

## بررسی تاثیر فناوری های مالی بر رضایت مشتریان در استارتاپ ها

مهدی آذری

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان  
mrmahdiazari1998@gmail.com

دکتر محمد حسن قلی زاده

دانشیار گروه مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان  
gholizadeh@guilan.ac.ir

### چکیده

استارتاپ معمولا بر اساس یک ایده خلاقانه توسط یک یا چند نفر شکل گرفته و در تلاش است با استفاده از این ایده جدید محصول یا خدمتی ارائه داده و درآمدزایی کند. یکی از مزایای این نوع کسب و کارها رشد سریع آنها است که سبب توسعه اقتصاد کشور شده و اشتغال زایی خوبی نیز به همراه می آورد. از طرفی آمارها و مطالعات نشان می دهد تنها ۲۰ درصد استارتاپ ها و کسب و کارهای جدید از سال اول کاری خود عبور می کنند و در نهایت تنها نیمی از آن بیست درصد می توانند به راه خود ادامه دهند و دلایلی همچون کمبود منابع مالی، نداشتن دید استراتژیک، عدم توجه به مدیریت صحیح بازاریابی و ... مقدمات شکست آنها را فراهم می کند. بنابراین توجه به فناوری های مالی جهت کسب رضایت مشتری ضرورت دارد.

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر فناوری های مالی بر رضایت مشتریان در استارتاپ هاست. بر مبنای مطالعه ادبیات پژوهش، فرضیاتی تدوین گردید. به منظور آزمون فرضیات تحقیق، جامعه آماری شامل تعدادی از فعالان و تعدادی از مشتریان که از محصولات استارتاپ ها استفاده می کنند انتخاب شدند که تعداد ایشان بالغ بر ۵۰ نفر می باشد. سپس از پرسشنامه که سوالات آن از منابع معتبر استخراج شده و روایی و پایایی آن تایید گردیده بین این تعداد توزیع گردید. در نهایت فرضیات تایید شده و پیشنهاداتی ارائه گردید.

واژگان کلیدی: فناوری مالی، رضایت مشتریان

#### مقدمه

روند رو به رشد راه اندازی استارت‌آپ‌ها در سراسر دنیا باعث تلفیق فناوری و صنعت شده است که توسعه اقتصادی را می‌توان به عنوان یکی از ثمرات آن دانست. استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های زیادی در حال فعالیت می‌باشند و محدوده وسیعی از دانش و فناوری را در اختیار خود قرار داده‌اند، اما در همه آنها یک فصل مشترک و البته استراتژیک به نام حوزه مالی وجود دارد. حوزه‌ای که بنا به اهمیت، در صورت عدم توجه می‌تواند زمینه شکست هر بنگاه اقتصادی کوچک و بزرگی را فراهم آورد. فین‌تک یا فناوری مالی با بهره‌گیری از توان نرم‌افزاری و سخت‌افزاری به ارائه خدمات مالی نوآورانه می‌پردازد و امروزه استارت‌آپ‌های متعددی بر اساس آن شکل گرفته‌اند [۱۵]. کسب‌وکارهای مبتنی بر این فناوری در کنار فضای نسبتاً سنتی فناوری‌های حوزه خدمات مالی و بانکی و برای پر کردن خلاء ارائه سرویس‌های نوآورانه پدیدار شده‌اند. کمبود زمان جهت رسیدگی به امور مالی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی، گسترش قوانین مالی و مالیاتی، نیاز به استفاده از سیستم‌های بانکی و مالی مطمئن، گسترش مرزهای معاملات تجاری، گسترش فناوری و نفوذ هر چه بیشتر اینترنت و فضای مجازی در زندگی روزمره انسان‌ها و بسیاری عوامل دیگر زمینه‌ساز وجود آمدن استارت‌آپ‌های مالی با تکنولوژی مالی از دو دهه قبل شده است [۱]. بنا بر مطالب فوق، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که میزان تاثیر فناوری‌های مالی بر رضایت مشتریان در استارت‌آپ‌ها به چه میزان است؟

#### مبانی نظری

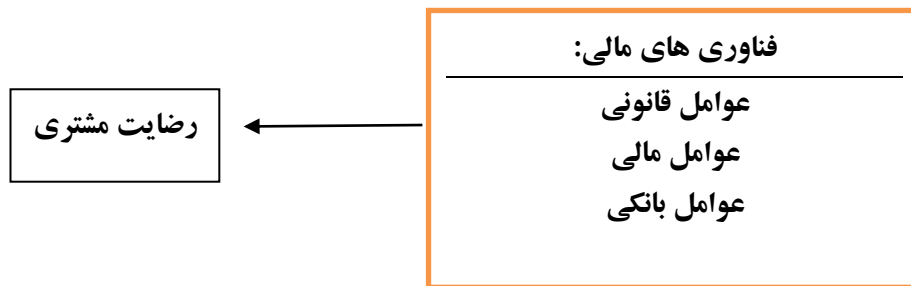
فناوری مالی که به همگرایی دو مفهوم امور مالی و فناوری اشاره دارد. واژه «فین‌تک» به «کنسرسیوم تکنولوژی خدمات مالی» اشاره می‌کند و پروژه‌ای است که توسط شرکت سی‌تی‌گروپ برای شبیه‌سازی همکاری تکنولوژیکی معرفی گردید. امروزه «فین‌تک» یک اسم مرتبط با شرکتهایی است که از تکنولوژی‌های نوآورانه مدرن (همانند نرم‌افزار) برای توانمندسازی ارائه خدمات مالی بهره‌مندی می‌کنند. در یک مفهوم گسترده‌تر، بنظر می‌رسد فین‌تک یک بازار جدید باشد که خدمات مالی و تکنولوژی را با هم ادغام کرده است و جایگزینی برای ساختارهای مالی سنتی از طریق فرآیندهای تکنولوژی محور جدید است. تعریف مرزهای بخش فین‌تک بسیار پیچیده است. گزارش سی بی اینسایت، شرکتهای فین‌تک را به عنوان شرکتهایی تعریف می‌کنند که تکنولوژی‌هایی برای بانکداری و تامین مالی شرکت، بازار سرمایه، تحلیلی داده‌های مالی و مدیریت پرداخت و مالی شخصی ارائه می‌کنند [۱۳ و ۱۴]. گزارش «فین‌تک ۲۰۱۸: روندهای سرمایه‌گذار ی در فین‌تک» که توسط بانک سیلیکون والی ارائه شده است در مورد شرکتهایی است که از تکنولوژی در وام دادن، تامین مالی شخصی، پرداختها، سرمایه‌گذاری خرده‌فروشی، سرمایه‌گذاری‌های سازمانی، تامین مالی از طریق صدور سهام، انتقال وجه، خدمات مشتری تحقیقات مالی و زیرساخت بانکداری استفاده می‌کنند و دیگران معتقدند که هم تجارت الکترونیکی و هم امنیت سایبری باید در فین‌تک لحاظ شود [۲]. با توجه به توضیحات ارائه شده می‌توان گفت که فین‌تک از دو بخش فناوری و مالی تشکیل شده است: منظور از بخش فناوری، فناوری اطلاعات باشد. [۱۰]. به عبارت دیگر، به‌کارگیری فناوری اطلاعات در توسعه راهکارهای حوزه مالی مبتنی بر نوآوری و نظام شبکه‌ای به‌گونه‌ای فراتر از راهکارهای سنتی و رسمی بازار بانکی و بازار سرمایه. منظور از بخش مالی محدود به حوزه خدمات مالی نیست، بلکه برعکس گستره بزرگی از بازار و صنعت مالی را شامل می‌شود که عبارت‌اند از: نظام پرداخت، نظام تبادل ارز، خدمات و محصولات بانکی، خدمات تأمین سرمایه، بازار سرمایه و معاملات سهام، خدمات و محصولات بیمه‌ای، مدل‌های مالی در تجارت الکترونیک به صورت مستقل از ساختارهای معمول بانکی، ارزش‌های الکترونیکی، خدمات حسابداری و توسعه دانش مالی به صورت عمومی [۳]. خدمات مالی با تکیه بر تکنولوژی‌ها می‌تواند بسیار بهره‌ورتر باشد. یک عملیات بانکی در صورت مراجعه به شعبه یکی از بانک‌ها دست کم یک ساعت زمان می‌گیرد، اما با گوشی هوشمند به راحتی و در مدت کوتاه قابل انجام است. این سرعت بالا در ارائه خدمات نه تنها برای کاربران که برای ارائه دهندگان خدمات نیز بسیار با اهمیت است. صنعت خدمات مالی پتانسیل بسیار زیادی برای بهره‌گیری از هوش مصنوعی و داده‌های عظیم دارد [۵]. شرکت‌های

فین تک از این پتانسیلها بهره می‌برند و با جمع‌آوری اطلاعات حجیم و تحلیل و پردازش آنها بهره‌وری خدمات مالی را افزایش می‌دهند. این شرکت‌ها با خدمات خود سعی می‌کنند تا تجربه کاربر از خدمات مالی را تغییر دهند. فین تک عملیات اقتصادی را برای مردم عادی نیز تغییر داده است و مردم عادی اکنون به خدماتی دسترسی دارند که قبلاً فقط در اختیار افراد ثروتمندی بود که رتبه ی اقتصادی بالایی داشتند. برای مثال می‌توانیم به سرمایه گذاری اشاره کنیم. تکنولوژی و داده ها سرمایه گذاری را برای مردم عادی راحت تر و ارزان تر کرده‌اند [۱۶]. این یعنی امکاناتی که قبلاً فقط برای سطح مالی خاصی رزرو شده بود الان در دسترس همه ی مردم قرار دارد. در خصوص وام دهی، در گذشته پذیره نویس داده‌های خیلی کمی برای بررسی ریسک وام دهی داشت [۷ و ۹]. در نتیجه درخواست افراد زیادی رد میشد یا افراد مجبور بودند سود زیادی را روی وام خود بپردازند. فین تک از اطلاعاتی برای بررسی مشتریان استفاده می‌کند که بانک‌های سنتی هرگز به آنها توجه نمی کردند و اکنون مردم بیشتری می‌توانند به سرمایه هایی شخصی و تجاری دسترسی داشته باشند. هیچ کدام از این اتفاقات بدون سیستم‌های کامپیوتری قدرتمند و نرم افزارها و متخصصین داده که می‌توانند همه این اطلاعات را تحلیل کنند، ممکن نبودند [۸]. وقتی صحبت از فین تک می شود تعداد متخصصین و خدمات، مخصوصاً در خدمات مالی پایه ای تر مانند مسائل بانکی، سرمایه گذاری، وام گیری و پس انداز فراوان است. این شرکتها همچنین در حال آغاز فعالیتهایی در جهت درخواست وام مسکن و حتی خرید بیمه هستند که امکانات بیشتری را در اختیار مشتریان می‌گذارند [۴]. شرکت های امروزی برای رقابت در محیط متلاطم امروز ناچار از توجه ویژه به کیفیت خدمات خود هستند. این امر ماندگاری بیشتر مشتریان، جذب مشتریان جدید و بهبود عملکرد مالی و سودآوری را به دنبال خواهد داشت [۱۲]. در جهان کنونی که امکان تولید انبوه کالا و خدمات، زمینه افزایش عرضه در مقایسه با تقاضا را فراهم آورده است، برای تولیدکنندگان راهی جز جلب رضایت مشتری باقی نمانده و دیگر نمیتوان حیطة بازار و عرضه را با ابزارهای محدود گذشته تعریف کرد. تجربه نشان داده است، سازمان هایی که از منظر سنتی به مفاهیم مشتری، کالا، بازار، فروش، خرید، رقابت، تبلیغات، کیفیت و ... نگاه کرده و میکنند علاوه بر کسب نکردن موفقیت، سرمایه های خود را هم از دست داده اند. با ظهور اقتصاد رقابتی مفاهیمی چون مشتری مداری و کسب رضایت مشتری، پایه و اساس کسب وکار تلقی شده و سازمان هایی که بدان بی توجه باشند از صحنه بازار حذف میشوند. امروزه نقش مشتریان از حالت پیروی از تولیدکننده به هدایت سرمایه گذاران، تولیدکنندگان و حتی محققان و نوآوران مبدل گشته است. به این ترتیب بسیاری از مفاهیم و تئوریه‌ها بر محور «مشتری» نگارش شده اند [۳]. سمت وسوی تمامی فعالیتهای بنگاه اقتصادی برای تأمین نیازهای مشتری و کسب رضایت و اعتماد اوست. در بازار گسترده امروز موفقیت یا عدم موفقیت یک بنگاه اقتصادی به رفتار مشتری بستگی دارد. اوست که با مطالعه و بررسی نیازهای خود و کالاهای متنوعی که در اختیار دارد و با توجه به امکانات خود به ارزشگذاری مواردی همچون نوآوری، قیمت، مرغوبیت، کیفیت و ... میپردازد و در نهایت انتخاب میکند. حفظ مشتریان و افزایش وفاداری مشتریان در این فضای رقابتی در حوزه خدمات، روزه روز مشکلتر میشود [۱۶]. برای سازمانهای ارائه دهنده خدمات رضایت و وفاداری مشتری از اهمیت ویژه ای برخوردار است. یکی از بنگاهها و سازمانهایی که در زمینه ارائه خدمات فعالیت نموده و نقش و اهمیت آن در اقتصاد و توسعه کشور و امنیت افراد بر هیچ کس پوشیده نیست سازمان های فعال در صنعت بانک می‌باشند. باتوجه به افزایش قدرت انتخاب مشتریان به دلیل وجود تعداد زیاد شرکتهای فعال در صنعت بانک اعم از دولتی و خصوصی، شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری مشتریان توسط این شرکتها امری ضروری، مهم و اجتناب ناپذیر است [۵].

#### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر اهداف کاربردی است زیرا قصد دارد تا به ارتباط بین متغیرها در دنیای واقعی بپردازد. از نظر داده ها کمی و از نظر ماهیت و روش جزء پژوهش های غیر آزمایشی و از نوع همبستگی است بدین معنی که محقق هیچ تغییری در شرایط

موجود نمی دهد بلکه تغییرات مورد نظر قبلاً صورت گرفته و محقق فقط به اندازه گیری و بررسی رابطه بین متغیرها می پردازد. بر اساس مبانی نظری پژوهش سه فرضه زیر قابل تدوین است:



منبع مدل: هوپاریکار و همکاران، ۲۰۲۲

۱. عوامل قانونی بر رضایت مشتریان اثر دارد.  
۲. عوامل بانکی بر رضایت مشتریان اثر دارد.  
۳. عوامل مالی بر رضایت مشتریان اثر دارد.  
جامعه آماری پژوهش مدیران و کارشناسان مجموعه ای از فعالان حوزه استارتاپی و مشتریان آن ها که تعداد این افراد برابر ۵۰ نفر بوده که نمونه گیری نشده و سرشماری انجام شده است.  
ابزار گردآوری داده

در این تحقیق از طیف لیکرت استفاده شده است. جواب ها به شکلی است که در مقابل هر سوال، ۵ گزینه به شرح خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد استفاده شده است تا مخاطبان میزان موافقت یا مخالفت خود را با درج علامت در خانه های مرتبط نشان دهند (جدول ۲).

جدول ۲- مقیاس سنجش نگرش ها بر اساس طیف بندی لیکرت

گزینه ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
امتیاز	۱	۲	۳	۴	۵

## روایی

در خصوص روایی، با وجود استاندارد بودن پرسشنامه، باز هم جهت اصلاح از نظر خبرگان و متخصصین کمک گرفته شد.

### پایایی

برای بررسی پایایی، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جدول ۳ مقادیر نشان داده شده است.

جدول ۳- آلفای هر یک از متغیرها برای پرسشنامه

آلفا کرونباخ	مولفه
۰/۷۶۲	عوامل قانونی
۰/۸۲۱	عوامل مالی
۰/۷۸۶	عوامل بانکی
۰/۸۰۷	رضایت مشتری

### تجزیه و تحلیل داده ها

بر اساس انجام آمار توصیفی برای متغیرها، جدول ۴ حاصل می شود.

جدول ۴- شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
عوامل قانونی	۳/۸۲	۰/۴۹	۲/۴۰	۵/۰۰
عوامل مالی	۳/۷۴	۰/۵۱	۲/۲۰	۵/۰۰
عوامل بانکی	۳/۶۳	۰/۶۳	۱/۷۵	۵/۰۰
رضایت مشتری	۳/۷۸	۰/۵۵	۲/۲۵	۵/۰۰

### بررسی نرمال بودن یا غیر نرمال بودن داده ها

به جهت بررسی فرضیات تحقیق، نیاز به انجام آزمون کولموگروف- اسمیرنوف می باشد که بر اساس این آزمون، تصمیم به انجام آزمون های پارامتریک یا ناپارامتریک گرفته شود (جدول ۵).

جدول ۵- نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف به جهت بررسی نرمال بودن یا غیرنرمال بودن داده ها

عوامل قانونی	سطح معنی داری	نوع توزیع
عوامل مالی	۰/۶۵۱	نرمال
عوامل بانکی	۰/۹۵۱	نرمال
رضایت مشتری	۰/۸۰۵	نرمال
عوامل قانونی	۰/۵۰۱	نرمال

### آزمون فرضیه ها

با توجه به نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون پیروسون به منظور آزمون فرضیات استفاده شده است.  
با توجه به آزمون های فرضیه انجام شده بر اساس مدل تحقیق، نتایج به شرح جدول قابل بیان است:

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنی داری	سطح خطا	نتیجه
عوامل مالی	۰/۶۲۷	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود تاثیر
عوامل بانکی	۰/۵۰۶	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود تاثیر
رضایت مشتری	۰/۴۷۴	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود تاثیر

به دلیل اینکه سطوح معنی داری از میزان خطا کمتر شده اند، بنابراین هر سه فرضیه تایید شده و اثرگذاری ها وجود دارند.

### نتیجه گیری و پیشنهادات

هدف واقعی از هر کسب و کار عرضه، فروش و یا ارائه خدمت نیست، بلکه برآوردن نیازهایی است که رضایت مشتری را بدست آورد. سازمان‌هایی که قادر باشند به سرعت نیازهای مشتری را درک و برآورده کنند به سود بیشتری نسبت به سازمان‌هایی که نمی‌توانند دست می‌یابند. (دومینیسی و پلامبو، ۲۰۱۳) از آنجا که مشتریان در فرایند فعالیت های سازمانی نقش اساسی ایفا نموده و با افکار و سیاست های خود برسرنوشت سازمان تاثیر می‌گذارند، لذا نه تنها شناخت نیازهای آشکار آنان، بلکه پیش بینی، تعیین و هدایت نیازهای پنهان مشتریان و طراحی و اجرای برنامه ها و ارائه خدمات در جهت رفع این نیازها از ارکان اساسی و سازمانی است. جای تعجب نیست که شرکت ها منابع قابل ملاحظه ای را برای افزایش رضایت مشتری سرمایه گذاری می‌کنند. فینتک، صنعتی است که در مدت زمان کوتاهی رشد چشمگیری داشته است، اما هنوز جای توسعه و پیشرفت فناوری وجود دارد. با توجه به روند صنعت، انتظار می‌رود هوش مصنوعی خدمات فین تک را افزایش دهد. همچنین انتظار می‌رود هوش مصنوعی و داده‌های بزرگ، تجربه مشتری را بیش از پیش شخصی سازی کنند و بلاکچین تمرکز بیشتری بر قراردادهای هوشمند و مدیریت هویت داشته باشد. همچنین با افزایش تهدید به سرقت داده‌ها و حملات سایبری، انتظار می‌رود که امنیت نیز بهبود یابد. با گذشت زمان، شاهد پیشرفت های بیشتری در فناوری های مالی خواهیم بود. از جمله خدمات مهم این فناوری، می‌توان به برنامه انتقال یا مبادله پول و استفاده از فناوری های مالی برای تأمین نیازهای نظارتی شرکت‌ها اشاره کرد. با توجه به تحولات صنعت، افراد باید برای ارائه خدمات سریع‌تر، کارآمدتر و امن به مشتریان خود، استفاده از فین تک را در دستور کار خود قرار دهند.

بر اساس یافته های آماری پیشنهاد می‌شود:

بنیانگذاران بایستی دقت کافی را در انتخاب اعضای تیم استارت‌آپ داشته باشند و افرادی با ویژگی‌های برون گرا، با انگیزه و چالشگر انتخاب کنند تا روحیه مبارزه برای کسب موفقیت را داشته باشند. در انتخاب اعضای تیم بایستی به ترکیب مناسب آن دقت شود یعنی صرفا بر جنبه مهارت‌های فنی توجه نشود و در کنار خبرگان فنی، از متخصصین بازاریابی، مالی و حقوقی استفاده شود. مدیران طرح بازاریابی مختص کسب و کار خود را تدوین کنند. برای اینکار گام اول شناسایی نیاز مغفول مانده مشتریان است و بررسی کنند که آیا این نیاز می‌تواند فرصت کسب و کاری مناسبی را ایجاد کند. لازمه پاسخگویی درست به این نیاز، انجام تحقیقات بازاریابی است تا ابعاد مختلف بازار از جمله ویژگی‌های مشتریان، نیاز و خواسته آنها، عرضه کنندگان محصول مشابه و رقبای موجود، اندازه بازار، رسانه‌های تبلیغاتی مناسب، منحنی عمر بازار و ... مشخص شده و بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات، می‌توان بازار هدف مناسب را انتخاب کرده و اقدام به طراحی محصول نمایند. در طراحی محصول بایستی به این نکته توجه کرد که خلق مزیت رقابتی، نوآوری در محصول و ارائه ارزش افزوده به مشتری است که منجر به بقای محصول در بین مشتریان نسبت به محصولات رقبا میشود. چنانچه ایده ای از مشابه خارجی آن کپی برداری شده است باید اقدام به بومی سازی آن بر اساس ویژگی‌های بازار ایران نمود.

#### منابع

- آبیار، م. (۱۳۹۲). بررسی شاخص‌های اساسی کسب و کار طراحی مسیر موفقیت کسب و کار با استفاده از مدل-سازی معادلات ساختاری (خوشه نساجی شهرستان یزد)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر یزد
- آزادرنجبر، ر.، چاوشی، س. و منطقی، خ. (۱۳۹۵). مدلسازی تامین مالی جمعی موفق: مطالعه موردی درایران، مقاله پذیرفته شده در مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد،
- بهداری، ک.، زابلی، ر. و قنبری، ع. (۱۳۹۲). بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در شعبه خدمات درمانی نیروهای مسلح شهر همدان از منظر جانبازان، مجله علمی - پژوهشی طب جانباز، سال ششم، شماره بیست و یکم، ۴۴-۵۰.
- بهبودی-گنجه، م. و عباسی-خواه، ح. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل موثر تاثیرگذار بر بقای استارت-آپ با بررسی نقش تعدیلگری سرمایه انسانی (مورد مطالعه: استارت‌آپ‌های دیجی کالا؛ بامیلو، دیوار و شیپور)، مقاله پذیرفته شده در مجموعه مقالات مدیریت بر مبنای هوشمندی، ۱-۲۴.
- توکلی، م. و محمودی، ح. (۱۳۹۵). نقش کارآفرینی در توسعه پایدار و رضایت مشتری، مقاله پذیرفته شده در مجموعه مقالات دوهمایش بین المللی مدیریت، اقتصادی و توسعه، ۱-۱۱.
- چارخواه، چ.، فرطوسی، م. و ملایری، م. (۱۳۹۳). سرمایه‌گذار ی در کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) با نگاهی به وضعیت کشور و منطقه، مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.
- .Adnan, A., Abdullah, H.S. and Ahmad, J. (2016). Assessing the moderating Damian, D., & Manea, C. (2019). Causal recipes for turning fin-tech freelancers into smart entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4 (3), 196-201.
- Dapp, T. (2014). *FinTech - The digital (r)evolution in the financial sector: Algorithm-based banking with the human touch*. Frankfurt am Main: Deutsche Bank Research.
- Davidsson, P. (2016). *Researching entrepreneurship: Conceptualization and design*, 2nd Edition Springer, New York.
- Degerli, K. (2019). Regulatory challenges and solutions for fintech in Turkey. *Procedia computer science*, 158, 929-937. Retrieved from
- Groenewegen, G., and Langen, F. (2012). Critical success factors of the survival of start-ups with a radical innovation. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 2(3), 155-171.

- Hellmann, T., & Puri, M. (2002). Venture capital and the professionalization of start-up firms: empirical evidence. *The Journal of Finance*, 57(1), 169 – 197. DOI: 10.1111/1540-6261.00419
- Hemer, J. (2011). A Snapshot on Crowdfunding. Working Papers Firms and Region, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI, [www.isi.fraunhofer.de](http://www.isi.fraunhofer.de).
- Schueffel, P. (2016). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech. *Journal of Innovation Management*, ISSN 2183-0606.
- Soriano, M. (2018). How Fintech Startups succeed in financial inclusion. *Asian Management Insights*. 5, (1), 58-63.
- Suresh, J., and Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.