



طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران

سیدحسین یوسفی^۱

محمدحسن ابراهیمی سروعلیاء^۲

محمدرضا پورفخاران^۳

رضا غلامی جمکرانی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۰۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۲۸

چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران می‌باشد. این پژوهش از منظر نتیجه اجرا پژوهشی کاربردی است و از منظر هدف اجرا یک پژوهش اکتشافی به روش تئوری زمینه‌ای به شمار می‌رود. همچنین این پژوهش از منظر فرآیند اجرای پژوهش (نوع داده)، ترکیبی می‌باشد. در طی یک مصاحبه از جامعه آزمودنی‌ها که شامل کلیه خبرگان، مدیران و مشاوران پلتفرم (سکو)های تأمین مالی جمعی و اساتید دانشگاه و پژوهشگران حوزه کارآفرینی و فناوری بودند، مطرح گردید. این تحقیق با ۱۲ نفر خبره به اشباع نظری رسید. در این تحقیق از نظریه داده بنیاد گراند تئوری توسط نرم‌افزار MAXQDA برای تحلیل و بررسی استفاده شد و در ادامه با استفاده از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار SMARTPLS به ارائه مدل ترویج تأمین مالی جمعی پرداخته شد. نتایج نشان داد که ابعاد مؤثر بر ترویج تأمین مالی جمعی شامل اعتماد عمومی، آگاهی عمومی، زیرساخت فناوریانه، محیط قانونی و نهادی، جذابیت پروژه‌ها و عوامل اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که عوامل اقتصادی-اجتماعی به‌عنوان بعدی کلیدی، بیشترین تأثیر را بر اعتماد عمومی، آگاهی عمومی، جذابیت پروژه‌ها، زیرساخت فناوریانه و محیط قانونی و نهادی داشته‌اند، زیرا تمامی روابط مرتبط با این بعد دارای آماره تی معنادار و بسیار بالایی هستند. این عوامل از طریق ایجاد ثبات اقتصادی، افزایش مشارکت اجتماعی و ارتقای سواد مالی، نقش حیاتی در بهبود زیرساخت‌های فناوریانه و تقویت محیط قانونی ایفا می‌کنند که به‌نوبه خود منجر به افزایش جذابیت پروژه‌ها برای مردم و مشارکت هرچه بیشتر در تأمین مالی جمعی در کشور می‌شود.

کلمات کلیدی:

تأمین مالی جمعی، ترویج تأمین مالی، معادلات ساختاری

۱- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. hosein.yousefi.rz@gmail.com

۲- گروه مالی و بانکداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) mh.ebrahimi@atu.ac.ir

۳- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. Mohammadreza31151@gmail.com

۴- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. Reza.gholami@iau.ac.ir

مقدمه

تأمین مالی جمعی^۱ یک روش نوین جذب سرمایه است که در آن افراد یا سازمان‌ها از طریق پلتفرم‌های آنلاین، منابع مالی موردنیاز خود را از تعداد زیادی از افراد جمع‌آوری می‌کنند. این روش به‌طور معمول برای تأمین مالی پروژه‌های نوآورانه، استارت‌آپ‌ها، کسب‌وکارهای کوچک، پروژه‌های اجتماعی و حتی پروژه‌های خیریه مورد استفاده قرار می‌گیرد (شهابی و همکاران، ۱۴۰۱). در تأمین مالی جمعی، سرمایه‌گذاران می‌توانند با ارائه مبالغ کوچک، به تأمین مالی یک پروژه یا کسب‌وکار کمک کنند و در عوض، ممکن است مزایایی مانند سهام، محصولات یا خدمات مرتبط با پروژه را دریافت کنند. تأمین مالی جمعی به دلیل قابلیت دسترسی آسان، مشارکت گسترده و امکان جذب سرمایه‌های کوچک از تعداد زیادی از افراد، به‌عنوان یک روش مؤثر برای کسب‌وکارها و پروژه‌ها شناخته می‌شود (لازارو^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). این روش به‌ویژه برای افرادی که دسترسی به منابع مالی سنتی مانند وام‌های بانکی یا سرمایه‌گذاری‌های بزرگ ندارند، فرصتی مناسب برای جذب سرمایه فراهم می‌کند. پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی معمولاً به‌عنوان واسطه‌ای بین متقاضیان سرمایه و سرمایه‌گذاران عمل می‌کنند و با ارائه اطلاعات شفاف در مورد پروژه‌ها و کسب‌وکارها، اعتماد و حمایت جامعه را جلب می‌کنند (رایکیا^۳ و همکاران، ۲۰۲۰).

تأمین مالی جمعی به‌عنوان یک روش نوین تأمین سرمایه، در دهه‌های اخیر در سطح جهانی به‌شدت مورد توجه قرار گرفته است. این روش که بر پایه جمع‌آوری سرمایه‌های خرد از تعداد زیادی از افراد استوار است، به‌عنوان ابزاری برای حمایت از پروژه‌های نوآورانه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۴ و پروژه‌های اجتماعی و فرهنگی شناخته می‌شود (چیچلو^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). در کشورهای توسعه‌یافته، تأمین مالی جمعی به‌سرعت به یکی از ابزارهای مهم و مؤثر در جذب سرمایه تبدیل شده است، به‌گونه‌ای که میلیاردها دلار سرمایه از طریق پلتفرم‌های مختلف جمع‌آوری و به پروژه‌های گوناگون تخصیص یافته است (هاندک^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). با این حال، در ایران، این روش تأمین مالی هنوز در مراحل اولیه توسعه خود قرار دارد و با چالش‌های متعددی مواجه است. یکی از مهم‌ترین چالش‌های موجود در ایران، عدم آگاهی عمومی و شناخت کافی از مزایا و کاربردهای تأمین مالی جمعی است. این روش که می‌تواند به‌عنوان یک راه‌حل جایگزین و مؤثر برای جذب سرمایه و توسعه کسب‌وکارهای نوپا مطرح شود، هنوز به‌درستی در جامعه ایران شناخته‌نشده است (شیخ‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). نبود فرهنگ مشارکت مالی در پروژه‌های جمعی، ناآشنایی با مفهوم و کاربردهای تأمین مالی جمعی و همچنین عدم وجود آموزش‌های مناسب در این زمینه، از جمله عواملی هستند که

باعث شده‌اند این روش نتواند جایگاه مناسبی در نظام اقتصادی و اجتماعی کشور پیدا کند. درحالی‌که در بسیاری از کشورها، فرهنگ مشارکت مالی و حمایت از پروژه‌های جمعی به‌خوبی نهادینه شده است، در ایران، این فرهنگ به دلیل نبود آموزش‌های لازم و همچنین محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، همچنان به‌کندی در حال رشد است (جعفری و همکاران، ۱۴۰۱).

از سوی دیگر، مشکلات ساختاری و قانونی نیز از دیگر موانع اساسی در توسعه تأمین مالی جمعی در ایران به شمار می‌آیند. قوانین و مقررات موجود در ایران برای حمایت از این روش تأمین مالی، هنوز به‌طور کامل تدوین و نهادینه نشده است (امیری، ۱۴۰۰). این در حالی است که یک چارچوب قانونی مناسب و شفاف می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاران و کاهش ریسک‌های احتمالی کمک شایانی کند. نبود چنین چارچوبی در ایران، اعتماد عمومی را نسبت به تأمین مالی جمعی کاهش داده و مانع از رشد و گسترش این روش شده است (رجعتی و همکاران، ۱۴۰۲). در بسیاری از کشورهای پیشرفته، قوانین و مقررات روشنی برای حمایت از تأمین مالی جمعی وجود دارد که نه تنها از سرمایه‌گذاران حمایت می‌کند، بلکه به افزایش اعتماد عمومی و مشارکت بیشتر در این فرآیند کمک می‌کند (کمانکش و همکاران، ۱۴۰۳).

علاوه بر این، مسائل مربوط به زیرساخت‌های فنی و فناوری نیز از جمله چالش‌های مهمی است که در مسیر توسعه تأمین مالی جمعی در ایران وجود دارد. پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، به‌عنوان بسترهای اصلی این فرآیند، نیازمند زیرساخت‌های قوی و امنی هستند که بتوانند اعتماد کاربران را جلب کرده و فرآیند جمع‌آوری و تخصیص سرمایه را به‌طور مؤثر مدیریت کنند (وانگ^۷ و همکاران، ۲۰۲۳). در ایران، هنوز پلتفرم‌های کافی و قابل‌اعتمادی برای این منظور وجود ندارد و این موضوع باعث شده است که افراد و کسب‌وکارها تمایل کمتری به استفاده از تأمین مالی جمعی داشته باشند (کمالو و همکاران، ۱۴۰۳). توسعه و تقویت این زیرساخت‌ها می‌تواند نقش مهمی در ترویج تأمین مالی جمعی در ایران ایفا کند که شواهد نشان می‌دهد در این زمینه خلأ علمی وجود دارد. یکی دیگر از مسائل حائز اهمیت، فقدان انگیزه و حمایت‌های لازم از سوی نهادهای دولتی و خصوصی برای ترویج این روش تأمین مالی است. در بسیاری از کشورها، دولت‌ها و نهادهای خصوصی با ایجاد تسهیلات و حمایت‌های مختلف، زمینه را برای توسعه تأمین مالی جمعی فراهم کرده‌اند (امیربیک و همکاران، ۱۴۰۰). این حمایت‌ها می‌تواند شامل مشوق‌های مالیاتی، ایجاد تسهیلات قانونی، ارائه آموزش‌های تخصصی و ارتقاء سطح آگاهی عمومی باشد. در ایران، اگرچه تلاش‌هایی در این زمینه

طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

صورت گرفته است، اما این اقدامات هنوز به سطحی نرسیده است که بتواند به طور گسترده و مؤثر در توسعه ترویج تأمین مالی جمعی تأثیرگذار باشد (علیانی و همکاران، ۱۴۰۲).

با توجه به همه این چالش‌ها و ضرورت‌ها، ارائه یک مدل جامع و کاربردی برای ترویج تأمین مالی جمعی در ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این مدل باید به گونه‌ای طراحی شود که بتواند تمامی ابعاد این موضوع را پوشش دهد و علاوه بر رفع موانع موجود، به بهره‌برداری از ظرفیت‌های بالقوه این روش کمک کند. در این مدل باید به عواملی همچون ارتقاء سطح آگاهی عمومی، تقویت زیرساخت‌های فنی و فناوری، اصلاح و تدوین قوانین و مقررات مناسب و همچنین ایجاد مشوق‌های لازم برای ترویج این روش توجه ویژه‌ای شود. همچنین، این مدل باید با توجه به ویژگی‌های خاص جامعه ایرانی و شرایط اقتصادی کشور، سفارشی‌سازی شود تا بتواند به بهترین شکل ممکن نیازهای موجود را پاسخ دهد.

پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با ارائه یک مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران، به شناخت بهتر از موانع و فرصت‌های این حوزه پرداخته و راهکارهای مناسبی برای توسعه آن ارائه دهد. پرسش اصلی این تحقیق این است که چگونه می‌توان با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران، یک مدل جامع و کارآمد برای ترویج تأمین مالی جمعی ایجاد کرد که هم پاسخگوی نیازهای موجود باشد و هم بتواند به توسعه اقتصادی و کارآفرینی در کشور کمک کند؟ به عبارت دیگر، این تحقیق درصدد است تا با تحلیل و بررسی عوامل مؤثر بر تأمین مالی جمعی و شناسایی چالش‌های موجود، مدلی ارائه دهد که از طریق آن بتوان این ابزار نوین مالی را به طور مؤثر و پایدار در جامعه ایران نهادینه کرد. به طور کلی هدف اصلی این تحقیق مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران است.

چارچوب نظری

تأمین مالی جمعی یکی از نوآوری‌های نوین در حوزه تأمین مالی است که به ویژه در دهه اخیر به عنوان یک ابزار مهم در تأمین مالی پروژه‌ها، کسب و کارها و حتی امور خیریه مطرح شده است. تأمین مالی جمعی به عنوان یک ابزار نوظهور در اقتصادهای جهانی توانسته است نقش کلیدی در تقویت بخش‌های اقتصادی مختلف ایفا کند. با توجه به شرایط خاص اقتصادی ایران و چالش‌هایی که در نظام تأمین مالی سنتی وجود دارد، ترویج و گسترش این روش در ایران اهمیت بیشتری پیدا کرده است (تاجیک و همکاران، ۱۴۰۲). مفهوم تأمین مالی جمعی ریشه در فعالیت‌های اجتماعی دارد که افراد در آن‌ها به صورت گروهی و با همکاری هم سرمایه‌گذاری کرده یا منابعی برای یک هدف مشترک جمع‌آوری می‌کردند. باین حال، ورود فناوری‌های جدید به این حوزه و پلتفرم‌های آنلاین موجب تحولی در شیوه‌های جمع‌آوری سرمایه شده است. لامبرت و شوابر (۲۰۱۰) از نخستین کسانی بودند که به

مفهوم تأمین مالی جمعی به عنوان یک سازوکار مدرن پرداختند. آن‌ها این روش را به عنوان یک راهبرد غیرسنتی تأمین مالی معرفی کردند که به خصوص در پروژه‌های فرهنگی، نوآوری‌ها و استارت‌آپ‌ها کاربرد دارد (شیخزاده و همکاران، ۱۴۰۲).

در ادبیات علمی، چندین نظریه برای توضیح چگونگی عملکرد و موفقیت تأمین مالی جمعی وجود دارد. تئوری سرمایه اجتماعی^۸ یکی از مهم‌ترین نظریاتی است که در این حوزه مطرح شده است. بر اساس این نظریه، شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات میان افراد و اعتماد نقش اساسی در موفقیت کمپین‌های تأمین مالی جمعی دارند (شنرو^۹ و همکاران، ۲۰۲۱). پوتنام (۲۰۰۰) سرمایه اجتماعی را یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد انگیزه برای مشارکت عمومی در پروژه‌های جمعی می‌داند. یکی دیگر از نظریات مهم مرتبط با تأمین مالی جمعی، تئوری بازی‌ها^{۱۰} است. این تئوری در تلاش است تا به بررسی نحوه تعامل مشارکت‌کنندگان در یک کمپین تأمین مالی جمعی بپردازد. بر اساس تئوری بازی‌ها، مشارکت‌کنندگان در چنین پروژه‌هایی بر اساس انتظارات خود از موفقیت پروژه و همچنین مزایای شخصی اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند. اوربان و وانگ (۲۰۱۸) معتقدند که در کمپین‌های تأمین مالی جمعی، رقابت میان مشارکت‌کنندگان می‌تواند به افزایش موفقیت منجر شود (چیچلو و همکاران، ۲۰۲۳،^{۱۱}).

مولر و کرامرز (۲۰۱۲) بر این باورند که اعتماد به پلتفرم‌ها و شفافیت در ارائه اطلاعات از مهم‌ترین عوامل موفقیت تأمین مالی جمعی است. نبود شفافیت یا اطلاعات ناقص می‌تواند به عدم مشارکت و حتی شکست پروژه منجر شود. از این رو، ایجاد ساختارهایی که شفافیت در آن‌ها حاکم باشد، برای موفقیت این مدل در ایران ضروری است. تأمین مالی جمعی به شدت وابسته به شبکه‌های اجتماعی است. کلمر و متزگر (۲۰۱۴) تأکید می‌کنند که ارتباطات قوی میان افراد و شبکه‌های گسترده اجتماعی می‌تواند به افزایش مشارکت در پروژه‌های جمعی منجر شود. این مسئله به ویژه در ایران که شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در ارتباطات بین افراد دارند، بسیار مهم است (هشینگا^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۳).

یکی از چالش‌های اساسی در ترویج تأمین مالی جمعی در ایران، نبود چارچوب‌های قانونی مشخص است. کیاپاشا و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود تأکید کرده‌اند که عدم وجود قوانین حمایتی و شفاف، یکی از موانع اصلی در توسعه این مدل در ایران است (گایمارس^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۴). در این راستا، تصویب قوانین جدید و حمایت از پروژه‌های نوآورانه در این حوزه ضروری به نظر می‌رسد. یکی دیگر از چالش‌ها، فرهنگ مشارکت جمعی است. آلبرت و اسمیت (۲۰۱۷) معتقدند که فرهنگ

طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

اجتماعی یک کشور نقش بسیار مهمی در موفقیت تأمین مالی جمعی ایفا می‌کند. در ایران، با توجه به سابقه‌ای که در کارهای خیریه و همکاری‌های جمعی وجود دارد، می‌توان از این ویژگی فرهنگی برای ترویج این مدل بهره‌برداری کرد (کمانکش و همکاران، ۱۴۰۳). در سطح جهانی، پلتفرم‌هایی مانند Kickstarter و Indiegogo نقش مهمی در ترویج تأمین مالی جمعی داشته‌اند. این پلتفرم‌ها با ایجاد بسترهای شفاف و ساده، توانسته‌اند اعتماد عمومی را جلب کنند. جعفری و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند که در ایران نیز تلاش‌هایی برای ایجاد پلتفرم‌های مشابه انجام شده است، اما نبود زیرساخت‌های کافی و عدم آگاهی عمومی از این روش‌ها موجب شده تا موفقیت کمتری داشته باشند. یکی از مهم‌ترین راهکارها برای ترویج تأمین مالی جمعی در ایران، آموزش و افزایش آگاهی عمومی از این روش است (علیانی و همکاران، ۱۴۰۲). شاهنوش و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود پیشنهاد می‌کنند که ایجاد کارگاه‌های آموزشی و تبلیغات هدفمند می‌تواند در افزایش مشارکت عمومی در این حوزه مؤثر باشد. دولت و نهادهای قانونی می‌توانند نقش بسیار مهمی در حمایت از پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی ایفا کنند. قاسمی و نظری (۲۰۲۲) بر این باورند که حمایت‌های مالی و قانونی از استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌های مبتنی بر تأمین مالی جمعی می‌تواند به گسترش این مدل در ایران کمک کند. تأمین مالی جمعی به‌عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی، دارای پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه در ایران است (شیخ‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). با توجه به چالش‌های موجود، ایجاد زیرساخت‌های قانونی، فرهنگی و اجتماعی برای ترویج این روش در ایران ضروری به نظر می‌رسد. نظریات مختلفی مانند تئوری سرمایه اجتماعی و تئوری بازی‌ها می‌توانند به تحلیل و تبیین بهتر مدل‌های تأمین مالی جمعی کمک کنند. با اجرای راهکارهایی مانند افزایش آگاهی عمومی و حمایت‌های دولتی، این روش می‌تواند به یکی از مؤثرترین راه‌های تأمین مالی در کشور تبدیل شود (دی‌آما تو^{۱۴} و همکاران، ۲۰۲۳).

پرسش‌های پژوهش

۱- ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ترویج تأمین مالی جمعی کدامند؟

۲- مدل‌سازی معادلات ساختاری ترویج تأمین مالی جمعی به چه صورت است؟

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از منظر نتیجه اجرای آن یک پژوهش کاربردی، از منظر هدف اجرا یک پژوهش اکتشافی به روش تئوری زمینه‌ای می‌باشد. همچنین این پژوهش از نظر فرآیند اجرای پژوهش (نوع داده)، ترکیبی می‌باشد چراکه با توجه به نیاز، از ترکیب دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. این

تحقیق به لحاظ داده‌ای تحقیق، از نظریه داده بنیاد گراند تئوری توسط نرم‌افزار MAXQD برای تحلیل و بررسی استفاده شد و در ادامه با استفاده از نرم‌افزار SMARTPLS به ارائه مدل ترویج تأمین مالی جمعی پرداخته شد. در این مطالعه با توجه به روش اجرای پژوهش، اطلاعات با استفاده از مصاحبه گردآوری شدند. به‌طوری‌که جامعه آزمودنی‌ها بخش کیفی را کلیه خبرگان و مدیران و مشاوران پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی و اساتید دانشگاه و پژوهشگران حوزه کارآفرینی و فناوری تشکیل دادند. تعداد نمونه‌ها نیز بر اساس منطق رسیدن به اشباع داده‌ها معین گردید؛ که این تحقیق با ۱۲ نفر خبره به اشباع نظری رسید. همچنین جامعه آماری در بخش کمی را کلیه کارکنان و کارشناسان پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی سطح تهران تشکیل دادند به‌طوری‌که از جامعه ۱۵۰ نفری بر اساس فرمول کوکران ۱۰۸ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند.

یافته‌های تحقیق

واکاوی اطلاعات فرایندی چندمرحله‌ای است که طی آن پس از گردآوری داده‌ها و محاسبه مقادیر متغیرهای موردنظر برای بررسی سؤالات پژوهش، اطلاعات حاصله مورد آزمون قرار گرفته و بر اساس یافته حاصل از نتایج، به جواب سؤالات اقدام می‌گردد.

بررسی سؤال اول تحقیق: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ترویج تأمین مالی جمعی کدامند؟ در جهت بررسی سؤال اول تحقیق با خبرگان مصاحبه شده است که نتایج مصاحبه به‌صورت خلاصه آورده شده است.

خبرگان تأکید دارند که شفافیت اطلاعات مالی، ازجمله گزارش‌های مالی، ارزیابی هزینه‌ها، تخصیص منابع و پیشینه مالی، عامل کلیدی در جلب اعتماد سرمایه‌گذاران است. انتشار مداوم این اطلاعات، به‌ویژه در آغاز پروژه، موجب شفافیت عملکرد و کاهش سوءتفاهمات می‌شود. همچنین، ارائه اهداف روشن و جزئیات برنامه‌های مالی در پروژه‌های تأمین مالی جمعی، نقش حیاتی در جذب سرمایه‌گذاران دارد. امکان پیگیری پیشرفت پروژه و گزارش‌دهی منظم نیز اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد. سابقه موفقیت پلتفرم‌ها در مدیریت پروژه‌های مشابه و وجود سیستم‌های ارزیابی و نظرسنجی کاربران، به اعتبار و جلب سرمایه‌گذاران جدید کمک می‌کند. نظارت قانونی بر پلتفرم‌ها نیز اعتماد عمومی را تقویت می‌کند. درنهایت، تعداد سرمایه‌گذاران موفق در پروژه‌های پیشین و سطح رضایت آن‌ها از بازدهی سرمایه‌گذاری از عوامل کلیدی در جذب سرمایه‌گذاران جدید و تقویت تأمین مالی جمعی هستند.

طراحی مدل ترویج تامین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

بر اساس دیدگاه خبرگان، تبلیغات و بازاریابی از مهم‌ترین عوامل موفقیت پروژه‌های تأمین مالی جمعی است. تخصیص بودجه کافی برای تبلیغات، افزایش حضور در رسانه‌ها و استفاده از کانال‌های تبلیغاتی متنوع مانند رسانه‌های اجتماعی، وبسایت‌ها و رسانه‌های سنتی، موجب جذب سرمایه‌گذاران و افزایش آگاهی عمومی می‌شود. ارزیابی تأثیرگذاری کمپین‌های تبلیغاتی از طریق شاخص‌هایی مانند میزان مشارکت و تعامل کاربران نیز اهمیت دارد. در حوزه آموزش و اطلاع‌رسانی، برگزاری دوره‌های آموزشی و تولید محتوای تخصصی در قالب مقالات، ویدئوها و پادکست‌ها به افزایش آگاهی و اعتماد سرمایه‌گذاران کمک می‌کند. همچنین، حضور در رویدادها و کنفرانس‌های تخصصی به شبکه‌سازی، تبادل تجربیات و گسترش تأمین مالی جمعی کمک می‌کند. شبکه‌سازی و شراکت‌های استراتژیک با مؤسسات مالی، شرکت‌های بزرگ و نهادهای دانشگاهی نیز در ایجاد اعتبار و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران نقش مهمی دارند. همکاری با نهادهای دولتی و خصوصی نیز از طریق ارائه تسهیلات و حمایت‌های قانونی، موجب تسهیل فرایندها و جذب سرمایه‌گذاران جدید می‌شود.

خبرگان تأکید دارند که امنیت پلتفرم‌ها یکی از الزامات اساسی در موفقیت تأمین مالی جمعی است. استفاده از فناوری‌های رمزنگاری پیشرفته مانند TLS و SSL، سیستم‌های احراز هویت دوحمل‌ای و انجام تست‌های امنیتی مداوم، موجب افزایش اعتماد کاربران و جذب سرمایه‌گذاران می‌شود. رابط کاربری و تجربه کاربری (UI/UX) نقش حیاتی در جلب کاربران دارد. طراحی ساده، جذاب و کاربرپسند، سازگاری با دستگاه‌های مختلف و سهولت دسترسی به بخش‌های مختلف پلتفرم، به افزایش تعامل و رضایت کاربران منجر می‌شود. در بخش قابلیت‌های فنی، امکان مدیریت آنلاین پروژه‌ها، سیستم گزارش‌دهی خودکار برای ارائه اطلاعات شفاف به سرمایه‌گذاران و ارائه اپلیکیشن اختصاصی برای تسهیل دسترسی و افزایش مشارکت کاربران اهمیت ویژه‌ای دارند. این ابعاد شامل امنیت، تجربه کاربری و قابلیت‌های فنی، به‌طور مستقیم بر کارایی، اعتماد و موفقیت پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی تأثیر داشته و به جذب و حفظ سرمایه‌گذاران کمک می‌کنند.

خبرگان معتقدند حمایت دولت نقش کلیدی در توسعه پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی دارد. تخصیص بودجه، کاهش بوروکراسی، وضع قوانین تسهیل‌کننده و معافیت‌های مالیاتی می‌توانند به گسترش این صنعت و جذب سرمایه‌گذاران کمک کنند. صدور مجوزهای رسمی نیز موجب افزایش اعتماد عمومی به پلتفرم‌ها و تسهیل ورود بازیگران جدید به این حوزه می‌شود. نظارت قانونی با شاخص‌هایی نظیر نظارت مستمر، کاهش تخلفات و برخورد مؤثر با متخلفان، از دیگر ابعاد حیاتی است که به شفافیت، کاهش ریسک‌ها و افزایش اعتماد عمومی کمک می‌کند. در بعد تشویق سرمایه‌گذاران،

خبرگان بر ارائه معافیت‌های مالیاتی، طرح‌های تشویقی مانند تخفیف در کارمزدها و ضمانت بازگشت سرمایه و تضمین نرخ بازده برای پروژه‌های خاص تأکید دارند. این اقدامات انگیزه مشارکت سرمایه‌گذاران را افزایش داده و به رشد پروژه‌های تأمین مالی جمعی کمک می‌کند. این ابعاد شامل حمایت دولت، نظارت قانونی و تشویق سرمایه‌گذاران، پایه‌های اصلی موفقیت و گسترش این پلتفرم‌ها محسوب می‌شوند.

همچنین خبرگان معتقدند خلاقیت و نوآوری در پروژه‌ها از عوامل کلیدی موفقیت تأمین مالی جمعی است. ایده‌های جذاب و متمایز، تناسب با نیازهای جامعه و ایجاد ارزش افزوده بلندمدت، موجب جلب توجه سرمایه‌گذاران می‌شوند. پروژه‌هایی که به مسائل واقعی پاسخ دهند یا تأثیرات مثبت بلندمدت داشته باشند، از شانس بیشتری برای جذب سرمایه برخوردارند. بازده مالی پروژه‌ها با شاخص‌هایی مانند نرخ بازده مورد انتظار، مدت زمان بازگشت سرمایه و سوددهی پروژه‌های مشابه، از دیگر عوامل اساسی محسوب می‌شود. نرخ بازده مناسب و بازگشت سریع تر سرمایه، اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد. در بعد تعامل تیم پروژه با سرمایه‌گذاران، پاسخگویی به سؤالات، ارائه گزارش‌های شفاف و منظم و دسترسی آسان به تیم پروژه از شاخص‌های مهم هستند. این تعاملات شفافیت را افزایش داده و موجب تقویت اعتماد سرمایه‌گذاران می‌شود. این سه بعد شامل خلاقیت، بازده مالی و تعامل تیم پروژه با سرمایه‌گذاران، از ارکان اصلی موفقیت تأمین مالی جمعی به شمار می‌آیند و به جذب سرمایه‌گذاران و افزایش مشارکت کمک می‌کنند.

بعلاوه از نقطه نظرات خبرگان وضعیت اقتصادی از طریق شاخص‌هایی مانند نرخ تورم، نرخ بیکاری و قدرت خرید مردم تأثیر مستقیمی بر تأمین مالی جمعی دارد. ثبات تورمی و کاهش بیکاری، فضای مناسب‌تری برای سرمایه‌گذاری فراهم می‌کند و قدرت خرید بالاتر، امکان مشارکت افراد در پروژه‌های بلندمدت را افزایش می‌دهد. سطح توسعه اجتماعی نیز از ابعاد کلیدی است. شاخص‌هایی مانند مشارکت اجتماعی، اعتماد به نهادها و سواد مالی افراد، زیرساخت‌های لازم برای موفقیت این روش را فراهم می‌کنند. اعتماد بیشتر به پلتفرم‌ها و آگاهی مالی بالاتر، باعث ارزیابی دقیق تر فرصت‌ها و مشارکت معنادارتر می‌شود. در بعد پشتیبانی اجتماعی، کمپین‌های حمایتی، فعالیت انجمن‌های حامی و موفقیت پروژه‌های خیریه نقش حیاتی ایفا می‌کنند. این عوامل، آگاهی عمومی را افزایش داده و اعتماد و انگیزه سرمایه‌گذاران را برای مشارکت در پروژه‌های تأمین مالی جمعی تقویت می‌کنند. این سه بعد اقتصادی، اجتماعی و پشتیبانی، از ارکان اصلی موفقیت تأمین مالی جمعی هستند که بر

طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

افزایش مشارکت، اعتماد و تأمین منابع مالی تأثیرگذارند. به صورت خلاصه ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ترویج تأمین مالی جمعی اجتماعی در جدول ۱ مشخص شده است.

جدول (۱) ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ترویج تأمین مالی جمعی

Table (1) criteria, components and progress indicators for crowdfunding

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص
اعتماد عمومی	شفافیت پروژه‌ها	میزان انتشار اطلاعات مالی پروژه
		جزئیات اهداف و نحوه استفاده از منابع مالی
		قابلیت پیگیری پیشرفت پروژه
	اعتبار پلتفرم‌ها	سابقه و تجربه کاری پلتفرم
		وجود سیستم‌های ارزیابی و نظرسنجی کاربران
		نظارت نهادهای قانونی بر پلتفرم
	رضایت سرمایه‌گذاران پیشین	تعداد سرمایه‌گذاران موفق در پروژه‌های قبلی
		سطح رضایت از بازدهی سرمایه‌گذاری
		میزان بازگشت سرمایه در پروژه‌های قبلی
آگاهی عمومی	تبلیغات و بازاریابی	میزان بودجه صرف شده برای تبلیغات پروژه
		تعداد کانال‌های مورد استفاده (دیجیتال، تلویزیون، روزنامه و غیره)
		تأثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی
	آموزش و اطلاع‌رسانی	برگزاری دوره‌های آموزشی درباره تأمین مالی جمعی
		تعداد مقالات و محتواهای تولیدشده در این حوزه
		حضور در کنفرانس‌ها و رویدادهای تخصصی
	شبکه‌سازی	تعداد شرکای استراتژیک پلتفرم‌ها
		همکاری با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی
		تعامل با نهادهای دولتی و خصوصی
زیرساخت فناوریانه	امنیت پلتفرم‌ها	استفاده از فناوری‌های رمزنگاری داده
		وجود سیستم‌های احراز هویت دومرحله‌ای
		میزان نفوذپذیری پلتفرم در برابر حملات سایبری
	رابط کاربری و تجربه کاربری (UI/UX)	سهولت استفاده از پلتفرم
		میزان رضایت کاربران از طراحی و دسترسی‌ها
		سازگاری با دستگاه‌های مختلف (موبایل، تبلت و کامپیوتر)
	قابلیت‌های فنی	امکان مدیریت پروژه‌ها به صورت آنلاین
		سیستم گزارش‌دهی خودکار و زمان‌بندی شده

فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار / دوره ۱۶ / شماره ۶۳ / تابستان ۱۴۰۴

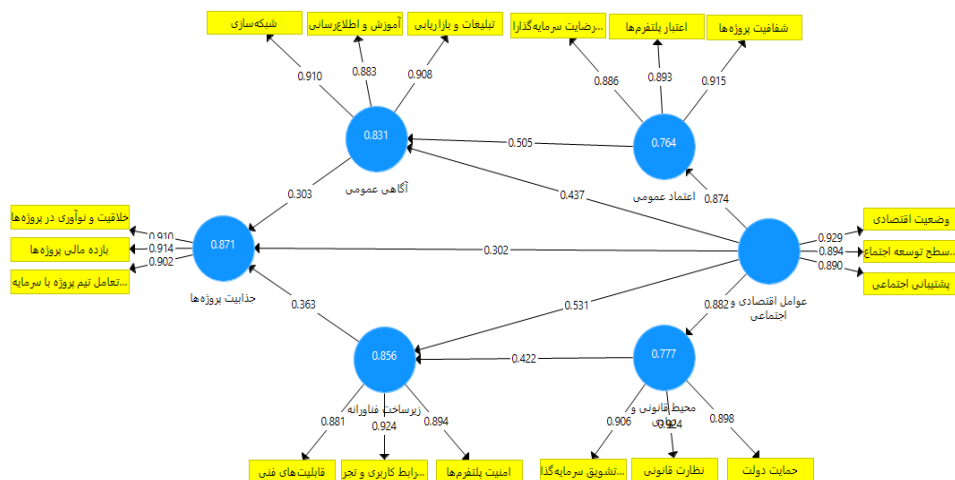
		وجود اپلیکیشن اختصاصی برای کاربران
محیط قانونی و نهادی	حمایت دولت	میزان بودجه تخصیصی به پروژه‌های تأمین مالی جمعی
		تعداد قوانین تسهیل‌کننده در این حوزه
		نرخ مالیات بر پروژه‌های تأمین مالی جمعی
	نظارت قانونی	تعداد مجوزهای صادرشده برای پلتفرم‌ها
		میزان بازرسی‌ها و نظارت‌های انجام‌شده
		تعداد موارد تخلف ثبت‌شده
	تشویق سرمایه‌گذاران	ارائه معافیت‌های مالیاتی
		وجود طرح‌های تشویقی برای سرمایه‌گذاری
		نرخ بازده تضمین‌شده در برخی پروژه‌های خاص
جذابیت پروژه‌ها	خلاقیت و نوآوری در پروژه‌ها	میزان ایده‌های نوآورانه و جذاب
		تناسب پروژه‌ها با نیازهای جامعه
		قابلیت ایجاد ارزش‌افزوده بلندمدت
	بازده مالی پروژه‌ها	نرخ بازده مورد انتظار
		مدت‌زمان بازگشت سرمایه
		میزان سوددهی پروژه‌های مشابه
	تعامل تیم پروژه با سرمایه‌گذاران	پاسخگویی تیم پروژه به سؤالات سرمایه‌گذاران
		میزان ارائه گزارش‌های شفاف و منظم
		سطح دسترسی سرمایه‌گذاران به تیم پروژه
عوامل اقتصادی و اجتماعی	وضعیت اقتصادی	نرخ تورم
		نرخ بیکاری
		قدرت خرید مردم
	سطح توسعه اجتماعی	میزان مشارکت افراد در فعالیت‌های اجتماعی
		سطح اعتماد اجتماعی به نهادها
		نرخ سواد مالی در جامعه
	پشتیبانی اجتماعی	وجود کمپین‌های حمایتی از پروژه‌ها
		تعداد انجمن‌ها و گروه‌های حامی
		تعداد پروژه‌های خیریه موفق

مدل اندازه‌گیری

منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این قسمت به ارزیابی برازش مدل مفروض پژوهش پرداخته می‌شود تا از سازگاری آن با

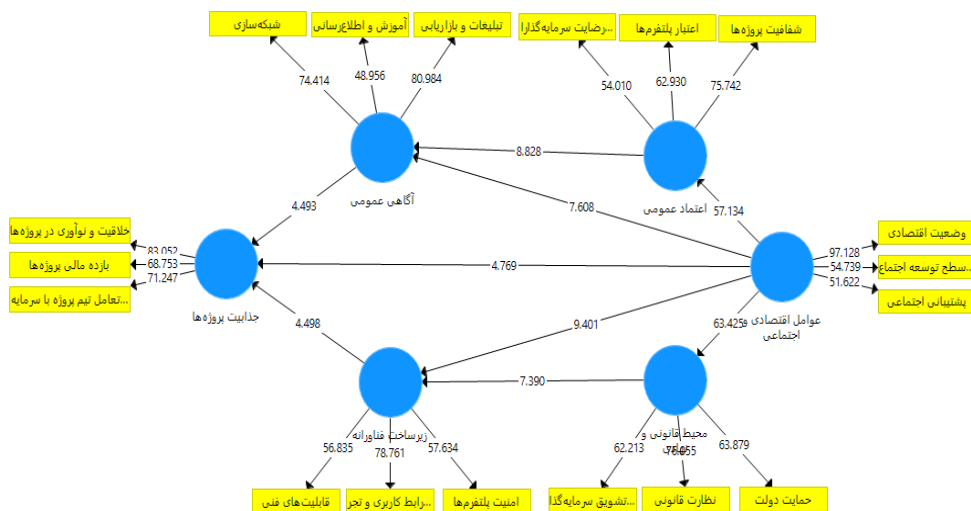
طراحی مدل ترویج تامین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

داده‌های پژوهش اطمینان حاصل گردد و در نهایت پاسخ سؤالات پژوهش استنتاج گردد. بررسی برازش مدل مفهومی مدل در دو مرحله صورت پذیرفته است. نخست ارزیابی برازش بخش اندازه‌گیری مدل و دوم ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل که در ادامه به تفصیل در مورد آن‌ها بحث شده است.



شکل (۱) مدل کلی ضرایب استاندارد

Figure (1) General model of standardized coefficients



شکل (۲) مدل کلی به کاررفته (مقادیر T-Value)

Figure (2) The general model used (T-Value values)

جدول (۲) نتایج سه معیار آلفای کرونباخ، پایایی و روایی همگرا

Table (2) results of three measures of Cronbach's alpha, reliability and convergent validity

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>۰/۷)	ضریب پایایی ترکیبی (Alpha>۰/۷)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>۰/۵)
آگاهی عمومی	۰/۸۸۳	۰/۹۲۸	۰/۸۱
اعتماد عمومی	۰/۸۸	۰/۹۲۶	۰/۸۰۶
جذابیت پروژه‌ها	۰/۸۹۴	۰/۹۳۴	۰/۸۲۵
زیرساخت فناوریانه	۰/۸۸۲	۰/۹۲۷	۰/۸۱
عوامل اقتصادی و اجتماعی	۰/۸۸۸	۰/۹۳۱	۰/۸۱۸
محیط قانونی و نهادی	۰/۸۹۵	۰/۹۳۵	۰/۸۲۷

با توجه به اینکه اعداد آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE همگی در بازه مربوطه قرار گرفته‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای روابط بیرونی مدل کلی را تأیید کرد.

جدول (۳) معیارهای نیکویی برازش مدل کلی

Table (3) goodness of fit criteria of the overall model

متغیرها	محدوده قابل قبول	مقدار مشاهده شده	نتیجه
SRMR	کمتر از ۰/۰۸ (هانتز و بنتر، ۱۹۹۹)	۰/۰۳۸	برازش مناسب
GOF	بیشتر از ۰/۲۵ (وتزلز و همکاران)	۰/۷۸۲	برازش مناسب

جدول فوق شاخص‌های برازش مدل کلی تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر به دست آمده، داده‌های جمع‌آوری شده برای اندازه‌گیری متغیرهای پنهان از کفایت و برازش لازم برخوردارند و در نتیجه، نتایج حاصل از برآورد مدل کلی قابل اتکا و مورد اعتماد می‌باشد.

جدول (۴) مقادیر Q^2 ، R^2

Table (4) values of Q^2 ، R^2

متغیرها	R^2	R^2_{adj}	Q^2
آگاهی عمومی	۰/۸۳۱	۰/۸۲۹	۰/۶۴۲
اعتماد عمومی	۰/۷۶۴	۰/۷۶۲	۰/۶۲۲
جذابیت پروژه‌ها	۰/۸۷۱	۰/۸۶۸	۰/۶۳۵
زیرساخت فناوریانه	۰/۸۵۶	۰/۸۵۴	۰/۶۴۴
محیط قانونی و نهادی	۰/۷۷۷	۰/۷۷۶	۰/۶۲۳

طراحی مدل ترویج تأمین مالی جمعی در ایران / یوسفی، ابراهیمی سروعلیاء، پورفخاران و غلامی جمکرانی

در جدول فوق مقدار آماره Q^2 (استون-گیسر^{۱۵}) که معرف تناسب پیش‌بین مدل است برای کلیه متغیرها مقدار آماره Q^2 مثبت می‌باشد که مثبت بودن این مقادیر نشان‌دهنده تناسب پیش‌بین برای این سازه‌ها می‌باشد. همچنین مقدار R^2_{adj} برای کلیه متغیرها بیشتر از ۰/۵ می‌باشد که نشان‌دهنده کیفیت بالای مدل در دقت پیش‌بینی می‌باشد. به‌طور کلی این نتایج نشان می‌دهد که مدل ترویج تأمین مالی جمعی از شاخص‌های مناسبی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

در مدل برآورد شده تحقیق، ابعاد کلیدی شامل آگاهی عمومی، اعتماد عمومی، جذابیت پروژه‌ها، عوامل اقتصادی- اجتماعی، زیرساخت فناوریانه و محیط قانونی و نهادی هستند که روابط معناداری با یکدیگر دارند. مقادیر آماره تی بالاتر از ۱.۹۶ نشان‌دهنده معنادار بودن این روابط است. تأثیر عوامل اقتصادی- اجتماعی بر سایر ابعاد مدل قابل‌توجه است. این تأثیر را می‌توان به این واقعیت نسبت داد که در جوامعی با وضعیت اقتصادی پایدار، نرخ بیکاری پایین و قدرت خرید بالا، اعتماد عمومی نسبت به فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد. علاوه بر این، سطح بالای توسعه اجتماعی از جمله میزان مشارکت اجتماعی و سواد مالی افراد، باعث می‌شود تا اعتماد عمومی به نهادها و پروژه‌ها تقویت شود و سرمایه‌گذاران با اطمینان بیشتری در تأمین مالی جمعی شرکت کنند. از سویی دیگر افزایش سواد مالی و اجتماعی می‌تواند افراد و نهادها را به استفاده از فناوری‌های نوین و توسعه پلتفرم‌های جدید ترغیب نماید. ثبات اقتصادی و توسعه اجتماعی نیز معمولاً باعث می‌شود نهاد‌های قانونی تمایل بیشتری به ارائه تسهیلات قانونی، تدوین مقررات شفاف و حمایت از فعالیت‌های مرتبط با تأمین مالی جمعی داشته باشند. این حمایت‌های نهادی می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران و مشارکت آن‌ها را افزایش دهد و زمینه‌ساز رشد پایدار این حوزه شود. افزایش سطح آگاهی عمومی می‌تواند باعث شود افراد بیشتر با پروژه‌های جدید و فرصت‌های سرمایه‌گذاری آشنا شوند و در نتیجه جذابیت این پروژه‌ها افزایش یابد. تأثیر محیط قانونی و نهادی نیز بر زیرساخت فناوریانه معنادار بوده است. این رابطه نشان می‌دهد که در محیط‌هایی با قوانین و مقررات شفاف و حمایتی، توسعه زیرساخت‌های فناوریانه با سرعت بیشتری صورت می‌گیرد. دلیل این تأثیر به نقش تسهیل‌گر قوانین و حمایت‌های نهادی در ایجاد شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاری در فناوری و نوآوری بازمی‌گردد. در نهایت، زیرساخت فناوریانه از جمله پلتفرم‌های پیشرفته و سیستم‌های کاربرپسند، از طریق ایجاد سهولت در دسترسی به اطلاعات، شفافیت بیشتر و کارایی بالاتر در فرآیند سرمایه‌گذاری مرتبط می‌توانند جذابیت پروژه‌ها را برای سرمایه‌گذاران افزایش دهند. لذا ایجاد برنامه‌های آموزشی گسترده

فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار / دوره ۱۶ / شماره ۶۳ / تابستان ۱۴۰۴

برای افزایش سواد مالی و آگاهی عمومی درباره تأمین مالی جمعی پیشنهاد می‌شود. برگزاری دوره‌های آموزشی و تولید محتواهای کاربردی در رسانه‌ها می‌تواند آگاهی عمومی را افزایش دهد و افراد را به مشارکت در پروژه‌های تأمین مالی جمعی ترغیب کند. این اقدام به ارتقای اعتماد و افزایش مشارکت منجر خواهد شد.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

منابع

- (۱) امیربیک مرضیه، برادران محمد مهدی، حسینی واعظ سیدجلال الدین. (۱۴۰۰). بررسی و تدوین مدل توسعه تأمین مالی جمعی در سازمان های دینی (نمونه موردی حرم مطهر رضوی).
- (۲) امیری، صبا. (۱۴۰۰). تحلیل عوامل پیش برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۸(۱)، ۳۱-۵۰.
- (۳) تاجیک، یزدانی. (۱۴۰۲). ارائه چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم سازی جمهوری اسلامی ایران. مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۱۱(۲)، ۷۵-۹۴.
- (۴) جعفری، پورزنجانی. (۱۴۰۱). عوامل مؤثر بر تمایل افراد برای مشارکت و سرمایه گذاری در پروژه های تأمین مالی جمعی اجتماعی. مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۱۰(۳)، ۹۵-۱۱۸.
- (۵) رجعتی، شیرمردی احمدآباد، اسلام جو. (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر بازاریابی تأمین مالی جمعی در بازار سرمایه ایران. پژوهش های راهبردی بودجه و مالیه، ۴(۳)، ۱۳۳-۱۶۷.
- (۶) شهابی شجاعی، غزل، رهنمای رودپشتی، شاهوردیانی، شادی، نیکو مرام، هاشم. (۱۴۰۱). ارائه مدل تأمین بدهی برای مؤسسات مالی و بانک ها در قالب تأمین مالی جمعی با رویکرد نظریه داده بنیاد. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۵(۵۴)، ۲۳-۳۶.
- (۷) شیخ زاده، محمد اکبر، تقوی فرد، رئیسی وانانی، ایمان، بامداد صوفی، جهانپار. (۱۴۰۳). ارائه الگویی برای تبیین عوامل مؤثر بر تمایل اهدای آنلاین در راستای تأمین مالی جمعی سازمان های مردم نهاد. پژوهش های مدیریت عمومی، ۱۷(۶۳)، ۱۱۵-۱۴۶.
- (۸) شیخ زاده، محمد اکبر، تقوی فرد، رئیسی، وانانی، ایمان، جهانپار. (۱۴۰۳). مدلی برای قصد اهدای آنلاین جهت تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه در ایران. مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۱۲(۴۸)، ۱-۳۱.
- (۹) علیانی، نعمتی، نعمت الله، باقرپور. (۱۴۰۲). ارائه مدل استفاده بهینه از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان ورزشی ایران مبتنی بر نظریه داده بنیاد. فصلنامه علمی کارافن، ۲۰(۲)، ۵۰۳-۵۲۴.
- (۱۰) کمالو، داوری، ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، عزیزی. (۱۴۰۱). تبیین مدل تأمین مالی جمعی در پروژه های کارآفرینی صنعت ساختمان. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۴(۵۱)، ۵۱-۶۲.
- (۱۱) کمانکش، محمدی، اسلامجو. (۱۴۰۳). ارزیابی الگوهای تأمین مالی جمعی بر اساس موازین تأمین مالی اسلامی و اقتصاد مقاومتی. کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و علوم اسلامی، ۷، ۳۰۵-۳۲۴.

- 12) Cicchiello, A. F., Gallo, S., & Monferrà, S. (2022). Mapping crowdfunding in cultural and creative industries: A conceptual and empirical overview. *European Management Review*, 19(1), 22-37.
- 13) Cicchiello, A. F., Gallo, S., & Monferrà, S. (2023). Financing the cultural and creative industries through crowdfunding: the role of national cultural dimensions and policies. *Journal of Cultural Economics*, 47(1), 133-175.
- 14) D'Amato, F., & Cassella, M. (2021). Cultural production and platform mediation: A case in music crowdfunding. *New media & society*, 23(9), 2575-2592.
- 15) Demattos Guimaraes, A. (2024). The Equilibrist Hope: Perspectives & prospectives on cultural-creative crowdfunding, 29(2), 477-505.
- 16) Guimarães, A. D., Maehle, N., & Bonet, L. (2024). The relational forms of cultural-creative crowdfunding: A typology of practices through mapping platforms in Europe and Latin America. *Poetics*, 105, 101-913.
- 17) Handke, C., & Dalla Chiesa, C. (2022). The art of crowdfunding arts and innovation: The cultural economic perspective. *Journal of Cultural Economics*, 46(2), 249-284.
- 18) Hashinaga, M., Schenk, P., Ishibashi, A., & Rössel, J. (2023). Socially responsible crowdfunding across the globe: A comparative analysis of Swiss, Japanese, and Chinese university students. *Technology in Society*, 73, 102-247.
- 19) Lazzaro, E., & Noonan, D. (2021). A comparative analysis of US and EU regulatory frameworks of crowdfunding for the cultural and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 27(5), 590-606.
- 20) Rykkja, A., Maehle, N., Munim, Z. H., & Shneor, R. (2020). Crowdfunding in the cultural industries. *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, 423-440.
- 21) Shneor, R., Munim, Z. H., Zhu, H., & Alon, I. (2021). Individualism, collectivism and reward crowdfunding contribution intention and behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*, 47, 45-101.
- 22) Wang, Y., Li, Y., Wu, J., Fu, L., & Liang, R. (2023). How the interplay of gender and culture shapes crowdfunding performance: a multilevel study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(2), 477-505.

- 1 Crowdfunding
- 2 Lazzaro
- 3 Rykkja
- 4 SMEs
- 5 Cicchiello
- 6 Handke
- 7 Handke
- 8 Social Capital Theory
- 9 Shneor
- 10 Game Theory
- 11 Cicchiello
- 12 Hashinaga
- 13 Guimarães
- 14 D'Amato
- 15 Stone-Geisser

Designing a Crowdfunding Promotion Model in Iran

SayyedHossein Yousefi¹

Mohammadhasan Ebrahimi Sarve Olia²

Receipt: 28/01/2025 Acceptance: 17/04/2025 MohammadReza pourfakharan³

Reza GholamiJamkarani⁴

Abstract:

The purpose of the present study is to design a model for promoting crowdfunding in Iran. This study is an applied research from the perspective of the results of implementation, and from the perspective of the purpose of implementation, it is an exploratory research using the grounded theory method. Also, this research is a hybrid in terms of the research implementation process (data type). During an interview, the subject community, which included all experts, managers, and consultants of crowdfunding platforms, university professors, and researchers in the field of entrepreneurship and technology, was raised. This research reached theoretical saturation with 12 experts. In this research, the grounded theory data theory was used by MAXQDA software for analysis and review, and then the structural equation method and SMARTPLS software were used to present a crowdfunding promotion model. The results showed that the effective dimensions on crowdfunding promotion include public trust, public awareness, technological infrastructure, legal and institutional environment, the attractiveness of projects, and economic and social factors. According to the results, socio-economic factors as a key dimension have the greatest impact on public trust, public awareness, project attractiveness, technological infrastructure, and legal and institutional environment, because all relationships related to this dimension have a significant and very high statistical significance. These factors play a vital role in improving technological infrastructure and strengthening the legal environment by creating economic stability, increasing social participation, and promoting financial literacy, which in turn leads to increasing the attractiveness of projects for the public and greater participation in crowdfunding in the country.

Keywords:

Crowdfunding, Funding promotion, structural equations

1-Department of Accounting and Finance, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. hosein.yousefi.rz@gmail.com

2-Department of Finance and Banking, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaee University (RA), Tehran, Iran. (Corresponding Author) mh.ebrahimi@atu.ac.ir

3-Department of Accounting and Finance, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. Mohammadreza31151@gmail.com

4-Department of Accounting and Finance, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. Reza.gholami@iau.ac.ir