



فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
دوره ۱۳ / شماره ۴ (پیاپی ۵۲) / زمستان ۱۴۰۳
صفحه ۳۳۳ تا ۳۴۸

ارائه مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبنتی بر نقش توانمندساز فینتک

سهیل غیاثی طبری

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.
s.gheyasi@ikco.ir

سید علیرضا میر عرب بایگی

استاد یار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران. (نویسنده مسئول)
Mirarab_alireza@yahoo.com

هدی همتی

استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.
Hemmati.hoda@gmail.com

صابر خندان علمداری

استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.
sabersum@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۴

چکیده

هدف این پژوهش ارائه مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک، است. در این تحقیق با استفاده از روش هدفمند قضاوتی، از نظرات ۲۵ نفر مدیران و کارشناسان شرکت های کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو، مستقر در استان تهران و همچنین اساتید دانشگاه استفاده گردید. فرایند تجزیه و تحلیل داده ها در دو مرحله شناسایی مولفه های مدل از طریق ابزار مصاحبه و با استفاده از روش تحلیل مضمون و نیز غربالگری مولفه ها از طریق ابزار پرسشنامه و روش دلفی فازی انجام شد. با توجه به یافته های تحقیق در مرحله شناسایی مولفه ها با استفاده از تحلیل مضمون و در طی مرحله آشنایی با داده ها، ۸۷ مورد از شواهد گفتاری شناسایی شده از متن مصاحبه ها در قالب ۴۷ کد اولیه، ۱۲ تم فرعی و سپس، یک تم اصلی دسته بندی شدند. در مرحله دلفی نیز تمام مولفه به تایید خبرگان رسید و در نهایت الگوی تحقیق رسم شد. نتایج تحقیق نشان داد مدل نهایی تحقیق شامل ۱۲ بُعد اصلی فرآیندهای خلق ارزش؛ شراکت ها و همکاری ها؛ پیشنهادات؛ فرآیندهای تحویل ارزش؛ مکانیزم های درآمد؛ مشتریان هدف؛ مزایای کلی؛ گزاره های ارزش؛ ارزش برای شرکت؛ ارزش برای مشتریان؛ ساختار هزینه و گزینه های تأمین مالی است. **واژه های کلیدی:** مدل کسب و کار مدور، شرکت های کوچک و متوسط، فینتک، صنعت خودرو.

۱- مقدمه

بحث در مورد اقتصاد مدور در سال‌های اخیر رشد کرده و توجه بسیاری از محققان و دست‌اندرکاران را به خود جلب کرده‌است. ادبیات علمی در مورد اقتصاد مدور از طریق تحقیقات انجام‌شده در خارج از نظریه‌های مدیریتی و سازمانی توسعه یافته است (گنوسه و پانسرا^۱، ۲۰۲۱). اقتصاد مدور ادعا می‌کند که تغییرات عمیقی در مدل‌های کسب‌وکار شرکت‌ها برای گزاره ارزش جدید و مزیت رقابتی ایجاد کرده‌است (زوکچلا و پرویتالی^۲، ۲۰۱۹).

به طور خاص، رقابت شرکت‌ها در چنین سناریویی، به طور پیوسته بر مدل‌های کسب‌وکار الهام‌گرفته از اصول پایداری و همچنین مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی تمرکز دارد (گیسدورفر و دیگران^۳، ۲۰۱۷). بنابراین، شرکت‌ها ملزم به تطبیق شبکه ارزش خود، ساختار سازمانی، رابطه با شرکای زنجیره تامین و گزاره ارزش به سمت مشتریان برای طراحی یک مدل کسب‌وکار هستند که اصول اقتصاد مدور را در عمل مورد توجه قرار می‌دهد. در همین رابطه، استروالدر و پیگنور (۲۰۱۰) با هدف معرفی روشی استاندارد برای طراحی مدل‌های کسب و کار، چنین چارچوبی را برای نشان دادن بهتر استراتژی و ساختار کسب و کار سازمان، ایجاد کرده‌اند که می‌تواند به راحتی از طریق یک طراحی ناب و معنی دار با ذینفعان ارتباط برقرار کند. چنین چارچوبی همچنین توسط مراکز رشد آکادمیک و انجمن‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در سراسر جهان توصیه می‌شود. بوم مدل کسب‌وکار در نه عنصر شرکای کلیدی، فعالیت‌های کلیدی، منابع کلیدی، ارزش پیشنهادی (گزاره ارزشی)، روابط مشتری، بخش‌های مشتری، ساختار هزینه، جریان درآمد و با توجه به عوامل اصلی که نشان دهنده پویایی کسب و کار در فرآیندهای ارزش‌آفرینی است، سازماندهی شده‌است (استروالدر و پیگنور، ۱۳۹۸). بر این اساس، طرح‌های بوم مدل کسب‌وکار، در یک چارچوب خاص، نه تنها به نیروهای داخلی کسب و کار و عملیات مرتبط است، بلکه برخی از عوامل خارجی که تحت تاثیر فعالیت‌های کسب و کار قرار می‌گیرد را نیز شامل می‌شود (برای مثال، مشتریان و شرکا). همچنین کسب‌وکارها را قادر می‌سازد که به طور همزمان هر یک از عناصر کسب و کار را به صورت جداگانه و کلی در نظر بگیرند (ترمه و برنگل-میرابنت^۴، ۲۰۱۲). با این حال، ادبیات موجود به طور پراکنده

توضیح داده‌اند که چگونه شرکت‌ها، مدل بومی کسب‌وکار خود را براساس اصول اقتصاد مدور طراحی کنند. براین اساس، بخش‌ها یا بلوک‌های سازنده دیگری را علاوه بر عناصر پیشنهادی اوستروالدر و پیگنور (۲۰۱۰) بیان نمودند که عبارتند از فرآیندهای خلق ارزش؛ شراکت‌ها و همکاری‌ها؛ پیشنهادات؛ فرآیندهای تحویل ارزش؛ مکانیزم‌های درآمد؛ مشتریان هدف؛ مزایای کلی؛ گزاره‌های ارزش؛ ارزش برای شرکا؛ ارزش برای مشتریان؛ ساختار هزینه و گزینه‌های تأمین مالی (بیلوسلاو و دیگران^۵، ۲۰۱۸). بنابراین، زمینه مناسبی برای تحقیقات بیشتر در حوزه اقتصاد مدور و مدل کسب و کار وجود دارد. همچنین، محققان بسیاری خواهان بررسی عمیق‌تر نقش اقتصاد مدور در طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌ها شده‌اند (مانند: فراکاسکیه و دیگران^۶، ۲۰۱۹؛ لودک-فراند و دیگران^۷، ۲۰۱۹). اخیراً نیز، پیرونی و دیگران^۸، (۲۰۲۱)، چارچوبی جامع برای طراحی مدل کسب و کار مدور ارائه نمودند که در پژوهش حاضر از این چهارچوب استفاده خواهد شد.

از سویی دیگر، اقتصاد مدور، مربوط به تولید، مصرف کالاها و خدمات و تامین پول براساس اصول عدم تولید زباله و آلودگی، حفظ محصولات و مواد مورد استفاده و بازسازی سیستم‌های طبیعی است (مورای و دیگران^۹، ۲۰۱۷؛ اسچلزه^{۱۰}، ۲۰۱۶). با این حال، سهم شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل موانعی مانند موانع سازمانی، اندازه سازمانی آن‌ها و کمبود منابع مالی، انسانی یا فنی محدود شده‌است (بارتولاکی و دیگران^{۱۱}، ۲۰۲۰). علاوه بر این، با وجود اثرات مثبت مربوط به اتخاذ شیوه‌های اقتصاد مدور (چن و یانگ^{۱۲}، ۲۰۱۹)، چنین مزایایی نامشخص بوده و اغلب در بلندمدت قابل‌دستیابی هستند که متعهد شدن به سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز را برای شرکت‌های کوچک و متوسط دشوارتر می‌سازد (بارتولاکی و دیگران، ۲۰۲۰). بنابراین درک و ایجاد انگیزه جهت انتقال شرکت‌های کوچک و متوسط به اقتصاد مدور، به تعادل بین مزایای بلندمدت و منافع کوتاه‌مدت برای دستیابی به بازده‌های مالی کافی، نیاز دارد (سلاوینسکی و بانسال^{۱۳}، ۲۰۱۵). در این میان، پیشرفت‌ها در فن‌آوری‌های مالی دیجیتال و هوشمند که مشخصه انقلاب صنعت ۴.۰ است می‌تواند به عنوان ابزاری برای شرکت‌های کوچک و متوسط، جهت کاهش شکاف بین مزایای کوتاه‌مدت و بلندمدت عمل کند که اجازه بهره‌برداری از پتانسیل کامل

⁸ Pironi et al

⁹ Murray et al

¹⁰ Schulze

¹¹ Bartolacci et al

¹² Chen & Yang

¹³ Slawinski & Bansal

¹ Genovese & Pansera

² Zucchella & Previtali

³ Geissdoerfer et al

⁴ Trimi & Berbegal-Mirabent

⁵ Biloslavo et al

⁶ Fraccascia et al

⁷ Ludeke-Freund et al

صنعت ۴۰٪ و تاثیر آن بر اقتصادهای مدور را می‌دهد (لوتها و دیگران^۱، ۲۰۲۰).

مطالعات قبلی وجود ارتباط بین اقتصاد مدور و دیجیتالی سازی مرتبط با توسعه ابزارهای تکنولوژیکی جدید برای حمایت از توسعه هم‌زیستی صنعتی بین شرکت‌های علاقه‌مند به شامل کردن شیوه‌های مدور در مدل کسب‌وکار خود را برجسته کردند (مانند: روسا و دیگران^۲، ۲۰۱۹؛ جیور و دیگران، ۲۰۱۹). یک مثال از بخش‌هایی که تحت تاثیر صنعت ۴۰٪ توسعه یافتند، که بر عرضه و تبادل پول در اقتصاد مدور تاثیر می‌گذارد، خدمات مالی در قالب فن‌آوری مالی (فین‌تک^۳) است. فنآوری‌های مالی که به اختصار فین‌تک^۴ خوانده می‌شود، نوآوری مالی با قابلیت فن‌آوری است که می‌تواند منجر به ایجاد مدل‌های تجاری جدید، برنامه‌های کاربردی، فرآیندها یا محصولات با اثر مادی مرتبط در بازارها و موسسات مالی و ارائه خدمات مالی شود (السر و دیگران^۵، ۲۰۲۱). با این حال، بررسی‌ها نشان داد، تحقیقات فعلی تا حد زیادی ارتباط بین فین‌تک و مدل‌های کسب‌وکار را به ویژه در شرکت های کوچک و متوسط و ایضا در حوزه اقتصاد مدور، نادیده گرفته‌اند. لذا، با توجه به طرح موضوع و شکاف تحقیقاتی ارائه شده در فوق، تحقیق حاضر با مطرح کردن سوال تحقیق "مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فین‌تک، چه ابعاد و مولفه‌هایی دارد؟"، به بررسی نقش توانمند ساز فین‌تک برای انتقال شرکت های کوچک و متوسط به مدل‌های کسب‌وکار مدور می‌پردازد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هدف از خلق یک مدل؛ تسهیل درک، تشریح و یا پیش بینی این موضوع است اشیاء، فرایندها و یا ساختارها در دنیای واقعی چگونه کار می‌کنند و این مهم با ساده سازی نمایش آن پدیده در قالب مدل امکان پذیر می‌گردد. در مورد مدل کسب و کار هم همین امر صدق می‌کند. این مدل درک، تشریح و پیش بینی فعالیت‌های خرید و فروش کالا یا خدمات و همچنین درآمد و هزینه یک شرکت خاص را تسهیل می‌نماید. مدل کسب و کار ترجمه راهبردهای سازمان بر روی نقشه منطبق سازمان برای کسب درآمد است. به عبارت دیگر راهبرد، مدل کسب و کار و فرآیندهای کسب و کار به موضوع مشابهی در یک سازمان، کسب درآمد به شکل پایدار، اما در سطوح متفاوت اشاره دارند (حاجی حیدری، ۱۳۹۹).

با بررسی ادبیات مدل کسب و کار به این نتیجه می‌رسیم که تعریف مشخصی برای مدل کسب و کار وجود ندارد و تعاریف ارائه شده در بعضی نقاط با یکدیگر همپوشانی داشته و تفسیر درستی از مدل کسب و کار ارائه نمی‌دهند. اگر چه اجماعی در مورد تعریف و ترکیب مفهوم مدل کسب و کار وجود ندارد، واضح است، که مدیران و پژوهشگران این مدل را به عنوان یک ساختار تحلیلی و تشریح کاربردی می‌نگرند (لامبرت^۶، ۲۰۰۳). کسب و کار موفق، کسب و کاری است که به طور فزاینده در درک چالش‌ها و فرصت‌های محیطی کوشا بوده و به سمت توسعه پایدار پیش برود (فرانکا و دیگران^۷، ۲۰۱۷). مدل کسب و کار مشخص می‌کند که یک سازمان چگونه با ذینفعان خارجی خود ارتباط برقرار کرده و همچنین چگونه نسبت به تغییرات اقتصادی محیط واکنش نشان می‌دهد به نحوی که بتواند در مورد هر یک از آن‌ها تغییرات مناسب را اعمال کند (زوت و امت^۸، ۲۰۰۷).

از سویی دیگر، مفهوم اقتصاد مدور که از مطرح شده در این تحقیق است را نمی‌توان به یک تاریخ یا نویسنده خاص نسبت داد، بلکه این مفهوم به مکتب‌های مختلف فکری مربوط می‌شود. این مفهوم از اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی روندی رو به رشد داشته است، در ابتدا بسیاری از محققان معتقدند که سیستم اقتصاد مدور ابتدا توسط پیرس و ترنر^۹ معرفی شده است؛ که چارچوب نظری خود را بر روی مطالعات قبلی اقتصاددان محیط زیست کنت بولدینگ ساختند (مورای^{۱۰} و دیگران، ۲۰۱۷). ولی این اقتصاددانان محیط زیست به عنوان بنیان‌گذاران این مفهوم در نظر گرفته نمی‌شوند. در واقع آن‌ها با تشریح چگونگی تأثیرگذاری منابع طبیعی بر اقتصاد و تأمین ورودی برای تولید و مصرف و همچنین اصلاح پسماندها، به بررسی خصوصیات خطی و باز سیستم‌های اقتصادی معاصر می‌پردازند. در واقع این امر تحت تأثیر کار بولدینگ (۱۹۶۶) است؛ که زمین را به عنوان یک سیستم بسته و دایره‌ای با ظرفیت جذب محدود توصیف می‌کند و نتیجه می‌گیرد که اقتصاد و محیط زیست باید تعادل هم‌زیستی داشته باشند (شهدکار و دیگران، ۱۴۰۰).

امروزه اقتصاد خطی در سیستم‌های صنعتی در جهان، بدون توجه به حفظ تعادل در رفاه اقتصادی و اکوسیستم‌های اجتماعی یا طبیعی، صرفاً به جریان مالی مربوط می‌شود. سیستم صنعتی به عنوان "یک منطبق عملکردی که در آن فرآیندهای فنی دگرگون کننده، مواد اولیه را به یک محصول نهایی در یک زنجیره ارزش تبدیل میکند" تعریف می‌شود. ارتودوکسی

⁶ Lambert

⁷ Franca et al

⁸ Zott and Amit

⁹ Pearce and Turner

¹⁰ Murray

¹ Luthra et al

² Rosa et al

³ Fintech

⁴ Fintech

⁵ Alaassar et al

شکل زیر تفاوت‌های دو اقتصاد مدور و خطی را نشان می‌دهد (شهدکار و دیگران، ۱۴۰۰).

با توجه به رشد تصاعدی جمعیت انسان، انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۳۰ حدود سه میلیارد نفر به صف مصرف‌کنندگان طبقه متوسط جامعه ملحق شوند. این امر منجر به رشد اقتصادی کشورهای پرجمعیتی مانند چین و هند می‌شود. به گفته شرکت مک‌کینزی، رفاه آن‌ها باعث افزایش تقاضا می‌شود و یک واکنش زنجیره‌ای عظیم در نتیجه افزایش جمعیت جهان به وجود می‌آید و به دنبال آن حجم زباله تولیدی افزایش خواهد یافت. اگر روند فعلی ادامه یابد، زمین قادر نخواهد بود تا افزایش تقاضا برای استخراج منابع را تأمین کند و پیامدهای فاجعه‌باری ایجاد می‌شود. با توجه به افزایش جمعیت و رفاه، برخی تغییرات اساسی برای کاهش تولید زباله و انتشار گازهای گلخانه‌ای ضروری خواهد بود. برای انجام این کار، باید یک تغییر قابل توجه و در عین حال مقرون به صرفه در مدل اقتصادی کنونی انجام شود به نحوی که توسط شرکت‌ها هم پذیرفته و اجرا گردد. با انجام اصلاحاتی در طراحی خط تولید صنایع مختلف، مدل‌های صنعتی جدیدی به منظور کاهش میزان تولید کربن و دیگر ضایعات به وجود آمده‌اند، اقتصاد مدور یک مدل اقتصادی صنعتی جدید است که در آن، محصولات بر اساس استفاده مجدد از مواد بازیافت‌شده و نه استخراج مواد اولیه که اساس رشد اقتصادی است، طراحی شده‌اند (قادرینا، ۱۴۰۰).

ساختارهای جدید مدیریت اطلاعات مالی با هدف ارتباط‌دادن بین خریداران و فروشندگان و تسهیل جریان اطلاعات در حال شکل‌گیری هستند. این ساختارها به صورت اتوماتیک، اطلاعات را جمع‌آوری و پردازش می‌کنند و به خریداران و فروشندگان کمک می‌کنند که تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند. این ساختارها جمع‌آوری اطلاعات و نحوه پردازش آنها را استاندارد می‌کند و این امکان را فراهم می‌کند که خریداران بتوانند فروشندگان را بهتر ارزیابی کنند. این ساختارها بر روی اجزای شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و تعاملات بین خریداران و فروشندگان و واسطه‌ها را تسهیل می‌نمایند و همچنین نحوه ارزیابی خریداران و فروشندگان را بهبود می‌بخشند (بوچاک^۳ و دیگران، ۲۰۱۸).

دنیا روی پول می‌چرخد و خدمات مالی سرعت این چرخش را تنظیم می‌کند. تحول نشأت گرفته از فین‌تک عامل هوشمندی و چابکی بیشتر صنعت مالی می‌شود و آن را قادر می‌سازد به مشکلات مهم دنیا بپردازد. به طور مثال، سرمایه‌گذاری خودکار،

اقتصادی فرض می‌کند که در انتهای این "زنجیره ارزش" ساز و کار بازار به عنوان دومین نهاد اصلی که مسئول فعالیت‌های اقتصادی است، قرار گرفته است. بازار می‌تواند به عنوان مکانیزمی ارائه شود که سیگنال‌هایی را در مورد استفاده از منابع فراهم می‌کند. تعامل بین بازار و سیستم‌های صنعتی تعیین می‌کند که چگونه منابع برای مصرف به کالا تبدیل شوند. البته سیستم‌های اقتصادی می‌توانند سیستم‌های پیچیده‌ای باشند که توسط عوامل مختلفی تشکیل شده‌اند و می‌توانند متفاوت از سیستم دولت باشند (سیمچی لوی^۱ و دیگران، ۲۰۱۳). این ساختار اساسی منجر به اصطلاح اقتصاد خطی می‌شود که برای نشان دادن مدل مرسوم "تولید-مصرف-دفع" به کار می‌رود. سازمان-ها، ورودی‌ها (منابع) را به محصولی تبدیل می‌کنند که مصرف-کنندگان در پایان عمر محصول خریداری شده، آن را دفع می-کنند (شهدکار و دیگران، ۱۴۰۰).

کل سیستم اقتصادی مبتنی بر مصرف و "فرهنگ دور ریختن" است. تخمین زده می‌شود که، اگر همه جوامع در کره زمین با متوسط سبک زندگی یک شهروند اروپایی زندگی کنند، بشریت برای حفظ تقاضای منابع برای فعالیت اقتصادی به ۲/۶ سیاره دیگر نیاز دارد (ترنر^۲، ۲۰۱۴). این جهان بینی مادی، جامعه را مشروط کرده است تا دائماً به دنبال جلب رضایت فردی با خرید بیشتر و جایگزینی محصولات، حتی قبل از تخریب آن‌ها باشد، با این تفکر که محصول جدید بهتر است. براساس داده‌های تجربی و مدل‌سازی اقتصادی، بنیاد ال‌مک آرتور (۲۰۱۳) برخی از هزینه‌های مدل خطی را تعیین می‌کند. این منبع با استناد به گزارش موسسه تحقیقات پایدار اروپا (SERI) ادعا می‌کند ۲۱ میلیارد تن مواد استفاده شده در تولید، در محصول نهایی گنجانده نمی‌شود (شهدکار و دیگران، ۱۴۰۰).

هدف از اقتصاد مدور جلوگیری از اتلاف منابع است. تولیدکنندگان محصولات قابل استفاده مجدد را طراحی می‌کنند و در صورت نیاز به محصول جدید، آن را به طور پایدار بدست می‌آورند. از این‌رو، وقتی ماده اولیه وارد چرخه می‌شود، باید چرخه تولید-استفاده-بازیافت-تولید را دنبال کند. اقتصاد مدور سودآورتر و در عین حال بی‌ضررتر برای محیط زیست است و اهداف اصلی آن شامل رشد اقتصادی پایدار، افزایش رقابت و ایجاد شغل‌های جدید می‌باشد. اقتصاد مدور نیازمند تلاش‌های مشترک کارآفرینان، محققان، صنایع، کاربران، دولت، جامعه مدنی، قانون‌گذاران است، اما بیش از همه به نوآوری نیاز دارد.

³ Buchak

¹ Simchi Levi

² Turner

یک چارچوب نظری چند سطحی مبتنی بر اقتصاد مدور و ادبیات مدیریت تغییر ایجاد نموده که ماهیت و میزان فعالیت های اقتصاد مدور، موانع و توانمندسازهای زمینه ای اتخاذ اقتصاد مدور توسط بنگاه های کوچک و متوسط در بازارهای نوظهور را نشان می دهد. کافی و دیگران^۲ (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر انتشار خدمات پرداخت فینتک توسط شرکت های کوچک و متوسط، پرداختند. یافته ها نشان می دهد که مدیران اجرایی ارشد شرکت های کوچک و متوسط، ویژگی های کسب و کار، و ویژگی های خدمات پرداخت فینتک در مجموع انتشار خدمات پرداخت فینتک را در شرکت های کوچک و متوسط غنایی تحت تاثیر قرار می دهند. بنابراین اثرات متقابل عوامل انسانی، تجاری و فن آوری انتشار خدمات پرداخت فینتک را در شرکت های کوچک و متوسط تأیید می شود. دای^۳ (۲۰۲۰)، در پژوهشی فینتک را به عنوان کاتالیزور رشد بنگاه های متوسط و کوچک سرویس هایی که به طور خاص رشد شرکت های کوچک و متوسط تسریع می کنند، بررسی نمودند. نتایج نشان داد که سرویس های مذکور شامل پلت فرم وام نظیر به نظیر (P2P)^۴، سرمایه گذاری جمعی سهام، کیف پول الکترونیکی و امور مالی شخصی هستند. مفاهیم این تحقیق شامل این است که شرکت های کوچک و متوسط با استفاده از نقش توانمندساز فینتک، چندین مزیت را تجربه می کنند، مانند اثربخشی در یافتن منابع مالی، سهولت پردازش معامله، گسترش دسترسی به بازار، و آماده سازی سریع تر گزارش های مالی. وروشوساز و شوشتری^۵ (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی ابعاد اقتصادی کسب و کارهای فینتک و ارائه الگوی گسترش آن در راستای استحکام بخشی به دفاع اقتصادی، پرداختند. مدل نهایی این تحقیق با شش مقوله شرایط علی، شرایط زمینه ای، مقوله مرکزی، شرایط مداخله گر، راهبردها و اقدامات و پیامدها ارائه شد. بر اساس این مدل، عوامل اقتصادی و اشتغالی، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مصرف کنندگان به عنوان شرایط علی، توسعه فناوری دیجیتال به عنوان شرایط زمینه ای و شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی به عنوان مقوله مرکزی استخراج شدند. علمدار یولی و دیگران^۶ (۲۰۲۰)، در پژوهشی یک مدل کسب و کار پایدار با استفاده از روش شناسی سیستم های نرم و بوم مدل کسب و کار مثلث ارزش طراحی کردند. این پژوهش، به دو هدف اصلی یعنی: شناسایی اجزاء و عوامل کلیدی تشکیل دهنده مدل کسب و کار پایدار شرکت فراسان و همچنین،

راه را برای تمام قشرهای جامعه هموار می کند تا بتوانند سرمایه گذاری کرده و بازگشت پول خود را ببینند. همچنین مردم کشورهای در حال توسعه را قادر می سازد تراکنش انجام دهند، حتی اگر حساب بانکی نداشته باشند. با این حال، صنعت فین تک فضای زیادی برای رشد و توسعه دارد و زیرساخت های مالی باید به نفع مصرف کنندگان اصلاح شود (روبینی، 1399). در ایران، امیری (۱۳۹۷) نشان داد که: (۱) ایجاد و توسعه زیرساخت های فیزیکی و نرم افزاری مورد نیاز فین تک، (۲) ایجاد و توسعه بسترهای استعدادیابی در حوزه فین تک، (۳) سیاست گذاری و تنظیم قوانین و مقررات از سوی دولت، نهادها و یا سازمان های مرتبط جهت بهبود شرایط زیست بوم و (۴) سهولت دسترسی به سرمایه برای راه اندازی و تداوم فعالیت های فین تک بر توسعه فناوری های مالی در بازار سرمایه تأثیر دارند. همچنین پورغلامعلی لیلا کوهی (۱۳۹۸) در پایان نامه خود با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری مالی در بازار سرمایه ایران» نشان داد که در رتبه بندی به روش دلفی به لحاظ تکنولوژیکی به ترتیب برتری های فنی برای فناوری، سهولت به کارگیری فناوری جدید توسط مشتریان بالقوه، در دسترس بودن منابع فنی لازم در بازار سرمایه، قابلیت تحقیق و توسعه شرکت های تجاری کننده فناوری در بازار سرمایه در اولویت می باشند. به لحاظ اجتماعی به ترتیب مورد انتظار بودن هزینه به کارگیری فناوری در بازار سرمایه و انجام یک بررسی در مراحل اولیه توسعه فناوری روی هزینه ها و منافع فناوری دارای اهمیت است. به لحاظ ساختاری به ترتیب در حال رشد بودن بازار هدف، داشتن مزیت های رقابتی پایدار در بازار سرمایه، انتخاب بازار هدف و استفاده کنندگان در بازار سرمایه، داشتن طرح کسب و کار مناسب برای فناوری، سرعت بالای تجاری شدن فناوری برای عرضه در بازار سرمایه در اولویت اند. به لحاظ شناختی به ترتیب حفاظت از سرمایه فکری در بازار سرمایه، برآورد استانداردهای مشخص و مدون برای فناوری در بازار سرمایه، وجود تناسب فرهنگی برای فناوری در بازار سرمایه و قوانین اجباری و حمایتی برای تجاری سازی فناوری در بازار سرمایه در اولویت اند. در ادامه تحقیقات مرتبط با مبحث تحقیق، خلاصه و ذکر شده است:

ملک و دیگران^۱ (۲۰۲۲)، پژوهشی را با عنوان اتخاذ اقتصاد مدور توسط بنگاه های کوچک و متوسط در بازارهای نوظهور: به سوی یک چارچوب مفهومی چند سطحی، انجام دادند. ایشان،

دهنده ها به وام گیرنده ها متصل شده و تأمین مالی پول وام ها توسط مردم و سرمایه گذاران کوچک به وام گیرنده ها رخ می دهد. وام گیرنده ها هم معمولاً افراد یا شرکت ها هستند.

⁵ Varshosaz & Shooshtari

⁶ Alamdar Youli et al

¹ Malik et al

² Coffie

³ Dai

⁴ Peer to Peer: منابع مالی وام ها، به جای اینکه به توسط یک موسسه مالی تأمین شود، توسط یک پلتفرم آنلاین (وب سایت) وام دهی همتا به همتا، وام

طراحی آن، به‌منظور کمک به ایجاد ارزش برای ذینفعان کلیدی، دست یافت. بکن و دیگران^۱ (۲۰۱۹)، در پژوهشی ابزارهای نوآوری مدل کسب‌وکار مدور را بررسی و ارزیابی کردند. این تحقیق، بر مدل کسب‌وکار دایره‌ای به عنوان یک روش جامع برای پرداختن به نوآوری کسب‌وکار تمرکز نموده است. در مرحله عملیاتی سازی اقتصاد دورانی در حال تحول، ابزارها، رویکردها و روش‌های متعددی پدیدار می‌شوند که می‌توانند نوآوری مدل کسب‌وکار دایره‌ای را پشتیبانی کنند. این تحقیق، یک مرور جامع از طریق مرور ادبیات را انجام داد و طیف در حال ظهور ابزارها، روش‌ها و رویکردهایی را بررسی نموده که بر اساس آنها، یک دستورالعمل برای توسعه ابزار آینده فراهم شود. در نهایت، یک مرور کلی از فرصت‌ها و شکاف‌ها و همچنین یک دستور کار آینده برای تحقیق و عمل ارائه می‌دهد.

روش‌شناسی

این پژوهش، از بعد هدف اکتشافی از بعد مخاطب بنیادی و از بعد زمان مقطعی است. بر مطالعات آمیخته (کیفی و کمی) مبتنی بوده و روش گردآوری داده‌ها و تحلیل در بخش کیفی، مصاحبه و تحلیل تم و در بخش کمی، پرسشنامه و دلفی فازی است. دلیل انتخاب روش تحلیل تم در این پژوهش شناسایی ایده‌های اولیه و عمیق صاحب نظران از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته برای توسعه الگوی نظریه پژوهش‌های تجربی آتی مبتنی بر یافته‌های کیفی است. همچنین، از روش دلفی فازی به این دلیل استفاده شد تا مولفه‌های شناسایی شده در مرحله کیفی (تحلیل تم)، قبل از آنکه در سازه مدل جای گیرند؛ غربالگری و به تایید خبرگان برسند. در این تحقیق جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای شناسایی ابعاد و مولفه‌های الگوی تحقیق با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت. مشارکت کنندگان در تحقیق برای انجام مصاحبه‌های عمیق و نیز پاسخ به پرسشنامه، شامل مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو، مستقر در استان تهران و همچنین اساتید دانشگاه، بودند. به منظور طراحی الگوی تحقیق در مجموع بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی از ۳ نفر از اساتید دانشگاهی و ۲۲ نفر از خبرگان اجرایی استفاده شد. خبرگان دانشگاهی ضمن داشتن مدرک دکترا در رشته‌های مرتبط با مبحث تحقیق آشنایی داشتند. خبرگان اجرایی نیز ضمن داشتن مدرک حداقل کارشناسی ارشد، دارای حداقل ۱۵ سال فعالیت در زمینه‌های مرتبط با تحقیق، بودند. در فرایند انجام مصاحبه‌ها و شیوه طراحی سوال‌ها تلاش شد قواعد

مصاحبه رعایت شود تا کیفیت و اعتبار موقعیت مصاحبه خط دار نشود. همچنین، در فرایند انجام مصاحبه‌ها و شیوه طراحی سوال‌ها تلاش شد قواعد مصاحبه رعایت شود تا کیفیت و اعتبار موقعیت مصاحبه خط دار نشود. به منظور تحلیل داده‌های مصاحبه از تحلیل تم استفاده شد. مراحل کدگذاری انجام گرفت و نهایتاً ابعاد و مولفه‌های الگوی تحقیق شناسایی شد و برای تأیید اعتبار تحلیل مصاحبه‌ها، از روش‌های باز آزمون شاخص ثبات بر اساس دیدگاه‌های مختلف به‌ویژه دیدگاه (خواستار، ۱۳۸۸) استفاده گردید. برای محاسبه پایایی باز آزمون‌های فوق از بین مصاحبه‌های انجام‌گرفته سه مصاحبه به‌عنوان نمونه انتخاب و هرکدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه (دو هفته) دوباره کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هرکدام از مصاحبه‌ها باهم مقایسه شدند. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی باهم مشابه بودند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص گردیدند. پایایی باز آزمون مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول تعیین‌شده، برابر ۸۰ درصد است که بیشتر از مقدار قابل قبول یعنی ۶۰ درصد است. همچنین، جهت تحلیل پرسشنامه‌ها نیز از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. به جهت بررسی پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه‌ها ۰/۸۱، محاسبه شد که بیشتر از مقدار ۰/۷ است و این به مفهوم تأیید پایایی است. همچنین الگوی اولیه در مرحله تعیین روابط بین اجزاء (تم اصلی، تم فرعی و کدهای اولیه) مورد مقایسه و تأیید خبرگان و اساتید دانشگاه، قرار گرفت. خلاصه‌ای از یافته‌ها برای مصاحبه‌شوندگان ارائه شد و تحلیل‌ها مورد تأیید آن‌ها قرار گرفت. همچنین همگی مصاحبه‌شوندگان درک مناسبی از الگو و اجزای آن داشتند.

یافته‌ها

شناسایی مولفه‌های مدل کسب و کار مدور شرکت‌های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک و همانگونه که در بخش روش تحقیق ذکر شد، در تحقیق حاضر به منظور جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی، از مصاحبه و جهت تحلیل از روش تحلیل تم (مضمون)، استفاده گردید. بر همین اساس و باهدف جمع‌آوری داده‌های کیفی، پس از بررسی ادبیات مرتبط با مبحث تحقیق، چارچوبی برای طرح پرسش‌های مصاحبه‌ها با خبرگان تدوین گردید. در ادامه، ۲۵ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت

¹ Bocken

خودرو، مستقر در استان تهران و همچنین اساتید دانشگاه، از طریق روش نمونه‌گیری قضاوتی، انتخاب شدند. در فاز دوم، مصاحبه‌های انجام‌شده با روش تحلیل تم استقرایی شش مرحله‌ای براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶)، کدگذاری گردید. بر این اساس و در طی مرحله آشنایی با داده‌ها، شواهد گفتاری

شناسایی شده (۸۷ مورد) از متن مصاحبه‌ها در قالب ۴۷ کد اولیه برچسب‌زنی شد. در ادامه نمونه‌ای از چگونگی انجام مراحل آشنا شدن و برچسب زنی داده‌ها، ارائه شده است. در ادامه نمونه ارائه شده است (جدول ۱).

جدول ۱. نمونه‌ای از چگونگی انجام مراحل آشنا شدن و برچسب زنی داده‌ها

آشنا شدن با داده‌ها	برچسب زنی داده‌ها (کدگذاری اولیه)
<p>مصاحبه‌شونده ۲ "زیرساخت‌هایی ایران ساخت فراهم شد تا فناوری فینتک در کشور توسعه یابد و فعالیت‌های مالی با کمک آنها هوشمندانه‌تر و کارآمدتر انجام شود. محصولاتی که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تولید شده و بازار خود را گسترش داده‌اند. این تولیدات در بخش‌ها و صنایع مختلفی مانند بانکداری، آموزش، جمع‌آوری سرمایه و مدیریت سرمایه‌گذاری کاربرد‌های فراوانی دارند. کاربران از طریق این فناوری، مدیریت و پیگیری امور خود مخصوصاً امور مالی را به راحتی انجام می‌دهند. صنعت خودرو نیز نیازمند ایجاد و ارتقا زیرساخت فناوری مالی برای یک</p>	<p>اشتراک‌گذاری خطوط تولید</p>
<p>مصاحبه‌شونده ۴ "در عصر کنونی مدیران شرکت‌ها با توجه به محدودیت‌های منابع مالی و تنگ شدن رقابت، تحت فشار فزاینده‌ای قرار دارند تا هزینه‌های عملیاتی و بهای تمام شده را کاهش دهند. لکن عملیاتی شدن روش‌های نوین تامین مالی نیازمند یاری دولت و نهادهای مالی مرتبط با آن می‌باشد. تامین مالی زنجیره تامین یا SCF یک رویکرد خلاقانه است که شرکت‌ها جهت تخصیص منابع مالی و بهینه سازی جریان‌های مالی در زنجیره تامین از آن استفاده می‌کنند. این رویکرد کاهش هزینه‌ها، افزایش سودآوری و کارایی هرچه بیشتر سازمان را به دنبال دارد و با ارائه گزینه‌های انتخابی برای پرداخت‌ها، باعث بهینه سازی نقدینگی در شبکه می‌گردد. با استفاده از تامین مالی زنجیره‌ای که مجموعه‌ای از شیوه‌ها و عملیات تامین مالی از قبیل تنزیل اسناد دریافتی، خرید دین، عاملیت، عاملیت معکوس، پرداخت تسهیلات و اوراق بهادارسازی اسناد دریافتی است، مدیریت سرمایه در گردش شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو بهبود یافته و می‌توان اکوسیستم دایره‌ای را محقق نمود..."</p>	<p>تامین مالی زنجیره‌ای</p>

در ادامه، کدهای اولیه بدست آمده مورد بررسی قرار گرفته و سپس پژوهشگر کدهایی که از نظر معنی و مفهوم به یکدیگر نزدیک هستند و به اصطلاح قرابت معنایی با یکدیگر دارند را در یک گروه فراداده و به خلق معانی و واژه‌های جدید می‌پردازد. در حقیقت پژوهشگر کدها را در قالب تم‌های فرعی دسته‌بندی می‌شوند. برای آشنایی بیشتر با چگونگی این دسته‌بندی‌ها، یک نمونه در جدول ۲ آورده شده است.

¹ Braun & Clarke

جدول ۲. نمونه ای از چگونگی انجام مرحله طبقه بندی کدهای اولیه و تشکیل تم فرعی

شواهد گفتاری (عدد داخل پرانتز نشان دهنده کد مصاحبه شونده است)	کدهای اولیه	تم فرعی
<p>- عمده تلاش تامین مالی شرکتهای معتبر کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو به شیوه B2B است که به موجب آن یک کسب و کار می تواند محصولات خود را به سایر کارخانه های خودرو سازی بفروشد (R9).</p> <p>- یکی از مزایای استفاده از تامین مالی b2b در کسب و کار این است که از ثبات بازار برخلاف نوع بیزنس به مصرف کننده (b2c) می توان لذت برد (R13).</p> <p>- کسب و کارها به ویژه شرکتهای کوچک و متوسط با خطرات ناشی از بدهی ها، بیش از حد بیگانه نیستند. از همین روی، تعداد فزاینده ای از ارائه دهندگان خدمات مالی مبتنی بر فین تک اکنون در حال تلاش برای تامین مالی به شیوه B2B هستند (R13).</p> <p>- سامانه سکوک به صورت B2B، انواع معاملات از جمله معاملات نقدی، غیرنقدی، مشروط، مدت دار و ... با کمک تنوعی از ابزارهای پرداخت الکترونیکی از قبیل کارت بانکی، کارت اعتباری، پول رمزنگاری شده، برات الکترونیکی و ... توسط واحدهای کسب و کار عضو، در بخش های مرتبط مورد استفاده قرار می گیرد (R19).</p>	<p>تامین مالی B2B</p>	
<p>- B2C از رایج ترین روشهای تامین مالی است که بنگاه از سمت خریدار و عمدتاً به شکل پیش فروش به این امر می پردازد (R1).</p> <p>- می توان با استفاده از فناوری های مالی نوین B2C را تسهیل و یا ارتقا داد. به طور مثال تامین مالی جمعی را با سازوکار فین تک به پیش برد (R7).</p>	<p>تامین مالی B2C</p>	<p>گزینه های تامین مالی</p>
<p>- اقتصاد مدور علاوه بر بخش های مشتری سنتی B2B و B2C، معاملاتی از بازار را نیز از نو شکل می دهد که بخش های تامین مالی جدیدی را ایجاد می کنند: به عنوان مثال C2C که از طریق پیدایش پلتفرم های نظیر به نظیر تامین مالی را پشتیبانی می کند (R7).</p>	<p>تامین مالی C2C</p>	
<p>- C2B نیز از جمله گزینه هایی است که در آن مصرف کنندگان، کالاها و خدمات را برای یک کسب و کار دیگر تامین و به فروش می رسانند و از این طریق نیز می توان به تامین مالی شرکتهای کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو کمک نمود (R1).</p>	<p>تامین مالی C2B</p>	
<p>- یکی از نهادهایی که به تازگی تاسیس شده و وظایف مهمی در شیوه تامین مالی زنجیره ای بر عهده دارد، نهادی است که آن را SCF Platform یا زیرساخت تامین مالی زنجیره ای می نامند. در دنیا عموماً این نهاد از سوی بانک یا فین تک ها اجرا و مدیریت می شود (R6).</p> <p>- با استفاده از تامین مالی زنجیره ای که مجموعه ای از شیوه ها و عملیات تامین مالی از قبیل تنزیل اسناد دریافتی، خرید دین، عاملیت، عاملیت معکوس، پرداخت تسهیلات و اوراق بهادار سازی اسناد دریافتی است، مدیریت سرمایه در گردش شرکتهای کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو بهبود یافته و می توان اکوسیستم دایره ای را محقق نمود (R11).</p>	<p>تامین مالی زنجیره ای</p>	

عنوان گزینه های تامین مالی، قرار می گیرند. در ادامه و با توجه به نمونه ارائه شده، کدهای اولیه در قالب دو تم فرعی و سپس، یک تم اصلی دسته بندی شدند. خلاصه نتایج نهایی پژوهش حاضر (تحلیل تم)، به جهت رعایت اختصار در

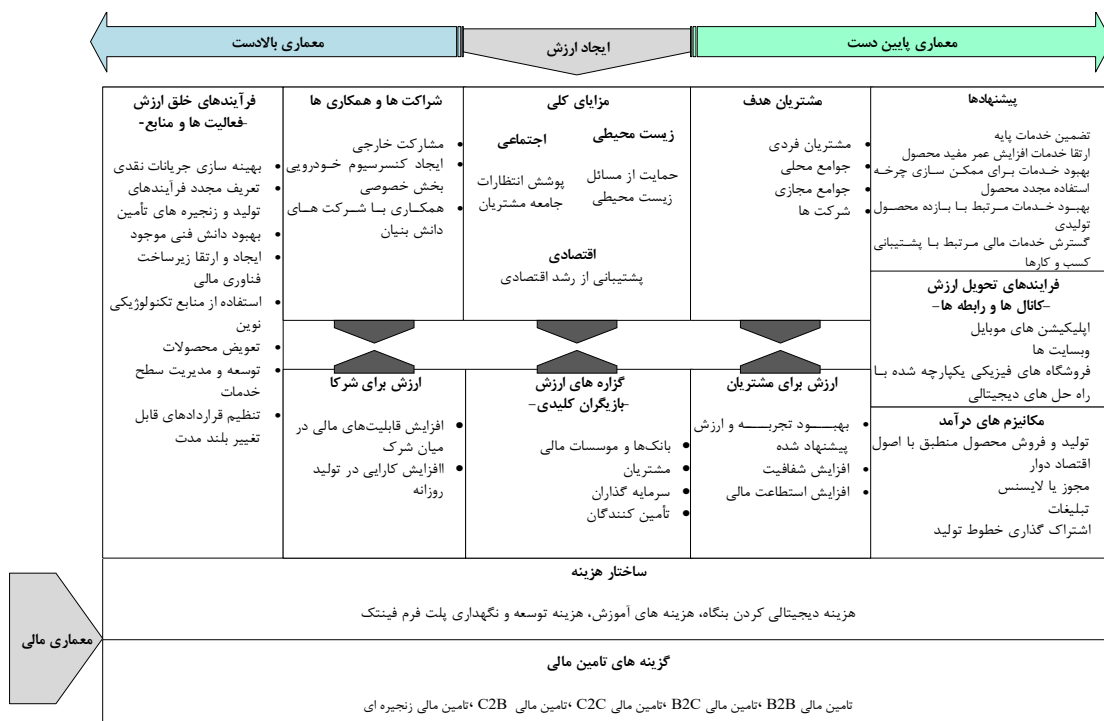
با توجه به **Error! Reference source not found.** مواردی از قبیل تامین مالی B2B، تامین مالی B2C، تامین مالی C2C، تامین مالی C2B و تامین مالی زنجیره ای، از نظر پژوهشگر قرابت معنایی بالایی با یکدیگر دارند و با توجه به شواهد گفتاری ارائه شده توسط پاسخ دهندگان، در یک دسته تحت جدول ۳، ارائه شده است.

جدول ۳- خلاصه نتایج پژوهش حاضر در بخش کیفی (تحلیل تم)

تم اصلی	تم فرعی	کد اولیه
ایجاد کسب و کار مدور مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک	فرآیندهای ارزش آفرینی: فعالیت‌های کلیدی، منابع و فرایندهای اصلی را برای ارزش آفرینی (برای مثال، تولید، ساخت و ...) فراهم می‌آورد.	بهبود سازی جریان‌های نقدی
		تعریف مجدد فرآیندهای تولید و زنجیره های تأمین
		بهبود دانش فنی موجود
		ایجاد و ارتقا زیرساخت فناوری مالی
		استفاده از منابع تکنولوژیکی نوین
		تعویض محصولات
		توسعه و مدیریت سطح خدمات
		تنظیم قراردادهای قابل تغییر بلند مدت
		مشارکت خارجی
		ایجاد کنسرسیوم خودروئی بخش خصوصی
	همکاری با شرکت‌های دانش بنیان	
	ارزش برای شرکا: مزیت‌ها در مقابل امتیازاتی که شرکا دریافت می‌کنند	افزایش قابلیت‌های مالی در میان شرکا
		افزایش کارایی در تولید روزانه
	مزایای کلی: بیانگر مزایای زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی مرتبط با کسب و کار است	حمایت از مسائل زیست محیطی
		پشتیبانی از رشد اقتصادی
		پوشش انتظارات جامعه مشتریان
	گزاره‌های ارزش: شامل بازیگران کلیدی و ذینفعات اصلی درگیر در فرآیندهای ارزش آفرینی و به طور ویژه کسانی است که اجازه و امکان فعالیت در این کسب و کار را می‌دهند (برای مثال، تأمین کنندگان، یارانه دهندگان، مالکان و غیره)؛	بانک‌ها و موسسات مالی
		مشتریان
		سرمایه گذاران
		تأمین کنندگان
	مشتریان هدف: شامل افراد یا سازمان هایی که محصول یا خدمت را دریافت می‌کنند	مشتریان فردی
		جوامع محلی
		جوامع مجازی
		شرکت ها
	ارزش برای مشتریان: مزیت‌ها در مقابل امتیازاتی که مشتری دریافت می‌کند	بهبود تجربه و ارزش پیشنهاد شده
		افزایش شفافیت
		افزایش استطاعت مالی
	پیشنهادات: لیستی از پیشنهادات مرتبط با محصول یا خدمت است که از طرف کسب و کار به مشتریان ارائه می‌شود.	تضمین خدمات پایه
		ارتقا خدمات افزایش عمر مفید محصول
		بهبود خدمات فینتک برای ممکن سازی چرخه استفاده مجدد محصول
		بهبود خدمات مرتبط با بازده محصول تولیدی
گسترش خدمات مالی مرتبط با پشتیبانی کسب و کارها		
فرآیندهای ارائه ارزش: بیانگر کانال‌ها و رابطه‌های توزیع محصول/خدمات می‌شود	اپلیکیشن های موبایل	
	وبسایت‌ها	
	فروشگاه‌های فیزیکی یکپارچه شده با راه‌حل‌های دیجیتالی	

تم اصلی	تم فرعی	کد اولیه	
	مکانیزم‌های درآمد: مکانیزم‌هایی که هم قیمت محصول/خدمات و هم میزان فروش بالقوه را مشخص می‌کند	تولید و فروش محصول منطبق با اصول اقتصاد دوار مجوز یا لایسنس	
		تبلیغات	
		اشتراک گذاری خطوط تولید	
	ساختار هزینه: هزینه‌های عملیاتی و مالی مربوط به عملکرد کسب و کار را با تمرکز ویژه بر کسب منابع شرح می‌دهد	گزینه‌های تأمین مالی: محدودیت‌های جریان نقدی و گزینه‌های تأمین مالی مربوط به کسب و کار را بیان می‌کند.	هزینه دیجیتالی کردن بنگاه
			هزینه‌های آموزش
			هزینه توسعه و نگهداری پلت فرم فینتک
	تأمین مالی		تأمین مالی B2B
			تأمین مالی B2C
			تأمین مالی C2C
			تأمین مالی C2B
		تأمین مالی زنجیره ای	

با توجه به نتایج پژوهش حاضر در بخش تحلیل تم) جدول ۳، مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک، بر اساس چارچوب ارائه شده توسط پیرونی و دیگران (۲۰۲۱)، در ۱۲ بخش و مطابق شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک

اعتبارسنجی نتایج مصاحبه‌ها و تایید مولفه‌ها
 در بخش، به منظور اعتبارسنجی نتایج مصاحبه‌ها و تایید مولفه‌های مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک، از پرسشنامه و روش دلفی فازی، نیز استفاده شد. به همین جهت پرسشنامه اولیه‌ای طراحی و در ادامه پس از بازنگری در پرسشنامه اولیه با استفاده از نظرات

محاسبه گردید. نحوه انجام محاسبات مربوط به یافتن ارزش فازی هر یک از سؤالات و مقدار دی فازی شده آن به همراه روابط مربوط به آنها در بخش روش پژوهش، ارائه شده است. میزان آلفای کرونیخ پرسشنامه دلفی (۰/۸۸) بیشتر از مقدار ۰/۷ است و این به مفهوم تأیید پایایی پرسشنامه است. در جدول ۴، خلاصه مقادیر فازی و دی فازی (فازی زدایی شده) هر یک از سؤالات ارائه شده است:

اساتید و خبرگان، نسخه نهایی آن طراحی و از خبرگان پژوهش خواسته می‌شود تا نظر خود را در رابطه با شاخص‌هایی که بر اساس مصاحبه شناسایی شدند، بیان نمایند و هم چنین عوامل احتمالی دیگر را به لیست اضافه نمایند. براین اساس و در این مرحله، ابتدا پرسشنامه‌های توزیع شده بین خبرگان جمع‌آوری شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده که تعداد ۲۵ پرسشنامه بود، تجمیع و مقدار دی فازی شده هر یک از سؤالات

جدول ۴- نتایج تحلیل پرسشنامه‌ها به روش دلفی فازی

شماره	ابعاد	سؤالات پژوهش (مولفه‌ها)	ارزش فازی هر یک از سؤالات			دی فازی	نتیجه
			U	M	L		
۱	فرآیندهای ارزش آفرینی	بهینه سازی جریانان نقدی	1	0/960	0/5	0/855	تأیید
۲		تعریف مجدد فرآیندهای تولید و زنجیره های تأمین	1	0/965	0/5	0/858	تأیید
۳		بهبود دانش فنی موجود	1	0/964	0/5	0/857	تأیید
۴		ایجاد و ارتقا زیرساخت فناوری مالی	1	0/941	0/3	0/796	تأیید
۵		استفاده از منابع تکنولوژیکی نوین	1	0/987	0/7	0/919	تأیید
۶		تعویض محصولات	1	0/924	0/5	0/837	تأیید
۷		توسعه و مدیریت سطح خدمات	1	0/928	0/5	0/839	تأیید
۸		تنظیم قراردادهای قابل تغییر بلند مدت	1	0/982	0/5	0/866	تأیید
۹	شراکت ها و همکاری ها	مشارکت خارجی	1	0/973	0/5	0/862	تأیید
۱۰		ایجاد کنسرسیوم خودروئی بخش خصوصی	1	0/992	0/7	0/921	تأیید
۱۱		همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان	1	0/978	0/5	0/864	تأیید
۱۲	ارزش برای شرکا	افزایش قابلیت‌های مالی در میان شرکا	1	0/978	0/5	0/864	تأیید
۱۳		افزایش کارایی در تولید روزانه	1	0/996	0/7	0/923	تأیید
۱۴	مزایای کلی	حمایت از مسائل زیست محیطی	1	0/982	0/5	0/866	تأیید
۱۵		پشتیبانی از رشد اقتصادی	1	0/996	0/7	0/923	تأیید
۱۶		پوشش انتظارات جامعه مشتریان	1	0/960	0/5	0/855	تأیید
۱۷		بانک‌ها و موسسات مالی	1	0/965	0/5	0/858	تأیید
۱۸	گزاره‌های ارزش	مشتریان	1	0/964	0/5	0/857	تأیید
۱۹		سرمایه گذاران	1	0/941	0/3	0/796	تأیید
۲۰		تأمین کنندگان	1	0/987	0/7	0/919	تأیید
۲۱		مشتریان فردی	1	0/924	0/5	0/837	تأیید
۲۲	مشتریان هدف	جوامع محلی	1	0/960	0/5	0/855	تأیید
۲۳		جوامع مجازی	1	0/965	0/5	0/858	تأیید
۲۴		شرکت ها	1	0/964	0/5	0/857	تأیید
۲۵		بهبود تجربه و ارزش پیشنهاد شده	1	0/941	0/3	0/796	تأیید
۲۶	ارزش برای مشتریان	افزایش شفافیت	1	0/987	0/7	0/919	تأیید
۲۷		افزایش استطاعت مالی	1	0/924	0/5	0/837	تأیید
۲۸		تضمین خدمات پایه	1	0/960	0/5	0/855	تأیید
۲۹	پیشنهادات	ارتقا خدمات افزایش عمر مفید محصول	1	0/965	0/5	0/858	تأیید
۳۰		بهبود خدمات فینتک برای ممکن سازی چرخه استفاده مجدد محصول	1	0/964	0/5	0/857	تأیید
۳۱		بهبود خدمات مرتبط با بازده محصول تولیدی	1	0/941	0/3	0/796	تأیید

شماره	ابعاد	سؤالات پژوهش (مولفه‌ها)			ارزش فازی هر یک از سؤالات	دی فازی	نتیجه
		U	M	L			
۳۲		گسترش خدمات مالی مرتبط با پشتیبانی کسب و کارها			0/5	0/855	تأیید
۳۳	فرآیندهای ارائه ارزش	اپلیکیشن های موبایل			0/5	0/858	تأیید
۳۴		وبسایت‌ها			0/5	0/857	تأیید
۳۵		فروشگاه‌های فیزیکی یکپارچه شده با راه‌حل‌های دیجیتال			0/3	0/796	تأیید
۳۶	مکانیزم‌های درآمد	تولید و فروش محصول منطبق با اصول اقتصاد دوار			0/7	0/919	تأیید
۳۷		مجوز یا لایسنس			0/5	0/837	تأیید
۳۸		تبلیغات			0/5	0/839	تأیید
۳۹		اشتراک گذاری خطوط تولید			0/5	0/866	تأیید
۴۰	ساختار هزینه	هزینه دیجیتالی کردن بنگاه			0/5	0/862	تأیید
۴۱		هزینه های آموزش			0/7	0/921	تأیید
۴۲		هزینه توسعه و نگهداری پلت فرم فینتک			0/5	0/864	تأیید
۴۳	گزینه های تأمین مالی	تامین مالی B2B			0/5	0/864	تأیید
۴۴		تامین مالی B2C			0/7	0/923	تأیید
۴۵		تامین مالی C2C			0/5	0/866	تأیید
۴۶		تامین مالی C2B			0/7	0/923	تأیید
۴۷		تامین مالی زنجیره ای			0/5	0/866	تأیید

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک، انجام شد. با توجه به تازگی این موضوع و کمیابی نسبی مطالعاتی که سوال‌های مطرح در تحقیق حاضر را بررسی کرده‌اند، در بخش نخست به جهت شناسایی مولفه‌های مدل، یک مطالعه کیفی انجام شد. بر این اساس و با توجه به نتایج پژوهش در بخش کیفی

نتایج حاصل از محاسبات پرسشنامه دلفی در جدول ۴، ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار دی فازی تمام سؤالات پژوهش (مولفه‌ها)، بیشتر از مقدار حد آستانه (مقدار ۰/۷) است، تمامی ۴۷ شاخص یا سؤالات پرسشنامه دلفی فازی، مورد تأیید خبرگان تحقیق قرار گرفت و متغیر جدیدی هم پیشنهاد نشد. بنابراین، فرایند دلفی متوقف و اعتبار مولفه‌های مدل، تحقیق تأیید گردید.

نتیجه‌گیری و بحث

جدول ۳)، در تحقیق حاضر، به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، از مصاحبه و جهت تحلیل از روش تحلیل تم (مضمون)، استفاده شد. بر همین اساس و باهدف جمع‌آوری داده‌های کیفی، پس از بررسی ادبیات مرتبط با مبحث تحقیق، چارچوبی برای طرح پرسش‌های مصاحبه‌ها با خبرگان تدوین گردید. در ادامه، ۲۵ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت خودرو، مستقر در استان تهران و همچنین اساتید دانشگاه، از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند (قضاوتی) انتخاب شدند. در فاز دوم، مصاحبه‌های انجام شده با روش تحلیل تم استقرایی شش مرحله‌ای کلارک و براون،

کدگذاری گردید. بر این اساس و در طی مرحله آشنایی با داده‌ها، ۸۷ مورد از شواهد گفتاری شناسایی شده از متن مصاحبه‌ها در قالب ۴۷ کد اولیه برچسب‌زنی شد. در ادامه، کدهای اولیه در قالب ۱۲ تم فرعی و سپس، یک تم اصلی دسته‌بندی شدند. با توجه به نتایج پژوهش حاضر در بخش تحلیل تم، مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک، بر اساس چارچوب ارائه شده توسط پیرونی و دیگران (۲۰۲۱)، مطابق شکل ۱ رسم شد. شکل ۱، نشان می‌دهد که یک مدل کسب و کار برای شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) را توسط فینتک در پارادایم اقتصاد

قبلی درباره وجود موانعی که تأثیرات منفی بر روی اتخاذ روشهای محیطی توسط شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) دارند، به توافق رسیده اند ((کالدرا و دیگران^۷، ۲۰۱۹). موارد تشریح شده در این تحقیق بر پتانسیل مربوط به درگیری فینتک به عنوان ابزاری برای غلبه بر این موانع نیز تأکید دارند. بنابراین در زمینه اقدامات کاربردی مربوط به نقش توانمندساز فینتک و مطابق با دیدگاه بارتولاکسی و همکارانش^۸ (۲۰۲۰)، فینتک می تواند شکاف های اصلی که تأثیرات منفی بر روی یکپارچه سازی روشهای پایدار برای شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) دارند را پر کند و در عین حال مدل های کسب و کار آنها را شکل دهد.

با توجه به مزیت های فینتک در مقابل امتیازاتی که مشتری دریافت می کند (ارزش برای مشتریان)، فینتک پتانسیل بهبود تجربه مشتری از طریق رویدادهای مالی و اقتصادی در فضاهای قوی ناشی از شفافیت، کاهش هزینه ها و ریسک های اجرایی ناشی از اکوسیستم اقتصاد دوار را دارد و این به یک ارزش برتر ختم می شود که یک شرکت با اندازه کوچک و متوسط (SME) آنها را با توجه به رقابت فراهم می سازد. فینتک همچنین می تواند به شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) کمک کند تا در تأثیر مثبت بر روی مردم و جامعه، نقش داشته باشند و در پشتیبانی از رشد اقتصادی، خدمات مالی را با یک هزینه مقرون به صرفه به تمام بخش های اقتصادی ارائه دهند. راه حل های فینتک همچنین به شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) کمک می کنند تا از طریق مدل های جدید مصرف مشارکتی (که شامل وام دهی به فعالیت های باز یافت در صنعت خودرو، استفاده مجدد از محصولات به عنوان ماده اولیه باز یافت شده در صنعت خودرو، و اشتراک گذاری خطوط تولید بین شرکا در صنعت خودرو)، تأثیر واضح تری بر روی محیط زیست داشته باشند.

همچنین، به طور کلی در خصوص کاربردهای این تحقیق، بیان می گردد؛ نتیجه اصلی این تحقیق (یعنی ایجاد فرایندی بومی برای ارائه مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک) معرف پیشنهاد ملموسی برای هدایت شرکت های تولیدی کوچک و متوسط در جهت تفکر اقتصاد مدور و نقش توانمندساز فینتک از طریق دانش ایجاد شده و پشتیبانی کافی برای نوآوری مدل کسب و کار از طریق فرایند ارائه شده برای طراحی مدل تحقیق است. به

مدور (CE) می توان ایجاد نمود. در ادامه، به منظور تأیید مولفه های مدل در مرحله تحلیل مصاحبه، از پرسشنامه و جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده؛ از روش دلفی فازی، استفاده شد. بر اساس نتایج این بخش، تمامی ۴۷ شاخص یا سؤالات پرسشنامه دلفی فازی، مورد تأیید خبرگان تحقیق قرار گرفت.

بررسی ادبیات مرتبط با مبحث تحقیق نشان می دهد؛ به لحاظ موضوعی و محتوایی تحقیقی که ارائه مدل کسب و کار مدور شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر نقش توانمندساز فینتک در کشور بهر دزد، انجام نشده است. نزدیک ترین پژوهش انجام شده به تحقیق حاضر، مطالعه پیرونی و دیگران (۲۰۲۱) است که صرفاً به جهت چارچوب مفهومی مدل در ۱۲ بخش فرآیندهای خلق ارزش؛ شراکت ها و همکاری ها؛ پیشنهادات؛ فرآیندهای تحویل ارزش؛ مکانیزم های درآمد؛ مشتریان هدف؛ مزایای کلی؛ گزاره های ارزش؛ ارزش برای شرکا؛ ارزش برای مشتریان؛ ساختار هزینه و گزینه های تأمین مالی، با تحقیق حاضر همسو و شباهت دارد. علاوه بر این و بطور کلی تحقیق حاضر به لحاظ پرداختن به مبحث فینتک در کسب و کارهای کوچک و متوسط با تحقیقات ملک و دیگران^۱ (۲۰۲۲)، کافی و دیگران^۲ (۲۰۲۱)، دای^۳ (۲۰۲۰)، ورشوساز و شوشتری^۴ (۲۰۲۱)، علمدار یولی و دیگران^۵ (۲۰۲۰)، بکن و دیگران^۶ (۲۰۱۹)، همسو می باشد.

تحقیق حاضر در راستای تبیین نتایج، استدال می کند که فینتک می توانند مانند ممکن کننده ای برای یکپارچه سازی روشهای اقتصاد مدور برای شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) عمل کند. بنابراین این مطالعه عمیقاً ریشه در درک پتانسیل تحول دیجیتال مالی برای توسعه و اجرای مدل های کسب و کار پایداری دارد که از اصول اقتصاد مدور (CE) استفاده می کنند. از سویی دیگر، مطالعه حاضر فرصتی را برای مدیران و کارآفرینان فراهم می سازد تا بخشی از فعالیت های خود برای شرکت های فینتک را برون سپاری کنند تا بتوانند توسعه استراتژی های تجاری الهام گرفته شده از پارادایم اقتصاد مدور (CE) را حفظ نمایند. این تحلیل خصوصاً مشخص ساخت که توسعه هم افزایی ها با شرکت های فینتک، شرکت های با اندازه های کوچک و متوسط (SME) را قادر می سازد که از برخی از موانع اصلی – همچون هزینه های ثابت، کوتاه مدت و فقدان ابزارهای تکنولوژیکی که تأثیر منفی بر روی اتخاذ روشهای اقتصاد مدور (CE) دارند – اجتناب نمایند. همچنین، مطالعات

⁵ Alamdar Youli et al

⁶ Bocken

⁷ Caldera et al

⁸ Bartolacci et al

¹ Malik et al

² Coffie

³ Dai

⁴ Varshosaz & Shooshtari

- * Biloslavo, Roberto; Bagnoli, Carlo; & Edgar, David. (2018). An eco-critical perspective on business models: The value triangle as an approach to closing the sustainability gap. *Journal of Cleaner Production*, 174, 746-762. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.281>
- * Bocken, Nancy; Strupeit, Lars; Whalen, Katherine; & Nußholz, Julia. (2019). A review and evaluation of circular business model innovation tools. *Sustainability*, 11(8), 2210. <https://doi.org/10.3390/su11082210>
- * Braun, Virginia; & Clarke, Victoria. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- * Chen, Hui-Chiao; & Yang, Chih-Hao. (2019). Applying a multiple criteria decision-making approach to establishing green marketing audit criteria. *Journal of Cleaner Production*, 210, 256-265. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.327>
- * Coffie, Cephass Paa Kwasi; Hongjiang, Zhao; Mensah, Isaac Adjei; Kiconco, Rebecca; & Simon, Abraham Emuron Otim. (2021). Determinants of FinTech payment services diffusion by SMEs in Sub-Saharan Africa: evidence from Ghana. *Information Technology for Development*, 27(3), 539-560. <https://doi.org/10.1080/02681102.2020.1840324>
- * Dai, R Meisa. (2020). Fintech As A Catalyst For Growth Of Micro, Small And Medium Enterprises In Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(5), 1-12.
- * Fraccascia, Luca; Giannoccaro, Ilaria; Agarwal, Abhishek; & Hansen, Erik G. (2019). Business models for the circular economy: opportunities and challenges. *Business strategy and the environment*, 28(2).
- * Franca, César Levy; Broman, Göran; Robert, Karl-Henrik; Basile, George; & Trygg, Louise. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 140, 155-166. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.124>
- * Geissdoerfer, Martin; Savaget, Paulo; Bocken, Nancy MP; & Hultink, Erik Jan. (2017). The Circular Economy—A new sustainability paradigm? *Journal of cleaner production*, 143, 757-768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- * Genovese, Andrea; & Pansera, Mario. (2021). The Circular Economy at a Crossroads: Technocratic Eco-Modernism or Convivial Technology for Social Revolution? *Capitalism Nature Socialism*, 32(2), 95-113. <https://doi.org/10.1080/10455752.2020.1763414>
- * Jabbour, CJC; Ndubisi, NO; Caldeira de Oliveira, JH; & Junior, FH. (2019). Circular economy business models and operations management.
- * Lambert, Susan. (2003). *Making sense of business models*. Citeseer.
- * Ludeke-Freund, Florian; Gold, Stefan; & Bocken, Nancy MP. (2019). A review and typology of circular economy business model patterns. *Journal of Industrial Ecology*, 23(1), 36-61. <https://doi.org/10.1111/jiec.12763>
- * Luthra, Sunil; Kumar, Anil; Zavadskas, Edmundas Kazimieras; Mangla, Sachin Kumar; & Garza-Reyes, Jose Arturo. (2020). Industry 4.0 as an enabler of علاوه این سبب افزایش طیف رویکردهای استفاده شده توسط محققان برای توسعه ابزارهایی برای نوآوری مدل کسب و کار می گردد و راه را برای تحقیقات آینده هموار می سازد که می تواند کاوش، گسترش و تحکیم بیشتری را در این حوزه پرداخته نشده در کشور فراهم سازند.
- پیشنهاد می شود که مدیران شرکت های کوچک و متوسط ابتدا میان فعالیت های مختلف سازمانی مندرج در مدل ارائه شده تحقیق مانند: فرآیندهای خلق ارزش؛ شراکت ها و همکاری ها؛ پیشنهادات؛ فرآیندهای تحویل ارزش؛ مکانیزم های درآمد؛ مشتریان هدف؛ مزایای کلی؛ گزاره های ارزش؛ ارزش برای شرکا؛ ارزش برای مشتریان؛ ساختار هزینه و گزینه های تأمین مالی) یکپارچگی لازم را برقرار نمایند. این کار موجب ایجاد هم افزایی شده و شرکت را به اهداف مالی و غیرمالی خود نائل می سازد. در واقع همه فرآیندهای کاری موردنظر و اثر گذاری و اثر پذیری آن ها را مشخص و ترسیم کنند تا از کاهش عملکرد ناشی از هرگونه اختلال و عدم هماهنگی جلوگیری شود.

منابع و مأخذ

- * استروالد، الگزاندر؛ و پیگنیور، ایو. (۱۳۹۸). *خلق مدل کسب و کار*. (زینب عفتی، مترجم). : نشر شمشاد.
- * حاجی حیدری، نسترن. (۱۳۹۹). *مدل کسب و کار از مفاهیم تا اجرا*. دانشگاه تهران.
- * خواستار، حمزه. (۱۳۸۸). *ارایه ی روشی برای محاسبه ی پایایی مرحله ی کدگذاری در مصاحبه های پژوهشی*. روش شناسی علوم انسانی، ۵۸(۱۵)، ۱۶۱-۱۷۴.
- * شهیدکار، فاطمه؛ ترابی، تقی؛ و رهنمای رودپشتی، فریدون. (۱۴۰۰). *شناخت و اولویت بندی عوامل موثر بر اجرای اقتصاد دایره ای در بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط (SME)*. *اقتصاد کاربردی*، ۳۸(۱۱)، ۱-۱۴.
- * Alaassar, Ahmad; Mention, Anne-Laure; & Aas, Tor Helge. (2021). Exploring a new incubation model for FinTechs: Regulatory sandboxes. *Technovation*, 102237. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102237>
- * Alamdar Youli, Farshad; Mohammadi, Ali; Alimohammadlou, Moslem; & Abbasi, Abbas. (2020). Designing a sustainable business model by using soft systems methodology and value triangle business model canvas (case study: Farassan Manufacturing and Industrial Company). *Modern Research in Decision Making*, 5(1), 95-117.
- * Bartolacci, Francesca; Caputo, Andrea; & Soverchia, Michela. (2020). Sustainability and financial performance of small and medium sized enterprises: A bibliometric and systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1297-1309. <https://doi.org/10.1002/bse.2434>

- sustainability diffusion in supply chain: an analysis of influential strength of drivers in an emerging economy. *International Journal of Production Research*, 58(5), 1505-1521.
- * Malik, Ashish; Sharma, Piyush; Vinu, Ajayan; Karakoti, Ajay; Kaur, Kamalpreet; Gujral, Harpreet Singh; Munjal, Surender; & Laker, Benjamin. (2022). Circular economy adoption by SMEs in emerging markets: Towards a multilevel conceptual framework. *Journal of Business Research*, 142, 605-619. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.076>
 - * Murray, Alan; Skene, Keith; & Haynes, Kathryn. (2017a). The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of business ethics*, 140(3), 369-380.
 - * Murray, Alan; Skene, Keith; & Haynes, Kathryn. (2017b). The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of business ethics*, 140(3), 369-380.
 - * Pacurariu, Roxana Lavinia; Vatca, Sorin Daniel; Lakatos, Elena Simina; Bacali, Laura; & Vlad, Mircea. (2021). A Critical Review of EU Key Indicators for the Transition to the Circular Economy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8840.
 - * Rosa, Paolo; Sassanelli, Claudio; & Terzi, Sergio. (2019). Towards Circular Business Models: A systematic literature review on classification frameworks and archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 236, 117696. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117696>
 - * Schulze, Günther. (2016). Growth Within: A Circular Economy Vision for a Competitive Europe. *Ellen MacArthur Foundation and the McKinsey Center for Business and Environment*, 1-22.
 - * Slawinski, Natalie; & Bansal, Pratima. (2015). Short on time: Intertemporal tensions in business sustainability. *Organization Science*, 26(2), 531-549.
 - * Trimi, Silvana; & Berbegal-Mirabent, Jasmina. (2012). Business model innovation in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449-465.
 - * Varshosaz, Behnaz; & Shoostari, Behnam. (2021). Analyzing Economic Aspects of Fintech Businesses and Promoting a Development Model to Strengthen Economic Defense. *Defense Economics*, 6(19), 43-70.
 - * Zott, Christoph; & Amit, Raphael. (2007). Business model design and the performance of entrepreneurial firms. *Organization science*, 18(2), 181-199.
 - * Zucchella, Antonella; & Previtalli, Pietro. (2019). Circular business models for sustainable development: A “waste is food” restorative ecosystem. *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 274-285. <https://doi.org/10.1002/bse.2216>



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 13/ No. 52/ Winter 2024

Presenting a circular business model for small and medium companies based on the enabling role of fintech

Soheil Gheyasi Tabari

PhD student, Department of Management, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.

s.gheyasi@ikco.ir

Seyyed Alireza Mir Arab Baighi

Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.

(Corresponding author)

Mirarab_alireza@yahoo.com

Hoda hemmati

Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.

Hemmati.hoda@gmail.com

Saber Khandan Alamdari

Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran.

sabersum@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to provide a circular business model for small and medium companies based on the enabling role of fintech. In this research, the opinions of 25 managers and experts of small and medium-sized companies active in the automobile industry, located in Tehran province, as well as university professors, were used in this research using a purposeful judgmental method. The process of data analysis was carried out in two stages: identification of model components through the interview tool and using thematic analysis method, as well as component screening through the questionnaire tool and the fuzzy Delphi method. According to the findings of the research in the phase of identifying the components using thematic analysis and during the phase of getting to know the data, 87 cases of speech evidence were identified from the text of the interviews in the form of 47 initial codes, 12 sub-themes and then, A main theme was categorized. In the Delphi phase, all the components were approved by the experts and finally the research model was drawn. The research results showed that the final research model includes 12 main dimensions of value creation processes; partnerships and collaborations; Offers; value delivery processes; revenue mechanisms; target customers; general benefits; value propositions; value for partners; value for customers; Cost structure and financing options.

Keywords: Circular business model, small and medium companies, fintech, automotive industry.