



شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک

نسیم عشقی^۱ - اصغر صرافى زاده قزوینی^{۲*} - اکبر عالم تبریز^۳ - حسام زندحسامی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۳۰

چکیده

پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی کسب و کارهای نوپا نشان می‌دهد که رفتارهای کارآفرینان فعال در این کسب و کارها نقش مهمی را در بقا و توسعه کسب و کار ایفا می‌کند. از همپوشانی رهبری و کارآفرینی رهبری کارآفرینانه ایجاد می‌گردد که رویکردی جدید در اداره‌ی کسب و کارهای نوپاست. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فعال در حوزه‌ی فین تک با رویکردی آمیخته انجام شده است. در بخش کیفی به منظور احصای عوامل موثر، داده‌های جمع آوری شده از طریق مصاحبه‌ی نیمه ساختار یافته با خبرگان با استراتژی تحلیل محتوا در قالب ۲۵ کد اولیه و ۶ مقوله، کدگذاری و خلاصه‌سازی شده‌اند. در بخش کمی جهت رتبه‌بندی مقولات احصا شده از تکنیک دیمتل جهت رتبه‌بندی عوامل موثر استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که از میان عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک، عوامل اقتصادی با وزن ۰/۲۱۶ از بیشترین اهمیت برخوردار است. پس از آن تغییرات فرهنگی و اجتماعی، ساختار سازمان، حمایت رگولاتورها، قابلیت منابع انسانی، و تغییرات تکنولوژیک، به ترتیب در رتبه‌ی دوم تا ششم قرار گرفته‌اند.

واژگان کلیدی: رهبری، کارآفرینی، رهبری کارآفرینانه، کسب و کارهای نوپا، فناوری مالی

^۱ دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

^۲ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

sarrafizadeh@gmail.com

^۳ استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

^۴ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه

در این رابطه داشته است، نرخ شکست کسب و کارهای نوپا در سال اول فعالیت حدود ۴۰ درصد و این رقم در ده سال اول فعالیت حدود ۹۰ درصد است (شفرد و همکاران^{۱۲}، ۲۰۰۰). بنابراین، از آنجا که کسب و کارهای نوپا دارای عدم اطمینان بیشتری نسبت به یک کسب و کار تثبیت یافته می‌باشند، رفتارهای رهبری کارآفرینان در این کسب و کارها می‌تواند نقشی اساسی در موفقیت آن‌ها ایفا کند (پترسون و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۲).

اگر تئوری‌های رهبری و کارآفرینی را به لحاظ تاریخی مورد مطالعه قرار دهیم متوجه می‌شویم که هر دوی این مفاهیم ابتدا از رویکرد ویژگی‌ها شروع شده‌اند. در واقع هم تئوری‌های رهبری و هم کارآفرینی بر ویژگی‌های رهبران از غیر رهبران و کارآفرینان از غیرکارآفرینان متمرکز بوده‌اند. این تئوری‌های اولیه که رویکرد ویژگی‌ها نامیده می‌شدند، در رهبری منجر به پراکندگی در پژوهش‌های انجام گرفته بین کسانی همچون ووفورد و لیسکا^{۱۴} (۱۹۹۳) که تاثیر موقعیت بر رهبری و از سوی دیگر کسانی مثل سیمز و مانز^{۱۵} (۱۹۸۴) و باس^{۱۶} (۱۹۹۰) که رفتارهای رهبری را مورد مطالعه قرار می‌داده‌اند شده است. به همین ترتیب در پژوهش‌های حوزه‌ی کارآفرینی نیز، بین پژوهشگرانی همچون کرزنر^{۱۷} (۱۹۹۷) که تاثیر محیط و زمینه را بر کارآفرینی مورد مطالعه قرار داده‌اند و پژوهشگرانی مثل شیور و اسکات^{۱۸} (۱۹۹۱) که رفتارهای کارآفرینان را مورد مطالعه قرار داده‌اند نوعی پراکندگی و اختلاف نظر وجود دارد (انسلی و همیلسکی^{۱۹}، ۲۰۰۶).

اساساً رهبری کارآفرینانه در نقطه‌ی مشترک بین رهبری و کارآفرینی وجود دارد. به طور کلی رهبری فرآیند تاثیرگذاری بر افراد است و بازتاب دهنده‌ی یک پدیده‌ی پیچیده و فراتر از یک عامل فردی است. همانطور که کارآفرینی تنها بر فرد کارآفرین متمرکز نمی‌کند، بلکه بر پیوند بین فرد و فرصت‌ها متمرکز

در عصر حاضر، با رشد سریع فناوری‌های نوپا، خصوصاً فناوری اطلاعات، محیط کسب و کارها دگرگون و به شدت رقابتی شده است. در چنین محیطی اگر کارآفرینان رویکردها و رفتارهایی را جهت انطباق با محیط پویا و رقابتی اتخاذ نکنند، محکوم به شکست‌اند. پژوهشگران معتقدند، برای هدایت کسب و کارهای امروزی و جلوگیری از شکست، راهبردهای مختلفی وجود دارد. یکی از این راهبردها می‌تواند به کارگیری سبک رهبری کارآفرینانه باشد. رهبری کارآفرینانه مفهومی است که توسط بسیاری از پژوهشگران نادیده گرفته شده است. این مفهوم، از همپوشانی دو سازه‌ی رهبری و کارآفرینی بوجود می‌آید (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۴) و در برگزیده‌ی مفاهیم کارآفرینی شومپیتر^۲ (۱۹۳۴)، گرایش کارآفرینانه^۳ کوین و اسلوین^۴ (۱۹۸۸)، و میلر^۵ (۱۹۸۳)، مدیریت کارآفرینانه^۶ استیونسون^۷ (۱۹۸۳) و رهبری می‌باشد (گوپتا و همکاران^۸، ۲۰۰۴). رهبران کارآفرین می‌توانند افراد مختلف را برای کار گرد هم آورند و جوی را برای خلق ایده و حمایت از کسب و کارهای نوپا ایجاد کنند (مامفورد و همکاران^۹، ۲۰۰۲).

در سال‌های اخیر، شاهد افزایش تعداد کسب و کارهای نوپا علی‌الخصوص در کشور ایران هستیم. نوعی از این کسب و کارها که در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته‌اند، موسوم به فین تک‌ها هستند. این کسب و کارها که طیف گسترده‌ای از خدمات مالی را در بستر فناوری اطلاعات پوشش می‌دهند، همانند تمامی کسب و کارهای نوپا عمدتاً با مسائلی همانند ریسک بالا، عدم اطمینان، فقدان تجربه، پویایی و انعطاف پذیری بالا، و منابع مالی محدود مواجه هستند (زائیچ و بالدگر^{۱۰}، ۲۰۱۷). مستندات و پژوهش‌های انجام گرفته درباره‌ی کسب و کارهای نوپا نشان می‌دهند که نرخ شکست این کسب و کارها معمولاً بالاست. بعنوان مثال، طبق تخمینی که تیمونز^{۱۱} (۱۹۹۰)

می‌کند. در همین رابطه شین و ونکاتارامان^{۲۰} (۲۰۰۰) کارآفرینی را به عنوان فرآیندی که فرصت‌ها در آن برای ایجاد کالاها و خدمات آینده، کشف، ارزیابی و بهره برداری می‌شوند، تعریف می‌کنند. رهبری کارآفرینانه یکی از مهم‌ترین تجلیات رفتارهای مبتنی بر فرصت در زمینه‌های سازمانی متعدد است (رنکو و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۵). سبک رهبری کارآفرینانه می‌تواند در یک ساختار رهبری مرسوم مورد بررسی باشد. با این تفاوت که رهبر در سبک رهبری کارآفرینانه، فردی است با خصوصیتی همچون ریسک‌پذیری، خلاق و نوآور، و جستجوگر فرصت‌هایی که بهره‌وری را افزایش می‌دهد (معصومی و زمانی، ۱۳۹۶). در رابطه با رهبری کارآفرینانه تعاریف مختلفی ارائه شده است. کانینگهام و هیسچرون^{۲۲} (۱۹۹۱) معتقدند که رهبری کارآفرینانه در برگیرنده‌ی وضع هدف‌های شفاف، خلق فرصت‌ها، قدرتمند کردن افراد، محافظت از خصوصیات سازمان و توسعه‌ی سیستم منابع انسانی است. رنکو و همکاران (۲۰۱۵) رهبری کارآفرینانه را مفهومی می‌دانند که برگیرنده‌ی تاثیرگذاری و هدایت عملکرد اعضای گروه جهت دستیابی به اهداف سازمانی است و خود شامل تشخیص و کشف فرصت‌های کارآفرینی است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه‌ی رهبری کارآفرینانه عمدتاً در کسب و کارهای بزرگ یا کوچک و متوسط انجام گرفته است و در این بین کمتر به کسب و کارهای نوپا توجه شده است. در واقع، مطالعات تجربی اندکی مکانیزم‌های عملکردی رهبری کارآفرینانه را در کسب و کارهای نوپا بررسی کرده‌اند (هوآنگ و چن، ۲۰۱۴). لازم به ذکر است که مطالعات انجام شده در حوزه‌ی رهبری کارآفرینانه در سازمان‌های بزرگتر و تثبیت یافته را نمی‌توان به سادگی به کسب و کارهای کوچکتر تعمیم داد. چالش‌هایی که شرکت‌های نوپا با آن‌ها مواجه هستند، عموماً مستلزم توانایی رهبری متفاوتی است

(سیمبا و تای^{۲۳}، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، کارآفرینان در کشورهای مختلف بنا به بستر فعالیت، با چالش‌های مختلفی مواجه هستند و در نتیجه ممکن است سیاست‌ها و شرایط مطلوب برای کارآفرینی در یک کشور برای کشور دیگر مطلوب نباشد. از نظر برخی از پژوهشگران، اکثر مفاهیم مدرن رهبری از دنیای غرب سرچشمه گرفته‌اند و افراد در کشورهای در حال توسعه بیشتر به تقلید از این مفاهیم تمایل دارند تا ایجاد مفاهیم جدید متناسب با بستر فعالیتشان (هریسون و همکاران^{۲۴}، ۲۰۱۸).

از حوزه‌های نوپایی که در سال‌های اخیر در کشور ما شکل گرفته است، می‌توان به فین تک‌ها اشاره کرد که مخفف شده‌ی واژه‌ی فناوری مالی است. فرهنگ‌نامه آکسفورد فین تک را به عنوان برنامه‌های کامپیوتری و دیگر تکنولوژی‌هایی که برای حمایت یا فعال‌سازی خدمات بانکی و مالی استفاده می‌شوند، تعریف کرده است. به عبارت ساده‌تر این اصطلاح نسبتاً جدید به معنای استفاده از تکنولوژی برای کارآمدتر کردن خدمات مالی به کار می‌رود (مدانلو جویباری و همکاران، ۱۳۹۷). مطابق با گزارش دیجیتال بانکینگ^{۲۵} در سال ۲۰۲۰ تاریخچه فین تک‌ها را می‌توان در سه فاز بررسی نمود. فاز اول این فناوری‌ها از شروع قرن ۱۹ با اختراع تلفن آغاز شده است. از آنجا که در آن زمان فناوری‌ها اولیه اطلاعاتی همانند تلفن شروع به همگانی شدن کرده بود و در آن زمان بسیاری از تاجران معاملات پولی خود را با این وسیله ارتباطی انجام می‌دادند. در فاز دوم که از دهه ۶۰ میلادی تا اواسط دهه ۲۰۰۰ شکل گرفته است، روش‌های متفاوتی برای ذخیره اطلاعات مالی با همگانی شدن رایانه‌ها به وجود آمده است. در فاز سوم نیز که از سال ۲۰۱۰ به بعد شکل گرفته است و تاکنون نیز ادامه دارد، استارت آپ‌هایی بر پایه‌ی فناوری اطلاعات شکل گرفته‌اند که تحولی دیجیتال در حوزه‌های مالی ایجاد کرده‌اند. از نمونه‌های جهانی

بستر کسب و کارهای نوپای فین تک ایران تاثیر می‌گذارند شناسایی و رتبه‌بندی نماید.

روش شناسی پژوهش

با در نظر گرفتن ماهیت مسئله‌ی پژوهش که در آن پژوهشگر به دنبال شناسایی و احصای عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک است، پژوهش حاضر در دسته‌ی تحقیقات اکتشافی با پارادایم پراگماتیسم است. پارادایم پراگماتیسم بر مبنای نتایج اقدامات، مسئله محور بودن، کثرت گرایی و واقع بینی می‌باشد. در این پارادایم اقدامات و نتایج بر سوابق مقدم ترند، پژوهشگر بر مسئله‌ی پژوهش تاکید دارد و از هر رویکردی که بتواند مسئله‌ی او را حل نماید استفاده می‌کند. کاربرد این پارادایم در رویکرد آمیخته است و پژوهشگر می‌تواند از هر روش یا رویه و تکنیک که مسئله‌ی او را حل می‌کند، استفاده کند (کرسول^{۳۲}، ۲۰۱۴، صص ۳۹-۳۶). به همین ترتیب، استراتژی پژوهش حاضر در بخش کیفی جهت حل مسئله تحلیل محتوا با بهره‌گیری از نرم افزار تحلیل داده‌های کیفی MAXQDA می‌باشد که در آن، مطالب در قالب مفاهیمی به نام کد رمزگذاری می‌شوند و به فرمتی قابل تجزیه و تحلیل در می‌آیند (خلیلی شورینی، ۱۳۸۹، ص ۲۲۳). اطلاعات پژوهش حاضر با استفاده از ابزار مصاحبه‌ی نیمه ساختار یافته با خبرگان حوزه‌ی فین تک‌ها به صورت میدانی جمع آوری شده است. شیوه‌ی نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی و به صورتی نظری است زیرا پژوهشگر می‌بایست موردهایی را انتخاب نماید که از لحاظ نظری واجد ویژگی‌های مهمی درباره‌ی یک موضوع یا بستری خاص هستند و بر اساس حساسیت نظری نمونه‌گیری جهت داده می‌شود و همچنین این موردها بر اساس بینشی که به پژوهشگر می‌دهند، انتخاب می‌شوند (نیومن^{۳۳}، ۱۳۹۰، صص ۴۵۱-۴۴۳). معیاری که در این بخش پژوهشگر برای دریافت داده‌ها از نمونه‌ی مورد بررسی اتخاذ کرده است، اشباع نظری^{۳۴}

می‌توان به پی پال^{۲۶} اشاره کرد. بسیاری از کارشناسان معتقدند که فین تک می‌تواند آینده صنعت بانکداری را تغییر دهد (پاشمن^{۲۷}، ۲۰۱۷). فین تک‌ها در نمودار هایپ سایکل^{۲۸} گارتنر^{۲۹} (۲۰۱۵) که از آن برای نمایش وضعیت بازار فناوری‌ها و نمایش گرافیکی، بلوغ و پذیرش فناوری‌ها و کاربرد آن‌ها استفاده می‌شود در مرحله‌ی فلات بهره‌وری قرار دارند. این امر بدین معناست که این بازیگران تازه وارد در حوزه‌ی تکنولوژی‌های مالی در مرحله‌ی شکوفایی قرار دارند و کاربردهای تجاری آنها در حال نمایان شدن است. کشور ما در سال‌های اخیر توجه فراوانی به این فناوری داشته است. البته لازم به ذکر است که فین تک در ایران حوزه‌ای نوظهور است و تلاش برای سرمایه‌گذاری در آن از چند سال قبل از سوی برخی از شرکت‌ها آغاز شده است. طبق گزارشی که شاخص نوآوری جهانی^{۳۰} در سال ۲۰۱۶ منتشر کرد، ایران از لحاظ شاخص فارغ‌التحصیلان علوم و مهندسی در رتبه دوم جهان قرار دارد. این رتبه بیانگر در دسترس بودن استعدادهای مورد نیاز برای فعالیت در زمینه‌ی فناوری‌های مالی است. اگرچه در حال حاضر بازار تقاضای فین تک کاملاً شکل نگرفته است، اما رشد روزافزون استفاده از ابزارهای مالی جدید و استقبال از کسب و کارهای نوپا نوید افزایش تقاضای محصولات و خدمات نوین مالی را در حوزه‌ی فین تک‌ها می‌دهد. مطابق گزارش پایگاه تحلیلی خبری راه پرداخت^{۳۱} در اکوسیستم فین تک‌های ایران عمدتاً شرکت‌ها، بانک‌ها، بورس، بیمه‌ها، و استارت آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا فعالیت می‌کنند. در بین بازیگران این اکوسیستم استارت آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا بخش قابل توجهی را از نظر تعداد به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به نرخ بالای شکست این کسب و کارهای نوپا می‌بایست دلایل موفقیت و شکست این کسب و کارها را مورد توجه قرار داد. از این رو، پژوهش حاضر قصد دارد تا عواملی را که بر رهبری کارآفرینانه در در

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی مشارکت کنندگان پژوهش اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان بخش کیفی و کمی پژوهش حاضر مطابق جدول ۱ به تفکیک جنسیت، سطح تحصیلات، حوزه‌ی فعالیت و سابقه‌ی فعالیت در حوزه‌ی فن تک‌ها نشان داده شده است. لازم به ذکر است که در هر دو بخش کیفی و کمی با توجه به اینکه شیوه نمونه‌گیری پژوهش به صورت نظری است، معیارهای انتخاب خبرگان شامل سطح تحصیلات (حداقل بالاتر از کارشناسی)، و فعال بودن در یکی از حوزه‌های فن تک، می‌باشد. حجم نمونه کیفی با توجه به رسیدن به نقطه‌ی اشباع نظری تعیین شده است. در بخش کمی نیز با توجه به اینکه تکنیک حل مسئله‌ی پژوهش در دسته‌ی تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره قرار می‌گیرد، از شیوه‌ی تعیین حجم نمونه متفاوتی استفاده شده است. در این بخش، از نظر ترسین و ریگز^{۳۶} (۱۹۷۶) و بریدی^{۳۷} (۲۰۰۹) در صورت همگن بودن گروه مشارکت کنندگان، برای ایجاد نتایج اثربخش، حجم نمونه‌ای مرکب از ۱۰ الی ۱۵ نفر کفایت می‌کند. برخی از پژوهشگران نیز حجم نمونه مطلوب را برای این روش ۱۰ الی ۲۰ نفر توصیه کرده‌اند (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۶). با توجه به در

می‌باشد. با استفاده از این معیار پژوهشگر نمونه‌گیری را تا هنگامیکه مقوله‌ی جدیدی برای کدگذاری اضافه نشود ادامه می‌دهد (ساندرز و همکاران^{۳۵}، ۲۰۱۷). در پژوهش حاضر پس از رسیدن به اشباع نظری و فرآیند مقایسه‌ی مداوم مصاحبه‌ها تعداد ۱۴ مصاحبه از طریق فن نمونه‌گیری نظری جمع‌آوری شد و سپس پژوهشگر اقدام به تحلیل و کدگذاری داده‌های جمع‌آوری شده نمود که در یافته‌ها به نتایج آن اشاره می‌گردد. پس از احصای عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در بخش کیفی، از آنجا که یکی از اهداف پژوهش حاضر تبیین روابط علی و رتبه‌بندی مولفه‌های اصلی رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فن تک است از تکنیک دیمتل استفاده شده است. بنابراین پرسشنامه‌ی تنظیم شده در اختیار ۱۶ خبره قرار گرفته است. برای تعیین وزن و اهمیت هریک از عوامل از روش پیشنهادی دالالا استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از رویکردهای ترکیبی تصمیم‌گیری چندمعیاره در یافته‌های پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱: توصیف جمعیت شناختی مشارکت کنندگان

بخش	جنسیت	تعداد	سطح تحصیلات	تعداد	حوزه‌ی فعالیت	تعداد	سابقه‌ی فعالیت در فن تک	تعداد
بخش کیفی	زن	۵	کارشناسی	۱	پرداخت	۴	۵ سال ≤	۹
					اینشور تک	۲		
					ولت تک	۱		
		۱۰	کارشناسی ارشد	۱	رمز نگاری ارز	۱		
بخش کمی	مرد	۹	دکترای تخصصی	۳	بانکداری	۱	بین ۶ تا ۱۰ سال	۵
					مدیریت مالی	۱		
						تامین مالی جمعی	۱	
						امنیت	۱	
					آموزش و نظارت	۲		
	زن	۳	کارشناسی ارشد	۴	آموزش و نظارت	۹	۵ سال ≤	۸
	مرد	۱۳	دکترای تخصصی	۱۲	پژوهش	۷	بین ۶ تا ۱۰ سال	۸

داده شده‌اند. جدول ۳ نشان می‌دهد که ۲۵ کد اولیه پژوهش می‌تواند در قالب شش مقوله دسته‌بندی شود.

جدول ۳: مقوله‌بندی داده‌ها

مقولات	کدهای اولیه
	توسعه‌ی سند باکس‌ها برای پیشرفت کسب و کارها
	نظارت واحد و متمرکز
حمایت نهادهای	داشتن همگرایی و همسویی فکری
ناظر	موضع‌گیری شفاف در قبال فین تک‌ها
(رگولاتورها)	بومی سازی دستورالعمل‌ها
	پشتیبانی آموزشی
	بسترسازی برای همکاری با کسب و کارهای سنتی
	ایجاد تشکل‌های درونی بین کسب و کارهای نوپای فین تک
	پیشرفت سریع فناوری اطلاعات
تغییرات	لزوم حرکت بر لبه‌ی تغییرات فناورانه
تکنولوژیک	در دسترس بودن فناوری‌های روز و جدید
	بلوغ سریع‌تر فناوری‌های مالی
	تغییر سلاقی و عادات مصرف‌کنندگان
تغییرات فرهنگی	ظرفیت پذیرش نسل جدید نسبت به فناوری پیشرفته
اجتماعی	فرهنگ استفاده از فناوری اطلاعات در جامعه
	وجود سرمایه‌ی انسانی متخصص و تحصیلکرده
	افزایش سطح آگاهی و انتظارات مشتریان
	سطح اقتصادی جامعه
عوامل اقتصادی	ثبات محیط اقتصادی کشور
	سطوح پایین سلسله مراتب
ساختار سازمان	جو نوآوانه‌ی سازمان
	نیاز به انعطاف پذیری بالای کسب و کار
	تخصص و دانش پیروان
قابلیت منابع	توانایی آینده‌نگری پیروان
انسانی سازمان	رفتارهای فرصت محور پیروان

پس از اتمام فرآیند کدگذاری جهت محاسبه‌ی پایایی از مفهومی به نام ضریب توافق یا ضریب کاپا استفاده شده است. ضریب کاپا نشان دهنده‌ی میزان ثبات یا همبستگی قابل قبول در فرایند کدگذاری است. بدین منظور پس از فرایند کدگذاری از مقایسه‌ی نظر پژوهشگر با دو خبره‌ی دیگر استفاده شده است. حداقل مقدار این شاخص ۰,۶ می‌باشد و مقدار ۰,۸ نشان می‌دهد که توافق بین دو ارزیاب ایده‌آل است (محمد بیگی و همکاران، ۱۳۹۳). مطابق جدول ۴ مقدار این

دسترس بودن افراد جهت انتخاب و بودجه، پژوهش حاضر از نظر ۱۶ نفر از خبرگان فعال در حوزه‌ی فین تک‌ها استفاده کرده است.

تجزیه و تحلیل کیفی داده‌ها

با توجه به اینکه استراتژی پژوهش حاضر تحلیل محتوا می‌باشد، ابتدا می‌بایست واحدهای معنایی برآمده از پیاده سازی مصاحبه‌ها را ویرایش و سپس اقدام به کدگذاری محتوای پیاده سازی شده نمود. در پژوهش حاضر این فرایند به صورت کدگذاری و خلاصه سازی تا رسیدن به مقولات پژوهش انجام گردیده است. مطابق با نظر اوه فلیک^{۳۸} (۲۰۰۶) کدهای اولیه همان برچسب‌های معنادار است که تلخیص کننده‌ی واحدهای معنادار با فرمت کیفی می‌باشد. فرآیند کدگذاری واحدهای معنایی برآمده از دل مصاحبه مطابق جدول ۲ به صورت نمونه نشان داده شده است.

جدول ۲: کدگذاری واحدهای معنایی

کد	واحد معنایی
	به نظر من یک کارآفرین و یک رهبر واقعا نباید
تخصص	بترسه، از اینکه یک آدم قویو بیاره داخل تیم خودش، خیلی از آدم هایی که من میشناسم، شاید تو
و دانش	صحبت این حرفو نگو ولی تو عمل وقتی می‌بینیم دارند استخدام می‌کنند آدم هایو استخدام می‌کنند که
پیروان	یک جورهایی ازشون حساب ببرند
ثبات	اتفاقی که افتاده که خیلی تاثیر گذار بوده سر این
محیط	قضیه تورم بوده تا الان که خیلی شرکت ها الان
اقتصادی	خودشونو کشیدن عقب به جهت اون تورمی که
کشور	وجود داره و این تورم الان داره خودشون نشون میده

پس از کدگذاری اولیه، این کدها در قالب مفهیمی انتزاعی تر به نام مقولات طبقه بندی شده‌اند که در واقع نشان دهنده‌ی آخرین درجه‌ی انتزاع از یک مفهوم هستند. کدهای اولیه و مقولات مطابق جدول ۳ نشان

گام اول: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم

زمانی که از دیدگاه چند کارشناس استفاده می‌شود از میانگین حسابی ساده نظرات استفاده می‌شود و ماتریس ارتباط مستقیم یا X را تشکیل می‌دهیم. سپس این ماتریس تبدیل به ماتریس نرمال می‌شود.

گام دوم: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم نرمال

ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه می‌شود. بزرگترین عدد سطر و ستون k را تشکیل می‌دهد. براساس رابطه ۱ بزرگترین عدد ۱۸/۷۵ است و تمامی مقادیر جدول بر معکوس این عدد ضرب می‌شود تا ماتریس نرمال شود. ماتریس نرمال شده مطابق جدول ۵ نشان داده شده است.

(۱)

$$k = \max\{\max_{j=1}^n x_{ij}, \sum_{i=1}^n x_{ij}\}; N = \frac{1}{\max} * X$$

در رابطه‌ی ۱، k نشان دهنده‌ی بزرگترین عدد سطر و ستون است و N نیز معرف نرمال سازی ماتریس است.

گام سوم: محاسبه ماتریس ارتباط کامل

برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی (I) تشکیل می‌شود. سپس ماتریس همانی را منهای ماتریس نرمال کرده و ماتریس حاصل را معکوس می‌کنیم. در نهایت ماتریس نرمال را در ماتریس معکوس مطابق رابطه ۲ ضرب می‌کنیم. این ماتریس مطابق جدول ۶ نشان داده شده است.

(۲)

$$I = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 \end{bmatrix}; T = N \times (I - N)^{-1}$$

در رابطه‌ی ۲، I نشان دهنده‌ی ماتریس همانی و T نشان دهنده‌ی ماتریس ارتباط کامل است.

گام چهارم: نمایش نقشه روابط شبکه

برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط

شاخص با استفاده از نرم افزار spss نسخه‌ی ۲۴ در سطح معنی داری ۰،۰۰۰ مقدار ۰،۷۹۲ محاسبه شده است. بنابراین با توجه به کوچکتر بودن سطح معنی داری از مقدار ۰،۰۵ فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود که این امر نشان دهنده‌ی پایایی مناسب کدهای استخراجی است. لازم به ذکر است که از نظر جمعیت شناختی خبرگان این بخش جهت تأیید کدها هر دو مرد و از اساتید کارآفرینی و مدیریت می‌باشند که سابقه‌ی فعالیت بالای پنج سال را در کسب و کارهای نوپا و رگولاتوری فین تک‌ها دارند.

جدول ۴: خروجی ضریب توافق (کاپا)

مقدار	خطای استاندارد	T تقریبی	معناداری
مقدار توافق (کاپا)	۰،۹۰	۸،۷۴۱	۰،۰۰۰
تعداد موارد معتبر		۱۲۰	

تجزیه و تحلیل کمی داده‌ها

جهت رتبه بندی مقولات بدست آمده از بخش کیفی از تکنیک دیمتل استفاده شده است. بدین منظور پرسشنامه بر اساس ۶ مقوله‌ی بدست آمده از بخش کیفی بین ۱۶ خبره دانشگاهی که مسلط به مباحث کسب و کارهای نوپا و فین تک بوده‌اند توزیع شده است. بر این اساس نخستین گام محاسبه روابط درونی معیارهای اصلی است. جهت انعکاس روابط درونی میان معیارهای اصلی در تکنیک دیمتل متخصصان قادرند با تسلط بیشتری به بیان نظرات خود در رابطه با اثرات (جهت و شدت اثرات) میان عوامل بپردازند. لازم به ذکر است که ماتریس حاصله از تکنیک دیمتل (ماتریس ارتباطات داخلی)، هم رابطه علی و معلولی بین عوامل را نشان می‌دهد و هم اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها را نمایش می‌دهد. جهت شناسایی روابط علی و رتبه‌بندی عوامل حصا شده از بخش کیفی گام‌های انجام شده است که در ادامه به آن اشاره می‌شود.

جدول ۵: ماتریس نرمال شده (N) معیارهای اصلی

N	حمایت رگولاتورها	تغییرات تکنولوژیک	عوامل اقتصادی	تغییرات فرهنگی و اجتماعی	ساختار سازمان	قابلیت منابع انسانی
حمایت رگولاتورها	۰,۰۰۰	۰,۲۰۰	۰,۱۹۳	۰,۱۸۷	۰,۰۴۰	۰,۰۴۰
تغییرات تکنولوژیک	۰,۱۶۷	۰,۰۰۰	۰,۲۱۳	۰,۱۷۳	۰,۰۳۳	۰,۰۳۳
عوامل اقتصادی	۰,۲۱۳	۰,۲۰۰	۰,۰۰۰	۰,۲۰۰	۰,۱۹۳	۰,۱۸۷
تغییرات فرهنگی و اجتماعی	۰,۱۳۳	۰,۱۲۰	۰,۱۹۳	۰,۰۰۰	۰,۱۵۳	۰,۱۳۳
ساختار سازمان	۰,۰۴۰	۰,۰۴۰	۰,۲۰۰	۰,۱۹۳	۰,۰۰۰	۰,۲۱۳
قابلیت منابع انسانی	۰,۰۴۰	۰,۰۴۰	۰,۲۰۰	۰,۱۲۰	۰,۲۱۳	۰,۰۰۰

جدول ۶: ماتریس ارتباط کامل (T) معیارهای اصلی

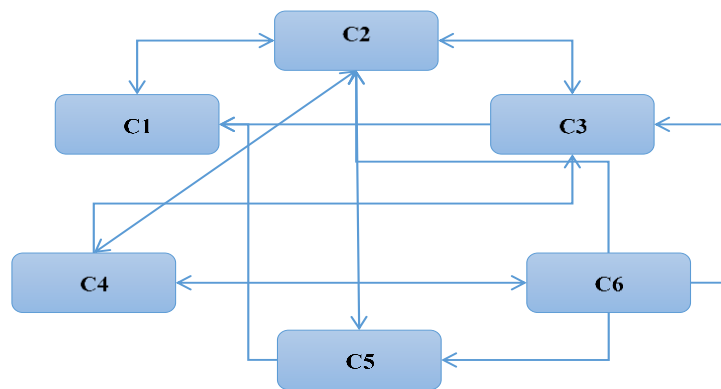
T	حمایت رگولاتورها	تغییرات تکنولوژیک	عوامل اقتصادی	تغییرات فرهنگی و اجتماعی	ساختار سازمان	قابلیت منابع انسانی
حمایت رگولاتورها	۰,۳۰۳	۰,۴۷۰	۰,۵۸۹	۰,۵۴۶	۰,۳۳۴	۰,۳۲۲
تغییرات تکنولوژیک	۰,۴۳۵	۰,۲۹۲	۰,۵۸۵	۰,۵۲۱	۰,۳۱۹	۰,۳۰۷
عوامل اقتصادی	۰,۵۷۲	۰,۵۶۲	۰,۵۹۲	۰,۷۰۰	۰,۵۷۵	۰,۵۵۵
تغییرات فرهنگی و اجتماعی	۰,۴۲۸	۰,۴۱۷	۰,۶۲۶	۰,۴۱۹	۰,۴۶۳	۰,۴۳۶
ساختار سازمان	۰,۳۳۲	۰,۳۲۸	۰,۶۰۸	۰,۵۵۸	۰,۳۳۳	۰,۴۹۶
قابلیت منابع انسانی	۰,۳۰۶	۰,۳۰۳	۰,۵۷۰	۰,۴۷۲	۰,۴۸۱	۰,۲۹۴

که کوچکتر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. در این مطالعه ارزش آستانه برابر $0/457$ بدست آمده است. بنابراین الگوی روابط معنی دار به صورت جدول ۷ نشان داده شده است.

جزئی صرف نظر کرده و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر باشد در NRM نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T

جدول ۷: الگوی روابط معنی دار معیارهای اصلی مدل

T	حمایت رگولاتورها	تغییرات تکنولوژیک	عوامل اقتصادی	تغییرات فرهنگی و اجتماعی	ساختار سازمان	قابلیت منابع انسانی
حمایت رگولاتورها	×	۰,۴۷۰	۰,۵۸۹	۰,۵۴۶	×	×
تغییرات تکنولوژیک	×	×	۰,۵۸۵	۰,۵۲۱	×	×
عوامل اقتصادی	۰,۵۷۲	۰,۵۶۲	۰,۵۹۲	۰,۷۰۰	۰,۵۷۵	۰,۵۵۵
تغییرات فرهنگی و اجتماعی	×	×	۰,۶۲۶	×	۰,۴۶۳	×
ساختار سازمان	×	×	۰,۶۰۸	۰,۵۵۸	×	۰,۴۹۶
قابلیت منابع انسانی	×	×	۰,۵۷۰	۰,۴۷۲	۰,۴۸۱	×



شکل ۲: الگوی روابط درونی معیارهای اصلی مدل

عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر هرچه مقدار $D+R$ عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. براین اساس معیار عوامل اقتصادی بیشترین تعامل را با سایر معیارهای مورد مطالعه دارد.

بنابراین می‌توان به ترتیب حمایت رگولاتورها (C1)، تغییرات تکنولوژیک (C2)، عوامل اقتصادی (C3)، تغییرات فرهنگی و اجتماعی (C4)، ساختار سازمان (C5) و قابلیت منابع انسانی (C6)، الگوی روابط خوشه‌ای را به صورت شکل ۲ نشان داد.

جدول ۸ نشان دهنده‌ی جمع عناصر هر سطر (D) می‌باشد و بیان‌کننده‌ی میزان تاثیرگذاری آن معیار بر سایر معیارها است. معیار عوامل اقتصادی از بیشترین تاثیرگذاری برخوردار است. معیارهای تغییرات فرهنگی و اجتماعی، ساختار سازمان، تغییرات تکنولوژیک و قابلیت منابع انسانی نیز در درجات بعدی تاثیرگذاری قرار دارند. جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن معیار بر سایر معیارها است. در اینجا نیز عوامل اقتصادی از میزان تاثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار است. معیار حمایت رگولاتورها کمترین تاثیرپذیری را از سایر معیارها دارد. بردار افقی $(D+R)$ ، میزان تاثیر و تاثر

با توجه به الگوی روابط می‌توان نمودار علی را مطابق شکل ۲ ترسیم کرد.

گام پنجم: تعیین وزن عوامل

تکنیک دالالا روشی برای تعیین وزن یا درجه اهمیت شاخص‌ها (معیارها) در تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره است (دالالا و همکاران^{۳۹}، ۲۰۱۱). در این پژوهش نیز برای تعیین وزن عوامل شش گانه موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک از تکنیک نامبرده استفاده شده است. در واقع وزن هر معیار چنین بدست می‌آید که نتایج علی و معلولی

جدول ۸: الگوی روابط علی معیارهای اصلی مدل

عناصر مدل	D	R	D+R	D-R
C1 حمایت رگولاتورها	۲,۵۶۳	۲,۳۷۵	۴,۹۳۸	۰,۱۸۷
C2 تغییرات تکنولوژیک	۲,۴۵۸	۲,۳۷۱	۴,۸۳۰	۰,۰۸۷
C3 عوامل اقتصادی	۳,۵۵۶	۳,۵۷۰	۷,۱۲۵	-۰,۰۱۴
C4 تغییرات فرهنگی و اجتماعی	۲,۷۸۸	۳,۲۱۵	۶,۰۰۳	-۰,۴۲۷
C5 ساختار سازمان	۲,۶۵۵	۲,۵۰۵	۵,۱۶۰	۰,۱۵۱
C6 قابلیت منابع انسانی	۲,۴۲۶	۲,۴۱۰	۴,۸۳۶	۰,۰۱۶

جدول ۹: شاخص‌های اصلی و زیر معیارهای مربوط

رتبه	Wn	W	D-R	D+R	عناصر مدل
۴	۰,۱۵۰	۴,۹۴۲	۰,۰۳۵	۲۴,۳۸۶	C1 حمایت رگولاتورها
۶	۰,۱۴۶	۴,۸۳۱	۰,۰۰۸	۲۳,۳۲۷	C2 تغییرات تکنولوژیک
۱	۰,۲۱۶	۷,۱۲۵	۰,۰۰۰	۵۰,۷۷۰	C3 عوامل اقتصادی
۲	۰,۱۸۳	۶,۰۱۸	۰,۱۸۲	۳۶,۰۴۰	C4 تغییرات فرهنگی و اجتماعی
۳	۰,۱۵۷	۵,۱۶۲	۰,۰۲۳	۲۶,۶۲۵	C5 ساختار سازمان
۵	۰,۱۴۷	۴,۸۳۶	۰,۰۰۰	۲۳,۳۹۱	C6 قابلیت منابع انسانی
	۱,۰۰۰	۳۲,۹۱۵			جمع کل

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر در راستای شناسایی و رتبه‌بندی عوامل تاثیرگذار بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک با رویکردی آمیخته (کیفی-کمی) انجام گرفته‌است. بدین منظور جهت شناسایی عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در بستر کسب و کارهای نوپای فین تک مصاحبه‌ای نیمه ساختار یافته با خبرگان و فعالان این حوزه انجام شده است و سپس جهت رتبه بندی این عوامل پرسشنامه ای در اختیار ۱۶ خبره دانشگاهی که مسلط به مباحث رهبری کارآفرینانه و کسب و کارهای نوپا و بستر فین تک بوده‌اند قرار گرفت و با استفاده از تکنیک دیمتل اقدام به رتبه بندی این عوامل شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که از میان عوامل تاثیر گذار بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک، عوامل اقتصادی بیشترین درجه‌ی اهمیت را داراست. در واقع این عامل طبق نظر خبرگان می‌تواند موثرترین عامل بر سبک رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک باشد. در پژوهش حاضر این مقوله در برگیرنده‌ی سطح اقتصادی جامعه و ثبات محیط اقتصادی کشور است. با توجه به اینکه سازوکار فین تک‌ها در حوزه‌ی خدمات مالی است می‌تواند بیشترین رابطه را با عوامل اقتصادی داشته باشد. یافته‌های این پژوهش منطبق با یافته‌های پژوهش محقر و همکاران (۱۳۹۸) در حوزه‌ی تحول فناورانه‌ی در بخش خدمات مالی است که این تحول

بدست آمده از روش دیمتل را به توان دو رسانده با هم جمع می‌کنیم و از حاصل آن جذر می‌گیریم. این فرمول‌ها در قالب رابطه‌ی ۳ و ۴ نشان داده شده است.

(۳)

$$W_i = \{(D_i + R_i)^2 + (D_i - R_i)^2\}^{1/2}$$

در رابطه‌ی ۳، W_i معرف وزن روش دالالا، $D_i + R_i$ نشان دهنده‌ی جمع عناصر هر سطر و ستون و $D_i - R_i$ نیز نشان دهنده‌ی مقدار تفاوت عناصر سطر و ستون می‌باشد.

(۴)

$$W_n = \frac{W_i}{\sum W_i}$$

در رابطه ۴ W_n وزن نرمال شده روش دالالا می‌باشد. نتایج حاصل از محاسبه وزن عوامل در جدول ارائه شده است.

بنابراین عوامل اقتصادی با وزن ۰/۲۱۶ از بیشترین اهمیت برخوردار است. تغییرات فرهنگی و اجتماعی با وزن ۰/۱۸۳ در اولویت دوم است. ساختار سازمان با وزن ۰/۱۵۷ در رتبه سوم قرار دارد. حمایت رگولاتورها با وزن ۰/۱۵۰ در رتبه چهارم است. قابلیت منابع انسانی با وزن ۰/۱۴۷ در رتبه پنجم است و تغییرات تکنولوژیک با وزن ۰/۱۴۶ در رتبه ششم قرار دارد.

را وابسته به عواملی همانند وضعیت اقتصادی بخش مالی سستی می‌دانند که خود نیز نشأت گرفته از وضعیت اقتصادی کشور می‌باشد.

مطابق نظر خبرگان تغییرات فرهنگی و اجتماعی دومین عامل موثر بر رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فین تک است. تغییرات فرهنگی و اجتماعی می‌تواند شکل دهنده‌ی استفاده‌ی جامعه از فناوری‌هایی همانند فین تک باشد. پژوهش کرنی و مولنار^{۴۰} (۲۰۱۷) درباره‌ی تاثیر پدیده‌ی فین تک بر تغییرات رادیکال در بخش‌های مالی این یافته را تقویت می‌کند. مطابق نظر کرنی و مولنار (۲۰۱۷) تغییر عادات و سلايق مصرف کنندگان منجر به تغییراتی در مدل‌های کسب و کار شده است و آن‌ها را به سمت مدل‌های دیجیتالی هدایت کرده است. هم‌چنین عواملی همچون فرهنگ استفاده از فناوری اطلاعات، ظرفیت پذیرش نسل جدیدتر نسبت به استفاده از فناوری‌های جدیدتر و نیز وجود نیروهای متخصص و تحصیل‌کرده علی‌الخصوص در کشور ایران توانسته است این تغییرات فرهنگی و اجتماعی را رقم بزند و تعداد این کسب و کارهای فعال در حوزی فناوری مالی را علی‌الخصوص در کشور ایران افزایش دهد. پس از تغییرات فرهنگی و اجتماعی ساختار کسب و کارهای نوپای فین تک می‌تواند عامل موثری بر تعیین سبک رهبری کارآفرینانه در این کسب و کارها باشد. با توجه به بستری که کسب و کارهای نوپا در آن فعالیت می‌کنند نیاز به تصمیم‌گیری سریع‌تر و انعطاف بیشتری دارند و دارای سطوح سلسله مراتب پایین‌تر و سطوح کمتری هستند (فوربس^{۴۱}، ۲۰۰۵)، که این امر به نوبه خود می‌تواند بر سبک رهبری کارآفرینانه رهبران کسب و کارهای نوپا تاثیرگذار باشد.

پس از ساختار سازمان، حمایت رگولاتورها، قابلیت منابع انسانی و تغییرات تکنولوژیک از نظر خبرگان به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا ششم قرار

گرفته‌اند. کسب و کارهایی که در اکوسیستم فین تک قرار می‌گیرند از یک سو با نهادهای ناظر که شامل بانک مرکزی، شورای عالی بیمه و شورای عالی بورس در ارتباطند و از سوی دیگر در سطحی کلان‌تر تصمیمات حاکمیت می‌تواند بر تحول فناورانه آن‌ها نقش موثری را ایفا کند (محققر و همکاران، ۱۳۹۸). مطابق نظریه‌ی نهادی یکی از مهمترین وظایف نهادها که شکل دهنده‌ی مجموعه‌ای از قوانین سیاسی، اجتماعی و قانونی است که پایه و اساسی را برای مبادلات و تولیدات فراهم می‌کنند، تسهیل‌گری برای کسب و کارها و سازمان‌هاست (پنگ^{۴۲}، ۲۰۰۲) و می‌توانند تعیین‌کننده‌ی سبک رهبری کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپا باشد. علاوه بر این موارد، با نگاهی دقیق‌تر به ساختار کسب و کارهای نوپای فین تک می‌توان گفت که با توجه به لزوم به‌کارگیری فناوری اطلاعات در این کسب و کارها نیاز به منابع انسانی دانشی در این کسب و کارها به شدت نیاز است. این منابع می‌توانند با دانش و دیدگاه خود بر رفتارهای رهبران کارآفرین تاثیرگذار باشند. هم‌چنین، با توجه به لزوم بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته در مدل کسب و کارهای نوپای فین تک به کارگیری نوآوری‌های تکنولوژیک و حرکت بر لبه‌ی تغییرات فناورانه می‌تواند تغییرات و تحولاتی را در ساختار این کسب و کارها ایفا نماید (گامبر و همکاران^{۴۳}، ۲۰۱۷)، و این امر با سیاست‌گذاری مناسب رهبران کارآفرین برای انطباق با این تغییرات که ضامن رشد و بقای شرکت است، اتفاق می‌افتد. یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند برای کارآفرینان و فعالان حوزه‌ی کسب و کارهای فین تک در رابطه با در نظر گرفتن عواملی که می‌تواند بر سبک رهبری کارآفرینانه آن‌ها تاثیرگذار باشد، مفید واقع شود. با توجه به اینکه پژوهش حاضر در قالب رویکردی اکتشافانه عوامل موثر بر رهبری کارآفرینانه را استخراج کرده‌است. به منظور افزایش قابلیت تعمیم نتایج پژوهش حاضر به پژوهشگران جهت

- Creswell, J.W. (2014), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, SAGE Publications, Inc.
- Cunningham, J.B. and Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 29, 45-61.
- Dalalah, D., Hayajneh, M. & Batieha, F. (2011). A fuzzy multi-criteria decision making model for supplier selection. *Expert systems with applications*, 38(7), 8384-8391.
- Ensley, M. D., Pearce, C. L., & Hmieleski, K. M. (2006). The moderating effect of environmental dynamism on the relationship between entrepreneur leadership behavior and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 243-263.
- Flick, U. (2006). *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd; 3rd edition (January 1, 1705).
- Forbes, D. P. (2005). Managerial Determinant of Decision Speed In New Ventures, *Strat. Mgmt. J.*, 26, 355-366.
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., Weber, B. W. (2017). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption and Transformation in Financial Services, *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220-265.
- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: Developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 241-260.
- Harrison, C., Burnard, K., & Paul, S. (2018). Entrepreneurial leadership in a developing economy: a skill-based analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 521-548.
- Huang, S., Ding, D., & Chen, Z. (2014). Entrepreneurial leadership and performance in chinese new ventures: A moderated mediation model of exploratory innovation, exploitative innovation and environmental dynamism. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 453-471.
- Kerényi, Á., & Molnár, J. (2017). The Impact of the Fintech Phenomenon - Radical Change Occurs in the Financial Sector? *Hitelintézet* Szemle, 16(3), 32-50.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Mumford, M. D. ., Scott, G. M. ., Gaddis, B., & Strange, J. M. S. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and انجام تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود تا میزان تاثیر عوامل احصا شده را در یک نمونه‌ی آماری و در قالب رویکردی کمی و قیاسی مورد مطالعه قرار دهند.
- منابع و مأخذ**
- شورینی، خلیلی. (۱۳۸۹). روش‌های پژوهش آمیخته (با تاکید بر بومی سازی). تهران، انتشارات یادواره کتاب.
- ضیایی، محمود؛ محمود زاده، سید مجتبی؛ شاهی، طاهره. (۱۳۹۶). اولویت بندی عوامل موثر بر پساد سازی مدیریت زنجیره تامین سبز در صنعت گردشگری، فصلنامه جغرافیا و توسعه، (۱۵) ۴۶-۳۴-۱۹.
- محمد بیگی، ابولفضل، محمد صالحی، نرگس، علی گل، محمد. (۱۳۹۳). روایی و پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آنها در پژوهش‌های کاربردی در سلامت. مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، ۱۳(۱۲)، ۱۱۵۳-۱۱۷۰.
- محقق، علی، ثقفی، فاطمه، مختارزاده، نیما، آزادگان‌مهر، ماندانا. (۱۳۹۸). پیش بینی الگوی تحول فناورانه در بخش خدمات مالی ایران بر مبنای رویکرد چند سطحی به گذار. فصلنامه سیاست علم و فناوری، ۱۱(۴)، ۷۷-۹۸.
- مرادی، شیوا، نادری، نادر، دل‌انگیزان، سهراب. (۱۳۹۸). بررسی فرایند توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران؛ با تاکید بر عوامل و موانع پیش‌رو. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۳(۱)، ۱۴۰-۱۲۱.
- معصومی، احسان، زمانی، غلامحسین. (۱۳۹۶). تاثیر ویژگی های فردی، حرفه ای و هوش هیجانی بر رهبری کارآفرینانه دهیاران روستایی. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۳(۱)، ۳۳-۴۶.
- نیومن، ویلیام لارنس. (۱۳۹۰). روش‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کمی و کیفی. ترجمه‌ی فقیهی و آغاز، جلد دوم، انتشارات ترمه.

- ¹⁶ Bass
- ¹⁷ Kirzner
- ¹⁸ Shaver and Scott
- ¹⁹ Ensley and Hmielsky
- ²⁰ Shane and Venkataraman
- ²¹ Renko et al.
- ²² Comtingham and Hischeron
- ²³ Simba and Tai
- ²⁴ Harrison et al.
- ²⁵ Digital Banking
- ²⁶ Pay Pal
- ²⁷ Puschmann
- ²⁸ Hype Cycle
- ²⁹ Gartner
- ³⁰ Global Innovation Index
- ³¹ راه پرداخت بخشی از فعالیت‌های رسانه‌ای موسسه شبکه عصر تراکتش است و از پر مخاطب‌ترین رسانه‌های فین‌تک ایران می‌باشد.
- ³² Creswell
- ³³ Neuman
- ³⁴ Saturation
- ³⁵ Saunders et al.
- ³⁶ Tersin and Rigs
- ³⁷ Beridi
- ³⁸ Uwe Flick
- ³⁹ Dalalah et al.
- ⁴⁰ Kerényi and Molnár
- ⁴¹ Forbes
- ⁴² Peng
- ⁴³ Gomber et al.
- relationships. *The Leadership Quarterly*, 13, 705–750.
- Patterson, N., Mavin, S., Turner, J., Patterson, N., Mavin, S., Turner, J. (2012). Unsettling the gender binary: experiences of gender in entrepreneurial leadership and implications for HRD. *European Journal of Training and Development*, 36(7), 687–711.
- Peng, M.W. (2002). Towards an Institution-Based View of Business Strategy. *Asia Pacific Journal of Management* 19, 251–267.
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59(1), 69–76.
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54–74.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T. et al. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Qual Quant* 52,1893–1907.
- Scheepers, C. B., & Storm, C. P. (2019). Authentic leadership's influence on ambidexterity with mediators in the South African context. *European Business Review*, 31(3), 352–378.
- Simba, A., & Thai, M. T. T. (2018). Advancing Entrepreneurial Leadership as a Practice in MSME Management and Development. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 397–416.
- Shepherd, D. A. ., Douglas, E. J. ., & Shanley, M. (2000). New Venture Survival: ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing*, 15,393–410.
- wamy, N., and Swamy, D. R. (2014), Leadership styles, *Advances In Management*, 7(2): 57-62.
- Zaech, S., & Baldegger, U. (2017). Leadership in Startups. *International Small Business Journal*, 35(2):157–177.

یادداشت‌ها

- ¹ Huang et al.
- ² Schumpeter
- ³ Entrepreneurial Orientation
- ⁴ Kovin and Slevin
- ⁵ Miller
- ⁶ Entrepreneurial Management
- ⁷ Stevenson
- ⁸ Gupta
- ⁹ Mumford et al
- ¹⁰ Zaech and Baldegger
- ¹¹ Timmons
- ¹² Shepherd et al
- ¹³ Peterson et al
- ¹⁴ Wofford and Liska
- ¹⁵ Sims and Manz