

## فصلنامه جهان نوین

No 2, 2020, P 1-19

سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۹، صص ۱۹-۱

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۳۴۷۹ - ۲۶۴۵)

## کاربرد تأمین مالی جمعی در موفقیت کسب و کارهای نوپا

الهام ازنب<sup>۱</sup>

## چکیده

تأمین مالی برای کسب و کارها یکی از مشکل ترین مسائلی است که کارآفرینان در هنگام راه اندازی کسب و کار و همچنین در طول فعالیت به آن نیازمند هستند. در حوزه تأمین مالی موارد بسیاری وجود دارد که پیش روی کارآفرین جهت تأمین مالی کردن کسب و کار و پروژه های کارآفرین قرار می دهد. بهترین روشی که کارآفرین در هنگام راه اندازی کسب و کار، جهت تأمین مالی کردن، به آن نیاز دارد روش های غیر روش های تأمین مالی سنتی است؛ که مسیر را برای کارآفرین دشوار و بعضاً از وظایف مدیریتی غافل می نماید. از این رو، بنیان گذاران خلاق منبع مالی جدیدی به نام تأمین مالی جمعی را معرفی کرده اند. روشی که بسیار سریع که کارآفرین را به هدف تأمین مالی می رساند و با حذف فاصله جغرافیایی، هزینه مورد نیاز از مردم جامعه که تعداد بی شماری وجود دارد را جمع آوری می کند. در روش تأمین مالی جمعی مالکیت کارآفرین همچنان در اختیار خود کارآفرین قرار می گیرد و در عین حال کارآفرین برای کسب و کار خود به منابع مالی دسترسی پیدا کرده است. همچنین با مشارکت افراد در هنگام جمع آوری اهداف بازاریابی برای کسب و کارها مزبور محقق می شود زیرا تأمین کنندگان مالی، سفیران بالقوه محصول و خدمات هستند و در هنگام تأمین مالی کردن به صورت هم زمان باعث بازاریابی دهان به دهان و معرفی محصول و خدمت و ارتقا فروش کالای مزبور می شوند. هدف مطالعه پیش رو این است که به روش توصیفی و با مرور مطالعه برخی نمونه ها و سایر متون کاربردهای تأمین مالی جمعی را برای کسب و کارهای نوپا بررسی کند.

کلیدواژه: تأمین مالی جمعی، کسب و کارهای نوپا، انواع تأمین مالی جمعی

۱- دانشجوی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران: elhamaznab1400@gmail.com

## مقدمه:

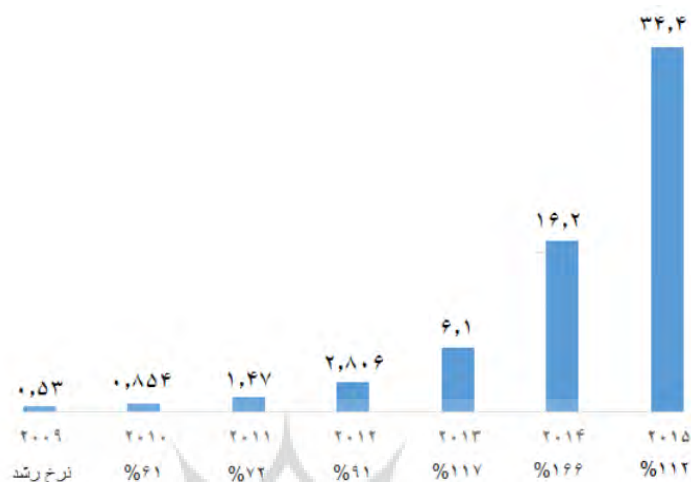
تأمین مالی در حقیقت به مجموعه فرایندهایی اطلاق می‌شود که جهت تأمین منابع و سرمایه مورد نیاز برای انجام فعالیت های تجاری، خرید و با سرمایه‌گذاری انجام می‌شود. روش‌های متفاوتی برای تأمین مالی فعالیت تجاری وجود دارد که بانک‌ها و مؤسسات مالی مختلف می‌توانند از آن‌ها برای تأمین مالی شرکت‌ها استفاده نمایند. یکی از پیش‌شرط‌های اساسی موفقیت در کسب‌وکار، دسترسی به منابع مالی کافی، مدیریت صحیح منابع مالی و استفاده بهینه از آن‌هاست (فلاح و اسماعیلی، ۱۳۹۴). به بیانی دیگر تأمین مالی جمعی، کانال جدیدی را فراهم می‌کند که از طریق آن کارآفرینان می‌توانند منابع مالی را برای انجام پروژه‌های نوآورانه و مدیریت سرمایه‌های خود افزایش دهند (Liang et al., ۲۰۱۹).

تأمین مالی جمعی در بستر اینترنت این اجازه را به کارآفرینان می‌دهد که برای کسب کارها و پروژه‌های خود صدها هزار دلار سرمایه‌گذاری کنند. این مناسب‌ترین گزینه به جای سرمایه‌گذاری سنتی به حساب می‌آید (Mollick, ۲۰۱۰). از طرفی دیگر شرکت‌های جدید با مشکلات جذب سرمایه‌گذاری خارجی در مرحله اولیه خود روبرو هستند. این مسئله را می‌توان از طریق وام‌های بانکی یا حقوق صاحبان سهام تأمین کرد درحالی‌که فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر، شکاف‌های باقی‌مانده برای مقادیر بزرگ را تأمین می‌کنند و برای مقادیر کوچک‌تر، توسط خود کارآفرینان، دوستان و خانواده‌ها تأمین می‌شود. با این حال، بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها بدون تأمین مالی باقی می‌ماند و این مسئله تا حد زیادی به دلیل فقدان ارزش کافی که سرمایه‌گذاران بتوانند تعهد دهند و یا به دلیل تلاش ناموفق برای متقاعد کردن سرمایه‌گذاران است (Schwienbacher & Larralde, ۲۰۱۰).

به بیانی مختصر می‌توان گفت: درحالی‌که سرمایه‌گذارها در مورد سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در جهان بحث می‌کردند، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با درآمد کم توانستند از طریق جمع‌سپاری مالی بر سرمایه خود، جهت رشد کسب‌وکارهایشان بیفزایند. یک‌راه برای فهم اینکه چگونه شرکت‌ها می‌توانند شانس خود را برای سرمایه‌گذاری از طریق سرمایه‌گذاران افزایش دهند، این است که بدانند سرمایه‌گذاران چه چیزی را دنبال می‌کنند، یعنی عواملی که بر رفتار سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اثر می‌گذارد. بسیاری از مطالعات تلاش کرده‌اند به‌طور کلی رفتار تأمین مالی جمعی را درک کنند (Liang & Yuan, ۲۰۱۶).

نظرسنجی که (Mollick & Kuppaswamy, ۲۰۱۶) انجام دادند نشان می‌دهند که تأمین مالی جمعی می‌تواند به‌عنوان مقدمه‌ای باشد برای پایان دادن به سرمایه‌گذاری‌های سنتی مانند (سرمایه‌گذاری خطرپذیر و سرمایه‌گذاری فرشته) ضرورت تأمین مالی (رکود اقتصادی و نیاز به تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا) دارای رشد نسبتاً زیادی می‌باشد

(Alonso et al., 2016). در شکل ۱ شاهد افزایش و رشد صنعت تأمین مالی جمعی که در بستر اینترنت هستیم از سال ۲۰۰۹ با ورود کیک استارتر به دنیای تأمین مالی جمعی این صنعت پا رو به افزایش گذاشته است.



شکل ۱. نرخ رشد صنعت تأمین مالی جمعی

و از طرفی دیگر، جمعیت سرمایه‌گذار از طریق سیستم‌عامل‌های تجارت الکترونیک به سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌ها و تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا مشغول فعالیت می‌شوند که شامل ۳ نوع بازیگر است که در این اکوسیستم نقش‌آفرینی می‌کنند. اول خالق پروژه که تلاش می‌کند حامیانی برای پروژه خود پیدا کند. دوم حامیان مالی که تصمیم می‌گیرند با در نظر گرفتن پول موردنظر در پروژه شرکت کنند و سوم پلتفرم تأمین مالی جمعی که دو بازیگر فوق را در بستر اینترنت به هم متصل می‌کند تا فرصتی برای سرمایه‌گذاری فراهم کند (Ryu and Kim, 2016). بر اساس گزارش رقابت‌پذیری جهانی منتشرشده توسط مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۷) ایران از نظر شاخص‌های تأمین مالی در زمینه دسترسی به وام، رتبه ۱۲۴ و از نظر دسترسی به سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر رتبه ۱۱۰ را در میان ۱۳۸ کشور بررسی‌شده دارد (Forum Economic, World 17/2016). از اینرو کارآفرینان نه تنها در تهیه وام دچار چالش‌ها و مشکلات زیادی هستند بلکه از نظر دسترسی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز در مضیقه هستند. از آنجاکه تأمین مالی جزء لاینفک تمام فعالیت‌های کارآفرینانه است و از سویی کشور ایران از لحاظ ساختار تأمین مالی طبق آمارها در شرایط نامطلوبی قرار دارد، از این‌رو استفاده از روش‌های تأمین مالی جمعی به‌ویژه در کسب‌وکارهای نوپا می‌تواند بسیار مفید و کارا باشد (چیت‌سازان و همکاران، ۱۳۹۶). لذا در این مقاله هدف ما این است که با مروری بر منابع موجود اهداف کارکرده‌ای تأمین مالی جمعی و تأثیر آن را در کسب‌وکارهای نوپا بسنجیم.

## پیشینه پژوهش

## تأمین مالی جمعی

شاید بتوان به ساده‌ترین شکل تأمین مالی جمعی را تعریف نمود تأمین مالی جمعی، کسب سرمایه موردنیاز یک پروژه یا یک بنگاه را از یک گروه گسترده از افراد به‌جای گروه‌های حرفه‌ای مانند بانک‌ها دانست (Kleemann et al., ۲۰۰۸)؛ و همین‌طور روش جمع‌آوری مقادیر کوچکی پول از گروه‌های کثیری از مردم به‌وسیله یک پلتفرم تأمین مالی آنلاین به‌منظور تأمین هزینه یا سرمایه یک کسب‌وکار مردم‌پسند است (Friedman & Natick, ۲۰۱۵). تأمین مالی جمعی یک فعالیت مشارکتی است که طیف وسیعی از مردم را قادر می‌سازد با پرداخت سهمی هرچند جزئی در بسیاری از فعالیت‌ها مشارکت کنند. تأمین مالی جمعی یعنی سرمایه‌گذاری در پروژه یا سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، با مشارکت مالی تعداد زیادی از افراد که از طریق اینترنت انجام می‌گیرد (Spoti, ۲۰۱۲). گامینگ و ژانگ<sup>۲</sup> در سال (۲۰۱۸) موضوع تأمین مالی جمعی در بستر اینترنت را این‌گونه کامل کردند پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی واسطه‌هایی هستند که دارای بازدیدکنندگان می‌باشند که قصد دارند سرمایه‌گذاری انجام دهند و کارآفرینانی که متقاضیان منابع مالی (صاحب پروژه) هستند که پلتفرم تأمین مالی جمعی این گروه‌ها را به هم مرتبط ساخته و به کسب‌وکارها و صاحبین ایده اجازه می‌دهند که ایده‌شان را برای جمع‌گسترده‌ای ارائه کرده، از آن‌ها درخواست منابع مالی نموده و سپس یک قابلیت سرمایه‌گذاری برای حامیان ایجاد نمایند. این انتظار از پلتفرم‌های تأمین مالی می‌رود که عدم تقارن اطلاعات از سوی تأمین‌کنندگان و ارائه‌دهندگان سرمایه را کاهش داده و کیفیت خوبی از پروژه‌ها و خود پلتفرم به نمایش بگذارد.

گسترش روزافزون جمع‌سپاری مالی در جهان و تأثیر که این شیوه از تأمین مالی بر پیشبرد نوآوری، کارآفرینی و اشتغال داشته است موجب شده دانشگاه (ام‌ای‌تی) در گزارش سال ۲۰۱۲ خود این نوع آوری را در زمره یک از ۱۰ فناوری برتر سال که جهان را متأثر خواهد کرد، اعلام نمود به عبارتی، تأمین مالی جمعی همان طوفان مخرب خلاق شومپیتر است که در زمان بحران اقتصادی جهانی (دوره ۲۰۰۸ الی ۲۰۱۲) مسیرهای جدیدی را برای فعالیت اقتصادی کارآفرینان باز کرد. در همان سال ۲۰۱۲، ایالات متحده آمریکا به‌منظور آماده‌سازی زیرساخت‌های قانونی برای استفاده بهینه از ظرفیت بازارهای سرمایه عمومی از جمله تأمین مالی جمعی، اصلاحاتی در قوانین خود انجام داد. از سال ۲۰۱۳ کشورهای اروپایی از جمله انگلستان و ایتالیا نیز قوانین و ضوابطی برای تسهیل در استفاده از این ابزار پر قدرت تدوین

کرده و بانک جهانی نیز آن را به عنوان ابزاری باارزش به کشورهای در حال توسعه توصیه کرده است (مهرنوش و بهرامی، ۱۳۹۷).

یکی از موارد تأمین مالی بازار که اتحادیه اروپا آن را برای کسب و کارهای کوچک و متوسط پیشنهاد کرده است تأمین مالی جمعی است؛ که اشکال مختلفی در بازار برای تأمین مالی وجود دارد به عنوان مثال اگر تأمین مالی 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 که اتفاق افتاد دور از ذهن به نظر نمی‌رسد و اگر هدف در تأمین مالی از طریق فرشتگان کسب و کار است امکان محدود شدن حیطه مدیریتی در کسب و کار وجود دارد. تأمین مالی جمعی بهترین فرصت است که می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد (Lissowska, ۲۰۱۸).

قبل از آنکه به جزئیات فرآیندهای تأمین مالی جمعی و انواع مدل‌های آن بپردازیم، بایستی تعریفی مشخص و جامع از شرکت‌های نوپا یا همان شرکت‌های کوچک و متوسط داشته باشیم. چراکه در تعاریف تأمین مالی جمعی کاملاً مشخص است که تمرکز بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط است که توانایی تأمین مالی از راه‌های سنتی را ندارند. این شرکت‌ها در کشورهای مختلف تعاریف مختلفی دارند. در ادامه به جزئیات این مفهوم اشاره شده است.

کسب و کارهای نوپا در کشورهای دنیا دارای شباهت‌های بسیاری هستند و همه‌ی کشورهای دنیا در اینکه شریان اصلی اقتصاد و پویایی و انعطاف‌پذیری خودشان از این شرکت‌های بهره می‌گیرد که با یکدیگر هم عقیده هستند ولی باین وجود نمی‌توان تعریف واحد و یکسانی برای همه ارائه داد و هر کشوری بر حسب شرایط خاص خودش تعریفی ارائه کرده است. بیشتر این تعریف‌ها بر اساس معیارهای کمی از قبیل تعداد کارکنان، میزان سرمایه و میزان گردش مالی مطرح شده‌اند. در ایران نیز صنایع کوچک و متوسط و واحدهای صنعتی دارای کمتر از ۵۰ نفر نیرو را بنگاه کوچک و واحدهای صنعتی دارای ۵۰ تا ۲۵۰ نفر نیرو را بنگاه متوسط تعریف کرده‌اند (میر فخرالدین و بنی فاطمه، ۱۳۹۳). بر اساس تعریف اتحادیه اروپا، صنایع کوچک و متوسط کسب و کارهای تولیدی و خدماتی هستند که کارکنان آن‌ها کمتر از ۲۵۰ نفر باشد. تقسیم‌بندی بنگاه‌های کوچک و متوسط بدین قرار است:

بنگاه‌های خرد (۱-۹ نفر کارگر)

بنگاه‌های کوچک (۱۰-۴۹ نفر کارگر)

بنگاه‌های متوسط (۵۰-۲۴۹ نفر کارگر)

در محیط اقتصادی بسیار پویای امروزی دوران بیشتر نمونه‌های سنتی کسب و کارها به سر آمده است. کشورها به خوبی دریافته‌اند که شرکت‌های بزرگ، از این‌پس عامل اصلی رشد اقتصادی به شمار نمی‌روند. امروزه، اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور بنگاه‌های کوچک و متوسط بنا می‌گردد. (افشار پور و همکاران، ۱۳۹۴).

شرکت‌های کوچک و متوسط مهم‌ترین منبع کارهای جدید هستند: هر ساله در اروپا، بیش از ۴ میلیون شغل جدید ایجاد می‌کنند. در بحران اقتصادی، این شرکت‌ها بیشترین تعداد نسل‌های جدید را ایجاد کردند (در اتحادیه اروپا بیش از ۶۶ درصد کارکنان در شرکت‌های کوچک و متوسط کار می‌کنند و در کشورهای در حال توسعه به بیش از این مقدار هم می‌رسد) امروزه این شرکت‌ها اغلب تنها شرکت‌هایی هستند که شغل‌های جدید ایجاد می‌کنند و راهی هستند برای جلوگیری از مهاجرت افراد مناطق جغرافیایی غیرفعال و در نتیجه تأثیر بسزایی در رشد و توسعه اقتصاد ملی، منطقه‌ای و محلی دارند (Golić, ۲۰۱۴).

دسترسی گسترده به اینترنت و ضرورت استفاده از شبکه‌های اجتماعی<sup>۳</sup> همراه با آزادی در حال توسعه رشد گروه‌ها و توده‌های افراد، فرصت و ام‌های کلان قابل توجهی را جهت تأمین منابع مالی از این طریق فراهم ساخته است. بدین ترتیب کارآفرینان قادر خواهند بود که با استفاده از روشی که تأمین مالی جمعی نامیده می‌شود، برای بنگاه‌ها و کسب و کارهای نوپای خود منابع مالی و سرمایه جذب نمایند. به عبارتی دیگر کارآفرین تأمین مالی جمعی را به عنوان جایگزینی برای منابع مالی قبلی در نظر گرفته و به جای تکیه بر تعداد محدودی سرمایه‌گذار به شدت پیچیده و مدیران بانک‌ها، از مزایای اینترنت استفاده کرده و افراد و مخاطبان زیادی را در این رابطه ترغیب می‌نماید. هریک از این افراد مقدار اندکی پول مشارکت می‌کنند همه آن‌ها در کنار هم هدف مشترکی را محقق می‌سازند. پس تأمین مالی جمعی یک منبع جایگزین و لازم برای تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط است (Golić, ۲۰۱۴).

بحران‌های مالی سبب گردید که بیش از پیش شرکت نوپا و طرح‌های نوآورانه و کارآفرینانه با مشکلات عمیق‌تری برای تأمین مالی پروژه‌های خود مواجه گردند (Ibrahim & Verliyantina, ۲۰۱۲)

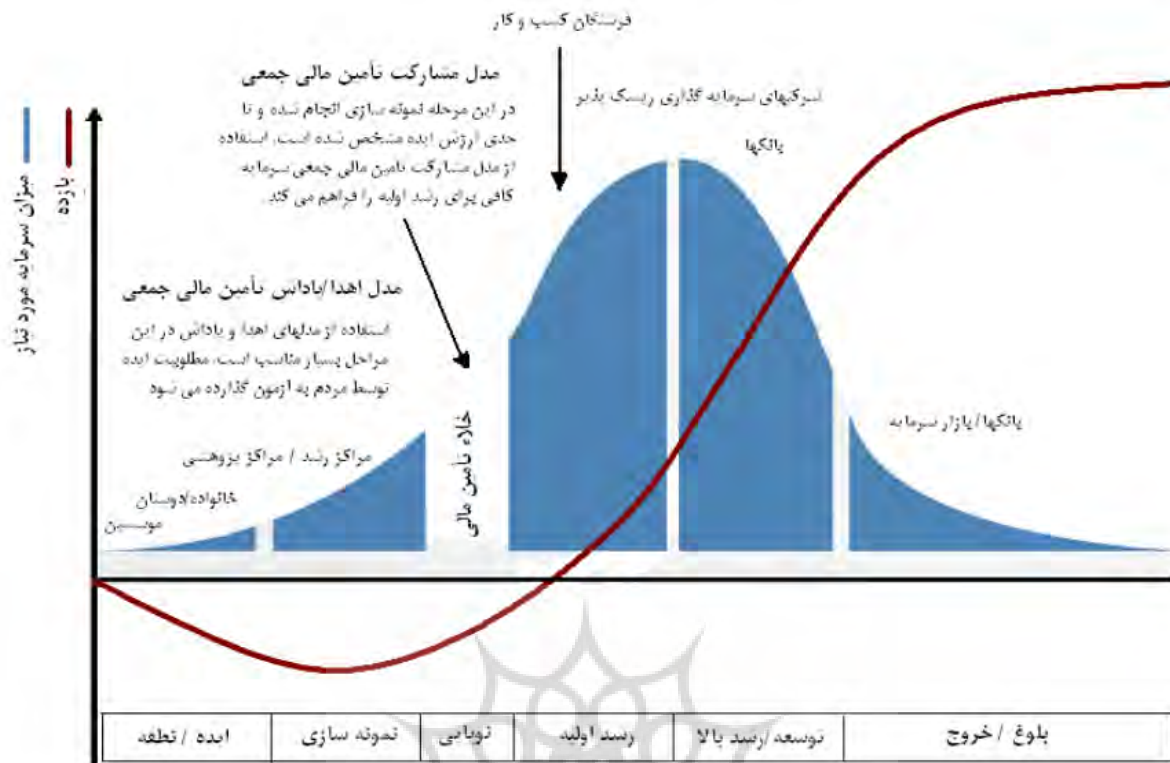
به عنوان یک راه حل برای تأمین مالی شرکت‌ها، استفاده از تأمین مالی جمعی است. تأمین مالی جمعی، کانال جدیدی را فراهم می‌کند که از طریق آن کارآفرینان می‌توانند منابع مالی را برای انجام پروژه‌های نوآورانه و مدیریت سرمایه‌های خود افزایش دهند. اگرچه تعداد زیادی از پروژه‌های موفق جمع‌آوری شده زیاد نیست؛ و میزان موفقیت تنها حدود یک‌سوم فرآیند به دست آوردن وجوه موردنیاز از تأمین مالی برآورد شده است، این در حالی است که آگاهی از روش

درست تأمین مالی جمعی و شناسایی عوامل مؤثر تأمین مالی بر روی پروژه، مشارکت‌کنندگان و پلتفرم‌ها تأثیرگذار است، می‌تواند درصد موفقیت را بالا ببرد (Liang et al. ۲۰۱۹) با این تفاسیر درک درست از تأمین مالی جمعی و روش درست و آگاهی از آن برای سرمایه‌گذاران و سرمایه‌پذیران، مشکلاتی است که این روزها با تأمین مالی جمعی دست‌به‌گریبان شده است که چه عواملی می‌تواند بر روی تأمین مالی جمعی تأثیرگذار باشد (Bannerman, ۲۰۱۳).

تأمین مالی جمعی در بستر اینترنت این اجازه را به کارآفرینان می‌دهد که برای کسب کارها و پروژه‌های خود صدها هزار دلار سرمایه‌گذاری کنند. این مناسب‌ترین گزینه به‌جای سرمایه‌گذاری سنتی به‌حساب می‌آید (mollik, ۲۰۱۰).

اگر کارآفرین از طریق سنتی اقدام به تأمین مالی نماید ممکن است ماه‌ها به طول کشیده شود و کارآفرینان را از حرفه مدیریت کسب‌وکار منصرف نماید. از سوی دیگر بدون تأمین مالی کافی، کسب‌وکارهای کوچک هرگز به موفقیت نخواهند رسید و مالکان آن‌ها در دام یک دور باطل گرفتار می‌شوند. از این‌رو لازم است که بسترهای لازم برای دسترسی کارآفرینان به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری فراهم گردد. سرمایه‌گذاری جمعی روشی سودمند است که نه تنها سرمایه‌گذاران و کسب‌وکارهای نوپا بلکه دولت و اقتصاد، به آن نیاز دارند که باید عوامل برای آن شناخته شود؛ و از آنجای که کسب‌وکارهای کوچک گزینه‌های تأمین مالی بسیار محدودی دارند و روش‌های تأمین مالی سنتی از قبیل وام‌های بانکی اغلب به علت داشتن وثیقه رد می‌شوند و تأمین مالی هم از طریق سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر فقط به تعداد محدودی از کسب‌وکارها تعلق می‌گیرد؛ و کارآفرینان باید بتوانند روش جایگزینی به نام تأمین مالی جمعی در فضای اینترنت برای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و نوپا خود استفاده کنند (Ellman, & Hurkens, ۲۰۱۹).

وجود شکاف در تأمین مالی، شرکت‌ها را بر آن داشت تا به ارائه و بررسی راه‌حلی مدرن برای کمک به کسب و کارهای کوچک و متوسط شتافته و باعث بهبود وضعیت شرکت‌ها به‌خصوص کسب‌وکارهای نوپا شود. با ارائه گزارش بانک جهانی در سال (۲۰۱۳) که شکاف مالی در منحنی دوره‌ی نوپا با ارائه تأمین مالی جمعی قابل برطرف شدن است.



شکل ۱. چرخه‌ی تأمین مالی در طول کسب و کارها (گزارش بانک جهانی، ۲۰۱۳)

در شکل فوق عمر یک کسب و کار از زمان شکل‌گیری ایده تا بلوغ و افول شرکت نمایش داده شده است که در هر مرحله‌ای از عمر خود نیاز به تأمین مالی دارد و محل‌هایی که می‌تواند کسب و کار از آن در هر مرحله‌ای تأمین مالی کند مشخص شده است. در مرحله‌ی نوپایی شرکت‌ها نیاز به منابع مالی فراتر از دوستان و آشنایان و مراکز رشد و کارآفرینی دارند و هنوز به درجه‌ای از اعتبار و نشان دادن قابلیت‌های خود نرسیده‌اند که بتوانند از طریق فرشتگان کسب و کار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر و بانک‌ها تأمین مالی کنند. این شکاف تأمین مالی به وسیله‌ی تأمین مالی جمعی در دنیا، در حال پوشش و پر شدن است. تأمین مالی جمعی در بیشتر کسب و کارهای که نمونه‌سازی از محصول صورت گرفته و یا ارزش یک ایده نمایان و مشخص گشته است و همچنین یک کسب و کار در مرحله نوپا قرار دارد و برای ارتقا و رشد نیازمند تأمین مالی از طریق تأمین مالی جمعی است.

### انواع مدل‌های تأمین مالی جمعی

انواع مدل‌های تأمین مالی جمعی، امروز به اشکال مختلف از سرمایه‌گذاری (خیریه، پاداش، وام، حقوق صاحبان سهام) به صورت همزیستی در یک اکوسیستم جهانی مشغول به فعالیت است (Hervé & Schwienbacher, ۲۰۱۸).



## مبتنی بر اهدا (وقف)

به مدلی از تأمین مالی جمعی گفته می‌شود که برای خیرخواهی و بدون دریافت سود یا محصول /خدمتی سرمایه‌گذار به حمایت از طرح می‌پردازد (Moritz & Block, ۲۰۱۶). در این حالت کمک‌های مالی به شکل وقفی هستند که به‌رایگان داده می‌شوند. این روش اغلب در پروژه‌های غیرانتفاعی یا بشردوستانه کاربرد دارد و مشارکت‌کنندگان هیچ‌گونه انتظاری در قبال حمایت مالی ارائه‌شده ندارند و معمولاً در تأمین مالی خیریه‌ها و نهادهای مدنی استفاده می‌شود. (Rossi, ۲۰۱۴).

در مدل تأمین مالی جمعی اهدایی، مؤسس پول را از یک جمع بدون هیچ بازده ملموسی برای مشارکت آن‌ها دریافت می‌نماید. در مدل اهدایی خالص، هیچ پاداشی در برابر مشارکت افراد پیشنهاد نمی‌گردد. منابع مالی دریافت شده، اساساً کمک مالی اعطاشده در راستای یک هدف خاص و بدون انتظار بازدهی خاصی برای حامی مالی درازای حمایتش است. مدل اهدایی مبتنی بر پاداش یک سیستم تشویقی را به کار می‌گیرد که به‌موجب آن حامیان پاداش‌های غیر پولی دریافت می‌کنند که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از به رسمیت شناختن فرد یا پاداش‌های تجربی همچون فرصتی برای ملاقات خالقین پروژه، حضور در رویدادی ویژه، یا حتی مشارکت در تولید و خلق محصول (Paschen, ۲۰۱۷).

## مبتنی بر قرض (وام)

به مدلی از تأمین مالی جمعی گفته می‌شود که فرد سرمایه‌گذار به‌صورت قرض یا وام به حمایت از کسب‌وکار کارآفرین می‌پردازد و کارآفرین به‌مرور بازپرداخت می‌نماید و هزینه‌ای بهره‌های به آن اضافه می‌شود (Mundial, ۲۰۱۳). مساعدت‌ها به‌صورت قرض‌های کوچک از شرکت‌ها و اشخاص است (تجاری به تجاری یا تجاری به افراد یا نظیر به نظیر) که با نرخ بهره مناسب بازپرداخت می‌گردد. در این شکل از تأمین مالی، دو طرف ارائه‌کننده و دریافت‌کننده وام، بدون واسطه با یکدیگر تعامل می‌کنند. با این تفاوت که در این مدل طرف ارائه‌کننده وام یا قرض، بیش از یک نفر و در واقع انبوهی از مردم است. در این روش اعطای وام در دو شکل بلندمدت و کوتاه‌مدت صورت می‌گیرد و گاهی اوقات، قرض دهنده (مشارکت‌کننده) و چه خود (یا مبلغی بیش از آن) را در زمان معینی پس خواهد گرفت اما مواردی دیده‌شده که دریافت‌کننده وجه (کارآفرین)، پرداخت عین و چه یا بیش از آن را به سایر متقاضیان نظیر خود در همان شبکه اجتماعی پس از زمانی معین تعهد می‌کند و در واقع وجوه، سرمایه شبکه تلقی شده و در شبکه گردش می‌کند. شرکت‌هایی مانند لندینگ کلوب و زوپا در این زمینه پیشگام هستند (Rossi, ۲۰۱۴).

## مبتنی بر پاداش

الف) به مدلی از تأمین مالی جمعی گفته می‌شود که سرمایه‌گذار بدون انتظار از درآمد (نهایتاً پیش‌خرید محصول یا خدمت) به حمایت از طرح کارآفرین می‌پردازد سرمایه‌گذاران، پاداش‌های مشهود و نامشهودی در قبال مساعدت‌هایشان دریافت می‌کنند (Dresner, ۲۰۱۴).

ب) هم‌اشار را بگیر: در این حالت همه کمک‌های جمع‌آوری شده بدون توجه به مبلغ درخواستی پروژه، به بنیان‌گذار پروژه تحویل داده می‌شود. فرد تأمین‌کننده در قبال و جبهی که پرداخت کرده از نوعی پاداش برخوردار می‌شود؛ که گاهی پاداش‌ها به صورت معنوی و اقتصادی قابل پرداخت است؛ و گاهی هم محصول و خدمات به فرد تأمین‌کننده مالی پیش‌فروش می‌شود و یا بعد از تولید به‌عنوان پاداش به وی تعلق می‌گیرد (Kraus at al. ۲۰۱۷).

## مبتنی بر سهام (مشارکت)

به مدلی از تأمین مالی جمعی گفته می‌شود که سرمایه‌گذار به دنبال شریک شدن در سود و زیان طرح کارآفرین است و در قبال آن اوراق بهادار منتشر می‌شود (Beaulieu. ۲۱۵). مساعدت‌ها به شکل سرمایه‌گذاری سهامی هستند و در مقابل آن، مشارکت‌کننده انتظار دارد تا درصدی از درآمد پروژه به وی تعلق گیرد. این شیوه نقش تازه‌ای در چارچوب قانونی ملی ایفا می‌کند (Kraus at al. ۲۰۱۷).

جدول ۱. نواع تأمین مالی جمعی و پاداش‌های متناسب با آن

پاداشها	انواع تأمین مالی
بدون پاداش	کمک (اهدا)
قرارداد دریافت محصول یا خدمات	پاداش
بازپرداخت + سود	وام
درآمد تقسیمی	مشارکت

این چهار نوع تأمین مالی جمعی و پاداش آن‌ها در جدول ۱ نشان داده شده‌اند؛ و همچنین هرکدام از مدل‌ها، در کنار ویژگی‌ها و فوایدی که دارند با ریسک‌ها و چالش‌هایی نیز مواجه هستند که در جدول ۲ خلاصه شده است (Best et al. ۲۰۱۳).

جدول ۲. انواع تأمین مالی جمعی و پاداش‌های متناسب با آن منبع: (بست و همکاران، ۲۰۱۳)

حالت تأمین سرمایه	مدل	توصیف/ویژگی‌های مدل	نکات مثبت	نکات منفی
کمک‌های بالا عوض	اهداء <sup>۴</sup>	پروژه بشردوستانه و سرمایه‌گذار بدون انتظار پاداش مالی و بیشتر دارای انگیزه‌های درونی و معنوی هستند. این مدل به حمایت‌هایی خیریه‌ای و بدون ریسک است	بدون ریسک	-وقف کنندگان، اوراق به اداری به دست نمی‌آورند -کارآفرینان به‌سختی سرمایه را افزایش می‌دهند
	پاداش <sup>۵</sup>	سرمایه‌گذاران یک هدیه بابت قدردانی دریافت می‌کنند. این مدل دارای انواع مختلف شامل پشتیبان، پیش سفارش یا پیش فروش، خرید با تخفیف و هزینه برای عضویت در باشگاه است. این مدل دارای ریسک پایین است	ریسک پایین (ریسک کلاه برداری و تحقق اولیه)	-میزان برگشت پایین است -مکانیسمی برای پاسخ‌گویی وجود ندارد -در صورتی که محصول و خدمت جاذبه عمومی نداشته باشد، کارآفرین به‌سختی وجه کافی برای سرمایه مورد نیاز را جذب می‌کند
سرمایه‌گذاری	قرض (وام) <sup>۶</sup>	سرمایه‌گذاران با نرخ بهره مشخصی به صاحبان ایده و کسب‌وکار وام می‌دهند این نوع وام به ۲ صورت کوتاه و بلندمدت اعطا می‌شوند.	-ارتقا فرهنگ مشارکت -پتانسیل کسب منافع در سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینانه -حمایت مشارکت کنندگان از کسب‌وکار	-ریسک شکست کسب‌وکار - در صورت ورشکستگی اولویت با طلبکاران است و نه با سهامداران - پیچیدگی یا عدم شفافیت قوانین و مقررات در رابطه با این گونه از سرمایه‌گذاری
	سهام (مشارکت) <sup>۷</sup>	سرمایه‌گذاران به خرید سهام کسب‌وکار می‌پردازند و در سود و زیان آن شریک می‌شوند. این روش سرمایه‌گذاری عموماً به سه شکل دریافت سهم از سود آتی سهمی از یک پروژه عمومی یا خرید سهمی از املاک- و مستقالات است	فرصت برای شکل‌گیری سرمایه در گردش کسب‌وکارهای جاری	-امکان عدم پرداخت بدهی - و صدمه دیدن سرمایه گذاری در صورتی که قرض‌الحسنه نباشد، ربوی است

<sup>۴</sup> give  
CrowdCube & <sup>۵</sup> Reward  
<sup>۶</sup> Loans  
<sup>۷</sup> stocks

بر طبق گزارش‌های صنعت تأمین مالی جمعی، مدل‌های مبتنی بر سود صاحبان سهام از دسته گروه‌هایی است که به سرعت سال به سال رشد خالص دارند. به خصوص مناسب برای کالاهای دیجیتالی است مثل برنامه‌های کاربردی، بازی-های کامپیوتری، فیلم و موسیقی و... این مدل همچنین باعث بزرگ‌ترین مبالغ نقدی در هر عملیاتی می‌گردد. توانایی بالا بردن مبالغ زیاد پول مدل‌های تأمین مالی جمعی مبتنی بر سود صاحبان سهام را یک گزینه مناسب برای رشد و ترقی برای افزایش سرمایه، کمک مالی به تجارت‌ها و راه‌اندازی تبدیل کرده است. هرچند قانون در برخی کشورها این نوع تأمین مالی جمعی را اندکی سخت کرده است. روندهای قانونی اغلب پیچیده هستند و تأمین مالی مبتنی بر سود صاحبان سهام را برای پروژه‌های کوچک منع می‌کند. برای جلوگیری از این قضیه روش تأمین مالی جمعی راه‌هایی را برای دور زدن این قوانین و فرآیندهای دست و پاگیر یافته است (Vulkan et al. ۲۰۱۷).

### توسعه تأمین مالی جمعی در دنیا<sup>۸</sup>

امروزه با بهره‌گیری از بسترهای ارتباطی گسترده خصوصاً اینترنت و شبکه‌های اجتماعی «تأمین مالی جمعی» رشد چشمگیر و روزافزونی را شاهد بوده است. چنانکه در سال ۲۰۱۵ بیش از ۱۲۵۰ سامانه در سراسر دنیا به اشکال مختلف در این زمینه فعال بوده و در این سال، نزدیک به ۳۴/۴ میلیارد دلار سرمایه‌های مردمی را برای کسب و کارهای نوپا و پروژه‌ها جذب کرده‌اند. در شکل ۲ پراکندگی‌های این سامانه‌ها در کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۱۲ نشان داده شده است. در این سال بیش از ۴۵۰ سامانه در سراسر جهان مشغول به فعالیت بوده که کشور آمریکا به تنهایی بیش از ۴۰ درصد این سامانه‌ها را در خود جای داده است. این نشان از آن دارد که کسب و کارهای نوپا با استفاده از تأمین مالی جمعی می‌توانند در اندک زمان به تأمین مالی برای کسب و کار خود دست یافته و موفق شوند



شکل ۳. پراکندگی سامانه‌ها تأمین مالی جمعی در کشورهای مختلف جهان، سال ۲۰۱۲

<sup>۸</sup> <http://www.crowdsourcing.org/ditorial/global-crowdfunding-arket-to-raech-۴۴۴b-in-۲۰۱۵-predic>

مزایا و معایب تأمین مالی جمعی

گالیک (۲۰۱۴) مزایای تأمین مالی جمعی را به صورت زیر طبقه‌بندی می‌کند که می‌تواند برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مؤثر باشد.

- کاهش هزینه: به عقیده اسکویینگر و رالد (۲۰۱۰)، یکی از دلایلی که شرکت‌ها از سرمایه‌گذاری جمعی استفاده می‌کنند، کاهش هزینه است. با مشارکت در ایجاد یک محصول و بهبود طراحی آن، سرمایه‌گذاران جمعی به ایجاد ارزش برای شرکت یا کارآفرین کمک می‌کنند. افزون بر این، تأمین مالی جمعی به شرکت این امکان را می‌دهد تا طول رشد و توسعه محصول جدید را مثل هزینه‌هایش کاهش دهد و محصول قابل قبولی در بازار داشته باشد.
  - هدف بازاریابی - ارتقاء محصول: سرمایه‌گذاری جمعی برای اهداف بازاریابی نیز به کار برده می‌شود و باعث دستیابی به مزیت رقابتی می‌گردد (mollik, ۲۰۱۴). به عقیده گاجدا و التون<sup>۹</sup> (۲۰۱۳) مزیت اصلی تأمین مالی جمعی در این حقیقت منعکس شده است که تأمین‌کنندگان مالی مصرف‌کنندگان بالقوه و سفیران پروژه نیز هستند و در ارتقا آن از طریق شبکه‌های ارتباطی خودیاری خواهند کرد.
  - حفظ کنترل مدیریت بر شرکت: روش‌های سرمایه‌گذاری مانند فرشته‌های کسب‌وکار و صندوق‌های سرمایه‌گذاری کارهای مخاطره‌آمیز به سرمایه‌گذاران اجازه کنترل قابلیت وجهی بر تصمیمات شرکت را می‌دهند. برخلاف آن‌ها، سرمایه‌گذاری جمعی نیازی به دادن چنین حقوقی به سرمایه‌گذاران ندارد. بنابراین وقتی شرکتی سرمایه را از طریق سرمایه‌گذاری جمعی افزایش داده است، کارآفرینان حق خود را برای تصمیم‌گیری در کسب‌وکارشان را از دست نمی‌دهند (Valanciene & Jegeleviciute, ۲۰۱۳).
  - حذف موانع جغرافیایی برای سرمایه‌گذاری: بزرگ‌ترین مزیت تأمین مالی جمعی، در مقایسه با اشکال دیگر تأمین مالی، حذف موانع جغرافیایی برای سرمایه‌گذاری است که به این معنی است که فاصله جغرافیایی بین کارآفرین و سرمایه‌گذار هیچ نقشی ندارد و جمع‌آوری پول آسان‌تر و با سرعت بیشتر انجام خواهد گرفت (Belleflamme, ۲۰۱۴).
- عدم اطمینان با و مسئولیت شخصی دو مورد از معایب تأمین مالی جمعی است (Rossi, ۲۰۱۴). شاید شما انتظار داشته باشید که دادن هزاران دلار به مجموعه‌ای از کسب‌وکارهای نوپا در مبادله با وعده‌های محصولاتی که هنوز بازاریابی نشده‌اند، با احتمال بالایی منجر به کلاهبرداری گردد. باین حال، نرخ کلاهبرداری در سطح بسیار کمی است. نرخ پایین کلاهبرداری (حداقل در این نوع کلاهبرداری) نتیجه "تأثیر اجتماعات" است یعنی توانایی حامیان در ارتباط با یکدیگر و به وجود آورندگان کمپین از طریق

<sup>۹</sup> Gajda & Walton

سؤالات، کامنت‌ها و پاسخ‌ها در انجمن کمپین تأمین مالی جمعی و علی‌الخصوص بحث در مورد محاسن و احتمال موفقیت هر پروژه (Freedman. & Nutting, ۲۰۱۵)

### روش پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت روش تحقیق توصیفی و از نظر هدف تحقیق مروری است. در مرحله اول برای گردآوری پیشینه پژوهش به مطالعه کتابخانه‌ای و مقالات و پایان‌نامه‌های پرداخته شد و سپس به منظور گردآوری داده‌ها از روش تحلیل محتوای متون و فیش‌برداری از متون استفاده به عمل آمده است.

### نتیجه‌گیری:

نیاز به تأمین مالی در کسب و کارهای نوپا و حتی گاهی همه کسب و کارهای، مشکل بسیاری از کارآفرینان حتی در تمام دنیا است، اما در کشورهای توسعه‌نیافته و حتی در حال توسعه و به دلیل نبود ساختارهای مالی مناسب مانند وام‌دهی بانک‌ها و یا سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز ... این مشکل بیش از پیش برای کسب و کارها و کارآفرینان احساس می‌شود؛ بنابراین کسب و کارهای نوپا برای به ثمر رساندن ایده‌هایشان در مرحله راه‌اندازی، نیاز به استفاده از روش‌های خلاقانه‌ای دارند که در آن کارآفرین باید از منابع داخلی و بدون اتکا به وام و سرمایه‌گذار خارجی اقدام کند. هرچند بیشتر کارآفرینان بر تأمین مالی خارجی از طریق سهام توسط سرمایه‌گذارانی مانند فرشتگان کسب و کار و سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز متمرکز شده‌اند، اما کسب و کارهای نوپا و کوچک به دلیل عدم تقارن اطلاعات و هزینه مبادله بالا، دسترسی محدودی به منابع خارجی تأمین مالی دارند از طرف دیگر، از آنجاکه سرمایه گردآوری شده از طریق سهام، به وجوه تهیه شده درازای دادن بخشی از مالکیت شرکت اشاره دارد و در این صورت، کارآفرین دارای شرکای جدید خواهد شد و بخشی از استقلال کسب و کارش را از دست خواهد داد. اکثر کارآفرینان در مراحل اولیه تمایل زیادی به استفاده از این روش ندارند. به‌طور خاص، روش‌های تأمین مالی جمعی باعث استقلال و حفظ مدیریت در کسب و کارها می‌شود. همچنین فاصله جغرافیایی بین کارآفرین و سرمایه‌گذارها هیچ نقشی ندارد و جمع‌آوری پول آسان‌تر و با سرعت بیشتر انجام خواهد گرفت.

سرمایه‌گذاران جمعی با مشارکت در ایجاد یک محصول و بهبود طراحی آن، باعث ایجاد ارزش برای کسب و کار و کارآفرین شده‌اند از این رو کسب و کارهای که از تأمین مالی جمعی استفاده می‌کنند، با کاهش هزینه‌ها روبه‌رو می‌شوند. در نهایت می‌توانیم نتیجه بگیریم که بدون هزینه‌های اضافی هیچ شکل دیگری از سرمایه‌گذاری جز تأمین مالی جمعی نمی‌تواند فروش محصول، تحقیقات بازار و ارتقا تبلیغات دهان‌به‌دهان را تسهیل کند.

می‌توان گفت که تأمین مالی جمعی هم‌اکنون یکی از امیدوارکننده‌ترین ابزارها برای تسهیل نوآوری‌ها، تسهیل‌کننده ایجاد شغل و رشد اقتصادی مطمئن است. می‌توان نتیجه گرفت تأمین مالی جمعی برای کسب و کارها، ابزاری بسیار دموکراتیک است که نه فقط در حوزه تأمین مالی بلکه در بسیاری از سطوح باعث ایجاد ارزش خواهد شد. امید است پژوهش‌های آتی در حوزه‌ی تأمین مالی جمعی بتوانند از نقاط کور پدیده احتراز ورزند و فهم جامع‌تری به دست آورند.



## منابع

- افشار پور، محسن؛ عساکره، سجاده؛ زرنندی، سعید (۱۳۹۴). "نقش سرمایه‌گذاری جمعی در تأمین سرمایه کارآفرینان نوپا"، رشد فناوری، ۱۳(۲)، ۴۳-۲.
- چیت‌سازان، هستی؛ کولجی، ساره و باقری، افسانه (۱۳۹۸). "شناسایی عوامل پیش برنده استفاده از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان"، توسعه کارآفرینی، ۱۲(۱)، ۲۱-۴۱.
- فلاح، علی؛ اسماعیلی، فاطمه (۱۳۹۴). "روش‌های تأمین مالی جمعی" همایش ملی نوآوری مالی و توسعه مالی، مهرنوش، مینا و بهرامی، مجتبی (۱۳۹۷). تأمین مالی جمعی. تهران: نشر دانش نگار.
- میر فخرالدین، سید حیدر؛ بنی فاطمه، سید علی محمد (۱۳۹۳). "تجزیه و تحلیل موانع پیاده‌سازی برنامه‌های بهبود در صنایع کوچک و متوسط" مطالعات مدیریت صنعتی، ۳۱(۴)، ۱۷-۱.
- Allison, T. H (2015). "Crowdfunding in a Prosocial Microlending Environment: Examining the Role of Intrinsic Versus Extrinsic Cues. " *Entrepreneurship Theory and Practice* 39(1): 53-73.
- Bannerman, S. (2013). Crowdfunding culture. *Journal of Mobile Media*, 7(01), 1-30.
- Beaulieu, Tanya, Suprateek Sarker, and Saonee Sarker. "A conceptual framework for understanding crowdfunding. " *Communications of the Association for Information Systems* 37, no. 1 (2015): 1-31.
- Bannerman, S. (2013). Crowdfunding culture. *Journal of Mobile Media*, 7(01), 1-30.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Best, Jason W., Rehman, Aamir A., (2013); "Crowdfund Investing in Muslim Markets: An Action Plan for Governments", Crowdfund Capital Advisors & Fajr Capital Advisor.
- Bylund, P. & M. McCaffrey.(2015). An Institutional Approach to Political Uncertainty in Entrepreneurial Decision Making. *Academy of Management Journal*, doi:10.5465/AMBPP.2015.12682abstract.
- Cumming, D. J. , & Zhang, Y. (2018). Are crowdfunding platforms active and effective intermediaries? *Available at SSRN* 2882026.
- Dresner, S. (2014). *Crowdfunding: a guide to raising capital on the Internet*: John Wiley & Sons.
- Esposti, C. (2012). Crowdfunding Industry Report (Abridged Version): Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms. In: Masssolution Corp.



- Ellman, M. , & Hurkens, S. (2019). Fraud tolerance in optimal crowdfunding. *Economics Letters*, 181, 11-16.
- Freedman, David, R. Nutting, Matthew, (2015); "A Brief History of Crowdfunding: Including Rewards, Donation, Debt, and Equity Platforms in the USA".
- Gajda, Oliver, Walton, James, (2013); "Review of Crowdfunding for Development Initiatives", Report for the Climate, Environment, Infrastructure and Livelihoods Professional Evidence and Applied.
- Golić, Zorica, (2014); "Advantages Of Crowdfunding As An Alternative Source Of Financing Of Small And Medium-Sized Enterprises", Зборник радова Економског факултета у Источном Сарајеву, н. 8, pp. 39-48.
- Hervé, F., & Schwienbacher, A. (2018). Crowdfunding and innovation. *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1514-1530.
- Ibrahim, N. and Verliyantina (2012). "The Model of Crowdfunding to Support Small and Micro Businesses in Indonesia Through a Web-based Platform." *Procedia Economics and Finance* 4: 390-397.
- 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, 27–28.*
- Kleemann, F. , Voß, G. G. , & Rieder, K. (2008). Un (der) paid innovators: The commercial utilization of consumer work through crowdsourcing. *Science, technology & innovation studies*, 4(1), 5-26.
- 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), 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), 59–86.
- Mollick, E. (2010). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.
- Mollick, E., & Kuppaswamy, V. (2016). Crowdfunding: evidence on the democratization of startup funding. *Revolutionizing innovation: Users, communities, and open innovation*, 537-559.

- Moritz, A., & Block, J. H. (2016). Crowdfunding: A literature review and research directions. In *Crowdfunding in Europe* (pp. 25-53). Springer International Publishing.
- Mundial, B. (2013). Crowdfunding's Potential for the Developing World.
- Paschen, J. (2017). Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. 21, 029022.
- Rossi, Matteo, (2014); "The New Ways to Raise Capital: An Exploratory Study of Crowdfunding", *International Journal of Financial Research* 5, n. 2, pp. 8.
- Ryu, S., & Kim, Y.-G. (2016). A typology of crowdfunding sponsors: Birds of a feather flock together? *Electronic Commerce Research and Applications*, 16, 43–54.
- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *Handbook of Entrepreneurial Finance*, Oxford University Press, *Forthcoming*.
- Vulkan, N. , Åstebro, T. , & Sierra, M. F. (2017). Equity crowdfunding: A new phenomena. *Journal of Business Venturing Insights*, 5, 37-49.
- Valanciene, Loreta, Jegeleviciute, Sima, (2013); "Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks", *Economics and Management* 18, n. 1, pp. 39-48 Knowledge Services Program, Evidence on Demand, Hertfordshire and Surrey, UK.
- World Economic Forum (2016-2017). The global competitiveness report. Retrieved from [www.weforum.org/gcr](http://www.weforum.org/gcr).
- Yang, D., & Zhang, X. (2016). Review of the Domestic Crowdfunding. *Journal of Service Science and Management*, 9, 22-29.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## The application of collective financing to the success of start-ups

### Abstract

Financing for businesses is one of the most difficult issues that entrepreneurs need when starting a business as well as during their business life. The best way an entrepreneur needs to get financing when starting a business is through non-traditional financing methods, which ignore the difficult path for the entrepreneur and some of the managerial tasks. Hence, the creative co-founders have introduced a new source of crowdfunding collective financing. A fast-paced way of getting the entrepreneur to finance, and by eliminating geographical distances, costing the community a huge number of people, the entrepreneur continues to be available to the entrepreneur in the form of crowdfunding, while the entrepreneur has access to financial resources for his business as well as with the participation of individuals in collecting marketing goals for the acquisition. These things come true because there are funders, potential ambassadors for the product and services. And, when financing at the same time, promote word-of-mouth marketing and product introduction and sales promotion. Investigate a community for startups.

Keywords: crowdfunding, startup businesses, types of crowdfunding

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی