



Computational
Economics

ISSN 2821-0433

Analysis of the Factors Affecting the Implementation of Crowdfunding Based on Entrepreneurship in Digital Businesses

Hadi Sanati¹, Hossain Vazifehdust^{2✉}, Afsane Zamanimoghadam³, Shamsuddin Hossaini⁴

1. Ph. D Student in Magement, Department of Entrepreneurship Management, Research Science Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Email: Sanati.Hadi@Yahoo.com
- 2*. Professor of Management, Department of Business Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Corresponding Author, E-mail: vazifehdust@yahoo.com
3. Associate Professor of Management, Department of Educational Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, E-mail: A.Zamanimoghadam@srbiau.ac.ir
4. Associate Professor of Economics, Department of Business Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran, E-mail: Sh.hosseini@aut.ac.ir

Article Info

Received: 26/06/2024

Accepted: 28/09/2024

Pages: 123-147

Keywords:

*Crowdfunding;
entrepreneurship;
digital businesses.*

JEL Classification:

F10; G21

ABSTRACT

The current research was conducted with the aim of investigating the dimensions and components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital businesses. For this purpose, qualitative research approach and research synthesis method were used to achieve the goal of the present research. The scope of the research is all the articles (189 articles) that have been presented in the last decade about the components of crowdfunding based on entrepreneurship in business and related concepts in specialized and scientific databases. The sample of the research is 27 articles, which were selected based on thematic monitoring, theoretical saturation of data and purposefully. The research data were collected from the qualitative analysis of the studied documents. By analyzing the data, indicators and components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital businesses in four selected codes and 11 axes of management factors (including management of working capital based on entrepreneurship, financial development management, design of entrepreneurial policies), Strategies (including direct crowdfunding strategies, indirect crowdfunding strategies), contextual factors (including cultural factors, economic factors, digital factors, legal factors), programmatic factors (including networking in entrepreneurship, analysis of conditions and needs assessment, creativity to crowdfunding) was organized. It is suggested to pay special attention to the aforementioned dimensions in the design of crowdfunding programs based on entrepreneurship in the digital environment.

COPYRIGHTS

©2023 by the authors. Published by the Islamic Azad University, West Tehran Branch. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



Extended Abstract

Purpose

The necessity of crowdfunding based on entrepreneurship and its components have been discussed in many studies such. However, despite the importance of crowdfunding based on entrepreneurship in the digital space, and addressing it in recent years, its components and dimensions are still unclear, and its implementation in digital-oriented businesses has faced difficulties. Therefore, in the current research, by using the research synthesis of the existing theoretical foundations, it has been addressed to identify the axes and components effective on the implementation of crowdfunding based on entrepreneurship in digital-oriented businesses.

Methodology

The current research method is a research synthesis that is used to analyze studies related to the dimensions and components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital businesses. Research synthesis is an explicit method to identify, evaluate and analyze the work done by researchers, researchers and scholars (Okoli & Schabram, 2011). The studies that can be evaluated in this method must be published online and be the result of field and research work. Therefore, the field of research includes all valid scientific articles in the field of dimensions and components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital businesses. In this regard, due to the fact that collective financing strategies based on entrepreneurship have undergone many changes in recent years, therefore, all the selected articles of this research are also based on this period of time. The scope of the research is all the articles (189 articles) that have been presented in the last decade about the components of crowdfunding based on entrepreneurship in business and related concepts in specialized and scientific databases. The sample of the research is 27 articles, which have been selected based on thematic monitoring, theoretical data saturation and purposefully. The data of the research was collected from the qualitative analysis of the studied documents. To ensure the coding method, four evaluators were used to recode the findings, which was used to confirm the Scott method (2012) that in this research, the level of agreement between the number of evaluators was 77, which indicated the agreement between the evaluators in coding.

Findings

The results showed that the indicators and components of crowdfunding based on entrepreneurship in digital-oriented businesses in four selected codes and 11 axes of management factors (including management of working capital based on entrepreneurship, financial development management, design of entrepreneurial policies) strategies (including direct crowdfunding strategies, indirect crowdfunding strategies), background factors (including cultural factors, economic factors, digital factors, legal factors), programmatic factors (including networking in entrepreneurship, analysis of conditions and needs assessment, creativity (partly to crowdfunding) was organized.

Conclusion

The management components in crowdfunding based on entrepreneurship in digital-oriented businesses were focused on working capital, financial development management and entrepreneurial policy design by referring to the dimensions of financial management and paying attention to the direction of entrepreneurship in

business. In explaining the core code of working capital management based on entrepreneurship, its dimensions in financing were discussed. The findings of this part of the research, which are more consistent with the findings of Leon et al (2023) and Chandna (2022), have attributed the attention to capital preservation and risk assessment in crowdfunding to management and managerial factors.

In this research, crowdfunding strategies based on entrepreneurship in digital businesses were divided into direct and indirect crowdfunding strategies by examining the theoretical foundations. The basis of this division according to the theoretical background is the immediate and unmediated communication of the companies applying for crowdfunding or their intermediation. The findings of the research in the strategy section were almost derived from the major findings of the researches mentioned in the table... and most of the researches dealt with crowdfunding strategies in various ways, and the research synthesis aspect of this research was their separation and summation.

Background factors in crowdfunding based on entrepreneurship in digital-oriented businesses pointed to the influential platforms in the implementation of crowdfunding according to the components of the current research. The research findings in this section were divided into cultural, economic, digital and legal factors. Cultural factors, as mentioned in the research of Herrera et al (2020) and Chandna (2022), referred to the participatory culture and risk-taking in achieving collective financing goals, and having a culture of risk-taking and the institutionalization of society's values in the field of business as influential components in They considered the implementation of collective financing based on entrepreneurship, which explains the culture of teamwork and cooperation in line with the collective component of financing.

Program factors, referring to the dimensions of crowdfunding programs based on entrepreneurship in business, suggest a framework for the correct implementation of these programs. Networking in entrepreneurship, as one of the axes of this sector, deals with creating coordination and attracting participation to share resources and use collective capacities in collective financing programs. Analysis of conditions and needs assessment deals with the investigation and recognition of the market and the needs of the audience as an investor or applicant, and includes components such as the examination of business dimensions and its analysis, continuous communication with business customers, recognition of market conditions and crowdfunding channels, development of analysis protocols in order to improve It takes into account the knowledge of business and at the end, the creativity part of crowdfunding deals with competitive advantages and the ability to expand it with the help of creative dimensions in crowdfunding programs. The findings of this section are mostly derived from the findings of Abu Amana (2019), Chandler et al (2022).

واکاوی ابعاد مؤثر بر پیاده سازی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور

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

۱. دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، گروه مدیریت، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، پست الکترونیکی: sanati.hadi@yahoo.com

۲. استاد مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، نویسنده مسئول، پست الکترونیکی: vazifehdust@yahoo.com

۳. دانشیار مدیریت، گروه مدیریت آموزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، پست الکترونیکی: a.zamanimoghadam@srbiau.ac.ir

۴. دانشیار اقتصاد، گروه اقتصاد بازرگانی، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، پست الکترونیکی: sh.hosseini@aut.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی
صفحات ۱۴۷-۱۲۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۰۶

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۷/۰۷

واژگان کلیدی:

تأمین مالی جمعی؛ کارآفرینی؛ کسب و کارهای دیجیتال محور

طبقه بندی JEL:

F10; G21

پژوهش حاضر با هدف بررسی ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور انجام پذیرفت. برای این منظور از رویکرد پژوهش کیفی و روش سنتز پژوهی برای دستیابی به هدف پژوهش حاضر استفاده شد. قلمرو پژوهش کلیه مقالاتی هستند (۱۸۹ مقاله) که در دهه اخیر در مورد مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی، در کسب و کار و مفاهیم مرتبط در پایگاه‌های تخصصی و علمی ارائه شده‌اند. نمونه پژوهش ۲۷ مقاله است که این تعداد بر اساس پایش موضوعی، اشباع نظری داده‌ها و به صورت 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 کسب و کارهای دیجیتال محور، در چهار کد منتخب و ۱۱ محور: عوامل مدیریتی (مشمول بر مدیریت سرمایه در گردش مبتنی بر کارآفرینی، مدیریت توسعه مالی، طراحی خط و مشی‌های کارآفرینی)، راهبردها (مشمول راهبردهای تأمین مالی جمعی مستقیم، راهبردهای تأمین مالی جمعی غیرمستقیم)، عوامل زمینه‌ای (مشمول بر عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل دیجیتال، عوامل قانونی)، عوامل برنامه‌ای (مشمول بر شبکه‌سازی در کارآفرینی، تحلیل شرایط و نیازسنجی، خلاقیت بخشی به تأمین مالی جمعی)، مورد سازمان‌دهی قرار گرفت. پیشنهاد می‌شود در تدوین برنامه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در محیط دیجیتال، به ابعاد مذکور توجه ویژه صورت گیرد.

۱. مقدمه

با پیدایش و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات جهانی با روند فزاینده و شتاب بیشتر بر محوریت اطلاعات و دانش در حال گسترش است (مردانی، بیدختی و محمدرضایی، ۱۳۹۷). فناوری اطلاعات و ارتباطات (فوا)، به اقسامی از فناوری اشاره دارد که از آن‌ها در جهت انتقال، پردازش، نمایش، ذخیره، تغییر و به اشتراک‌گذاری اطلاعات به وسیله ابزارهای الکترونیکی استفاده می‌شود (یونسکو، ۲۰۰۷). رشد انفجاری رایانه، ارتباطات، حمل‌ونقل و فناوری‌های دیگر تأثیر به‌سزایی بر روش‌های فایده‌رسانی شرکت‌ها به مشتریان داشته است. در نتیجه با توجه به تغییرات در فناوری‌های عصر دیجیتال، بنگاه‌های کسب‌وکار برای بقا و کسب سود نیاز به منطبق کردن خود با این تغییرات دارند. به شکلی که در توسعه جوامع کنونی، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بسیار چشم‌گیر و درخور توجه است به شکلی که بر ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... تأثیر می‌گذارد. در همین راستا، با پیشرفت انقلاب صنعتی چهارم، شرکت‌های صنعتی و کسب و کارها تلاش می‌کنند خود را با روند دیجیتالی شدن جهانی انطباق دهند و تحولاتی واقعی در بنیان‌ها، رویه‌ها و رویکردهای جاری ایجاد کنند. این سطح از تحول و دگرگونی به تحول دیجیتال مدل کسب و کار مشهور است این‌گونه پیشرفت‌ها و ظهور نوآوری‌های جدید، منجر به وجود آمدن نوعی از کسب و کار با عنوان کسب و کار دیجیتال شده است (کسکان و ترنخولا^۱، ۲۰۲۱). کسب و کار دیجیتال، فرصت‌های جدیدی برای توسعه مدل‌های کسب و کار جدید برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال و مدیریت نوآوری فراهم ساخته است که در این زمینه، پاندمی کرونا و ویروس نیز بر گسترش و توجه بیشتر به ابعاد آن تأثیر گذاشته است (امینی، حسن‌زاده و مرشدی، ۱۴۰۱). کسب و کار دیجیتال همان فعالیت‌های مرتبط با کسب و کار است که در فضایی دیجیتالی انجام می‌شود. در کسب و کارهای دیجیتال کلیه فرایندهای کسب و کار با سرعت و یکپارچگی بیشتری انجام می‌شود (زنگیان و همکاران، ۱۴۰۱). کسب و کارهای دیجیتال محور نیز به همانند سایر مدل‌ها کسب و کار نیاز به نوعی کارآفرینی برای اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری دارند و کارآفرینی از مؤلفه‌های مهم برای ارتقا و حفظ آن‌هاست (خداداده و همکاران، ۱۴۰۱).

۲. ادبیات موضوع

طی دو دهه اخیر کارآفرینی به عنوان یک پدیده فنی - اقتصادی، جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگرف خود متحول ساخته است. با ورود به عصری که به جامعه اطلاعاتی مرسوم است در بردارنده ورود فناوری‌های تازه به عرصه‌های مختلف زندگی است، کارآفرینی در کسب و کار دیجیتال به عنوان رویکردی نو در راه اندازی کسب و کار بر مبنای یک تفکر و ایده جدید در بین فعالان عرصه خدمات و

¹ Coskun-Setirek & Tanrikulu

تولید جایگاه برجسته‌ای یافته است (تواضعی فر، شیهکی تاش و کشاورز، ۱۳۹۸). 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 می‌شود. این حوزه از کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یک پدیده فنی-اقتصادی، جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگرف خود متحول کرده است (راتن^۱، ۲۰۱۸). شاید بتوان کارآفرینی در فضای دیجیتال محور را، 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 می‌نماید. کارآفرینی در کسب و کار دیجیتال محور، بررسی دقیق فناوری‌های دیجیتال و ویژگی‌های منحصر بفرد 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 (تامباس، برنت و ومبروک^۲، ۲۰۱۸). در این زمینه، آنچه در سالیان اخیر به عنوان دغدغه‌ای مهم جلوه نموده است، دسترسی به منابع مالی است تا بتوان به کمک آن فرصت‌های شناسایی شده در فضای دیجیتال محور را اجرا نمود (اسکندری و همکاران، ۱۴۰۲). با بررسی‌های به عمل آمده از کسب و کارها و سازمان‌های مختلف، در حال حاضر این کسب و کارها با چالش‌های متعددی در زمینه تأمین مالی لازم از بانک‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر و فرشتگان کسب و کار روبه‌رو هستند. دسترسی محدود به سرمایه‌ی لازم برای شروع یک کسب و کار تازه کارآفرینان را ناگزیر کرده است تا به دنبال یافتن راه‌های جایگزین منابع مالی باشند. به عبارت دیگر، تهیه‌ی منابع مالی در جهت تداوم فعالیت یک کارآفرین از درون یا بیرون سازمان و به طرق مختلف را تأمین مالی می‌گویند. تأمین مالی کسب و کارها برای ارتقای صنعت در پروژه‌هایی که هدف آن‌ها برطرف کردن مشکلات اقتصادی کشور است ارزش زیادی دارد. المان و هروکنس (۲۰۱۹) اعلام کردند اگر کارآفرینان از طریق سنتی اقدام به تأمین مالی کنند، ممکن است تأمین مالی آن‌ها ماه‌ها طول بکشد و آن‌ها را از مدیریت کسب و کار منصرف کند (ازنب و همکاران، ۱۴۰۰). تأمین مالی جمعی، یکی از راه‌های مهم و در دسترس برای تأمین مالی کسب و کارهای نوپا به شمار می‌رود تا از این طریق بتوانند سرمایه‌های خود را با سرعت بیشتری افزایش دهند.

تأمین مالی جمعی به تازگی و با رواج شبکه‌های اجتماعی زیاد شنیده می‌شود هرچند این مفهوم جدید نیست، از قدیم جمع سپاری به روش سنتی خود مرسوم بوده است (ازنب و محمدیان، ۱۴۰۰) جمع سپاری به طور کلی به مشارکت و همکاری در چارچوب "خرد جمعی" است. واژه‌ی جمع سپاری ترکیبی از دو کلمه‌ی جمعیت و برون‌سپاری است. بنابراین جمع سپاری به معنای برون‌سپاری به انبوه مردم است که معمولاً از طریق فراخوان عمومی اینترنتی صورت می‌گیرد. در سال‌های اخیر، تأمین مالی جمعی

¹ Ratten

² Tumbas, Berente & Vom Brocke

که از زیرشاخه‌های جمع سپاری است، با توجه به رشد انفجاری و قابلیت‌های متحول کننده، توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. تأمین مالی جمعی علاوه بر کارآفرینان و به طور کلی صاحبان پروژه، برای حامیان مالی نیز فرصت‌های جذابی فراهم می‌نماید (چیت‌سازان و پوربصیر، ۱۴۰۰). تأمین 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 در ازای پاداش مالی یا غیرمالی در اختیار صاحبان طرح، ایده یا نیاز قرار می‌گیرد (حسن‌زاده، تمیزی فرو سیمیری، ۱۳۹۷).

با جمع‌بندی تعاریف صورت گرفته، تأمین مالی جمعی، یک فراخوان اینترنتی برای تأمین سرمایه و جلب حمایت جمعیت علاقه‌مند به تولید محصولات یا ارائه خدمات جدید است که با پاداش مادی/معنوی همراه است. سازه‌های جمعیت و فراخوان اینترنتی، اساس تعاریف ارائه شده برای این مفهوم بوده و اغلب پژوهشگران در تعاریف خود رویکرد فرآیندی را برگزیده‌اند (محمدکاظمی، حبیبی نیا و حسینی، ۱۳۹۸). 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 به‌عنوان واسطه، تعامل دو گروه دیگر را امکان‌پذیر می‌سازد و موفقیت آن به حضور هر دو گروه متقاضی و حامی در پلتفرم بستگی دارد.

بررسی پیشینه پژوهشی پیرامون حوزه پژوهشی نشان‌دهنده وجود پژوهش‌هایی در زمینه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری تأمین مالی جمعی از عواملی همچون عوامل جمعیتی، عوامل محیطی، عوامل تأثیرگذار بر پروژه (ازب و همکاران، ۱۴۰۰)، طراحی مدل تأمین مالی جمعی با مولفه‌های قانون، پروژه، کمپین، مزایا، ارتباطات، نزدیکی، انتشار و اعتبار در تأمین مالی جمعی (سریزدی و منطقی، ۱۴۰۱)؛ شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تأمین مالی جمعی مشتمل بر قانون‌گرایی، فرهنگ سازی، تأمین اعتبار، ارتباطات جمعی، تجارت الکترونیک و اعتمادسازی (شجاعی و همکاران، ۱۴۰۲)؛ تغییر رویکردهای مدیریتی سازمان، درونی سازی مشارکت جمعی در سازمان، مهندسی مجدد ساختاری، موانع ساختاری و عملکردی سازمان، ایجاد زیرساخت‌های فناورانه، به‌کارگیری گروه‌های متولی، ایجاد برنامه‌های جامع، زمینه‌سازی نگرشی وقف در جامعه، روش‌های توسعه الگوهای تأمین مالی جمعی، جذب مشارکت‌های فرهنگی مذهبی مردمی با پروتکل‌های خاص سازمان، منابع و شرایط تأمین مالی جمعی، پروژه محوری و الگوهای توسعه (امیربیک و همکاران، ۱۴۰۰) است. همچنین ضرورت تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در پژوهش‌هایی همچون جانگ و همکاران^۱ (۲۰۲۱) و لوکارین و همکاران^۱

¹ Jong et al

(۲۰۲۲) پرداخته شده است. با این حال علی‌رغم اهمیت تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در فضای دیجیتال، و پرداختن به آن در سالیان اخیر، مؤلفه‌ها و ابعاد آن همچنان در ابهام قرار دارد و پیاده‌سازی آن در کسب‌وکارهای دیجیتال محور را با مشکلاتی روبرو ساخته است، این در حالی است که پژوهش‌های بسیاری به خصوص در کشورهای اروپایی و مجلات معتبر در این زمینه انجام پذیرفته است، لذا در پژوهش حاضر، با استفاده از سنتز پژوهی مبانی نظری موجود به شناسایی محورها و مؤلفه‌های مؤثر بر پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای دیجیتال محور پرداخته شده است.

۳. روش پژوهش

روش پژوهش حاضر سنتز پژوهی است که برای تجزیه و تحلیل مطالعات مربوط به ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور استفاده شده است. سنتز پژوهی روشی صریح برای شناسایی، ارزیابی و تجزیه و تحلیل کارهای انجام شده توسط پژوهشگران، محققان و دانش‌پژوهان می‌باشد (اکالی و شابروم، ۲۰۱۱). مطالعاتی که در این روش می‌توانند مورد ارزیابی قرار گیرد، باید به صورت برخط منتشر شده باشد و حاصل کارهای میدانی و پژوهشی باشد. از این‌رو حوزه پژوهش شامل کلیه مقالات علمی معتبر در زمینه ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور می‌باشد. در این راستا با توجه به اینکه راهبردهای تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در سال‌های معاصر دچار تحولات بسیاری شده، لذا کلیه مقالات منتخب این پژوهش نیز بر اساس این فاصله زمانی است. از سویی دیگر برای فراهم آوردن اطلاعات مورد نیاز، از چک لیست ارزیابی مطالعه بر اساس الگوی کارلسون و همکاران (۲۰۰۷) و ثبت اطلاعات پژوهش‌های اولیه استفاده گردید. در پژوهش حاضر، جهت تحلیل یافته‌ها از الگوی هفت مرحله‌ای لی، رایت، روکاوایانا و پیکرینگ^۳ (۲۰۰۸) استفاده شده است.

برای اطمینان از نحوه کدگذاری‌ها از چهار نفر ارزشیاب جهت کدگذاری مجدد یافته‌ها استفاده شد که به منظور تأیید از روش اسکات (۲۰۱۲) استفاده شد که در این پژوهش میزان توافق بین ارزشیابیان عدد ۷۷ به دست آمد که نشان دهنده توافق بین ارزشیابیان در کدگذاری‌ها بود.

$$C.R = \frac{85+79+80+72}{4 \times 99} \times 100 = 77/79$$

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

¹ Lukarin et al

² Okoli & Schabram

³ Li, Wright, Rukavina & Pickering

در ادامه به فراخور این بخش پژوهش به طور خلاصه به پنج مرحله نخست مدل با توجه به موضوع پژوهش پرداخته می‌شود:

گام اول: تنظیم سؤال پژوهش

برای تنظیم سؤال پژوهش، اولین گام برای پژوهشگران تمرکز بر سؤالات مطالعه است. سؤالات مورد مطالعه و پارامترهای آن در جدول شماره (۱)، تنظیم شده است.

جدول (۱): سؤالات پژوهش و پارامترها

پارامترها	تنظیم سؤال
چه چیزی (سؤال مورد مطالعه)	ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور در پیشینه پژوهشی چگونه است؟
چه کسی (جامعه مورد مطالعه)	در این پژوهش چندین پایگاه داده (Scientific ، Sage ، Emerald ، Scopus ، Springerlink ، ProQuest ، Science Direct ، Information Database ، Taylor & Francis ، Worldscientific ، Google Scholar و Eric) مورد بررسی قرار گرفت.
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.
چه وقت (محدودیت زمانی)	مطالعات مورد بررسی در این پژوهش از سال ۲۰۱۲ به بعد می‌باشد.
چگونگی (روش گردآوری مطالعات)	در این پژوهش روش سنتز پژوهی مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین با در نظر گرفتن معیارهایی مقالات مناسب وارد فرایند مطالعه شده و مطالعات نامناسب از فرایند مطالعه خارج شده است.

(منبع: روکویانا و پیکرینگ، ۲۰۰۸)

گام دوم: تعیین پروتکل یا قرارداد انجام کار

در این مرحله محقق به منظور 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 ملاک‌هایی برای گزینش و دسته‌بندی مطالعات است (اکالی و شاپروم، ۲۰۱۱).

الف: معیارهای ورود^۱ به این پژوهش شامل موارد ذیل می‌باشد

¹ Inclusion Criterion

۱. مقالات انتشاریافته 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 صرفاً به بررسی ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور 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 ۲۰۱۱ میلادی به قبل چاپ شده و اطلاعات آن برای زمان حال مفید نبوده و قدیمی باشند.

گام سوم: جستجوی متون:

این مرحله به جست و جوی منابع مربوط با نیاز اصلی پژوهش اختصاص دارد. از این رو ابتدا کلیه مقالات علمی معتبر از طریق جست و جوی کلیدواژه‌های پژوهش از طریق پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی از جمله: Magiram, Normagas, Sid, Google, 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, Springlink, Worldscientific, Taylor & Francis, Google Scholar و Eric و Wiley، شناسایی شدند و با توجه به هدف تحقیق منابع مرتبط حفظ و منابع غیر مرتبط حذف شد. به منظور بالابردن کیفیت کار، جست‌وجوی مقالات توسط دو نفر که آشنایی کامل به روش‌های جست و جوی و منابع اطلاعاتی داشتند به صورت 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 منتشر شده تدوین شد و انتخاب این دسته از منابع از این رو بوده که این مقالات فرایند بررسی تخصصی را زیر نظر داوران متخصص طی می‌کنند و این حاکی از اعتبار نتایج آن‌ها است.

گام چهارم: استخراج پژوهش‌ها و منابع داده

در این گام از یک فرم استاندارد استفاده شد، قسمت‌هایی که در فرم مورد نظر بود عبارت‌اند از: منبع (شامل نام مجله، عنوان مقاله و نویسنده)؛ هدف (هدف از مطالعه)؛ روش‌شناسی و نتایج کلی. برای انتخاب منابع مناسب کلیدواژه‌های مورد نظر در هر یک از پایگاه‌ها مورد جستجو قرار گرفت. لازم به ذکر است کل مقالات به دست آمده با در نظر گرفتن معیارهای ورود، ۱۸۹ مطالعه (فارسی و انگلیسی) بود که پس از بررسی تمامی آن‌ها و در نظر گرفتن معیارهای خروجی از منظر معیار محتوا و اعتبار نهایتاً نتایج استخراج شده از ۲۷ مطالعه موردبررسی و تحلیل قرار گرفت. در ادامه در جدول ۲ به‌عنوان نمونه نحوه بررسی چند پایگاه اطلاعاتی و نحوه بررسی مقالات آورده شده است.

جدول (۲): نحوه جستجو و معیارهای ورود و خروج مطالعات

تعداد یافته نهایی	معیارهای خروج مطالعه	تعداد یافته اولیه	معیارهای ورود به مطالعه		استراتژی	پایگاه
			فیلتر مرحله دوم	فیلتر مرحله اول		
۲۷	نامرتبط از نظر محتوا	۱۸۱	Article text, Invalid article, Book chapter & Thesis	Article title, Abstract, Keywords /2011 to present	crowdfunding based on entrepreneurship in digital businesses	پایگاه‌های لاتین (Scopus, Sage, Emerald Scientific, Information Database, Science Direct, ProQuest, Springlink)
۰	نامرتبط از نظر محتوا	۸	متن مقاله، مقاله بی‌اعتبار، فصل کتاب و پایان‌نامه	عنوان مقاله، چکیده، کلیدواژه‌ها / ۱۳۹۵ تاکنون	ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور	پایگاه‌های داخلی (پرتابل جامع علوم انسانی، نورمگز، مگیران و ...)

گام پنجم: ارزیابی کیفیت

هر مطالعه‌ای که صورت می‌پذیرد، 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 نمی‌باشند 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 می‌باشد، استفاده شد. هدف از این امتیازدهی به مطالعات به صورت جداگانه، بالا بردن اعتبار مطالعه با ابزار مناسب چک لیست و خروج مطالعات باکیفیت پایین از فرایند پژوهش می‌باشد. در جدول شماره ۳ نمونه‌ای از چک لیست ارزیابی از مطالعات بر اساس الگوی کارلسون و همکاران آورده شده است (Carlsen et Al, 2007).

جدول (۳): نمونه‌ای از چک لیست 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 با هدف تحقیق	✓	✓	✓	✓	✓
۵	بیان روشن یافته‌ها	✓	✓	✓	✓	✓
۶	توجه مناسب نتیجه تحقیق	-	-	✓	-	✓
۷	تجانس بین پارادایم‌های هدایت‌کننده پروژه تحقیقاتی با روش‌های انتخاب‌شده	✓	-	✓	✓	✓
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 ۳ 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.

در این بخش به فراخور هدف آن به مرحله ششم و هفتم مدل لی رایت و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهش حاضر پرداخته می‌شود.

۴. یافته‌ها

مرحله پنجم: 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 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 شماره‌گذاری گردید که در ادامه به آن پرداخته شده است.

جدول (۴): شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال

محور

ردیف	محقق/محققان	سال	شاخص‌ها و مؤلفه‌ها
۱	Dabbous, Barakat & Tarhini	۲۰۲۴	اتخاذ سیستم‌های اقتصادی آزادتر، رقابت‌پذیری، نوآوری در تأمین مالی، بهره‌گیری از انواع پروژه‌های انتفاعی و غیرانتفاعی، 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
۲	Li, Wang & Soh	۲۰۲۴	ایجاد سواد مالی در جامعه پیرامونی، ساخت ترکیب و پرتفولیو مالی در جهت تأمین مالی، توجه به تحول دیجیتال و شناسایی ابعاد آن، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت، استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی، خلاقیت بخشی به کسب و کار، تحلیل شرایط بازار و کسب و کار
۳	Maurer et al	۲۰۲۳	ایجاد وابستگی‌های خارجی و تمایل به جهت‌گیری دیجیتال، ایجاد کمپین‌های سرمایه‌گذاری با تمرکز بر دنیای دیجیتال، ایجاد اشتراک دولت، مدارس و سازمان‌ها در زمینه همکاری، تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی، توجه به وضعیت اقتصادی و تورم در جامعه هدف
۴	Berné-Martínez et al	۲۰۲۳	ترکیب سیاست، امور مالی، فرهنگ، حمایت عمومی، سرمایه انسانی و بازارها در راستای دستیابی به تأمین مالی جمعی با تمرکز بر دیجیتالی شدن، برآورد میزان سودآوری در گردش سرمایه مبتنی بر تأمین مالی جمعی، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت، به‌کارگیری رویکردهای خیریه و با مشارکت افراد سازمان در تأمین مالی جمعی، ایجاد چرخه دانشی در کسب و کار
۵	Leone et al	۲۰۲۳	بهره‌گیری از استارت آپ‌های نوآور مشارکتی، طراحی و تنظیم یک مدل کسب و کار دایره‌ای برای شرکت‌های خرد، تمرکز بر عدم اطمینان و چشم‌انداز بلندمدت برای سازندگان و مشتریان کمپین‌های مالی دیجیتال، تعیین دیدگاه‌ها و اهداف استراتژیک کسب و کار، به‌کارگیری نوآوری در تأمین مالی،
۶	Cicchello, Gatto & Salerno	۲۰۲۳	ایجاد همزیستی دیجیتال با تمرکز بر همکاری‌های مالی، توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب و کار، تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه، استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی، توجه به نوع‌دوستی و امور خیریه در تأمین مالی جمعی
۷	Yáñez-Valdés et al	۲۰۲۳	خلق ارزش دیجیتالی - اجتماعی، ایجاد فرآیند ارزش‌آفرینی دیجیتال - اجتماعی، توجه به نگرش‌ها نسبت به توسعه مالی، تعیین دیدگاه‌ها و اهداف استراتژیک، استفاده از مشوق مالی و مالیاتی برای کسب مشارکت در تأمین مالی جمعی، نظرسنجی از

ردیف	محقق/محققان	سال	شاخص‌ها و مؤلفه‌ها
			مشتریان
۸	Chandna	۲۰۲۲	ایجاد ارزش، اقتصاد اشتراک‌گذاری و پلتفرم‌های دیجیتال، تأمین ایده‌های خلاقانه، همکاری و جمع‌آوری مجموعه‌ای از منابع غیرمالی، استفاده از اینترنت برای تسهیل، و انگیزه مشارکت در روشی جدید برای انجام کارها، تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی
۹	Stefanelli, Ferilli, & Boscia	۲۰۲۲	ایجاد شفافیت اطلاعات در تأمین مالی، پویایی مدیریت در برنامه‌های جمعی مبتنی بر محیط دیجیتال، توجه به برنامه مشتری و تأمین‌کننده در تأمین مالی، پژوهش محوری در تأمین مالی، استفاده از رویکرد مبتنی بر بدهی، اعتبار دهی در تأمین مالی جمعی
۱۰	Chandler et al	۲۰۲۲	ایجاد ترکیب کارآفرینان نوپا و باتجربه در محیط دیجیتال، ایجاد چشم‌انداز، توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب و کار، ایجاد ظرفیت‌های مازاد در تأمین مالی جمعی
۱۱	Camilleri & Bresciani	۲۰۲۲	سرمایه‌گذاری جمعی سهام، وام دهی همتا به همتا، ایجاد پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر پاداش، تعادل بخشی به هزینه و ریسک جمعی، کارگیری رویکردهای خیریه و با مشارکت افراد سازمان در تأمین مالی جمعی، توانمندی مدیریت روابط شبکه‌ای
12	Chaudhary et al	2022	امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق تأمین مالی جمعی، 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
۱۳	Berné-Martíne., Ortigosa-Blanch & Planells-Artigot	۲۰۲۱	پروژه‌سازی و تعیین اهداف متناسب، استفاده از پلتفرم‌های باز و بدون محدودیت، ایجاد اکوسیستم موفقیت بر مبنای تشریک‌مساعی، فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب و کار، ترکیب‌بندی روش‌های تأمین مالی جمعیت توجه به وضع قوانین دقیق و ایمن در تأمین مالی جمعی
۱۴	Herrero et al	۲۰۲۰	توجه به چرخه تبدیل سرمایه در کسب‌وکار، تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه، ایجاد ظرفیت‌های مازاد در تأمین مالی جمعی، پژوهش محوری در کارآفرینی، رویکرد تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب‌وکار، استفاده از رویکرد مبتنی بر بدهی
۱۵	Brem, Bilgram, & Marchuk	۲۰۱۹	تلفیق مصرف‌کننده، کاربر مبتکر و کاربر کارآفرین، تجاری‌سازی ابعاد برنامه‌های تأمین مالی، توجه به نگرش‌ها نسبت به توسعه مالی، هدف‌گذاری در کارآفرینی، حفظ حریم شخصی، حمایت و پشتیبانی از مشارکت‌کنندگان در تأمین مالی جمعی

ردیف	محقق/محققان	سال	شاخص‌ها و مؤلفه‌ها
۱۶	Gupta & Bose	۲۰۱۹	یادگیری استراتژیک و طراحی محیط کسب‌وکار، به کارگیری دانش استراتژیک، ترکیب روش‌های تأمین مالی جمعی، بررسی وضعیت تومری در اقتصاد، سازگاری محیط تأمین مالی با سامانه‌های دیگر در راستای تسهیل مشارکت، توانمندی مدیریت روابط شبکه‌ای
۱۷	Cicchello	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
۱۸	Prezenza et al	۲۰۱۹	توجه به سرمایه به ریسک در تأمین مالی جمعی، ایجاد ظرفیت‌های مازاد در تأمین مالی جمعی، تعیین و توسعه ارزش‌ها و فرهنگ‌های کارآفرینانه، رویکرد تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب‌وکار، ایجاد گستره باز انتخابی در روش‌های تأمین مالی جمعی
۱۹	Abu Amuna	۲۰۱۹	تأکید بر کارایی مالی و کاهش هزینه‌ها، روش‌های پرداخت انعطاف‌پذیرتر و فرصت‌های بیشتر برای کارآفرینان، هدف‌گذاری در کارآفرینی، تأمین مالی به کمک وام و اوراق قرضه
۲۰	Biancone, Secinaro & Kama	۲۰۱۹	مدیریت ریسک، تعادل در فعالیت‌های معمول و منحصر به فرد در تأمین مالی جمعی، تعیین و توسعه ارزش‌ها و فرهنگ‌های کارآفرینانه، حفظ حریم شخصی در سامانه‌های تأمین مالی جمعی
۲۱	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
۲۲	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
۲۳	Mollick	۲۰۱۸	انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، رویکرد تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب و کار، استفاده از بازار سهام در تأمین مالی جمعی، استفاده از بازار، توجه به ارزش‌های جمعی در کسب و کار
۲۴	Nucciarelli et al	۲۰۱۷	خلق ارزش‌های مشارکتی، تعامل بین توسعه‌دهنده و سرمایه‌گذاران، تأمین مالی به کمک اوراق مشارکت درون شرکتی، تخصیص اعتبار و گزینش در تأمین مالی، دسترسی‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی
۲۵	Braund & Schwittay	۲۰۱۶	استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات برای توسعه نوآوری، نیاز به استانداردسازی برای مدیریت گسترش، توجه توأمان به جنبه‌های تجاری و اجتماعی سازمان، ارتباط با مشتریان کسب و کار

ردیف	محقق/محققان	سال	شاخص‌ها و مؤلفه‌ها
۲۶	Lehner, Grabmann & Ennsgraber	۲۰۱۵	امکان برآورد سرمایه به ریسک در تأمین مالی جمعی، تأمین مالی به کمک سود انباشته جمعی، تأمین مالی به کمک وام و اوراق قرضه، بررسی وضعیت ثبات اقتصادی، توجه به وضعیت اقتصادی جامعه هدف، بررسی رقابت‌پذیری و مزیت رقابتی کسب و کار
۲۷	Beaulieu, Sarker & Sarker	۲۰۱۵	سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی، تعیین و توسعه ارزش‌ها و فرهنگ‌های کارآفرینانه استفاده از بازار سهام در تأمین مالی جمعی، در نظر گرفتن ارزش‌های جامعه در کسب و کار، ارتقا پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، سازگاری پلتفرم‌های تأمین مالی با سایر پلتفرم‌ها

منبع: پژوهشگران

ارائه یافته‌ها (سنتز 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 قرار داد 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 فراترکیب استخراج ویژگی‌ها، عناصر و مؤلفه‌های مؤثر بر پیاده سازی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور 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 ترکیب شده و مؤلفه‌ها (کدهای محوری) استخراج می‌شود. در ادامه برای دسته‌بندی کردن کلیه مؤلفه‌های راهبردی تحول‌آفرینی در آموزش تربیت‌بندی مدارس بر اساس یک مفاهیم مشترک از طریق کدگذاری محوری ارائه شده است که منجر به شناسایی ۶ بُعد (کد منتخب) شد، که نتایج کدگذاری محوری و منتخب در جدول (۵)، آورده شده است.

جدول (۵): ابعاد و مؤلفه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور

کد منتخب	کد محوری	کد باز	کد مقالات
----------	----------	--------	-----------

کد مقالات	کدباز	کد محوری	کد منتخب
[۳]، [۵]،	تعیین دوره‌های وصول مطالبات در کارآفرینی	مدیریت سرمایه در گردش مبتنی بر کارآفرینی	
[۶]، [۱۰]، [۱۴]،	توجه به کارایی چرخه تبدیل سرمایه در کسب و کار		
[۱۲]، [۱۷]،	امکان قرض دهی سرمایه در راستای تحقق تأمین مالی جمعی		
[۱۸]، [۲۶]،	حفظ نسبت سرمایه به ریسک در تأمین مالی جمعی		
[۴]، [۶]، [۱۲]، [۱۴]،	تعیین میزان سودآوری مبتنی بر گردش سرمایه در راستای تأمین مالی جمعی		
[۱]، [۲۵]،	تنوع بخشی به روش های تأمین مالی جمعی	مدیریت توسعه مالی	
[۱۳]، [۲۲]	ایجاد فرصت رشد و سرمایه گذاری در کسب و کار		
[۱۰]، [۱۴]، [۱۸]،	ایجاد ظرفیت های مازاد در تأمین مالی جمعی		
[۱۷]، [۲۱]، [۲۳]،	انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف		
[۲]، [۴]، [۱۲]،	برون سپاری فعالیت های مالی بر مبنای مشارکت		
[۲]، [۶]، [۱۲]،	استفاده از ظرفیت بازاریابی و تعامل با ذینفعان در تأمین مالی جمعی	طراحی خط و مشی های کارآفرینی	
[۱]، [۷]، [۱۵]، [۱۴]، [۲۴]،	اصلاح نگرش ها نسبت به توسعه مالی		
[۱۵]، [۱۹]، [۲۲]،	هدف گذاری و برنامه ریزی کوتاه مدت و میان مدت کارآفرینی		
[۲۲]، [۲۷]،	سیاست گذاری توسعه کارآفرینی		
[۵]، [۷]،	تعیین دیدگاه ها و اهداف استراتژیک		
[۹]، [۱۴]، [۲۳]،	ایجاد واحدهای پژوهش کارآفرینی	راهبردهای تأمین مالی جمعی مستقیم	
[۱۸]، [۲۷]،	تعیین و توسعه ارزش ها و فرهنگ های کارآفرینانه		
[۴]، [۱۱]،	استفاده از طرح های خیریه و بشردوستانه		
[۱۴]، [۱۸]، [۲۳]،	تأمین مالی مبتنی بر پاداش در کسب و کار		
[۴]، [۲۳]، [۲۷]،	تأمین مالی مبتنی بر سهام کسب و کار		
[۴]، [۱۱]،	تأمین مالی از طریق منابع مالی افراد دخیل در کسب و کار	راهبردهای تأمین مالی جمعی غیرمستقیم	
[۱۲]، [۲۶]،	تأمین مالی به کمک سود انباشته جمعی		
[۲۱]، [۲۴]،	تأمین مالی به کمک اوراق مشارکت درون شرکتی		
[۱]، [۷]،	مشوق های مالی و مالیاتی		
[۹]، [۱۴]،	تأمین مالی مبتنی بر بدهی		
[۱۳]، [۱۶]،	تأمین مالی ترکیبی	عوامل فرهنگی	
[۹]، [۲۴]،	ایجاد گزنت ها		
[۸]، [۲۵]،	استفاده از وام		
[۱۹]، [۲۶]،	تأمین مالی به کمک اوراق قرضه		
[۱]، [۲]، [۴]، [۸]،	فرهنگ مشارکتی و جمعی		

کد مقالات	کدباز	کد محوری	کد منتخب
[۱۱], [۱۸], [۱۹],	فرهنگ ریسک‌پذیری و مدیریت ریسک		
[۲], [۵], [۲۰],	فرهنگ نوآور و خلاقیت محور		
[۲۳], [۲۷],	هنجارها و ارزش‌های جامعه در حوزه کسب و کار		
[۶], [۱۴], [۲۱],	فرهنگ نوع‌دوستی و تمایل به کمک به دیگران		
[۱۴], [۲۱],	سطح درآمد و عایدی افراد و گروه‌ها	عوامل اقتصادی	
[۳], [۲۶],	وضعیت تورم و رکود		
[۲۲], [۲۶],	ثبات نسبی شاخص‌های اقتصادی		
[۱۹], [۲۴],	توجه‌پذیری اقتصادی		
[۲۴], [۲۷],	دسترس‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	عوامل دیجیتال	
[۶], [۱۵], [۲۰],	حفظ حریم شخصی در سامانه‌های دیجیتال		
[۱۶], [۲۷],	امکان سازگاری محیط تأمین مالی با سایر سامانه‌ها		
[۷], [۱۷],	کیفیت‌بخشی به خدمات دیجیتال در بستر تأمین مالی جمعی		
[۶], [۱۷], [۲۲],	شفافیت زیرساخت‌های تأمین مالی جمعی	عوامل قانونی	
[۶], [۲۲]	وجود قوانین دقیق نظارتی در تأمین مالی جمعی		
[۱۳], [۱۴]	امنیت زیرساخت‌های تأمین مالی جمعی		
[۱۵], [۲۱],	به‌کارگیری قوانین حمایتی در تأمین مالی جمعی		
[۶], [۱۲],	ایجاد هماهنگی بین سازمانی در تأمین مالی جمعی		
[۱۱], [۱۶],	توانمندی مدیریت روابط شبکه‌ای	شبکه‌سازی در کارآفرینی	
[۴],	مدیریت دانش در شبکه‌های تأمین مالی جمعی		
[۱۱],	تعهد به تسهیم منابع در شبکه تأمین مالی جمعی		
[۱۸], [۲۴],	بررسی ابعاد کسب‌وکار و تحلیل آن	تحلیل شرایط و نیازسنجی	
[۲۳], [۲۶],	ارتباط پیوسته با مشتریان کسب و کار		
[۲], [۲۳], [۲۶],	شناخت شرایط بازار و کانال‌های تأمین مالی جمعی		
[۲], [۹], [۱۹],	تدوین پروتکل‌های تحلیل در راستای ارتقا شناخت از کسب‌وکار		
[۱۹], [۲۵],	دریافت نظرات و پیشنهادات مشتریان		
[۲۶],	توجه به مزیت‌های رقابتی تأمین مالی جمعی	خلاقیت بخشی به تأمین مالی جمعی	
[۱۵], [۲۶],	نسبی سازی مزیت‌ها در تأمین مالی جمعی		
[۱۱], [۱۳],	آزمایش پذیری نتایج در تأمین مالی جمعی		
[۴], [۱۸],	ایجاد گستره باز انتخابی در روش‌های تأمین مالی جمعی		

عوامل برنامهای

با توجه به نتایج به دست آمده از سنتز پژوهش های منتخب، شاخص ها و مؤلفه های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور در چهار کد منتخب و ۱۱ محور عوامل مدیریتی (مشمول بر مدیریت سرمایه در گردش مبتنی بر کارآفرینی، مدیریت توسعه مالی، طراحی خط و مشی های کارآفرینی)، راهبردها (مشمول راهبردهای تأمین مالی جمعی مستقیم، راهبردهای تأمین مالی جمعی غیرمستقیم)، عوامل زمینه ای (مشمول بر عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل دیجیتال، عوامل قانونی)، عوامل برنامه ای (مشمول بر شبکه سازی در کارآفرینی، تحلیل شرایط و نیازسنجی، خلاقیت بخشی به تأمین مالی جمعی)، مورد سازمان دهی قرار گرفت که در ادامه مدل تصویری مربوط به آن در شکل ۱ ارائه شده است.

شکل (۱): شاخص ها و مؤلفه های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور



منبع: پژوهشگران

۵. بحث و نتیجه‌گیری

تأمین مالی جمعی به تازگی و با رواج شبکه‌های اجتماعی مورد توجه ویژه قرار گرفته است و بررسی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی آن در راستای کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال هدف پژوهش حاضر بود. 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 ۴ محور: مؤلفه‌های مدیریتی، راهبردها، عوامل زمینه‌ای و مؤلفه‌های برنامه‌ای از مجموعه مؤلفه‌های احصا شده در جدول اول به دست آمد که در ادامه به تبیین آن‌ها پرداخته می‌شود.

مؤلفه‌های مدیریتی در تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور با اشاره به ابعاد مدیریت مالی و توجه دهی آن به سمت‌وسوی کارآفرینی در کسب و کار بر سرمایه در گردش، مدیریت توسعه مالی و طراحی خط و مشی کارآفرینانه متمرکز بود. در تبیین کد محوری مدیریت سرمایه در گردش مبتنی بر کارآفرینی به ابعاد آن در تأمین مالی پرداخته شد. 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 مدیریت و عوامل مدیریتی نسبت داده است. مدیریت توسعه مالی با پرداختن به گسترش ابعاد تأمین مالی جمعی در راستای کارآفرینی در کسب و کار به مؤلفه‌هایی همچون تنوع بخشی به روش‌های تأمین مالی جمعی، ایجاد فرصت رشد و سرمایه‌گذاری در کسب و کار، ایجاد ظرفیت‌های مازاد در تأمین مالی جمعی، انعطاف دهی به منابع مالی بر مبنای نیازهای جامعه هدف، برون‌سپاری فعالیت‌های مالی بر مبنای مشارکت اشاره داشت که در پژوهش‌های مختلف مرتبط با حوزه پژوهشی همچون پیلیانتی (۲۰۱۹) و بویلان، نسن و فیلیپس (۲۰۱۸) نیز به آن‌ها برای تأمین مالی جمعی مؤثر پرداخته شده است. محور طراحی خط و مشی کارآفرینانه به تعیین و شفاف‌سازی اهداف، برنامه‌ها و ارزش‌های مسیر کسب و کار دیجیتال برای دستیابی به اهداف تأمین مالی جمعی مؤثر می‌پردازد، 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 و از جمله مؤلفه‌های اساسی در این زمینه تعیین برنامه‌ها و اهداف را عنوان نموده است.

راهبردهای تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور در این پژوهش با بررسی مبانی نظری به دو محور راهبردهای تأمین مالی جمعی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم شد. مبنای این تقسیم‌بندی بنا به پیشینه نظری، ارتباط بلافاصل و بدون واسطه شرکت‌های متقاضی تأمین مالی جمعی و یا واسطه‌پذیری آن‌هاست. در این زمینه، 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 در تأمین مالی جمعی قلمداد

شدند و راهبردهای مشوق‌های مالی و مالیاتی، تأمین مالی مبتنی بر بدهی، تأمین مالی ترکیبی، ایجاد گرنت‌ها، استفاده از وام، تأمین مالی به کمک اوراق قرضه به‌عنوان راهبردهای غیرمستقیم و باواسطه در تأمین مالی جمعی شناسایی شدند. یافته‌های پژوهش در بخش راهبردها تقریباً برآمده از یافته‌های عمده پژوهش‌های اشاره شده در جدول ... بود و بیشتر پژوهش‌های به شکل‌های گوناگون به راهبردهای تأمین مالی جمعی پرداخته بودند و جنبه سنتز پژوهانه این پژوهش تفکیک و جمع‌بندی آن‌ها بود.

عوامل زمینه‌ای در تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتال محور به بسترهای تأثیرگذار در پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی با توجه به مؤلفه‌های پژوهش حاضر اشاره داشتند. یافته‌های پژوهش در این بخش به عوامل فرهنگی، اقتصادی، دیجیتال و قانونی تفکیک شدند. عوامل فرهنگی همان‌گونه که در پژوهش هررا و همکاران (۲۰۲۰) و چاندنا (۲۰۲۲) مورد اشاره قرار گرفته بود به فرهنگ مشارکتی و ریسک‌پذیری در دستیابی به اهداف تأمین مالی جمعی اشاره داشتند و داشتن فرهنگ ریسک‌پذیری و نهاده‌سازی ارزش‌ها جامعه در حوزه کسب و کار را به‌عنوان مؤلفه‌های تأثیرگذار در پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی قلمداد نمودند که در تبیین آن بعد فرهنگ کار تیمی و مشارکتی را در راستای با مؤلفه جمعی بودن تأمین مالی قابل توجه می‌سازد. عوامل اقتصادی با پرداختن به مؤلفه‌هایی همچون وضعیت اقتصادی جامعه و تورم و ثبات اقتصادی، ابعاد و شاخص‌های اقتصادی را در این زمینه مؤثر می‌داند. عوامل دیجیتال با توجه به استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال در تأمین مالی جمعی و قلمرو پژوهشی از اهمیت بسزایی در مبانی نظری برخوردار بود و دسترس‌پذیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، حفظ حریم شخصی در سامانه‌های دیجیتال، امکان سازگاری محیط تأمین مالی با سایر سامانه‌ها، کیفیت‌بخشی به خدمات دیجیتال در بستر تأمین مالی جمعی در پژوهش‌هایی همچون ابوامانا (۲۰۱۹) و چندلر و همکاران (۲۰۲۲) مورد تأکید قرار گرفته بود. عوامل قانونی در بسترهای پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی به وجود و تصریح قوانین حمایتی و شفاف از مشارکت‌کنندگان در تأمین مالی و نظارت بر حسن اجرای آن اشاره داشت که در پژوهش سیکه‌هیو، گاتا و سالمو (۲۰۲۳) و پیلیانتی (۲۰۱۹) نیز به آن پرداخته شده است.

عوامل برنامه‌ای با اشاره به ابعاد برنامه‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر کارآفرینی در کسب‌وکار، چارچوبی برای اجرای صحیح این برنامه‌ها را پیشنهاد می‌دهد. شبکه‌سازی در کارآفرینی به‌عنوان یکی از محورهای این بخش، به ایجاد هماهنگی و جلب مشارکت برای تسهیم منابع و استفاده از ظرفیت‌های جمعی در برنامه‌های تأمین مالی جمعی می‌پردازد. تحلیل شرایط و نیازسنجی به بررسی و شناخت بازار و نیازهای جامعه مخاطب به‌عنوان سرمایه‌گذار و یا متقاضی می‌پردازد و مؤلفه‌هایی همچون بررسی ابعاد کسب‌وکار و تحلیل آن، ارتباط پیوسته با مشتریان کسب و کار، شناخت شرایط بازار و کانال‌های تأمین مالی جمعی، تدوین پروتکل‌های تحلیل در راستای ارتقا شناخت از کسب و کار را مدنظر قرار می‌دهد و در انتها، خلاقیت بخشی به تأمین مالی جمعی به توجه به مزیت‌های رقابتی و ایجاد توان گسترش آن به

- کمک ابعاد خلاقانه در برنامه‌های تأمین مالی جمعی می‌پردازد. یافته‌های این بخش بیشتر برگرفته از یافته‌های ابوامانا (۲۰۱۹)، چندلر و همکاران (۲۰۲۲) و موایر و همکاران (۲۰۲۳) است.
- در ادامه پیشنهادهای برخاسته از نتایج پژوهش حاضر ارائه می‌گردد:
- ✓ توجه به نسبت‌های گردش سرمایه و تعیین آن در کسب و کارهای دیجیتال محور.
 - ✓ توجه به ایجاد سبد تأمین مالی و تنوع بخشی به روش‌های آن.
 - ✓ توجه به تعیین اهداف و چشم‌انداز بر مبنای نتایج آینده‌پژوهی در حوزه کسب و کارهای دیجیتالی.
 - ✓ توجه به تبلیغات و استفاده از ظرفیت فضای مجازی در تقویت فرهنگ مشارکتی و نوع دوستی در تأمین مالی جمعی.
 - ✓ شفاف‌سازی زیرساخت‌های قانونی تأمین مالی جمعی و شیوه طراحی، اجرا و هزینه آن در بخش‌های مدنظر.

۶. تعارض منافع

هیچگونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

References

- Abu Amuna, Y. M. (2019). Crowdfunding financing model effect on entrepreneurship aspirations. *International Journal of Academic Accounting, Finance & Management Research (IJAAFMR)*.
- Amini, M., Hassanzadeh, M., & Morshedi, M. (2022). An Improved Methodology for Digital Transformation of Business Model. *Sciences and Techniques of Information Management*, 8(1), 393-426. doi:10.22091/stim.2021.7379.1654 (In Persian).
- Amir Beik, M., Baradaran, M. M., Hoseini Vaez, S. J., & Anoushe, S. S. (2021). Studying and Providing a Model for the Development of Collective Financing in Religious Organizations (Case Study of Holy Razavi Shrine). *Scientific Journal of "Islamic Finance Researches" (IFR)*, 10(2), 603-642. doi:10.30497/ifr.2021.240861.1618 (In Persian).
- Aznab, E., mohammadian, B., & karimi, A. (2021). Identifying the cognitive errors of entrepreneurial negotiation with focusing on crowdfunding projects. *Innovation Management Journal*, 10(3), 89-113. (In Persian).
- Beaulieu, T., Sarker, S., & Sarker, S. (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding. *Communications of the Association for information systems*, 37(1), 1.
- 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.

- Berné-Martínez, J. M., Planells-Artigot, E., & Ortigosa-Blanch, A. (2023). The discussion of crowdfunding policies among policymakers. *Journal of Business Research*, 156, 113542.
- Biancone, P. P., Secinaro, S., & Kamal, M. (2019). Crowdfunding and Fintech: business model sharia compliant. *European Journal of Islamic Finance*, 1-10.
- 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., & Schwittay, A. (2016). Scaling inclusive digital innovation successfully: the case of crowdfunding social enterprises. *Innovation and Development*, 6(1), 15-29.
- Brem, A., Bilgram, V., & Marchuk, A. (2019). How crowdfunding platforms change the nature of user innovation—from problem solving to entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 348-360.
- Camilleri, M. A., & Bresciani, S. (2022). Crowdfunding small businesses and startups: A systematic review, an appraisal of theoretical insights and future research directions. *European Journal of Innovation Management*.
- Carlsen, B., Glenton, C., & Pope, C. (2007). Thou shalt versus thou shalt not: a meta-synthesis of GPs' attitudes to clinical practice guidelines. *British journal of general practice*, 57(545), 971-978.
- Chandler, J. A., Dushnitsky, G., Elitzur, R., Hopp, C., Kincaid, P. A., & Short, J. C. (2022). Reviewing recent crowdfunding research: Collective findings from the *Journal of Business Venturing Insights*. *Journal of Business Venturing Insights*, 18(2), 86-99.
- Chandna, V. (2022). Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*, 65(1), 21-31.
- Chaudhary, S., Dhir, A., Battisti, E., & Kliestik, 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.
- Cicchiello, A. F., Gatto, A., & Salerno, D. (2023). At the nexus of circular economy, equity crowdfunding and renewable energy sources: Are enterprises from green countries more performant? *Journal of Cleaner Production*, 410, 136932.
- Coskun-Setirek, A., & Tanrikulu, Z. (2021). Digital innovations-driven business model regeneration: A process model. *Technology in Society*, 64, 101461.
- Dabbous, A., Barakat, K. A., & Tarhini, A. (2024). Digitalization, crowdfunding, eco-innovation and financial development for sustainability transitions and sustainable competitiveness: Insights from complexity theory. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(1), 100460.

- Eskandari, B., vazifedoost, H., Jafari, P., & mousakhani, M. (2023). Provide an appropriate model for financing entrepreneurship with a collective participation approach in knowledge-based businesses. *Journal of Investment Knowledge*, 12(48), 263-286. (In Persian).
- 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.
- Haji Gholam Saryazdi, A., & Manteghi, M. (2022). Designing a crowdfunding model in the aviation industry. *Financial Engineering and Portfolio Management*, 13(51), 265-287. (In Persian).
- Hasanzadeh Sarvestani, H., Tamizifar, M., & Simiari, M. R. (۲۰۱۸). Crowdfunding, a Model for Attracting Donor Contributions. *Scientific Journal of "Islamic Finance Researches" (IFR)*, 8(1), 59-90. doi: 10.30497/ifr.2018.2276 (In Persian).
- Herrero, Á., Hernández-Ortega, B., & San Martín, H. (2020). Potential funders' motivations in reward-based crowdfunding. The influence of project attachment and business viability. *Computers in Human Behavior*, 106, 106240.
- Khodadadeh N, Islampanah M, Mousavi F, Kaviani E.(2022) Designing a model of digital entrepreneurship ecosystems in educational organizations based on Grounded theory. *MEO 2022*; 11 (2) :229-271 (In Persian).
- Lehner, O. M., Grabmann, E., & Ennsgraber, C. (2015). Entrepreneurial implications of crowdfunding as alternative funding source for innovations. *Venture Capital*, 17(1-2), 171-189.
- Leone, D., Pietronudo, M. C., Gabteni, H., & Carli, M. R. (2023). Reward-based crowdfunding for building a valuable circular business model. *Journal of Business Research*, 157, 113562.
- Li, J., Wang, H., & Soh, W. (2024). Digital transformation, financial literacy and rural household entrepreneurship. *Finance Research Letters*, 105171.
- Li, W., Wright, P. M., Rukavina, P. B., & Pickering, M. (2008). Measuring students' perceptions of personal and social responsibility and the relationship to intrinsic motivation in urban physical education. *Journal of teaching in Physical Education*, 27(2), 167-178.
- Lukkarinen A, Teich JE, Wallenius H, Wallenius J (2016) Success drivers of online equity crowdfunding campaigns. *Decis Support Syst* 87:26–38. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2016.04.00>
- M, Z., & M, H. (2016). Integration of Information and Communication Technology into the Curriculums in Accordance with NCDI. *Journal of Curriculum Studies*, 11(40), 143-170. (In Persian).
- Mohammadkazemi, R., hosein nia, G., & habibi, H. (2019). Enterprise Crowdfunding in Iranian Football Clubs: Applications & Requirements. *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 281-300. doi: 10.22059/jed.2019.277842.652945 (In Persian).

- Mollick, E. (2018). Crowdfunding as a font of entrepreneurship: Outcomes of reward-based crowdfunding. *The Economics of Crowdfunding: Startups, Portals and Investor Behavior*, 24(3) 133-150.
- 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.
- Okoli, C., & Schabram, K. (2015). A guide to conducting a systematic literature review of information systems research.
- Piliyanti, I. (2019). Fintech achieving sustainable development: The side perspective of crowdfunding platform. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 3(2) T 23-61.
- Presenza, A., Abbate, T., Cesaroni, F., & Appio, F. P. (2019). Enacting social crowdfunding business ecosystems: The case of the platform Meridonare. *Technological Forecasting and Social Change*, 143, 190-201.
- Ratten, V. (2018). Social entrepreneurship through digital communication in farming. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1), 99-110.
- Stefanelli, V., Ferilli, G. B., & Boscia, V. (2022). Exploring the lending business crowdfunding to support SMEs' financing decisions. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 12-33.
- Tavazoeifar, A., Sheihakitash, M., & Keshavarz, S. (2019). Identification of Effective Propellants on Digital Entrepreneurship in Small and Medium Businesses with Meta- Synthesis Approach. *Science and Technology Policy Letters*, 09(3), 61-72. (In Persian).
- 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.
- Yáñez-Valdés, C., Guerrero, M., Barros-Celume, S., & Ibáñez, M. J. (2023). Winds of change due to global lockdowns: Refreshing digital social entrepreneurship research paradigm. *Technological Forecasting and Social Change*, 11(2), 12-33.
- Zangian, S., Maleki MinBashRazgah, M., Feiz, D., & Zarei, A. (2022). Identifying of Digital Business Strategy Dimensions to enter international markets. *Journal of International Business Administration*, 5(1), 45-78. doi: 10.22034/jiba.2021.47787.1766 (In Persian).