند. با این وجود، پتانسیل ارائه خدمات مالی جامع و نوآورانه، همکاری استراتژیک را به یک راه هیجان‌انگیز برای آینده مالی تبدیل می‌کند (هورنوف و همکاران^۹، ۲۰۲۰). در مجموع می‌توان گفت کسب و کارها و استارت‌آپ‌های فینتک با ارائه راه‌حل‌های متنوع و مشتری محور در حال تغییر شکل بخش مالی هستند. همکاری آن‌ها با بانک‌های سنتی پتانسیل بسیار زیادی برای هدایت نوآوری، گسترش دامنه بازار و تقویت مشارکت مالی در عصر دیجیتال دارد (ماراچینی و همکاران، ۲۰۲۰). همان‌طور که اکوسیستم مالی به تکامل خود ادامه می‌دهد، مشارکت‌های استراتژیک بین این بازیگران، نقشی اساسی در شکل دادن به آینده مالی ایفا خواهد کرد.

^{۱۰} open banking initiatives

^{۱۱} application programming interfaces

^{۱۲} Siddiqui & Rivera

^{۱۳} Hornuf et al.

^{۱۴} Klus et al. ^{۱۵}

^۱ Maracine et al.

^۲ joint ventures

^۳ partnerships

^۴ alliances

^۵ acquisitions

براساس پژوهش دراش و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، شش الگوی اصلی برای همکاری بین بانک‌ها و تکنولوژی‌های مالی شناسایی شده‌اند که به صورت زیر تفکیک می‌شوند: جنس تکنولوژی، پیشرفت و رشد تکنولوژی، نوع بانک، نقش بانک، اهداف استراتژیک بانک و کانال ارتباطی بانک و مشتریان، اکوسیستم کسب و کار، مجوزها، موقعیت در زنجیره ارزش، نوع همکاری، نوع نوآوری، و صاحب نوآوری. این الگوها به ترتیب از بیشترین تا کمترین میزان همکاری در شش گروه زیر قرار می‌گیرند: (۱) سرمایه‌گذاری در تکنولوژی مالی؛ (۲) تهیه و ادغام راه‌حل‌های کانال و نوآوری پلتفرم برتر؛ (۳) نوآوری برای بهبود فرایندهای ارائه خدمات بانکی به مشتریان؛ (۴) دسترسی به بازارهای سرمایه برای تکنولوژی‌های مالی جهت ارائه خدمات؛ (۵) خدمات متقابل به بانک‌ها برای نوآوری در ارائه خدمات؛ (۶) همکاری در مرحله اولیه دسترسی به تکنولوژی.

تحقیقات شاه‌حسینی و همکاران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که همکاری بین بانک‌ها و فینتک‌ها به مبنای قابلیت‌ها و مزایای هر طرف برای طرف مقابل شکل می‌گیرد و به صورت‌های مختلفی انجام می‌شود. این مطالعه عوامل مؤثر بر الگوی همکاری بین بانک و فینتک را مورد بررسی قرار داده است و ۴۳ عامل به عنوان عوامل مؤثر بر شکل‌گیری الگوهای همکاری شناسایی شده‌اند که در قالب ۱۱ سازه و ۴ مقوله اصلی شامل مشخصات طرفین، ویژگی‌های ارتباطی، پیش‌نیازهای همکاری و عوامل کلان نمایان شده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل مختلفی بر شکل‌گیری الگوی همکاری بین بانک و فینتک تأثیرگذار است؛ بنابراین، این رابطه را نباید به‌عنوان یک پدیده ساده در نظر گرفت. همچنین، با توجه به متغیرهای مختلف در همکاری بین این دو نهاد، لازم است تا به صورت دقیق‌تری به مسائل مرتبط با همکاری آن‌ها پرداخته شود و از چندین زاویه نقش و اثر هر عامل بر همکاری بررسی شود.

پاینده و همکاران (۱۳۹۸) با بررسی الگوهای همکاری بین بانک‌ها و فینتک‌ها از دیدگاه بانک‌ها به نتایج جالبی رسیدند: اولاً، الگوهای همکاری بانک‌ها با فینتک‌ها در پنج خوشه بهینه تقسیم‌بندی می‌شود: الگوی سرآمدانه، الگوی تحول‌طلبانه، الگوی شتابانه، الگوی زیرکانه و الگوی

سرمایه‌گذارانه. این نتایج نشان می‌دهند که بانک‌ها بر اساس رویکردها و نیازهای خود به طرق مختلفی با فینتک‌ها همکاری می‌کنند و همکاری‌ها متنوع و چندبُعدی هستند. ثانیاً، با وجود متغیرهای مختلف و تنوع فینتک‌ها و مدل‌های کسب‌وکار مرتبط، بیشتر بانک‌های مورد مطالعه در یک خوشه قرار می‌گیرند و رفتارهای نسبتاً مشابهی در همکاری با فینتک‌ها از خود نشان می‌دهند. این نتیجه نشان می‌دهد که عوامل دیگری مثل اندازه و نوع بانک و ویژگی‌های فینتک در تعیین الگوهای همکاری بیشتر تأثیرگذار هستند تا نوع بانک. سوماً، نتایج خوشه‌بندی نشان می‌دهد که عامل دولتی یا خصوصی بودن بانک‌ها نمی‌تواند به عنوان عامل تمایزدهنده‌ای در رابطه بین بانک‌ها و فینتک‌ها مطرح شود.

لی و شین^۲ (۲۰۱۷) تعدادی از مدل‌های همکاری بانک‌ها با فینتک‌ها را شناسایی کرده‌اند که شامل موارد زیر هستند: (۱) مدل همکاری مشترک (در این مدل، بانک‌ها و فینتک‌ها با ترکیب منابع و تخصص‌های خود، به‌صورت مشترک و بهنگام با یکدیگر همکاری می‌کنند تا به هدف مشترکی دست یابند)؛ (۲) مدل برون‌سپاری خدمات به فینتک‌ها؛ (۳) مدل سرمایه‌گذاری مشترک؛ (۴) مدل توسعه فینتک‌ها درون بانک؛ (۵) مدل شتاب‌دهی و پرورش استارت‌آپ‌های حوزه فینتکی.

نجفی و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تعامل بانک‌ها و تکنولوژی‌های نوین مالی پرداختند. طبق نتایج، چهار دسته عوامل اصلی شامل ویژگی‌های دینفعان، عوامل محیطی، عوامل سازمانی و عوامل مالی به عنوان عوامل مؤثر در این تعامل شناسایی شدند. نتایج نشان داد که تمامی عوامل شناسایی شده تأثیرگذاری مطلوبی در تعامل بانک‌ها و تکنولوژی‌های نوین مالی دارند. از این رو، ویژگی‌های دینفعان، عوامل محیطی، عوامل مالی و عوامل سازمانی به ترتیب بیشترین میزان تأثیرگذاری را بر این تعامل دارند.

در تحقیقات انجام شده توسط طهماسبی آقبلاغی و همکاران (۲۰۲۱)، یک چارچوب برای همکاری استراتژیک بین نظام بانکی خصوصی و فینتک‌ها ارائه شده است که نشان می‌دهد موانع و ابهامات محیطی می‌توانند زمینه را

برای برقراری همکاری استراتژیک بین این دو طرف فراهم کنند. در این چارچوب، عوامل موثر بر همکاری استراتژیک به دو دسته تقسیم شده‌اند. از یک سو، شرایط موثر بر همکاری که شامل فرصت‌سنجی فینتک، رفتار دیجیتال و نیازسنجی مشتریان، شناخت مشتریان از فینتک، حفظ محیط رقابتی، اصول و قوانین مالی اسلامی و ارزش‌گذاری دقیق کسب و کارها می‌شوند. از سوی دیگر، عوامل درونی و داخلی در نظام بانکی خصوصی به عنوان مؤثرترین عوامل مداخله‌گر نشان داده شده‌اند. این عوامل شامل جنبه‌های سازمانی، سیاستی، منابع انسانی، رفتارها و عقاید اعضای نظام بانکی می‌شوند که به عنوان عوامل مؤثر در روند همکاری و تعامل با فینتک‌ها محسوب می‌شوند.

بارتولاکی و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در تحقیق خود نشان می‌دهند که انگیزه‌های مختلفی برای تشکیل اتحاد استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک وجود دارد. از نظر نظری، انگیزه‌های بانک‌ها مبتنی بر برون‌سپاری، نوآوری، تکامل مدل کسب و کار، مزیت رقابتی، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، بهبود کیفیت خدمات و یادگیری است. این بانک‌ها به دنبال استفاده از امکانات و منابع خارجی هستند، به دنبال راه‌حل‌های نوآورانه هستند و تلاش می‌کنند تا مدل کسب و کارهای خود را بهینه‌سازی کنند. همچنین، ایجاد مزیت رقابتی و کاهش هزینه‌ها و ارتقاء کیفیت خدمات از اهداف اصلی آن‌هاست. انگیزه‌های اصلی فینتک‌ها نیز شامل دسترسی به مشتریان، ارائه وام‌ها، کسب مجوزهای بانکی، بهره‌گیری از مزیت‌های مقیاس، ایجاد اعتماد و اعتبار است. استارت‌آپ‌های فینتک به دنبال دسترسی به بازار و مشتریان هستند و ارائه خدمات مالی متنوع و امنیتی را مد نظر دارند. همچنین، کسب مجوزهای بانکی و ایجاد اعتماد مشتریان از اهداف مهم آن‌هاست. عوامل مهم موفقیت در تشکیل اتحادها استراتژیک شامل همسویی استراتژیک و ترکیبی، شایستگی و تجربه، ارزش فرهنگی و نزدیکی جغرافیایی، و حرفه‌ای بودن است. همسویی استراتژیک و ترکیبی میان اهداف و استراتژی‌های بانک و استارت‌آپ، اهمیت بالایی دارد. شایستگی و تجربه

اعضای هر نهاد به ایجاد اعتماد و موفقیت همکاری کمک می‌کند.

تحقیقات چن و همکاران^۲ (۲۰۲۰) به وضوح نشان می‌دهد که همکاری با فینتک‌ها در بانک‌ها، بر ابعاد سازمانی این نهادها تأثیر قابل توجهی دارد. در این همکاری، جایگاه طرفین و نقش آن‌ها در رابطه همکاری و نحوه تعامل آن‌ها در موضوعات قراردادی، بخصوص از جنبه‌های قدرت و تعهد، اهمیت زیادی دارد. توان زیرساختی و فنی هر طرف در این رابطه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. عدالت ادراک شده در توزیع منافع حاصل از همکاری، رویکرد نسبت به موضوعات مالکیت معنوی محصولات قبل و بعد از همکاری و همچنین پیش‌بینی آینده همکاری، نقش مهمی در انتخاب الگوی همکاری ایفا می‌کند. این عوامل تعیین‌کننده، هنگامی که هر طرف از ارتباط با فینتک‌ها استفاده می‌کند، به طور جمعی تأثیر مستقیمی بر انتخاب و شکل‌گیری الگوی همکاری در بانک‌ها دارد. تصمیم‌گیری‌های مهم درباره همکاری به تأثیرات متقابل طرفین، توان و نیازهایشان، و توزیع منافع حاصل از این همکاری وابسته است.

با تجزیه و تحلیل مدل کسب و کار فینتک‌ها، بومر و ماکسین^۳ (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که فینتک‌ها می‌توانند از طریق همکاری با بانک‌ها در شبکه‌های صنعتی قرار گیرند و با بهره‌مندی از زیرساخت‌های قدرتمند بانک‌ها، محصولات و خدمات نوآورانه تولید کنند. بررسی دلایل فینتک‌ها برای جستجوی فرصت‌های همکاری با نهادهای مالی سنتی نشان داد که فینتک‌ها قادر هستند تحت انواع همکاری با یک بانک، محصولات خود را با عناوین معتبرتری عرضه کرده و به بازار فروش برسانند. بنابراین، تعهد بانک به ایجاد ارتباطی که فینتک بتواند به تولید محصولات جدید و عرضه آن به بازارهای جدید ادامه دهد، بسیار مؤثر است. در این رابطه، رفتار فرصت‌طلبانه بانک در خصوص همکاری، عدم احترام به اهداف و برنامه‌های فینتک و یا ارزیابی ناصحیح از ارزش دانش فینتک از سوی بانک، تأثیر منفی بر این همکاری خواهد داشت. بنابراین، بانک‌ها باید در همکاری با فینتک‌ها،

رویکرد بازاریابی مناسبی داشته باشند و به نیازها و اهداف این نوآورانها احترام بگذارند تا از این همکاری بهره‌مند شوند و توانایی ادامه رابطه موفقیت‌آمیز را داشته باشند. در تحلیل روندهای بانکداری، قلی‌زاده و قاسم‌نژاد (۱۳۹۵) به بررسی مهم‌ترین مزیت‌ها و معایب شرکت‌های فینتک متمرکز شده‌اند. بر اساس این مطالعه، مزیت‌های نسبی شرکت‌های فینتک شامل خدمات مالی با استاندارد بالا و هزینه کم، مبتنی بر اینترنت و تمرکز کمتر بر فاصله جغرافیایی، تغییر رفتار مشتری، رویه‌های کمتر در ارائه خدمات مالی و ریسک نسبتاً پایین در ارائه خدمات و محصولات است. همچنین، این مطالعه به ریسک‌هایی اشاره کرده است که ناشی از توسعه فینتک‌ها برای بانک‌های سنتی به وجود می‌آید و شامل مواردی مانند از دست دادن بخشی از سهم بازار به دلیل رقبای جدید و ورود شرکت‌های فینتک، فشار مازاد بر حاشیه سود ناشی از کاهش درآمد، افزایش ریسک عملیاتی و ریسک کلاهبرداری، و افزایش وابستگی بانک‌ها به راه‌حل‌های تکنولوژی خدمات مالی می‌باشد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با رویکرد تلفیقی (کمی و کیفی) انجام شده است. این مطالعه از دیدگاه روش جمع‌آوری داده‌ها، شیوه‌ای اکتشافی - توصیفی و از منظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی به شمار می‌آید. برای به‌دست آوردن تصویر کاملی از تجربیات و نگرش‌ها، با مدیران و کارشناسان نظام بانکی در حوزه بانکداری دیجیتال و نیز کارآفرینان و فعالان حوزه فینتک مصاحبه انجام شده است تا انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای ورود به همکاری‌های استراتژیک بررسی شود. در این مطالعه، از نظریه داده‌بنیاد (استراس و کوربین^۱، ۱۹۹۸) در بخش کیفی استفاده شده است. با توجه به اینکه نظریه داده‌بنیاد به‌طور کامل بر اساس استدلال استقرایی عمل می‌کند، محقق به‌جای آزمون نظریه‌های موجود، سعی در تدوین نظریه خود دارد. به‌همین دلیل، متغیرهای مورد بررسی بر اساس چارچوب نظری و با بررسی مقوله‌ها شناسایی و کشف شده‌اند.

به‌منظور تعیین نمونه آماری در بخش تحلیل کمی مطالعه، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. معیار انتخاب افراد، حداقل داشتن مدرک کارشناسی ارشد، داشتن دانش و تجربه مرتبط با موضوع و حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه بانکداری دیجیتال، مدیریت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فینتک بوده است. بنابراین، نمونه مصاحبه شامل ۱۴ نفر از مدیران و کارشناسان نظام بانکی در حوزه بانکداری دیجیتال و شرکت‌های فینتک که دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکترا هستند، و اکثراً در پست‌های مدیریتی مشغول به کار بوده و تجربه‌های بیش از ۱۰ سال در صنعت بانکداری داشته‌اند، انتخاب شدند. در این پژوهش، چهارده مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفت که از مصاحبه شماره ۱۲ به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد، اما به‌منظور اطمینان، دو نفر دیگر نیز مورد مصاحبه قرار گرفتند. ۲ مصاحبه پایانی نشان دهنده تکرار کامل داده‌ها بودند که مشخصه اشباع نظری است. قبل از هر مصاحبه و به‌منظور اطمینان خاطر مصاحبه‌شونده از محرمانه بودن اطلاعات دریافتی، و نیز کسب مجوز ضبط مصاحبه‌ها، موافقت‌نامه‌ای به امضاء طرفین رسید. مدت زمان هر مصاحبه متغیر بوده و با توجه به تمایل مصاحبه‌شونده، بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه بوده است. همه مصاحبه‌ها به‌صورت فردی انجام شده و پس از ضبط، تمامی آن‌ها ثبت و ویرایش گردیدند تا در مرحله بعدی، تحلیل و استخراج مقوله‌ها بر اساس آن‌ها صورت گیرد. تحلیل داده‌ها با استفاده از سیستم کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شد و نرم‌افزار اطلس‌تی برای این منظور به‌کار گرفته شد. روایی داده‌های کیفی با استفاده از روش اعتباریابی نیومن^۲ تأیید شد و برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها از روش پایایی بازآزمون استفاده شد. به‌این‌منظور، از میان مصاحبه‌های انجام شده، دو مصاحبه انتخاب شده، هر یک ۲ بار در فاصله زمانی ۱۰ روزه توسط پژوهشگر کدگذاری شدند. با توجه به این‌که پایایی، بالای ۹۰ درصد حاصل شد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد. جامعه آماری در بخش کمی شامل تمامی مدیران و کارشناسان حوزه بانکداری دیجیتال و شرکت‌های فینتک،

^۲ Numan

^۱ Strauss & Corbin

حوزه بانکداری دیجیتال و شرکت‌های فینتک طراحی شده بود. پرسشنامه بین ۳۲۰ نفر (۱۰ درصد بیشتر از میزان تخمین زده شده) توزیع و اطلاعات آن‌ها جمع‌آوری شد که مشخصات آن‌ها در جدول ۱ ذکر شده است.

با تعداد ۱۲۰۰ نفر بود. با استفاده از جدول مورگان، حجم نمونه در این مرحله به تعداد ۲۹۱ نفر تعیین شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای استفاده شد که توسط محقق بر اساس نظرات خبرگان و کارشناسان مجرب در

جدول ۱. اطلاعات پاسخ‌دهندگان پرسشنامه

متغیر	طبقات	فراوانی	% فراوانی	متغیر	طبقات	فراوانی	% فراوانی
جنسیت	مرد	۲۳۱	۷۲	تجربه کاری	کمتر از ۱۰ سال	۱۰۵	۳۳
	زن	۸۹	۲۸		۱۰ تا ۱۵ سال	۱۷۸	۵۶
سن	کمتر از ۳۰ سال	۵۲	۱۶	تحصیلات	بیشتر از ۱۵ سال	۳۷	۱۱
	۳۰ تا ۴۰ سال	۸۹	۲۸		کارشناسی	۱۴۹	۴۶
	۴۰ تا ۵۰ سال	۱۱۱	۳۵		کارشناسی ارشد	۱۳۰	۴۱
	بیشتر از ۵۰ سال	۶۸	۲۱		دکتری	۴۱	۱۳

استراتژیک شناسایی و دسته‌بندی گردد. در این مطالعه، هر مصاحبه به عنوان یک گروه مقایسه در نظر گرفته شده است و افراد مصاحبه‌شونده از میان خبرگانی انتخاب شده‌اند که دارای تجربه و تحصیلات کافی بوده و تخصص و آگاهی لازم درباره موضوع پژوهش را دارند. در هر مصاحبه، هشت سوال مطرح شده است. همچنین، در ابتدای سوالات، به طور خلاصه به مفهوم همکاری‌های استراتژیک در نظام بانکی پرداخته شد تا از وجود تفاوت‌ها در درک موضوع توسط مصاحبه‌شوندگان جلوگیری شود. سوالات مصاحبه به شرح زیر می‌باشند:

۱. چشم انداز فعلی همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک را چگونه می‌بینید؟
۲. محرک‌های اصلی بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای وارد شدن به مشارکت‌ها یا همکاری‌های استراتژیک چیست؟
۳. بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک از طریق همکاری استراتژیک چه مزایایی به دست می‌آورند؟
۴. چالش‌ها یا موانع کلیدی که بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک هنگام شروع مشارکت‌های استراتژیک با آن‌ها مواجه هستند، چیست؟
۵. بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک، شرکای بالقوه را برای همکاری استراتژیک چگونه ارزیابی می‌کنند؟
۶. نمونه‌ها یا داستان‌های موفقیت‌آمیزی از بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک را که در همکاری استراتژیک

برای ارزیابی پایایی داده‌ها در بخش کمی، از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد و در همه موارد، ضریب آلفا به مقدار بیشتر از ۰/۷ حاصل گردید. همچنین، جهت ارزیابی روایی سازه‌های مدل، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. برای تایید کفایت حجم نمونه برای انجام تحلیل عاملی تاییدی، از شاخص کفایت حجم نمونه (KMO) و آزمون بارتلت استفاده گردید. نتیجه حاصل از شاخص KMO برابر با ۰/۷۳۵ است که نشان‌دهنده مناسب بودن تعداد نمونه برای تحلیل عاملی و تحلیل مسیر می‌باشد. همچنین، مقدار معناداری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ بوده که نشان‌دهنده رد فرض شناخته‌شده بودن ماتریس هم‌بستگی است و تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب می‌باشد. نهایتاً، برای انجام تحلیل عاملی تاییدی و ارزیابی محتوای آزمون از منظر روایی سازه‌ای و برازش مدل پژوهش، از مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار *Amos* استفاده شد. تمام متغیرها هم‌زمان و در یک مرحله به مدل معادلات ساختاری وارد شده‌اند و با توجه به ضرایب استاندارد و سطوح معناداری در خروجی نرم‌افزار، فرضیه‌های مطرح‌شده تایید یا رد گردیده‌اند.

یافته‌های بخش کیفی

در این مطالعه، از روش کدگذاری نظریه داده‌بنیاد بهره گرفته شده است تا با تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها، انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک در ورود به همکاری‌های

توسعه بیشتری نیاز داشتند، اصلاح شدند. در این مرحله، پژوهشگر به تحلیل عمیق داده‌ها پرداخت. تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار اطلس‌تی انجام شد و فراوانی کلمات کلیدی حاصل از کدگذاری در نمودار ابرکلمه^۱ در شکل ۱ نشان داده شد.

پس از انجام دو مرحله کدگذاری باز و محوری، شاخص‌های پژوهش استخراج شدند و برای نهایی کردن عناوین و صحت آن‌ها، نظر خبرگان مجدداً مدنظر قرار گرفت. در نهایت، ۲۸ شاخص استخراج شد که عناوین آن‌ها در جدول ۲ ارائه شده است.

با توجه به یافته‌ها، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

۱. نیاز به توسعه بازار بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت ورود به همکاری‌های استراتژیک تاثیر معنادار دارد.

۲. جنبه‌های مالی بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت ورود به همکاری‌های استراتژیک تاثیر معنادار دارد.

۳. انگیزه‌های نوآورانه بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت ورود به همکاری‌های استراتژیک تاثیر معنادار دارد.

۴. اکوسیستم نوین کسب و کار بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت ورود به همکاری‌های استراتژیک تاثیر معنادار دارد.

شرکت می‌کنند و به نظر شما قابل توجه یا تأثیرگذار هستند، بیان کنید؟

۷. مقررات و انطباق چه نقشی در شکل‌دهی انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای ورود به همکاری استراتژیک دارند؟

۸. آیا روندهای آتی یا تغییری در پویایی همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک پیش‌بینی می‌کنید؟

پس از اجرا و مطالعه ۱۲ مصاحبه ابتدایی، در مرحله کدگذاری باز، ۱۶۸ کد مختلف شناسایی شدند. مطالعه مصاحبه‌ها نشان داد که برخی از اطلاعات تکراری و مؤید مفاهیم و مقوله‌ها وجود دارند که بیانگر این بود مرحله اشباع نظری نزدیک است. با این حال، به منظور جلوگیری از نادیده گرفتن برخی از کدها و بهبود روایی پژوهش، دو مصاحبه اضافی انجام شدند. در مرحله کدگذاری محوری، مقولات حاصل از کدگذاری باز در یک نظم منطقی ترتیب داده شدند و ارتباط‌های آن‌ها با یکدیگر مشخص شد. به بیان دیگر، داده‌های تحلیل شده در کدگذاری محوری به شیوه‌ای جدید با یکدیگر مرتبط شدند. این مرحله منجر به شناسایی ۴ عامل اصلی و ۲۸ مقوله فرعی شد که در چارچوب ۴ مقوله اصلی گروه‌بندی شده‌اند.

در مرحله بعد، با استفاده از کدگذاری انتخابی و بر اساس نتایج مراحل قبلی، مقوله‌های محوری به سایر مقوله‌ها بر اساس رویکرد خودظهور مرتبط شدند و این روابط در چارچوب یک روایت ارائه شدند و مقوله‌هایی که بهبود و



شکل ۱. فراوانی کلمات کلیدی به شکل word cloud

جدول ۲. شاخص‌های حاصل از بخش کیفی

کد مؤلفه‌ها	کد مؤلفه	شاخص‌ها	کد شاخص
نیاز به توسعه بازار ^۱	MD	دسترسی به امتیازات و مجوزهای بانکی	MD1
		دسترسی به امکانات بانکی نظیر سویچ و ای‌پی‌آی و سندباکس‌ها	MD2
		دسترسی به انواع داده‌ها	MD3
		دسترسی به شبکه مشتریان بانک‌ها	MD4
		دستیابی به مزیت‌های رقابتی	MD5
		سلیقه مشتری	MD6
		شرط بقا	MD7
		انگیزه‌های نوآورانه	MD8
جنبه‌های مالی ^۲	FA	افزایش درآمد و درآمدهای کارمزدی	FA1
		افزایش دسترسی به خدمات مالی	FA2
		افزایش سودآوری	FA3
		دسترسی به حمایت‌های مالی	FA4
		کاهش هزینه‌ها	FA5
		کسب انتفاع	FA6
انگیزه‌های نوآورانه ^۳	IM	انگیزه خلق محصول	IM1
		تعداد و گستردگی زیاد نوآوری‌ها	IM2
		راه‌اندازی مراکز رشد و نوآوری	IM3
		لزوم ایده پروری	IM4
		نوآوری، دانش و خلاقیت استارت‌آپ‌های فینتکی	IM5
		نوآوری باز	IM6
اکوسیستم نوین کسب و کار ^۴	BE	افزایش کیفیت خدمات بانکی	BE1
		جایگاه مدیریتی بانک‌ها در اکوسیستم	BE2
		چگونگی استمرار همکاری استراتژیک	BE3
		حرکت به سمت اقتصاد هوشمند	BE4
		حرکت به سمت اکوسیستم نوین بانکی	BE5
		رویکرد و تفکر اکوسیستمی	BE6
		نقش کنسرسیوم بانک‌ها	BE7
		اکوسیستم کسب و کار	BE8

^۱ Market Development (MD)

^۲ Financial Aspects (FA)

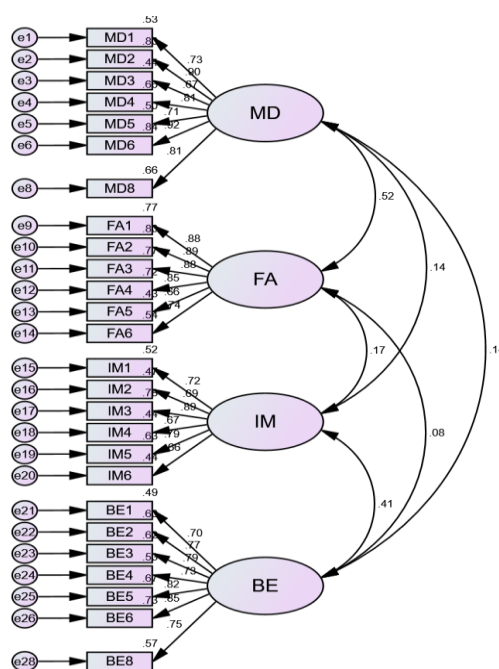
^۳ Innovation Motivations (IM)

^۴ Business Ecosystem (BE)

یافته‌های بخش کمی

در بخش کمی پژوهش، نرم‌افزار *SPSS* برای بررسی شاخص‌های آماری و نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون چولگی و کشیدگی به کار رفته است و با توجه به این که ضریب‌های چولگی و کشیدگی تمامی شاخص‌ها در بازه $(-2+2)$ قرار دارند، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌ها به صورت نرمال است همچنین، به منظور اطمینان از روایی داده‌ها، از تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل مسیر، برازش مدل مفهومی پژوهش و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار *Amos* استفاده شده است.

مدل اندازه‌گیری پژوهش از طریق اجرای تحلیل عاملی تأییدی برآورد شده است. در تحلیل عاملی تأییدی، برای حفظ هر سؤال در مدل، دو شرط باید برقرار باشد. اولاً، بار عاملی سؤال باید بیشتر از $0/5$ باشد و ثانیاً، باید معنادار باشد، به این معنی که مقدار t -value بیشتر از $1/96$ باشد (هیر و همکاران^۱، ۲۰۰۶). در این مطالعه و با توجه به نتایج حاصل از نرم‌افزار *Amos*، شاخص‌های *MD7* و *BE7* از دسته بارهای عاملی فاقد حداقل سطح مطلوبیت هستند، بنابراین از مدل حذف شده‌اند. مدل اندازه‌گیری اصلاح‌شده پس از حذف ۲ شاخص با بار عاملی ضعیف و بدون معناداری در شکل ۲ نمایش داده شده و نتایج حاصل در جدول ۳ ارائه شده است.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری اصلاحی در حالت تخمین ضرایب استاندارد

نتایج مربوط به پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا در جدول ۴ ارائه شده است. مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (*AVE*) و پایایی ترکیبی (*CR*) برای همه متغیرها، به ترتیب از حد $0/5$ و $0/7$ بالاتر بودند. همچنین، *AVE* برای تمام سازه‌های مدل بیشتر از $0/5$ بود و در همه موارد، *CR* از *AVE* بیشتر بود ($CR > AVE$). این نتایج

نشان می‌دهد که روایی همگرا و پایایی ترکیبی ابزار پژوهش تأیید شده‌اند. با توجه به اینکه مقدار *AVE* برای هر متغیر از میانگین مجذور واریانس مشترک (*ASV*) و حداکثر مجذور واریانس مشترک (*MSV*) بین همه متغیرها در مدل اندازه‌گیری بزرگتر بود، روایی واگرا پژوهش نیز تأیید شده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تاییدی

مدل اصلاحی	مدل اولیه	کد شاخص‌ها	مولفه‌ها
ضریب معناداری	بار عاملی	ضریب معناداری	بار عاملی
۱۴/۶۴۹	۰/۷۳۱	۱۴/۶۹۵	۰/۷۲۶
۱۹/۶۸۷	۰/۸۹۷	۱۹/۸۵۸	۰/۸۹۰
۱۲/۹۹۷	۰/۶۶۶	۱۳/۴۸۸	۰/۶۸۱
۱۷/۰۰۱	۰/۸۱۳	۱۷/۴۹۳	۰/۸۲۱
۱۴/۰۹۷	۰/۷۱۰	۱۴/۰۹۴	۰/۷۰۴
۲۰/۳۱۰	۰/۹۱۶	۲۰/۵۴۶	۰/۹۱۰
حذف	حذف	۸/۳۰۶	۰/۴۵۳
-	۰/۸۱۳	-	۰/۸۲۲
۱۳/۴۸۳	۰/۸۷۸	۱۳/۴۸۰	۰/۸۷۸
۱۳/۶۵۴	۰/۸۹۳	۱۳/۶۵۱	۰/۸۹۳
۱۳/۴۶۸	۰/۸۷۷	۱۳/۴۶۵	۰/۸۷۷
۱۳/۱۲۴	۰/۸۴۸	۱۳/۱۲۰	۰/۸۴۸
-	۰/۶۵۵	-	۰/۶۵۵
۱۱/۶۷۶	۰/۷۳۵	۱۱/۶۷۲	۰/۷۳۵
۱۳/۴۹۸	۰/۷۲۲	۱۳/۴۸۸	۰/۷۲۲
۱۲/۷۴۰	۰/۶۸۸	۱۲/۷۴۲	۰/۶۸۸
۱۷/۱۰۴	۰/۸۸۵	۱۷/۰۹۴	۰/۸۸۵
۱۲/۲۶۰	۰/۶۶۶	۱۲/۲۶۲	۰/۶۶۶
-	۰/۷۹۲	-	۰/۷۹۱
۱۲/۱۲۶	۰/۶۶۰	۱۲/۱۲۵	۰/۶۶۰
۱۲/۵۹۶	۰/۶۹۹	۱۲/۶۵۹	۰/۶۹۲
۱۴/۰۷۵	۰/۷۷۲	۱۴/۱۲۸	۰/۷۶۱
۱۴/۴۳۸	۰/۷۹۰	۱۴/۹۴۶	۰/۷۹۹
۱۳/۱۷۲	۰/۷۲۷	۱۳/۸۶۸	۰/۷۴۹
۱۵/۰۴۶	۰/۸۱۹	۱۵/۲۳۵	۰/۸۱۲
۱۵/۷۲۴	۰/۸۵۲	۱۵/۸۰۴	۰/۸۳۸
حذف	حذف	۸/۵۷۶	۰/۴۸۵
-	۰/۷۵۳	-	۰/۷۶۵

جدول ۴. نتایج بررسی پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا

نتیجه	ASV	MSV	AVE	CR	کد	متغیر
تایید	۰/۱۰۳	۰/۲۷۲	۰/۶۳۵	۰/۹۲۳	MD	نیاز به توسعه بازار
تایید	۰/۱۰۳	۰/۲۷۲	۰/۶۷۱	۰/۹۲۴	FA	جنبه‌های مالی
تایید	۰/۰۷۳	۰/۱۷۰	۰/۵۴۷	۰/۸۷۸	IM	انگیزه‌های نوآورانه
تایید	۰/۰۶۵	۰/۱۷۰	۰/۶۰۰	۰/۹۱۳	BE	اکوسیستم نوین کسب و کار

در بازه مجاز قرار گیرند. همچنین، از شاخص‌های GFI و $AGFI$ که به عنوان شاخص‌های مطلق مشهور هستند، حداقل یکی از آن‌ها باید در بازه مجاز قرار گیرد. همچنین،

جهت تایید برازش مدل، از شاخص‌های X^2/df ، $RMSEA$ ، $PNFI$ و $PCFI$ که به عنوان شاخص‌های مقتصد شناخته می‌شوند، نیاز است که حداقل دو شاخص

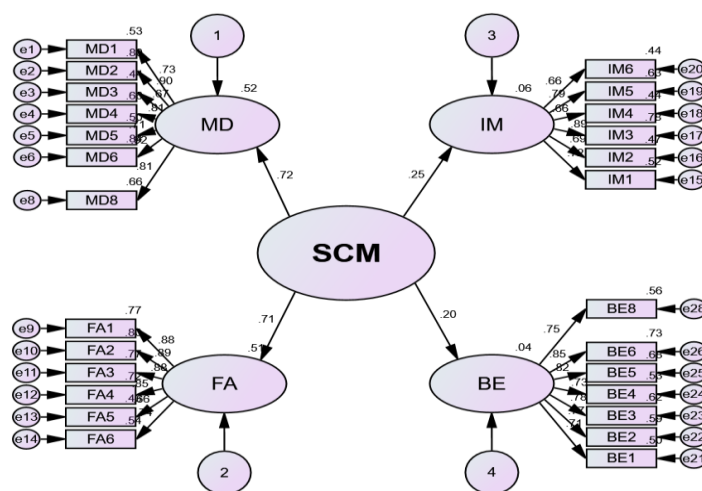
برای سایر شاخص‌های CFI , IFI , RFI , TLI و NFI که به عنوان شاخص‌های مقایسه‌ای شناخته می‌شوند، نیز حداقل دو مورد باید در محدوده مجاز قرار گیرند. نتایج سنجش برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۵ نمایش داده شده است و همانطور که مشاهده می‌شود، مدل اندازه‌گیری دارای برازش مناسبی است.

مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد در شکل ۳ نشان شده است. با توجه به نتایج به دست آمده

از نرم‌افزار *Amos* مطابق جدول ۶، مشاهده می‌شود که تمامی ضرایب معناداری از قدر مطلق $1/96$ بزرگ‌تر هستند، که نشان‌دهنده این است که هر چهار عامل شناسایی شده، تأثیرگذار بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت ورود به همکاری‌های استراتژیک هستند و تأثیر معناداری بر ورود به همکاری‌های استراتژیک دارند.

جدول ۵. نتایج برازش مدل پژوهش

شاخص‌های برازش	نتایج مدل اندازه‌گیری	مقدار مجاز
X^2/df	۲/۶۷۱	کمتر از ۳
RMSEA	۰/۰۷۲	کمتر از ۰/۱
PNFI	۰/۷۷۱	بزرگتر از ۰/۵
PCFI	۰/۷۹۶	بزرگتر از ۰/۵
GFI	۰/۸۵۶	بزرگتر از ۰/۸
CFI	۰/۹۴۴	بزرگتر از ۰/۹
TLI	۰/۹۳۴	بزرگتر از ۰/۹
IFI	۰/۹۴۴	بزرگتر از ۰/۹
NFI	۰/۹۱۴	بزرگتر از ۰/۹



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیات	t -value	مقدار p	ضریب مسیر
نیاز به توسعه بازار ← انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک	۳/۰۶۶	۰/۰۰۲	۰/۷۲۰
جنبه‌های مالی ← انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک جهت	۳/۵۲۸	***	۰/۷۱۱
انگیزه‌های نوآورانه ← انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک	۳/۰۶۶	۰/۰۰۲	۰/۲۵۳
اکوسیستم نوین کسب و کار ← انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک	۲/۵۶۵	۰/۰۱۰	۰/۲۰۱

*** به معنای $p < 0/01$ است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک در ورود به همکاری‌های استراتژیک و شناسایی عوامل مؤثر بر فرآیند تصمیم‌گیری آن‌ها انجام شده است. یافته‌های پژوهش چهار دسته از عوامل مؤثر بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک، شامل نیاز به توسعه بازار، جنبه‌های مالی، انگیزه‌های نوآورانه و اکوسیستم نوین کسب و کار را شناسایی کرده است. نتایج مدل معادلات ساختاری با استفاده از داده‌های گردآوری شده، نشان می‌دهد که هر چهار مقوله تأثیر بسزایی بر انگیزه بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک برای ورود به همکاری‌های استراتژیک دارند.

مقوله نیاز به توسعه بازار، به عنوان یک انگیزه برجسته برای ورود به همکاری‌های استراتژیک در این پژوهش ظاهر شده است که اهمیت دسترسی به امتیازات و مجوزهای بانکی، استفاده از تسهیلات بانکی، بهره‌برداری از داده‌ها و بهره‌برداری از شبکه‌های مشتریان بانک‌های مستقر را برجسته می‌کند. این عوامل به دستیابی به مزیت‌های رقابتی کمک می‌کنند، اولویت‌های مشتریان را برآورده می‌سازند و در نهایت، همکاری استراتژیک را هدایت می‌کنند. جنبه‌های مالی نیز در این پژوهش، نقش محوری ایفا کرده‌اند که نشان می‌دهد بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک به دنبال افزایش درآمد، سودآوری، حمایت مالی و کاهش هزینه از طریق همکاری می‌باشند. این مطالعه اهمیت ملاحظات مالی را در انگیزه هر دو طرف برای ورود به مشارکت استراتژیک برجسته کرده است.

علاوه بر این، پژوهش حاضر اهمیت انگیزه‌های نوآورانه را آشکار ساخته و نشان می‌دهد که تمایل به ایجاد محصولات نوآورانه، تقویت رشد و مراکز نوآوری، و پذیرش شیوه‌های نوآوری باز، بر تصمیم برای ورود به همکاری استراتژیک تأثیر می‌گذارد. این یافته‌ها بر نقش نوآوری، دانش و خلاقیت به عنوان محرک‌های کلیدی در تلاش‌های مشترک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک تأکید می‌کنند. مقوله اکوسیستم نوین کسب و کار نیز نقش همکاری استراتژیک را در ارتقای کیفیت خدمات بانکی، ایجاد موقعیت مدیریتی در اکوسیستم و حرکت به سمت اقتصاد هوشمند و اکوسیستم بانکی جدید روشن می‌سازد. نتایج

پژوهش، اهمیت تفکر اکوسیستمی و نقش کنسرسیوم‌ها در تقویت همکاری و ایجاد یک محیط تجاری پر رونق را برجسته می‌کند. بر اساس این یافته‌ها، در ادامه پیشنهاداتی برای دست اندرکاران صنعت، سیاست‌گذاران و محققان مطرح می‌شود:

- ایجاد یک محیط نظارتی مساعد: سیاست‌گذاران باید یک چارچوب نظارتی توانمند ایجاد نمایند که همکاری بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک را تشویق کند. این موضوع، شامل تسهیل دسترسی به امتیازات بانکی، به اشتراک گذاری داده‌ها، و ارائه پشتیبانی از ابتکارات مبتنی بر نوآوری است.

- توسعه استراتژی‌های مشارکت استراتژیک: بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک باید استراتژی‌های جامعی برای شناسایی شرکای بالقوه، ارزیابی سازگاری و همسویی با اهداف استراتژیک ایجاد کنند. لازم است چارچوب‌های شفاف برای همکاری، از جمله توافق‌نامه‌هایی در مورد دسترسی به منابع، شبکه‌های مشتری و ابتکارات مبتنی بر نوآوری ایجاد گردد.

- پذیرش فرهنگ نوآوری محور: هم بانک‌ها و هم استارت‌آپ‌های فینتک باید ترویج فرهنگ نوآورانه در سازمان خود را در اولویت قرار دهند. این مهم را می‌توان با ایجاد مراکز رشد و نوآوری، ترویج ایده پردازی و پذیرش شیوه‌های نوآوری باز برای استفاده از نقاط قوت هر دو طرف به دست آورد.

- افزایش منافع مالی: جنبه‌های مالی همکاری باید به دقت در نظر گرفته شود. بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک باید ترتیبات مالی دوجانبه سودمند مانند مدل‌های تقسیم درآمد و استراتژی‌های کاهش هزینه را برای اطمینان از مشارکت‌های پایدار و سودآور بررسی کنند.

- تقویت یک اکوسیستم مشارکتی: ذینفعان باید در جهت ایجاد یک اکوسیستم تجاری مشارکتی که اشتراک دانش، ابتکارات مشترک و ایجاد مشترک را تشویق می‌کند، تلاش کنند. کنسرسیوم‌های بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک می‌توانند نقش مهمی در ایجاد همکاری، تقویت نوآوری و افزایش کیفیت کلی خدمات مالی ایفا کنند.

مؤثر بر تعامل بانک‌ها و فناوری‌های نوین مالی (فینتک‌ها) با رویکرد ترکیبی. مدیریت نوآوری، ۹ (۳)، ۱۷۱ - ۱۹۶.

Barz, L., Lindeque, S. & Hedman J. (2023). Critical success factors in the fintech world: A stage model. *Electronic Commerce Research and Applications*, 60, 1567-4223.

Bartolacci, F., Cardoni, A., Łasak, P. & Sadkowski, W. (2022). An analytical framework for strategic alliance formation between a cooperative bank and a fintech start-up: An Italian case study. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, 18(4), 115-156.

Bomer, M. & Maxin, H. (2018). Why fintechs cooperate with banks—evidence from Germany. *Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft*, 107, 359-386.

Chen, R., Huiwen, C., Chenglu, J. & Lean, Y. (2020). Linkages and spillovers between internet finance and traditional finance: Evidence from china. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56, 1196-1210.

Drasch, B. J., Schweizer, A., & Urbacht, N. (2018). Integrating the 'Troublemakers': A taxonomy for cooperation between banks and fintechs. *Journal of Economics and Business*, 100, 26-42.

Franklin, A., Xian, G. & Julapa, J. (2022). Fintech, cryptocurrencies, and CBDC: Financial structural transformation in China. *Journal of International Money and Finance*, 124 (C).

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th ed., Pearson Education, NJ.

Hornuf, L., Klus, M., Lohwasser, T. & Schwiendbacher, A. (2020). How Do Banks Interact with Fintech Startups? *Small Bus Econ*. 57, 1505-1526.

Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L. & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11 (3), 340.

Jinsong, Z., Xinghao, L., Chin-Hsien, Y., Shi, C. & Chi-Chuan, L. (2022). Riding the FinTech innovation wave: FinTech, patents and bank performance, *Journal of International Money*

علیرغم بینش‌های ارزشمند به دست آمده، محدودیت‌هایی نیز در این پژوهش وجود داشته است. اولاً، این پژوهش به طور خاص بر زمینه ایران متمرکز بود و یافته‌ها ممکن است قابلیت تعمیم محدودی به سایر کشورها یا مناطق داشته باشد. ثانیاً، این پژوهش در درجه اول بر داده‌های گزارش‌شده توسط محقق تکیه داشته است، که امکان سوگیری در آن وجود دارد. پژوهش‌های آینده می‌تواند با انجام مطالعات مقایسه‌ای در کشورهای مختلف و استفاده از روش‌های ترکیبی برای اعتبارسنجی و گسترش یافته‌ها، این محدودیت‌ها را برطرف سازند.

این پژوهش با افشای انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر همکاری استراتژیک بین بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک به مجموعه دانش موجود کمک می‌کند. بانک‌ها و استارت‌آپ‌های فینتک با پذیرش همکاری‌های استراتژیک می‌توانند از نقاط قوت یکدیگر بهره ببرند، نوآوری را پیش ببرند و در نهایت، خدمات مالی پیشرفته‌تری را به مشتریان در عصر دیجیتال ارائه دهند.

منابع

پاینده، رضا، شهبازی، میثم، منطقی، منوچهر و کریمی، تورج (۱۳۹۸). همکاری بانک و فینتک: مروری نظام مند بر ادبیات علمی. پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۲۳، شماره ۴، سال ۱۳۹۸، ص ۱۷۲-۱۳۰.

شاه‌حسینی، محمدعلی، کیماسی، مسعود، شامی زنجانی، مهدی. و حقیقی خواه، مریم. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر همکاری بانک‌ها و فینتک‌ها با استفاده از مرور نظام‌مند ادبیات علمی. مدیریت بازرگانی، ۱۴ (۲)، ۱۹۹ - ۲۲۷.

طهماسبی آقبلاغی، داریوش، سلطانی، مرتضی، شهبازی، میثم. و اوضاعی، افسانه. (۱۴۰۰). ارائه چارچوب همکاری راهبردی بین نظام بانکی خصوصی و فینتک‌ها در ایران. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۹ (۱)، ۴۱ - ۶۶.

قلی‌زاده، محمدحسن و قاسم نژاد، میثم (۱۳۹۵). بانکداری یا فینتک: چالش یا فرصت؟. بررسی‌های بازرگانی، ۸۰، ۳۱ - ۳۹.

نجفی، فریبا، ایران‌دوست، منصور، سلطان پناه، هیرش. و شیخ احمدی، امیر. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل

- Siddiqui, Z., & Rivera, C. A. (2022). *FinTech and FinTech ecosystem: A review of literature*. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 12(1), 63–73.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Grounded theory: Procedures and Technique*, (2nd Edition); Sage, Newbury Park, London.
- Thakor, A. V. (2020). *Fintech and Banking: What Do We Know?* *Journal of Financial Intermediation*. Vol. 41, 100833.
- Tien, P. P., Pham, T., Quddus, A., Ibne Asad, A., Popesko, B., & Sarfraz, H. (2021). *The Factors of FinTech: A Literature Review*. *DOKBAT Journal of Business and Technology*, 34(2), 395-405.
- Valavan, T. (2023). *Fintech is enabler or disruptive to the banking industry: An analytical study*. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 17(01), 067-072.
- Yang, L. & Wang, S. (2022). *Do fintech applications promote regional innovation efficiency? Empirical evidence from China*. *Socio-Economic Planning Sciences*, 83, 101258.
- and Finance, 122 (C), 102552, ISSN 0261-5606.
- Klus, M. F., Lohwasser, T., Holotiuik, F. & Moormann, J. (2019). *Strategic alliances between banks and fintechns for digital innovation: Motives to collaborate and types of interaction*. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 21(1).
- Lee, I. & Shin, Y. J. (2017). *Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges*. *Business Horizons*, 61(1), 35–46.
- Legowo, M. B., Subanidja, S. & Sorongan, F. A. (2021). *Fintech and bank: Past, present, and future*. *Jurnal Teknik Komputer*, 7(1), 94-99.
- Li, E., Mao, M. Q., Zhang, H. F. & Zheng, H. (2023). *Banks' investments in fintech ventures*, *Journal of Banking & Finance*, 149, 106754.
- Mărăcine, V., Voican, O., & Scarlat, E. (2020). *The Digital Transformation and Disruption in Business Models of the Banks under the Impact of FinTech and BigTech*. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*. 14. 294-305.
- Puschmann, T. (2017). *Fintech*. Springer Fachmedien Wiesbaden 2017. *Business and Information Systems Engineering*. 59(1):69–76 (2017).

Fostering Innovation and Growth: The Motivation behind Strategic Cooperation between Banks and Fintech Startups

¹Arash Onsori

²Abbas Khamseh*

³Taghi Torabi

⁴Hamidreza Yazdani

Abstract

This research investigates the motivation of banks and fintech startups to engage in strategic cooperation, with a specific focus on the Iranian context. The aim is to address existing research gaps by examining the factors that influence their decision-making process and shedding light on the intricacies of cooperation. The study adopts the Grounded Theory method to develop a conceptual model and formulate research hypotheses, based on interviews conducted with experts from the banking system and fintech startup managers. Subsequently, a questionnaire was distributed to collect data from banking, financial, and fintech experts, which was analyzed using a structural equation model. The findings reveal four key categories of factors that drive the motivation for banks and fintech startups to enter into strategic cooperation: the need for market development, financial aspects, innovative incentives, and the new business ecosystem. The results of the structural equation model indicate that all four categories significantly impact the motivation to pursue strategic collaborations. Based on the research findings, practical suggestions are provided for industry practitioners, policymakers, and researchers.

These recommendations include creating a supportive regulatory environment conducive to collaboration, developing effective strategies for forming strategic partnerships, fostering an innovation-driven culture, enhancing financial benefits for all parties involved, and nurturing a collaborative ecosystem. This research significantly contributes to the existing body of knowledge by offering a comprehensive understanding of the motivations, challenges, and benefits associated with strategic cooperation between banks and fintech startups. The insights gained from this study will prove valuable for stakeholders navigating the dynamic landscape of Iran's financial sector and beyond.

¹ PhD Candidate, Department of Technology Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. a_onsori@yahoo.com

² Associate Professor, Department of Industrial Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. (Corresponding Author) abbas.khamseh@kiaiu.ac.ir

³ Associate Professor, Department of Economics, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. t-torabi@srbiau.ac.ir

⁴ Associate Professor, Department of Management and Accounting, Farabi Faculty, University of Tehran, Tehran, Iran. hryazdani@ut.ac.ir

Journal of Financial Knowledge of Securities Analysis

Vol. 18 / No. 66, Summer 2025

Keywords: *strategic cooperation, market development, financial aspects, innovation, business ecosystem*