Archive of SID.ir

https://amf.ui.ac.ir
Journal of Asset Management and Financing
E-ISSN: 2383-1189
Vol. 11, Issue 2, No. 41, Summer 2023, p 75-94
Received: 14/05/2023 Accepted: 15/10/2023

Research Paper

Providing a Framework for Crowdfunding in the Film Industry of the Islamic Republic of Iran

Amir Tajik *
Ph.D., Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi University of Tehran, Qom, Iran
amirtajik@ut.ac.ir
Hamid Reza Yazdani
Assistant professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi University of Tehran, Qom, Iran
hryazdani@ut.ac.ir

Abstract
The failure rate and lack of investors' inclination towards crowdfunding projects in Iran are high. One of the most important reasons for the failure of these projects is the lack of a suitable crowdfunding framework. Therefore, this research aimed to present the framework of collective financing in the film industry of the Islamic Republic of Iran.This research was conducted using a qualitative method. The tool for collecting data and information was the past documents in this field, which generally included 45 studies. The method of data analysis was based on open coding.The crowdfunding framework derived from the current study included 3 stages: before, during, and after investment. The pre-investment stage included factors related to culture, factors related to the film industry, social factors, economic factors, legal and supportive environment, technological infrastructure, and feasibility of project implementation. The investment stage incorporated factors related to the platform and service provider sites, risk management, development and improvement of communication, and investors' database. The post-investment stage encompassed control and maintenance of investors.
Keywords: Crowdsourcing, Crowdfunding, Filmmaking Industry, Meta-Synthesis.

Introduction

In the current digital era, widespread communication platforms, especially the Internet and social networks, have led to significant and increasing growth in the field of "crowdfunding". Crowdfunding as a catalyst for film production, along with sharing websites, social media, and video, has succeeded in improving gender balance and cross-cultural and ethnic diversity in this field, as well as facilitating the distribution of creations across national borders. The country's twenty-year vision indicates a movement towards the development and progress of non-oil industries. Cinema as an attractive and popular art form can be very profitable if it receives serious support from the country's leaders. Currently, the cinema budget is mostly government-funded and the existence of these problems necessitates the use of new financing methods in the film industry. In this regard, one of the missions of the five-year development program of the Farabi Cinema Foundation is the issue of modern financial tools with crowdfunding being one of these tools. On the other hand, the primary issue facing our film industry is financing. Addressing the problem of financing in the film industry, this study provided the framework of crowdfunding in the film industry in the Islamic Republic of Iran.

Methodology

This study was applied in terms of purpose and mixed a qualitative approach with a meta-synthesis approach. The seven-step method of Sandelowski and Barso (2006) was used for the meta-synthesis method. The first step involved setting research questions, which included defining the subject, societal context, time frame, and methodology. The second step was based on a systematic search of texts, encompassing all scientific documents, research reports, databases, and domestic and foreign journals related to crowdfunding. The third step involved searching and selecting suitable studies, evaluating various criteria, such as abstract, title, content, accessibility, and quality of the research method. The fourth step focused on extracting information from the selected studies, categorizing the

*Corresponding author
Tajik, A., & Yazdani, H. R. (2023). Providing a Framework for Crowdfunding in the Film Industry of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Asset Management and Financing*, *11*(2), 75-94.

2383-1189 © University of Isfahan
This is an open access article under the BY-NC-ND/4.0/ License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).
10.22108/AMF.2023.137075.1786

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

information based on the source, including the author's name, year of publication, and the key components expressed in each empirical study. The fifth step involved analyzing the findings using the open, axial, and selective coding methods. The sixth step focused on maintaining quality control with the researchers comparing their opinions with those of another expert and measuring the results using the Kappa coefficient. Finally, the seventh step involved presenting the findings. After confirming the quality of the extracted findings, the framework of crowdfunding in the film industry of the Islamic Republic of Iran was extracted and presented.

Research Findings

The main question of the research was as follows: What is the framework of collective financing in the Iran's film industry? On the subject of crowdfunding in the film industry, crowdfunding was the main search term in Science Direct, Emerald, Springer, Scopus, Google Scholar, and JSTOR databases. The search results included 1300 published papers, books, theses, and reports of institutions related to this field. Finally, 79 papers were selected by carefully reviewing the texts. After applying the critical evaluation criteria, 45 studies were selected as the final sample. The information of the studies was categorized based on the source associated with each study, including the author's name and surname, year of publication, and coordination components expressed in each study. In the analysis process, 109 codes, 29 concepts, 13 subcategories, and 3 main categories were identified before, during, and after the investment. The Kappa coefficient calculated by SPSS software was 0.872, which was higher than its acceptable value (0.6). Therefore, the assumption of the independence of the extracted codes was rejected and the extraction of the codes had good reliability. After confirming the quality of the extracted findings, the framework of collective financing in the film industry of the Islamic Republic of Iran was extracted.

Discussion and Conclusions

Pre-investment Phase: Prior to seeking investment and gathering capital from potential investors, certain preliminary measures need to be taken. Iran possesses the cultural capacity for crowdfunding as evidenced by instances, such as "Golrizan," showcasing the cultural benevolence and cooperation of the Iranian populace. Crowdfunding necessitates extensive marketing efforts and persuasion of the public to invest. Notably, the involvement of celebrities, artists, and industry figures plays a pivotal role in motivating potential investors. Their ability to connect with the community and generate interest by highlighting the benefits of crowdfunding methods is substantial.

Investment Phase: This stage emphasizes the practical execution of the plan. It encompasses considerations, such as the selection of platforms and service providers, risk management, and maintenance and enhancement of communication channels and investor databases. The technical and operational aspects of the platforms should be carefully addressed to facilitate user investment, communication, and provision of progress updates to investors regarding the film's development.

Post-investment Phase: Every plan and program necessitates thorough evaluation to achieve successful outcomes. Mere conceptualization and implementation are insufficient; an evaluation stage is imperative. To assess program implementation, inspection and control measures should be implemented to identify and rectify any existing deficiencies. Evaluation should be ongoing during plan implementation to identify and address any shortcomings. To sustain the project and attract additional investors, the potency of advertising and promotional activities should not be overlooked.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مدیریت دارایی و تأمین مالی
سال یازدهم، شماره دوم، شماره پیاپی (۴۱)، تابستان ۱۴۰۲، ص ۷۵-۹۴
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۷/۲۳

مقاله پژوهشی

ارائهٔ چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران

امیر تاجیک *

دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکدهٔ مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

amirtajik@ut.ac.ir

حمیدرضا یزدانی

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکدهٔ مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

hryazdani@ut.ac.ir

چکیده

هدف: نرخ شکست و فقدان گرایش سرمایه‌گذاران به پروژه‌های تأمین مالی جمعی در ایران زیاد است. یکی از مهم‌ترین دلایل شکست این پروژه‌ها، فقدان چارچوب مناسب تأمین مالی جمعی است؛ بنابراین هدف از پژوهش حاضر، ارائهٔ چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران است.

روش: این پژوهش با استفاده از روش کیفی فراترکیب انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات در پژوهش حاضر، اسناد و مدارک گذشته در این زمینه است که به‌طور کلی شامل ۴۵ مقاله می‌شود. شیوهٔ تحلیل داده‌ها براساس کدگذاری باز است.

یافته‌ها: چارچوب تأمین مالی جمعی مستخرج از پژوهش حاضر در برگیرندهٔ سه مرحله قبل، حین و پسا سرمایه‌گذاری است. مرحلهٔ قبل سرمایه‌گذاری در برگیرندهٔ عوامل مربوط به فرهنگ، صنعت فیلم سازی، اجتماعی، اقتصادی، محیط قانونی و حمایتی، زیر ساخت فناورانه و امکان‌سنجی اجرای طرح است. مرحلهٔ حین سرمایه‌گذاری در برگیرندهٔ عوامل مربوط به پلتفرم و سایت‌های ارائه‌دهندهٔ خدمات، مدیریت ریسک، توسعه و بهبود ارتباطات و بانک اطلاعاتی سرمایه‌گذاران است. مرحلهٔ پسا سرمایه‌گذاری نیز شامل کنترل و نگهداشت سرمایه‌گذاران می‌شود.

کلید واژه‌ها: جمع‌سپاری، تأمین مالی جمعی، صنعت فیلم‌سازی، فراترکیب.

---

* نویسندهٔ مسئول

تاجیک، امیر، یزدانی، حمیدرضا. (۱۴۰۲). ارائه چارچوب تامین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران. *مدیریت دارایی و تامین مالی*، ۱۱ (۲)، ۷۵-۹۴.

2383-1189 © University of Isfahan
This is an open access article under the BY-NC-ND/4.0/ License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

10.22108/AMF.2023.137075.1786

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقدمه

در عصر دیجیتال کنونی بسترهای ارتباطی گسترده به‌خصوص اینترنت و شبکه‌های اجتماعی باعث رشد چشمگیر و روزافزونی در حوزهٔ «تأمین مالی جمعی» شده 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 از سرمایه‌های مردمی را جذب کرده است. این رقم در سال 2020 با وجود شرایط همه‌گیری کرونا به حجم ۱۱۳/۶۸ میلیارد دلار رسید (Deng et al., 2022).

تأمین مالی در مفهوم عام آن عبارت از فرآیند تأمین منابع مالی لازم برای فعالیت‌های تجاری یک شرکت است (Cicchiello et al., 2022). مفهوم تأمین مالی جمعی به‌طور خاص به جمع‌آوری پول به‌منظور سرمایه‌گذاری برای توسعهٔ فعالیت کسب‌وکار از طریق پلتفرم‌های اینترنتی توجه می‌کند (Mollick, 2014). تأمین مالی جمعی به‌عنوان یک محرک تولید فیلم در کنار وب‌سایت‌های اشتراک‌گذاری، رسانه‌های اجتماعی و ویدئویی موفق شده است، توازن جنسیتی و تنوع بین فرهنگی و قومی را در این زمینه بهبود ببخشد و توزیع خلاقیت‌ها را در خارج از مرزهای کشورها تسهیل کند (Fanea-Ivanovici, 2019).

چشم‌انداز بیست‌سالهٔ کشور نشان‌دهندهٔ آن است که سمت‌وسوی حرکت کشور به‌سوی توسعه و پیشرفت صنایع غیرنفتی است. دنیای آینده، دنیای متأثر از فرهنگ و خانواده خواهد بود و در این میان هنر نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. چنانچه سینما به‌عنوان هنری جذاب و پرمخاطب موردحمایت جدی مدیران کشور قرار گیرد، بسیار درآمدزا ست. صنعت سینمای ایران با تولید سالانه ۱۰۰ فیلم جزء ۱۰ کشور برتر ازنظر تعداد تولید فیلم در جهان است. از این تعداد سالانه ۳۰ تا ۴۰ درصد یعنی رقمی بین ۶۰ تا ۷۰ فیلم اکران می‌شود و در فرایند غیرشفاف بقیه حتی به مرحلهٔ اکران هم نمی‌رسد. مطابق آمارهای میدانی و تأییدنشده، میانگین هزینهٔ تولید یک فیلم در ایران رقمی بین یک تا ۱۰ میلیارد تومان است. این اعداد نشان‌دهندهٔ آن است که میانگین گردش مالی صنعت سینما در ایران رقمی معادل ۵۰۰ میلیارد تومان است که بیشتر این مبلغ از سوی بودجهٔ دولتی تأمین می شود. تأمین مالی تولیدات سینمایی، نمایشی و غیره توسط دولت مشکلات زیادی به‌همراه دارد. کنترل اقتصادی سینما توسط دولت، وابستگی فیلم‌سازان به بودجهٔ دولتی، ضعف و مشکلات اقتصادی دولت، هدررفت منابع دولتی، فقدان شفافیت مالی، رانت و فساد در سینما، ورود پول‌های غیر شفاف به سینما، سوءاستفاده از سرمایهٔ بخش خصوصی، فقدان هدفمندی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ورشکستگی بخش خصوصی، توجه‌نکردن به مقوله‌های فرهنگی توسط بخش خصوصی و نابسامانی در سینما ازجملهٔ این مشکلات است. بودجهٔ فعلی سینما اغلب دولتی است و وجود مشکلات مزبور، نیازمند به‌کارگیری روش‌های تأمین مالی نوین در صنعت فیلم‌سازی است. در این راستا، از مأموریت‌های برنامهٔ توسعهٔ پنج سالهٔ بنیاد سینمایی فارابی، موضوع توسعهٔ اقتصادی با استفاده از ابزارهای نوین مالی است و تأمین مالی جمعی از این ابزارهاست (Salavatian et al., 2019).

گسترش روزافزون تأمین مالی جمعی سبب شده است تا پژوهشگران زیادی به این پدیده از ابعاد مختلف توجه و سعی کنند تا با بررسی این پدیده زوایای مختلف و عوامل مؤثر بر آن را بشناسند و معرفی کنند. با وجود این، مطالعاتی فراگیر انجام نشده است و خلأهای زیادی در این زمینه وجود دارد (Chen et al., 2022). از طرفی، بزرگ‌ترین مشکل صنعت فیلم‌سازی ما، تأمین مالی است. بنیاد سینمایی فارابی طرح صندوق سرمایه‌گذاری را به بورس ارائه کرده است که این خود به دلیل وجود مشکلات و تنگناهای قانونی، بوروکراسی پیچیده و سخت‌بودن ورود به فضای بورس برای سینماگران به‌خصوص برای سینماگران مستقل راه‌حل منطقی فراهم نمی‌کند و باز هم با ورود دولت و قوانین دست‌وپاگیر آن در این پروژه‌ها مشکلات قبلی این صنعت به خودی خود باقی خواهد ماند (Salavatian et al., 2019). با توجه به بررسی مطالعات پیشین و موضوعات مطرح‌شده، هیچ پژوهش جامع و کاملی در این باره صورت نگرفته است تا بتواند مشکل تأمین مالی را در صنعت فیلم‌سازی ایران حل کند. حال با توجه به مسئلهٔ پژوهش و مشکل تأمین مالی صنعت فیلم‌سازی، این پژوهش چارچوب تأمین مالی جمعی را در صنعت فیلم‌سازی در جمهوری اسلامی ایران بررسی کرده است.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مبانی نظری

تأمین مالی جمعی مبتنی بر اینترنت بوده و برای موجودیت‌بخشی به یک ایده از طریق مشارکت آنلاین افراد پراکنده و جذب حمایت خرد آنها در یک چارچوب زمانی خاص است. این سرمایه‌گذاری اغلب از طریق یک فراخوان عمومی با استفادهٔ فناوری وب ۲ صورت می‌گیرد تا سرمایه‌گذاران براساس عقاید شخصی، جذابیت، قول متقاضی یا انتظار سود به اهدا، پیش‌خرید محصول، اعطای وام یا سرمایه‌گذاری در یک پروژه اقدام کنند (Hossain & Oparaocha, 2017). در تعریفی دیگر، تأمین مالی جمعی روشی برای به دست آوردن پول از مخاطبان بزرگ است که در آن هر فرد مقدار کمی فراهم می‌کند، به جای این‌که مبالغ زیادی را از گروه کوچکی از سرمایه‌گذاران آگاه جمع‌آوری کند. چنین ترکیب مشارکت از حامیان متعدد از طریق اینترنت و اغلب بدون واسطه‌های مالی استاندارد انجام می‌شود (Shneor et al., 2020).

سرمایه‌گذاری جمعی به دلیل دسترسی آسان گروه‌های مردمی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و وب سایت‌های تأمین مالی، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را به یکدیگر نزدیک می‌کند (Aznab et al., 2021). در تأمین مالی جمعی تأمین سرمایهٔ موردنیاز را به‌عنوان مزیت اصلی روش تأمین مالی جمعی می‌شناسند (Allison et al., 2017). دیگر مزیت‌های تأمین مالی جمعی شامل: ۱. جمع‌سپاری و بهبود ایده؛ ۲. بازاریابی و تبلیغات؛ ۳. تعریف روابط غیررسمی؛ ۴. توسعهٔ کارآفرینی؛ ۵. شبکه‌سازی؛ ۶. اعتبارسنجی؛ ۷. کاهش ریسک است (Cumming et al., 2020).

به‌طور تقریبی اغلب ایده‌های کسب‌وکار به‌صورت بالقوه قابلیت دارند تا از طریق تأمین مالی جمعی به اهداف خود برسند که انتخاب روش مناسب تأمین مالی جمعی در این زمینه اثرگذار است. انواع تأمین مالی جمعی عبارت‌اند از: ۱. تأمین مالی جمعی مبتنی بر سهام: کاربرد این روش در تأمین بودجه برای تحقق یک ایده، راه‌اندازی یک پروژه یا کسب‌وکار است. در مقابل، مشارکت‌کننده پیش‌بینی می‌کند، درصدی از سهام پروژه به وی تعلق گیرد؛ ۲. تأمین مالی جمعی مبتنی بر پاداش: یکی از مشخصه‌های اصلی این مدل، اعطای پاداش به مشارکت‌کنندگان به دلیل حمایت آنها ست. اغلب این پاداش‌ها به صورت خدمات است؛ ۳. تأمین مالی جمعی مبتنی بر قرض (وام): ساختار این روش همان قرض‌دادن است. با این توضیح که طرف قرض‌دهنده نه یک نفر که جمع کثیری از مردم هستند؛ ۴. تأمین مالی جمعی مبتنی بر اهدا: این نوع از اهدای جمعی بیشتر شبیه به حمایت‌های خیریه‌ای است. اگرچه در اصل یک عمل نوع‌دوستانه است، دریافت‌کنندگان هیچ‌گونه وظیفه‌ای برای اعطای پاداشی به خیّر در مقابل حمایت او ندارند (Shafaei et al., 2021).

ازنب و همکاران (۱۴۰۰) عوامل اثرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی را با رویکرد کیفی و از طریق مصاحبه با خبرگان شناسایی کردند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهندهٔ آن است که عوامل: جمعیتی، محیطی و اثرگذار بر پروژه در موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی اثرگذارند. شفاعی و همکاران (۱۴۰۰) عوامل مشارکت در تأمین مالی جمعی سهامی را با رویکرد آمیخته شناسایی کردند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهندهٔ آن است که سه منبع ارسال سیگنال‌ها برای مشارکت در تأمین مالی جمعی سهامی به‌ترتیب اثرگذاری عبارت‌اند از: پلتفرم، اشخاص ثالث و مجریان طرح. صلواتیان و همکاران (۱۳۹۸الف) موانع، ظرفیت‌ها و الزامات تأمین مالی جمعی تولیدات بلند سینمایی را در ایران بررسی کردند. رویکرد پژوهش، کیفی و بر مبنای مصاحبه بوده است. یافته‌ها نشان از آن دارد که ظرفیت‌هایی نظیر مهربانی مردم، نقدینگی زیاد، علاقهٔ مردم به سینما، اعتماد مردم به سلبریتی‌ها و موانعی از قبیل: دخالت زیاد دولت در سینما، وجود فساد در کشور، ضعیف‌بودن زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سینما، بی‌اعتمادی، نبودِ ثبات اقتصادی، مقاومت صنفی در برابر تغییر، ناآگاهی عمومی و نخبگانی، عدم امکان ورود به بورس توسط شرکت‌های فعلی سینمایی و غیره برای تحقق تأمین مالی جمعی به‌عنوان شیوه‌ای نوین وجود دارد. مهم‌ترین الزامات تحقق تأمین مالی جمعی در سینما نیز شامل کاهش دخالت دولتی در سینما، اعتمادسازی، راه‌اندازی بورس سینما و صندوق‌های سرمایه‌گذاری، آگاهی‌بخشی، صنعتی شناخته شدن سینما، به رسمیت شناختن سینما

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

توسط بیمه و بانک، اجرای قانون کپی‌رایت در کشور و غیره بود. صلواتیان و همکاران (۱۳۹۸ب) امکان‌سنجی را با روش دلفی بین کار شنا سان و خبرگان سازمان صداو سیما برر سی کردند. یافته‌های پژوهش ن شان‌دهندهٔ آن بود که آنتن گ ستردهٔ صداو سیما، آ شنایی مردم با مدل‌های اقت صادی م شابه، شبکهٔ توزیع و سیع، ازجمله مهم‌ترین ظرفیت‌های ا شاره شده، عدم شفاف‌سازی، ترس مدیران از اثرگذاری مردم در فرهنگ و نیاز مالی زیاد در تولیدات نمایشی، ازجمله مهم‌ترین موانع اشاره‌شده برای تحقق مدل تأمین مالی جمعی به‌منظور تولیدات نمایشی سازمان صداوسیما بود.

دنگ و همکاران (2022) یک چارچوب تأمین مالی جمعی در اسپانیا با روش کیفی مرور سیستماتیک ارائه کردند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهندهٔ آن بود که فاکتورهای مرتبط با پروژه (هدف، سرمایهٔ اولیه، اندازهٔ تیم، نوآوری و غیره)، امنیت اطلاعات (شبکه‌های اجتماعی، کامنت، اشتراک‌گذاری، دنبال‌کننده‌ها و غیره)، فاکتورهای مرتبط با ایده‌پردازان (میزان تجربه، فرهنگ، سن شرکت و غیره)، فاکتورهای مرتبط با پلتفرم (نوع پلتفرم، آپدیت) و فاکتورهای مرتبط با پشتیبانان (انگیزه و جذابیت) از عوامل موفقیت تأمین مالی جمعی است (Deng et al., 2022). ریبریوناواراته و همکاران (2021) فاکتورهای کلیدی مدیریت اطلاعات را برای رضایت سرمایه‌گذاران پروژه‌های تأمین مالی جمعی شناسایی کردند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهندهٔ آن ا ست که حصول اطمینان از این‌که به‌کارگیری پلتفرم آ سان ا ست و مرتب به‌روز می شود، جزئیات پروژه، ارائهٔ برنامه‌های کاربردی موبایل، انتشار وبلاگ با جزئیات پیشرفت‌های جدید، ارسال ایمیل به سرمایه‌گذاران، ارائهٔ اطلاعات درخصوص پیشرفت پروژه و آگاهی از نتایج رضایت سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد (Ribeiro-Navarrete et al., 2021). یه و همکاران (2019) فاکتورهای اثرگذار بر پروژه‌های تأمین مالی جمعی را بر مبنای پاداش شنا سایی کردند. یافته‌های پژوهش ن شان‌دهندهٔ آن ا ست که فاکتورهای غنی سازی ر سانه، فاکتورهای توجه، فاکتورهای ارتباطی و سایر فاکتورها از قبیل: تعداد پاداش، نوع پاداش و غیره از عوامل مؤثر بر موفقیت پروژه‌های تأمین مالی جمعی بر مبنای پاداش هستند (Yeh et al., 2019).

همان‌طور که در ادبیات مشاهده می‌شود، به‌کرات به اهمیت تأمین مالی جمعی به‌عنوان یکی از روش های نوین سرمایه‌گذاری در ع صر دیجیتال ا شاره شده ا ست. اغلب پژوهش‌های پی شین به شنا سایی ابعاد و متغیرهای برانگیزاننده در سرمایه‌گذاران، برر سی زیر ساخت‌ها و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، تمرکز بر جویندگان سرمایه، عوامل تعیین‌کنندهٔ موفقیت در تأمین مالی جمعی توجه کرده‌اند. درخصوص صنعت فیلم‌سازی می‌توان گفت، تعدادی از پژوهش‌ها به‌ویژه مطالعات خارجی، تأمین مالی جمعی را در صنعت فیلم‌سازی شناسایی و آن را از ابعاد مختلف بررسی کرده‌اند. در مطالعات داخلی در دو پژوهش به تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی ایران توجه شده که از جنبهٔ الزامات، موانع و محدودیت‌های پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی بررسی شده است. طبق برر سی پژوهشگران، تاکنون هیچ مطالعه‌ای به ارائهٔ چارچوب جامع تأمین مالی در صنعت فیلم سازی ایران توجه نکرده است که با توجه به کمبود منابع مالی غیردولتی برای تولیدات نمایشی و سایر مشکلات موجود، انجام این پژوهش لازم و ضروری است.

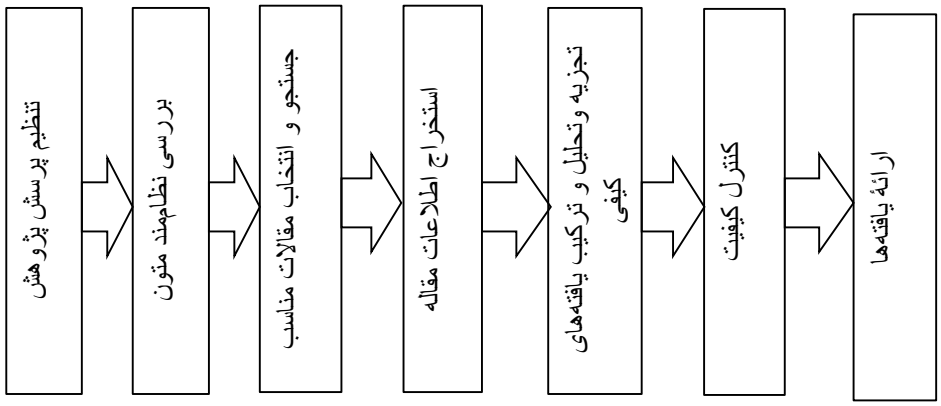
روش پژوهش

این پژوهش ازنظر هدف، کاربردی و ازنظر رویکرد، کیفی و به‌طور مشخص رویکرد فراترکیب است. فراترکیب، نوعی مطالعهٔ کیفی است که اطلاعات و یافته‌های استخراج‌شده از دیگر مطالعات کمی و کیفی مرتبط با موضوع را بررسی و با فراهم‌کردن نگرش سیستماتیک و از طریق ترکیب پژوهش‌های مختلف، مو ضوعات و ا ستعاره‌های جدید را ک شف می‌کند (Nye et al., 2016). فراترکیب در برگیرندهٔ مراحل ج ستجو، ارزیابی، ترکیب، تبیین و تف سیر دقیق هر دو د سته پژوهش‌های کیفی و کمی است. در روش فراترکیب، پژوهشگران با بررسی دقیق متون گذشته، مقوله‌های مشترک را شناسایی و یک چارچوب مفهومی از دل پیشینه ا ستخراج می‌کنند و این، نقطهٔ قوت این روش ا ست (Zimmer, 2006). برای روش فراترکیب

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و بارسو بهره گرفته شده است (Sandelowski & Barroso, 2006). این مراحل در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل (۱) گام‌های فراترکیب (Sandelowski & Barroso, 2006)

Figure (1) Meta-synthesis steps (Sandelowski & Barroso, 2006)

یافته‌ها

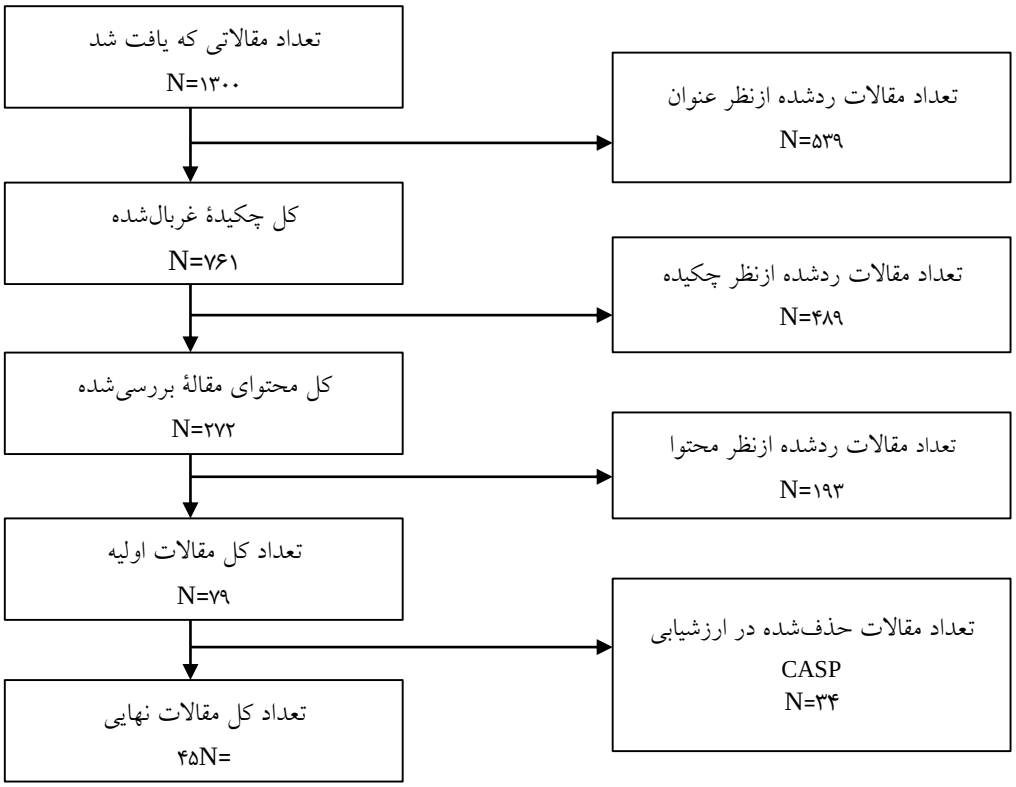
گام اول تنظیم سؤال‌های پژوهش است. مؤلفه‌های پژوهش در برگیرندهٔ چه چیز، چه جامعه‌ای، محدودیت زمانی و چگونگی روش است که براساس آنها، سؤال اصلی پژوهش تشکیل شد: "چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی کشور چگونه است؟" گام دوم جستجوی سیستماتیک متون است. جامعهٔ آماری پژوهش شامل کلیهٔ اسناد علمی، گزارش‌های پژوهشی، پایگاه‌های داده و مجلات داخلی و خارجی درخصوص تأمین مالی جمعی است. در پژوهش ۷ کلیدواژه[1] در پایگاه‌های Science Direct، Emerald، Springer، Scopus، Google Scholar و JSTOR به‌صورت کامل جستجو شد. در پایگاه‌های معتبر داخلی و خارجی و تا سال ۲۰۲۲ تمام مقالات بررسی شد. دربارهٔ موضوع تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم سازی کلیدواژهٔ ا صلی، تأمین مالی جمعی برای جستجو بوده ا ست. نتیجهٔ جستجو شامل ۱۳۰۰ مقاله، کتاب، پایان‌نامه و گزارش‌های نهادهای مرتبط با این حوزه بود؛ در گام سوم جستجو و انتخاب مقاله‌های مناسب صورت می‌گیرد. برای گزینش مقاله‌های منا سب برا ساس نمودار نمایش داده شده در شکل (۲) آیتم‌های متفاوتی از قبیل عنوان چکیده، محتوا، د ستر سی و کیفیت روش پژوهش ارزیابی شده است. درنهایت، ۷۹ مقاله با بازبینی دقیق متن‌ها انتخاب شد و بعد از به‌کارگیری معیار ارزیابی منتقدانه[2] تعداد ۴۵ مقاله به‌عنوان مقالهٔ نهایی انتخاب شد.

[1]. Crowdfunding, Rewards-Based Crowdfunding, Equity-Based Crowdfunding, Debt-Based Crowdfunding, Donation -Based Crowdfunding, Framework + Crowdfunding, Crowdfunding Platforms

[2]. Critical Appraisal Skills Program

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir



شکل (۲) الگوریتم انتخاب مقاله‌های نهایی

Figure (2) Flowchart of selection of final articles

گام چهارم شامل استخراج اطلاعات مقاله می‌شود. اطلاعات مقاله‌ها براساس منبع مرتبط با هر مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار و اجزای هماهنگی بیان‌شده در هر مقاله دسته‌بندی شد. در گام پنجم به تجزیه‌وتحلیل یافته‌هاپرداخته می‌شود. برای تحلیل اطلاعات از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی بهره گرفته شد. بعد از پایان فرایند جستجو و انتخاب پژوهش‌های مناسب، کدهای اولیه استخراج و پس از کدگذاری باز کدگذاری محوری آغاز شد. ابتدا، مقالات منتخب مطالعه، مفاهیم و کدهای مرتبط شناسایی و ذیل برچسب مدنظر مشخص شد. براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته و تحلیل محتوای مقالات، ۴۵ مقالهٔ نهایی انتخاب شد. یافته‌ها در این مرحله مشخص کرد که در پژوهش‌های گذشته تاکنون چنین مطالعهٔ نظام‌مندی انجام نشده است و هریک از مطالعات گذشته به موارد محدودی از تأمین مالی جمعی توجه داشته‌اند. در فرایند تحلیل ۱۰۹ کد، ۲۹ مفهوم، ۱۳ مقولهٔ فرعی و ۳ مقولهٔ اصلی شناسایی شد. مراحل تأمین مالی جمعی به تفکیک سه مرحله در ادامه ارائه شده است.

مرحلهٔ قبل سرمایه‌گذاری، مرحلهٔ آمادگی و قبل از اجرای تأمین مالی جمعی است. در این مرحله باید پیش‌زمینه، زیر ساخت‌ها و مقدمات از منظرهای گوناگون برای پیاده سازی تأمین مالی جمعی فراهم شود. در جدول (۱) عوامل مرتبط با این مرحله ارائه شده است.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول (۱) کدها، مفاهیم و مقوله‌های مرحلهٔ قبل از سرمایه‌گذاری تأمین مالی جمعی

Table (1) Codes, concepts and categories of pre-investment crowdfunding

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
آماده‌سازی (قبل سرمایه‌گذاری)	عوامل مربوط به فرهنگ (آمادگی فرهنگی)	پیشینهٔ فرهنگی مردم	همبستگی مردم	(Deng et al., 2022)
			مهربانی مردم	(Deng et al., 2022; Yeh et al., 2019)
			تمایل به کمک به دیگران	(Ebrahimi, 2017)
			تمایل به شهرت (معرفی به‌عنوان حامی پروژه)	(Ebrahimi, 2017)
			تجربه‌های فرهنگی مشابه (کمک و همیاری در مسائل مختلف)	(Deng et al., 2022; Salavatian et al., 2019)
			داشتن روحیهٔ فعالیت‌های تیمی و منفعت‌رسانی به جمع	(Cumming et al., 2020; Salavatian et al., 2019)
			تقویت انگیزهٔ ملی، قومی، نژادی	(Yeh et al., 2019)
			علاقهٔ مردم به فیلم، سینما و غیره	(Deng et al., 2022)
		گرایش‌های سینمایی مردم	گرایش مردم به مشارکت در سینما	(Fanea-Ivanovici., 2019; Cicchiello et al., 2022)
			امکان تشخص فرهنگی با سرمایه‌گذاری در صنعت فیلم‌سازی	(Fanea-Ivanovici., 2019; Fanea-Ivanovici & Baber, 2021)
		منابع غنی فرهنگ	وجود فرهنگ و تمدن کهن ایرانی	(Salavatian et al., 2019)
			وجود سابقهٔ تاریخی علاقه‌مندی به فیلم و سینما در ایران	(Salavatian et al., 2019)
			وجود سابقه در مشارکت‌های مردمی ازقبیل: گلریزان، وقف، خیرین و غیره	(Salavatian et al., 2019)
			تحریک ظرفیت دینی، اعتقادی	(Salavatian et al., 2019)
		جذابیت صنعت فیلم‌سازی	جذابیت سینما به دلیل تنوع ژانر	(Fanea-Ivanovici., 2019)
			وجود فیلم‌های گروه‌های سنی مختلف	(Cicchiello et al., 2022)
			درامد مناسب فیلم‌های موفق	(Cicchiello et al., 2022)
			کسب شهرت از طریق سینما	(Fanea-Ivanovici., 2019; Salavatian et al., 2019)
	عوامل مربوط به سینما	علاقه‌مندی به گروه‌های خاص در سینما	علاقه مردم به بازیگران در فیلم	(Fanea-Ivanovici, 2019; Fanea-Ivanovici & Baber, 2021)
			محبوبیت کارگردان، فیلم‌نامه‌نویس و سایر افراد در فیلم	(Fanea-Ivanovici, 2019; Cicchiello et al., 2022)
			اعتماد به سلبریتی‌ها در فیلم	(Cicchiello et al., 2022)
		اعتمادسازی عمومی	اعتماد مردم به حکومت	(Yeh et al., 2019; Zuchowski et al., 2016)
			سوءاستفاده نکردن هنرمندان از اعتماد عموم به آنها	(Cicchiello et al., 2022; Salavatian et al., 2019)
			عدم وجود فساد و کلاه‌برداری در دولت	(Munyanyi & Mapfumo, 2018)
			اعتماد به نحوهٔ درست مصرف منابع مالی	(Munyanyi & Mapfumo,

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
			جمع شده	2018; Zuchowski et al., 2016)
			عدم وجود کلاه‌برداری و فساد در صنعت فیلم‌سازی	(Salavatian et al., 2020)
	عوامل اجتماعی		تضمین سرمایه‌گذاری توسط سایر نهادها	(Baber, 2019)
			پایبندبودن به تعهدات و وعده‌ها	(Tian et al., 2018; Zuchowski et al., 2016)
			داشتن تأییدیه از نهادهای ذیصلاح	(Tian et al., 2018)
			تقویت سرمایهٔ اجتماعی	(Cai et al., 2021; Salido-Andres et al., 2021; Liu & Liu, 2016; Agrawal et al., 2015)
			فعالیت گسترده در شبکه‌های اجتماعی	(Liang et al., 2019; Fanea-Ivanovici & Baber, 2021)
		اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی	اطلاع‌رسانی دربارهٔ شیوهٔ تأمین مالی جمعی	(Kaartemo, 2017; Allison et al., 2017; Haji Gholam Saryazdi et al., 2018)
			اطلاع‌رسانی درمورد جایگاه صنعت فیلم‌سازی و سینما به‌عنوان پایگاه فرهنگی	(Salavatian et al., 2020)
			اطلاع‌رسانی دربارهٔ مزایای تأمین مالی جمعی	(Liang et al., 2019; Allison et al., 2017; Haji Gholam Saryazdi et al., 2018)
			افزایش سواد مالی جامعه	(González-Cacheda & Outeda, 2021; Lasrado & Lugmayr, 2013; Haji Gholam Saryazdi et al., 2018)
		تبلیغات مؤثر	تعداد تصاویر، کلمات، ویدئوها برای تبلیغات در اینترنت	(Chen et al., 2022; Hapsari et al., 2021; Crosetto & Regner, 2014)
			به‌کارگیری سلبریتی‌ها و افراد مشهور برای تبلیغ	(Hapsari et al., 2021)
			ترویج نمونه‌های موفق تأمین مالی جمعی	(Yeh et al., 2019)
			ضبط یک کلیپ یا تیزر خوب دربارهٔ اثر	(Hapsari et al., 2021; Tian et al., 2018; Crosetto & Regner, 2014)
			امکان خرید سهام فیلم برای عموم در بورس	(Salavatian et al., 2020)
		سرمایه‌گذاری از طریق بورس	عرضهٔ سهام شرکت‌های فیلم‌سازی در بورس	(Salavatian et al., 2020)
	عوامل اقتصادی		وجود کارگزاری‌های فرهنگی	(Salavatian et al., 2020)
			امکان سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فیلم‌سازی در بورس	(Salavatian et al., 2020)
		سودآوری	سودده بودن آثار سینمایی موفق	(Fanea-Ivanovici, 2019)

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
		صنعت فیلم‌سازی	گردش مالی مناسب در صنعت فیلم‌سازی	(Fanea-Ivanovici, 2019)
			دائمی‌بودن صنعت فیلم‌سازی	(Yeh et al., 2019)
			حمایت از شیوهٔ تأمین مالی جمعی	(O'Donnell., 2022; Jovanović & Voigt, 2017; Gerber & Hui, 2013)
	محیط قانونی و حمایتی	حمایت‌های دولت	نگرش مثبت سیاست‌مداران نسبت به شیوهٔ تأمین مالی جمعی در سینما	(Salavatian et al., 2019)
			حمایت وزارت ارشاد از ایدهٔ تأمین مالی جمعی	(Salavatian et al., 2019)
			ارائهٔ مشوق به تهیه‌کنندگان تأمین‌کنندهٔ بودجه از طریق تأمین مالی جمعی	(Deng et al., 2022)
			تضمین دولت برای اکران فیلم‌ها	(O'Donnell, 2022; Jovanović & Voigt, 2017)
		زیرساخت حقوقی	بهره‌گیری از نظرات کارشناسان حقوقی	(Chen et al., 2022; Salido-Andres et al., 2021)
			فراهم‌آمدن زیرساخت‌های شفاف قانونی تأمین مالی جمعی	(Hapsari et al., 2021; Salido-Andres et al., 2021)
			تدوین قوانین حمایتی از تأمین مالی جمعی	(Hapsari et al., 2021)
	زیرساخت فناورانه	عوامل فنی	استفاده از اینترنت پرسرعت	(Salido-Andres et al., 2021)
			استفاده از روش‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی	(Salido-Andres et al., 2021)
			وجود فناوری وب‌محور برای شکل‌دهی پلتفرم	(Salido-Andres et al., 2021; Jovanović & Voigt, 2017)
			علاقهٔ سرمایه‌پذیران به صرف هزینه برای مطالعات امکان‌سنجی	(Zuchowski et al., 2016)
	امکان‌سنجی اجرای طرح	پیش‌نیازهای برنامه‌ریزی	مشارکت بین ذی‌نفعان مختلف	(Jovanović & Voigt, 2017)
			شناسایی فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در جمعیت سرمایه‌گذار	(Hou et al., 2015)
			توجه به نظرات کارشناسان	(Jovanović & Voigt, 2017)
			شفافیت در اهداف طرح و پروژه	(Kaartemo, 2017)
			ارزیابی سطح توسعه‌یافتگی جامعه برای اجرای پروژه	(Kaartemo, 2017)
		پیش‌نیازهای اطلاعاتی	انسجام در نظام آمار و اطلاعات	(Baber, 2019; Beaulieu et al., 2015)
			توجه به دانش کافی موجود در حوزهٔ تأمین مالی جمعی در جامعه	(Tian et al., 2018)

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مرحله حین سرمایه‌گذاری، مرحلهٔ اجرا و پیاده سازی تأمین مالی جمعی ا ست. در این مرحله تأمین مالی جمعی از طریق سایت یا پلتفرم‌های مرتبط با آن، به عموم جامعه در بستر اینترنت عر ضه می شود. در جدول (۲) عوامل مرتبط با این مرحله ارائه شده است.

جدول (۲) کدها، مفاهیم و مقوله‌های مرحله حین سرمایه‌گذاری تأمین مالی جمعی

Table (2) Codes, concepts and categories during the investment phase of crowdfunding

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
سرمایه‌گذاری (حین سرمایه‌گذاری)	عوامل مربوط به پلتفرم و سایت‌های ارائه‌دهنده خدمات	مدیریت تجربهٔ سرمایه‌گذران در پلتفرم	ایجاد حس مثبت در سرمایه‌گذاران با استفاده از عناصر خوشامدگویی آنلاین	(Deng et al., 2022)
			ارائهٔ حمایت‌های عاطفی و اطلاعاتی از طریق تعاملات آنلاین	(Cicchiello et al., 2022)
			امکان ارائهٔ پیشنهادهای ویژهٔ کاربران	(Liu et al., 2017)
			ایجاد امکان گفتگو بین سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر	(Hou et al., 2015; Shafaei et al., 2021)
		سهولت کاربری	وجود فایل‌های آموزشی در پلتفرم	(Kazaure et al., 2020)
			پاسخگویی/ پشتیبانی آنلاین اطلاعاتی	(Kazaure et al., 2020)
			دسترسی راحت کاربران به پلتفرم	(Deng et al., 2022; Kazaure et al., 2020; Chitsazan & Pourbasir, 2021)
		سهولت دسترسی	رایگان‌بودن به‌کارگیری پلتفرم	(Kazaure et al., 2020)
			مقیدنبودن به زمان و مکان در دسترسی به پلتفرم یا سایت	(Kaartemo, 2017)
			کاهش زمان دسترسی به پلتفرم	(Deng et al., 2022; Chitsazan & Pourbasir, 2021)
		ویژگی‌های فنی	جذابیت ظاهری	(Hapsari et al., 2021)
			انتخاب نام دامنه سایت متناسب با نوع فعالیت	(Gangi & Daniele, 2017; Burtch et al., 2013)
			تخصصی بودن پلتفرم	(Gangi & Daniele, 2017; Ibrahim, 2012; Shafaei et al., 2021)
		قابلیت‌های مؤثر	امکانات کاربری جذاب پلتفرم	(Gangi & Daniele, 2017)
			قابلیت اتصال به سایر شبکه‌ها	(Deng et al., 2022; Burtch et al., 2013)
			قابلیت ردگیری توسط سرمایه‌گذار	(Kaartemo, 2017)
			قابلیت یکپارچه‌سازی با سایر فعالیت‌های مالی سرمایه‌گذار	(Kaartemo, 2017)
			توانایی ارائه گزارش‌های تحلیلی، دسترسی به سوابق سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر و غیره در پلتفرم	(Burtch et al., 2013)
			بارگذاری کامل اطلاعات مربوط به طرح یا ایده فیلم در پلتفرم	(Gangi & Daniele, 2017)
			حفظ امنیت پرداخت‌های الکترونیکی	(Cumming et al., 2020; Liu & Liu,

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
		تأمین امنیت سرمایه	مهارت‌های یادگیری تأمین مالی جدید	2016; Salavatian et al., 2020) (O'Donnell, 2022; Salido-Andres et al., 2021)
	مدیریت ریسک		بی‌اعتمادی نسبت به استفاده صاحبان پروژه‌ها از منابع مالی دخالت دولت در سینما	(Cumming et al., 2020; Chitsazan et al., 2019) (Zuchowski et al., 2016; Salavatian et al., 2020)
		آگاهی نسبت به نتایج پروژه	قراردادن بیانیهٔ ریسک در پلتفرم و سایت	(Huang, 2020; Fadaii Vahed & Maeli, 2014)
			اطلاع‌رسانی دقیق نسبت به عدم موفقیت احتمالی پروژه	(González-Cacheda & Outeda, 2021; Huang, 2020; Salavatian et al., 2020)
	حفظ و بهبود ارتباطات	ارتباط با شرکا و سرمایه‌گذاران	تداوم ارتباط با شرکا و سرمایه‌گذاران	(Ribeiro-Navarrete et al., 2021; González-Cacheda & Outeda, 2021)
			درگیرکردن حامیان با ارائه مشارکت آنها در تصمیم‌گیری	(Ribeiro-Navarrete et al., 2021; González-Cacheda & Outeda, 2021)
	بانک اطلاعاتی سرمایه‌گذاران	بخش‌بندی درست سرمایه‌گذاران	طبقه‌بندی سرمایه‌گذاران برمبنای انگیزه مشارکت	(Liang et al., 2019)
			شناسایی سرمایه‌گذاران به تفکیک مدت زمان مشارکت	(Liang et al., 2019)
			شناسایی سرمایه‌گذاران به تفکیک نوع طرح(فیلم کوتاه، مستند، بلند و غیره)	(Liang et al., 2019)
		اطلاعات جمعیت‌شناختی سرمایه‌گذاران	شناسایی سرمایه‌گذاران برمبنای جنسیت، سن و غیره	(Huang, 2020; Aznab et al., 2021)
			طبقه‌بندی سرمایه‌گذاران بر مبنای اطلاعات جمعیت‌شناختی	(Huang, 2020; Liang et al., 2019; Aznab et al., 2021)

مرحلهٔ پسا سرمایه‌گذاری، مرحلهٔ بعد از پیاده سازی تأمین مالی جمعی ا ست. اجرای هر برنامه، طرح، ایده و غیره نیازمند ارزیابی و پایش اســت. ارزیابی عملکرد برنامهٔ تأمین مالی افق‌های روشــنی برای آیندهٔ این برنامه‌ها در اختیار مجریان و ســایر صاحبان ایده قرار خواهد داد. در جدول (۳) عوامل مرتبط با این مرحله ارائه شده است.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول (۳) کدها، مفاهیم و مقوله‌های مرحلهٔ پسا سرمایه‌گذاری تأمین مالی جمعی

Table (3) Codes, concepts and categories of the post-investment stage of crowdfunding

مقولهٔ اصلی	مقولهٔ فرعی	مفهوم	کد	منابع
پسا سرمایه‌گذاری	کنترل	ارزشیابی تأمین مالی جمعی	نظارت بر نحوهٔ مصرف سرمایه‌های جمع‌شده	(Jovanović & Voigt, 2017; Ebrahimi, 2017)
			گزارش حاصل از سود یا زیان طرح بر روی پلتفرم	(Kaartemo, 2017; Ebrahimi, 2017)
		عارضه‌یابی تأمین مالی جمعی	ارزیابی کاربران در بهره‌گیری از پلتفرم	(Kaartemo, 2017)
			تشخیص مشکلات حین اجرای پروژه و انجام اقدامات اصلاحی	(Cumming et al., 2020; Salavatian et al., 2020)
			تعیین مشکلات فنی پلتفرم	(Hou et al., 2015)
			شناسایی نقاط استراتژیک نیازمند بهبود	(Hou et al., 2015)
	نگهداشت سرمایه‌گذاران	پایش سرمایه‌گذاران	حفظ ارتباط با سرمایه‌گذاران	(Aznab et al., 2021)
			بازخور نتایج به سرمایه‌گذاران	(Aznab et al., 2021)
			نظرخواهی از جمعیت با هدف شناسایی نقاط قوت و ضعف	(Zuchowski et al., 2016)
		ازدیاد جمعیت سرمایه‌گذاران از طریق فعالیت‌های ترویجی	ایجاد طرح‌های جدید فیلم‌سازی	(Braet et al., 2013)
			بهبود شیوه‌های جدید و پاداش و مزایای موجود	(Kaartemo, 2017)

گام ششم حفظ کنترل کیفیت است. پژوهشگران از مقایسهٔ نظرات خود با خبره‌ای دیگر برای بررسی مفاهیم استخراجی خود استفاده و نتایج را با استفاده از ضریب کاپا اندازه‌گیری کردند. ضریب کاپا به‌دنبال ارزیابی اندازهٔ توافق بین دو فرد، پدیده یا منبع تصمیم‌گیری است که هریک به صورت جداگانه دو کمیت اصلی را اندازه‌گیری کرده‌اند. ضریب کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد و هرچه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهندهٔ آن است که توافق بین رتبه‌دهندگان وجود دارد. ضریب کاپای محاسبه شده توسط نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس مقدار ۰/۸۷۲ بود که از مقدار قابل‌قبول آن (۰/۶) (Jensen & Allen, 1996) بیشتر بود؛ بنابراین فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود و استخراج کدها از پایایی مناسبی برخوردار بوده است گام هفتم ارائهٔ یافته‌ها را شامل می‌شود. بعد از تأیید کیفیت یافته‌های استخراجی، چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران استخراج و در شکل (۳) ارائه شده است.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir



شکل (۳) چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی

Figure (3) Crowdfunding framework in the film industry

برای سنجش اعتبار درونی نتایج حاصل از فراترکیب از روش کنکوال[1] استفاده شده است. روش کنکوال برای بررسی نتایج یافته‌های کیفی به‌ویژه روش فراترکیب است که در آن ابعاد و گویه‌های استخراج‌شده طیفی بین (۰ تا ۴-) دارد که حالت صفر بدون تغییر (پذیرفته شده) تا ۴- حمایت‌نشده را در برمی‌گیرد (Munn et al., 2014). پژوهشگران پرسشنامه‌ای تنظیم کرده و بین ده نفر از خبرگان (اعضای هیئت‌علمی دانشگاه با دست‌کم سه مقالهٔ علمی- پژوهشی در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش، مدیران و دست‌اندرکاران شرکت‌های فعال تأمین مالی جمعی به آدرس سایت (https://www.ifb.ir/Finstars/AllCrowdFundingAgents.aspx) توزیع کردند. نتایج نشان‌دهندهٔ حالت صفر یعنی حمایت‌شده ازنظر خبرگان است. برای سنجش اعتبار بیرونی نتایج حاصل از فراترکیب، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده

[1]. ConQual

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

شده است. نمونه‌گیری هدفمند در جستجو و انتخاب مقالات، کتاب و گزارش‌های تحلیلی به صورت دقیق و با تحلیل بیشتر عمل می‌کند و کارهای پژوهشی را برمی‌گزیند که در عین همگن‌بودن به جهت تأیید یافته‌ها، برای تأیید انتزاع پژوهشگر ناهمگن باشند. تناسب زمانی و موضوعی در نمونه‌گیری نیز موردتوجه قرار گرفته است (Finfgeld-Connett, 2010).

نتیجه‌گیری

با وجود اهمیت موضوع تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی، ارائهٔ چارچوب جامع برای پیاده‌سازی آن در ایران، تاکنون مغفول مانده است. بیشتر مطالعات گذشته به الزامات، ظرفیت‌ها، موانع و محدودیت‌ها تمرکز کرده و به ارائهٔ چارچوب جامع برای پیاده‌سازی در هیچ پژوهشی به‌صورت جامع و ویژه توجه نشده است. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر، ارائهٔ چارچوب تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران است. پژوهشگران با استفاده از روش فراترکیب بر مبنای تحلیل اسناد و ادبیات موجود نشان دادند که چارچوب مزبور در سه مرحله: قبل، حین و پسا سرمایه‌گذاری قرار دارد. بازیگران اصلی صنعت تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم‌سازی جمهوری اسلامی ایران شامل: سرمایه‌گذاران، سرمایه‌پذیران و دولت است که به هرکدام از آنها در هرکدام از مراحل نام‌برده توجه شده است. سرمایه‌پذیران یا صاحبان ایده افراد و کسب‌وکارهایی هستند که به‌دنبال تأمین سرمایه برای تولیدات نمایشی خود هستند. افراد سرمایه‌گذار افرادی از عموم جامعه هستند که با انگیزه‌های مختلف به سرمایه‌گذاری اقدام می‌کنند. دولت از بازیگران مهم تأمین مالی جمعی است که با وضع قوانین و مقررات و سایر اقدامات قانونی نقش اثرگذاری در امکان تحقق این مدل سرمایه‌گذاری نوین دارد. در ادامه، هرکدام از مراحل تشریح می‌شوند.

مرحله قبل سرمایه‌گذاری در برگیرندهٔ ۷ مقولهٔ فرعی عوامل مربوط به فرهنگ، سینما، اجتماعی، اقتصادی، محیط قانونی و حمایتی، زیر ساخت فناورانه و امکان سنجی اجرای طرح است. قبل از طرح ایده و جمع‌آوری سرمایه از سرمایه‌گذاران باید مقدماتی ایجاد شود. کشور ایران ازنظر فرهنگی ظرفیت لازم را برای تحقق تأمین مالی جمعی دارد. مواردی همچون «گلریزان» نشان از سبقهٔ فرهنگی مردم ایران در کمک و همیاری دارد. تأمین مالی جمعی مستلزم بازاریابی گسترده و متقاعدسازی عموم مردم برای سرمایه‌گذاری است. نقش سلبریتی‌ها، هنرمندان و به‌طور کلی متولیان صنعت فیلم‌سازی در ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاران بسیار پررنگ است. آنها با بیان مزایای روش تأمین مالی جمعی در آشنایی افراد جامعه و ایجاد علاقه در آنها اثرگذار هستند. در این راستا، پیشنهاد می شود، از بازیگران و شخصیت‌های محبوب در تیزرهای تبلیغاتی و فراخوان برای سرمایه‌گذاری استفاده شود. با توجه به محدودبودن تعداد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی موردتأیید مراجع ذی‌صلاح، تعداد این پلتفرم‌ها افزایش یابد و در این خصوص دولت نیز حمایت‌های لازم را ارائه دهد. سیاست‌گذران دولتی باید زیر ساخت‌های حقوقی لازم را تأمین کنند تا سرمایه‌گذاران با اطمینان خاطر در تأمین مالی جمعی مشارکت کنند. پیشنهاد می‌شود، شروع پروژه‌های تأمین مالی جمعی در صنعت فیلم سازی به دلیل نوبودن و عدم آشنایی بسیاری از سرمایه‌گذاران با این حوزه، از پروژه‌های پرسود و کم‌تعداد با هدایت سازمان سینمایی کشور باشد.

در مرحله حین سرمایه‌گذاری عوامل شناسایی شده بیشتر بر جنبهٔ اجرایی طرح متمرکز هستند. عوامل مربوط به پلتفرم و سایت‌های ارائه‌دهندهٔ خدمات، مدیریت ریسک، حفظ و بهبود ارتباطات و بانک اطلاعاتی سرمایه‌گذاران در این مرحله قرار دارند. حوزهٔ فنی و اجرایی پلتفرم‌ها برای سرمایه‌گذاری راحت کاربران، برقراری ارتباط و بازخور نتایج به سرمایه‌گذاران از پیشرفت طرح و ایدهٔ فیلم مدنظر در این مرحله حائز اهمیت بسیار است. پیشنهاد می شود، پلتفرم‌ها دست‌کم یک طرح توجیهی

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مشخص از مراحل و فرایند تولید فیلم و ایدهٔ مدنظر را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهند. پیشنهاد می‌شود، به‌منظور افزایش سهولت درک‌شده حین کار با پلتفرم یا وب‌سایت با توجه به جدیدبودن تأمین مالی جمعی، ساختار و فرآیندهای پلتفرم یا وب‌سایت به‌گونه‌ای طراحی شود که تطبیق زیادی با انتظار کاربران داشته باشد. به‌علاوه، برای سنجش و ارزیابی و راستی‌آزمایی برخی از پروژه‌ها با ایجاد هوش مصنوعی در پلتفرم‌ها از این امکان استفاده شود. به‌علاوه، بنیاد سینمایی به اکران فیلم‌های سرمایه‌گذاری‌شده با روش تأمین مالی جمعی اولویت دهد و برنامه‌های اکران برای سال‌های آینده ارائه شود.

مرحله پسا سرمایه‌گذاریدر برگیرندهٔ ۲ مقولهٔ فرعی کنترل و نگهداشت سرمایه‌گذاران است. هر طرح و برنامه‌ای برای این‌که نتیجهٔ موفقی دا شته با شد، باید همواره ارزیابی شود. فقط طرح ایده و اجرای آن کافی نیست و باید مرحلهٔ ارزیابی نیز وجود داشته باشد. برای سنجش نحوهٔ اجرای برنامه، یافتن ایرادات موجود و برطرف‌کردن آنها باید برنامه‌های بازرسی و کنترل نیز اجرا شود. ارزیابی می‌تواند حین اجرای طرح نیز وجود داشته و همواره به‌دنبال یافتن ایرادات و برطرف‌کردن آنها باشد. برای ادامهٔ طرح و ازدیاد جمعیت سرمایه‌گذاران نباید از قدرت تبلیغات و فعالیت‌های ترویجی غافل شد. پیشنهاد می شود، نتایج طرح‌ها و سرمایه‌گذاری افراد به آنها بازخور داده شود و اطلاعات نیز در پلتفرم و سایت مدنظر برای کاربران نشان داده شود. علاوه بر این، از پیج‌ها، اکانت‌ها و سایر شبکه‌های اجتماعی سلبریتی‌ها برای تبلیغ و بازاریابی پروژه تأمین مالی جمعی استفاده شود.

در مرحلهٔ قبل سرمایه‌گذاری به کدهای «اعتماد مردم به حکومت»، «تقویت سرمایهٔ اجتماعی» در پژوهش یه و همکاران (2019) اشاره شده است. در پژوهش فانئاایوانویچ (2019) به کدهای «گرایش مردم به مشارکت در سینما»، «امکان تشخص فرهنگی با سرمایه‌گذاری در صنعت فیلم‌سازی» اشاره شده است. به کدهای «تمایل به کمک به دیگران» و «تمایل به شهرت» اشاره شده است. به‌علاوه، به کدهای «اطلاع‌رسانی دربارهٔ جایگاه صنعت فیلم‌سازی»، «وجود سابقه در مشارکت‌های مردمی ازقبیل: گلریزان، وقف و خیرین و غیره» اشاره شده است. در مرحلهٔ حین سرمایه‌گذاری و پژوهش صلواتیان و همکاران (2019) به کدهای «امکان خرید سهام فیلم برای عموم در بورس»، «عر ضهٔ سهام شرکت‌های فیلم سازی در بورس»، «امکان سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فیلم سازی در بورس» ا شاره شده ا ست. به کد «پا سخگویی/ پ شتیبانی آنلاین اطلاعاتی» در پژوهش دنگ و همکاران (2022) ا شاره شده ا ست. در پژوهش ریبریوناواراته و همکاران (2021) به کدهای «تداوم ارتباط با شرکا و سرمایه‌گذاران»، «درگیرکردن حامیان با ارائهٔ مشارکت آنها در تصمیم‌گیری» اشاره شده است که با نتایج پژوهش حاضر همرا ستا ست. در مرحلهٔ پ سا سرمایه‌گذاری به کدهای «حفظ ارتباط با سرمایه‌گذاران»، «بازخور نتایج به سرمایه‌گذاران» در پژوهش ازنب و همکاران (2021) اشاره شده است. به کدهای «گزارش حاصل از سود یا زیان طرح بر روی پلتفرم»، «ارزیابی کاربران در بهره‌گیری از پلتفرم» در پژوهش کارتمو (2017) اشاره شده است.

پژوهشگران در انجام فرایند این پژوهش با محدودیت‌ها و مشکلاتی روبه‌رو بوده‌اند؛ ازجمله، محدودیت زمانی و ممکن‌نبودن تعمیم نتایج پژوهش به سازمان‌های دیگر به دلیل این‌که ماهیت روش پژوهش، کیفی است. از آنجا که امکان تفاسیر مختلف از پدیدهٔ موردبررسی از محدودیت‌های پژوهش کیفی است، به‌طور حتم تفسیر صورت‌گرفته از پدیدهٔ موردمطالعه یکی از تفاسیر پذیرفتنی دربارهٔ آن است. با توجه به رویکرد کیفی پژوهش و عدم بررسی اعتبار مدل استخراج‌شده به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود، با روش‌شناسی کمی به آزمون مدل استخراج‌شده توجه کنند. پیشنهاد می‌شود، پژوهشگران آتی در حوزهٔ ارزشیابی تأمین مالی جمعی و سازوکارهای تأمین امنیت سرمایه پژوهش کنند. در انتها پیشنهاد می‌شود، موضوع پژوهش حاضر به‌صورت مطالعهٔ موردی در پلتفرم‌های فعال در ایران و جهان بررسی و نتایج حاصل از آنها

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

با هم مقایسه شود.

منابع

ابراهیمی، اشکان (۱۳۹۶). *مدلسازی ساختاری تفسیری عوامل برانگیزاننده‌ی تأمین‌کنندگان مالی- جهت مشارکت در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی* [پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران]. نورداک.

ازنب، الهام، کریمی، آصف، و مهرنوش، مینا (۱۴۰۰). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت رفتار تأمین مالی جمعی(مورد مطالعه: خانهٔ سرمایه‌گذاری). *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۹(۲)، ۳۵۳-۳۷۵. https://doi.org/10.22059/jomc.2020.302912.1008050

حاجی‌غلام سریزدی، علی، رجب‌زاده قطری، علی، مشایخی، علی‌نقی، و حسن‌زاده، علی‌رضا (۱۳۹۷). ارائه مدل بوم‌شناسی کسب وکار تامین مالی جمعی در ایران. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۱۹)، ۳۰۷-۳۴۲.

چیت سازان، هستی، و پوربصیر، محسن (۱۳۹۹). تبیین عوامل مؤثر بر قصد مشارکت مالی حامیان در پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی. *توسعه کارآفرینی*، ۱۴(۴)، ۵۹۹-۶۱۸. https://doi.org/10.22059/jed.2021.320354.653622

چیت‌سازان، هستی، کولجی، ساره، و باقری، افسانه (۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش‌برنده استفاده از تأمین مالی جمعی توسط کارآفرینان (مورد مطالعه: صنعت گردشگری). *توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۱)، ۲۱-۴۰. https://doi.org/10.22059/jed.2018.261899.652659

شفاعی، رضا، ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن، و پیمانی، مسلم (۱۴۰۰). سیگنال‌های برانگیزاننده‌ی مشارکت در تامین مالی جمعی سهامی در ایران. *مدیریت نوآوری*، ۱۰(۲)، ۱۳-۱۳۸. https://www.nowavari.ir/article_134313.html

صلواتیان، سیاوش، حسینی، بشیر، و نوری‌محب، صابر (۱۳۹۸الف). امکان سنجی استفاده از روش تأمین‌مالی‌جمعی تولیدات نمایشی سازمان صداوسیما. *مجله جهانی رسانه*، ۱۴(۲)، ۱۰۶-۱۳۰. https://doi.org/10.22059/gmj.2020.76662

صلواتیان، سیاوش، قنبری، سعید، و نوری‌محب، صابر (۱۳۹۸ب). تأمین مالی جمعی تولیدات بلند سینمایی در ایران؛ موانع، ظرفیت‌ها و الزامات. *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۲۰(۴۷)، ۶۵-۹۴. https://doi.org/10.22083/jccs.2019.172924.2737

فدایی‌واحد، میثم، و مایلی، محمدرضا (۱۳۹۳). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر تأمین مالی در ایران با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی. *سیاست‌های مالی و اقتصادی*، ۲(۶)،۱۴۱-۱۶۰.

References

Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*, *24*(2), 253-274. https://doi.org/10.1111/jems.12093

Allison, T. H., Davis, B. C., Webb, J. W., & Short, J. C. (2017). Persuasion in crowdfunding: An elaboration likelihood model of crowdfunding performance. *Journal of Business Venturing*, *32*(6), 707-725. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.09.002

Aznab, E., Karimi, A., & Mehrnoosh, M. (2021). Identifying the Factors Influencing the Success of Crowdfunding Behavior: A Case Study of Investment House. *Organizational Culture Management*, *19*(2): 353-375. https://doi.org/10.22059/jomc.2020.302912.1008050 [In Persian].

Baber, H. (2019). A framework for Crowdfunding platforms to match services between funders and fundraisers. *International Journal of Industrial Distribution & Business*,3(5), 54-74. http://dx.doi.org/10.13106/ijidb.2019.vol10.no4.25

Beaulieu, T., Sarker, S., & Sarker, S. (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding. *Communications of the Association for Information Systems*, *37*(1), 1. https://doi.org/10.17705/1CAIS.03701

Braet, O., Spek, S., & Pauwels, C. (2013). Crowdfunding the movies: A business analysis of crowdfinanced moviemaking in small geographical markets. *Journal of Media Business Studies*, *10*(1), 1-23. https://doi.org/10.1080/16522354.2013.11073557

Burtch, G., Ghose, A., & Wattal, S. (2013). An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets. *Information Systems Research*, *24*(3), 499-519. https://doi.org/10.1287/isre.1120.0468

Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, *162*, 120412. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120412

Chen, M. Y., Chang, J. R., Chen, L. S., & Chuang, Y. J. (2022). Identifying the key success factors of movie projects in crowdfunding. *Multimedia Tools and Applications*, *81*(19), 27711-27736. https://doi.org/10.1007/s11042-022-12959-0

Cicchiello, A. F., Gallo, S., & Monferrà, S. (2022). Mapping crowdfunding in cultural and creative industries: A conceptual and empirical overview. *European Management Review*, *19*(1), 22-37. https://doi.org/10.1111/emre.12510

Chitsazan, H., & Pourbasir, M. (2021). Factors affecting backers' funding intention in crowdfunding platforms. *Journal of Entrepreneurship Development*, *14*(4), 599-618. 10.22059/JED.2021.320354.653622 [In Persian].

Chitsazan, H., Koolaji, S., & Bagheri, A. (2019). Identifying drivers of Using Crowdfunding by Entrepreneurs (The Case of Tourism Industry*). Journal of Entrepreneurship Development*, *12*(1), 21-40. https://doi.org/10.22059/jed.2018.261899.652659 [In Persian].

Crosetto, P., & Regner, T. (2014). Crowdfunding: Determinants of success and funding dynamics (No. 2014-035). *Jena Economic Research Papers*, *6*(2), 68-83. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2088298

Cumming, D. J., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2020). Crowdfunding models: Keep-it-all vs. all-or-nothing. *Financial Management*, *49*(2), 331-360. https://doi.org/10.1111/fima.12262

Deng, L., Ye, Q., Xu, D., Sun, W., & Jiang, G. (2022). A literature review and integrated framework for the determinants of crowdfunding success. *Financial Innovation*, 8(1), 1-70. https://doi.org/10.1186/s40854-022-00345-6

Ebrahimi, A. (2017). *Interpretive structural modeling of funders' motivational factors towards participation in crowdfunding platforms* [Unpublished Master's Thesis]. University of Tehran. [In Persian].

Fadaii Vahed, M., & Maeli, M. R. (2014). Prioritization of factors affecting financing in Iran using hierarchical analysis method. *Journal of Financial and Economic Policies*. *2*(6), 141-160. [In Persian].

Fanea-Ivanovici, M. (2019). Prosumers: Key Factors for Successful Filmmaking Crowdfunding Projects. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 11(3), 48-60. https://doi.org/10.4018/IJESMA.2019070104

Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2021). Crowdfunding model for financing movies and web series. *International Journal of Innovation Studies*, *5*(2), 99-105. https://doi.org/10.1016/j.ijis.2021.06.001

Finfgeld-Connett, D. (2010). Generalizability and transferability of meta-synthesis research findings. *Journal of advanced nursing*, *66*(2), 246-254. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2009.05250.x

Gangi, F., & Daniele, L. M. (2017, June). *Success drivers of reward-based crowdfunding: conceptual framework and empirical evidence***.** In EURAM Conference 2017: Making Knowledge Work (pp. 21-24).

Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), 1-32. https://doi.org/10.1145/2530540

González-Cacheda, B., & Outeda, C. C. (2021). Political crowdfunding and resource mobilization for collective action: The keys to success. *Technology in Society*, *67*, 101743. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101743

Haji-Gholam-Saryazdi, A., Rajab-Zadeh-Ghatari, A., Mashayekhi, A, N., & Hasan-Zadeh, A. R. (2018). Presenting the ecological model of crowdfunding business in Iran. *Journal of Business Management Explorations*, 10(19), 307-342. [In Persian]. https://bar.yazd.ac.ir/article_1155.html

Hapsari, M. I., Bin, M. A., Mohammed, M. O. & Duasa, J. (2022), A qualitative investigation into crowdfunding framework as a source of financing for waqf land development. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(3), 425-443. https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2020-0311

Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: motives, definitions, typology and ethical challenges. *Journal of Entrepreneurship Research*, *7*(2), 92-115. https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045

Hou, J., Wang, N., & Ge, S. (2015). Antecedents of crowdfunding project success: An empirical study. *WHICEB 2015 Proceedings*, 52.

Huang, W. (2020). The study on the relationships among film fans' willingness to pay by film crowdfunding and their influencing factors. *Economic Research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 804-827. https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1734849

Ibrahim, N. (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. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00353-X

Jensen, L, A & Allen, M. N. (1996). Meta-synthesis of qualitative findings. *Qualitative Health Research*, 6(4), 553-560. https://doi.org/10.1177/104973239600600407

Jovanović, T., & Voigt, K. I. (2017). *Corporate Crowdfunding: Towards a Conceptual Framework,* Retrieved: https://www.researchgate.net/profile/Tanja-Jovanovic-4/publication/324124074_Corporate_Crowdfunding_towards_a_conceptual_framework/links/5abf6328aca27222c7583110/Corporate-Crowdfunding-towards-a-conceptual-framework.pdf

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Kaartemo, V. (2017). The elements of a successful crowdfunding campaign: A systematic literature review of crowdfunding performance. *International Review of Entrepreneurship*, 15(3), 291-318.

Kazaure, M. A., Abdullah, A. R., Zawawi, D. B., & Hamzah, A. (2020). Determinants of SMEs intention to adopt Islamic crowdfunding model in Northwestern Nigeria. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(2), 204-217. https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2019-0234

Lasrado, L. A., & Lugmayr, A. (2013). Crowdfunding in Finland: A new alternative disruptive funding instrument for businesses. *In Proceedings of International Conference on Making Sense of Converging Media*, (pp. 194-201). https://doi.org/10.1145/2523429.2523490

Liang, 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), 70-84. https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.002

Liu, C., & Liu, J. (2016). Antecedents of success rate of award-based crowdfunding: The case of the "kickstarter". *Modern Economy*, 7(03), 250. http://dx.doi.org/10.4236/me.2016.73027

Liu, L., Suh, A., & Wagner, C. (2017). Donation behavior in online micro charities: An investigation of charitable crowdfunding projects. *In Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on system sciences*. https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.100

Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005

Munn, Z., Porritt, K., Lockwood, C., Aromataris, E., & Pearson, A. (2014). Establishing confidence in the output of qualitative research synthesis: The ConQual approach. *BMC Medical Research Methodology*, 14(1), 1-7. https://doi.org/10.1186/1471-2288-14-108

Munyanyi, W., & Mapfumo, A. (2018). *Factors influencing crowdfunding plausibility in post hyperinflationary Zimbabwe*.

Nye, E., Melendez-Torres, G. J., & Bonell, C. (2016). Origins, methods and advances in qualitative meta-synthesis. *Review of Education*, 4(1), 57-79. https://doi.org/10.1002/rev3.3065

O'Donnell, J. (2022). Administration of crowdfunding at Australian universities. *Business Horizons*, 65(1), 33-42. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.09.001

Ribeiro-Navarrete, S., Palacios-Marqués, D., Lassala, C., & Ulrich, K. (2021). Key factors of information management for crowdfunding investor satisfaction. *International Journal of Information Management, 59*, 102354. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102354

Salavatian, S., Ghanbary, S., & Nouri Moheb, S., (2019). Collective financing of feature film productions in Iran; Barriers, capacities and requirements. *Journal of Communication Culture Studies*, *20*(47), 65-94. https://doi.org/10.22083/jccs.2019.172924.2737 [In Persian].

Salavatian, S., Hoseini, B., & Nouri Moheb, S. (2020). Feasibility Study of Using Crowdfunding Method for Drama Productions in IRIB. *Global Media Journal-Persian Edition*, *14*(2), 106-130. https://doi.org/10.22059/gmj.2020.76662 [In Persian].

Salido-Andres, N., Rey-Garcia, M., Alvarez-Gonzalez, L. I., & Vazquez-Casielles, R. (2021). Mapping the field of donation-based crowdfunding for charitable causes: Systematic review and conceptual framework. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(2), 288-302. https://doi.org/10.1007/s11266-020-00213-w

Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. Springer Publishing Company.

Shafaei, R., Ebrahimi SarvOlya, M. H., & Peymany, M. (2021). Motivating signals to participate in equity crowdfunding in Iran. *Journal of Innovation Management*, 10(2), 125-153. [In Persian]. https://www.nowavari.ir/article_134313.html

Shneor, R., Zhao, L., & Flåten, B. T. (2020). *Introduction: from fundamentals to advances in crowdfunding research and practice*. In Advances in Crowdfunding (pp. 1-18). Palgrave Macmillan, Cham.

Tian, Z., Guan, L., & Shi, M. (2018). The key factors of successful internet crowdfunding projects-an empirical study based on different platforms. *In 2018 15th International Conference on Service Systems and Service Management* (ICSSSM) (pp. 1-6). IEEE. https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2018.8465009

Yeh, T. L., Chen, T. Y., & Lee, C. C. (2019). Investigating the funding success factors affecting reward-based crowdfunding projects. *Journal of Innovation*, 21(3), 466-486. https://doi.org/10.1080/14479338.2019.1585191

Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: A question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Mursing*, 53(3), 311-318. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2006.03721.x

Zuchowski, O., Posegga, O., Schlagwein, D., & Fischbach, K. (2016). Internal crowdsourcing: conceptual framework, structured review, and research agenda. *Journal of Information Technology*, 31(2), 166-184. https://doi.org/10.1057/jit.2016.14

Archive of SID.ir