



دانشگاه گامی رازی و منطقه رازی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هشتم، شماره اول، بهار ۱۴۰۰

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۳۱-۵۰

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19385.1519

## تحلیل عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی

صبا امیری\*

استادیار، دکتری کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی،

دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۵

### چکیده

تأمین منابع مالی یکی از دغدغه‌های بسیار مهم و حیاتی زنان کارآفرین است که حدود نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند. در همین راستا، تأمین مالی جمعی به عنوان روشی جدید برای کارآفرینان با هدف تأمین مالی، توسعه و تجاری‌سازی ایده‌ها و طرح‌های کارآفرینانه مطرح شده است. لذا پژوهش حاضر با هدف تحلیل عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی در استان کرمانشاه انجام شد. رویکرد پژوهش، کیفی و از نوع تجزیه و تحلیل مضمون بود. جامعه مورد مطالعه ۲۱ نفر از زنان کارآفرین حوزه کشاورزی استان کرمانشاه به همراه متخصصان کلیدی صاحب دانش و تجربه در حوزه کارآفرینی، کشاورزی و تأمین مالی بودند. داده‌ها از طریق یادداشت‌برداری‌های میدانی و مصاحبه نیمه‌ساختارمند با روش‌های نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی تا دستیابی به اشباع نظری داده‌ها، گردآوری شد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی شامل ۲۳ مفهوم، ۷ مضمون فرعی و ۳ مضمون اصلی است که عبارتند از: عوامل پیش‌برنده فردی (شامل عوامل مرتبط با سرمایه‌پذیران/ زنان کارآفرین و سرمایه‌گذاران)، عوامل پیش‌برنده محیطی (شامل عوامل پیش‌برنده فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و قانونی)، و عوامل پیش‌برنده ساختاری (شامل عوامل مرتبط با پلتفرم تأمین مالی جمعی و فناورانه)، که دارای تعامل متقابل با یکدیگر هستند. در نهایت، پیشنهاد شد تعداد پلتفرم‌های مورد تأیید مراجع ذیصلاح به عنوان بستر اجرای فرایند تأمین مالی جمعی افزایش یافته و دوره‌های تخصصی برای زنان کارآفرین و سرمایه‌گذاران بالقوه و بالفعل حوزه کشاورزی در خصوص تأمین مالی جمعی برگزار گردد.

**واژه‌های کلیدی:** تأمین مالی، تأمین مالی جمعی، کشاورزی، عوامل پیش‌برنده، کارآفرینی زنان.

\*نویسنده مسئول: s.amiri@razi.ac.ir

## مقدمه

مفهوم گردآوری سرمایه توسط گروهی از افراد برای تحقق یک هدف مشترک، موضوع تازه‌ای نیست و در ادوار مختلف به شیوه‌های متفاوت صورت می‌گرفته است (افشارپور و همکاران، ۱۳۹۶) در سه هزار سال پیش از میلاد تا زمان پیدایش بانک‌ها و دیگر مؤسسات مالی، خانواده‌های ثروتمند و فرمانروایان به افراد جامعه وام می‌دادند و آنها پول را برای راه‌اندازی کسب و کار سرمایه می‌کردند (Borrero-Domínguez et al., 2020). تأمین مالی برای توسعه ایده‌های کارآفرینانه همواره یکی از موانع بزرگ برای کارآفرینان و صاحبان کسب و کار بوده است و جذب سرمایه، به ویژه از منابع بیرونی برای همه کارآفرینان دشوار است (نقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). در همین راستا، تأمین مالی جمعی<sup>۱</sup> یکی از نوین‌ترین روش‌های تأمین مالی طرح‌های کارآفرینانه به منظور توسعه و تجاری‌سازی ایده‌های کارآفرینان محسوب می‌گردد (سلطانی و شاوردی، ۱۳۹۸). اغلب کارآفرینان در مراحل اولیه فعالیت خود با مشکلاتی در رابطه با جذب سرمایه مواجه هستند، زیرا نمی‌توانند سرمایه‌گذاران بالقوه را در مورد ایده‌های خود متقاعد سازند. آنچه که تأمین مالی جمعی را از سایر روش‌های تأمین مالی متمایز می‌سازد، استفاده از جمعیت انبوهی از افراد عادی به جای مشارکت‌کنندگان حرفه‌ای در بازارهای مالی است. همچنین بخش قابل توجهی از پروژه‌های تأمین مالی جمعی با انگیزه‌های نوع دوستانه انجام می‌شوند (Borrero-Domínguez et al., 2020). از آنجا که مشارکت به معنای به کارگیری منابع شخصی به منظور سهم شدن در اقدامی جمعی است، مشارکت با دیگران به عنوان یکی از روش‌های نوین تأمین مالی معرفی می‌شود (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹).

تأمین مالی جمعی در سال‌های اخیر، رشد قابل توجهی در اکثر نقاط جهان داشته، به نحوی که گفته می‌شود به منبعی جایگزین برای تأمین طیف گسترده‌ای از انواع طرح‌ها و کسب و کارها تبدیل شده است (Agrawal et al., 2015). با وجود این که تاکنون بیش از یک میلیارد دلار توسط میلیون‌ها نفر از حمایت‌کنندگان پروژه‌های تأمین مالی جمعی در سرتاسر دنیا گردآوری شده و بسیاری از کشورها از جمله امریکا، تأمین مالی از طریق این روش را برای گردآوری منابع مالی لازم به منظور راه‌اندازی کسب و کارهای جدید مورد تشویق قرار می‌دهند، کمبود دانش نظری قابل توجهی در مورد ابعاد مختلف این پدیده وجود دارد (Burtch et al., 2013). از میان پژوهش‌های اندکی که در رابطه با تأمین مالی جمعی در جهان صورت گرفته، دانش بسیار اندکی در مورد عوامل پیش‌برنده کارآفرینان و صاحبان کسب و کار در استفاده از این روش برای تأمین مالی وجود دارد. با نگاهی به اکوسیستم تأمین مالی جمعی، این نکته مشخص می‌شود که سه ذینفع کلیدی اصلی در این فرایند حضور دارند که شامل کارآفرینان، شبکه سرمایه‌گذاران یا تأمین‌کنندگان سرمایه و پلتفرم تأمین مالی جمعی - که واسط میان سرمایه‌پذیران و سرمایه‌گذاران می‌باشند - هستند (Scholz, 2015).

از سوی دیگر، رشد روزافزون عرضه نیروی کار طی سال‌های اخیر، به رشد قابل توجه نرخ بیکاری به ویژه در میان جوانان، زنان و افراد تحصیلکرده منجر شده و امروزه با گروه عظیمی از زنان جویای کار روبرو هستیم. واضح است دستیابی به توسعه، بدون مشارکت فعال زنان در عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی امکان‌پذیر نمی‌باشد و تجارب جهانی نشان می‌دهد به منظور موفقیت در برنامه‌های کارآفرینی، باید راه‌های مشارکت و توانمندسازی زنان برای حضور در جامعه تقویت گردد (Itohara and Hoque, 2015).

## 1. Crowdfunding

فراهم کردن بستری مناسب برای فعالیتهای اقتصادی آنها که حدود نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) نشان می‌دهد. بنابراین، لازمه ورود موفق زنان به عرصه‌های کارآفرینی در گام اول، شناسایی دقیق تأمین مالی جمعی در قالب عوامل پیش‌برنده سپس اولویت‌بندی آنها به جهت ارائه راهکارهای عملیاتی در راستای تقویت عوامل پیش‌برنده است که در این پژوهش حاضر آن پرداخته شده است. لذا سوال اصلی پژوهش حاضر این است: مهم‌ترین عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی در استان کرمانشاه شامل چه مواردی است؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در این بخش مبانی نظری با تمرکز بر کارآفرینی زنان، تأمین مالی جمعی، فرایند تأمین مالی جمعی و پیشینه پژوهش انجام می‌شود.

**کارآفرینی زنان:** یکی از مهم‌ترین مسائل دولت‌های جهان، کارآفرینی زنان می‌باشد. مشارکت زنان در فعالیتهای مختلف کارآفرینی و موفقیت‌شان در کسب و کار، آنها را در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی قدرتمند می‌کند. از طرفی، این موفقیت در جوامع نیز، نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی می‌گردد (Tur-Porcar et al., 2018). بنابراین زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در عرصه جهانی شده‌اند. برای توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و برای مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است شرایط لازم برای کارآفرینی آنها مهیا شود (Ahlers et al., 2015). هرچند در این راه، مشکلات اولیه بر سر راه توفیق زنان در کسب و کار از میان برداشته شده، اما هنوز چالش‌ها و موانع

زنان نقش مهمی در بهبود وضعیت اقتصادی و توسعه اشتغال در جامعه ایفا می‌کنند و هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آنها در امور مختلف اقتصادی و اجتماعی، به‌ویژه فعالیتهای کارآفرینی، به عنوان عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولید مطرح می‌شود (علیخانی دادوکلائی، ۱۳۹۳). در کشورهای توسعه‌یافته بسیاری از دولت‌ها توانسته‌اند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌های مناسب و با بهره‌مندی از نیروی کار فعال بر بحران‌های جامعه خود فائق آیند و در مسیر توسعه موفق شوند. اما در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، زنان با موانع متعدد و جدی روبه‌رو هستند که مانع موفقیت آنان در فعالیتهای اقتصادی می‌شود. آثار محیطی گویای این واقعیت است که عواملی مانند فرصت‌های کاری برابر برای زنان و مردان، کمک‌های دولتی، سیاست‌ها، راهبردها و قوانین دولتی می‌تواند به صورت مثبت یا منفی در فرایند کارآفرینی زنان تأثیر بگذارد (هاشمی و پورامین‌زاد، ۱۳۸۹).

بر پایه مطالب بیان شده، نمی‌توان از نقش بسیار مهم زنان کارآفرین در توسعه پایدار کشور ایران و به ویژه در استان کرمانشاه با پتانسیل بالای کشاورزی که به عنوان یکی از محورهای توسعه این استان نیز در برنامه ششم توسعه آن بیان شده (سند آمایش استان کرمانشاه، ۱۳۹۵)، غافل شد. استان کرمانشاه با جمعیت دو میلیون نفر و با دارا بودن کیلومترها مرز مشترک با کشور عراق و نیز موقعیت استراتژیک مرکزیت غرب کشور، دارای مزیت‌های بسیاری در حوزه کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی است که با کمترین تدبیر، به اشتغال و سرمایه‌گذاری منجر نشده است. همین امر لزوم واکاوی عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی در استان کرمانشاه، با هدف

تأمین مالی جمعی: در کلیه کسب و کارها، هدف اصلی اقدامات مدیریت مالی، کنترل بخش‌های حیاتی، کنترل عملکرد کسب و کار و امید به پیشرفت عملکرد است. یکی از بخش‌های اصلی که نیاز به کنترل و مدیریت صحیح دارد، بخش دارایی‌ها و بدهی‌ها است (اسکندرناژاد و همکاران، ۱۳۹۹). کسب و کارها برای آنکه بتوانند کالا یا خدمتی را عرضه کنند، ابتدا به پول و سرمایه نیازمندند تا بتوانند دارایی‌های موردنیاز خود را بخرند و هزینه عملیات مربوطه را بپردازند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹). مشخص کردن منابع مالی بالقوه برای تأمین سرمایه و تهیه برنامه‌های مالی مناسب از عوامل اصلی رشد و پیشرفت یک کسب و کار به شمار می‌آید. نحوه تأمین مالی برحسب شرایط اختصاصی و یا محیط فعالیت کسب و کارها، متفاوت و در برخی موارد با محدودیت‌های جدی و مشکلات فراوانی همراه است (بهبهانی‌نیا، ۱۳۹۹). در چنین شرایطی، بهره‌گیری از شیوه‌های مدیریت مالی در تأمین مالی کسب و کارها بیش از پیش ضرورت دارد. تهیه راهبردهای مناسب برای تأمین مالی کسب و کارها، توان کارآفرینان را در دستیابی به اهداف راهبردی تقویت می‌کند. در سال ۲۰۰۶ توجه طرح‌های کارآفرینانه برای نخستین بار به روش تأمین مالی جمعی، به عنوان ابزاری ارزشمند برای جذب سرمایه جلب شد (Hemer, 2011). دلیل ظهور و گسترش تأمین مالی جمعی به شکل سازمان‌یافته در قالب تأمین سرمایه مالی را می‌توان بحران مالی سال ۲۰۰۸ در جهان دانست. به علت تمایل کم بانک‌ها به وام دادن، کارآفرینان شروع به جستجوی راه‌های دیگری برای جذب سرمایه کردند. مشکلاتی که صنعتگران، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران خرد داشتند، منجر شد سرمایه‌گذاری سنتی که توسط دوستان و فامیل صورت می‌گرفت، به شکل تأمین

فراروی زنان کارآفرین بسیار است، بنابراین دولت باید با ایفای نقش تسهیلگری، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی را در راستای بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، ایجاد فضای مناسب‌تر برای فعالیت زنان کارآفرین، رفع موانع، شبکه‌سازی و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی تدوین و اجرا نماید. در کشورهای توسعه‌یافته، زنان سهم خویش را از مشاغل حرفه‌ای در سطح وسیعی گسترش داده‌اند، اما تحقق این موضوع در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، راه درازی در پیش دارد. امروزه اشتغال به‌عنوان نقشی جدید که به نقش‌های سنتی زنان اضافه شده است، موجب عزت نفس و استقلال مالی بیشتر و کسب حمایت اجتماعی گسترده‌تر می‌شود. زنان در طول تاریخ در دوره‌هایی که خانواده یک واحد اقتصادی محسوب می‌شد، به غیر از خانه‌داری، در امور کشاورزی، گله‌داری و صنایع دستی دوشادوش مردان فعالیت می‌کردند. در قرن هجدهم میلادی، با توجه به امکان تحصیلات عمومی، اشتغال زنان در خارج از خانه رشد بیشتری پیدا کرد (حیدری ساریان، ۱۳۹۱). در عین حال، در کشور ما در آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵، ۱۳/۷ درصد زنان در مقابل ۸۶/۳ درصد مردان در کل کشور مشغول به کار بودند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). بنابراین در اکثریت جامعه، اشتغال زنان محدود است. زنان به عنوان نیمی از سرمایه‌های انسانی جامعه، علاوه بر این که موضوع و هدف توسعه هستند، عامل مؤثری در پیشبرد اهداف توسعه نیز می‌باشند. این در حالی است که بسیاری از زنان به دلیل عدم آشنایی با مهارت‌های اجتماعی، عدم دسترسی به منابع، کیفیت زندگی پایین‌تر و نیز با از دست دادن شبکه روابط و با گسترده‌گی افراد تحت تکفل خود، در معرض انواع آسیب‌های اجتماعی و روانی قرار دارند (Butticè et al., 2018).

تعاریف متفاوتی برای تأمین مالی جمعی ارائه شده و مانند هر صنعت نوظهور دیگر، مفهوم تأمین مالی جمعی در حال تغییر مداوم و تکامل است (Mollick, 2014). ووربراک تأمین مالی جمعی را فرایندی تعریف می‌کند که یک وجه آن درخواست و دریافت پول است و وجه دیگر آن ارزشی است که اجتماع در قبال انتظارات مادی یا غیرمادی‌شان از سرمایه‌گذاری، ایجاد می‌کند (Voorbraak, 2011). تأمین مالی جمعی ابزاری است که به سرمایه‌پذیران امکان می‌دهد، منابع مالی را از افراد عادی و شهروندان که قادرند سرمایه‌گذاری اندکی در قبال منافع ملموس و ناملموس انجام دهند، گردآوری نمایند (Jeong et al., 2020). مالیک<sup>۹</sup> (۲۰۱۴) تأمین مالی جمعی را به‌عنوان تلاش‌های فردی و گروهی کارآفرینان، به‌منظور تأمین منابع لازم برای کسب و کارهای خود با استفاده از مشارکت نسبتاً کوچک گروه نسبتاً بزرگی از افراد تعریف کرد که از اینترنت بدون واسطه‌های مالی استاندارد، استفاده می‌کنند (Kaleem Khan et al., 2017).

تأمین مالی جمعی سه مدل اصلی دارد که عبارتند از مدل مبتنی بر سهام، مدل مبتنی بر پاداش، و مدل مبتنی بر خیریه. مدل مبتنی بر خیریه شباهت زیادی به آیین گلریزان که بخشی از تاریخ ایران است، دارد. در این مدل، تأمین مالی بر مبنای مسئولیت اجتماعی افراد شکل می‌گیرد (حاجی اصغری و همکاران، ۱۳۹۷). در مدل مبتنی بر سهام، پس از راه‌اندازی کسب و کار و تأسیس شرکت، سرمایه‌گذاران خرد بر اساس سرمایه‌ای که گذاشته‌اند سهامدار می‌شوند و در نهایت در مدل مبتنی بر پاداش، سرمایه‌گذاران بعد از راه‌اندازی فعالیت کارآفرینانه، از محصولات (کالاها/خدمات) یا امتیازهای آن کسب و کار منتفع می‌شوند (Jeong et al., 2020). در کنار این سه مدل

مالی جمعی بسط پیدا کند. وبگاه‌های ایندیگوگو<sup>۱</sup> و استارتر<sup>۲</sup> به عنوان سایت‌های واسطه تأمین مالی جمعی به ترتیب در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ راه‌اندازی شدند. این وبگاه‌ها پذیرای موضوع‌های مختلفی نظیر ایده‌های کارآفرینانه بودند و توانستند خلأ تأمین مالی شرکت‌های نوپا را در مراحل اولیه پرکنند (زرنندی و همکاران، ۱۳۹۴).

تأمین مالی جمعی ریشه در مفهومی وسیع‌تر با عنوان «جمع‌سپاری»<sup>۳</sup> دارد که به معنای استفاده از توان جمعی برای دستیابی به ایده‌ها، بازخوردها و راه‌حل‌هایی به منظور توسعه فعالیت‌هایی مرتبط با یک کسب و کار است (Bayus, 2013). اصطلاح جمع‌سپاری برای اولین بار توسط جف هاو<sup>۴</sup> و مارک رابینسون<sup>۵</sup> در مقاله‌ای در نشریه وایرد<sup>۶</sup> در ژوئن سال ۲۰۰۶ معرفی شد. تعریف رسمی که هاو از جمع‌سپاری ارائه کرد عبارت بود از: برون‌سپاری فعالیت‌های پیمانکاران و کارمندان سازمان و شرکت به عموم مردم از طریق فراخوان عمومی (ممتاز و همکاران، ۱۳۹۸). جمع‌سپاری به طور خلاصه به معنای استفاده از ظرفیت انبوه جامعه برای پیشبرد اهداف سازمان است. این واژه از دو کلمه کراد<sup>۷</sup> به معنای اجتماع و اوت‌سورسینگ<sup>۸</sup> به معنای برون‌سپاری است. زیرساخت اصلی جمع‌سپاری، فراخوان عمومی است که در گذشته با استفاده از محافل عمومی و مسابقات انجام می‌شد و امروزه از طریق فراخوان عمومی در اینترنت انجام می‌شود (حاجی اصغری و همکاران، ۱۳۹۷).

1. Indiegogo
2. Kickstarter
3. Crowdsourcing
4. Jeff Howe
5. Mark Robinson
6. Wired Magazine
7. Crowd
8. Outsourcing

9. Mollick

نحوه حمایت مالی از جمله مواردی هستند که در دسترس عموم مردم قرار می‌گیرند. پلتفرم واسط پس از تأیید، کمپین پروژه را بر روی وبگاه خود و در معرض عموم قرار می‌دهد. از این به بعد، کارآفرین یا صاحب ایده در مدت زمان تعیین شده، و بر اساس مدل کاری سایت واسط، با کمک شبکه‌های اجتماعی و زیرساخت‌های موجود در پلتفرم مانند انتشار فیلم تبلیغاتی، به ترویج ایده خود می‌پردازد تا بتواند سرمایه اولیه مورد نیاز خود را تأمین کند. بعد از مدت تعیین شده، در صورتی که سرمایه مورد نظر بر اساس مدل پیشنهادی تأمین شد، با اخذ ضمانت‌هایی در اختیار صاحب ایده قرار می‌گیرد تا بتواند تعهدات خود را در قبال ارزش‌های مورد نظر مشارکت‌کنندگان به نتیجه برساند (Zhao et al., 2017).

**پیشینه تجربی پژوهش:** Gerber and Hui (2013) در پژوهش خود نشان دادند، عوامل موفقیت تأمین مالی جمعی در حوزه کشاورزی عبارتند از: جمع‌آوری سرمایه، گسترش آگاهی نسبت به فرد کارآفرین، ایجاد ارتباطات، به دست آوردن تأیید دیگران، حفظ و نگهداری کنترل پروژه، و یادگیری مهارت‌های جدید تأمین مالی. Mollick (2014) در پژوهش خود، «شبکه اجتماعی وسیع» را عامل موفقیت و پیش‌برنده تأمین مالی جمعی معرفی کرده است. در مقابل Ahlers et al. (2015) اعتقاد دارند «حفظ ارزش سرمایه و بیان اطلاعاتی با جزئیات بیشتر در مورد ریسک‌های کسب و کار» می‌تواند احتمال موفقیت تأمین مالی جمعی را افزایش دهد. Calic and Mosakowski (2016) جهت‌گیری‌های پایدار کارآفرینان، خلاقیت و تأیید کسب و کار توسط افراد صاحب اعتبار را عامل موفقیت تأمین مالی جمعی می‌دانند. موفقیت سرمایه‌پذیران توسط Greenberg and Mollick (2017) نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان داد در همکاری راغبانه افراد هم‌جنس،

اصلی، مدل تأمین مالی جمعی مبتنی بر دریافت وام نیز وجود دارد که براساس آن، مشارکت‌کنندگان، مبالغ خود را به صورت بدهی (وام) در اختیار سرمایه‌پذیر قرار داده و پس از بهره‌برداری، بازپرداخت توسط سرمایه‌پذیر انجام می‌شود که این مدل به دلیل پیچیدگی محاسبات مالی، روش پرطرفداری محسوب نمی‌گردد (Bofondi, 2017). در پژوهش حاضر، تمرکز بر مدل مبتنی بر سهام بوده است.

**فرایند تأمین مالی جمعی:** تأمین مالی جمعی در مدل مبتنی بر سهام سه ذینفع کلیدی دارد که فرایند تأمین سرمایه را تسهیل می‌نماید. این ذینفعان عبارتند از: کارآفرین یا صاحب ایده، واسطه یا پلتفرم تأمین سرمایه و سرمایه‌گذاران (مشارکت‌کنندگان). فرایند تأمین سرمایه به این صورت است که ابتدا کارآفرین، ایده مورد نظر خود را در صفحه‌ای اختصاصی در وبگاه واسط که پلتفرم نامیده می‌شود، تشریح می‌کند و به عبارت دیگر یک کمپین برای ایده خود راه‌اندازی می‌نماید. لازم به ذکر است که پلتفرم، باید دستورالعمل‌های دقیق مالی و فرابورس را طی کرده و مورد تأیید قرار گرفته باشد. معرفی پروژه شامل اطلاعات گوناگونی است که که بخشی از آن در دسترس پلتفرم واسط قرار می‌گیرد و بخش دیگر که دارای اطلاعات طبقه‌بندی کمتری است، در معرض عموم قرار داده می‌شود. اطلاعاتی نظیر مدل کسب و کار و همچنین اطلاعات اقتصادی پروژه باید در اختیار پلتفرم قرار گیرد تا بتواند راستی‌آزمایی‌های مورد نظر را در مورد پروژه انجام دهد. حتی برخی پلتفرم‌ها در صورت لزوم، به صاحبان ایده مشاوره‌های لازم را نیز می‌دهند (زرنندی و همکاران، ۱۳۹۴). اطلاعاتی شامل توضیح ویژگی‌های پروژه، میزان سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی، مدل فعالیت پلتفرم، محل انجام پروژه، ارزش‌های پیشنهادی برای مشارکت‌کنندگان، مدت زمان تأمین سرمایه و همچنین

مالی جمعی جهان، نشان دادند ۳۶ درصد با انگیزه خیریه، ۲۵ درصد با انگیزه خرید سهام، ۲۱ درصد با انگیزه دریافت پاداش و ۱۶ درصد با انگیزه دریافت وام در پروژه‌های تأمین مالی جمعی شرکت کرده‌اند. همچنین، صفری دشتکی و همکاران (۱۳۹۸) بیان کردند مراحل اجرای فرایند اثربخش جمع‌سپاری مالی الکترونیکی در حمایت‌های اجتماعی عبارت است از: «امکان‌سنجی»، «انگیزه‌سازی»، «آگاهی‌بخشی و فراخوان عمومی»، «سازوکار جذب منابع مالی»، «اعتمادسازی»، «بانک اطلاعاتی حامیان» و «نگهداشت جمعیت». در نهایت، مرادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که روش تأمین مالی پیشنهادی از لحاظ ایجاد سود و رسیدن به نقدینگی مطلوب نسبت به روش تأمین مالی سنتی مبتنی بر وام برتری دارد.

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در تعداد محدود پژوهش‌های انجام شده با موضوع تأمین مالی جمعی در حوزه کشاورزی، دانش بسیار کمی در خصوص عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی وجود دارد. اکثر مدل‌های موجود به خوبی نتوانسته‌اند مسأله را واکاوی و ارتباط میان متغیرها را شناسایی و تبیین کنند. همچنین با توجه به این که زنان کارآفرین یکی از مهم‌ترین ذینفعان کلیدی تأمین مالی جمعی و آغازگر این فرایند محسوب می‌شوند، انجام پژوهش حاضر با هدف واکاوی عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی ضرورت دوچندان دارد، از سوی دیگر، با توجه به مرزی بودن استان کرمانشاه و تمایل بسیار کم سرمایه‌گذاران سنتی و سرمایه‌گذاران خطرپذیر برای تأمین مالی کسب و کارها و کارآفرینی‌های این استان طی دهه اخیر، لزوم استفاده از روش‌های تأمین مالی نوین مانند تأمین مالی جمعی جهت جذب سرمایه برای کارآفرینان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

زنان با همکاری یکدیگر احتمال موفقیت بیشتری در تأمین مالی جمعی نسبت به مردان دارند و این همکاری باعث می‌شود زنان در صناعی که شناخت کمتری از آن دارند، موفق‌تر عمل کنند. نتایج پژوهش Skirnevskiy et al. (2017) نشان داد افرادی که از تأمین مالی جمعی استفاده می‌کنند بهتر است دید بلندمدت داشته باشند و فضای اعتماد و سرمایه اجتماعی فراهم آورند. Bernardino and Santos (2020) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که کارآفرینان جوان بالقوه دانش متوسطی در خصوص تأمین مالی جمعی دارند، لذا قادر به کشف تمام مدل‌های تجاری موجود، به ویژه مدل‌های سرمایه‌گذاری نیستند. همچنین تأمین مالی جمعی در حوزه کشاورزی علاوه بر مزایای مالی، مزایای دیگری مانند ارتباط با مخاطبان و دریافت بازخورد از آنها نیز دارد.

در حوزه تأمین مالی و کارآفرینی، مطالعات داخلی به طور عمده متمرکز بر سرمایه‌گذاری خطرپذیر بوده و در زمینه تأمین مالی جمعی پژوهش‌های انگشت‌شماری در ایران صورت گرفته است. تقریباً در هیچ‌کدام به بررسی عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان پرداخته نشده است. در ادامه به بررسی اجمالی برخی از این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

زرنندی و همکاران (۱۳۹۴) با مطالعه تطبیقی مدل‌های کسب و کار پلتفرم‌های برتر تأمین مالی جمعی در جهان به این نتیجه دست یافتند که استقبال از پلتفرم‌های با مدل مبتنی بر سهام افزایش یافته است، به طوری که ۸۴ درصد رفتار اجتماع منجر به تغییر مدل‌های کسب و کار پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی از مدل‌های ساده و پاداش به سمت مدل‌های پیچیده‌تر خرید سهام شده است. افشارپور و همکاران (۱۳۹۶) با بررسی انگیزه مشارکت‌کنندگان در پروژه‌های تأمین مالی در ۱۰۰ پلتفرم برگزیده تأمین

## روش پژوهش

پژوهش از نظر هدف، کاربردی بوده و با رویکرد کیفی و روش تجزیه و تحلیل مضمون انجام شد. جهت گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند و یادداشت‌برداری‌های میدانی استفاده گردید. جامعه مورد مطالعه زنان کارآفرین در حوزه کشاورزی استان کرمانشاه به همراه خبرگان و متخصصان کلیدی صاحب دانش و تجربه در حوزه کشاورزی، کارآفرینی و تأمین مالی بودند. بر این اساس، نخست با کمک فهرست موجود در ساختارهای فناوریانه استان شامل مراکز رشد و پارک علم و فناوری و نیز اطلاعات مربوط به کارآفرینان زن در اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان صنعت، معدن و کشاورزی، زنان کارآفرین فعال در حوزه کشاورزی به عنوان بخشی از جامعه مورد مطالعه شناسایی شدند (مصاحبه با ۱۰ نفر از زنان کارآفرین)، همچنین متخصصان کلیدی استان در حوزه کشاورزی، تأمین مالی و کارآفرینی شامل صاحب‌نظران و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها (۳ نفر)، مسئولین ذیربط دولتی دارای تخصص و تجربه (۴ نفر) و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و صندوق‌های تأمین مالی (۴ نفر) به عنوان جامعه مورد مطالعه تحت مصاحبه قرار گرفتند. معیارهای انتخاب جامعه مورد مطالعه عبارت بود از: دارا بودن تحصیلات یا تجربه کاری مرتبط به مدت حداقل ۵ سال یا دارا بودن رزومه شغلی مرتبط. لذا جهت انتخاب جامعه مورد مطالعه، سعی شد رویکردی جامع و چندبعدی رعایت شود. برای انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی استفاده شد. به این منظور نخست، با ۵ نفر مصاحبه صورت گرفت که گردآوری داده‌ها از آنها اهمیت بسیار زیادی داشت و سپس از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا سایر افراد کلیدی مطلع را معرفی نمایند. کفایت نمونه‌گیری با روش

اشباع نظری داده‌ها محقق گردید؛ به این معنا که نمونه‌گیری تا آنجا ادامه پیدا کرد که داده‌ها به اشباع رسیدند و داده دیگری اضافه نشد. هرچند که تقریباً از مصاحبه ۱۹ام اشباع حاصل شد، اما دو مصاحبه تکمیلی دیگر نیز انجام شد و در مجموع ۲۱ مصاحبه صورت پذیرفت. تمام مصاحبه‌ها به صورت حضوری و در محل کار مصاحبه‌شوندگان انجام گرفت و ضبط شد. جهت گردآوری داده‌ها، علاوه بر مصاحبه، از یادداشت‌برداری میدانی نیز استفاده گردید.

برای افزایش روایی یافته‌های پژوهش، پروتکل مصاحبه شامل شیوه شروع مصاحبه، ورود به بحث و سیر سوال‌ها، تدوین و در طول مصاحبه‌ها، راهنمای پژوهشگر در مصاحبه بود تا پراکنده‌گویی، انحراف از هدف پژوهش و نوسان زیاد در مصاحبه‌ها پیش نیاید (نریمانی و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر، با مشخص نمودن محورهای اصلی مصاحبه و آزاد بودن پژوهشگر برای طرح سوال‌های خود در هر محور، روایی پژوهش نیز حفظ شده است. در این جهت با آگاهی مس‌تمر، پژوهشگر برای کنار گذاشتن تعصب‌ها، سعی در افزایش قابلیت اعتماد داده‌های پژوهش داشت. همچنین، با استفاده از مثلث‌سازی در ابزار، امکان مرور تطبیقی داده‌های به دست آمده از منابع مختلف فراهم گردید که این امر منجر به بهبود اعتمادپذیری داده‌ها شد. همچنین پژوهشگر با ضبط و مکتوب‌سازی مصاحبه‌ها و تدوین یادداشت‌های میدانی تفصیلی، پایایی پژوهش را افزایش داد.

در ادامه با بهره‌مندی از روش تحلیل مضمون، پژوهشگران به شناسایی مهم‌ترین عوامل موثر بر تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی پرداختند. به‌طورکلی وجود اطلاعات اندک در مورد پدیده مورد مطالعه و فقدان یک چارچوب نظری که به صورتی جامع به تحلیل موضوع بپردازد، دلیل استفاده پژوهشگران از روش تحلیل مضمون برای



شامل تطبیق دادن کدها به مضامین بالقوه (پایه) و جمع‌آوری همه داده‌های مرتبط با هریک از مضامین بالقوه، ۴. بازنگری مضامین شامل بررسی مضامین بالقوه با کدهای استخراج شده (سطح ۲) و مجموعه داده‌ها (سطح ۱)، ۵. تعریف و نامگذاری مضامین فرعی و اصلی شامل تحلیل مداوم جهت پالایش ویژگی‌های هر مضمون، بیان جامع نقل قول‌ها، تدوین تعاریف روشن و نام‌ها برای هریک از مضمون‌ها با استفاده از کدگذاری محوری، ۶. تدوین گزارش؛ تحلیل، انتخاب نمونه‌های روشن و آشکار، تحلیل پایانی از استخراج تحلیلی مرتبط با سوال‌های پژوهش و ادبیات و تدوین یک گزارش دانشگاهی از تحلیل (Clarke and Braun, 2006).

لازم به توضیح است پژوهشگر با رعایت همه اصول اخلاقی پژوهش‌های کیفی و رضایت کامل مصاحبه‌شوندگان، مصاحبه‌ها را ضبط کرد. سپس، همه مصاحبه‌ها به طور دقیق به متن برگردانده شد و کدگذاری باز به صورت پاراگراف به پاراگراف انجام گرفت. در کدگذاری باز که نخستین مرحله در اجرای تحلیل مضمون است، نکات کلیدی مصاحبه‌ها در رابطه با عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی، شناسایی گردید. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل مضمون‌ها متفاوت بودند. به بیان دیگر، کدها ویژگی از داده‌ها را معرفی کردند که به نظر پژوهشگر جالب بود. نکته قابل ذکر این که، کدگذاری‌ها به صورت دستی و از طریق فرایند مطالعه چندباره پاراگراف‌ها و مقایسه مداوم انجام شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری، دسته‌بندی کدهای مختلف صورت گرفت. این کار با در نظر گرفتن یافته‌های نظری با رفت و آمدهای زیگزاگی بین کدهای باز و مقوله‌های محوری اولیه انجام شد. در نهایت، مقوله‌هایی (مضامین اصلی) که قدرت مفهومی بیشتر داشتند و بهتر می‌توانستند

استخراج الگوی نظری برای این مفاهیم بر اساس یافته‌ها بود. به بیان دیگر، علت بکارگیری روش تحلیل مضمون در این پژوهش، این است که تحلیل مضمون یک تحلیل تفسیری است که از شمارش کلمات و عبارات آشکار، فراتر می‌رود و بر شناخت و توضیح ایده‌های صریح و ضمنی تمرکز می‌کند. سپس، از کدهای مضامین اصلی برای تحلیل عمیق‌تر داده‌ها استفاده می‌شود. تحلیل مضمون، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Clarke and Braun, 2006). لذا تحلیل مضمون برخلاف سایر روش‌های کیفی، به چارچوب نظری وابسته نیست. همچنین تحلیل مضمون با تحلیل محتوا تفاوت‌های اساسی دارد؛ تحلیل محتوا، یکی از روش‌هایی است که می‌تواند جهت شناخت الگوهای داده‌های کیفی به کار رود، اما بر سطوح خردتر تمرکز دارد. در تحلیل مضمون، واحد تحلیل، بیشتر از یک کلمه یا اصطلاح است و به بافت داده‌ها و نکات ظریف آنها، بیشتر توجه می‌شود (نریمانی و همکاران، ۱۳۹۶). تحلیل مضمون پل ارتباطی مناسبی برای ارتباط میان پژوهشگران رشته‌های مختلف است تا نتایج یافته‌های خود را سریع‌تر به دیگر پژوهشگران در رشته‌های مختلف و با جهت‌گیری‌های متفاوت منتقل نمایند (Clarke and Braun, 2006). لذا با توجه به بین‌رشته‌ای بودن حوزه کارآفرینی، بکارگیری روش تحلیل مضمون در این پژوهش، کاربردی و مناسب بوده است. در این راستا از فرایند شش مرحله‌ای (Clarke and Braun, 2006) بهره گرفته شد: ۱. آشنایی با داده‌ها شامل نوشتن داده‌ها، خواندن و دوباره خواندن، ثبت ایده‌های اولیه، ۲. ایجاد کدهای اولیه شامل کدگذاری باز ویژگی‌های موردنظر به صورت منظم در کل مجموعه داده و تطبیق و مرتب کردن داده‌ها با هریک از کدها، ۳. جستجوی مضامین

مفاهیم و خرده مقولات را را پیوند دهند، انتخاب شد (Clarke and Braun, 2006).

**توصیف جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان:** در این پژوهش با ۲۱ نفر از کارآفرینان و خبرگان مصاحبه شد (جدول ۱). ۱۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان را زنان کارآفرین حوزه کشاورزی تشکیل دادند و ۱۱ نفر دیگر از خبرگان ذیربط در حوزه کشاورزی، کارآفرینی و تأمین مالی بودند (۲ نفر زن و ۹ نفر مرد)؛ این خبرگان از پارک علم و فناوری کرمانشاه،

دانشگاه رازی، اتاق بازرگانی، صنعت، معدن، تجارت و کشاورزی استان، سازمان جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات کشاورزی، بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری دولتی، خصوصی و نیمه خصوصی، کارگزاری‌های بورس و فرابورس، خانه صنعت، معدن و تجارت استان و سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی که مرتبط با حوزه‌های کشاورزی، کارآفرینی، تأمین مالی و تأمین مالی جمعی بودند، انتخاب شدند.

جدول ۱: مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان پژوهش

متغیرها	طبقات متغیرها	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۲	۵۷/۱۴
	مرد	۹	۴۲/۸۶
سن	کمتر از ۳۵ سال	۲	۹/۵۲
	۳۵ تا ۴۵ سال	۹	۴۲/۸۶
	۴۵ تا ۵۵ سال	۷	۳۳/۳۳
	بیشتر از ۵۵ سال	۳	۱۴/۲۹
مدرک تحصیلی	دیپلم	۱	۴/۷۶
	کارشناسی	۷	۳۳/۳۳
	کارشناسی ارشد	۱۰	۴۷/۶۲
	دکتری	۳	۱۴/۲۹
	۵ تا ۱۰ سال	۵	۲۳/۸۰
سابقه شغلی	۱۰ تا ۱۵ سال	۸	۳۸/۱۱
	۱۵ تا ۲۰ سال	۵	۲۳/۸۰
	بیش از ۲۰ سال	۳	۱۴/۲۹

**تحلیل مصاحبه‌ها؛ عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی حوزه کشاورزی:** در این پژوهش، در مجموع تعداد ۱۴۱ کد باز اولیه استخراج شد. ملاک انتخاب کدها، مطالعه چندباره پاراگراف‌ها و انتخاب عبارت‌هایی بود که براساس موضوع پژوهش، به نظر پژوهشگر و همچنین براساس پیشینه پژوهش، مرتبط، زیربنایی، جالب توجه و ارزشمند بود. سپس، به انتخاب مفاهیم (مضامین پایه) مناسب از بین

مفهوم‌های استخراج شده از عبارت‌ها که در مرحله قبلی شناسایی شده بود، پرداخته شد. در این مرحله تلاش گردید با بررسی کدهای اولیه داده شده به هریک از مفاهیم و حذف مفاهیم مشابه، ناقص و نامرتب با موضوع که در کدگذاری اولیه وجود داشت، تعداد ۲۳ مفهوم (مضمون پایه) احصاء گردد. در مرحله چهارم با بازبینی مجدد در بین مفاهیم استخراج شده در مرحله قبل، تلاش شد تا به

(مشارکت‌کنندگان) وابسته هستند. در ادبیات کارآفرینی نیز اشاره شد که میان کارآفرینی زنان و مردان تفاوت وجود دارد. عوامل پیش‌برنده محیطی شامل پیشران‌هایی هستند که معمولاً غیرمستقیم بر تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی تأثیر می‌گذارند، مانند عوامل فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و قانونی. در صورت فراهم بودن این بستر محیطی، امکان توسعه تأمین مالی جمعی افزایش پیدا می‌کند. سومین عامل، عوامل پیش‌برنده ساختاری هستند که شامل دو پیشران عوامل مرتبط با پلتفرم تأمین مالی جمعی و عوامل فناورانه می‌شوند. زیرا تأمین مالی جمعی نیاز به توسعه فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جدید دارد که بدون وجود این بسترهای فناورمحور، فرایند تأمین مالی جمعی بسیار دشوار یا غیرممکن خواهد بود.

لذا بر پایه تحلیل داده‌های گردآوری شده، ۱۴۱ کد باز برای عوامل پیش‌برنده، ۲۳ مفهوم (مضمون پایه)، ۷ مضمون فرعی و ۳ مضمون اصلی شناسایی گردید. در نهایت می‌توان الگوی نهایی پژوهش را در قالب مدل شکل ۱ ارائه کرد. بر این اساس، سه عامل پیش‌برنده فردی، ساختاری و محیطی بر تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین تأثیر می‌گذارند و هر دسته از این عوامل، از دسته‌های دیگر تأثیر پذیرفته و بر آنها تأثیر می‌گذارد. بنابراین همه این عوامل می‌توانند یکدیگر را تضعیف یا تقویت نمایند. به عنوان مثال، به هر میزان که محیط برای تأمین مالی جمعی مساعدتر شود، بستر مناسب‌تری برای توسعه زیرساخت‌ها فراهم می‌گردد، یا با بهبود عوامل پیش‌برنده فردی، محیط فرهنگی مساعدتری برای تأمین مالی جمعی فراهم می‌گردد.

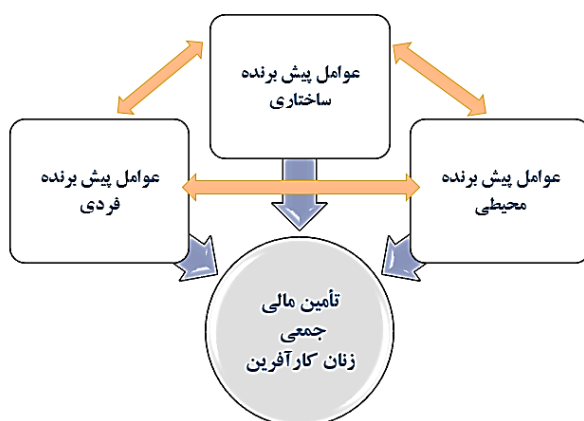
دسته‌بندی مفاهیم (مضامین پایه) در قالب مضمون‌های فرعی پرداخته شود. در این راستا طی چند مرحله بازبینی و تصفیه‌ی محتوا و ظاهر مفاهیم، تعداد ۷ مضمون فرعی شکل‌دهی شد. همچنین به منظور سنجش اعتبار مضمون‌های فرعی استخراج شده، به بازنگری رفت و برگشتی از مرحله اول تا چهارم براساس مجموعه داده‌ها پرداخته شد تا اعتبار محتوایی مضمون‌های فرعی احصاء شده حاصل گردد. در مرحله پنجم نیز پژوهشگران با اجرای اعمال رفت و برگشتی در میان مضمون‌های فرعی استخراج شده از مرحله قبل، در پی دسته‌بندی آنان در مقوله‌های سطح بالاتر برآمدند. در این راستا، مضمون‌های فرعی بر مبنای محتوا و ظاهر در قالب سه دسته کلی‌تر تقسیم‌گردیدند، به نحوی که سه مضمون اصلی استخراج شده، دربرگیرنده کلیه مضمون‌های فرعی بود. در ادامه با بازبینی ماهیت و محتوای هریک از مضمون‌های فرعی، آنها در قالب سه مضمون اصلی شامل عوامل پیش‌برنده فردی، محیطی و ساختاری نامگذاری شدند.

مرحله پایانی تحلیل مضمون براساس فرایند شش مرحله‌ای (Clarke and Braun (2006 شامل ارائه گزارش نهایی می‌باشد. از این‌رو گزارش نهایی نتایج تحلیل مضمون در جدول ۲ به شکل خلاصه ارائه گردیده است. لازم به توضیح است ملاک انتخاب و نامگذاری مضمون‌های فرعی و اصلی، مشابهت‌هایی است که میان مضامین هر دسته وجود دارد. براساس نتایج حاصل از جدول ۲، عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی قابل طبقه‌بندی به سه دسته شامل عوامل پیش‌برنده فردی، محیطی و ساختاری است. عوامل پیش‌برنده فردی پیشران‌هایی هستند که به ویژگی‌ها و توانمندی‌ها و انگیزه‌های سرمایه‌پذیران (زنان کارآفرین) و سرمایه‌گذاران

جدول ۲: تجزیه و تحلیل یافته‌ها بر اساس دسته‌بندی کدها و تحلیل مضمون

تعداد تکرار کدها	شرح مفهوم (مضمون پایه)	شماره مفهوم (مضمون پایه)	نمونه‌ای از روایات گفتاری	شرح مضمون فرعی	شماره مضمون فرعی	شرح مضمون اصلی	شماره مضمون اصلی
۸	تمایل به استفاده از روش‌های نوین برای تأمین مالی	A1-1	یکی از کارآفرینان زن با ۱۲ سال سابقه کاری می‌گوید: «کلاً من و تیم کاری‌ام تمایل به استفاده از روش‌های جدید در کسب و کار داریم، زیاد مطالعه و تحقیق می‌کنیم. من چند سال پیش برای اولین بار، روش تأمین مالی جمعی را مطالعه کردم، و لسی آن زمان زیرساخت مناسب این روش در کشور فراهم نبود».	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌پذیران/ زنان کارآفرین	A1	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌پذیران/ مشارکت‌کنندگان	A
۷	تمایل به یادگیری و تجربه روش‌های نوین تأمین مالی	A1-2	یکی از سرمایه‌گذاران با سابقه ۶ سرمایه‌گذاری موفق در کسب و کارها می‌گوید: «تمایل من برای سرمایه‌گذاری بر طرح‌هایی بود که احتمال شکست آنها کم باشد و می‌دانم کارآفرینی‌های زنان اگرچه سرعت رشد کمتری دارند اما کم‌ریسک‌تر هستند. این روش تأمین مالی جمعی هم که روش خوبی به نظر می‌رسد».	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	A2	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	A
۶	افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی مثبت	A2-1	یکی از سرمایه‌گذاران کلیدبی با ۲۳ سال سابقه فعالیت در حوزه تأمین مالی می‌گوید: «تأمین مالی جمعی فضای مشارکت تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران را فراهم کرده که شاید	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	A2-3	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	A
۶	توسعه فرهنگ سرمایه‌گذاری در استان	B1-1	یکی از خبرگان کلیدی با ۲۳ سال سابقه فعالیت در حوزه تأمین مالی می‌گوید: «تأمین مالی جمعی فضای مشارکت تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران را فراهم کرده که شاید	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B1	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B
۹	ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی زنان	B1-2	ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی زنان	فرهنگی - اجتماعی	B1	فرهنگی - اجتماعی	B
۳	ایفای مسئولیت اجتماعی در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینانه	B1-3	ایفای مسئولیت اجتماعی در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینانه	فرهنگی - اجتماعی	B1	فرهنگی - اجتماعی	B
۷	احتمال موفقیت در سرمایه‌گذاری با تزیق سرمایه‌های خرد	B2-1	احتمال موفقیت در سرمایه‌گذاری با تزیق سرمایه‌های خرد	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B2	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B
۶	امکان تأمین مالی فعالیت کارآفرینانه با ریسک اقتصادی کمتر	B2-2	امکان تأمین مالی فعالیت کارآفرینانه با ریسک اقتصادی کمتر	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B2	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B
۵	محدودیت منابع بانک‌ها جهت وام دادن	B2-3	محدودیت منابع بانک‌ها جهت وام دادن	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B2	عوامل پیش‌برنده مرتبط با سرمایه‌گذاران/ مشارکت‌کنندگان	B

تعداد تکرار کدها	شرح مفهوم (مضمون پایه)	شماره مفهوم (مضمون پایه)	نمونه‌ای از روایات گفتمانی	شرح مضمون فرعی	شماره مضمون فرعی	شرح مضمون اصلی	شماره مضمون اصلی
۴	فراموشی آمدن زیرساخت‌های قانونی شفاف تأمین مالی جمعی	B3-1	بخش زیادی از آنها، مردم عادی هستند که همانطور که به خیریه کمک می‌کنند، روی سرمایه‌های کوچک هم ریسک می‌کنند.				
۴	تدوین قوانین حمایتی از تأمین مالی جمعی	B3-2	یکی از خیرگان کلیدی با ۱۰ سال تجربه در حوزه قانونگذاری می‌گوید: «بسیار مهم است برای توسعه تأمین مالی جمعی، قوانین حمایتی برای زنان کارآفرین تدوین شود که بدون دغدغه و با آرامش خاطر بتوانند کسب و کار خود را به اشتراک بگذارند.»	عوامل پیش‌برنده قانونی	B3		
۵	وجود زیرساخت‌های فناورانه برای راه‌اندازی و پشتیبانی از پلتفرم	C1-1	کارآفرین زن با ۷ سال سابقه فعالیت می‌گوید: «همه سرمایه‌گذاران برای شرکت در این روش تأمین مالی، نیاز به تأیید ارگان‌های دولتی یا ذیصلاح دارند. که مطمئن شوند سرمایه‌شان را هرچند اندک در جای مطمئن هزینه می‌کنند. هیچکس دوست ندارد پولش را جایی ببرد که مورد سوءاستفاده قرار گیرد. لذا امنیت پلتفرم خیلی مهم است.»	عوامل پیش‌برنده مرتبط با پلتفرم تأمین مالی جمعی	C1	عوامل پیش‌برنده ساختاری	C
۴	کاربرپسند بودن و امکانات کاربری جذاب پلتفرم	C1-2					
۵	سهولت دسترسی به طرح‌های کارآفرینانه قابل سرمایه‌گذاری	C1-3					
۵	داشتن تأییدیه و مجوز از نهادهای نظارتی معتبر و ذیصلاح	C1-4					
۶	اعتمادسازی و عملکرد شفاف و صادقانه پلتفرم	C1-5					
۱۰	تعهد اخلاقی و رعایت عدالت و حقوق شهروندی	C1-6					
۹	امکان استفاده از اینترنت پرسرعت	C2-1	یکی از مسئولیت‌پذیر با ۱۶ سال سابقه مدیریت می‌گوید: «باید به کمک بسترهای جدیدی که توسط اینترنت ایجاد شده، منافع حاصل از تأمین مالی جمعی برای کارآفرینان زن به همه شهروندان معرفی شود.»	عوامل پیش‌برنده فناورانه	C2		
۸	استفاده از روش‌های فناورانه جدید مانند شبکه‌های اجتماعی برای ترویج مزایای تأمین مالی جمعی	C2-2					



شکل ۱: عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی

### جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه یکی از چالش‌های بسیار مهمی که زنان کارآفرین با آن دست به گریبان هستند، تأمین مالی و جذب سرمایه برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کار است و با توجه به این که تعداد سرمایه‌گذاران خطرپذیر، فرشتگان نجات، تسهیلات مناسب برای همه کارآفرینان به ویژه زنان بسیار محدود است، مطالعه روش‌های تأمین مالی جدید از جمله تأمین مالی جمعی اهمیت فراوان دارد. لذا در این پژوهش به تحلیل عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی در استان کرمانشاه که در حوزه سرمایه‌گذاری در دهه اخیر بسیار محروم بوده است، پرداخته شد. نتایج در سه بخش حاصل که در ادامه تحلیل می‌شود.

**الف) عوامل پیش‌برنده فردی:** نتایج نشان می‌دهد تمایل به استفاده از روش‌های نوین برای تأمین مالی، تمایل به یادگیری و تجربه روش‌های نوین تأمین مالی، فرصت‌شناسی و استفاده بهینه از موقعیت‌های موجود، نیاز به جذب سرمایه برای راه‌اندازی کسب و کار، افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی مثبت، امکان ایجاد ارزش و مشارکت با سرمایه‌اندک و انگیزه کسب سود در بلندمدت به عنوان عوامل پیش‌برنده و موفقیت فردی برای تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین

محسوب می‌گردند. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج Calic and Gerber and Hui (2013)، Skirnevskiy et al. (2017)، Mosakowski (2016) و Bernardino and Santos (2020) همخوانی دارد و پژوهش مشابه داخلی با موضوع عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین یافت نشده است. عوامل پیش‌برنده فردی، به طور مستقیم با دو ذینفع کلیدی در فرایند تأمین مالی جمعی یعنی زنان کارآفرین و سرمایه‌گذاران مرتبط هستند و بدون شک این دو بازیگر و مهره اصلی این فرایند محسوب می‌گردند که اگر فرصت‌ها را به موقع شناسایی کنند، فضای اعتمادسازی را توسعه دهند، با اهمیت و روش‌های نوین تأمین مالی آشنا باشند و آموزش ببینند، و دیدگاه بلندمدت داشته باشند، احتمال موفقیت یک تأمین مالی جمعی افزایش می‌یابد.

**ب) عوامل پیش‌برنده محیطی:** نتایج نشان می‌دهد توسعه فرهنگ سرمایه‌گذاری در استان، ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی زنان، ایفای مسئولیت اجتماعی در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینانه، احتمال موفقیت در سرمایه‌گذاری با تزریق سرمایه‌های خُرد، امکان تأمین مالی فعالیت کارآفرینانه با ریسک اقتصادی کمتر، محدودیت منابع بانک‌ها جهت وام دادن، فراهم آمدن زیرساخت‌های قانونی شفاف تأمین

کمک زیرساخت‌های فناورانه به ویژه اینترنت بسیار حائز اهمیت است.

با توجه به شکاف نظری موجود در حوزه تأمین مالی جمعی در کشاورزی، این پژوهش کاربردی با هدف غنی‌تر کردن مبانی نظری این حوزه و همچنین تسهیل فرایند تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین حوزه کشاورزی انجام شد. به‌طور کلی تأمین مالی جمعی به عنوان روشی نوین و جایگزین برای روش‌های محدود سنتی به کارآفرینان به ویژه به زنان کارآفرین که برای گردآوری و جذب سرمایه دارای مشکلات بیشتری نسبت به مردان هستند و عمدتاً حافظه‌کارانه‌تر عمل می‌نمایند و از پس‌اندازهای شخصی خود برای راه‌اندازی و توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی استفاده می‌کنند، پیشنهاد می‌شود. علاوه بر این، با توجه به توسعه کسب و کارهای آنلاین و افزایش ضریب نفوذ اینترنت در جامعه، استفاده از روش‌های تأمین مالی جدید در بستر پلتفرم‌های ایمن، شفاف و قابل اعتماد و موردتایید مراجع ذیصلاح (که در ایران سازمان فرابورس است) بسیار اهمیت دارد. نتایج این پژوهش برای پژوهشگران حوزه کشاورزی، کارآفرینی، زنان کارآفرین، مردان کارآفرین، سرمایه‌گذاران، صاحبان ایده، نهادهای تأمین مالی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری کاربردی خواهد بود.

پیشنهادهای کاربردی برخاسته از پژوهش عبارتند از:  
- پیشنهاد مرتبط با عوامل پیش‌برنده فردی: برگزاری دوره‌های تخصصی آشنایی با مزایا و روش‌های تأمین مالی جمعی برای زنان کارآفرین و سرمایه‌گذاران بالقوه و بالفعل.

- پیشنهاد مرتبط با عوامل پیش‌برنده محیطی: معرفی نمونه‌های موفق کارآفرینی‌های تأمین مالی جمعی شده در رسانه‌های ارتباط جمعی جهت ترویج فرهنگ آن.

مالی جمعی، تدوین قوانین حمایتی از تأمین مالی جمعی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده و موفقیت محیطی برای تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین محسوب می‌گردند. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج پژوهش‌های (Gerber and Hui, 2013) Mollick (2014) و Ahlers et al. (2015) همسو است و پژوهش مشابه داخلی با موضوع عوامل پیش‌برنده تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین یافت نشده است. همانند عوامل فردی، عوامل محیط کسب و کار نیز بر کارآفرینی و تأمین مالی جمعی بسیار تأثیرگذارند و به طور عمده، اثرات غیرمستقیم بر فرایند تأمین مالی جمعی دارند، به نحوی که اگر زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی با دقت سازماندهی و تبیین شوند، احتمال شکل‌گیری تأمین مالی جمعی افزایش می‌یابد.

**ج) عوامل پیش‌برنده ساختاری:** نتایج نشان می‌دهد وجود زیرساخت‌های فناورانه برای راه‌اندازی و پشتیبانی از پلتفرم، کاربرپسند بودن و امکانات کاربری جذاب پلتفرم، سهولت دسترسی به طرح‌های کارآفرینانه قابل سرمایه‌گذاری، داشتن تأییدیه و مجوز از نهادهای نظارتی معتبر و ذیصلاح، اعتمادسازی و عملکرد شفاف و صادقانه پلتفرم، تعهد اخلاقی و رعایت عدالت و حقوق شهروندی، امکان استفاده از اینترنت پرسرعت و استفاده از روش‌های فناورانه جدید مانند شبکه‌های اجتماعی برای ترویج مزایای تأمین مالی جمعی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده و موفقیت ساختاری برای تأمین مالی جمعی زنان کارآفرین محسوب می‌گردند. این بخش از پژوهش با نتایج پژوهش زرنندی و همکاران (۱۳۹۴) و مرادی و همکاران (۱۳۹۹) همسو بوده است. حلقه سوم در زنجیره فرایند تأمین مالی جمعی، وبسایت واسط یا همان پلتفرم است که امنیت، کاربرپسند بودن، شفافیت، رعایت اخلاقیات و سهولت استفاده از آن به

همین خصوص، دو موضوع ذیل جهت انجام پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد: ۱. پژوهشی برای بررسی عوامل بازدارنده تأمین مالی جمعی در حوزه کشاورزی انجام شود تا مجموع عوامل پیش‌برنده و بازدارنده تأمین مالی جمعی دیدگاهی نظام‌مند و چندبعدی فراهم آورند. ۲. پژوهشی در خصوص مقایسه نرخ رشد روش‌های تأمین مالی مانند فرشتگان کسب و کار، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، تأمین مالی جمعی و ... انجام شود تا یک برنامه راهبردی برای کسب و کارها بر اساس چرخه عمر محصولات آنها تدوین گردد.

- پیشنهاد مرتبط با عوامل پیش‌برنده محیطی: بهبود ساختارهای قانونی و تدوین پروتکل‌های شفاف جهت اعتمادسازی برای سرمایه‌گذاران.  
- پیشنهاد مرتبط با عوامل پیش‌برنده ساختاری: افزایش پلتفرم‌های مورد تأیید مراجع ذیصلاح به عنوان بستر فرایند تأمین مالی جمعی با توجه به تعداد محدود پلتفرم‌های تأیید شده در کشور.  
در نهایت، محدودیت‌های پژوهش عبارت بودند از: دشواری دسترسی به جامعه مورد مطالعه و ایجاد فضای اعتماد جهت اشتراک اطلاعات و ضعف تعمیم‌پذیری آماری در روش‌های تحقیق کیفی. در

### منابع

۱. افشارپور، م.، عساکره، س.، و زرندی، س. ۱۳۹۶. نقش سرمایه‌گذاری جمعی در تأمین سرمایه کارآفرینان نوپا. رشد فناوری، ۱۱(۴۳): ۲-۱۳.
۲. اسکندر نژاد، س.، برادران حسن‌زاده، ر.، و طاهری، ح. ۱۳۹۹. تاثیر مدیریت سرمایه در گردش بر قابلیت سودآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در چرخه‌های تجاری مبتنی بر شکاف تولید. مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۸(۲۹): ۳۱-۴۸.
۳. بهبهانی‌نیا، پ. س. ۱۳۹۹. اثر حضور دولت در ساختار سرمایه بر رابطه سرمایه فکری و تصمیمات تأمین مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری. چشم‌انداز مدیریت مالی، ۱۰(۲۹): ۱۶۷-۱۸۷.
۴. حاجی اصغری، س. ی.، میرابی، و. ر.، مهرمنش، ح. و فلاح‌شمس، م. ف. ۱۳۹۷. ارائه مدلی برای تأمین مالی شرکت‌های دانش بنیان از طریق جمع‌سپاری دربانک کشاورزی. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۲(۴۱): ۲۴۳-۲۵۶.
۵. حیدری ساربان، و. ۱۳۹۱. اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با روش AHP، مطالعه موردی استان اردبیل. مطالعات اجتماعی - روانشناختی زنان، ۱۰(۲): ۱۵۹-۱۷۷.
۶. زرندی، س.، افشارپور، م.، و عساکره، س. ۱۳۹۴. مطالعه تطبیقی مدل‌های کسب و کار پلتفرم‌های برتر تأمین مالی جمعی در جهان. مدیریت توسعه فناوری، ۳(۲): ۱۵۰-۱۲۷.
۷. سلطانی، ب.، و شاوردی، م. ۱۳۹۸. تأمین مالی علم، فناوری و نوآوری. سیاست علم و فناوری، ۱۱(۲): ۳۱۴-۲۹۷.
۸. سند آمایش استان کرمانشاه. ۱۳۹۵. چشم‌انداز استان کرمانشاه. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، مجری: دانشگاه رازی.
۹. صفری دشتکی، م.، زارع، ر.، و شرفیان، ی. ۱۳۹۸. طراحی و تبیین مدل جمع‌سپاری مالی الکترونیکی در حمایت‌های اجتماعی: مطالعه‌ای در کمیته امداد امام خمینی (ره) فارس. علوم مدیریت ایران، ۱۳(۵۲): ۸۵-۱۱۰.
۱۰. علیخانی داد وکلایی، م. ۱۳۹۳. چالش‌های پیش‌رو زنان در کارآفرینی کشاورزی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۴): ۱۹-۳۲.
۱۱. محمدی، م.، اصلانی، ف.، و سیدی قهفرچی، ف. س. ۱۳۹۳. موانع تأمین مالی بخش عمومی برای پروژه‌های عمرانی استان اصفهان با رویکرد چندمعیاره. مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۸(۳۱): ۱۱۶-۱۰۱.



22. Bofondi, M. 2017. Lending-based crowdfunding: opportunities and risks. *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)* 375, Bank of Italy, Economic Research and International Relations Area.
23. Borrero-Domínguez, C., Córdón-Lagares, E., and Hernández-Garrido, R. 2020. Sustainability and real estate crowdfunding: success factors. *Sustainability*. 12(5136): 1-13.
24. Burtch, G., Ghose, A., and 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.
25. Buttice, V., Colombo, M.G., and Wright, M. 2018. Serial crowd funding, social capital, and project success. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 41(2): 183-207.
26. Calic, G., and Mosakowski, E. 2016. Kicking off social entrepreneurship: how a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*. 53(5): 738-767.
27. Clarke, V., and Braun, V. 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3(2): 77-101.
28. Gerber, E.M., and Hui, J. 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*. 20(6): 34-49.
29. Greenberg, J., and Mollick, E. 2017. Activist choice homophile and the crowd funding of female founders. *Administrative Science Quarterly*. 62(2): 341-374.
30. Hemer, J. 2011. A snapshot on crowd funding (Working Paper Firms and Region, No. R2/2011, Fraunhofer ISI). Retrieved April 10, 2013, from <http://www.econstor.eu/handle/10419/52302>.
31. Itohara, Y., and Hoque, M. 2008. Participation and decision making role of rural women in economic activities: A comparative study for members and non-members of the micro-credit
۱۲. مرادی، ح.، خاتمی فیروزآبادی، م.ع.، و فیضی، ک. ۱۳۹۹. ارائه یک مدل تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط در زنجیره تأمین. مدیریت نوآوری، ۹(۳): ۱۶۹-۱۳۹.
۱۳. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). آمار جمعیت براساس سرشماری سال ۱۳۹۵. موجود در: <https://www.amar.org.ir>
۱۴. ممتاز، ح.، هاشم‌زاده، غ.ر.، مشبکی، الف.، و فتحی هفشجانی، ک. ۱۳۹۸. طراحی مدل جمع‌سپاری فراکتالی به کمک تکنیک ارزیابی اثرات سریع و مدل چهار سطحی کانون. مدیریت نوآوری، ۹(۲): ۹۵-۱۲۵.
۱۵. نریمانی، الف.ر.، واعظی، ر.، الوانی، س.م.، و قربانی‌زاده، و. ۱۳۹۶. شناسایی عوامل و موانع برون‌سازمانی دانشگاه در تجاری‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی. فرایند مدیریت و توسعه، ۳۰(۱): ۸۱-۱۱۰.
۱۶. نقی‌زاده، ر.، هاجری، م.، و بساوند، س. ۱۳۹۸. شناسایی ابعاد و علل کاهش رضایت شرکت‌های دانش بنیان در همکاری با صندوق‌های مالی از نگاه مجریان و سیاست‌گذاران: مطالعه موردی صندوق نوآوری و شکوفایی. مدیریت نوآوری، ۷(۲): ۶۹-۹۴.
۱۷. هاشمی، ح. و پورامین‌زاد، س. ۱۳۸۹. چالش‌های فراروی مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های ایرانی، همایش چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی.
18. Agrawal, A., Catalini, C., and Goldfarb, A. 2015. Crowd funding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*. 24(2): 253-274.
19. Ahlers, G.K., Cumming, D., Günther, C., and Schweizer, D. 2015. Signaling in equity crowd funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 39(4): 955-980.
20. Bayus, B.L. 2013. Crowdsourcing new product ideas over time: An analysis of the dell idea storm community. *Management Science*. 59(1): 226-244.
21. Bernardino, S., and Santos, J.F. 2020. Crowdfunding: Study on knowledge, benefits and barriers perceived. *Risk and Financial Management*. 13(81): 1-24.

- innovation process of small entrepreneurial firms, Springer.
36. Skirnevskiy, V., Bendig, D., and Brettel, M. 2017. The influence of internal social capital on serial creators' success in crowd funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 41(2): 209-236.
37. Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., and Mestre, A.L. 2018. Factors Affecting Entrepreneurship and Business Sustainability. *Sustainability*, 10(2): 452-470.
38. Voorbraak, K.J.P.M. 2011. Crowdfunding for financing new ventures: consequences of the financial model on operational decisions. Master of Science in Operations Management and Logistics.
39. Zhao, Q., Chen, C. Der, Wang, J. L., and Chen, P.C. 2017. Determinants of backers' funding intention in crowd funding: Social exchange theory and regulatory focus. *Telematics and Informatics*. 34(1): 370-384.
- organizations in Bangladesh. *Journal of Social Sciences*. 4(3): 229-236.
32. Jeong, J., Kim, J., Son, H., and Nam, D. I. 2020. The role of venture capital investment in startups' sustainable growth and performance: focusing on absorptive capacity and venture capitalists' reputation. *Sustainability*. 12(8): 34-47.
33. Kaleem Khan, M., Zhao, X., Akram, U., Hashim, M., and Kaleem, A. 2017. Crowdfunding: An Innovative Approach to Start Up with Entrepreneurship. Proceedings of the tenth international conference on management science and engineering management.
34. Mollick, E.R. 2014. The dynamics of crowd funding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*. 29(1): 1-16.
35. Scholz, N. 2015. The relevance of crowdfunding: the impact on the



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 8(1), 2021*  
<http://jead.gau.ac.ir>

## **Analyzing the Driving Factors of Crowdfunding for Women Entrepreneurs in the Field of Agriculture**

**S. Amiri<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Assistant Professor, Ph.D. of Entrepreneurship, Management and Entrepreneurship Department,  
Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran

**Received: 09/08/2021; Accepted: 16/08/2021**

### **Abstract**

Funding is one of the most important and vital concerns of women entrepreneurs, who make up about half of the country's population. In this regard, crowdfunding has been proposed as a new method for entrepreneurs with the aim of financing, developing and commercializing entrepreneurial ideas and projects. So, the aim of this study was to analyze the driving factors of crowdfunding for women entrepreneurs in the field of agriculture in Kermanshah province. The research approach was qualitative and them analysis. The study population was 21 women entrepreneurs in Kermanshah province in the field of agriculture along with key experts with knowledge and experience in the field of agriculture, entrepreneurship and financing. Data were collected through field notes and semi-structured interviews using targeted snowball sampling method, to achieve data theoretical saturation. The analysis of the findings showed that the driving factors of crowdfunding for women entrepreneurs in the field of agriculture includes 23 concepts, 7 sub-themes and 3 main themes, which are: individual factors (including driving factors related to women entrepreneurs and Investors); environmental factors (including cultural-social, economic and legal drivers); and structural factors (including factors related to the platform of crowdfunding and technology driver), which interact with each other. Finally, it was suggested that the number of platforms approved by the competent authorities as a platform for the implementation of the crowdfunding process be increased and hold specialized courses about crowdfunding for women entrepreneurs and potential and actual investors in the field of agriculture.

**Keywords:** Financing, Crowdfunding, Agriculture, Driving factors, Women's entrepreneurship.

---

\*Corresponding author; [s.amiri@razi.ac.ir](mailto:s.amiri@razi.ac.ir)