

مساهمة التمويل الجماعي في دعم المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاجتماعي

- دراسة استشرافية حالة الوادي (الجزائر) -

د. زكرياء دمدوم	د. وليد مرغني	د. لطيفة بكوش
أستاذ محاضر أ	أستاذ محاضر أ	أستاذ محاضر أ
جامعة الشهيد حمه لخضر	جامعة الشهيد حمه لخضر	مخبر الاقتصاد السياسي
بالوادي - الجزائر	بالوادي - الجزائر	(PEDAA)
demdoum-zakaria@univ-eloued.dz	Meraghni-oualid@univ-eloued.dz	latifa-bekkouche@univ-eloued.dz

الملخص بالعربية:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مساهمة التمويل الجماعي في دعم المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاجتماعي من خلال دراسة استشرافية بولاية الوادي في دولة الجزائر باعتبارها ولاية تتجه نحو الاستثمار القطاع الصناعي بعد ريادةها في كلى القطاعين الزراعي والتجاري. أشارت العديد من المساهمات في أدبيات ريادة الأعمال إلى أن عملية ريادة الأعمال غير مكتملة مع إنشاء مشروع جديد بل تمتد الى قدرة الشركة على جمع الأموال ومرحلة تتبع إنشاء شركة جديدة. تلقي هذه الورقة بعض الضوء على أهمية جوانب ريادة الأعمال وتركز على استشراف هذه المراحل في الولاية محل الدراسة باستكشاف ظاهرة التمويل ودراستها وشرح ريادة الأعمال الاجتماعية من خلال التمويل الجماعي للسياق الجزائري من منظور المؤسسات الناشئة، ولا سيما ولاية الوادي باستخدام استبيان لعينة مكونة من 293 مفردة كعينة عشوائية بسيطة. تظهر النتائج أن لا تشكل المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاستثنائي أفضل الأوجه المرغوبة للاستثمار فيها. كما أن هناك العديد من العقبات التي تواجه التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية والتي من أهمها غياب التنظيم، التخوف من الاحتيال، ونقص المعلومات والتوعية هذا النوع من التمويل. تكمن أصالة هذه الدراسة تقلص ودعم وإنتاج التوصيات والتعرف على التدابير المتبعة لتعزيز واعتماد ممارسة التمويل الجماعي لمجال ريادة الأعمال الاجتماعية في اطار المؤسسات الناشئة على المستوى الإقليمي بالوادي وانتاج معلومات لصالح رواد الأعمال الاجتماعيين من أجل فهم أفضل لممارسة التمويل الجماعي وتطوره وإمكانياته في الجزائر لدعم جهود التنمية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: التمويل الجماعي، ريادة الاعمال الاجتماعية، المؤسسات الناشئة.

Contribution of crowdfunding to support emerging institutions of a social nature: a perceptive study of El-Oued (Algeria)

Dr. Zakaria Demdoun Lecturer class A University of Echahid Hamma Lakhdar – Eloued /Algeria <u>demdoun-zakaria@univ-eloued.dz</u>	Dr. Oualid Meraghni Lecturer class A University of Echahid Hamma Lakhdar – Eloued /Algeria <u>Meraghni-oualid@univ-eloued.dz</u>	Dr. Latifa Bekkouche Lecturer class A Political economy laboratory (PEDAA) University of Echahid Hamma Lakhdar – Eloued /Algeria <u>latifa-bekkouche@univ-eloued.dz</u>
--	--	--

Abstract :

This study aims to know the contribution of crowdfunding to support emerging institutions of a social nature through a perceptive study in the wilaya of El-Oued in Algeria, as it is a wilaya that tends towards investment in the industrial sector after its leadership in the agricultural and commercial sectors. Several Many contributions in the entrepreneurship literature suggested that the entrepreneurial process is incomplete with the creation of a new venture, but rather extends to the company's fundraising capability and the stage of tracking the establishment of a new company. The present paper sheds some light on the importance of entrepreneurial aspects and focuses on exploring these stages in the wilaya of El-Oued under study by discovering and studying the phenomenon of financing and explaining social entrepreneurship through crowdfunding of the Algerian context from the perspective of emerging institutions, especially this wilaya using a questionnaire of a sample consisting of 293 individuals as a random simple. Findings show that exceptional emerging institutions are not the most desirable aspect of investing in them. There are also many obstacles facing crowdfunding in the Algerian environment, the most important of which are the absence of regulation, fear of fraud, and the lack of information and awareness of this type of financing. The originality of this study lies in the presentation of recommendations and support of the measures taken to promote and adopt the practice of crowdfunding in the field of social entrepreneurship within the framework of emerging institutions at the regional level of wilaya of El-Oued, and the information products for the benefit of social entrepreneurs in order to better understand the practice of crowdfunding, its development, and its potential in Algeria to support social development efforts.

Keywords: Crowdfunding, Social Entrepreneurship, Emerging institutions.

I. المقدمة

بدأ مفهوم التمويل الجماعي بصورته الحديثة مع عصر التحول الرقمي وانتشاره، مما أدى لسهولة طلب التمويل من فئات متعددة، وعلى منصات ظهرت تباعاً في الولايات المتحدة. أضحت بيئة الأعمال والاستثمار خلال السنوات الماضية أسهل من أي وقت مضى، بفضل "منصات التمويل الجماعي" التي انتشرت في العالم الأجنبي والعربي، لأنها تقوم بعمل البنوك والمؤسسات المالية التقليدية بشكل أكثر مرونة. على الرغم من أنها لم ولن تلغي التمويل البنكي التقليدي، إلا أنها تشاركه سوق التمويل، وتخفف الضغط على البنوك، مع إمكانية القول أن هذا النوع يتمتع بقدر جيد من المرونة لا يتمتع بها قطاع البنوك. بالنسبة للشخص الذي يملك فكرة عمل - مشاريع صغيرة - ويريد تنفيذها على أرض الواقع، يقف التمويل عائقاً أمام تنفيذ فكرته، وبقدر تساهل الجهاز المصرفي مع ذلك الشخص وتقديم التسهيلات اللازمة له، يرى مشروعه النور وإلا يبقى حبيس الأدراج. فالبنوك هي القطاع الأساسي المسؤول عن تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة. كشفت دراسة أجراها البنك الدولي أن التمويل الجماعي يمكن أن يمثل 93 مليار دولار بحلول عام 2025 للبلدان النامية. بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تقدر هذه الإمكانيات بنحو 5.6 مليار دولار سنوياً بحلول عام 2025. في الجزائر سيدخل الإطار التنظيمي لتأدية هذا النشاط الجديد - التمويل الجماعي - في الجزائر حيز التنفيذ فور نشره في الصحيفة الرسمية لسنة 2020 لنظام لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها التي ستشرع بعدها في استقبال ومعالجة طلبات إنشاء منصات آلية التمويل الجماعي وذلك بعد صدور الإطار التنظيمي. ويمكن للمؤسسات الناشئة وحاملي المشاريع من الاستفادة من أداة التمويل الجديدة هذه ابتداءً من 2021.

من خلال ما سبق يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية:

كيف يساهم التمويل الجماعي في دعم المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاجتماعي، وما هو واقعه

في البيئة الجزائرية في ظل التوجه العالمي نحو هذا التمويل؟

يندرج تحت هذه الاشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو الإطار المفاهيمي للمقاولاتية الاجتماعية؟

- ما هو الإطار المفاهيمي للتمويل الجماعي؟

- كيف يساهم التمويل الجماعي في دعم المقاولاتية الاجتماعية؟

- ما هو واقع التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية؟

• أهداف البحث

- ✓ الإلمام بالإطار النظري للمقاولاتية الاجتماعية من خلال الأدبيات الحديثة في المجال؛
- ✓ عرض الإطار النظري للتمويل الجماعي من خلال الأدبيات الحديثة في المجال؛
- ✓ إبراز واقع وتحديات التي تواجه الافراد والمتعلقة بالتمويل الجماعي في البيئة الجزائرية.

• الدراسات السابقة

لقد ركزت بعض الدراسات التي فحصت التمويل الجماعي في سياق زيادة الأعمال الاجتماعية على منشئ المشروع، واستكشاف قضايا مثل تأثير العوامل المختلفة على نجاح الأعمال. ومن الأمثلة على هذه العوامل خصائص رواد الأعمال الاجتماعيين (Bernardino & Santos, 2016) Allison,) (Davis, Webb & Short, 2017)، والأسلوب اللغوي المستخدم من قبل رواد الأعمال الاجتماعيين (Parhankangas & Renko, 2017)، والتوجه الاستدامة للمشروع (Calic & Mosakowski,) (Belleflamme & Lambert, 2013). ركزت دراسات أخرى على الممولين، واستكشاف قضايا مثل عمليات صنع القرار (Nicholls, 2010)، والدوافع التي تقود الممولين إلى تمويل المشاريع (Pink, 2011)، ومواقف الممولين الإيثارية تجاه رواد الأعمال (Gleasure & Feller, 2016)، ودور الاختلافات الثقافية عند اختيار أي منهم مشروع لتمويل (Burtch, Ghose & Wattal,) (2013). بالإضافة إلى المنشئين والممولين، يعد المكون الثالث - النظام الأساسي - ضروريًا لجعل التمويل الجماعي ممكنًا. المنصة هي الوجه المرئي للوسيط، وهي المنظمة التي تدير عملية التمويل الجماعي وتتيح التفاعل بين المبدعين والممولين. ومع ذلك، باستثناء عدد قليل من الدراسات (Gallucci, Modina) (Rey-Martí, 2018) (& Minguzzi, 2015) (Haas, Blohm, Peters & Leimeister, 2015)، ركزت القليل من الدراسات على الوسيط، على الرغم من دوره الرئيسي في نجاح التمويل الجماعي (Rey-Martí,) (Mohedano-Suanes & Simón-Moya, 2019).

II. مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية والتمويل الجماعي

لطالما كانت ظاهرة ريادة الأعمال موضوعاً أثار جدلاً كبيراً لا يمكن أن تخضع للإجماع حول مفهومها وتعريفها ونظرياتها ومفاهيمها من خلال إثبات عدم وجود نموذج موحد لهذا المجال البحثي. في هذا السياق، على الرغم من أن جيلاً جديداً من الحركات الاجتماعية الاقتصادية يميل إلى إدخال نفسه وتحويل الفعل الاقتصادي الذي وصل إلى مرحلة ظهور مثيرة للإعجاب، فإن ريادة الأعمال الاجتماعية تثير اهتمام عدد قليل من المديرين وعدد أقل من الباحثين في مجال ريادة الأعمال. ومع ذلك، في الوقت الحاضر، يتم توجيه السياق الاجتماعي والاقتصادي بجزء نحو هذا الشكل الفريد من ريادة الأعمال الذي يُنظر إليه على أنه مجال تدخل يمكنه موازنة أوجه القصور في الاقتصاد. بعبارة أخرى، تفتح ريادة الأعمال الاجتماعية مساراً جديداً يمكن فيه الجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية لتكون رافعة حقيقية لإحياء النشاط الاجتماعي والاقتصادي. ظهرت ريادة الأعمال الاجتماعية لأول مرة في إيطاليا في نهاية الثمانينيات قبل أن تنتشر إلى بقية أوروبا منذ النصف الثاني من التسعينيات جنباً إلى جنب مع صعود الأزمات الاجتماعية والبيئية. في الولايات المتحدة، تعود هذه الظاهرة إلى نهاية التسعينيات، بدعم من الجهات الفاعلة الإقليمية مثل (Bill Drayton) و (Ashoka) وجامعات كبرى مثل (هارفارد، كولومبيا، ييل) التي تم حشدها من خلال تنظيم مؤتمرات رفيعة المستوى وجديد¹.

على عكس اقتصاد السوق الرأسمالي، الذي يدعو إلى تحقيق أهداف مالية بحتة، فإن ريادة الأعمال الاجتماعية هي جزء من منطق التضامن الذي يعطي الأولوية للتماسك الاجتماعي². نتيجة لذلك، تسعى ريادة الأعمال الاجتماعية إلى تقلص حلول للمشكلات الاجتماعية بدلاً من استغلال فرص السوق لتحقيق الربح على الرغم من أنها تعمل في السوق وتخضع لقيودها³. حيث تخلق ريادة الأعمال الاجتماعية حلولاً مبتكرة للمشاكل الاجتماعية الفورية وأيضاً تعبئة الأفكار والقدرات والموارد والترتيبات الاجتماعية المطلوبة للتحويلات الاجتماعية طويلة الأجل والمستدامة⁴. بذلك شكلت ريادة الأعمال الاجتماعية هي مجال بحث ناشئ في أدبيات ريادة الأعمال والتسويق غير الهادفة للربح فقط⁵، أداة مهمة لمعالجة المشاكل الاجتماعية والبيئية تكتسب شعبية كخيار مهني بين الشباب⁶ بالتالي هي مفهوم يسمح بتطوير نماذج بديلة لممارسة الأعمال التي تهدف إلى تحقيق أهداف موجهة ليس فقط نحو تعظيم الأرباح بل نحو تلك التي تتعلق بضمان رفاهية المجتمع أو بعض الفئات الاجتماعية⁷. وفقاً لما سبق يمكن التعرف

على الخصائص المتأصلة في تعريف ريادة الأعمال الاجتماعية هي: القيمة الاجتماعية والرسالة والثروة الاجتماعية، التغيير الاجتماعي والتأثير الاجتماعي، الابتكار والاستدامة والإبداع ونهج ريادة الأعمال⁸. غالباً ما تكون المؤسسات الرائدة الاجتماعية مملوكة ومدارة في شكل تعاونيات أو جمعيات تحكم وفقاً لمعايير محددة. كما يمكن أن تكون المبادر الاجتماعي قد ينشئ تعاونية أو شركة محدودة أو حتى شركة ذات مسؤولية محدودة. بطريقة أخرى، يمكن لريادة الأعمال الاجتماعية أن تتخذ أشكالاً مختلفة من المنظمات الممولة من المنح إلى المؤسسات الربحية، كما يمكن أن تكون أيضاً عامة أو خاصة أو مختلطة⁹.

بينما تستمر أنشطة ريادة الأعمال الاجتماعية في النمو من حيث الأهمية والعدد، فإن الوصول إلى الموارد يقيد تأسيس ونمو المنظمات ذات التوجه الاجتماعي. يشير (Austin et al., 2006) إلى أنه بالمقارنة مع المشاريع التي تركز على الربح أو المشاريع التجارية، فإن المشاريع الاجتماعية تواجه صعوبات في تعبئة الموارد. في حين أن رواد الأعمال التجاريين يمكنهم جذب انتباه المقرضين التجاريين أو مستثمري الأسهم الخاصة، فإن رواد الأعمال الاجتماعيين غالباً ما يظهرون أقل جاذبية لمقدمي رأس المال التقليديين. رغم أن ندرة الدعم من أسواق رأس المال تقف على النقيض من الدعم المجتمعي المتزايد لأصحاب المشاريع الاجتماعية. مع كون المؤسسات المالية التقليدية غير متوافقة بشكل عام مع المشاريع التي تسعى إلى "الارتقاء فوق الذات"، فمن المعقول توقع ظهور مؤسسات مالية جديدة توازي الدعم المجتمعي لريادة الأعمال الاجتماعية. مع عدم تلبية احتياجات رواد الأعمال الاجتماعيين أو عدم تلبيةها من قبل أسواق رأس المال التقليدية، يوفر التمويل الجماعي وسيلة متميزة لاكتساب الموارد المالية لذا ظهر التمويل الجماعي لتلبية احتياجات رواد الأعمال الاجتماعيين وغيرهم من رواد الأعمال الذين لديهم وصول محدود إلى المصادر التقليدية لرأس المال¹⁰.

التمويل الجماعي أو التمويل التشاركي هو مصطلح شامل يصف استخدام مبالغ صغيرة من المال، يتم الحصول عليها من الجمهور لتمويل مشروع أو فرض تجاري أو شخصي واحتياجات أخرى من خلال منصة على الإنترنت¹¹. كما أنه أسلوب حديث لتمويل المشاريع من قبل الجمهور من خلال جمع الأموال بمبالغ صغيرة من جمهور كبير عادة ما يكون عبر منصات الانترنت. تنوع طرق التمويل هذه يجعل من التمويل الجماعي أداة تمويل مناسبة لجميع أنواع المشاريع الناشئة لا سيما مشاريع ريادة الأعمال الاجتماعية¹². يشير أيضاً مصطلح التمويل الجماعي إلى نهج شامل للتمويل؛ تتضمن المنصات المحددة

مجموعة واسعة من الأهداف والاهتمامات التي تشمل تمويل الأهداف الاجتماعية، والمشاركة في الجهود القائمة على المكافآت، وتطوير الاستثمارات القائمة على الأسهم¹³.

لقد تم اقتراح تصنيفات متعددة لتمويل الجماعي من قبل العبيد من الباحثين من بينهم (Hemer, 2011) و (Schwienbacher & Larralde, 2012) و (Kirby & Worner, 2014) أحد تصنيفات التمويل الجماعي الأكثر استخدامًا هو اقتراح (Massolution, 2015). وفقاً لهذا التصنيف، هناك أربعة أنواع من التمويل الجماعي: (1) التمويل الجماعي القائم على حقوق الملكية (Equity-based crowdfunding) يحصل الممولون على حصة في رأس مال الشركة التي يستثمرون فيها، (2) القائم على الإقراض (Lending-based crowdfunding) يستثمر الممولون في شكل قرض. يسترد الممولون استثماراتهم، مع الفائدة المحتملة، و(3) التمويل الجماعي القائم على المكافآت (Reward-based crowdfunding) يتلقى الممولون سلعة أو خدمة مقابل استثماراتهم. قد تأتي هذه المكافآت بأشكال مختلفة مثل الإشعار العام أو البيع المسبق للمنتج أو الإصدارات المحدودة من المنتج. (4) يشير التمويل الجماعي القائم على التبرعات (Donation-based crowdfunding) إلى الاستثمار في المشاريع أو الشركات ذات الأهداف الاجتماعية. لا يتلقى المانحون أي مكافأة مالية أو مادية على استثماراتهم. وبالتالي، فإن التمويل الجماعي القائم على التبرعات لا يقدم أي عائد، مما دفع (Cox et al., 2018) لتصنيف هذا النوع من التمويل الجماعي كشكل من أشكال العمل الخيري الرقمي¹⁴.

عادة ما تتضمن عملية التمويل الجماعي ثلاثة أنواع من المشاركين: رائد الأعمال، ومجموعة الأفراد الذين يختارون المساهمة بأموال لدعم المبادرة، والمنصات التكنولوجية التي تسمح بالاتصال بينهم. يمكن أن تكون المشاريع مختلفة تمامًا، سواء من حيث الغرض أو الحجم، بدءاً من المشاريع الفنية الصغيرة إلى العمليات الأكبر التي تتطلب مبالغ كبيرة من المال، وقد يوفر التمويل الجماعي بديلاً مثيلاً للاهتمام للغاية لرأس المال الاستثماري التقليدي¹⁵. وبالتالي يمكن القول أن التمويل الجماعي نشأ كوسيلة لجمع الأموال لدعم المشاريع الإبداعية أو الفنية في الموسيقى والسينما والمسرح... كما ظهرت العديد من المنصات التي تستضيف مجموعة واسعة من المبادرات والمشاريع باستخدام نماذج مختلفة للتمويل الجماعي. يتنوع أنسب أنواع التمويل الجماعي لمبادرة ريادة الأعمال الاجتماعية وفقاً للأهمية النسبية للأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمبادرة. في حين أن التمويل الجماعي القائم على الإقراض هو الشكل الأكثر استخداماً

للتتمويل الجماعي لمشاريع ريادة الأعمال التجارية، فإن التمويل الجماعي القائم على المكافآت وخاصة القائم على التبرعات هو أكثر الأشكال استخداماً في حالة ريادة الأعمال الاجتماعية¹⁶.
أن تمويل المشاريع من قبل مجموعة فضفاضة من الأفراد ليس جديداً، فإن منصات التمويل الجماعي عبر الإنترنت التي تم تطويرها مؤخراً تقدم بيئة مؤسسية تختلف عن تلك الخاصة بمصادر التمويل التقليدية. تخلق منصات التمويل الجماعي فرصاً مالية لمشاريع ريادة الأعمال في المراحل المبكرة مع سجل إنجازات قليل أو القليل من البيانات المتاحة، مع زيادة إخفاء هوية العلاقة بين الممولين ورجال الأعمال وإضفاء الطابع الديمقراطي على القرار المالي من خلال الاعتماد على عدد كبير من المساهمات الصغيرة نسبياً¹⁷. تفسر أهمية التمويل الجماعي لنجاح ريادة الأعمال الزيادة المطردة في عدد منصات التمويل الجماعي التي ظهرت في جميع أنحاء العالم لربط أنواع مختلفة من المشاريع مع الممولين المحتملين. في ريادة الأعمال الاجتماعية، التي تشمل كلاً من المؤسسات الربحية وغير الربحية، فإن دور التمويل الجماعي مهم بشكل خاص لأنه قد يكون المصدر الوحيد المتاح للتمويل. ومع ذلك، فقد استكشفت القليل من الدراسات التمويل الجماعي، وحتى أقل من ذلك تناولت التمويل الجماعي في سياق ريادة الأعمال الاجتماعية¹⁸.

III. التكامل بين التمويل الجماعي وريادة الأعمال الاجتماعية في إطار المؤسسات الناشئة

تمثل ندرة التمويل مشكلة كبيرة بشكل خاص في ريادة الأعمال الاجتماعية لأن الدافع الاجتماعي غالباً ما يكون له الأسبقية على الاعتبارات المالية ولا يتماشى مع مصالح الأشكال التقليدية للتمويل كالبنوك، ورؤساء الأعمال، ورأس المال الاستثماري، وغيرها¹⁹. المشاريع ذات الطبيعة الاجتماعية غير جذابة للمقرضين أو المستثمرين التقليديين لأن الأهداف الاجتماعية تتعارض أحياناً مع هدف تعظيم الأرباح. تتفاقم هذه الصعوبة بسبب المنافسة الشرسة بين المنظمات ذات التوجه الاجتماعي لجذب التبرعات والمساعدات الحكومية. انخفض توافر هذه المساعدة بشكل كبير في السنوات الأخيرة لأن الأزمة الاقتصادية الأخيرة أجبرت العديد من الحكومات الوطنية على خفض الإنفاق الاجتماعي. يقدم التمويل الجماعي طريقة مناسبة لتمويل مبادرات ريادة الأعمال الاجتماعية. تستند قرارات ممالي التمويل الجماعي أيضاً إلى عوامل أخرى مثل شرعية المشروع والسعي إلى الإحساس بالإبداع المشترك بدلاً من مجرد عائد

مالي. بالإضافة إلى ذلك، فإن الأشكال التقليدية للتمويل غير مناسبة لدعم تطوير منظمات زيادة الأعمال الاجتماعية²⁰.

يسمح التمويل الجماعي لأصحاب المشاريع الاجتماعية بمناشدة الجمهور لتمويل كل أو أجزاء من المشروع. لقد أصبح مصدراً تمويلياً كاملاً خاصة رواد الأعمال الاجتماعيين الراغبين في بدء عمل تجاري. في الواقع، الصعوبة تبدأ من إيجاد التمويل إلى جمع رواد الأعمال هؤلاء عبر الإنترنت من خلال وسيط، يسمى "منصة التمويل الجماعي" والتي يمكن أن تكون إما عمومية أو خاصة. عادة ما يكون موقع ويب مسؤولاً عن ربط الممولين مع قادة المشروع الراغبين في الحصول على تمويل ومع ذلك، ما هو مثيرة للاهتمام في هذه التقنية وذلك بخلاف فكرة البعد المالي، فإن التمويل الجماعي هو أداة تسمح لك بالتوحيد وبناء الولاء واختبار مشروعك من خلال تقديم إمكانية إجراء اتصال الإطلاق. هذا الأخير، الذي يستخدم ما يسمى بتقنيات التسويق الكلاسيكية، يثقل كاهل رواد الأعمال الاجتماعيين بميزانية تمويل ضيقة للغاية، ولكن بفضل التمويل الجماعي، سيتمكن رواد الأعمال هؤلاء من رؤية مشاريعهم من خلال مساحة التبادل هذه. يبدو أن هذا البعد من التبادل أكثر أهمية لقطاع زيادة الأعمال الاجتماعية من أي قطاع آخر لأن تأثير المشروع هو عنصر استراتيجي بالإضافة إلى الجدوى الاقتصادية. يتيح التمويل الجماعي للناس أن يكونوا على دراية بقضية اجتماعية أو بيئية وأن يقترحوا أن يشاركوا فيها من خلال تمويل المشروع الذي سيوفر حلولاً من خلال إحداث تغيير اجتماعي. على هذا النحو، ليس من المستغرب الاعتقاد بأن التمويل الجماعي وزيادة الأعمال الاجتماعية هما مفهومان متشابهان للغاية يشتركان في نفس القيم المجتمعية والتشاركية والمدنية²¹.

يرى (Stapylton-Smith, 2015) إن حملات التمويل الجماعي للمشاريع الاجتماعية من أجل فهم كيفية تمويل المؤسسات الاجتماعية للتمويل الجماعي. ويحدد الإشارات التي يحاول رواد الأعمال الاجتماعيون بواسطتها جذب التمويل من خلال أنواع مختلفة من التمويل الجماعي، على أساس المكافآت بشكل أساسي. ووجد أن التمويل الجماعي القائم على المكافآت يوفر أساساً جيداً لأصحاب المشاريع الاجتماعية لجذب التمويل عن طريق الإعلان والإشارة إلى التزامهم بالقضايا الاجتماعية أو البيئية. هذا صحيح تمامًا عندما تهدف المؤسسة الاجتماعية التي تسعى إلى الحصول على تمويل جماعي فقط إلى أن تكون مستقلة مالياً، وبالتالي لا يمكنها تقديم عوائد مالية جذابة للمستثمرين المحتملين. كما

يشير (Stapylton-Smith, 2015) أن رواد الأعمال الاجتماعيين الذين ينفذون حملة تمويل جماعي يؤكدون مشاركتهم في قضية اجتماعية أو بيئية لجذب التمويل. وحدد كيفية التمويل الجماعي لمؤسسة اجتماعية من محاولتين يجب بذلها: الأول هو اختيار الشكل المناسب للتمويل الجماعي والثاني هو جذب التمويل من خلال أشكال مختلفة من الإشارات. ضمن الحالات المدروسة وجد (Stapylton-Smith, 2015) أن الحالات الخمس التي استخدمت التمويل الجماعي القائم على المكافأة قادرة على الاستفادة من ميزة واحدة من سمات المؤسسات الاجتماعية ولكن المؤسسات التقليدية الهادفة للربح لا تملك، أي القدرة على جذب التمويل من خلال الإعلان عن تأثيرها الاجتماعي أو البيئي. كما أظهر (Stapylton-Smith, 2015) أن العقبة الرئيسية أمام الحصول على الأموال هي المعلومات غير المتماثلة التي تقف بين الممولين المحتملين ورائد الأعمال. تتبع هذه المعلومات غير المتماثلة من حقيقة أن الممولين المحتملين الذين هم غرباء عن رائد الأعمال ليس لديهم أي معلومات كاملة عن وعد المشروع. علاوة على ذلك، في حالة المشاريع الاجتماعية، يرى (Stapylton-Smith, 2015) أن عدم اليقين هذا لا يتعلق فقط بالإمكانات المالية للشركة ولكن أيضاً بعوائدها الاجتماعية أو البيئية. وبالتالي، يحتاج رائد الأعمال إلى الإشارة إلى الممولين المحتملين بالتزامهم بنجاح العمل بالإضافة إلى حقيقة أنه أو أنها جديرة بالثقة. علاوة على ذلك، يحتاج رائد الأعمال الاجتماعي إلى الإشارة إلى التزامه بتحدي اجتماعي أو بيئي. وهذا أمر ضروري للغاية حيث تهدف المؤسسة الاجتماعية المعنية فقط إلى أن تكون مستقلة مالياً. بعبارة أخرى، إذا كانت المؤسسة الاجتماعية تهدف ببساطة إلى أن تكون مستقلة مالياً، فلا يمكنها أن تقدم عوائد مالية جذابة للممولين. لذلك، يبدو بالنسبة لـ (Stapylton-Smith, 2015) أن التمويل الجماعي للديون والأسهم أقل ملاءمة لهذا النوع من المؤسسات الاجتماعية من التمويل الجماعي القائم على المكافآت والذي لا يمكن المؤسسة الاجتماعية من الاستفادة بشكل أفضل من مسؤوليتها الاجتماعية أو البيئية فحسب، بل يوفر أيضاً أداة مالية بديلة لا تتطلب مالياً قوياً يعود لجذب التمويل. مع ذلك، أوضح (Stapylton-Smith, 2015) أن تعريف المؤسسات الاجتماعية واسع إلى حد ما، وبالتالي يشمل مجموعات مختلفة من الأولوية بين الدافع الاجتماعي والمالي. وأن المؤسسات الاجتماعية التي تختار التمويل الجماعي من الأسهم تهدف إلى أن تكون قادرة على تقديم عوائد مالية مغرية. وبالتالي، فإنهم يركزون بشكل أكبر على هذه العوائد المالية المحتملة في حملتهم للتمويل الجماعي. هذا لا يمنع هذه

المشاريع من الإعلان عن أهدافها الاجتماعية والبيئية لأن هذا يمكن أن يجذب الاستثمار المؤثر. وهكذا توصل (Stapylton-Smith, 2015) إلى أنه في التمويل الجماعي للمشاريع الاجتماعية، يختلف إرسال الإشارات حسب نوع التمويل الجماعي²².

على الرغم من أن السوق العالمية قد شهدت نجاحًا مذهلاً في التمويل الجماعي، إلا أن التحليل حسب المناطق الجغرافية عكس تطورات متباينة، لا سيما في إفريقيا، حيث لا يزال تطوير تقنية التمويل هذه متردداً²³. لذا دفعنا ذلك للقيام بدراسة استشرافية باحث ولاية الوادي بدولة الجزائر كدراسة حالة.

IV. الاطار المنهجي للدراسة

دفعتنا طبيعة الدراسة إلى اختيار المنهجية النوعية. هذا الأخير يتيح لنا استكشاف ظاهرة التمويل ودراستها وشرح زيادة الأعمال الاجتماعية من خلال التمويل الجماعي للسياق الجزائري من منظور المؤسسات الناشئة، ولا سيما ولاية الوادي. من خلال تقديم استبيان لعينة مكونة من 293 مفردة كعينة عشوائية بسيطة. فقد استند اختيار العينة على عنصرين رئيسيين أسباب. أولاً اخترنا إجراء دراستنا الاستكشافية باستخدام لعينة غير احتمالية تجمع بين الجهات الفاعلة المختلفة، والتي يدور نشاطها حولها دعم أنشطة زيادة الأعمال التي تحتاج إلى دعم من أجل تطويرها حلول ومشاريع مبتكرة ذات تأثير اجتماعي وبيئي. خيار قبل كل شيء، كان على العينة أن تفي بمتطلبات التنوع. في ثانية، لدينا كشفت لنا دراسة وثائقية أن غالبية هؤلاء الممثلين يواجهون مشاكل على مستوى الوصول إلى موارد التمويل لدعم أو تمويل المشاريع الخصائص الاجتماعية أو البيئية أو الدينية. لذلك اعتبرنا أن استخدام يمكن أن يكون التمويل الجماعي كأسلوب تمويل حاسماً لحل مشاكلهم المالية. تهدف دراستنا إلى تقديم ودعم وإنتاج التوصيات أيضاً تلك التدابير الملموسة لتعزيز اعتماد ممارسة التمويل الجماعي لمجال زيادة الأعمال الاجتماعية في اطار المؤسسات الناشئة على المستوى الإقليمي بالوادي هكذا تنتج الأدوات معلومات لصالح رواد الأعمال الاجتماعيين من أجل فهم أفضل لممارسة التمويل الجماعي وتطوره وإمكانياته في الجزائر لدعم جهود التنمية الاجتماعية.

ضمن هذه الدراسة، تم إدراج الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة نظراً لعلاقتها ببقية عناصر الدراسة ومختلف محاورها، الجدول التالي يعرض هذه الخصائص:

الجدول رقم (1): الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

السن	أقل من 30	بين 30-40	أكثر من 40	/	/	المجموع
النسبة	%34.5	%29.4	%22.2	/	/	%100
المؤهل العلمي	شهادة أقل	تقني سامي	ليسانس	ماجستير	دكتوراه	المجموع
النسبة	%3.6	%20.2	%39.4	%29.4	%7.3	%100
العمل	عامل يومي	موظف	صاحب مشروع	بطل	/	المجموع
النسبة	%16.3	%52.8	%23.7	%7.3	/	%100
الدخل	أقل من 30 ألف دج	بين 30-49 ألف دج	أكثر من 50 ألف دج	/	/	المجموع
النسبة	%54.0	%14.6	%17.5	/	/	%100

المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

- بخصوص الفئات العمرية التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة فقد كانت النسبة الأعلى ممن هم أقل من 30 سنة بنسبة %34.5، تليها فئة الأفراد ما بين 30 و 40 سنة بنسبة %29.4، في حين النسبة الأقل ممن كانوا فوق 40 سنة، والسبب هو كون المهتمين بموضوع البحث عن تمويل هم من الفئات الأقل عمرا.

- حسب متغير المؤهل العلمي نلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم الحاصلين على شهادة الليسانس حيث قدرت النسبة بـ %39.4، تليها نسبة الحاصلين على شهادة الماجستير بنسبة %29.4، لتليها باقي الفئات، وتفسير ارتفاع نسبة الحاصلين على شهادة الليسانس والماجستير يعود لكون نسبة كبيرة كانوا على اهتمام بالموضوع محل الدراسة؛

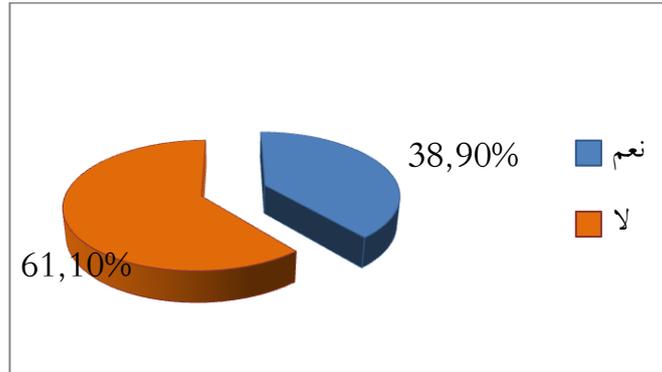
- وفق متغير الوظيفة نلاحظ أن غالبية أفراد عينة هم من فئة الموظفين بنسبة 52.8% لتليها باقي الفئات والسبب هو بحث هذه الفئة على تطوير مداخلها وتحسين أوضاعها الاجتماعية؛
- بخصوص شرائح المداخل لعينة الدراسة فقد كانت النسبة الأعلى من ذوي المداخل الأقل من 30.000 دج بنسبة 54.0%، لتليها باقي الفئات والسبب هو بحث هذه الفئة على تطوير مداخلها وتحسين أوضاعها الاجتماعية وزيادة مداخلها.

V. مناقشة النتائج

1. المعرفة المعمقة بمفهوم التمويل الجماعي (كمساهم/ مستفيد):

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (هل لديك معرفة معمقة بمصطلح التمويل الجماعي؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (1): استجابات أفراد العينة حول معرفتهم بمفهوم التمويل الجماعي

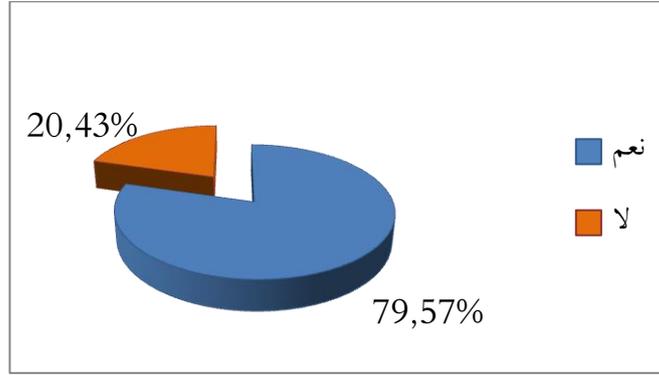


المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

بالإعتماد على الشكل البياني أعلاه يتبين أن اتجاه استجابات أفراد العينة نحو عدم معرفتهم بمفهوم التمويل الجماعي، حيث بلغت نسبتهم 61.10% وهذه النسبة مرتفعة خاصة وأن العينة من خلال ما تم عرضه في الخصائص الشخصية والوظيفية هم من خريجي الجامعات الذي كان من المفروض ان تتوفر فيهم روح الإبداع ومن حاملي الفكر المقاوالاتي.

2. الاطلاع على قوانين التمويل الجماعي الجزائرية:

يتمحور هذا العنصر على إجابة أفراد العينة على السؤال (هل اطلع على قوانين التمويل الجماعي الصادر في الجريدة الرسمية الجزائرية؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي: الشكل رقم (2): استجابات أفراد العينة حول على قوانين التمويل الجماعي الجزائرية.



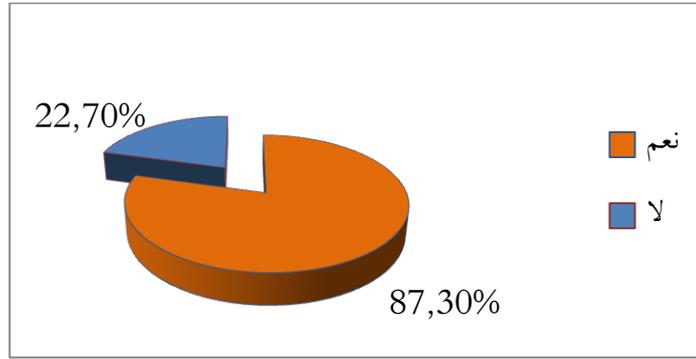
المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

للإشارة فان هذا السؤال وجه فقط للأفراد الذين أجابوا بنعم على السؤال الأول، من خلال الشكل البياني أعلاه يتبين أن اتجاه استجابات أفراد العينة نحو اطلاعهم على القوانين المتعلقة التمويل الجماعي الصادرة في الجريدة الرسمية الجزائرية، حيث بلغت نسبتهم 79.57% وهذه النسبة تعتبر جيدة مما يبين اهتمام هذه الفئة بموضوع التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية.

3. الاطلاع الكافي على موضوع منصات التمويل الجماعي (كمساهم/ مستفيد):

يرتبط هذا العنصر بإجابة أفراد العينة على السؤال (هل لديك اطلاع على منصات التمويل الجماعي؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (3): استجابات أفراد العينة حول اطلاعهم على منصات التمويل الجماعي

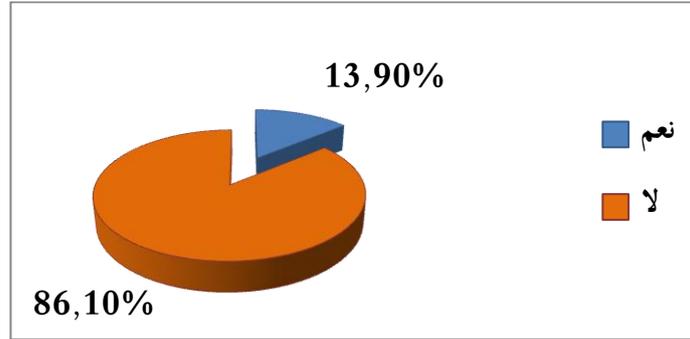


المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة. نفس الشيء بخصوص هذا السؤال وبقية الأسئلة التي تليه فهي موجهة للذين أجابوا بنعم على السؤال الأول، يوضح الشكل أعلاه بأن نسبة الأفراد الذين لديهم اطلاع على منصات التمويل الجماعي والمزايا التي توفرها سواء لأصحاب الأفكار المبدعة أو للراغبين في التمويل تعتبر عالية، حيث كانت حوالي 87.30%.

4. الاستعداد للاستثمار في مشاريع ضمن منصات التمويل الجماعي:

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (هل أنت على استعداد للاستثمار في مشاريع ضمن منصات التمويل الجماعي؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (4): استجابات أفراد العينة حول استعدادهم للاستثمار في مشاريع ضمن منصات التمويل الجماعي

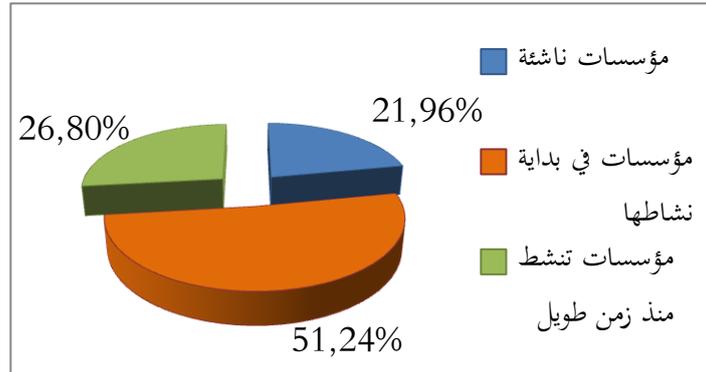


المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة. بالاعتماد على الشكل البياني أعلاه يتبين أن اتجاه استجابات أفراد العينة حول مدى استعدادهم للاستثمار في منصات التمويل الجماعي كانت نحو عدم الموافقة، وهذا بنسبة 13.90% فقط؟، أي أن هناك تخوف من هذا الأمر، وهو ما تم الإشارة إليه في السؤال السابع.

5. أوجه الاستثمار المرغوبة في إطار التمويل الجماعي:

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (في حال تفعيل العمل بالتمويل الجماعي بعد ضبط الإطار القانوني الخاص به، ما هي أوجه الاستثمار المرغوبة؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (5): استجابات أفراد العينة حول أوجه الاستثمار المرغوبة في إطار التمويل الجماعي

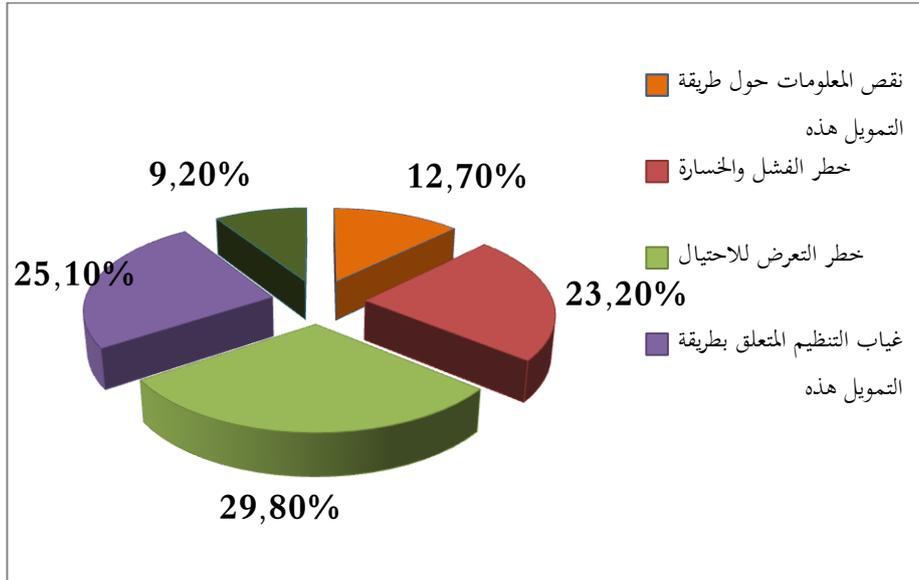


المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة. للإشارة فان هذا السؤال تم توجيهه فقط للذين أجابوا بنعم على السؤال رقم 5، يتضح من خلال النسب المعروضة في الشكل أعلاه أن تفضيلات الأفراد كانت نحو الاستثمار في مؤسسات تنشط منذ زمن طويل، والتي كانت بنسبة 51.24%، الأمر الذي يعطي نوعاً من الضمان لأصحاب الأموال المستثمرة لاستردادها.

6. معوقات الاستثمار في منصات التمويل الجماعي:

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (في حال رغبتك في الاستثمار عن طريق منصات التمويل الجماعي، ما هي المخاوف التي لديك؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (6): استجابات أفراد العينة حول المخاوف التي تعيق التوجه نحو التمويل الجماعي



المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

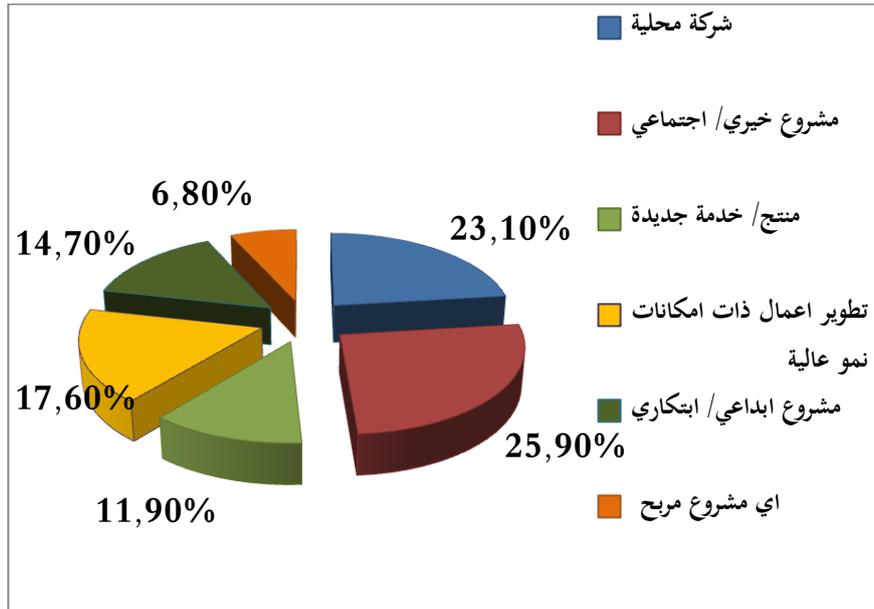
يوضح الشكل البياني مختلف المعوقات التي يضعها المستثمرون في الحسبان عند تفكيرهم في موضوع التمويل الجماعي، حيث كان الهاجس الأكبر هو الخوف من التعرض للاحتيال الذي كان بنسبة

29.80%، ليلبها كل من تحدي غياب التنظيم المتعلق بهذا النوع من التمويل و خطر الخسارة بنسبة 25.1% و 23.2% على التوالي، وفي الأخير نجد تحدي نقص المعلومات حول التمويل الجماعي وصغر المبالغ المستثمرة.

7. انواع الاستثمار المرغوبة في إطار التمويل الجماعي:

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (في حال استعدادك لإيداع أموالك في ضمن الاستثمار في إطار التمويل الجماعي، فأى الأنواع تفضل؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (7): استجابات أفراد العينة حول انواع التمويل الجماعي المرغوبة



المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

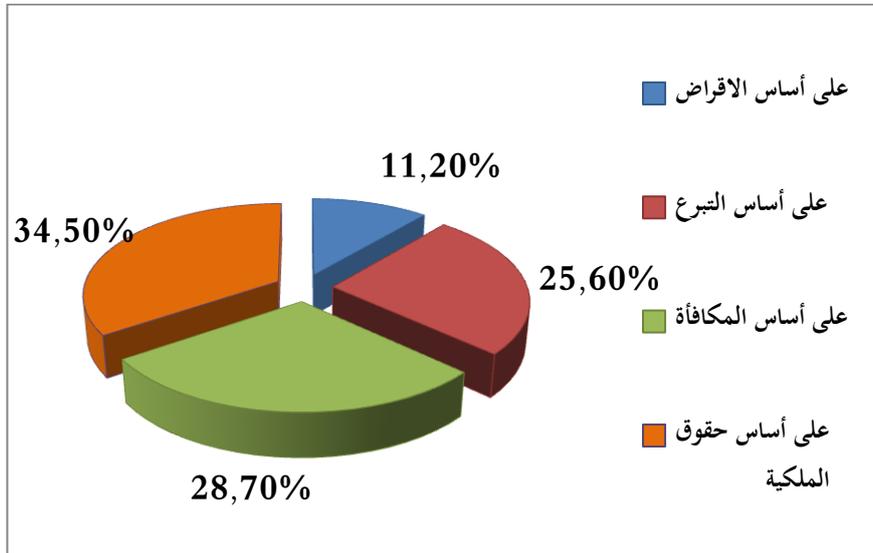
يوضح الشكل البياني مختلف الأوجه المرغوبة في توجيه الاستثمارات، وللإشارة فان هذا السؤال تم توجيهه فقط للذين أجابوا بنعم على السؤال رقم 5، ففي المقالم الأول نجد الرغبة في تمويل المشاريع الابداعية، يليها الرغبة في الاستثمار في مشاريع محلية، وفي المقام الثالث نجد أن أفراد العينة يفضلون الاستثمار في مشاريع ذات امكانات نمو عالية، وفي المقام الرابع هناك توجه نحو المشاريع الخيرية، وفي

الأخير التوجه نحو المنتجات الجديدة، أما عن النسب المقابلة لتلك الخيارات فهي موضحة في الشكل والتي كانت أغلبها متقاربة.

8. أسس الاستثمار المرغوبة في إطار التمويل الجماعي:

يوضح هذا العنصر إجابة أفراد العينة على السؤال (في حال استعدادك لإيداع أموالك في ضمن الاستثمار في إطار التمويل الجماعي، فعلى أي أساس ستختار المشروع الذي ستمول؟)، ومن خلال استجابات أفراد العينة تم تصميم الشكل التالي:

الشكل رقم (8): استجابات أفراد العينة حول أسس التمويل الجماعي المرغوبة.



المصدر: من إعداد الباحثين، باستعمال برنامج Excel، بناء على البيانات المجمعة.

للإشارة فإن هذا السؤال تم توجيهه فقط للذين أجابوا بنعم على السؤال رقم 5، يتضح من خلال النسب المعروضة في الشكل أعلاه أن تفضيلات الأفراد كانت نحو الاستثمار على أساس حقوق الملكية، والتي كانت بنسبة 34.50%، تليها صيغة الاستثمار على أساس المكافأة بنسبة 28.70%، ثم صيغة التبرع وأخيرا صيغة الاقراض بنسبة 25.60% و 11.20% على التوالي.

VI . خاتمة:

شكل التمويل الجماعي أحد الأدوات التمويلية المبتكرة والتي لاقت رواجاً كبيراً لدى المستثمرين والمتبرعين وأصحاب الأفكار والمشاريع، وأصبحت بديلاً لا يستهان به لمختلف مصادر التمويل التقليدية، وهي فرصة حقيقية لتنفيذ الأفكار المبتكرة والمشاريع غير التقليدية التي تجد صعوبات في الحصول على مصادر التمويل الضرورية لمباشرة أو مواصلة نشاطها، كما أن منصات التمويل الجماعي هي من أبرز مهمة لجمع التبرعات لتنفيذ المشاريع؛ وبالتالي خلق مناصب شغل إضافية وزيادة مداخيل الأفراد والقضاء على البطالة. إن زيادة الأعمال له ما يبرره، في الواقع فإن المرحلة الأكثر تعقيداً بالنسبة لشركة صغيرة جداً - نوع الشركة الصغيرة والمتوسطة المشروع هو مرحلة البذور لأنه يشترط بقاء هذه الشركة بمرور الوقت، لذلك يصعب العثور على طريقة التمويل خلال هذه الفترة، وبالتالي فإن التمويل الجماعي هو وسيلة تمويل تظل مكتملة وليست كذلك بديل للتمويل التقليدي.

في الأخير، فإن خصائص التمويل الجماعي في الجزائر:

- ✓ قلة المعرفة وعدم مواكبة القوانين المنظمة للتمويل الجماعي من قبل الأفراد في البيئة الجزائرية؛
- ✓ عدم قابلية الأفراد للاستثمار في مثل هذا النوع من المشاريع
- ✓ لا تشكل المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاستثنائي أفضل الأوجه المرغوبة للاستثمار فيها مقارنة بالمؤسسات الراجعة في التوسع.
- ✓ هناك العديد من العقبات التي تواجه التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية والتي من أهمها غياب التنظيم، التخوف من الاحتيال، ونقص المعلومات والتوعية هذا النوع من التمويل.
- ✓ تأخر صدور القانون المنظم لعملية التمويل الجماعي من خلال المادة 45 من قانون المالية التكميلي 2020، والذي يجب أن يتبع بمراسيم تنفيذية في أقرب وقت.

وبالتالي يمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- استغلال تقنيات الإنترنت وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي بقصد الإعلان الفعال لمنصات التمويل الجماعي مع تحديد معايير إنشاء منصات التمويل الجماعي على حسب طبيعة نشاطهم (تبرع، قرض، استثمار)؛

- الحوكمة على أساس تنظيم العلاقات بين المؤسسين، المستثمرين وقادة المشروع، وحماية المدخرين وقادة المشاريع من الممارسات غير المهنية والاحتياطية في بعض الأحيان من قبل جهات التمويل الجماعي غير الخاضعة للإشراف والتي لا تسيطر عليها السلطات المختصة.
- خلق تحفيزات جبائية وتنظيمية لمنصات التمويل الجماعي ونشر الوعي المالي بين المدخرين؛

VII. قائمة المراجع

- ¹ Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Crowdfunding and social entrepreneurship: Spotlight on intermediaries. *Sustainability*, 11(4), p1177-1178.
1. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), p262.
2. Bergamini, T. P., Navarro, C. L. C., & Hilliard, I. (2017). Is crowdfunding an appropriate financial model for social entrepreneurship?. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), p48.
3. Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S. A., & Kew, P. (2016). Global entrepreneurship monitor 2015 to 2016: special topic report on social entrepreneurship.p25.
4. Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking off social entrepreneurship: How a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*, 53(5), p738-739.
5. Chandra, Y., Lee, E. K. M., & Tjiptono, F. (2021). Public versus private interest in social entrepreneurship: Can one serve two masters?. *Journal of Cleaner Production*, 280, 12449, p1.
6. Chauffaut, D., Lensing-Hebben, C., & Noya, A. (2013). L'entrepreneuriat social en France. Réflexions et bonnes pratiques, (Social entrepreneurship in France. Evaluation and good practices) Paris: La Documentation française, Reports and documents from the Centre d'Analyse Stratégique, (56), p17.
7. Drissi, S., & Angade, K. (2017). Le financement par crowdfunding, quel apport pour l'entrepreneuriat social? Cas de la region de Souss Massa (Maroc). *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 1(3), p67.
8. Omrane, A. (2013). Social Entrepreneurship and Sustainable Development: The Role of Business Models. Working paper. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2232438>.
9. Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Op.Cit, p1177-1178.

10. Short, J. C., & Anglin, A. H. (2019). Is leadership language 'rewarded' in crowdfunding? Replicating social entrepreneurship research in a rewards-based context. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00121, p1.
11. Stapylton-Smith, C. (2015). Crowdfunding social entrepreneurship. Master thesis in Sustainable Development, Department of earth sciences, Uppsala University, p6, 30-31.
12. Terziev, V., Bencheva, N., Stoeva, T., & Georgiev, M. (2020). Developing social entrepreneurship in the EU: a cross-country analysis. Proceedings of INTCESS 2020- 7th International Conference on Education and Social Sciences 20-22 January, DUBAI (UAE), p746.
13. Tomita, A. (2018, August). Acceleration of a social entrepreneurship through federation of equity-based crowdfunding. In 2018 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) (pp. 1-6). IEEE, p1.
14. Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), p21.

VIII . التهميشات

¹ Drissi, S., & Angade, K. (2017). Le financement par crowdfunding, quel apport pour l'entreprenariat social? Cas de la region de Souss Massa (Maroc). *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 1(3), p67.

² Omrane, A. (2013). Social Entrepreneurship and Sustainable Development: The Role of Business Models. Working paper. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2232438>.

³ Chauffaut, D., Lensing-Hebben, C., & Noya, A. (2013). L'entreprenariat social en France. *Réflexions et bonnes pratiques, (Social entrepreneurship in France. Evaluation and good practices) Paris: La Documentation française, Reports and documents from the Centre d'Analyse Stratégique*, (56), p17.

⁴ Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), p262.

⁵ Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), p21.

⁶ Chandra, Y., Lee, E. K. M., & Tjiptono, F. (2021). Public versus private interest in social entrepreneurship: Can one serve two masters?. *Journal of Cleaner Production*, 280, 12449, p1.

⁷ Terziev, V., Bencheva, N., Stoeva, T., & Georgiev, M. (2020). Developing social entrepreneurship in the EU: a cross-country analysis. Proceedings of INTCESS 2020- 7th International Conference on Education and Social Sciences 20-22 January, DUBAI (UAE), p746.

⁸ Chauffaut, D., Lensing-Hebben, C., & Noya, A. (2013). Op.Cit, p18.

⁹ Drissi, S., & Angade, K. (2017). Op.Cit, p68-69.

¹⁰ Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking off social entrepreneurship: How a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*, 53(5), p738-739.

¹¹ Tomita, A. (2018, August). Acceleration of a social entrepreneurship through federation of equity-based crowdfunding. In 2018 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) (pp. 1-6). IEEE, p1.

¹² Drissi, S., & Angade, K. (2017). Op.Cit, p73

¹³ Short, J. C., & Anglin, A. H. (2019). Is leadership language 'rewarded' in crowdfunding? Replicating social entrepreneurship research in a rewards-based context. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00121, p1.

¹⁴ Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Crowdfunding and social entrepreneurship: Spotlight on intermediaries. *Sustainability*, 11(4), p1177-1178.

¹⁵ Bergamini, T. P., Navarro, C. L. C., & Hilliard, I. (2017). Is crowdfunding an appropriate financial model for social entrepreneurship?. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), p48.

¹⁶ Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Op.Cit, p1177-1178.

¹⁷ Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Op.Cit, p739.

¹⁸ Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Op.Cit, p1175- 1176.

¹⁹ Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S. A., & Kew, P. (2016). Global entrepreneurship monitor 2015 to 2016: special topic report on social entrepreneurship.p25.

²⁰ Rey-Martí, A., Mohedano-Suanes, A., & Simón-Moya, V. (2019). Op.Cit, p1177.

²¹ Drissi, S., & Angade, K. (2017). Op.Cit, pP73-74.

²² Stapylton-Smith, C. (2015). Crowdfunding social entrepreneurship. Master thesis in Sustainable Development, Department of earth sciences, Uppsala University, p6, 30-31.

²³ Drissi, S., & Angade, K. (2017). Op.Cit, p74.