



Journal Website

Article history:
Received 04 April 2024
Accepted 09 June 2024
Published online 01 September 2024

Dynamic Management and Business Analysis

Volume 3, Issue 2, pp 17-33



E-ISSN: 3041-8933

Investigation of the Dimensions and Components of the Crowdfunding Model in the Digital Context for Social Entrepreneurship

Babak Mohammadzade¹, Jahangir Yadolhi Farsi², Seyed Mostafa Razavi^{3*}

1. PhD student, Department of Entrepreneurship, Kish International Campus, University of Tehran, Tehran, Iran.
2. Associate Professor, Department of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran
3. Associate Professor, Department of Management, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).

* Corresponding author email address: mrazavi@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Original

How to cite this article:

Mohammadzade B, Yadolhi Farsi J, Razavi SM. (2024). Investigation of the Dimensions and Components of the Crowdfunding Model in the Digital Context for Social Entrepreneurship. *Dynamic Management and Business Analysis*, 3(2), 17-33.

<https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2035344.1031>



© 2024 the author(s). Published by Knowledge Management Scientific Association. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

Objective: This study investigates the dimensions and components of the crowdfunding model in the digital context for social entrepreneurship. **Methodology:** Initially, the dimensions and components of the social entrepreneurship crowdfunding model were identified using previous studies. Following this, based on the identified components and indicators, a questionnaire was designed by the researchers, and the validity and reliability of the designed questionnaire were evaluated and confirmed using statistical techniques. The questionnaire was then distributed among 384 social entrepreneurs. The collected data were analyzed using statistical techniques and structural equation modeling. **Findings:** The research findings indicated that the proposed hypotheses, including the impact of capital security, digital context, and crowdfunding on the extent of advertising, were confirmed. **Conclusion:** Therefore, government support for crowdfunding and investor characteristics in the conditions of assurance considered by the researchers lead to improvements in crowdfunding.

Keywords: Crowdfunding, Digital Context, Social Entrepreneurship, Investor Characteristics, Government Support for Crowdfunding, Advertising Extent, Capital Security

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Crowdfunding has emerged as a pivotal tool in the digital era, providing an alternative means of financing that bypasses traditional intermediaries like banks and venture capitalists. This approach has gained significant traction, especially in the context of social entrepreneurship, where projects aim to address societal challenges through innovative solutions (Bouncken et al., 2015). The rise of digital platforms has further facilitated the growth of crowdfunding by offering entrepreneurs an accessible and efficient way to raise funds. This study explores the dimensions and components of the crowdfunding model within digital contexts, focusing on its application in social entrepreneurship. The study aims to identify the key factors that contribute to successful crowdfunding campaigns and to understand how these factors influence the overall success of social entrepreneurship initiatives.

Methodology

The research employed a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative techniques to gain a comprehensive understanding of the crowdfunding model. Initially, a thorough literature review was conducted to identify the dimensions and components of crowdfunding relevant to social entrepreneurship.

Based on the insights from the literature, a structured questionnaire was developed to gather primary data from social entrepreneurs. The questionnaire was designed to assess the importance of factors such as capital security, digital platform efficiency, and the role of advertising in crowdfunding success. The validity and reliability of the questionnaire were tested using statistical techniques, including factor analysis and Cronbach's alpha, ensuring that the instrument accurately measured the constructs of interest.

The final questionnaire was distributed to a sample of 384 social entrepreneurs who had experience with crowdfunding platforms. The data collected were analyzed using structural equation modeling (SEM) to examine the relationships between the identified components and the overall success of crowdfunding campaigns. SEM was chosen for its ability to handle complex relationships and provide insights into the direct and indirect effects of different factors on crowdfunding outcomes.

Findings

The findings of the study highlight several critical factors that significantly impact the success of crowdfunding campaigns in the digital context. Firstly, capital security emerged as a crucial determinant of crowdfunding success. Entrepreneurs who could assure investors of the security of their investments were more likely to attract funding.

Secondly, the efficiency and user-friendliness of digital platforms were found to play a vital role in the success of crowdfunding campaigns. Platforms that provided seamless user experiences, easy navigation, and efficient transaction processes were more likely to host successful campaigns.

The study also found that the extent of advertising and promotional activities significantly influenced the success of crowdfunding projects. Campaigns that utilized extensive advertising, particularly through social media and other digital channels, were more likely to reach their funding goals.

Lastly, the support of government was identified as a key factor that could enhance the success of crowdfunding campaigns. Governmental policies and incentives that support crowdfunding, such as tax breaks or matching funds, were found to boost investor confidence and participation, leading to more successful campaigns.

Discussion and Conclusion

The results of this study provide valuable insights into the mechanisms that drive the success of crowdfunding campaigns in the digital era, particularly in the context of social entrepreneurship. The findings suggest that ensuring capital security is paramount for attracting and retaining investors. Entrepreneurs must prioritize transparency and risk management to build trust and secure investments (Cumming et al., 2019). Additionally, the design and functionality of digital platforms are critical to the success of crowdfunding efforts. Platforms must be user-friendly and efficient to facilitate smooth transactions and positive user experiences (Binsaeed, 2023).

Moreover, the study highlights the importance of advertising and promotion in crowdfunding success. Digital marketing strategies that increase the visibility of campaigns can significantly enhance their chances of success. Social entrepreneurs should leverage social media and other digital tools to reach a wider audience and attract more investors (Chen et al., 2021; Wang et al., 2022).

Governmental support also plays a crucial role in the success of crowdfunding campaigns. Policies that encourage crowdfunding, such as tax incentives and direct funding support, can significantly boost investor confidence and participation. Governments should consider implementing policies that support the growth of the crowdfunding ecosystem, particularly in the context of social entrepreneurship (Chen & Volz, 2022).

In conclusion, this study underscores the importance of several key factors in the success of crowdfunding campaigns in the digital context. Capital security, platform efficiency, advertising, and governmental support are all critical components that contribute to the success of social entrepreneurship initiatives through crowdfunding. Future research should continue to explore these factors in different contexts and consider the evolving nature of digital platforms and crowdfunding practices. Additionally, social entrepreneurs should consider these findings when designing and executing their crowdfunding campaigns to maximize their chances of success.



وبسایت مجله

تاریخچه مقاله

دریافت شده در تاریخ ۱۹ فروردین ۱۴۰۳

پذیرفته شده در تاریخ ۲۰ خرداد ۱۴۰۳

منتشر شده در تاریخ ۱۱ شهریور ۱۴۰۳

مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار

دوره ۳، شماره ۲، صفحه ۳۳-۱۷



شابای الکترونیکی: ۳۰۴۱-۸۹۳۳

بررسی ابعاد و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی

بابک محمدزاده^۱، جهانگیر یدالهی فارسی^۲، سید مصطفی رضوی^{۳*}

۱. دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، پردیس بین‌المللی کیش، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. دانشیار، گروه کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

*ایمیل نویسنده مسئول: mrzavi@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

محمدزاده ب، یدالهی فارسی ج، رضوی س م. (۱۴۰۳). بررسی ابعاد و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی. مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، ۳(۲)، ۳۳-۱۷.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده(گان) است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

هدف: در این پژوهش به بررسی ابعاد و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی پرداخته شده است. **روش‌شناسی:** به همین منظور ابتدا با استفاده از مطالعات پیشین به شناسایی ابعاد و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی کارآفرینی اجتماعی پرداخته شده است. در ادامه بر اساس مولفه‌ها و شاخص‌های شناسایی شده، پرسشنامه‌ای توسط محققان طراحی شده و سپس روایی و پایایی پرسشنامه طراحی شده با استفاده از تکنیک‌های آماری مورد بررسی و تایید قرار گرفت. سپس پرسشنامه در بین ۳۸۴ نفر از کارآفرینان اجتماعی توزیع گردید. سپس داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از تکنیک‌های آماری و تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. **یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان داد که فرضیه‌های مطرح شده در پژوهش شامل اثرگذاری امنیت سرمایه، بستر دیجیتال و تامین مالی جمعی بر گستردگی تبلیغات مورد تایید قرار گرفت. **نتیجه‌گیری:** بنابراین، حمایت دولت از سرمایه‌گذاری جمعی و ویژگی‌های سرمایه‌گذار در شرایط اطمینان مورد نظر محققان موجب بهبود تامین مالی جمعی می‌شود.

کلیدواژگان: تامین مالی جمعی، بستر دیجیتال، کارآفرینی اجتماعی، ویژگی‌های سرمایه‌گذار، حمایت دولت از سرمایه‌گذاری جمعی، گستردگی تبلیغات، امنیت سرمایه

مقدمه

در دهه‌های اخیر، با پیشرفت‌های چشمگیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، تامین مالی جمعی به عنوان یک ابزار نوین برای تامین مالی پروژه‌ها و کسب‌وکارها در بستر دیجیتال شناخته شده است. این نوع تامین مالی، که بر مبنای جمع‌آوری سرمایه از تعداد زیادی افراد از طریق پلتفرم‌های آنلاین صورت می‌گیرد، نقش بسزایی در توسعه و ترویج کارآفرینی اجتماعی ایفا می‌کند. تامین مالی جمعی به افراد و سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا بدون نیاز به واسطه‌های سنتی، مانند بانک‌ها و سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر، منابع مالی لازم برای اجرای ایده‌ها و پروژه‌های خود را فراهم کنند (Booth, 2014; Hakimi et al., 2024; Moradpour et al., 2024).

پلتفرم‌های تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال با فراهم آوردن محیطی امن و کارآمد، امکان تعامل مستقیم بین سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را فراهم می‌کنند. این ویژگی موجب شده است که این روش تامین مالی به عنوان یک ابزار قدرتمند در ارتقاء شفافیت، کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت جذب سرمایه مورد توجه قرار گیرد (Breznitz & Noonan, 2020). به علاوه، این پلتفرم‌ها به کاربران اجازه می‌دهند تا از مزایای دیگری مانند دسترسی به شبکه‌های اجتماعی و افزایش قابلیت‌های تبلیغاتی بهره‌مند شوند، که این امر می‌تواند در موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی تاثیرگذار باشد (Bernardino et al., 2023; Mohammadi Yazdi et al., 2024).

یکی از مهم‌ترین ابعاد تامین مالی جمعی، تاثیر آن بر کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک مفهوم نوین در اقتصاد، بر ایجاد ارزش‌های اجتماعی و حل مسائل اجتماعی از طریق نوآوری و کارآفرینی تمرکز دارد. تامین مالی جمعی به کارآفرینان اجتماعی این امکان را می‌دهد تا با جذب منابع مالی از جامعه، پروژه‌هایی را اجرا کنند که تاثیرات مثبتی بر جامعه داشته باشد (Chen, 2023). این نوع کارآفرینی به ویژه در کشورهایی که سیستم‌های حمایتی دولتی ضعیف هستند، می‌تواند به عنوان یک راه‌حل موثر برای حل مسائل اجتماعی و اقتصادی مطرح شود (Pratono et al., 2020).

پلتفرم‌های تامین مالی جمعی نیز با توجه به ویژگی‌های دیجیتال خود، توانسته‌اند نقش مهمی در تسهیل فرآیندهای کارآفرینی اجتماعی ایفا کنند. این پلتفرم‌ها با فراهم آوردن ابزارهایی برای ارزیابی پروژه‌ها، جذب سرمایه و مدیریت ریسک، به کارآفرینان اجتماعی کمک می‌کنند تا پروژه‌های خود را به شیوه‌ای موثر و کارآمد مدیریت کنند (Binsaeed, 2023). از سوی دیگر، تامین مالی جمعی به دولت‌ها نیز این امکان را می‌دهد تا با حمایت از این نوع فعالیت‌ها، به توسعه کارآفرینی اجتماعی و حل مسائل اجتماعی کمک کنند (Hidalgo et al., 2022).

با این حال، تامین مالی جمعی با چالش‌هایی نیز مواجه است که از جمله آن‌ها می‌توان به مسائل مربوط به امنیت سرمایه و اعتماد سرمایه‌گذاران اشاره کرد. امنیت سرمایه یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند بر موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی تاثیرگذار باشد. به دلیل عدم وجود واسطه‌های سنتی، پلتفرم‌های تامین مالی جمعی باید اقدامات مناسبی را برای حفاظت از سرمایه‌های سرمایه‌گذاران و ایجاد اعتماد در بین آن‌ها اتخاذ کنند (Cumming et al., 2019). به علاوه، ویژگی‌های سرمایه‌گذاران نیز می‌تواند در موفقیت یا عدم موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی نقش مهمی ایفا کند. تحقیقاتی که به بررسی تاثیر ویژگی‌های سرمایه‌گذاران بر نتایج پروژه‌های تامین مالی جمعی پرداخته‌اند، نشان داده‌اند که عواملی مانند سطح تحصیلات، تجربیات قبلی و میزان ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران می‌تواند بر موفقیت پروژه‌ها تاثیرگذار باشد (Defazio et al., 2020).

در این راستا، نقش دولت‌ها و سازمان‌های دولتی نیز در حمایت از تامین مالی جمعی بسیار حائز اهمیت است. حمایت‌های دولتی می‌تواند به عنوان یک عامل تقویت‌کننده برای جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و کاهش ریسک‌های مرتبط با تامین مالی جمعی عمل کند (Chen

(Volz, 2022). به علاوه، دولت‌ها می‌توانند با تدوین و اجرای قوانین و مقررات مناسب، به ایجاد محیطی امن و شفاف برای انجام فعالیت‌های تامین مالی جمعی کمک کنند (Ramadhan & Hendratmi, 2023).

در نهایت، باید به تأثیرات مثبت و منفی بستر دیجیتال بر تامین مالی جمعی و کارآفرینی اجتماعی نیز اشاره کرد. از یک سو، بستر دیجیتال با فراهم آوردن امکاناتی مانند دسترسی آسان به اطلاعات و افزایش شفافیت، می‌تواند به موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی کمک کند (Croitor et al., 2021). از سوی دیگر، مسائل مربوط به امنیت سایبری و حفظ حریم خصوصی کاربران می‌تواند چالش‌هایی را برای استفاده از این بستر ایجاد کند (Horta et al., 2021). بنابراین، پژوهش‌های بیشتری در زمینه بررسی تأثیرات بستر دیجیتال بر تامین مالی جمعی و کارآفرینی اجتماعی مورد نیاز است (Molina et al., 2019).

با توجه به موارد مطرح شده، می‌توان نتیجه گرفت که تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد خود، می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای توسعه کارآفرینی اجتماعی و حل مسائل اجتماعی مطرح شود. با این حال، چالش‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که نیازمند توجه و بررسی‌های بیشتر است. در این راستا، نقش دولت‌ها و سازمان‌های دولتی در حمایت از تامین مالی جمعی و ایجاد محیطی امن و شفاف برای انجام این نوع فعالیت‌ها بسیار حائز اهمیت است. از این رو، این پژوهش با هدف بررسی ابعاد و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی انجام شد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، بر اساس هدف یک مطالعه کاربردی و از نظر روش پیمایشی است. در این پژوهش از پرسشنامه‌های مختلفی برای بررسی ابعاد و مولفه‌ها و چگونگی روابط بین آن‌ها استفاده شده است. ابزارهای اصلی گردآوری داده‌های تحقیق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه محقق ساخته است. پس از شناسایی شاخص‌های اولیه، با استفاده از پرسشنامه‌ای مبتنی بر طیف لیکرت پنج درجه اقدام به اعتبارسنجی نهایی مدل می‌گردد.

در این مطالعه برای محاسبه حجم نمونه افراد، گروه‌ها، شرکت‌های نوپا یا کارآفرینان، به دلیل نامحدود بودن آن، از فرمول کوکران استفاده شده است. ماهیت فرمول کوکران به صورتی است که برای حجم بالای N مقداری بین ۳۸۰ تا نهایتاً ۳۸۴ نفر بدست می‌دهد. چون اطلاع دقیقی از حجم جامعه وجود ندارد از فرمول زیر استفاده شده است:

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$$

براین اساس، تعداد ۳۸۴ پرسشنامه به طور تصادفی در بین افراد، گروه‌ها، شرکت‌های نوپا یا کارآفرینان توزیع شد.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و به منظور مدل سازی معادلات ساختاری از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار SmartPLS استفاده شد. برای آزمون مدل مفهومی پژوهش می‌توان از PLS که یک فن مدل سازی مسیر واریانس محور است، استفاده کرد. این تکنیک امکان بررسی روابط متغیرهای پنهان و سنج‌ها (متغیرهای قابل مشاهده) را بصورت همزمان فراهم می‌سازد. از این روش زمانی که حجم نمونه کوچک بوده و یا توزیع متغیرها نرمال نباشد استفاده می‌شود. همچنین در این پژوهش به منظور برازش مدل ساختاری از معیارهای ضریب تعیین (R^2)، افزونگی^۱ و در نهایت آماره GOF استفاده شد.

الف) ضریب تعیین

ضریب تعیین (R^2) معیاری است که بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. مقدار R^2 تنها برای متغیرهای درون‌زای مدل ارایه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار آن برابر صفر است. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای برازش مدل معرفی کرده است.

ب) شاخص Q^2

دومین شاخص برازش مدل ساختاری، شاخص Q^2 است. این معیار که توسط استون و گیسر (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل در سازه‌های درون‌زا را مشخص می‌کند. به اعتقاد آن‌ها مدل‌هایی که دارای برازش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زای مدل را داشته باشند. بدین معنی که اگر در یک مدل، روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها تاثیر کافی بر یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه‌ها به درستی تایید شوند. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند.

ج) شاخص GOF

مهمترین شاخص برازش مدل در تکنیک حداقل مجزورات جزئی شاخص GOF است. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران^۱ (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق **Error! Reference source not found.** محاسبه می‌شود. وتزل^۲ و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای Gof معرفی نموده‌اند. این شاخص با استفاده از مجذور حاصلضرب «میانگین ضریب تعیین» و «میانگین شاخص‌های افزونگی»^۳ قابل محاسبه است.

$$GOF = \sqrt{(R^2) \times (Communality)}$$

برای سنجش روائی پرسشنامه از روائی همگرا استفاده شد. روائی همگرا^۴ نشان می‌دهد چقدر متغیرهای یک سازه با همدیگر همراستا هستند. روائی همگرا براساس مدل بیرونی و با محاسبه میانگین واریانس استخراج^۵ (AVE) بررسی می‌شود. معیار AVE نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است. به بیان ساده‌تر AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معتقدند اگر معیار AVE بالاتر از ۰/۵ باشد مدل اندازه‌گیری دارای روائی همگرا است.

پایایی ترکیبی^۶ (CR) در مدل‌های ساختاری معیار بهتر و معتبرتری نسبت به آلفای کرونباخ به شمار می‌رود، به دلیل اینکه در محاسبه آلفای کرونباخ در مورد هر سازه تمامی شاخص‌ها با اهمیت یکسان وارد محاسبات می‌شوند، ولی در محاسبه پایایی ترکیبی شاخص‌ها با بارهای عاملی بیشتر اهمیت زیادیتری داشته و باعث می‌شود که مقادیر CR، شاخص‌ها با بار عاملی بیشتر اهمیت زیادیتری داشته و باعث شود مقادیر CR سازه‌ها معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ باشد. برای روائی همگرا، و پایایی ترکیبی باید روابط زیر برقرار باشد:

$$CR > 0.7; CR > AVE; AVE > 0.5$$

1 Tenen House

2 Tezless

3 Communalities

4 Convergent Validity

5 Average Variance Extracted (AVE)

6 Composite Reliability (CR)



یافته‌ها

در این بخش فهرستی از مقوله‌ها و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی شناسایی شد:

جدول ۱

مقوله‌ها و مولفه‌های مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال به منظور کارآفرینی اجتماعی

بعد	مقوله اصلی	مقوله فرعی
شرایط زمینه‌ای	بستر دیجیتال	زیرساخت‌های نرم‌افزاری
		زیرساخت‌های سخت‌افزاری
		طراحی جذاب و حرفه‌ای سایت
		آشنایی با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی
شرایط علی	ویژگی‌های سرمایه‌گذار	سهولت در ارائه خدمات و دسترسی سریع
		عدم محدودیت به زمان و مکان
		استفاده از فناوری‌های روز
		ویژگی‌های شخصیتی سرمایه‌گذار
		انگیزه سرمایه‌گذاری
		دانش و تجربه سرمایه‌گذار
		دسترسی به بازارهای موازی
		ویژگی‌های رفتاری سرمایه‌گذار
		تدوین قوانین حمایت و شفاف (زیرساخت حقوقی)
		ایجاد سازوکارهای تضمین تامین مالی جمعی
پدیده محوری	حمایت دولت از سرمایه‌گذاری جمعی	آشنایی نهادهای حامی فناوری و جامعه از روش‌های جدید
		تدوین قوانین مرتبط با تامین مالی جمعی
		منبع و محل تامین منابع
		بازار مرتبط و مکانیزمهای موجود
		جذب حامی مالی و غیرمالی
		منشأ منبع مالی از نظر داخلی و خارجی
		تأمین مالی از طریق بدهی یا استقراض
		تسهیلات مستقیم
		ضمانت نامه تسهیلات
		تأمین مالی از طریق سرمایه (فروش سهام)
راهبردها و اقدامات	تأمین مالی جمعی	فرشتگان کسب و کار
		صندوق‌های سرمایه‌گذاری
		برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای مالی مناسب
		برقراری تعاملات مناسب با مشتریان
		ایجاد کمپین تبلیغاتی
		افزایش اطلاع‌رسانی به عموم
		قدرت شبکه سازی
		داشتن ایده یا طرحی کاربردی و مردم پسند
		فعالیت گسترده در شبکه‌های اجتماعی
		ضمانت و پشتیبانی سرمایه‌گذاری
شرایط مداخله‌گر	گسترده‌گی تبلیغات	ریسک سرمایه‌گذاری
		رخداد تورم و نوسانات ارزی
		امنیت سرمایه
		حاکمیت محیط سیاسی بر اقتصاد

پیامد	کارآفرینی اجتماعی	میزان بازده سرمایه بروکراسی اداری مشارکت بازیگران دیجیتال افزایش انگیزه دیجیتال ایجاد سازمان دیجیتال افزایش امید به زندگی ارتقاء شایستگی کارآفرینی فعالیت‌های دیجیتال کاهش نرخ بیکاری تخصص‌گرایی افراد درآمدزایی و سودآوری اشتغالزایی جوانان فقرزدایی ارتقاء فرهنگ مالی کشور
	توسعه اقتصادی کشور	

در ادامه به بررسی روایی و پایایی سازه طراحی شده توسط محقق پرداخته شده است و پس از مورد تایید قرار گرفتن سازه، به بررسی نتایج و میزان اثرگذاری روابط پرداخته شده است.

روایی همگرا نشان می‌دهد چقدر متغیرهای یک سازه با همدیگر همراستا هستند. ستون AVE در [جدول ۲](#) مربوط به روایی سازه می‌باشد و سایر ستون‌ها مربوط به بخش پایایی سازه است.

جدول ۲

روایی و پایایی سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)	ضریب رو (Rho)
امنیت سرمایه	۰/۵۳۷	۰/۸۲۷	۰/۸۲۸	۰/۸۷۴
بستر دیجیتال	۰/۵۳۳	۰/۸۵۴	۰/۸۵۴	۰/۸۸۹
تامین مالی جمعی	۰/۵۰۰	۰/۸۸۹	۰/۸۸۹	۰/۹۰۹
توسعه اقتصادی کشور	۰/۵۵۰	۰/۸۳۶	۰/۸۳۷	۰/۸۸۰
حمایت دولت از سرمایه گذاری جمعی	۰/۵۸۱	۰/۷۵۹	۰/۷۵۹	۰/۸۴۷
ویژگی‌های سرمایه‌گذار	۰/۵۶۰	۰/۸۰۴	۰/۸۰۴	۰/۸۶۴
کارآفرینی اجتماعی	۰/۵۴۹	۰/۸۳۵	۰/۸۳۷	۰/۸۷۹
گسترده‌گی تبلیغات	۰/۵۳۵	۰/۸۵۵	۰/۸۵۵	۰/۸۸۹

میانگین واریانس استخراج شده برای کلیه متغیرهای سازه بزرگتر از ۰/۵ است، بنابراین روایی همگرا وجود دارد. روایی واگرا دیگر معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش PLS است.



جدول ۳

ماتریس سنجش روایی واگرا

سازه‌های پژوهش	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
امنیت سرمایه (۱)	۰/۷۳۳							
بستر دیجیتال (۲)	۰/۲۱۷	۰/۷۳۰						
تامین مالی جمعی (۳)	۰/۶۳۰	۰/۲۹۷	۰/۷۰۷					
توسعه اقتصادی کشور (۴)	۰/۵۴۰	۰/۳۴۴	۰/۵۸۶	۰/۷۴۲				
حمایت دولت از سرمایه گذاری جمعی (۵)	۰/۳۵۸	۰/۱۴۲	۰/۱۷۸	۰/۳۰۷	۰/۷۶۲			
ویژگی‌های سرمایه‌گذار (۶)	۰/۴۲۹	۰/۳۱۷	۰/۳۹۱	۰/۶۷۱	۰/۶۱۸	۰/۷۴۸		
کارآفرینی اجتماعی (۷)	۰/۵۷۹	۰/۲۷۲	۰/۶۱۹	۰/۴۸۳	۰/۲۲۶	۰/۳۷۵	۰/۷۴۱	
گسترده‌گی تبلیغات (۸)	۰/۴۰۱	۰/۳۴۵	۰/۴۷۴	۰/۴۱۹	۰/۱۶۸	۰/۳۲۳	۰/۴۳۴	۰/۷۳۱

همانگونه که در **جدول ۲** مشخص شده است، جذر AVE که برای هر سازه گزارش شده است (قطر اصلی) از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که این موضوع بیانگر روایی واگرایی قابل قبول برای مدل‌های اندازه‌گیری است. پس از اطمینان از مدل‌های اندازه‌گیری از طریق آزمون پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا، می‌توان نتایج حاصل از مدل بیرونی ارائه شده است.

برای بررسی پایایی هریک از سازه‌ها، ضریب رو، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ محاسبه شده است. مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی باید بیش از ۰/۷ باشد. بر اساس نتایج **جدول ۲**، آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بوده بنابراین پایایی مورد تأیید است. مقدار ضریب رو، پایایی ترکیبی نیز در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر است.

از شاخص ضریب تعیین (R^2) و شاخص ارتباط پیش‌بین (Q^2) برای سنجش قدرت پیش‌بینی مدل استفاده شد. این دو شاخص برای متغیرهای درونزا محاسبه می‌شوند.

ضریب تعیین، بیانگر میزان تغییرات متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل است. هرچه مقدار ضریب تعیین سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای ضعیف، متوسط و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل به وسیله معیار ضریب تعیین است. شاخص‌های ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده در **جدول ۴** گزارش شده است.

جدول ۴

ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده

سازه‌های اصلی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	Q^2
تامین مالی جمعی	۰/۸۲۱	۰/۸۲۰	۰/۳۸۳
توسعه اقتصادی کشور	۰/۷۱۴	۰/۷۱۳	۰/۳۶۸
کارآفرینی اجتماعی	۰/۷۰۵	۰/۷۰۴	۰/۳۶۱
گسترده‌گی تبلیغات	۰/۸۲۴	۰/۸۲۲	۰/۴۱۱

براساس نتایج به دست آمده ضریب تعیین سازه‌های درونزای مدل پژوهش مطلوب می‌باشد. مقدار ضریب تعیین تامین مالی جمعی ۰/۸۲۱ گزارش شده است که مقدار قابل قبولی است. این نشان می‌دهد که متغیرهای مدل توانسته‌اند ۸۲٪ از تغییرات در تامین مالی جمعی را تبیین کنند.

شاخص ارتباط پیش‌بین (Q^2) توسط استون و گیزر^۱ معرفی شد و با روش بلايند فولدینگ محاسبه می‌شود. اگر مقدار (Q^2) مثبت باشد نشان می‌دهد که مدل از توان پیش‌بینی مناسبی برخوردار است. شاخص ارتباط پیش‌بین (Q^2) در ستون سوم جدول ۴ گزارش شده است. شاخص (Q^2) نیز در تمامی موارد مثبت بدست آمده است بنابراین مدل از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است.

اندازه اثر (F^2) میزان تغییراتی است که متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته می‌گذارند. در واقع این شاخص نشان می‌دهد اگر یک متغیر مستقل حذف شود چه میزان تغییراتی در متغیر وابسته ایجاد می‌شود. این شاخص توسط کوهن ارائه گردید. مقدار ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (بزرگ) در

نظر گرفته می‌شود. مقادیر اندازه اثر در **جدول ۵**

اندازه اثر سازه‌های پژوهش

ارائه شده است.

جدول ۵

اندازه اثر سازه‌های پژوهش

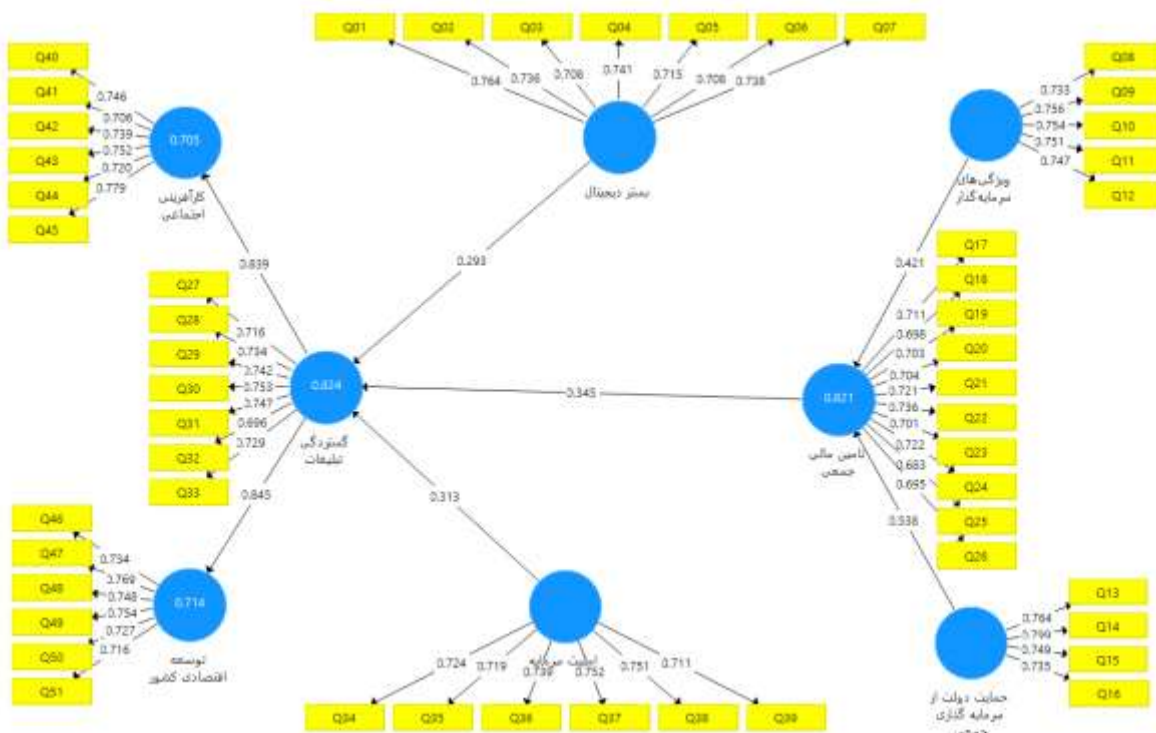
رابطه	اندازه اثر
امنیت سرمایه ← گستردگی تبلیغات	۰/۱۱۰
بستر دیجیتال ← گستردگی تبلیغات	۰/۱۰۵
تامین مالی جمعی ← گستردگی تبلیغات	۰/۱۱۵
حمایت دولت از سرمایه گذاری جمعی ← تامین مالی جمعی	۰/۶۲۶
ویژگی‌های سرمایه‌گذار ← تامین مالی جمعی	۰/۳۸۴
گستردگی تبلیغات ← توسعه اقتصادی کشور	۲/۴۹۷
گستردگی تبلیغات ← کارآفرینی اجتماعی	۲/۳۸۵

اندازه اثر در هیچ‌یک از موارد کمتر از ۰/۰۲ بدست نیامده است و در تمامی موارد بین متوسط تا قوی برآورد شد.

برای بررسی میزان اثرگذاری متغیرها در مدل از تکنیک حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصل از اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد، جهت و شدت رابطه میان متغیرها را نشان می‌دهد. خروجی نرم افزار Smart PLS برای تخمین استاندارد در **شکل ۱** ارائه شده است.

شکل ۱

خروجی اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی

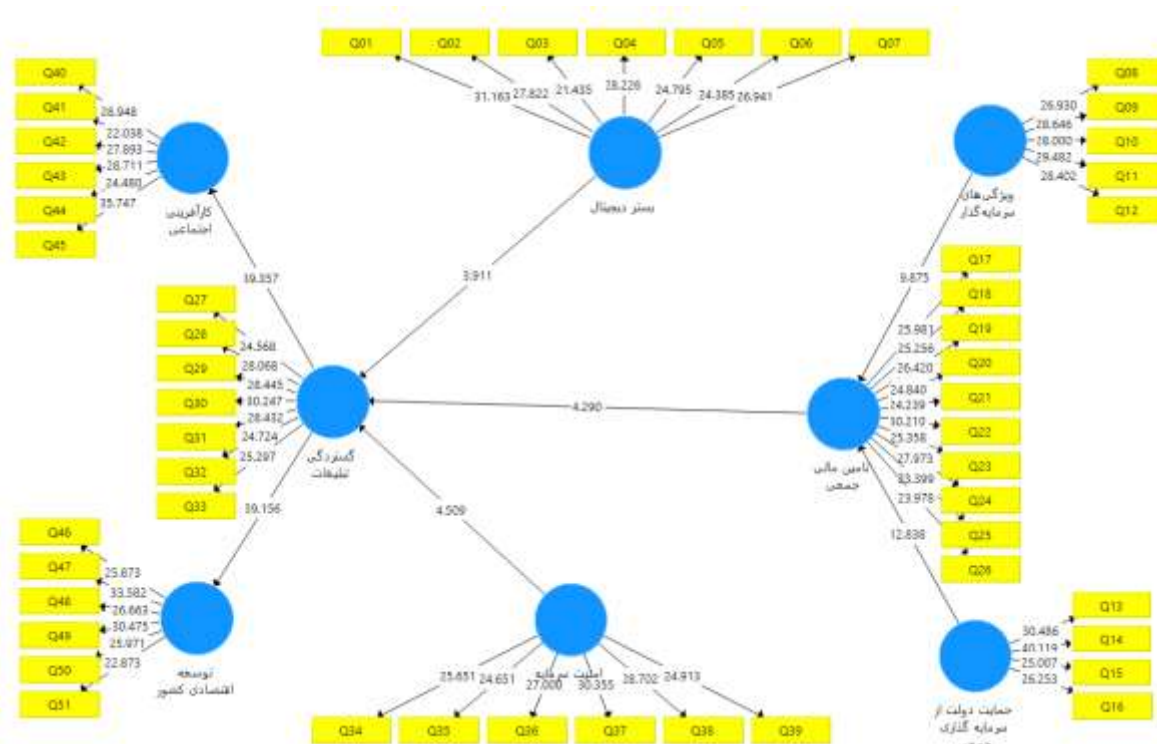


برای بررسی معناداری روابط متغیرهای مدل از روش خودگردان سازی (بوت استرپ^۱) استفاده شد که آماره t را به دست می‌دهد. در سطح خطای ۵٪ اگر مقدار آماره بوت استرپینگ بزرگتر از ۱/۹۶ باشد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. آماره t و مقدار بوت استرپینگ برای سنجش معناداری روابط نیز در شکل ۲ ارائه شده است.

بخش بیرونی (مدل اندازه‌گیری) نشان می‌دهد گویه‌هایی که برای سنجش هر یک از عوامل اصلی در نظر گرفته شده، از اعتبار کافی برخوردار است. قدرت رابطه بین گویه‌ها با عوامل مربوط بوسیله بارعاملی و معناداری آن‌ها با آماره t مورد سنجش قرار می‌گیرد. مقادیر بارهای عاملی مشاهده شده بر اساس شکل ۲ بزرگتر از ۰/۵ بدست آمده است و آماره t نیز بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین مدل بیرونی (اندازه‌گیری) مورد تایید می‌باشد.

شکل ۲

معناداری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی (بوتاسترپینگ)



روابط میان سازه‌های اصلی پژوهش در بخش ساختاری بررسی شد. خلاصه نتایج بخش ساختاری مدل (روابط میان سازه‌های مدل) در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶

خلاصه نتایج بخش ساختاری مدل (روابط سازه‌های مدل)

رابطه	ضریب مسیر	آماره t	معناداری	نتیجه
امنیت سرمایه ← گسترده اقتصادی	۰/۳۱۳	۴۵۰۹	۰/۰۰۰	تایید
بستر دیجیتال ← گسترده اقتصادی	۰/۲۹۳	۳۹۱۱	۰/۰۰۰	تایید
تامین مالی جمعی ← گسترده اقتصادی	۰/۳۴۵	۴۲۹	۰/۰۰۰	تایید
حمایت دولت از سرمایه‌گذاری جمعی ← تامین مالی جمعی	۰/۵۳۸	۱۲۸۳۸	۰/۰۰۰	تایید
ویژگی‌های سرمایه‌گذار ← تامین مالی جمعی	۰/۴۲۱	۹۸۷۵	۰/۰۰۰	تایید
گسترده اقتصادی ← توسعه اقتصادی کشور	۰/۸۴۵	۳۹۱۵۶	۰/۰۰۰	تایید
گسترده اقتصادی ← کارآفرینی اجتماعی	۰/۸۳۹	۳۹۳۵۷	۰/۰۰۰	تایید

براساس ضریب مسیر و مقدار آماره t (بوتاسترپینگ) روابط سازه‌ها به صورت زیر قابل تفسیر است:

ضریب مسیر امنیت سرمایه ← گستردگی تبلیغات مقدار ۰/۳۱۳ بدست آمد و آماره t نیز ۴.۵۰۹ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر بستر دیجیتال ← گستردگی تبلیغات مقدار ۰/۲۹۳ بدست آمد و آماره t نیز ۳.۹۱۱ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر تامین مالی جمعی ← گستردگی تبلیغات مقدار ۰/۳۴۵ بدست آمد و آماره t نیز ۴.۲۹ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر حمایت دولت از سرمایه گذاری جمعی ← تامین مالی جمعی مقدار ۰/۵۳۸ بدست آمد و آماره t نیز ۱۲.۸۳۸ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر ویژگی‌های سرمایه‌گذار ← تامین مالی جمعی مقدار ۰/۴۲۱ بدست آمد و آماره t نیز ۹.۸۷۵ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر گستردگی تبلیغات ← توسعه اقتصادی کشور مقدار ۰/۸۴۵ بدست آمد و آماره t نیز ۳۹.۱۵۶ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

ضریب مسیر گستردگی تبلیغات ← کارآفرینی اجتماعی مقدار ۰/۸۳۹ بدست آمد و آماره t نیز ۳۹.۳۵۷ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تایید می‌شود.

برای ارزیابی برازش مدل از شاخص GOF و RMS و SRMR استفاده می‌شود. برای شاخص GoF سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۰۱ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. برای شاخص RMS_theta مقادیر زیر ۰/۱۲ نشانه تناسب مدل است، در حالی که مقادیر بالاتر نشان دهنده عدم تناسب است. شاخص SRMR نیز بهتر است زیر ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۰۸ باشد. در این مطالعه شاخص GOF برابر ۰/۶۴۵ بدست آمد که از ۰/۳۶ بزرگتر است. شاخص RMS_theta میزان ۰/۰۹۵ بدست آمد که از ۰/۱۲ کمتر است. شاخص SRMR نیز ۰/۰۴۹ محاسبه گردید که از ۰/۰۸ کمتر است بنابراین برازش مدل مطلوب است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال می‌تواند به‌طور موثری به کارآفرینی اجتماعی کمک کند. این مدل با فراهم کردن امکان دسترسی به منابع مالی از طریق پلتفرم‌های دیجیتال، نقش مهمی در جذب سرمایه برای پروژه‌های اجتماعی ایفا می‌کند. یافته‌ها همچنین نشان داد که امنیت سرمایه، بستر دیجیتال و تامین مالی جمعی تاثیر قابل توجهی بر گسترش تبلیغات و موفقیت پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی دارند. این نتایج با مطالعات پیشین که به بررسی نقش پلتفرم‌های دیجیتال در تامین مالی جمعی پرداخته‌اند، همخوانی دارد (Bernardino et al., 2023; Bouncken et al., 2015; Sirisawat et al., 2022; Wade, 2023; Wang et al., 2022; Wu et al., 2022; Yousaf et al., 2022).

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، تاثیر مثبت امنیت سرمایه بر موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی است. این نتیجه نشان می‌دهد که اطمینان از امنیت سرمایه‌گذاری‌ها یکی از عوامل کلیدی در جذب سرمایه‌گذاران به پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی است. همان‌طور که در مطالعات قبلی نیز اشاره شده است، سرمایه‌گذاران در پلتفرم‌های دیجیتال به‌طور ویژه به امنیت سرمایه خود اهمیت می‌دهند و تمایل دارند در پروژه‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که ریسک‌های مرتبط با آنها کاهش یافته باشد (Cumming et al., 2019; Defazio et al., 2020).

از سوی دیگر، یافته‌های این پژوهش نشان داد که بستر دیجیتال نقش مهمی در تسهیل فرآیند تامین مالی جمعی ایفا می‌کند. پلتفرم‌های دیجیتال با فراهم آوردن امکان دسترسی به اطلاعات، کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت جذب سرمایه، می‌توانند به‌طور قابل توجهی در موفقیت پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی موثر باشند. این نتایج با مطالعاتی که نقش فناوری‌های دیجیتال در تامین مالی جمعی و تاثیر آن بر کارآفرینی اجتماعی را بررسی کرده‌اند، همخوانی دارد (Binsaeed, 2023; Pratono et al., 2020).

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که گسترش تبلیغات از طریق بسترهای دیجیتال می‌تواند به موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی کمک کند. تبلیغات موثر و گسترده می‌تواند آگاهی عمومی از پروژه‌ها را افزایش داده و افراد بیشتری را به سرمایه‌گذاری در این پروژه‌ها ترغیب کند. این موضوع در مطالعات قبلی نیز مورد تایید قرار گرفته است. برای مثال، تحقیقات نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سایر ابزارهای دیجیتال می‌تواند تاثیر مثبتی بر موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی داشته باشد (Chen et al., 2021; Chen, 2022; Elmer et al., 2020; Wang et al., 2022).

علاوه بر این، حمایت دولت از پروژه‌های تامین مالی جمعی نیز به عنوان یکی دیگر از عوامل مهم در موفقیت این پروژه‌ها شناسایی شد. دولت‌ها می‌توانند با ارائه تسهیلات و حمایت‌های قانونی، محیطی امن و مناسب برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی فراهم کنند. این نتیجه با یافته‌های مطالعات پیشین که به بررسی نقش حمایت‌های دولتی در تامین مالی جمعی پرداخته‌اند، همخوانی دارد (Chen & Volz, 2022; Ramadhan & Hendratmi, 2023).

همچنین، ویژگی‌های سرمایه‌گذاران نیز می‌تواند در موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی نقش مهمی ایفا کند. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه‌گذارانی با سطح تحصیلات بالا و تجربیات قبلی در سرمایه‌گذاری، تمایل بیشتری به مشارکت در پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی دارند. این نتیجه با مطالعات قبلی که به بررسی تاثیر ویژگی‌های فردی سرمایه‌گذاران بر موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی پرداخته‌اند، سازگار است (Cumming et al., 2019; Defazio et al., 2020; Dehdashti et al., 2022).

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان داد که مدل تامین مالی جمعی در بستر دیجیتال با توجه به ابعاد مختلف آن، می‌تواند به‌طور موثری به توسعه کارآفرینی اجتماعی کمک کند. این یافته‌ها با مطالعات پیشین همخوانی داشته و نشان‌دهنده اهمیت استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال در فرآیند تامین مالی جمعی است. به علاوه، نقش حمایت‌های دولتی، امنیت سرمایه و ویژگی‌های سرمایه‌گذاران نیز در موفقیت این نوع تامین مالی برجسته شده است.

با وجود یافته‌های مهم این پژوهش، محدودیت‌هایی نیز وجود دارد که باید در نظر گرفته شوند. نخستین محدودیت مربوط به نمونه‌گیری است. در این پژوهش، تنها از ۳۸۴ نفر از کارآفرینان اجتماعی استفاده شد که ممکن است نماینده کل جامعه نباشند. این موضوع می‌تواند باعث تعمیم‌پذیری کمتر نتایج به سایر مناطق یا بخش‌های مختلف اقتصادی شود. دومین محدودیت مربوط به روش‌های جمع‌آوری داده‌ها است. استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها ممکن است با برخی از محدودیت‌ها مانند پاسخ‌دهی نادرست یا عدم دقت در پاسخ‌ها همراه باشد. همچنین، این پژوهش تنها بر اساس داده‌های مقطعی انجام شده است و نتایج آن ممکن است تحت تاثیر تغییرات زمانی قرار گیرد.

برای تحقیقات آینده، پیشنهاد می‌شود که مطالعات بیشتری با استفاده از نمونه‌های بزرگتر و متنوع‌تر انجام شود تا نتایج به‌دست‌آمده تعمیم‌پذیری بیشتری داشته باشد. همچنین، استفاده از روش‌های ترکیبی مانند مصاحبه‌های عمیق و مطالعات موردی می‌تواند به درک عمیق‌تر از فرآیندهای تامین مالی جمعی کمک کند. تحقیقات آینده می‌توانند به بررسی تاثیرات طولانی‌مدت تامین مالی جمعی بر کارآفرینی اجتماعی



و توسعه اقتصادی بپردازند. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی به بررسی نقش فرهنگ و ویژگی‌های اجتماعی مختلف در تاثیرگذاری بر موفقیت پروژه‌های تامین مالی جمعی بپردازند.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، چندین پیشنهاد عملی برای کارآفرینان اجتماعی و سیاست‌گذاران وجود دارد. نخستین پیشنهاد این است که کارآفرینان اجتماعی باید به امنیت سرمایه و اعتمادسازی در میان سرمایه‌گذاران توجه ویژه‌ای داشته باشند. این امر می‌تواند از طریق ارائه اطلاعات شفاف و دقیق در مورد پروژه‌ها و مدیریت ریسک‌های مرتبط با آنها محقق شود. دومین پیشنهاد این است که دولت‌ها باید با ارائه حمایت‌های قانونی و تسهیلات مالی، محیطی امن و مناسب برای توسعه پروژه‌های تامین مالی جمعی فراهم کنند. به علاوه، توصیه می‌شود که کارآفرینان اجتماعی از ابزارهای دیجیتالی و شبکه‌های اجتماعی برای گسترش تبلیغات و جذب سرمایه‌گذاران جدید استفاده کنند. این امر می‌تواند به افزایش موفقیت پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی و تحقق اهداف اجتماعی و اقتصادی آنها کمک کند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Bernardino, S., Rua, O. L., & Santos, J. F. (2023). Entrepreneurship in the Age of the Digital Economy. *Revista Galega De Economía*, 1-4. <https://doi.org/10.15304/rge.32.2.9268>
- Binsaeed, R. H. (2023). The Power of Electronic Media: Nexus of Digital Crowdfunding Platforms, Innovation Strategy, Technology Orientation and Crowdfunding Performance. *Electronics*, 12(11), 2414. <https://doi.org/10.3390/electronics12112414>
- Booth, P. (2014). Crowdfunding: A Spimatic Application of Digital Fandom. *New Media & Society*, 17(2), 149-166. <https://doi.org/10.1177/1461444814558907>
- Bouncken, R. B., Komorek, M., & Kraus, S. (2015). Crowdfunding: The Current State of Research. *International Business & Economics Research Journal (Iber)*, 14(3), 407. <https://doi.org/10.19030/iber.v14i3.9206>
- Breznitz, S. M., & Noonan, D. S. (2020). Crowdfunding in a Not-So-Flat World. *Journal of Economic Geography*, 20(4), 1069-1092. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbaa008>

- Chen, F., Ding, J., Li, M., & Wang, B. (2021). From Self-entertainment to Being Appreciated: How Does Social Media Transfer Talent to Business? *Accounting and Finance*, 61(5), 6113-6146. <https://doi.org/10.1111/acfi.12859>
- Chen, W. D. (2023). Crowdfunding for Social Ventures. *Social Enterprise Journal*, 19(3), 256-276. <https://doi.org/10.1108/sej-05-2022-0051>
- Chen, Y., & Volz, U. (2022). Scaling Up Sustainable Investment Through Blockchain-based Project Bonds. *Development Policy Review*, 40(3). <https://doi.org/10.1111/dpr.12582>
- Croitor, E., Werner, D., & Benlian, A. (2021). The Effects of Control Mechanisms on Complementors' Behavioral Intentions: An Empirical Study of Reward-Based Crowdfunding Platforms. <https://doi.org/10.24251/hicss.2021.745>
- Cumming, D. J., Meoli, M., & Vismara, S. (2019). Investors' Choices Between Cash and Voting Rights: Evidence From Dual-Class Equity Crowdfunding. *Research Policy*, 48(8), 103740. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.01.014>
- Defazio, D., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2020). How Pro-Social Framing Affects the Success of Crowdfunding Projects: The Role of Emphasis and Information Crowdedness. *Journal of Business Ethics*, 171(2), 357-378. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04428-1>
- Dehdashti, Y., Namin, A., Ratchford, B. T., & Chonko, L. B. (2022). The Unanticipated Dynamics of Promoting Crowdfunding Donation Campaigns on Social Media. *Journal of Interactive Marketing*, 57(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/10949968221074726>
- Elmer, G., Ward-Kimola, S., & Burton, A. (2020). Crowdfunding During COVID-19: An International Comparison of Online Fundraising. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v25i11.10869>
- Hakimi, N., Fathi, Z., & Pourbahrami, B. (2024). Application of Metacombination Technique in the Financial Flow Based on Blockchain Technology in the Hospital Ecosystem. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 74-93. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2035663.1036>
- Hidalgo, E. S., Espelt, R., & Vicente, R. B. (2022). Assessing the Value of Civic Crowdfunding: Goteo.org Social Impact Calculator. <https://doi.org/10.31235/osf.io/nzc45>
- Horta, H., Meoli, M., & Vismara, S. (2021). Crowdfunding in Higher Education: Evidence From UK Universities. *Higher Education*, 83(3), 547-575. <https://doi.org/10.1007/s10734-021-00678-8>
- Mohammadi Yazdi, A., Mirsepasi, N., Mousakhani, M., & Hanifi, F. (2024). Investigating the Status of Human Resource Management Development Indicators Based on Competency Components in the e-Commerce Development Center of the Ministry of Industry, Mines and Trade. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 180-199. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2035663.2412>
- Molina, C. M., Rey-Moreno, M., Felício, J. A., & Paguillo, I. R. (2019). Participation in Crowdfunding Among Users of Collaborative Platforms: The Role of Innovativeness and Social Capital. *Review of managerial science*, 13(3), 529-543. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00329-4>
- Moradpour, Z., Madhooshi, M., Safaie, A. H., & Yahyazadeh Far, M. (2024). Structural Interpretive Modeling of the Thought Pattern of Successful Entrepreneurs in Iran's Industry. *Dynamic Management and Business Analysis*, 2(4), 212-224. <https://doi.org/10.22034/dmbaj.2024.2035663.2414>
- Pratono, A. H., Prima, D. A., Nur Flora Nita Taruli Basa, S., Permatasari, A., Ariani, M., & Han, L. (2020). Crowdfunding in Digital Humanities: Some Evidence From Indonesian Social Enterprises. *Aslib Journal of Information Management*, 72(2), 287-303. <https://doi.org/10.1108/ajim-05-2019-0123>
- Ramadhan, M. H. N., & Hendratmi, A. (2023). Moslem Millennials Donor Intention Through Donation-Based Crowdfunding in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 41-56. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp41-56>
- Sirisawat, S., Chatjuthamard, P., Kiattisin, S., & Treepongkaruna, S. (2022). The Future of Digital Donation Crowdfunding. *PLoS One*, 17(11), e0275898. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275898>
- Wade, M. (2023). Crowdfunding Platforms as Conduits for Ideological Struggle and Extremism: On the Need for Greater Regulation and Digital Constitutionalism. *Policy & Internet*, 16(1), 149-172. <https://doi.org/10.1002/poi3.369>
- Wang, Y., Li, Y., & Wu, J. (2022). Digital Identities of Female Founders and Crowdfunding Performance: An Exploration Based on the LDA Topic Model. *Gender in Management an International Journal*, 37(5), 659-678. <https://doi.org/10.1108/gm-12-2020-0360>
- Wu, A., Garimella, A., Subramanyam, R., & Ahsen, E. (2022). Disaster Management Through Digital Platforms: Online Crowdfunding Communities Respond to the COVID-19 Pandemic. <https://doi.org/10.24251/hicss.2022.537>
- Yousaf, Z., Shakaki, O., Isac, N., Crețu, A., & Hrebenciuc, A. (2022). Towards Crowdfunding Performance Through Crowdfunding Digital Platforms: Investigation of Social Capital and Innovation Performance in Emerging Economies. *Sustainability*, 14(15), 9495. <https://doi.org/10.3390/su14159495>