

Identifying the Factors Influencing the Success of Crowdfunding Behavior: A Case Study Of Investment House

Elham Aznab^{1*}, Asef Karimi², Mina Mehrnosh²

*1. MSc. Student, Faculty of Management & Accounting, College of Farabi, University of
Tehran, Qom, Iran*

*2. Assistant Professor, Faculty of Management & Accounting, College of Farabi, University
of Tehran, Qom, Iran*

(Received: May 16, 2020; Accepted: May 30, 2020)

Abstract

Crowdfunding is a public call on the Internet to a large population that is accompanied by material and spiritual rewards. The goal of raising micro-capital in the community is to finance a variety of projects. In line with the previous related studies, this study first addressed the factors that affect crowdfunding. Then, in order to identify new factors and endorse results that had been identified in the past, a semi-structured interview with 15 fundraising experts and practitioners working in the Investment House was done (who were selected using purposive sampling). To achieve this goal, qualitative content analysis has been used. According to the results of the analysis of the previous studies and the conducted interview, the factors that influence the successfulness of crowdfunding behavior were identified, including demographic factors, environmental factors, and factors affecting the project. In content analysis, new concepts were extracted from these factors based on interviews that ultimately led to the development of a model that shows factors influencing crowdfunding behavior.

Keyword

Financing, Crowdfunding, Crowdfunding platform.

* Corresponding Author, Email: elhamaznab1400@gmail.com

شناسایی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی (مورد مطالعه: خانه سرمایه گذاری)

الهام ازنب*^۱، آصف کریمی^۲، مینا مهرنوش^۲

۱. کارشناس ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۲۷ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۰)

چکیده

تأمین مالی جمعی یک فراخوان عمومی در بستر اینترنت با جمعیتی گسترده است که با دریافت پاداش‌های مادی و معنوی همراه است. هدف از تأمین مالی جمعی، گردآوری سرمایه‌های خرد در جامعه برای تأمین مالی برای انواع مختلفی از پروژه‌ها صورت می‌گیرد. هم سو با مطالعات پیشین، در این پژوهش به عواملی که بر تأمین مالی جمعی تأثیر می‌گذارد پرداخته شد. سپس، برای شناسایی عوامل جدید و صحنه‌گذاری بر نتایج به‌دست‌آمده در گذشته، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پانزده نفر از کارشناسان و خبرگان تأمین مالی جمعی، که در خانه سرمایه‌گذاری فعالیت داشته‌اند، صورت گرفت. روش نمونه‌گیری از نوع هدفمند قضاوتی بود. برای تحقق این هدف از تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. طبق متون گذشته و مصاحبه‌های صورت‌گرفته عواملی که در موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذارند شناسایی شده‌اند که عبارت‌اند از: عوامل جمعیتی، عوامل محیطی، عوامل تأثیرگذار بر پروژه. در تحلیل محتوایی، مفهوم‌های جدیدی از این عوامل با استناد بر مصاحبه استخراج شد که در نهایت به ایجاد مدلی انجامید که بر موفقیت تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. منجر به ایجاد مدلی که تأثیرگذار بر موفقیت تأمین مالی جمعی می‌باشد، را نشان می‌دهد.

کلیدواژگان

پلتفرم تأمین مالی جمعی، تأمین مالی، تأمین مالی جمعی.

مقدمه

بسیاری از کسب‌وکارهای کارآفرینانه در مراحل نوپای حیات خود با چالش‌های متعدد در زمینه تأمین منابع مالی لازم از بانک‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر و فرشتگان کسب‌وکار روبه‌رو می‌شوند. دسترسی محدود به سرمایه لازم برای شروع یک کسب‌وکار تازه کارآفرینان را ناگزیر کرده است تا به دنبال یافتن راه‌های جایگزین منابع مالی باشند (Liang et al. 2019). کسب‌وکارهای نوپا گزینه‌های تأمین مالی محدودی دارند و روش‌های تأمین مالی سنتی، از قبیل منابع شخصی کارآفرین، محدود است. همچنین وام‌های بانکی اغلب به علت نداشتن وثیقه رد می‌شوند و تأمین مالی از طریق سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر فقط به تعداد محدودی از کسب‌وکارها که به پتانسیل تجاری‌سازی رسیده باشند تعلق می‌گیرد. بنابراین کارآفرینان باید بتوانند از روش جایگزینی به نام تأمین مالی جمعی در فضای اینترنت برای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و نوپای خود استفاده کنند (Ellman & Hurkens 2019).

در خصوص نگرش کسب‌وکارهای کارآفرینانه، تمایل یک فرد یا یک سازمان برای استفاده از فرصت‌های جدید و حس مسئولیت برای تغییر، می‌تواند جزء گرایش کارآفرینانه محسوب شود (مقیمی ۱۳۸۳). تأمین مالی جمعی یکی از روش‌های نوظهور و کارآفرینانه برای گسترش فعالیت‌های اجتماعی جدید در همه حوزه‌هاست (Bender et al. 2019). استفاده از تأمین مالی جمعی یکی از راه‌های مهم و در دسترس برای تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا به شمار می‌رود تا از این طریق بتوانند سرمایه‌های خود را با سرعت بیشتری افزایش دهند (Yang & Zhang 2016). 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 کسب‌وکار منصرف کند. با این تفاسیر، درک درست از تأمین مالی جمعی و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر آن برای سرمایه‌گذاران و کسب‌وکارهایی که نیازمند تأمین مالی‌اند به چالش و مشکلی بزرگ تبدیل شده است (Bannerman 2013). موضوعی که تقریباً همه فعالان در کسب‌وکارهای نوپا با آن مواجه‌اند این است که بسیاری

از روش‌های سنتی همچنان در داخل کشور وجود دارد که با آن‌ها نمی‌توان به تأمین مالی ادامه داد و موفق شد. همچنین، در حال حاضر صنعت ایران به دلایل مختلف با بحران رکود و بی‌کاری مواجه است و کسب‌وکارهای نوپا برای تأمین مالی از این مشکل مستثنا نیستند. موضوع دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد دشواری جذب سرمایه‌گذار برای کسب‌وکارهای نوپا با روش‌های سنتی است. به‌کارگیری تأمین مالی جمعی با روش‌های درست یکی از راه‌های مهم برای شرکت‌ها و کسب‌وکارهای نوپا به حساب می‌آید که می‌تواند در تأمین مالی به آن‌ها نیز کمک کند.

با توجه به اینکه در ایران نزدیک به ۱۷ نوع پلتفرم از سال ۱۳۹۲ در حال فعالیت‌اند، که هر روز بر تعداد پروژه‌ها و سرمایه‌گذاران در این پلتفرم‌ها افزوده می‌شود. و اگر سرمایه‌گذاران عواملی که باعث ایجاد تأمین مالی جمعی موفق می‌شود را شناسایی کنند می‌توانند سرمایه‌گذاری مناسبی در صنعت داشته باشند. و از طرفی عدم شناسایی عوامل موفق و تأثیرگذار در تأمین مالی جمعی باعث خواهد شد که سرمایه‌گذاران و همچنین سرمایه‌پذیران، شکست در پروژه تأمین مالی جمعی را تجربه کنند.

با توجه به اهمیت بالای تأمین مالی جمعی برای کسب‌وکارهای کارآفرینانه در جهان و انتظار رشد این نوع از کسب‌وکارها در ایران، انجام دادن پژوهش در این زمینه به بهتر شدن عملیات تأمین مالی جمعی کمک شایانی می‌کند. همچنین، پژوهش حاضر نیز درصدد یافتن مدلی است که چه عواملی باعث تأثیرگذاری بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی می‌شود

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به دست آوردن تأمین مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار و توسعه آن همواره مسئله‌ای جدی برای صاحبان بنگاه‌های تولیدی بوده است (کریمی و بوذرجمهری ۱۳۹۳). تأمین مالی به طور معمول با هدف پشتیبانی از کسب‌وکارهای تجاری و همچنین به جای استفاده از وثیقه‌های پرریسک و به منظور کمک به کارآفرین برای راه‌اندازی کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرد (Allen et al. 2019). به عبارت دیگر، تهیه منابع مالی در جهت تداوم فعالیت یک کارآفرین از درون یا بیرون سازمان و به طرق مختلف را تأمین مالی می‌گویند. تأمین

مالی کسب‌وکارها برای ارتقای صنعت در پروژه‌هایی که هدف آن‌ها برطرف کردن مشکلات اقتصادی کشور است ارزش زیادی دارد (Mazzucato & Semieniuk 2018).

البته اشکالاتی بر تأمین مالی وارد شده است. مثلاً اگر تأمین مالی برای کسب‌وکارها از دوستان و خانواده صورت گیرد، ممکن است منابع محدود باشد. اگر تأمین مالی از بانک‌ها باشد، امکان رد کردن پروژه بعد از بحران‌های مالی بانک‌ها دور از ذهن نیست. اگر هدف در تأمین مالی از طریق فرشتگان کسب‌وکار باشد، امکان محدود شدن حیطه مدیریتی در کسب‌وکار وجود دارد. تأمین مالی جمعی بهترین فرصت برای کارآفرینان است (Lissowska 2018). موضوع انتخاب منابع مالی و توجیه انتخاب بهترین ساختار سرمایه در شرایط مختلف تجاری زمینه را برای بررسی نگرش مدیریت در انتخاب و توزیع مناسب منابع مالی در مباحث مالی گشوده است (داغانی و همکاران ۱۳۹۴).

در طول دو دهه گذشته، فناوری اطلاعات^۱ به طور چشمگیری بر سازمان‌های تجاری تأثیر گذاشته است. این نوع فناوری به کسب‌وکارهای الکترونیکی، از جمله تأمین مالی جمعی^۲، کمک شایانی کرده است (Ryu & Kim 2016). تأمین مالی جمعی نوعی از تأمین مالی است که به صورت فراخوان در بستر اینترنت صورت می‌گیرد و بر این واقعیت تأکید دارد که مردم با تعامل در شبکه اجتماعی مقدار زیادی پول را جهت تأمین مالی پروژه به وجود می‌آورند (Vismara 2019).

زمانی که از اکوسیستم تأمین مالی جمعی صحبت می‌شود نقش سه بازیگر در آن مطرح است که فعالیت آن‌ها باعث ایجاد جریان پول می‌شود، کانون اصلی بازیگرانی که از آنها در تأمین مالی جمعی یاد می‌شود صاحبان پروژه و سرمایه‌گذارانی هستند که در بستر مشترکی به نام پلتفرم تأمین مالی جمعی گرد هم می‌آیند (Lehner & Harrer, 2018).

تأمین مالی جمعی جایگزین مناسبی برای تأمین مالی شده که سال‌ها به صورت سنتی برای کسب‌وکارها صورت می‌گرفت (Vismara 2019). تأمین مالی جمعی در پلتفرم‌هایی صورت می‌گیرد که سرمایه‌گذاران یا کارآفرینان متقاضی منابع مالی (صاحبان پروژه) را به

1. information Technology
2. crowd funding

هم مرتبط می‌سازد و به صاحبان ایده اجازه می‌دهد ایده‌شان را برای جمع گسترده‌ای ارائه و از آن‌ها درخواست منابع مالی کنند (Cumming & Zhang 2018). بر اساس پیش‌بینی‌ها، در سال ۲۰۲۰ حجم بازار تأمین مالی جمعی به بیش از ۹۶ میلیارد دلار خواهد رسید (کازمی و همکاران ۱۳۹۸). با این آمار میزان کسب‌وکارهایی که خواهان استفاده از تأمین مالی جمعی هستند افزایش خواهد یافت (Hurt 2015). یک تأمین مالی جمعی موفق طرحی ابتکاری است که به همه پول مد نظر یا بیشتر از آن مقدار که برایش تلاش شده می‌رسد. خیلی از طرح‌های تأمین مالی جمعی با شکست مواجه می‌شوند و فقط شمار اندکی از این پروژه‌ها به مقدار هدف خود می‌رسند (Mollick 2014). از سوی دیگر، بدون تأمین مالی کافی، کسب‌وکارهای کوچک هرگز به موفقیت نخواهند رسید. استفاده از تأمین مالی جمعی در بستر اینترنت به منزله یک کانال جدید در دنیا این امکان را فراهم می‌کند که تعداد بیشتری از سرمایه‌گذاران و کارآفرینان برای پروژه‌ها در سراسر جهان به صورت حرفه‌ای و پایدار با یک‌دیگر ارتباط برقرار کنند (Bannerman 2013).

سؤالی که مطرح می‌شود این است که به‌راستی چه چیز به موفقیت یک طرح تأمین مالی جمعی منجر می‌شود. چندین شاخص تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی سرمایه‌گذار مشخص شده است که اهمیت دارند.

عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی

پاداش: ۸۲ درصد از جذب سرمایه برای پروژه‌ها از طریق پاداش صورت می‌گیرد. بنابراین انتظار می‌رود پاداش عاملی مهم برای سرمایه‌گذاری در تأمین مالی جمعی به حساب آید (Schwienbacher & Larralde 2010). این عامل اشاره می‌کند که کارآفرین باید برای تأمین‌کنندگان مالی یک نمونه رایگان از محصول یا امکان پیش‌فروش محصول یا ارائه تخفیف یا یک نمونه ارائه خدمات را به صورت رایگان در قبال سرمایه‌گذاری در نظر بگیرد (Ellman & Hurkens 2019).

مقدار پول: یکی از انگیزه‌های مهم برای شرکت در تأمین مالی جمعی مقدار پولی است که می‌تواند به مشارکت سرمایه‌گذار منجر شود (Kusumarani & Zo 2019). اسکویینکر و الرالد

(۲۰۱۰) اعلام کردند کسب و کارهای کوچک زمانی از تأمین مالی جمعی استفاده می‌کنند که به مبلغ کمی از سرمایه نیاز دارند. یکی از انگیزه‌های سرمایه‌گذاران در تأمین مالی جمعی دریافت درصدی سود از پروژه‌هاست (Eisenmann et al. 2006).

زمان: فروند^۱ (۲۰۱۰) اعلام کرد تفاوت اصلی در شبکه‌های تأمین مالی جمعی و پروژه‌های مالی سنتی این است که شبکه‌های تأمین مالی جمعی می‌توانند جمع‌آوری پول و اجرای پروژه را هم‌زمان انجام دهند. اما پروژه‌های مالی سنتی نمی‌توانند مدت زمان لازم را برای جمع‌آوری پول و کسب بازده سود به اطلاع سرمایه‌گذار برسانند.

جغرافیا: رفتار سرمایه‌گذاری را هویت جغرافیایی سرمایه‌گذاران تعیین می‌کند (Liang & Yuan 2016). این یعنی سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند دور از شهر خود سرمایه‌گذاری نکنند. آن‌ها تمایل دارند چگونگی رشد سرمایه‌گذاری‌های خود را در کسب و کار مربوطه توسط کارآفرینان ببینند (Belleflamme 2014).

کیفیت پروژه: کیفیت پروژه دقت و صحت اطلاعاتی از پروژه پیشنهادی را نشان می‌دهد که در اختیار سرمایه‌گذار قرار می‌گیرد و میزان قابل اعتماد بودن پروژه را برای وی مشخص می‌کند (Liang et al. 2019).

مدل تأمین مالی جمعی: محققان چهار مدل را برای جمع‌آوری پول معرفی می‌کنند: مبتنی بر هدایا، پاداش، سهام، وام. سرمایه‌گذاران با سرمایه‌گذاری روی پروژه‌ها به سودآوری مناسب و متفاوت دست پیدا می‌کنند. انتخاب نوع پروژه تأثیر بسزایی بر میزان موفقیت یک پروژه و تأمین مالی می‌گذارد (Kraus 2017).

ارزش‌های مشترک: اسکوینبکر و الرالد (۲۰۱۰) و هینگ^۲ و همکارانش (۲۰۱۹) بر آن اند که تأمین‌کنندگان مالی اغلب منافع و احساساتی مشابه کارآفرینان در پروژه‌های تأمین مالی جمعی دارند.

سن و جنسیت: ریو و کیم (۲۰۱۶) اعلام کردند عوامل جمعیت‌شناختی، مانند سن و

1. Freund
2. Hinag

جنسیت، تأثیر مثبتی بر سرمایه‌گذار در رفتار تأمین مالی جمعی می‌گذارد. همچنین محمدی^۱ و شفعی (۲۰۱۸) جنسیت را با مدل تأمین مالی جمعی در ارتباط دانسته و اعلام کرده‌اند انتخاب نوع تأمین مالی با جنسیت افراد در ارتباط است و بر انگیزه آن‌ها تأثیر می‌گذارد. با توجه به مطالعات انجام‌شده در زمینه عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی، به صورت خلاصه، در جدول ۱ به برخی از آن‌ها اشاره شده است.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌ها در زمینه شناسایی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت تأمین مالی جمعی

عنوان مقاله	عوامل تأثیرگذار
اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر تأمین مالی جمعی با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی (مایلی ۱۳۹۳)	ریسک، بازده مورد انتظار سیاست‌های مالی، سیاست‌های پولی بانک مرکزی، سیاست‌های نظارتی سازمان بورس، وجود محدودیت‌های شرعی و قانونی
تعیین فاکتورهای مؤثر بر سرمایه‌گذاری در طرح‌های تأمین مالی جمعی (قربانی کوتنایی، ۱۳۹۴)	مدت زمان بازگشت، ارزش مشترک بین کارآفرین و افراد، مبلغ اولیه برای سرمایه‌گذاری، میزان موفق آمیز بودن پروژه، میزان و نوع پاداش، اعتماد به کارآفرین، کیفیت طرح پروژه
عوامل مؤثر بر موفقیت و پویایی تأمین مالی جمعی (Crosetto & Regner 2014)	عوامل مؤثر در موفق بودن پروژه‌های تأمین مالی جمعی و مداوم بودن آن تا اتمام پروژه عبارت‌اند از: دوره تأمین مالی و تبلیغات مؤثر برای پروژه از قبیل تعداد کلمات، تعداد ویدئوها، تعداد تصاویر تبلیغات در اینترنت
عوامل موفقیت در پروژه‌های فناورانه تأمین مالی جمعی (Cordova et al. 2015)	عوامل موفقیت تأمین مالی جمعی که سرمایه‌گذاران با مشاهده سطح حمایت دیگر سرمایه‌گذاران در پلتفرم سرمایه‌گذاری ترغیب به سرمایه‌گذاری می‌شوند و این موضوع باعث افزایش شانس موفقیت سرمایه‌گذاری می‌شود.
بهبود روش تأمین مالی در مدل‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر پلتفرم‌ها (Lee et al. 2016)	کسب سود مالی و بازدهی پروژه جز موارد انگیزشی در انتخاب پروژه به حساب می‌آید که در تأمین مالی جمعی تأثیر گذار است
رفتار اهدا در خیریه‌های آنلاین کوچک (Liu et al. 2017)	ویژگی‌هایی مانند شهرت آغازگر، محبوبیت پروژه، و کیفیت محتوای پروژه بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.

روش شناسی

این پژوهش از لحاظ روش کیفی و از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است. ابتدا عواملی که بر موفقیت یک طرح تأمین مالی جمعی، از نظر یک سرمایه‌گذار، مؤثر است با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و مرور پیشینه نظری و پیشینه تجربی شناسایی شدند. سپس، این عوامل با استفاده از نظر خبرگان و با هدف بومی‌سازی بازبینی شدند.

جهت شناسایی عوامل بیشتر مصاحبه نیمه ساختاریافته‌ای طراحی و انجام شد. جامعه آماری در این پژوهش، با توجه به قلمرو موضوعی، خبرگان تأمین مالی جمعی خانه سرمایه‌گذاری بودند و به دلیل تعداد کم افراد خبره از روش نمونه‌گیری هدفمند- قضاوتی استفاده شد. تعداد مصاحبه‌های انجام‌شده تا رسیدن به اشباع نظری با ۱۵ نفر محقق شد و برای اطمینان از کیفیت داده‌ها مصاحبه‌ها تا نفر ۲۰ ادامه پیدا کرد. همچنین جهت تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده از روش تحلیل محتوا استفاده شد.

در تحقیق کیفی، اعتبار یا روایی همان معنای ضمنی اعتبار در تحقیق کمی را ندارد و مقایسه روایی معنادار نیست (فقیهی و علی‌زاده ۱۳۸۴). روایی داده‌های کیفی از طریق تعریف دقیق جامعه آماری، انتخاب درست نمونه پژوهش، و طراحی پرسش‌های مصاحبه برگرفته از پژوهش‌های پیشین محقق شد. همچنین، با نظرسنجی از ۴ نفر از استادان دانشگاه روایی مصاحبه تأیید شد. شاخص ثبات سازگاری، درک، یا تفسیر یک فرد درباره یک متن خاص را طی زمان اندازه می‌گیرد؛ درحالی‌که پایایی بین دو کدگذار میزان سازگاری درک یا معنای مشترک متن را اندازه می‌گیرد. پایایی بین دو کدگذار (تکرارپذیری) به درجه‌ای اشاره می‌کند که دو یا چند کدگذار نتایج یک‌دیگر را تکرار می‌کنند (فقیهی و علی‌زاده ۱۳۸۴). همچنین، به منظور تقویت پایایی پژوهش و به حداقل رساندن دیدگاه‌های پژوهشگر در تحلیل داده‌ها، افزون بر یادداشت‌برداری دقیق و ضبط و ثبت دقیق گفته‌ها، روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار انتخاب شد. یک نفر دکتری مدیریت کسب‌وکار و یک نفر دکتری مدیریت بازرگانی با گرایش بازاریابی تقاضا شد تا در مقام کدگذار همکاری کنند. سپس، محققان همراه کدگذاران همکار ۵ مصاحبه را کدگذاری کردند و درصد توافق درون‌موضوعی طبق رابطه ۱ محاسبه شد.

$$(۱) \quad ۱۰۰\% * \frac{\text{تعداد توافقات} * ۲}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد توافقات درون موضوعی}$$

پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌شده در این تحقیق با استفاده از رابطه ۱ برابر با ۷۹ درصد است. با توجه به اینکه این میزان از پایایی بیشتر از ۷۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد.

یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت‌شناختی

بررسی داده‌های پژوهش به صورت تحلیلی ارائه می‌شود و خلاصه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی به دست آمده حاکی از آن است که خبرگان صنعت تأمین مالی جمعی در پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری تحصیلات بالا و مرتبط در این حوزه دارند. همچنین انواع روش‌های تأمین مالی، که مصاحبه‌شوندگان از آن‌ها استفاده کرده‌اند، نشان‌دهنده آن است که با تأمین مالی جمعی آشنا و در این زمینه خبره و دارای دانش و تجربه کافی هستند. گفتنی است افراد در این زمینه به بیش از یک گزینه اشاره کردند که در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. نمای جمعیت‌شناختی

درصد معیار	فراوانی	معیارها	عامل	درصد فراوانی	فراوانی	معیارها	عامل
۱۳	۲	پشتیبانی وب سایت		۸۰	۱۲	مرد	جنسیت
۷	۱	روابط عمومی		۲۰	۳	زن	
۵۳	۸	کارشناس تأمین مالی جمعی	سمت	۴۰	۶	۳۵ - ۳۰	
۷	۱	مدیر اجرایی		۴۰	۶	۴۰ - ۳۶	سن
۱۳	۲	بازاریابی و بازرگانی		۱۳	۲	۵۱ - ۴۱	
۶۰	۹	سرمایه‌خطرپذیر		۷	۱	۵۱ به بالا	
۴۶	۷	وام از مؤسسات		۵۳	۸	کارشناسی ارشد	تحصیلات
۴۶	۷	قرض از نزدیکان	نحوه تأمین	۴۶	۷	دکتری و بالاتر	
۴۰	۶	فرشتگان کسب و کار	مالی جمعی	۱۳	۲	نرم افزار	
۶۰	۹	پس انداز		۷	۱	مدیریت منابع انسانی	رشته
۲۶	۴	فروش سهام		۵۳	۸	مدیریت بازرگانی	
۱۰۰	۱۵	تأمین مالی جمعی		۷	۱	مدیریت کارآفرینی	تحصیلی
				۱۳	۲	مدیریت کسب و کار	
				۷	۱	اقتصاد بین الملل	

تحلیل یافته‌ها

تحلیل محتوا روشی است که ویژگی‌های زبانی یک متن گفته شده یا نوشته شده را به طور واقع بینانه، عینی و منظم نشان می‌دهد نیز درباره مسائل غیر زبانی همچون ویژگی‌های فردی و اجتماعی گوینده یا نویسنده متن و نظرات و گرایش‌های وی استنتاج می‌نماید (قائدی و

گلشنی (۱۳۹۵). پانزده نفر از افراد مصاحبه شده در پاسخ به پرسش های مربوط به شناسایی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی مصادیق فراوانی بیان کردند. ابتدا، مصاحبه طی تماس های تلفنی ضبط و نسخه برداری شد و جهت صحت گذاری بر داده ها سؤالات تحلیل شدند. طی فرایند جمع آوری داده های مصاحبه کدهای اولیه از عبارات مهم استخراج و در مرحله بعد کدها پالایش شدند و مهم ترین آن ها به عنوان کدهای ثانویه نام گذاری و دسته بندی شدند. سپس، کدهای ثانویه به مفهوم و مفهوم ها به مقوله ها وصل شدند. در شکل ۱ به طور خلاصه روش تحلیل و کدگذاری مشاهده می شود.



شکل ۱. تحلیل و روند کدگذاری داده ها

پاسخ سؤالات مصاحبه خبرگان تأمین مالی جمعی در جدول ۳ آمده است و به عنوان نمونه یک مورد از مصاحبه خبرگان، انتخاب و در قالب گزاره های کلامی و سپس در کدهای اولیه قرار گرفته اند.

جدول ۳. کدگذاری اولیه عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی

کدهای اولیه	گزاره های کلامی
تأثیر سن بر تأمین مالی جمعی	هر اندازه افراد سن بالاتر می رود تمایل افراد به سرمایه گذاری برای آتیه بیشتر می شود
تأثیر میزان درآمد بر شرکت در پروژه ها	افراد با درآمد بالا با فراغ بال بیشتری در پروژه ها شرکت می کنند.
تأثیر جنسیت بر انتخاب مدل تأمین مالی جمعی	آقایان بیشتر تمایل دارند در تأمین مالی جمعی شرکت کنند. چون نسبت به خانم ها سرمایه بیشتر و ریسک پذیری بالاتری دارند. خانم ها بیشتر به اهدا و آقایان بیشتر به پاداش و سهام علاقه دارند.
تأثیر تحصیلات و تجربه بیشتر و تخصص بالاتر بر شرکت در تأمین مالی جمعی	هر چه افراد تحصیلات بالاتر، و تجربه زیاد و تخصص بیشتری داشته باشند برای شرکت در پروژه های تأمین مالی جمعی تأثیر گذار است.
تأثیر وضعیت تأهل بر تمایل به شرکت در پروژه تأمین مالی	فرد متأهل بیشتر به دنبال سرمایه گذاری و مشارکت در تأمین مالی جمعی برای آینده خانواده خود است.
تأثیر قومیت و نژاد سرمایه گذاران در خطه خودشان در تأمین مالی جمعی	بیشتر سرمایه گذاران در پروژه مربوط به خطه خود رغبت نشان می دهند. مثلاً کردها در خطه کرد زبان تمایل بیشتری به سرمایه گذاری دارند.
تأثیر محل سکونت بر تمایل افراد بر تأمین مالی جمعی	بالای شهر، پایین شهر، و وسط شهر زندگی کردن باعث تغییر سبک زندگی و سرمایه گذاری می شود.
تأثیر اندازه مبلغ جمع آوری شده برای پروژه های تأمین مالی جمعی	هر اندازه یک پروژه جذب سرمایه بیشتری داشته باشد افراد بیشتری مایل به سرمایه گذاری می شوند.

ادامهٔ جدول ۳. کدگذاری اولیهٔ عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی

کدهای اولیه	گزاره‌های کلومی
تأثیر مبلغ درخواست‌شده برای پروژه در تأمین مالی جمعی	پروژه اگر کارشناسی شده باشد و میزان مبلغ درخواست‌شده با ارزش پروژه هم‌خوانی داشته باشد، افراد بیشتر ترغیب به مشارکت می‌شوند.
تأثیر پاداش وعده‌داده‌شده به مشارکت‌کنندگان بر تمایل بیشتر آن‌ها جهت مشارکت در تأمین مالی جمعی	اگر پاداش منطقی باشد و بتواند ششم اقتصادی مشارکت‌کننده را برانگیزاند و باعث ترغیب به تأمین مالی جمعی شود، تأثیرگذار است.
تأثیر مدت زمان اعلام‌شده در پلتفرم برای پروژه های تأمین مالی جمعی	هر اندازه مدت زمان یک پروژه برای سوددهی و جمع‌آوری مبلغ کمتر باشد و زودتر به نتیجه برسد سرمایه‌گذار بیشتر ترغیب به سرمایه‌گذاری می‌شود و صاحب پروژه هم زودتر و با انگیزهٔ بیشتر کار را شروع می‌کند.
تأثیر انواع مدل‌های تأمین مالی جمعی برای انتخاب پروژه	افراد سلاقی و دلایل متفاوتی برای ورود به این نوع مدل‌ها دارند. ممکن است هدف یک نفر کمک باشد و بخواهد بدون عوض در مدل خیریه شرکت کند. نیز ممکن است یک نفر به بازدهی سود فکر کند و در سهام سرمایه‌گذاری کند.
تأثیر بازدهی مالی پروژه بر تمایل به تأمین مالی جمعی	اگر پروژه بازدهی نداشته باشد، اصلاً هدفی برای تأمین مالی وجود ندارد؛ حتی در مدل اهدا. در مدل اهدا شاید بتوان بازدهی را این‌گونه تعریف کرد که اگر مقاصد خیرخواهانه به بار بنشیند و گاهی از کار افراد مورد نظر باز کند این هم نوعی بازدهی است.
تأثیر محبوبیت پروژه بر مشارکت بیشتر افراد در تأمین مالی جمعی	محبوبیت پروژه مورد نظر با حوزه کاری و تخصصی سرمایه‌گذار به یکدیگر نزدیک باشند سرمایه‌گذار بیشتر ترغیب می‌شود و انگیزه پیدا می‌کند که در آن پروژه مشارکت کند.
تأثیر پاداش بر تمایل مشارکت‌کنندگان در پروژه های تأمین مالی جمعی	اگر پاداش آن منطقی را داشته باشد که بتواند ششم اقتصادی مشارکت‌کننده را برانگیزاند و باعث ترغیب به سمت تأمین مالی جمعی شود، تأثیرگذار است.
تأثیر همکاری سرمایه‌گذار با نیت مشارکت در ادامهٔ پروژه تأمین مالی جمعی	اگر سرمایه‌گذار در حوزهٔ مربوطه تخصص داشته باشد، حضور وی در ادامهٔ پروژه بسیار مؤثر است و می‌تواند با دادن اطلاعات و بازخورد و تزریق مجدد منابع مالی با کارآفرین در ارتباط باشد و بر موفقیت پروژه و رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار باشد.
تأثیر قوانین و رعایت آن در جامعه بر تأمین مالی جمعی	اگر افراد بدانند تا چه اندازه در کسب و کار حمایت می‌شوند و از کجا مورد نهادی قرار می‌گیرند. بهتر می‌توانند تصمیم‌گیری کنند و این امر باعث می‌شود تصمیم‌گیری یک فرد تحت شعاع قرارگیرد فرد باید بداند که چه کاری قانونی و چه کاری غیر قانونی در حوزه فعالیت خود است. موضوعی به عنوان قوانین در محیط تأمین مالی جمعی می‌تواند تأثیرگذار بسیاری داشته باشد.
تأثیر اجرای سیاست‌های حاکم و بها دادن دولت در جامعه بر تأمین مالی جمعی	ساختار سیاسی یک کشور و آموزش دولت مردم را تشویق به انتخاب نوعی خاص از سرمایه‌گذاری می‌کند. مثلاً در کشوری که مردم به پس‌انداز تشویق می‌شوند مقولهٔ تأمین مالی جمعی بسیار کوچک دیده می‌شود.
تأثیر رونق و رکود اقتصادی در جامعه بر تأمین مالی جمعی	اقتصاد در ایران بسیار ناپایدار و کشور دچار تورم و در تحریم است و هر لحظه ارزش پول تغییر می‌کند. در چنین شرایطی افراد کمتر از تأمین مالی جمعی استفاده می‌کنند.
تأثیر انواع فرهنگ در جامعه بر تمایل به تأمین مالی جمعی	باید فرهنگ‌سازی صورت گیرد و موضوع تأمین مالی جمعی روشن شود. یعنی تفاوت آن با بانک‌ها و بقیهٔ موارد بیان و در جامعه شناخته شود.
تأثیر فضای بین‌المللی در جامعهٔ داخل کشور بر تمایل در تأمین مالی جمعی	موفقیت یک استارت‌تر به سبب عوامل بین‌المللی بود. کیک استارت‌تر می‌تواند با همهٔ کشورهای پیشرفته وارد همکاری شود و سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیرهای بسیاری جذب کند. گسترهٔ فعالیت کیک استارت‌تر به وسعت دنیاست. و در تعامل با دنیا موفق شده است.

ادامه جدول ۳. کدگذاری اولیه عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی

کدهای اولیه	گزاره‌های کلانی
تأثیر اهمیت و اولویت پروژه بر مشارکت افراد در پروژه تأمین مالی جمعی	اولویت یک پروژه یعنی مهم بودن یک پروژه از جوانب مختلف؛ که کاملاً به شخصیت مشارکت‌کننده بستگی دارد.
تأثیر ارائه اطلاعات مؤثر در مورد پروژه بر کیفیت تأمین مالی جمعی	آمار در پلتفرم‌های جهانی نشان داده افرادی که برای کامل کردن پروژه خود از فیلم و عکس و متن استفاده کرده‌اند نسبت به بقیه پروژه‌ها ۳۵ درصد موفق‌تر عمل نموده‌اند
تأثیر امکان‌سنجی پروژه برای نشان دادن میزان درآمد در آینده	مطالعات یک پروژه امکان‌سنجی این امکان را فراهم می‌کند که نشان دهد اگر تأمین مالی جمعی صورت گیرد از چه روشی چه اندازه سوددهی دارد. یعنی شما می‌توانید سودآوری داشته باشید یا نمی‌توانید.
تأثیر استانداردسازی پروژه بر تأمین مالی جمعی	اگر می‌خواهید یک سهام را ارائه کنید، باید روی آن ارزش‌گذاری اولیه صورت گیرد که بتوانید بر اساس استانداردها سرمایه‌گذاری کنید. ما گاهی در کسب‌وکارهای نوپای خود در تأمین مالی جمعی این موضوع را کمتر می‌بینیم. اگر استانداردسازی در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی روی پروژه‌ها صورت بگیرد، بسیار تأثیرگذارتر است. اگر این موضوعات هم در ایران شفاف‌سازی بشود تأثیرگذاری اعتماد بیشتر می‌شود.
تأثیر حس خوب بر تمایل بیشتر جهت مشارکت در تأمین مالی جمعی	منظور از حس عاطفی در انتخاب پروژه بدین معنا است که شخصی نسبت به یک پروژه ابزار علاقه می‌کند و باعث می‌شود در روند پروژه حضور داشته باشد یا موقع استفاده از مزایای پروژه لذت برد که این لذت‌بخش بودن باعث می‌شود فرد بار دیگر از تأمین مالی جمعی استفاده کند. همه این‌ها در مجموع حس عاطفی ایجاد می‌کند.
تأثیر فاصله تیم اجرایی از پروژه بر تأمین مالی جمعی	اگر تیم و مکان پروژه از هم دور باشند همبستگی پروژه به هم می‌خورد و بازخورد خوبی از پروژه مشاهده نمی‌شود. معقول هم به نظر نمی‌رسد که این نوع قراردادهای به وجود بیاید.

در جدول‌های ۴ و ۵ و ۶ کدهای ثانویه تبدیل به مفهوم و مفهوم‌ها تبدیل به مقوله‌ها جهت استخراج مدل شدند. یافته‌های زیر جزء عوامل موفقیت در رفتار تأمین مالی جمعی به شمار می‌روند که باعث جلب نظر سرمایه‌گذار به پروژه‌ها می‌شود.

جدول ۴. کدگذاری داده‌های عوامل جمعیتی تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

مقوله	مفهوم	کد ثانویه
عوامل جمعیتی	اطلاعات زندگی‌نامه‌ای	میزان سن بر تمایل سرمایه‌گذار به تأمین مالی جمعی اثرگذار است.
		میزان تحصیلات باعث گرایش سرمایه‌گذار به تأمین مالی جمعی می‌شود.
	وضعیت تاهل	مرد یا زن بودن در انتخاب مدل‌های تأمین مالی جمعی اثرگذار است.
		رشته تحصیلی مرتبط با پروژه بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.
تمرکز جمعیتی	میزان درآمد	وضعیت تاهل بر تمایل سرمایه‌گذار به تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.
	وضعیت تاهل	درآمد بیشتر منجر به مشارکت بیشتر در تأمین مالی جمعی می‌شود.
	تمرکز جمعیتی	قومیت و نژاد در خطه سرمایه‌گذار بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.
		محل سکونت بر تمایل افراد به تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.

جدول ۵. کد گذاری داده‌های عوامل محیطی تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

مقوله	مفهوم	کد ثانویه
عوامل محیطی	ادامه همکاری سرمایه‌گذار با پروژه	ادامه همکاری سرمایه‌گذار با پروژه بر تمایل مشارکت‌کننده به رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.
	محیط کلان	وجود قوانین و رعایت آن در جامعه بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. اجرای سیاست‌های حاکم و بها دادن دولت در جامعه به نحوه سرمایه‌گذاری افراد بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. رونق و رکود اقتصادی در جامعه بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. انواع فرهنگ در جامعه بر تمایل به رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. فضای بین‌المللی بر تمایل در جامعه داخل کشور بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است.

جدول ۶. کد گذاری داده‌های عوامل مؤثر پروژه در موفقیت تأمین مالی جمعی

مقوله	مفهوم	کد ثانویه
عوامل مربوط به پروژه	حجم سرمایه‌گذاری	تأثیرگذاری اندازه مبلغ جمع‌آوری‌شده برای پروژه بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذاری مبلغ درخواست‌شده برای پروژه بر تأمین مالی جمعی
	ارزش مورد انتظار در پروژه	تأثیرگذاری پاداش وعده‌داده‌شده به سرمایه‌گذاران بر تمایل بیشتر آن‌ها جهت مشارکت در تأمین مالی جمعی تأثیرگذاری مدت زمان اعلام‌شده در پلتفرم بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذاری انواع مدل‌های تأمین مالی جمعی در انتخاب سرمایه‌گذار بر روی پروژه‌های تأمین مالی جمعی بازدهی مالی پروژه مورد انتظار بر تمایل افراد به تأمین مالی جمعی اثرگذار است. محبوبیتی که پروژه ایجاد می‌کند بر مشارکت بیشتر افراد تأثیرگذار است. اولویت دار بودن و مهم بودن پروژه برای افراد در تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. حس خوب نسبت به پروژه بر تمایل بیشتر جهت مشارکت در تأمین مالی جمعی اثرگذار است.
عوامل مربوط به پروژه	ارزش عاطفی پروژه	کسب اعتماد اجتماعی یک پروژه بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیر می‌گذارد.
	کیفیت پروژه	ارائه اطلاعات مؤثر در مورد پروژه بر کیفیت پروژه اثرگذار است. شفافیت در هنگام ارائه پروژه بر تمایل به رفتار تأمین مالی جمعی اثر می‌گذارد.
عوامل مربوط به پروژه	فاصله جغرافیایی	تأثیرگذاری فاصله تیم اجرایی از پروژه بر رفتار تأمین مالی جمعی فاصله‌ای که سرمایه‌گذار از پروژه دارد بر تمایل به تأمین مالی جمعی اثرگذار است.
	ماهیت / سود و زیان پروژه	در مدل کسب‌وکار پروژه آینده پروژه نمایان می‌شود. تأثیر استانداردسازی پروژه بر تأمین مالی جمعی امکان‌سنجی پروژه نشان‌دهنده میزان درآمد در آینده است.

نتیجه

تأمین مالی جمعی یکی از روش‌های مؤثر تأمین مالی برای کسب‌وکارهاست. شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی از مسائل مهمی است که در این زمینه ضروری است. سوال اصلی پژوهش پیش رو این است که «عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی کدام‌اند؟» که برای پاسخ دادن به این سؤال، با استفاده از تحقیقات پیشین، سه عامل مؤثر بر پروژه، جمعیت شناختی و محیطی شناسایی شدند. در این بخش از پژوهش سعی شد عواملی که در رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار شناخته شده است تحلیل شود. همچنین هر یافته با استناد به تحقیقات گذشته و نظر مصاحبه‌شوندگان، به منزله نتیجه، جهت تأیید یافته‌ها ارائه شد.

عوامل جمعیت‌شناختی تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

در این وجه از رفتار تأمین مالی جمعی تلاش شد که عوامل جمعیتی مؤثر بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی مشخص شود. این مقوله خود چهار مفهوم «عوامل اطلاعات زندگی‌نامه‌ای»، «تمرکز جمعیتی»، «میزان درآمد»، «وضعیت تأهل» را شامل می‌شود. مفهوم اطلاعات زندگی‌نامه‌ای به عواملی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، میزان درآمد، رشته تحصیلی، وضعیت تأهل، قومیت، محل سکونت تقسیم می‌شود. رسیدن به سن بلوغ فکری و تصمیم‌گیری برای آینده به منظور سرمایه‌گذاری برای افراد بالغ امری طبیعی به حساب می‌آید؛ به‌خصوص اگر فرد متأهل باشد تصمیم‌گیری برای خود و خانواده خود می‌گیرد. همچنین در تحقیقات گذشته ریو و کیم (۲۰۱۶) عوامل جمعیت‌شناختی، از جمله سن و تحصیلات، و محمدی و شفقی (۲۰۱۸) عامل جنسیت را مؤثر بر رفتار تأمین مالی جمعی معرفی کرده‌اند و از آنجا که تأمین مالی جمعی دارای مدل‌های متفاوت است سرمایه‌گذاران بر حسب جنسیت و تمایلات درونی تصمیم می‌گیرند که در چه مدلی شرکت کنند. شرکت در هر مدل از تأمین مالی به میزان درآمد افراد بستگی دارد. اصولاً افرادی که حاضر به شرکت در تأمین مالی جمعی می‌شوند از میزان درآمد متوسط به بالا برخوردارند. افرادی که حاضر به مشارکت می‌شوند از جمله افرادی هستند که تحصیلات

بالایی به جهت آشنایی با فضای آی.تی و مسائل حقوقی در فضای اینترنت دارند. همچنین افرادی که در یک محل مشخص سکونت دارند یا قومیت و زبان و نژاد آن‌ها مشترک است بیشتر راغب می‌شوند در پروژه و پلتفرم خاصی مشارکت کنند. تمرکز جمعیتی یکی از عناصر مهم ساختار جامعه است. تعیین جایگاه مناطق مختلف در تقسیم کار فضایی در سطح کشور اهمیت ویژه‌ای دارد. زیرا میزان یکنواختی و تجانس توزیع فعالیت‌های اقتصادی بین مناطق را مورد ارزیابی قرار می‌دهد؛ طوری که این نوع ارزیابی در زمینه شناخت چگونگی ساختار صنعت و سیاست‌گذاری‌ها و اینکه آیا توزیعی که از فعالیت‌های مختلف در مناطق گوناگون و با ساختار جغرافیایی موجود وجود دارد مناسب است یا خیر می‌تواند راهنمای سرمایه‌گذاران در این زمینه باشد.

عوامل مؤثر پروژه بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

مقوله عوامل مؤثر بر پروژه از ۶ مفهوم و ۱۳ کد ثانویه تشکیل شده است. منظور از عوامل تأثیرگذار بر پروژه عواملی است که برای پروژه جهت قرارگیری در پلتفرم و موفقیت آن لازم‌اند. طبق گفته قربانی و همکارانش (۱۳۹۳) عواملی همچون میزان مبلغ جمع‌آوری شده روی نظر سایر سرمایه‌گذارها تأثیرگذار است. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان «افراد به صورت ناخودآگاه از هوش جمعی برخوردارند و مبلغ درخواست‌شده همراه مبلغ جمع‌آوری شده می‌تواند بر نظر سایر مشارکت‌کنندگان تأثیرگذار باشد». طبق نظر فروند (۲۰۱۰) هر اندازه مدت زمان مبلغ درخواست‌شده کوتاه‌تر باشد افراد بیشتری راغب به مشارکت می‌شوند. زیرا میزان و مدت بازدهی پروژه برای سرمایه‌گذارها از موارد مهم به حساب می‌آید. طبق نظر اسکوینبکر و والدالر (۲۰۱۰) مقدار پول اولیه مورد نیاز برای طرح تأمین مالی جمعی فاکتوری مهم برای سرمایه‌گذاری است. تأمین‌کنندگان مالی مقادیر متفاوتی برای سرمایه‌گذاری مد نظر دارند که تأثیر آن را بر رفتار تأمین مالی جمعی نشان می‌دهد و این موضوع اشاره به مفهوم حجم سرمایه‌گذاری دارد. مفهوم بعدی فاصله جغرافیایی است که بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. تحقیق پیش رو با تحقیقات پیشین هم‌خوانی دارد. طبق نظر مولیک (۲۰۱۴) سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند دور از شهر

خود سرمایه‌گذاری نکنند. سرمایه‌گذاران علاقه دارند چگونگی رشد سرمایه‌گذاری خود را از نزدیک ببینند. همچنین عاملی مانند میزان پاداش وعده داده شده از موارد انگیزشی برای سرمایه‌گذارها به حساب می‌آید. مصاحبه شوندگان به پاداش وعده داده شده بیشترین توجه را نشان داده‌اند. طبق نظر المان و هرکنس (۲۰۱۹) و اسکوینبکر و الرالد (۲۰۱۰) پاداش اولین انگیزه تأمین مالی جمعی به حساب می‌آید. نوع مدل تأمین مالی جمعی بر رفتار تأمین مالی جمعی و نظر شرکت‌کنندگان تأثیر بسیار دارد. زیرا هر یک از مدل‌ها اهداف و رویه‌های خاص خود را دارند. افراد بر اساس خواسته‌های خود در مدل‌های مد نظرشان ثبت‌نام می‌کنند. کاروس (۲۰۱۷) نوع تأمین مالی جمعی را تأثیر مثبت بر موفقیت یک پروژه می‌داند. همچنین، اینکه سرمایه‌گذارها در کدام پروژه شرکت کنند بستگی دارد به کیفیت پروژه، مانند ارائه اطلاعات و شفافیت پروژه. یکی از مصاحبه‌شوندگان درباره کیفیت یک پروژه، که باعث جذب سرمایه‌گذار به پروژه می‌شود گفته است: «طبق آمار یک استراتر ارائه نمونه اولیه از محصول بسیار تأثیرگذار است. طبق اعلام کیک استراتر ۱. ویدیو، ۲. اینفوگرافیک، ۳. عکس، ۴. ارائه مطالب تأثیرگذاری خود را دارند» که با تحقیقات کروستو و رگنر (۲۰۱۴) هم‌خوانی دارد. کروستو و رگنر تبلیغات مؤثر را این‌گونه تعریف می‌کنند که تعداد کلمات، تعداد ویدئوها، تعداد تصاویر تبلیغات در اینترنت بر تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است و باعث اعتماد بیشتر و جلب توجه یک سرمایه‌گذار در طرح‌های تأمین مالی جمعی می‌شود. یک پروژه از نظر ارائه مدل کسب‌وکار و امکان‌سنجی‌ای که ارائه می‌دهد می‌تواند نظر سرمایه‌گذار را جلب کند و بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار باشد. مفهوم بعدی در این مقوله اشاره به ارزش عاطفی پروژه دارد. گاهی پروژه‌ای در پلتفرمی ثبت می‌شود که مشارکت‌کننده بدان علاقه‌مند می‌شود یا نسبت به پروژه حس عاطفی پیدا می‌کند، که پروژه و موضوع آن در برای او در اولویت می‌گیرد. طبق نظر هینگ و همکارانش (۲۰۱۹) آخرین سازه به ارزش‌های عاطفی پروژه اشاره دارد. منظور از ارزش‌های عاطفی یک پروژه مجموعه عواطفی است که فرد به یک پروژه دارد.

هینگ و همکارانش (۲۰۱۹) در پژوهش خود به این عامل اشاره کرده و به تأثیر آن در تأمین مالی جمعی اذعان داشته‌اند و به رابطه معناداری اشاره کرده‌اند.

عوامل محیطی تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

آخرین سازه به عوامل محیطی تأثیرگذار بر تأمین مالی جمعی اشاره دارد که از دو مفهوم و ۶ کد ثانویه ایجاد گردیده است که این مفاهوم‌ها و کدها ایجاد، از جمله مواردی هستند که از محیط بر تأمین مالی جمعی تأثیر می‌گذارند. از عوامل کلان محیطی تأثیرگذار می‌توان به قوانین، سیاست و دولت، اقتصاد، جنبه‌های فرهنگی، جنبه‌های فناورانه، و محیط فناورانه اشاره کرد که هر یک به سهم خود می‌توانند بر رفتار تأمین مالی جمعی تأثیرگذار باشند. انتخاب و تمایل سرمایه‌گذار به عوامل محیطی بستگی فراوان دارد. وجود قوانین در تأمین مالی جمعی می‌تواند بر روند هر چه بهتر این اکوسیستم تأثیر مثبت بگذارد. به همان اندازه بها دادن دولت به کسب‌وکارهای نوپا و ریسک‌پذیر کردن مردم و سرمایه‌گذاران جهت مشارکت در تأمین مالی جمعی و دور کردن مردم از سپرده‌های بانکی باعث می‌شود افراد به سمت تأمین مالی جمعی گرایش پیدا کنند. در این زمینه سیاست و اقتصاد را نمی‌توان بی‌تأثیر دانست. مایلی (۱۳۹۳) به تأثیرگذاری سیاست و اقتصاد در تأمین مالی جمعی اشاره کرده است. وجود فرهنگ نه‌تنها برای تأمین مالی جمعی بلکه برای هر نوع تکنولوژی که به جامعه وارد می‌شود لازم و ضروری است. استفاده درست از فناوری تأثیر بسیاری بر جامعه و صنعت مربوطه می‌گذارد.

مدل ۱ را می‌توان برای بازیگران تأمین مالی جمعی، به‌خصوص سرمایه‌گذاران، تأثیرگذار دانست که اشاره به سه عامل مؤثر در این حوزه دارد. در این مدل به مقوله و مفهومی‌های استخراج‌شده از جدول‌های ۴ و ۵ و ۶ اشاره شده است.



مدل ۱. عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی

پیشنهادها و محدودیت‌های پژوهش

نتایج پژوهش حاضر از چند نظر می‌تواند مورد استفاده پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری و کسب‌وکارها در حوزه تأمین مالی جمعی قرار گیرد. طبق نتایج به‌دست‌آمده رده سنی ۲۵ تا ۴۵ سال تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری و ریسک دارند. پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری برای جذب از مشارکت‌کنندگانی که دارای رده سنی ۲۵ تا ۴۵ هستند دعوت کند. همچنین جنسیت بر مدل‌های تأمین مالی جمعی تأثیرگذار است. مردها به مدل‌هایی مانند پاداش و سهام تمایل بیشتری دارند و زن‌ها به مدل‌هایی مانند اهدا و پاداش. بهتر است سرمایه‌گذاران سعی کنند در پروژه‌های تأمین مالی جمعی، که در مناطق نزدیک به پروژه هستند، به سرمایه‌گذاری بپردازند یا پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی برای موفقیت بیشتر پروژه‌ها در مناطق خاص هر شهر یا استان، که قومیت و زبان و نژاد مشترک دارند، از سرمایه‌گذاران همان منطقه دعوت به همکاری کنند. زیرا نتایج حاکی از آن است که عرق

به قومیت و نژاد و همچنین حوزه تخصصی برای سرمایه‌گذاران امری بسیار مهم تلقی می‌شود. همچنین، به جهت موفقیت بیشتر پروژه‌های تخصصی از سرمایه‌گذارانی که در آن زمینه مهارت دارند دعوت به عمل آید. همچنین تمرکز بیشتر بر مبلغ سرمایه‌گذاری برای پروژه‌ها ضروری است. زیرا سرمایه‌گذاری‌های ناموفق مبالغ بیشتری را درخواست کرده‌اند و برای جلوگیری از این مشکل لازم است پلتفرم تمرکز بیشتری بر مبالغ پیشنهادی از سوی کارآفرینان داشته باشد و آن‌ها را مورد بررسی قرار دهد. بنابراین، برای سنجش و ارزیابی و راست‌آزمایی برخی از پروژه‌ها پیشنهاد می‌شود با ایجاد هوش مصنوعی در پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری از این امکان استفاده شود. موضوع بعدی که پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاران در محیط کلان باید به آن توجه کنند تأثیر گذاری دولت، قوانین، سیاست، و اقتصاد کشور بر تأمین مالی جمعی است. رفتار هر ارگان دولتی و بین‌المللی بر کسب‌وکارها، به خصوص در زمینه تأمین مالی جمعی، تأثیر می‌گذارد. این تغییرات محیطی که بر پلتفرم‌ها و کارآفرین تأثیرگذار است طبیعتاً بر سرمایه‌گذار هم اثر خواهد گذاشت. زیرا تحقیقات نشان داده هر اندازه دولت و سیاست یک کشور به کسب‌وکارهای نوپا در حوزه فناوری بیشتر توجه و با آن‌ها همکاری کند آن کسب‌وکارها موفق‌تر عمل می‌کنند و بهتر می‌توانند تأمین مالی جمعی را به افراد معرفی و سرمایه‌گذاران بیشتری را وارد این حوزه کنند.

در این پژوهش از طریق تحلیل محتوا مفاهیمی همچون تحصیلات، میزان درآمد، وضعیت تأهل، قومیت، محل سکونت، بازدهی پروژه، حس خوب به پروژه، مدل کسب‌وکار، استانداردها، امکان‌سنجی، محیط پلتفرم، محیط فناورانه، قوانین، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، دولت، اکوسیستم به منزله عوامل تأثیرگذار شناسایی شد که تأییدکننده یافته‌های پژوهش‌های مشابه در این زمینه است. همچنین از نوآوری‌های این پژوهش می‌توان به پلتفرم خانه سرمایه‌گذاری اشاره کرد که برای اولین بار مورد مطالعه قرار گرفت. خانه سرمایه‌گذاری از سال ۱۳۹۷ فعالیت خود را شروع کرد و با انواعی از مدل‌های تأمین

مالی جمعی توانست پروژه‌های موفق و قابل توجهی را در پلتفرم ثبت کند. از این رو، خبرگان خانه سرمایه‌گذاری از تجربه و دانش فراوانی جهت مصاحبه برخوردارند. به‌رغم نقش این پژوهش در شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار تأمین مالی جمعی، بر نتایج آن از برخی جهات محدودیت‌هایی وارد است. بخشی از محدودیت‌های پژوهش حاضر به روش‌شناسی آن مربوط می‌شود. در این خصوص، محدودیت‌هایی را می‌توان برشمرد. در پژوهش پیش رو سعی شد همه عواملی که به تأثیرگذاری بر موفقیت تأمین مالی جمعی منجر می‌شود از طریق روش کیفی و با مصاحبه ارزیابی شود. بنابراین، پیشنهاد می‌شود در آینده از روش پرسشنامه و توزیع آن در بین تعداد بیشتری از خبرگان استفاده شود. و نتایج آن را با پژوهش پیش رو مورد بررسی قرار گیرد. بررسی عوامل بازدارنده‌ای که باعث شکست یک طرح تأمین مالی جمعی شود می‌تواند به شناخت هر چه بیشتر عوامل تأثیرگذار بر موفقیت در این حوزه بینجامد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی عوامل بازدارنده، که به ضعف تأمین مالی جمعی منجر می‌شود، مورد شناسایی قرار گیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود موضوع پژوهش پیش رو با مورد مطالعاتی دیگر (انواع پلتفرم‌های فعال در ایران و جهان) مورد بررسی قرار گیرد. نیز به دلیل محدودیت‌های موجود امکان بررسی کمی یافته‌های این پژوهش جهت اعتباردهی بیشتر به یافته‌ها نبود. بنابراین، به تطبیق یافته‌های کیفی با پیشینه نظری پژوهش بسنده شد. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران علاقه‌مند به صورت مجزا به بررسی این مهم در قالب استراتژی‌های پژوهش کمی بپردازند. امید است پژوهش‌های آتی در حوزه عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی بتوانند با غلبه بر این محدودیت‌ها از نقاط کور پدیده احتراز کنند و فهم جامع‌تری به دست آورند.

منابع

- داغانی، رضا؛ حسین اعتمادی؛ مسعود عزیزخانی؛ علی اصغر انواری (۱۳۹۴). «تصمیم‌های تأمین مالی و زمان‌سنجی مدیریت، شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران»، *مدیریت‌داری و تأمین مالی*، ۱۰(۳)، صص ۲۱ - ۳۵.
- فقیهی، ابوالحسن؛ محسن علی‌زاده (۱۳۸۴). «روایی در تحقیق کیفی»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۳(۲)، صص ۵ - ۱۹.
- قائدی، محمدرضا؛ علی‌رضا گلشنی (۱۳۹۵). «روش تحلیل محتوا، از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی»، *روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی*، ۲۳(۷)، صص ۵۷ - ۸۲.
- قربانی کوتنایی، نسترن (۱۳۹۴). «مطالعه و بررسی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت پروژه‌های تأمین مالی جمعی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- کاظمی، محمدرضا؛ غلام‌حسین حسینی‌نیا؛ حمیدرضا حبیبی (۱۳۹۸). «کاربردها و الزامات به‌کارگیری پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در کسب‌وکارهای تثبیت‌شده خدماتی- ورزشی»، *توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۲)، صص ۲۸۱ - ۳۰۰.
- کریمی، آصف؛ شهریار بوذرجمهری (۱۳۹۳). «تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط»، *توسعه کارآفرینی*، ۷(۳)، صص ۴۶۷ - ۴۸۶.
- مایلی، محمدرضا (۱۳۹۳). «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر تأمین مالی در ایران با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی»، *سیاست‌های مالی و اقتصادی*، ۶(۲)، صص ۱۴۱ - ۱۶۰.
- مقیم، سید محمد (۱۳۸۳). «عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران»، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۷(۲)، صص ۲۷ - ۷۸.

References

- Allen, F., Qian, M., & xie, J. (2019). "Understanding informal financing", *Journal of Financial Intermediation*, 39, pp. 19-33.
- Bannerman, S. (2013). "Crowdfunding culture", *Journal of Mobile Media*, 7(01), pp. 1-30.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). "Crowdfunding: Tapping the right crowd", *Journal of Business Venturing*, 29(5), pp. 585-609.
- Bender, M., Gal-Or, E., & Geylani, T. (2019). "Crowdfunding as a vehicle for raising capital and for price discrimination", *Journal of Interactive Marketing*,

- 46, pp. 1–19.
- Cordova, A., Dolci, J., & Gianfrate, G. (2015). “The determinants of crowdfunding success: evidence from technology projects”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 181, pp. 115–124.
- Crosetto, P. & Regner, T. (2014). *Crowdfunding: Determinants of success and funding dynamics*, Jena Economic Research Papers.
- Cumming, D. J. & Zhang, Y. (2018). *Are crowdfunding platforms active and effective intermediaries?*, Available at SSRN 2882026.
- Daghani, R., Etemadi, H., Azizkhani, M., & Anavari, A.A. (2015). “Decisions on Financing, Time, Assessment, Management, Evidence from the Stock Exchange of Tehran,” 10 (3), pp. 21-36. (in Persian)
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). “Strategies for two-sided markets”, *Harvard business review*, 84(10), p. 92.
- Ellman, M. & Hurkens, S. (2019). “Fraud tolerance in optimal crowdfunding”, *Economics Letters*, 181, pp. 11–16.
- Faghehi, A. & Alizadeh, M. (2005). “Narrative in Qualitative Research”, *Organizational Culture Management*, 3(2), pp. 5-19. (in Persian)
- Freund, R. (2010). “How to overcome the barriers between economy and sociology with open innovation, open evaluation and crowd funding”, *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(3), pp. 105–109.
- Ghaedi, M.R. & Vogolshani, A.R. (2016). “Content Analysis Method, From Quantitative to Qualitative”, *Psychological Methods and Models*, 23(7), pp. 57-82. (in Persian)
- Ghorbani-Kotnaei, N. (2015). “A Study and Effective Effect on crowdfunding Projects”, Master Thesis, Al-Zahra University. (in Persian)
- Hinag, T.-P., Wu, S. P.-J., & Huang, C.-C. (2019). “Why funders invest in crowdfunding projects: Role of trust from the dual-process perspective”, *Information & Management*, 56(1), pp. 70-84.
- Hurt, C. (2015). Pricing disintermediation: Crowdfunding and online auction IPOs. *U. Ill. L. Rev.*, 217.
- Karimi, A. & Bouzarjahromi, Sh. (2014). “Analysis of Small and Medium Business Financing Mechanisms”, *Entrepreneurship Development*, 7(3), pp. 486-467. (in Persian)
- Kazemi, M.R., Hosseini-Nia, Gh.H., & Habibi, H.R. (2019). “Applications and Requirements for the Use of Collective Financing Platforms in Stabilized Service-Sports Businesses”, *Entrepreneurship Development*, 12(2), pp. 281-300. (in Persian)
- Kraus, K. (2017). “Crowdfunding as a perspective instrument of venture investing of small business. Мережевий Бізнес: Становлення, Проблеми, Інновації: Матеріали VII Міжнар”, *Наук.-Практ. Інтернет-Конф*, pp. 27–28.
- Kusumarani, R. & Zo, H. (2019). “Why people participate in online political crowdfunding: A civic voluntarism perspective”, *Telematics and Informatics*, 41, pp. 168–181.
- Lee, Y.-C., Yen, C.-H., & Fu, W.-T. (2016). Improving donation distribution for

- crowdfunding: An agent-based model. *International Conference on Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling and Prediction and Behavior Representation in Modeling and Simulation*, 312.
- Lehner, O. M. & Harrer, T. (2018). "Crowdfunding Platforms as Focal Actors in an Entrepreneurial Ecosystem: An Interdisciplinary Value Perspective", *Lehner, OM and Harrer*, pp. 1530–1605.
- Liang, T.-P., Wu, S. P.-J., & Huang, C. (2019). "Why funders invest in crowdfunding projects: Role of trust from the dual-process perspective", *Information & Management*, 56(1), pp. 70–84.
- Liang, Y. E. & Yuan, S.-T. D. (2016). Predicting investor funding behavior using crunchbase social network features. *Internet Research*.
- Lissowska, M. (2018). "Crowdfunding-zjawisko, problemy, regulacja", *Gospodarka Narodowa*, 293(1), pp. 59–86.
- Liu, L., Suh, A., & Wagner, C. (2017). "Donation behavior in online micro charities: An investigation of charitable crowdfunding projects", *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Mazzucato, M. & Semieniuk, G. (2018). "Financing renewable energy: Who is financing what and why it matters", *Technological Forecasting and Social Change*, 127, pp. 8–22.
- Miyley, M.R. (2014). "Prioritization of Factors Affecting Financing in Iran Using Hierarchical Analysis", *Financial and Economic Policies*, 6(2), pp. 160-141. (in Persian)
- Mohammadi, A. & Shafi, K. (2018). "Gender differences in the contribution patterns of equity-crowdfunding investors", *Small Business Economics*, 50(2), pp. 275–287.
- Mollick, E. (2014). "The dynamics of crowdfunding: An exploratory study", *Journal of Business Venturing*, 29(1), pp. 1–16.
- Moghimi, S. M. (2004). "Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Organizations of Social and Cultural Government Services in Iran", *Organizational Culture Management*, 7(2), pp. 27-78. (in Persian)
- Ryu, S. & Kim, Y.-G. (2016). "A typology of crowdfunding sponsors: Birds of a feather flock together", *Electronic Commerce Research and Applications*, 16, pp. 43–54.
- Schwienbacher, A. & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*, *Handbook of Entrepreneurial Finance*, Oxford University Press, Forthcoming.
- Yang, D. & Zhang, X. (2016). "Review of the domestic crowdfunding industry development", *Journal of Service Science and Management*, 9(1), pp. 45–49.
- Vismara, S. (2019). "Sustainability in equity crowdfunding", *Technological Forecasting and Social Change*, 141, pp. 98–106.