



Crowdfunding model based on entrepreneurship in digital businesses: a new approach in Green financing of the organization

Hadi sanati¹, Hossain vazifehdust^{*2}, Afsane Zamanimoghadam³, shamsuddin Hossain⁴

1- Department of Entrepreneurship Management, Research and Science Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

E-mail: h.kordani@gmail.com

2- Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(corresponding author). E-mail: vazifehdust@yahoo.com

3- Department of Educational Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

E-mail: A.Zamanimoghadam@srbiau.ac.ir.

4- Department of Business Economics, Faculty of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

E-mail: Sh.hosseini@aut.ac.ir

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	The present study was conducted with the aim of meta-synthesising the components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital-oriented businesses. For this purpose, a qualitative research approach and meta-synthesis method was used. The scope of the study is all articles (115 articles) that have been presented in specialized and scientific databases in the last decade on the components of crowdfunding based on entrepreneurship in business and related concepts. The research sample is 24 articles, which were selected purposefully based on thematic monitoring, theoretical saturation of data. The research data were collected from qualitative analysis of the documents under study. By analyzing the data, indicators and components of entrepreneurship-based crowdfunding in digital-based businesses, the components related to the capital applicant (including the transparency of the applicant's financial profile, the applicant's financing development design, the applicant's credit and resume, the applicant's cash flow in entrepreneurial processes), the components related to financial sponsors (including access to financial resources, the method of participation in crowdfunding, flexibility in crowdfunding methods, the perceived usefulness of sponsors), the financing platform (including the ability to create a financing community, drawing up supply chain financial goals in the platform, regulatory policies in financing platforms, and digital financing platform services) were organized into three selected codes and 12 axes. It is suggested that special attention be paid to the aforementioned dimensions in the design of entrepreneurship-based crowdfunding programs in the digital environment.
Article history: Received: 6 August 2024	
Received in revised form: 10 September 2024	
Acceptance: 10 September 2024	
Published online: 26 June 2025	
Key words : Crowdfunding, Entrepreneurship, Digital businesses.	

Cite this article: Sanati, H., Vazifehdust, H., Zamanimoghadam, A., & Hosseini, SH. (2025). Crowdfunding model based on entrepreneurship in digital businesses: a new approach in green financing of the organization. *Green Management*, 5(1), 1-21.



© The Author(s).

Online ISSN: 2821-0050

Publisher: Islamic Azad University, Aliabad Katoul Branch.

<https://sanad.iau.ir/journal/jgm>

الگوی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال: رویکردی نوین در تأمین مالی سبز سازمان

هادی صنعتی^۱، حسین وظیفه دوست^{۲*}، افسانه زمانی مقدم^۳، سید شمس الدین حسینی^۴

- ۱- گروه مدیریت کارآفرینی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: h.kordani@gmail.com
۲- گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). رایانامه: vazifehdust@yahoo.com
۳- گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران. رایانامه: A.Zamanimoghadam@srbiau.ac.ir
۴- گروه اقتصاد بازرگانی، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: Sh.hosseini@aut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	پژوهش حاضر باهدف فراترکیب مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال محور انجام پذیرفت. به این منظور از رویکرد پژوهش کیفی و روش فراترکیب استفاده شد. قلمرو پژوهش کلیه مقالاتی هستند (۱۱۵ مقاله) که در دهه اخیر در مورد مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکار و مفاهیم مرتبط در پایگاه‌های تخصصی و علمی ارائه شده‌اند. نمونه پژوهش ۲۴ مقاله است که این تعداد بر اساس پایش موضوعی، اشباع نظری داده‌ها و به‌صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. داده‌های پژوهش از تحلیل کیفی اسناد مورد مطالعه، گردآوری شده‌اند. با تجزیه و تحلیل داده‌ها، شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال محور در در سه کد منتخب و ۱۲ محور، مؤلفه‌های مرتبط با متقاضی سرمایه (مشمول بر شفافیت پروفایل مالی متقاضی، طراحی توسعه تأمین مالی متقاضی، اعتبار و رزومه متقاضی، گردش مالی متقاضی در فرایندهای کارآفرینی)، مؤلفه‌های مرتبط با حامیان مالی (مشمول دسترسی به منابع مالی، شیوه مشارکت در تأمین مالی جمعی، انعطاف دهی به روش‌های تأمین مالی جمعی، سودمندی ادراک شده حامیان، پلتفرم تأمین مالی (مشمول بر توانایی ایجاد جامعه تأمین مالی، ترسیم اهداف مالی زنجیره تأمین در پلتفرم، سیاست‌گذاری‌های نظارتی در پلتفرم‌های تأمین مالی، خدمات پلتفرم‌های تأمین مالی دیجیتال) مورد سازمان‌دهی قرار گرفت. پیشنهاد می‌شود در طراحی برنامه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در محیط دیجیتال به ابعاد مذکور توجه ویژه صورت گیرد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۲۰	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۰	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۰۵	
کلمات کلیدی: تأمین مالی جمعی، کارآفرینی، کسب‌وکارهای دیجیتال محور.	

استناد: صنعتی، هادی؛ وظیفه دوست، حسین؛ زمانی مقدم، افسانه و حسینی، شمس‌الدین (۱۴۰۴). الگوی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال: رویکردی نوین در تأمین مالی سبز سازمان. مدیریت سبز، ۵(۱)، ۲۱-۱.



© نویسندگان.

<https://sanad.iaui.ac.ir/journal/jgm>

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.

شاپا الکترونیکی: ۲۸۲۱-۰۰۵۰

مقدمه

امروزه فناوری اطلاعات باعث تغییرات بی سابقه و پایدار در بازارهای مصرفی و صنعتی شده، با این وجود، علی رغم فراگیر بودن و تأثیر شگرف فناوری اطلاعات در تجارت و بازاریابی در طی ۲۵ سال گذشته، در ادبیات جامع بازاریابی بین الملل موضوعات مرتبط با فناوری اطلاعات در سطح جهان به عنوان گره دانشی کلیدی در نظر گرفته نشده است (چابوسکی و سامیعی^۱، ۲۰۲۲). رشد و پیشرفت فناوری های دیجیتال از بُعد سخت افزاری و نرم افزاری، تغییرات و نوآوری های متعددی در زندگی و کار بشر ایجاد کرده است (دورنبرگر^۲، ۲۰۲۱). با پیشرفت انقلاب صنعتی چهارم، شرکت های صنعتی و کسب و کارها تلاش می کنند خود را با روند دیجیتالی شدن جهانی انطباق دهند و تحولاتی واقعی در بنیان ها، رویه ها و رویکردهای جاری ایجاد کنند. این سطح از تحول و دگرگونی به تحول دیجیتال مدل کسب و کار مشهور است (کوشگون و تانریکولو^۳، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، همه گیر شدن ویروس کرونا در جهان، اهمیت مدل های کسب و کار دیجیتال را بیش از پیش نمایان کرد. اکنون کسب و کارهای بسیاری بسترهای دیجیتالی و کارآفرینی در این بستر را جزء اصلی راهبردهای خود قرار داده اند (تریپاتی^۴، ۲۰۲۱).

کارآفرینی در کسب و کار دیجیتال شامل ایجاد یک کسب و کار در بستر اینترنت برای فروش خدمات و محصولات بدون نیاز به محیط فیزیکی تعریف می شود. این حوزه از کارآفرینی سازمانی به عنوان یک پدیده فنی-اقتصادی، جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگرف خود متحول کرده است (راتن^۵، ۲۰۱۸). شاید بتوان کارآفرینی در فضای دیجیتال محور را، یکی از مهم ترین زمینه های اشتغال زایی در هزاره سوم تلقی نمود که فرصتی برای استفاده از نیروهای خلاق، با کمترین هزینه و حداکثر اثربخشی در کسب و کار را فراهم می نماید.

کارآفرینی در کسب و کار دیجیتال محور، بررسی دقیق فناوری های دیجیتال و ویژگی های منحصربه فرد آن در شکل دادن به فعالیت های کارآفرینی است. تأکید بیشتر بر کارآفرینی دیجیتال، به دلیل نقش فناوری های جدید دیجیتال در کسب و کار آنلاین است (تامباس، برنت و وبروک^۶، ۲۰۱۸). در این زمینه، آنچه در سالیان اخیر به عنوان دغدغه ای مهم جلوه نموده است، دسترسی به منابع مالی است تا بتوان به کمک آن فرصت های شناسایی شده در فضای دیجیتال محور را اجرا نمود (اسکندری و همکاران، ۱۴۰۲). در سال های اخیر با پیشرفت در زمینه کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال در مقیاس جهانی و بین المللی، ادغام اقتصادی بین مرزها و مشابهت در سلايق و ترجیحات مصرف کنندگان بین المللی که منجر به افزایش توانمندی شرکت ها برای ورود به بازارهای بین الملل و قابلیت شناسایی نیازها و خواسته های مشتری شده

1- Chabowski & Samiee

2- Dornberger

3- Coskun & Tanrikulu

4- Tripathi

5- Ratten

6- Tumbas, Berente & Vom Brocke

است؛ موضوعات مربوط به شیوه‌های تامین مالی پراهمیت بوده و از الزامات تجارت و فعالیت در کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محسوب می‌شود (زنگیان و همکاران، ۱۴۰۱). در همین راستا، ازجمله مهم‌ترین و کاربردی‌ترین استراتژی‌ها در این بستر، استفاده از تامین مالی جمعی است (شهابی و علوی، ۱۳۹۶).

تامین مالی جمعی، روشی نوین و اینترنت محور برای جذب منابع مالی است. در این روش، منابع مالی از تعداد زیادی از افراد جمع‌آوری می‌شود؛ سپس این منابع در قالب اهداء یا درازای پاداش مالی یا غیرمالی در اختیار صاحبان طرح، ایده یا نیاز قرار می‌گیرد (حسن‌زاده، تمیزی فرو سیمپاری، ۱۳۹۷). جمع‌سپاری به معنای برون‌سپاری به انبوه مردم است که معمولاً از طریق فراخوان عمومی اینترنتی صورت می‌گیرد (اسدالله، ثانوی فرد و حیدری زاده، ۱۳۹۸). در سال‌های اخیر، تامین مالی جمعی که از زیرشاخه‌های جمع‌سپاری است، با توجه به رشد انفجاری و قابلیت‌های متحول‌کننده، توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. تامین مالی جمعی علاوه بر کارآفرینان و به‌طور کلی صاحبان پروژه، برای حامیان مالی نیز فرصت‌های جذابی فراهم می‌نماید (چیت‌سازان و پوربصیر، ۱۴۰۰).

تامین مالی جمعی به عنوان زمینه‌ای برای تامین مالی سبز در سازمان‌های جدید مورد توجه است (ژانگ^۱، ۲۰۲۲). در سال‌های اخیر مفهوم تامین مالی سبز یکی از پارادایم‌های نوین در مباحث مالی بوده که شامل طیف گسترده‌ای از موضوعات پایداری مربوط به سازمان می‌باشد (ژانگ، ۲۰۲۰). تامین مالی سبز فرآیندی است که در آن شرکت‌ها براساس شرایط زیست محیطی، تسهیلات دریافت نموده و ارزیابی ریسک جهت برآورده شدن استانداردهای پایدار محیطی و اجتناب از خطرات زیست محیطی صورت می‌گیرد (ولز^۲، ۲۰۱۵). زارع زاده (۱۴۰۲) تامین مالی جمعی را به عنوان مسیر سبز تامین مالی در شرکت‌های کوچک و فناور بیان داشته است. تامین مالی سبز به عنوان رویکردی نوین در تامین مالی پروژه‌ها سبب می‌شود تا حمایت‌های زیست محیطی و منافع مالی-اقتصادی با یکدیگر ترکیب شوند. این ابزار طیف گسترده از استفاده کنندگان اعم از مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران، اعتبار دهندگان، دولت و جامعه را شامل می‌شود (شیخ، ۱۴۰۱).

بررسی پیشینه پژوهشی بیانگر آن است که برای تامین مالی جمعی به‌طور عام و برای پیاده‌سازی آن در کسب و کارهای دیجیتال، عوامل و مؤلفه‌های بسیاری در پژوهش‌ها به صورت پراکنده بیان شده است ازجمله این عوامل می‌توان به دسترس بودن بودجه برای پروژه‌های اجتماعی و طرح‌های مبتنی بر پایداری (لی و همکاران، ۲۰۱۴)، ایجاد فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب و کار (کامار و آگراول، ۲۰۲۳)، استفاده از اینترنت برای تسهیل و انگیزه مشارکت در روشی جدید برای انجام کارها (چاندنا، ۲۰۲۳)، تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه،

1-Zhang

2-Volz

برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت (چودهاری، ۲۰۲۲)، عوامل جمعیتی، عوامل محیطی و عوامل تأثیرگذار بر پروژه (ازنب و همکاران، ۱۴۰۰) اشاره کرد. همچنین بررسی پیشینه پژوهشی در داخل کشور نشان می‌دهد وضعیت تأمین مالی جمعی در کسب و کارهای دیجیتال مطلوب نیست (کمالو و همکاران، ۱۴۰۱ و سوری تبار و توحیدی، ۱۴۰۲). از این رو در پژوهش حاضر بر آنیم تا با شناسایی و تلفیق یافته‌ها پژوهش‌های مختلف در زمینه تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال برداریم. از این رو از رویکرد فراترکیب که موجب تجمل و تلفیق و سازمان‌دهی منطقی مطالعات این حوزه می‌شود؛ استفاده شده است. این رویکرد پژوهشی عصاره پژوهش‌های صورت گرفته را به شیوه نظام مند و علمی فراروی پژوهشگران و خوانندگان قرار می‌دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند برای مدیران و برنامه ریزان اقتصادی و صاحبان کسب و کارهای دیجیتال باشد. از این رو، سؤال اصلی پژوهش بر اساس مطالعات و خلأهای پژوهشی مطرح شده بدین شرح است که الگوی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال شامل چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است.

ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

روش‌های سنتی تأمین مالی مانند استفاده از بانک‌ها کفایت لازم برای حمایت از کسب و کارهای نوپا و جدید مبتنی بر فضای دیجیتال را ندارد (حیدرزاده اقدم، ۱۴۰۳). با ظهور وب ۲ و شبکه‌های اجتماعی تأمین مالی جمعی به عنوان جدیدترین رویکردهای تأمین مالی در زمینه کسب و کارهای نوین و مبتنی بر فضای دیجیتال شناخته شده است (لی و همکاران، ۲۰۲۴). در تعریف تأمین مالی جمعی می‌توان اینگونه بیان داشت که در تأمین مالی جمعی، طیف وسیعی از سرمایه‌گذاران که غالباً غیرحرفه‌ای هستند در بسترهای دیجیتال و مجازی در پروژه‌هایی مانند کسب و کارهای نوپا و طرح‌های نوآورانه که عمدتاً با عدم رغبت سرمایه‌گذاران حرفه‌ای همراه است به سرمایه‌گذاری با مبالغ اندک می‌پردازند (چاندنا^۱، ۲۰۲۳).

تأمین مالی جمعی به عنوان روشی جدید برای کارآفرینان برای تأمین سرمایه مالی شناخته می‌شود (یه و جن، ۲۰۲۰). بر اساس گزارشی از کیک استارتر^۲، بزرگترین پلتفرم تأمین مالی جمعی جهان، میزان موفقیت پروژه‌های تأمین مالی جمعی در همه دسته‌ها در سال ۲۰۲۳، ۳۹٫۷۴ درصد بوده که نسبت به سال ۲۰۲۲، ۲٫۳ درصد افزایش داشته است (تانگ^۳ و همکاران، ۲۰۲۴). اکثر مطالعات بین‌المللی در سال‌های اخیر نشان‌دهنده موفقیت تأمین مالی جمعی در جذب سرمایه شرکت‌ها و سازمان‌ها بوده است (مور و همکاران، ۲۰۲۳). تأمین مالی جمعی بیشتر در سال‌های

1- Chandna
2 -Kickstarter
3 -Tang

اخیر در کسب و کارهای دیجیتال اتفاق افتاده و زمینه اصلی کارآفرینی در بنگاه‌های کوچک می‌باشد (ژنو^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). بر اساس نظریه بازارهای دوسویه، حداقل سه بازیگر اصلی در اکوسیستم تأمین مالی جمعی نقش دارند که عبارت‌اند از متقاضی سرمایه که به دنبال کسب سرمایه از حامیان بالقوه، فراخوانی را در قالب یک پروژه روی پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی ایجاد می‌کند، دوم، حامیان مالی که با در نظر گرفتن ارزش‌ها و پاداش (مادی-معنوی) حاصل از مشارکت، در مورد حمایت از پروژه‌ها تصمیم‌گیری می‌کنند، سوم، پلتفرم تأمین مالی جمعی که به عنوان واسطه، تعامل دو گروه دیگر را امکان‌پذیر می‌سازد و موفقیت آن به حضور هر دو گروه متقاضی و حامی در پلتفرم بستگی دارد (لی و همکاران، ۲۰۲۴). طبق موارد بیان شده تأمین مالی جمعی بیش از هر چیز دیگری در کسب و کارهای نوپا در فضای دیجیتال مطرح است و بر پایه پلتفرم‌های دیجیتال طراحی شده است و کارآفرینان در این زمینه را بیشتر مورد حمایت قرار می‌دهد.

کارآفرینی در فضای دیجیتال را می‌توان نوعی اشتغال‌زایی مبتنی بر مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت مستقیم دانست (نواضعی‌فر و همکاران، ۱۳۹۸). کارآفرینی در فضای دیجیتال یکی از مهم‌ترین زمینه‌های اشتغال‌زایی در هزاره سوم تلقی نمود که فرصتی برای استفاده از نیروهای خلاق با کمترین هزینه و حداکثر اثربخشی در کسب و کار را فراهم می‌آورد (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۴). کارآفرینی دیجیتال، بررسی دقیق فناوری‌های دیجیتال و ویژگی‌های منحصر به فرد آن در شکل دادن به فعالیت‌های کارآفرینی است، تأکید بیشتر بر کارآفرینی دیجیتال به دلیل نقش فناوری‌های جدید دیجیتال در کسب و کار آنلاین است (نواضعی‌فر و همکاران، ۱۳۹۸). با توجه به اقتصاد دانش بنیان سازمان‌ها برای سازمان‌دهی و کسب رقابت در سطح جهانی، فرآیند دیجیتال کردن را در کسب و کار خود به کار می‌برند (راتن^۲، ۲۰۱۸). کارآفرینی دیجیتال، نه تنها برای بخش‌های فناوری اطلاعات شرکت‌ها، بلکه برای همه صنایع، کاربردی و مفید است (تامبریس^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). از سویی تأمین مالی جمعی و کسب و کارهای دیجیتال ارتباط تنگاتنگی با مسائل زیست محیطی دارد (تانگ و همکاران، ۲۰۲۴).

تأمین مالی سبز یکی از زمینه‌های نوین در مباحث مالی بوده که شرکت‌ها را برای اقدامات کنترل شده در زمینه محیط زیست و حفظ آن یاری می‌کند (ولز، ۲۰۲۴). تأمین مالی سبز به عنوان رویکردی نوین در تأمین مالی پروژه‌ها سبب می‌شود تا حمایت‌های زیست محیطی و منافع مالی-اقتصادی با یکدیگر ترکیب شوند. تأمین مالی سبز هرگونه فعالیت مالی ساختارمندی است که برای اطمینان از نتیجه زیست محیطی ایجاد شده است (مارات و همکاران، ۲۰۲۲). تأمین مالی سبز یا به عبارتی دیگر مالیه سبز، الگوی نوین مالی در حمایت از محیط زیست به همراه سودآوری اقتصادی با تأکید بر دو کلمه "سبز" و "تأمین مالی" است (روحانی‌راد، ۱۴۰۱). استراتژی‌های تأمین مالی سبز کمک می‌کند تا شرکت-

1-Xu
2- Ratten
3-Tumbas

ها منابع خود را به نحو احسن مدیریت کنند که این عمل باعث بهبود وضعیت شرکت‌های بزرگ شده و نهایتاً باعث سودآوری می‌شود (چودهری^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). در این زمینه به اختصار به برخی از پژوهش‌ها در این زمینه اشاره می‌شود:

ژائو^۲ و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی شاخص‌های تأمین مالی جمعی در کسب و کارهای دیجیتال مبتنی بر رویکرد سبز را شامل دسترس بودن بودجه برای پروژه‌های اجتماعی و طرح‌های مبتنی بر پایداری، دموکراتیک کردن سرمایه‌گذاری‌ها، توجه به نگرش‌ها نسبت به توسعه مالی، استفاده از مشوق مالی و مالیاتی برای کسب مشارکت در تأمین مالی جمعی، اتخاذ سیستم‌های اقتصادی آزادتر، رقابت‌پذیری، نوآوری در تأمین مالی، بهره‌گیری از انواع پروژه‌های انتفاعی و غیرانتفاعی بیان داشتند.

تانگ و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان "آیا تأمین مالی جمعی بر مدیریت سبز تأثیر دارد: بررسی مطالعات بین‌المللی" نتایج نشان دهنده این مورد بود که سرمایه‌گذاری جمعی بر مدیریت سبز منابع محیط زیست مؤثر بوده و بر آن نقش مثبتی دارد.

حیدرزاده اقدام (۱۴۰۳) در پژوهش خود با عنوان "مروری بر تأمین مالی با تأکید بر تأمین مالی جمعی" به این نتیجه رسید که ایده تأمین مالی جمعی بر آن است که مردم منابع خود را به منظور تحقق یک هدف مشترک، تقسیم وظایف و مسئولیت‌ها تجمیع کنند. سیستم بانکی نیز به عنوان بخشی از این نظام تأمین مالی می‌تواند در پیشرفت برنامه‌های توسعه مؤثر باشد.

اسکندری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان "تأثیر روش‌های تأمین مالی کارآفرینی بر مشارکت جمعی در کسب و کارهای دانش بنیان به این نتیجه رسیدند که روش‌های تأمین مالی جمعی (روش دریافت تسهیلات، روش تشکیل شرکت‌های تعاونی، روش ایجاد طرح بصورت سهامداری روش انتشار اوراق مشارکت، روش ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذار، روش حضور در بازار بورس، روش جذب سرمایه از طریق فرشتگان، روش صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره) بر روی و رفع نیازهای مالی مربوط به فعالیت شرکت‌های دانش بنیان اثر مثبت و معناداری دارد. و باعث گسترش کسب و کارهای دانش بنیان خواهد شد.

تواضعی‌فر و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود به بررسی شناسایی پیشران‌های مؤثر بر کارآفرینی دیجیتال در کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد فراترکیب پرداختند نتایج نشان دهنده سه محور درون‌سازمانی، برون‌سازمانی و زیرساختی و همچنین ۶ مؤلفه قابلیت‌های سازمانی، خط و مشی‌سازمانی، مشوق‌های حمایتی، توانمندی‌های محیطی، زیرساخت فناوری اطلاعات و زیرساخت‌های محیطی مورد شناسایی قرار گرفت.

روش شناسی

روش پژوهش حاضر فراترکیب^۱ مطالعات انجام شده در زمینه تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال می باشد. فراترکیب نوعی مطالعه کیفی می باشد که اطلاعات و یافته های استخراج شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می کند. در نتیجه، نمونه مورد نظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آنها با سوال پژوهش ساخته می شود. فراترکیب به جای ارائه خلاصه ای جامعی از یافته ها، یک ترکیب تفسیری از یافته ها را ایجاد می کند (ساقی، ۱۳۹۶، ص ۶۲). هدف فراترکیب، توسعه تئوری، خلاصه سازی در سطح بالا و عمومیت بخشیدن با این هدف که، یافته های کیفی را به منظور کاربردهای عملی در دسترس بیشتری قرار دهد (دباغ کاشانی، ۱۳۹۰، ص ۷۵).

از این رو حوزه پژوهش شامل کلیه مقالات علمی معتبر در زمینه تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال می باشد. از سویی دیگر برای فراهم آوردن اطلاعات مورد نیاز، از فرم کاربرگ طراحی شده توسط محقق برای گزارش و ثبت اطلاعات پژوهش های اولیه استفاده گردید. برای بررسی اسناد و مدارک علمی موجود در زمینه پژوهش از تحلیل محتوا به شیوه مقوله بندی استفاده شد. داده های بدست آمده از این پژوهش بر اساس تحلیل مضمون در سه سطح پایه، مضامین سازمان دهنده و فراگیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در پژوهش حاضر، جهت تحلیل یافته ها از الگوی پنج مرحله ای فراترکیب اروین^۲ و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است. برای اطمینان از نحوه کدگذاری ها از چهار نفر ارزشیاب جهت کدگذاری مجدد یافته ها استفاده شد که به منظور تایید از روش اسکات (۲۰۱۲) استفاده شد که در این پژوهش میزان توافق بین ارزشیابان عدد ۸۱/۸۵ بدست آمد که نشان دهنده ۸۲ درصد توافق بین ارزشیابان در کدگذاری ها بود.

$$C.R = \frac{55+43+54+51}{4 \times 62} \times 100 = 81/85$$

$$C.R = \frac{\text{تعداد مقوله مورد های توافق}}{\text{تعداد کل مقوله ها}} \times 100$$

گام اول: تنظیم سؤال پژوهش

اولین مرحله در فراترکیب، برای تنظیم سؤال پژوهش است. در این گام پژوهشگران تمرکز بر سؤالات مطالعه دارند. سؤالات مورد مطالعه و یافته‌های مدنظر آن در جدول شماره ۱ تنظیم شده است.

جدول ۱: سؤالات پژوهش و پارامترها

پارامترها	تنظیم سؤال
چه چیزی (سؤال مورد مطالعه)	الگوی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور در پیشینه پژوهشی دارای چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟
چه یافته‌ها و نتایج	مطالعاتی مورد تحلیل قرار می‌گیرند که یافته‌های آن‌ها مرتبط با ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور باشند.

گام دوم: مروری بر پیشینه به شکل نظام‌مند

این مرحله به جست‌وجوی منابع مربوط با نیاز اصلی پژوهش اختصاص دارد. از این‌رو ابتدا کلیه مقالات علمی معتبر از طریق جست‌وجوی کلیدواژه‌های پژوهش از طریق پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی از جمله؛ Google، Sid، Normagas، Magiram، پرتال جامع علوم انسانی، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (IRANDOC) و جویسگر فارسی علم نت و همچنین پایگاه‌های اطلاعاتی در خارج از جمله؛ Science Direct، Scientific Information Database، Sage، Emerald، Scopus، ProQuest، Springerlink، Worldscientific، Taylor & Francis، Google Scholar و Eric، Wiley شناسایی شدند و با توجه به هدف تحقیق منابع مرتبط حفظ و منابع غیر مرتبط حذف شد. به‌منظور بالابردن کیفیت کار، جست‌وجوی مقالات توسط دو نفر که آشنایی کامل به روش‌های جست‌وجو و منابع اطلاعاتی داشتند به‌صورت جداگانه انجام شد. از سوی دیگر سه نفر خبره در زمینه مدیریت مالی بر کلیه روند اجرای کار نظارت داشتند. همچنین این پژوهش با تکیه بر منابع داخلی و خارجی و بر پایه مقالات علمی-پژوهشی منتشرشده تدوین شد و انتخاب این دسته از منابع از این‌رو بوده که این مقالات فرایند بررسی تخصصی را زیر نظر داوران متخصص طی می‌کنند و این حاکی از اعتبار نتایج آن‌ها است.

گام سوم: جست‌جوی و انتخاب متون

در این مرحله محقق جست‌وجو خود برای انتخاب مقالات منتشرشده را شروع نمود که در این زمینه به معیارهای ورود و خروج دقت شد. محقق به‌منظور کاهش سوگیری به تعیین انجام روش‌های مرور، قبل از بازیابی متون مربوط می‌پردازد. ابتدا پژوهشگر سطح مطالعات را

مشخص می‌کند. این مرحله به داوری درباره تعیین مطالعات مرتبط با نیازهای دانشی اختصاص دارد. داوری که نیازمند تدوین ملاک-هایی برای گزینش و دسته‌بندی مطالعات است (اوکلی و اسچبرام، ۲۰۱۱).

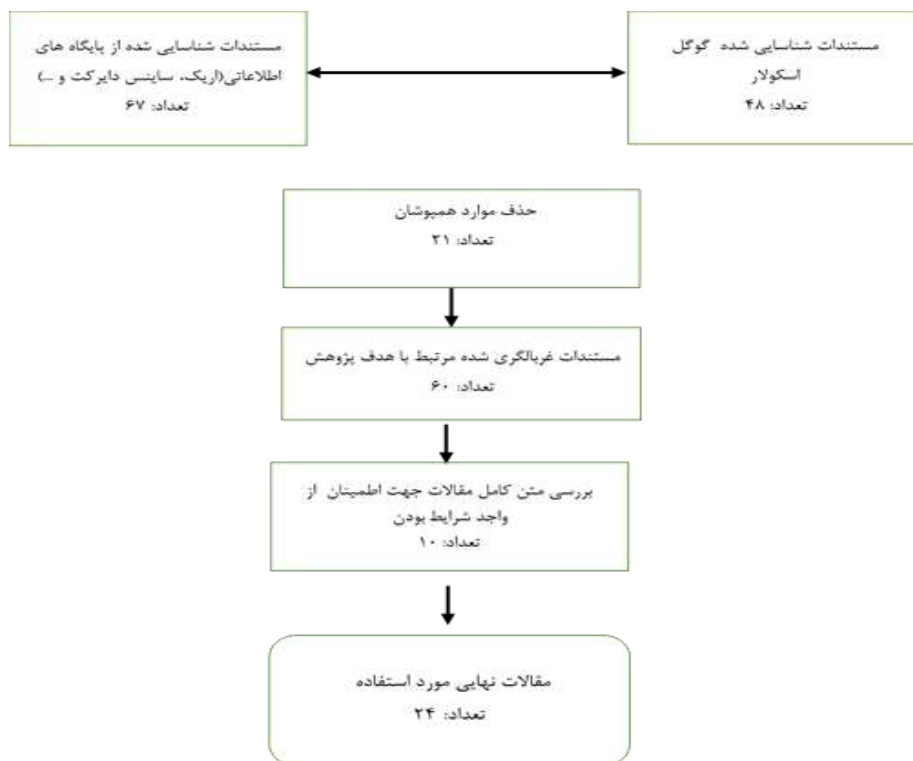
الف: معیارهای ورود (Inclusion Criterion) به این پژوهش شامل موارد ذیل می‌باشد

- ۱- مقالات انتشار یافته در زمینه ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور
- ۲- تحقیقات بایستی داده‌ها و اطلاعات کافی را در ارتباط با اهداف پژوهش، گزارش کرده باشند، از این رو کفایت یک پژوهش جهت بررسی در این مقاله گزارش کدهای مرتبط با ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور می‌باشد.

- ۳- تحقیقاتی که فرایند بررسی تخصصی را زیر نظر داوران متخصص طی می‌کنند و به صورت مقاله کامل از طریق برخط و یا به طور کامل چاپ شده، باشند.

ب: معیارهای خروج به این پژوهش شامل موارد ذیل می‌باشد:

- ۱- پژوهش‌هایی که اطلاعات کافی در زمینه اهداف این تحقیق گزارش نداده بودند، به عبارت دیگر پژوهش‌هایی که صرفاً به بررسی ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال با سایر متغیرها به صورت کمی پرداخته بودند.
- ۲- پژوهش‌هایی که فاقد کیفیت لازم علمی بودند و در مجلات و کنفرانس‌های بی اعتبار انتشار یافته‌اند.
- ۳- مقالاتی که در بازه زمانی پژوهش قرار نگرفته باشند به عبارتی از سال ۲۰۱۴ میلادی به قبل چاپ شده و اطلاعات آن برای زمان حال مفید نبوده و قدیمی باشند. در ادامه نحوه غربالگری مقالات در طی فرایند تصویر شده است.



شکل ۱. نحوه جستجو و معیارهای ورود و خروج مطالعات

گام چهارم: استخراج اطلاعات پژوهش ها و منابع داده

در این گام از یک فرم استاندارد استفاده شد، قسمت هایی که در فرم موردنظر بود عبارت اند از: منبع (شامل نام مجله، عنوان مقاله و نویسنده)؛ هدف (هدف از مطالعه)؛ روش شناسی و نتایج کلی. برای استخراج اطلاعات مناسب کلیدواژه های موردنظر در هر یک از پایگاه ها مورد جستجو قرار گرفت.

گام پنجم: ارزیابی کیفیت

هر مطالعه ای که صورت می پذیرد، باید از اعتبار و عینیت قابل قبولی برخوردار باشد؛ مطالعات کیفی و سنتز پژوهی از این قاعده نیز مستثنی نیست. در این روش جستجوی جامع منجر به پیدا کردن بسیار زیادی از مطالعات مربوطه خواهند شد، ولی از آنجایی که کلیه این مطالعات از کیفیت کافی و مناسبی برخوردار نمی باشند باید پیش از بررسی، منابع توسط معیارهای ورود و معیارهای خروج در نظر گرفته شده در پژوهش هر یک از مطالعات پیش از ورود به تحلیل با ابزار مناسب و از نظر معیارهای تعریف شده مورد بررسی قرار بگیرد و تنها مواردی که کیفیت لازم را دارند مورد تحلیل و بررسی قرار گیرند. در این پژوهش از چک لیستی که شامل معیارهای مختلف برای ارزیابی کیفیت بالا، متوسط و پائین هر یک از مطالعات اولیه می باشد، استفاده شد. هدف از این امتیازدهی به مطالعات به صورت جداگانه، بالا بردن اعتبار

مطالعه با ابزار مناسب چک‌لیست و خروج مطالعات باکیفیت پایین از فرایند پژوهش می‌باشد. در جدول شماره ۲ نمونه‌ای از چک‌لیست ارزیابی از مطالعات بر اساس الگوی کارلسون و همکاران آورده شده است (کارلسون^۱ و همکاران، ۲۰۰۷).

جدول ۲. نمونه‌ای از چک‌لیست ارزیابی مطالعه بر اساس الگوی کارلسون و همکاران (۲۰۰۷)

ردیف	معیار	مطالعه ۱	مطالعه ۲	مطالعه ۳	مطالعه ۴	مطالعه ۵
۱	استراتژی نمونه‌گیری	✓	✓	✓	✓	✓
۲	روش گردآوری داده	✓	-	✓	✓	✓
۳	نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها	✓	-	✓	✓	✓
۴	تناسب طرح تحقیق باهدف تحقیق	✓	✓	✓	✓	✓
۵	بیان روشن یافته‌ها	✓	✓	✓	✓	✓
۶	توجه مناسب نتیجه تحقیق	-	-	✓	-	✓
۷	تجانس بین پارادایم‌های هدایت‌کننده پروژه تحقیقاتی با روش‌های انتخاب شده	✓	-	✓	✓	✓
۸	درجه کیفیت (بالا، متوسط، پایین)	بالا	ضعیف	بالا	متوسط	بالا
۹	ملاحظات		نیازمند قضاوت توسط پژوهشگر سوم			

در این مرحله منابع استخراج شده حداقل توسط دو پژوهشگر به صورت مستقل مورد مطالعه و از نظر معیارهای بیان شده در جدول شماره ۴ مورد بررسی قرار گرفتند. در صورت رد شدن مطالعه‌ای، دلیل رد شدن آن ذکر می‌گردد و در صورت اختلاف نظر بین دو نفر پژوهشگر، نفر سوم به عنوان داور در نظر گرفته می‌شود.

یافته‌ها

در این بخش به فراخور هدف آن به مرحله ششم و هفتم در پژوهش حاضر پرداخته می‌شود.

گام ششم: پردازش، ترکیب و تفسیر در قالب فرآورده ملموس

با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش و ملاک قراردادن معیارهای اشاره شده، ابتدا کلیه مؤلفه‌ها و شاخص‌ها با انجام فرایند کدگذاری باز استخراج می‌شوند؛ در این راستا جدول شماره ۳ حاصل از یافته‌های پژوهشی مبتنی بر در این راستا جدول شماره ۴ حاصل از یافته‌های پژوهشی مبتنی بر پژوهش‌های مرتبط در سه بخش پژوهشگران، سال انتشار و شاخص‌ها و مؤلفه‌های اشاره شده تدوین گردید و بر مبنای سال انتشار شماره گذاری گردید که در ادامه به آن پرداخته شده است.

¹ Carlsen

جدول ۳. مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال محور

ردیف	محقق/محققان	سال	مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال محور
۱	Li, Wang & Soh	۲۰۲۴	دسترس بودن بودجه برای پروژه‌های اجتماعی و طرح‌های مبتنی بر پایداری، دموکراتیک کردن سرمایه‌گذاری‌ها، توجه به نگرش‌ها نسبت به توسعه مالی، استفاده از مشوق مالی و مالیاتی برای کسب مشارکت در تأمین مالی جمعی، اتخاذ سیستم‌های اقتصادی آزادتر، رقابت‌پذیری، نوآوری در تأمین مالی، بهره‌گیری از انواع پروژه‌های انتفاعی و غیرانتفاعی
۲	Kumar & Agrawal	۲۰۲۳	ایجاد فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار، استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی، توجه به تعهدات، توزیع تمرکز بر بخش بانکی و غیر بانکی از سوی حامیان،
۳	Chandna	۲۰۲۳	همکاری و جمع‌آوری مجموعه‌ای از منابع غیرمالی، استفاده از اینترنت برای تسهیل، انگیزه مشارکت در روشی جدید برای انجام کارها، تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی، ایجاد ارزش، اقتصاد اشتراک‌گذاری و پلتفرم‌های دیجیتال، تأمین ایده‌های خلاقانه، تعیین نسبت بدهی در تأمین مالی جمعی، هنجار پذیری موقعیتی، طراحی واحدهای پژوهش کارآفرینی در پلتفرم‌های تأمین مالی
۴	Chaudhary et al	۲۰۲۲	تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت، استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی، تأمین مالی به کمک سود انباشته جمعی، امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق تأمین مالی جمعی، تبیین رزومه و سوابق قبلی متقاضی، امکان سازگاری محیط تأمین مالی با سایر سامانه‌ها
۵	Butticè & Vismara	۲۰۲۲	توجه به فراهم‌سازی ابعاد تأمین مالی جمعی به شکل فراگیر، توجه به اطلاعات بصری در امور مالی دیجیتال، توجه به پویایی صنعتی در تأمین مالی جمعی سهام، توجه به عرضه و تقاضا در تأمین مالی جمعی مبتنی بر سهام، تعیین نسبت بدهی در تأمین مالی جمعی، حفظ نسبت سرمایه به ریسک در تأمین مالی جمعی
۶	Murat, Can & Çiğdem	۲۰۲۲	توجه به ارزش بازار و دارایی شرکت یا متقاضی در تأمین مالی جمعی، استفاده از ابعاد فناوری، فرهنگ هنر و فیلم در تأمین مالی، ایجاد ظرفیت‌های مزاد در تأمین مالی جمعی، میزان مبارزه با ابهام در تأمین مالی جمعی حامیان، تضمین ساختاری، حفظ حریم شخصی در سامانه‌های دیجیتال
۷	Nespoli et al	۲۰۲۲	استفاده از قابلیت‌های پویا از طریق کمپین تأمین مالی جمعی، تلفیق منابع پولی و منافع غیر پولی، تبدیل شایستگی کارآفرینی به پاداش کارآفرینی، استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی، هنجار پذیری موقعیتی، تأمین مالی از طریق منابع مالی افراد دخیل در کسب‌وکار
۸	Berné-Martine., Ortigosa-Blanch & Planells-Artigot	۲۰۲۱	ایجاد اکوسیستم موفقیت بر مبنای تشویک مساعی، فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار، ترکیب‌بندی روش‌های تأمین مالی جمعیت توجه به وضع قوانین دقیق و ایمن در تأمین مالی جمعی، پروژه‌سازی و تعیین اهداف متناسب، استفاده از پلتفرم‌های باز و بدون محدودیت، نظارت بر دامنه و عمق اطلاعات اعتباری شرکت‌ها در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی
۹	Ahsan & Musteen	۲۰۲۱	شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری پلتفرم‌های دیجیتال در زمینه تأمین مالی جمعی، گسترش کارآفرینی در ابعاد اجتماعی، بشردوستانه، تجاری، تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه در راستای تأمین مالی جمعی، نظارت بر رفع تبعیض در شیوه‌های تأمین مالی بنگاه‌های دولتی و غیردولتی
۱۰	Girish & Ghosh	۲۰۲۰	پر کردن شکاف تقاضا-عرضه جمع‌آوری سرمایه، پویایی قوی بین سرمایه‌گذاری جمعی و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی از نظر سهم آن‌ها در اقتصاد، تولید ثروت و ایجاد شغل، توجه به ارزش بازار و دارایی شرکت یا متقاضی در تأمین مالی جمعی، انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، طراحی واحدهای پژوهش کارآفرینی در پلتفرم‌های تأمین مالی
۱۱	Pratono et al	۲۰۲۰	اتخاذ پلت فرم تأمین مالی جمعی، تشویق به مأموریت‌های اجتماعی، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت، اندازه و حجم تأمین مالی مدنظر، تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی، توانمندی مدیریت روابط شبکه‌ای، تنظیم حدود اختیارات در زمینه تأمین مالی به کارگیری پلتفرم‌ها در کسب‌وکارهای دیجیتال
۱۲	Ingram Bogusz, Teigland & Vaast	۲۰۱۹	تأکید بر مسئولیت اجتماعی، اعتمادپذیری کسب‌وکار، جذب کاربران و منابع، توجه به دوره بازده دارایی، تعیین سرمایه در گردش خالص متقاضی، ایجاد هماهنگی بین سازمانی در تأمین مالی جمعی، تعیین نوع وثیقه و ابعاد آن در تأمین مالی جمعی، مدیریت دانش در شبکه‌های تأمین مالی جمعی
۱۳	Gupta & Bose	۲۰۱۹	توجه به هزینه‌ها و ریسک‌های پلتفرم‌های دیجیتال در همراه سازی مشارکت‌کنندگان، استفاده از ظرفیت استارت‌آپ تأمین مالی، طراحی مدل‌های تأمین مالی جمعی به شکل چابک و انعطاف‌پذیر، حذف اختیارات تصدی گرایانه از پلتفرم‌های تأمین مالی، میزان مبارزه با ابهام در تأمین مالی جمعی حامیان، دسترسی‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، حفظ حریم شخصی در سامانه‌های دیجیتال، کیفیت‌بخشی به خدمات دیجیتال در بستر تأمین مالی جمعی
۱۴	Mamonov	۲۰۱۹	همهانگ‌سازی منابع، توجه به معیارهای پنجگانه پلتفرم‌های دیجیتال در تأمین مالی جمعی (کارایی، چابکی، مقیاس‌پذیری، دسترسی و شخصی‌سازی)، انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، میزان تنوع‌بخشی به پرتفولیو مالی حامیان، تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب‌وکار، ایجاد گرنت در تأمین مالی
۱۵	Cicchiello	۲۰۱۹	کاهش بروکراسی با تأکید بر کارآفرینی، امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق تأمین مالی جمعی، انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، وضع قوانین در تأمین مالی جمعی، امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق اهداف کسب‌وکار، آزمایش پذیری نتایج در تأمین مالی جمعی
۱۶	Piliyanti	۲۰۱۹	شبکه اجتماعی، رویداد، بررسی انگیزه کاربر، افزایش انگیزش، انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، تأمین مالی به کمک اوراق مشارکت درون شرکتی، حمایت و پشتیبانی از مشارکت‌کنندگان در تأمین مالی جمعی، تضمین ساختاری، تدوین پروتکل‌های تحلیل در راستای ارتقا شناخت از کسب‌وکار
۱۷	Boylan, Nesson & Philipps	۲۰۱۸	فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار، هدف‌گذاری در کارآفرینی، سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی، توجه به ثبات اقتصادی در تأمین مالی جمعی، شفافیت و رویکرد دقیق نظارتی در تأمین مالی جمعی، توجه به دوره بازده دارایی، حذف اختیارات تصدی گرایانه از پلتفرم‌های تأمین مالی
۱۸	Nucciarelli et al	۲۰۱۷	خلق ارزش‌های مشارکتی، تعامل بین توسعه‌دهنده و سرمایه‌گذاران، تأمین مالی به کمک اوراق مشارکت درون شرکتی، تخصیص اعتبار و گرنت در تأمین مالی، دسترسی‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، شناسایی و تعیین اهرم مالی در برنامه‌های تأمین مالی
۱۹	Stephan	۲۰۱۷	برنامه‌ریزی ارتباطی آینده، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت، توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب‌وکار، تعیین نوع وثیقه و ابعاد آن در تأمین مالی جمعی
۲۰	Braund & Schwittay	۲۰۱۶	نیاز به استانداردسازی برای مدیریت گسترش، توجه توأمان به جنبه‌های تجاری و اجتماعی سازمان، ارتباط با مشتریان کسب‌وکار، استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات برای توسعه نوآوری، ایجاد هماهنگی بین سازمانی در تأمین مالی جمعی
۲۱	سوری تبار و توحیدی	۱۴۰۲	ارتباط با مشتری توسعه کانال‌ها، توجه به شرکای کلیدی و منابع مالی، توجه به جریان درآمدی حاصل از طرح‌ها در پلتفرم، توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب‌وکار
۲۲	کمالو و همکاران	۱۴۰۱	ویژگی‌های پروژه، فرهنگ، نقش دولت و نهادهای ناظر، روش‌های اطلاع‌رسانی کمپین و بازاریابی، ویژگی‌های سرمایه‌گذار، ویژگی‌های مکانی و جغرافیایی، ویژگی‌های بازار مالی و ویژگی‌های مجریان و بنیان‌گذاران

۲۳	چیت‌سازان، کولچی و باقری	۱۳۹۸	تعامل و روند سرمایه‌گذاری، اعتبار، امکانات پلتفرم و اعتمادسازی، اطلاع‌رسانی، امکان استفاده و فراهم‌سازی بستر اینترنت
۲۴	مطیعی و همکاران	۱۳۹۷	حل معضلات مالی، وجه به حقوق مالکیت، توسعه فناوری، حمایت و ترویج خلاقیت، بهبود قوانین، ایجاد شرکت‌های اسپین آف، بهبود بسترهای تأمین‌کنندگان مالی، تسهیل کسب‌وکار

گام هفتم: ارائه یافته‌ها (سنتر بین مطالعه‌ای)

در این مرحله پژوهشگران باید آنچه در فرآیند فرا ترکیب کیفی ظاهر می‌شوند را ارائه کنند. برای ارائه مؤثر یافته‌ها باید مخاطبان مختلفی را مورد توجه قرارداد به اعتقاد لی رایت و همکاران (۲۰۰۸) در این مرحله محققین با استفاده از موارد بصری (نمودار، تصاویر و جداول) به ارائه یافته‌های خود می‌پردازند. ابتدا در قسمت فرآیند فرا ترکیب استخراج ویژگی‌ها، عناصر و مؤلفه‌های راهبردی تحول‌آفرینی در آموزش تربیت‌بدنی مدارس صورت گرفته به این شکل که ابتدا توصیفات کلیه مؤلفه‌ها از طریق فرآیند کدگذاری باز شناسایی می‌شود و سپس در قسمت فرآورده، از آنجا که هدف این بخش ترکیب کلیه یافته‌های علمی در یک موضوع خاص و رسیدن به یک انسجام واحد است به جمع‌بندی می‌پردازد. در بخش ارائه نتایج ترکیب ابتدا تحلیل کیفی کدهای باز در کنار هم قرار گرفته و با کدگذاری مجدد، موارد همپوشی و قرابت معنایی باهم ترکیب‌شده و مؤلفه‌ها (کدهای محوری) استخراج می‌شود. در ادامه برای دسته‌بندی کردن کلیه مؤلفه‌های راهبردی تحول‌آفرینی در آموزش تربیت‌بدنی مدارس بر اساس یک مفاهیم مشترک از طریق کدگذاری محوری ارائه‌شده است که منجر به شناسایی ۳ بُعد (کد منتخب) شد، که نتایج کدگذاری محوری و منتخب در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور

کد منتخب	کد محوری	کد باز	کد مقالات
کد منتخب	شفافیت پروفایل مالی متقاضی	تعیین نسبت بدهی در تأمین مالی جمعی	[۳]، [۵]
		توجه به ارزش بازار و دارایی شرکت یا متقاضی در تأمین مالی جمعی	[۶]، [۱۰]، [۱۴]
		توجه به دوره بازده دارایی	[۱۲]، [۱۷]
		شناسایی و تعیین اهرم مالی در برنامه‌های تأمین مالی	[۱۸]
		تعیین سرمایه در گردش خالص متقاضی	[۴]، [۶]، [۱۲]
	طراحی توسعه تأمین مالی متقاضی	ایجاد فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب و کار	[۱]، [۲]
		ایجاد ظرفیت‌های مازاد در تأمین مالی جمعی	[۶]، [۲۲]
		انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف	[۱۰]، [۱۴]
		برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت	[۱۱]، [۱۹]
		استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی	[۲]، [۷]، [۱۲]
		اصلاح نگرش‌ها نسبت به توسعه مالی	[۲]، [۶]، [۱۲]
	اعتبار و رزومه متقاضی	تبیین رزومه و سوابق قبلی متقاضی	[۴]، [۱۱]
		بررسی پذیری اعتبار سرمایه پذیر	[۱۴]، [۱۸]
		توجه به تعهدات	[۲]
		توانمندی و حجم سرمایه‌گذاری	[۴]، [۱۱]
		سبک مدیریت پروژه	[۱۲]، [۲۲]
		اندازه و حجم تأمین مالی مدنظر	[۱۱]، [۲۲]
	گردش مالی متقاضی در فرایندهای کارآفرینی	توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب و کار	[۱۵]، [۱۹]، [۲۱]
		امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق اهداف کسب و کار	[۱۵]
		حفظ نسبت سرمایه به ریسک در تأمین مالی جمعی	[۵]، [۷]
		تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه در راستای تأمین مالی جمعی	[۹]، [۱۴]، [۲۳]

فصل دوم روش‌های تحقیق	دسترسی به منابع مالی	تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی	[۱۱]
		میزان تقارن اطلاعات مالی حامیان	[۱]، [۲]، [۴]، [۸]
		تعیین نوع وثیقه و ابعاد آن در تأمین مالی جمعی	[۱۲]، [۱۸]، [۱۹]
		توزیع تمرکز بر بخش بانکی و غیر بانکی از سوی حامیان	[۲]، [۵]، [۲۰]
		میزان مبارزه با ابهام در تأمین مالی جمعی حامیان	[۶]، [۱۳]
		میزان تنوع‌بخشی به پرتفولیو مالی حامیان	[۶]، [۱۴]، [۲۱]
		تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب‌وکار	[۱۴]، [۲۱]
		تأمین مالی مبتنی بر سهام کسب‌وکار	[۵]
		تأمین مالی از طریق منابع مالی افراد دخیل در کسب‌وکار	[۷]، [۲۰]
		تأمین مالی مبتنی بر بدهی	[۳]، [۵]
	شیوه مشارکت در تأمین مالی جمعی	تأمین مالی ترکیبی	[۴]، [۱۱]
		ایجاد گزنت های مالی و سازمانی	[۱۴]، [۱۸]، [۲۳]
		استفاده از وام	[۴]، [۱۳]
		توجه به مزیت‌های رقابتی تأمین مالی جمعی	[۸]، [۲۱]
	انعطاف دهی به روش‌های تأمین مالی جمعی	نسبی سازی مزیت‌ها در تأمین مالی جمعی	[۶]، [۸]
		آزمایش پذیری نتایج در تأمین مالی جمعی	[۱۵]، [۲۲]
		ایجاد گستره باز انتخابی در روش‌های تأمین مالی جمعی	[۷]، [۱۷]
		تبیین ارزش‌های مشترک	[۶]، [۱۰]، [۲۲]
	سودمندی ادراک شده حامیان	آشنایی با فضای کسب‌وکار	[۶]، [۲۲]
		هنجار پذیری موقعیتی	[۳]، [۷]
		تضمین ساختاری	[۶]، [۱۶]
		ایجاد هماهنگی بین سازمانی در تأمین مالی جمعی	[۱۲]، [۲۰]
فصل سوم روش‌های پلتفرم	توانایی ایجاد جامعه تأمین مالی	توانمندی مدیریت روابط شبکه‌ای	[۱۱]، [۱۶]
		مدیریت دانش در شبکه‌های تأمین مالی جمعی	[۱۲]
		تعهد به تسهیم منابع در شبکه تأمین مالی جمعی	[۲۱]
		هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و میان‌مدت زنجیره تأمین	[۱۶]، [۱۷]
		سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در پلتفرم تأمین مالی	[۱۷]، [۲۴]
	ترسیم اهداف مالی زنجیره تأمین در پلتفرم	تعیین دیدگاه‌ها و اهداف استراتژیک برای طرفین تأمین مالی	[۴]، [۲۳]، [۲۷]
		طراحی واحدهای پژوهش کارآفرینی در پلتفرم‌های تأمین مالی	[۳]، [۱۰]
		ترسیم ارزش‌ها و فرهنگ‌های کارآفرینانه در پلتفرم	[۱۲]، [۲۳]
		تدوین پروتکل‌های تحلیل در راستای ارتقا شناخت از کسب‌وکار	[۱۶]، [۲۴]
		بررسی ابعاد کسب‌وکار و تحلیل آن	[۳]، [۷]
	سیاست‌گذاری‌های نظارتی در پلتفرم‌های تأمین مالی	حذف اختیارات تصدی گرایانه از پلتفرم‌های تأمین مالی	[۱۳]، [۱۷]
		تنظیم حدود اختیارات در زمینه به کارگیری پلتفرم‌ها در کسب‌وکارهای دیجیتال	[۱۱]، [۱۵]
		نظارت بر رفع تبعیض در شیوه‌های تأمین مالی بنگاه‌های دولتی و غیردولتی	[۹]
		نظارت بر زمان و هزینه صدور مجوزهای کسب‌وکار دیجیتال	[۲]، [۹]
		نظارت بر دامنه و عمق اطلاعات اعتباری شرکت‌ها در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	[۸]، [۲۴]
	خدمات پلتفرم‌های تأمین مالی دیجیتال	دسترسی‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	[۱۳]
		حفظ حریم شخصی در سامانه‌های دیجیتال	[۶]، [۱۳]
		امکان سازگاری محیط تأمین مالی با سایر سامانه‌ها	[۴]، [۱۳]
		کیفیت‌بخشی به خدمات دیجیتال در بستر تأمین مالی جمعی	[۴]، [۱۳]

با توجه به نتایج به‌دست آمده از سنتر پژوهش‌های منتخب، شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای

دیجیتال محور در سه کد منتخب و ۱۲ محور، مؤلفه‌های مرتبط با متقاضی سرمایه (مشمول بر شفافیت پروفایل مالی متقاضی، طراحی

توسعه تأمین مالی متقاضی، اعتبار و رزومه متقاضی، گردش مالی متقاضی در فرایندهای کارآفرینی)، مؤلفه‌های مرتبط با حامیان

مالی (مشمول دسترسی به منابع مالی، شیوه مشارکت در تامین مالی جمعی، انعطاف دهی به روش های تامین مالی جمعی، سودمندی ادراک شده حامیان)، پلتفرم تامین مالی (مشمول بر توانایی ایجاد جامعه تامین مالی، ترسیم اهداف مالی زنجیره تامین در پلتفرم، سیاست گذاری های نظارتی در پلتفرم های تامین مالی، خدمات پلتفرم های تامین مالی دیجیتال) مورد سازمان دهی قرار گرفت که در ادامه مدل تصویری مربوط به آن در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲: الگوی تامین مالی جمعی در راستای کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال

بحث و نتیجه گیری

تامین مالی جمعی از جمله مؤلفه های مهم در فعالیت های اقتصادی بنگاه ها و کسب و کارهای گوناگون بوده که به عنوان یکی از ابعاد مهم در تامین سبز مالی شناخته می شود. پژوهش حاضر به همین منظور به بررسی پژوهش های صورت پذیرفته در زمینه تامین مالی جمعی در راستای کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال صورت گرفت. در همین راستا به بررسی پیشینه پژوهشی و مبانی نظری مرتبط با این حوزه

پرداخته شد که با توجه به فرایند و فرآورده‌های سنتز پژوهی در یک نمای کلی سه محور مؤلفه‌های مرتبط با متقاضی سرمایه، حامیان مالی و پلتفرم تأمین مالی از مجموعه مؤلفه‌های احصا شده در جدول اول به دست آمد که در ادامه به تبیین آن‌ها پرداخته می‌شود.

مؤلفه‌های مرتبط با متقاضی سرمایه به عوامل و شاخص‌های مرتبط با موضوعات مالی به‌منظور جذب تأمین مالی و فراهم‌سازی حامیان را شامل می‌شود. محورهای این بخش بیشتر ناظر بر ارائه عملکرد برنامه‌ریزی شده و قابل استناد به‌منظور ارتقا سیاست‌های مالی مجموعه است. محور شفافیت پروفایل مالی و رزومه متقاضی به اهمیت مؤلفه‌های شاخص مالی مجموعه و لزوم توجه به شفافیت و تعیین شاخص‌های تخصصی اقتصادی اشاره دارد. یافته‌های این بخش که بیشتر برگرفته از مولیک (۲۰۱۸) و گاپتا و بوس (۲۰۱۹) است بر تعیین دیدگاه‌ها و مشخص‌سازی زمان و برنامه‌های زمانی برای دستیابی به اهداف تأکید دارد. همچنین محور طراحی توسعه تأمین مالی متقاضی و گردش مالی متقاضی در فرایندهای کارآفرینی با اشاره به ابعاد مدیریت مالی و توجه دهی آن به سمت وسوی کارآفرینی در کسب و کار بر سرمایه در گردش، مدیریت توسعه مالی و طراحی خط و مشی کارآفرینانه متمرکز بود. یافته‌های این بخش از پژوهش که بیشتر با یافته‌های لئون و همکاران (۲۰۲۳) و چاندنا (۲۰۲۲) همخوانی دارد و توجه به حفظ سرمایه و سنجش میزان ریسک در تأمین مالی جمعی را به ابعاد مهم تقاضا در فرایندهای تأمین مالی نسبت داده است. چراکه بدون توجه به برنامه‌های مالی مجموعه و گردش مالی (شاخص‌های تبدیل سرمایه) امکان توافق و دستیابی به هم‌افزایی وجود نخواهد داشت.

مؤلفه‌های مرتبط با حامیان مالی، با در نظر گرفتن ارزش‌ها و پاداش (مادی-معنوی) حاصل از مشارکت، در مورد حمایت از پروژه‌ها تصمیم‌گیری می‌کند. در این زمینه، محورهای دسترسی به منابع مالی و شیوه‌های مشارکت به ترتیب با اشاره به میزان توجه به اطلاعات مالی و شیوه‌های مشارکت در تأمین مالی (مستقیم و غیرمستقیم) ابعاد حمایت را از حیث مشارکت برجسته می‌نماید. این محورها، راهبردهای استفاده از طرح‌های خیریه و بشردوستانه، تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب و کار، تأمین مالی مبتنی بر سهام کسب و کار، تأمین مالی از طریق منابع مالی افراد دخیل در کسب و کار، تأمین مالی به کمک سود انباشته جمعی، تأمین مالی به کمک اوراق مشارکت درون شرکتی به‌عنوان راهبردهای مستقیم و راهبردهای مشوق‌های مالی و مالیاتی، تأمین مالی مبتنی بر بدهی، تأمین مالی ترکیبی، ایجاد گرن‌ها، استفاده از وام، تأمین مالی به کمک اوراق قرضه به‌عنوان راهبردهای غیرمستقیم و باواسطه در تأمین مالی جمعی شناسایی می‌کنند که در پژوهش‌های مختلف مرتبط با حوزه پژوهشی همچون پیلانتي (۲۰۱۹) و بویلان، نسن و فیلیپس (۲۰۱۸) نیز به آن‌ها برای تأمین مالی جمعی مؤثر پرداخته شده است. همچنین انعطاف دهی به روش‌های تأمین مالی جمعی که باعث می‌شود ابعاد حمایت حامیان بنا

به اقتضائات موجود به روزرسانی و ارتقا یابد. محور سودمندی ادراک شده، با پرداختن به مؤلفه‌های ارزش محور در تأمین مالی جمعی به مضامین فضای کسب و کار و هنجارهای مدنظر برای ارتقا ارزش تأمین مالی برای حامیان توجه دارد. یافته‌های این بخش از پژوهش با یافته‌های سوری تبار و توحیدی (۱۰۲) از حیث توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه و توجه به شرکای کلیدی در تأمین مالی و همچنین پژوهش ژوپتا و بوس (۲۰۱۹) در مؤلفه‌های همراه سازی در حمایت مالی و ابعاد آگاهی‌بخش در این زمینه قرابت دارد.

مؤلفه‌های مرتبط با پلتفرم تأمین مالی جمعی که به عنوان واسطه، تعامل دو گروه دیگر را امکان‌پذیر می‌سازد و موفقیت آن به حضور هر دو گروه متقاضی و حامی در پلتفرم بستگی دارد به محورهای مرتبط با این واسطه اشاره دارد. محور توانایی ایجاد جامعه تأمین مالی به گسترش ابعاد تأمین مالی جمعی در راستای کارآفرینی در کسب و کار اشاره داشت که در پژوهش‌های مختلف مرتبط با حوزه پژوهشی همچون پیلانی (۲۰۱۹) و بویلان، نسن و فیلیس (۲۰۱۸) مورد اشاره قرار گرفته بود. محور ترسیم اهداف مالی زنجیره تأمین در پلتفرم به هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی در پلتفرم به منظور ترسیم ارزش‌های فرهنگ‌های کارآفرینانه و تدوین طرح‌های پژوهش محور در این زمینه اشاره دارد. سیاست‌گذاری‌های نظارتی در پلتفرم به نظارت بر رفع تبعیض در شیوه‌های تأمین مالی و شفافیت بخشی در پلتفرم و مؤلفه‌های مشابه همچون نظارت بر زمان و هزینه صدور مجوزهای کسب و کار دیجیتال، نظارت بر دامنه و عمق اطلاعات اعتباری شرکت‌ها در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، حذف اختیارات تصدی گرایانه از پلتفرم‌های تأمین مالی، تنظیم حدود اختیارات در زمینه به کارگیری پلتفرم‌ها در کسب و کارهای دیجیتال می‌پردازد. در انتها، خدمات پلتفرم‌های تأمین مالی دیجیتال به استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال در تأمین مالی جمعی و قلمرو پژوهشی آن پرداخته است. در این زمینه کیفیت بخشی به خدمات دیجیتال در بستر تأمین مالی جمعی که در پژوهش‌هایی همچون ابوامانا (۲۰۱۹) و چندلر و همکاران (۲۰۲۲) مورد تأکید قرار گرفته بود مورد اشاره قرار گرفت. مجموعاً محورها و مؤلفه‌های این بخش بیشتر عوامل مؤثر در ارتقا واسطه بین متقاضی و حامیان تأمین مالی را مدنظر قرار داده است.

تأمین مالی بخش مهمی از کسب و کارهای امروزه است در این میان توجه به رویکردهای مبتنی بر محیط زیست چون تأمین مالی جمعی مبتنی بر رویکردهای فناورانه و دیجیتال مورد توجه و تأکید است. در این پژوهش بر آن شدیم تا ضمن تحلیل پیشینه پژوهشی موجود الگوی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال را طراحی کنیم امید است، بر مبنای پژوهش‌هایی از این قبیل الگوهای بومی جهت مدیریت فرآیند تأمین مالی سازمان‌های داخلی طراحی شود. با توجه به یافته‌ها چند پیشنهاد ارائه می‌شود:

- با توجه به یافته‌های بُعد متقاضی سرمایه و محور لزوم شفافیت مالی در این زمینه پیشنهاد می‌شود به شفافیت مالی و ایجاد بسترهای الکترونیک برای این زمینه در شرکت‌های مالی اقدام شود.
- در زمینه تأمین مالی جمعی و کسب و کارهای دیجیتال به زمینه‌های شیوه‌های مشارکت جمعی مبتنی بر محیط زیست و انعطاف‌پذیری شیوه‌های مشارکت توجه شود.
- با توجه به یافته‌های سودمندی ادراک شده در این زمینه پیشنهاد می‌شود به هنجارپذیری و تبیین ارزش‌های مشترک سازمانی در زمینه تأمین مالی توجه شود.
- با توجه به یافته‌ها جهت تسهیل در تأمین مالی جمعی به ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی در سازمان توجه شود
- با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود جهت گسترش عدالت در زمینه تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان بر رفع تبعیض در شیوه‌های تأمین مالی بنگاه‌های دولتی و غیردولتی نظارت صورت پذیرد.

منابع

- ازنب، الهام، محمدیان، بهزاد. (۱۴۰۰). شناسایی خطاهای شناختی مذاکرات کارآفرینانه با تمرکز بر پروژه‌های تأمین مالی جمعی. *فصلنامه مدیریت و نوآوری*، ۲(۳۹)، ۸۹-۱۱۴.
- اسدالله، مهسا؛ ثانوی فرد، رسول و حمیدی زاده، علی. (۱۳۹۸). الگوی کسب و کار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی. *مدیریت توسعه فناوری*، ۷(۲)، ۱۹۵-۲۴۸. doi:
- اسکندری، بهمن؛ وظیفه دوست، حسین؛ جعفری، پریش و موسی خانی، مرتضی. (۱۴۰۲). مدل تأمین مالی فعالیت‌های کارآفرینی با رویکرد مشارکت جمعی: مطالعه‌ای از کسب و کارهای دانش‌بنیان. *دانش سرمایه‌گذاری*، ۱۲(۴۸)، ۲۶۳-۲۸۶.
- اسکندری، بهمن؛ وظیفه دوست، حسین، جعفری، پریش، موسی خانی، مرتضی (۱۴۰۰). تأثیر روش های تأمین مالی کارآفرینی بر مشارکت جمعی در کسب و کارهای دانش بنیان. *اقتصاد مالی*، ۱۵(۴)، ۲۵۹-۲۸۳.
- امیربیگ، مرضیه، برادران، محمدمهدی، و حسینی واعظ، سیدجلال الدین. (۱۴۰۰). بررسی و تدوین مدل توسعه تأمین مالی جمعی در سازمان‌های دینی (نمونه موردی حرم مطهر رضوی). *تحقیقات مالی اسلامی*، ۱۰(۲)، ۶۳۹-۶۷۸. /fa95888SID. <https://sid.ir/paper/>
- تواضعی فر، اسما؛ شیگی تاش، مهیم و کشاورز، سهیلا (۱۳۹۸). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر کارآفرینی دیجیتال در کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد فراترکیب. *سیاست-نامه علم و فناوری*، ۹(۳)، ۶۱-۷۲.
- چیت‌سازان، هستی و پوربصیر، محسن. (۱۴۰۰). تبیین عوامل مؤثر بر قصد مشارکت مالی حامیان در پلتفرم های تأمین مالی جمعی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۴(۴)، ۵۹۹-۶۱۸.
- چیت‌سازان، هستی؛ کولچی، ساره و باقری، افسانه (۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش‌برنده استفاده از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان (مورد مطالعه: صنعت گردشگری). *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۱)، ۲۱-۴۰.
- حسن‌زاده سروستانی، حسین، تمیزی فر، مهدی، و سیمیری، محمدرضا. (۱۳۹۷). تأمین مالی جمعی، الگویی مناسب جهت جذب مشارکت‌های خیرین. *تحقیقات مالی اسلامی*، ۸(۱)، ۵۹-۹۰. /fa25488SID. <https://sid.ir/paper/>
- حیدرزاده اقدام، نرجس (۱۴۰۳). مروری بر تأمین مالی با تأکید بر تأمین مالی جمعی. *سومین کنگره بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار*، تبریز، دانشگاه تبریز. تیر ۱۴۰۳.
- دباغ کاشانی، زینب (۱۳۹۰). *شناسایی عوامل حیاتی موفقیت در چارچوب پیاده سازی مدیریت فرآیندهای کسب و کار در سازمان‌های ایرانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهرا.
- روحانی‌راد، شایان (۱۴۰۱). بررسی نقش تأمین مالی سبز بر موفقیت مالی شرکت‌های خصوصی با نقش میانجی سرمایه‌گذاری سبز. *فصلنامه تحلیل بازار سرمایه*، ۲(۲)، ۱۵۱-۱۷۷.

- زنگیان، سمیه؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود و زارعی، عظیم. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد استراتژی کسب و کار دیجیتال جهت ورود به بازارهای بین المللی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی، (۱)۵، ۴۵-۷۸. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jiba.۱۰.۲۲۰۳۴. ۲۰۲۱,۴۷۷۸۷,۱۷۶۶
- ساقی، علیرضا (۱۳۹۶). بررسی روند تحقیقات فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک با رویکرد فراترکیب تحقیقات انجام گرفته در پژوهشگاه ارتباط و فناوری اطلاعات. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی.
- سوری تبار، هادی و توحیدی، محمد (۱۴۰۲). ارائه الگوی مناسب تأمین مالی جمعی و بوم مدل کسب و کار برای کسب و کارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: سامانه میدون)، نشریه تحقیقات مالی اسلامی، (۲)۱۲، ۳۷۹-۴۲۲. magiran.com/p.۲۶۶۱۲۲۰
- شهابی، غزل؛ شاهرودیان، شادی؛ نیکومرام، هاشم؛ رهنمای رودپشتی، فریدون. (۱۴۰۱). ارائه مدل تأمین بدهی برای مؤسسات مالی و بانک ها در قالب تأمین مالی جمعی با رویکرد نظریه داده بنیاد. فصلنامه دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، (۲)۵۴، ۲۳-۳۶.
- شیخ، عباسعلی، سعیدی، پرویز، عباسی، ابراهیم و نادریان، آرش (۱۴۰۱). ارائه و تحلیل مدل تأمین مالی سبز شرکت ها از طریق صنعت بانکداری در راستای استقرار محیط زیست پایدار. اقتصاد مالی، (۱)۱۶، ۲۱۵-۲۳۲.
- کمالو، حسن؛ داوری، علی؛ ابراهیمی سرو علیا، محمدحسن و عزیزی، محمد (۱۴۰۱). مدل تأمین مالی جمعی پروژه های کارآفرینی در ایران. مجله مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، (۴)۵، ۸۱-۱۰۰.
- محمد کاظمی، رضا؛ حسینی نیا، غلام حسین و حبیبی، حمیدرضا. (۱۳۹۸). کاربردها و الزامات به کارگیری پلتفرم های تأمین مالی جمعی در کسب و کارهای تثبیت شده خدماتی - ورزشی (مورد مطالعه: باشگاه های فوتبال ایران). توسعه کارآفرینی، (۲)۱۲، ۲۸۱-۳۰۰. <https://sid.ir/paper/fa۱۳۱۳۲۹SID>
- مطیعی، محسن؛ مرادی، محمدعلی؛ عربون، ابوالقاسم و میگون پوری، محمدرضا (۱۳۹۷). تدوین چارچوب سیاست های تأمین مالی کارآفرینی فناورانه. فصلنامه سیاستگذاری عمومی، (۴)۴، ۹۱-۱۱۲.
- Ahsan, M., & Musteen, M. (2021). International opportunity development on crowdfunding platforms: A spatial, temporal, and structural framework. *International Business Review*, 30(6), 101912.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of business venturing*, 29(5), 585-609.
- Berné-Martínez, J. M., Ortigosa-Blanch, A., & Planells-Artigot, E. (2021). A semantic analysis of crowdfunding in the digital press. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121175.
- Boylan, D. H., Nesson, D., & Philipps, J. (2018). Understanding crowdfunding for business funding—a legal and platform review. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 14(3), 273-290.
- Braund, P., & Schmittay, A. (2016). Scaling inclusive digital innovation successfully: the case of crowdfunding social enterprises. *Innovation and Development*, 6(1), 15-29.
- Butticè, V., & Vismara, S. (2022). Inclusive digital finance: the industry of equity crowdfunding. *The Journal of Technology Transfer*, 47(4), 1224-1241.
- Chabowski, B. R., & Samiee, S. (2022). The Internet and the International Management Literature: Its development and intellectual foundation. *Journal of International Management*, 26(1), 100741.
- Chandna, V. (2023). Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*, 65(1), 21-31.
- Chaudhary, S., Dhir, A., Battisti, E., & Klietk, T. (2022). Mapping the field of crowdfunding and new ventures: a systematic literature review. *European Journal of Innovation Management*.
- Cicchiello, A. F. (2019). Building an entrepreneurial ecosystem based on crowdfunding in Europe: the role of public policy. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(3), 297-318.
- Coskun-Setirek, A., & Tanrikulu, Z. (2021). Digital innovations-driven business model regeneration: A process model. *Technology in Society*, 64, 101461.
- Dornberger, R. (2020). *New Trends in Business Information Systems and Technology: Digital Innovation and Digital Business Transformation*. Basel, Switzerland: Springer Nature.
- Erwin, E. J., Brotherson, M. J. & Summers, J. A., (2011). Understanding Qualitative Metasynthesis: Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186-200.
- Girish, G. P., & Ghosh, S. (2020). Dynamics between digital visibility through social media marketing and crowdfunding: Path to succeed in entrepreneurship. *Indian Journal of Finance and Banking*, 4(2), 28-37.
- Gupta, G., & Bose, I. (2019). Strategic learning for digital market pioneering: Examining the transformation of Wishberry's crowdfunding model. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 865-876.
- Ingram Bogusz, C., Teigland, R., & Vaast, E. (2019). Designed entrepreneurial legitimacy: the case of a Swedish crowdfunding platform. *European Journal of Information Systems*, 28(3), 318-335.
- Kumar, A., & Agrawal, G. (2023). A review of research on entrepreneurship and crowdfunding: insights from bibliometric analysis. *Kybernetes*.
- Li, J., Wang, H., & Soh, W. (2024). Digital transformation, financial literacy and rural household entrepreneurship. *Finance Research Letters*, 105171.
- Mamonov, S. (2019). Digital Entrepreneurship in Two-sided Markets. Insights from Real Estate Crowdfunding Platforms.

- Maurer, J. D., Creek, S. A., Allison, T. H., Bendickson, J. S., & Sahaym, A. (2023). "Affiliation rhetoric and digital orientation in crowdfunding appeals." *Technological Forecasting and Social Change*, 92(7), 1-34.
- Murat, K., Can, A., & Çiğdem, T. (2022). Social and Digital Entrepreneurship in Turkey: Content Analysis of Crowdfunding Platforms with Data Scraping Techniques. *Acta Infologica*, 6(1), 83-97.
- Nespoli, C., Kozan, A., Scuotto, V., & Giudice, M. D. (2022). Aimage's entrepreneurial value creation and crowdfunding: entrepreneurship in times of crisis. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 23(2), 76-85.
- Noblit, G. W., Hare, R. D., & Hare, R. D. (1988). *Meta-ethnography: Synthesizing qualitative studies* (Vol. 11). sage.
- Nucciarelli, A., Li, F., Fernandes, K. J., Goumagias, N., Cabras, I., Devlin, S., ... & Cowling, P. (2017). From value chains to technological platforms: The effects of crowdfunding in the digital game industry. *Journal of Business Research*, 78, 341-352.
- Piliyanti, I. (2019). Fintech achieving sustainable development: The side perspective of crowdfunding platform. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 3(2), 21-47.
- Pratono, A. H., Prima, D. A., Sinaga, N. F. N. T., Permatasari, A., Ariani, M., & Han, L. (2020). Crowdfunding in digital humanities: some evidence from Indonesian social enterprises. *Aslib Journal of Information Management*, 72(2), 287-303.
- Ratten V. (2018). Social entrepreneurship through digital communication in farming. *Word journal of Entrepreneurship, Management link to this document*, 21(7), 43-58.
- Ratten, V. (2018). Social entrepreneurship through digital communication in farming. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1), 99-110.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. springer publishing company.
- Stephan, V. (2017, February). Success Factors in Digital Communication of Crowdfunding Projects of Social Entrepreneurs in German Speaking Countries. In *Conference Proceedings Trends in Business Communication 2016* (pp. 179-187). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Tang, X., Yao, X., Dai, R.(2024). Does Green Matter to Crowdfunding? International Evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 92(26), 41-74.
- Tumbas S., Berente N., Brocke J.V. (2018). Digital innovation and institutional entrepreneurship: Chief Digital Officer perspectives of their emerging role. *Journal of information Technology*, 12(9), 26-41.
- Tumbas, S., Berente, N., & Vom Brocke, J. (2018). Digital innovation and institutional entrepreneurship: Chief Digital Officer perspectives of their emerging role. *Journal of Information Technology*, 33, 188-202
- Xu, S., Ling, L., Du, S., & Liu, L. (2023). Crowdfunding or traditional mode? Strategy choices in product sellin. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 172, 21-45. doi: 10.1016/j.tre.2022.103011.
- Zhang, M., Lian,Y., Zhao, H., Xia-Bauer, CH.,(2022), Unlocking green financing for building energy retrofit: A survey in the western China. *Energy Strategy Reviews*, 30 (2) 100-120.