



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش‌های خبری

مصاحبه پژوهشی؛

موضوع:

"نقش تأمین مالی جمعی (کراذ فاندینگ)

در کاهش آسیب‌های اقتصادی ناشی از بحران کرونا"



فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش‌های زیر قابل دسترس است:

- وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: فاطمه حسینی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

- ۲ نکات برجسته پژوهش خبری
- ۳ مقدمه
- ۳ مفهوم تأمین مالی جمعی و بازیگران آن
- ۴ انواع مدل‌های فعالیت تأمین مالی جمعی
- ۵ مزایای تأمین مالی جمعی (کراودفاندینگ)
- ۶ جایگاه تأمین مالی جمعی در جهان
- ۷ جایگاه تأمین مالی جمعی در ایران
- ۷ الزامات توسعه تأمین مالی جمعی در کشور
- ۸ نقش تأمین مالی جمعی در حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از بحران کرونا
- ۱۰ مشکلات اجرای طرح کمپین «همه باهمیم»
- ۱۰ جمع‌بندی

□ نکات برجسته پژوهش خبری

- ❖ تأمین مالی جمعی (کراودفاندینگ) عبارت است از جمع آوری سرمایه از طریق جذب مبالغ خرد تعداد زیادی از مردم در بستر فناوری اطلاعات، برای یک هدف مشخص.
- ❖ رایج ترین مدل های پلتفرم های تأمین مالی جمعی در دنیا شامل مدل مبتنی بر اهدا، مدل مبتنی بر پاداش، مدل مبتنی بر وام دهی و مدل مبتنی بر سهام است.
- ❖ رایج ترین کارکرد و فعالیت پلتفرم های تأمین مالی جمعی انجام امور خیریه است.
- ❖ شفافیت و حذف واسطه ها مهم ترین مزیت های پلتفرم های تأمین مالی جمعی است.
- ❖ روش تأمین مالی جمعی یکی از ۱۰ فناوری برتر جهان است که در حال حاضر تعداد آنها به حدود ۶,۵ میلیون پلتفرم رسیده است.
- ❖ ارزش بازار پلتفرم های تأمین مالی جمعی جهان در سال ۲۰۱۸، برابر با ۱۰۲ میلیارد دلار آمریکا بوده است و پیش بینی شده این رقم در سال ۲۰۲۵ نیز، به ۲۸۸ میلیارد دلار برسد.
- ❖ در حال حاضر، ۶ پلتفرم تأمین مالی جمعی به طور رسمی در کشور مشغول به فعالیت می باشند.
- ❖ کمپین «کنار همیم» با پیروی از «مدل مبتنی بر وام» در تأمین مالی جمعی توسط یکی از پلتفرم های تأمین مالی جمعی کشور برای حمایت از کارگران آسیب دیده از بحران کرونا راه اندازی شده است.
- ❖ جامعه هدف کمپین «کنار همیم»، حدود ۱۰۰ هزار نفر و مبلغ مورد نیاز برای اجرای این کمپین ۲۰۰ میلیارد تومان برآورد می شود.

□ مقدمه

بحران کرونا این روزها بر سایر بخش‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور سایه انداخته است و بیش از پیش بخش اقتصاد کشور و کسب‌وکارها و شاغلان آنها را تحت تأثیر قرار داده است. کسب‌وکارهایی که عموماً نوپا هستند و با به کارگیری کارگران روزمزد به فعالیت می‌پردازند. علاوه بر آنکه کارگران ساختمانی و خدماتی و همچنین زنان سرپرست خانوار نیز تحت تأثیر این بحران، درآمد خود را به دلایل مختلف از دست داده‌اند. از همین‌رو، در شرایط کنونی یکی از اقداماتی که برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در کنار سایر اقدامات دولتی باید صورت گیرد، استفاده از ظرفیت‌های فناوری و نوآورانه برای شناسایی و کمک به اقشار آسیب‌پذیر جامعه است. استارت‌آپ‌های حوزه تأمین مالی جمعی یا همان کراودفاندینگ‌ها از جمله ظرفیت‌های فناوری در شرایط کنونی هستند که می‌توانند نقش پررنگی در اجرای فعالیت‌های حمایت‌گرانه از این افراد داشته باشند. بر این اساس، در مصاحبه‌ای با دکتر جعفر محمدی از فعالان و مدرسین حوزه تأمین مالی جمعی در کشور، ضمن بررسی مفاهیم، کارکردها، ویژگی‌ها و جایگاه تأمین مالی جمعی در جهان و ایران، نقش و اقدامات استارت‌آپ‌های فعال این حوزه در کشور برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در شرایط کنونی مورد بررسی قرار گرفته است.

□ مفهوم تأمین مالی جمعی و بازیگران آن

تأمین مالی جمعی (کراودفاندینگ^۱)، از جمله حوزه‌های مرتبط با صنعت فین‌تک می‌باشد که با استفاده از مقادیر کمی از سرمایه تعداد زیادی از افراد بر بستر اینترنت، تأمین مالی یک سرمایه‌گذاری جدید را به عهده می‌گیرد. به بیان دیگر، تأمین مالی جمعی عبارت است از جمع‌آوری سرمایه از طریق جذب مبالغ خرد تعداد زیادی از مردم در بستر فناوری اطلاعات، برای یک هدف مشخص، با ارائه یک مابه‌ازاء به مشارکت‌کنندگان. در واقع، در این روش که بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات شکل گرفته است، برخلاف روش‌های سنتی تأمین سرمایه امور مختلف شامل امور خیریه تا تولید و اشتغال و صادرات و ...، که معمولاً بانک‌ها یا موسسات خیریه و یا سرمایه‌گذاران اندکی عهده‌دار آن بودند، افراد زیادی با مبالغ مختلف و حتی اندک در یک استارت‌آپ یا شرکت نوپا در حوزه امور مالی، در امور خیریه و یا هر کمپین دیگری که نیاز به حمایت مالی داشته باشند، مشارکت می‌کنند. البته این شیوه از تأمین مالی پیش از این برای امور خیریه با نام گلریزان در کشورمان رواج داشته و قدمت طولانی نیز دارد، اما این روش که بتوان در سایر پروژه‌ها و طرح‌های حوزه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... که نیاز به حمایت مالی دارند، همه افرادی را که از انجام یک کار مشخص منتفع می‌شوند، سهیم کرد، شیوه نوینی است که طی یک دهه گذشته در دنیا توسعه زیادی پیدا کرده و در کشور ما نیز طی چند سال گذشته به صورت محدود بروز یافته است.

همچنین، این روش از تأمین مالی، که ترکیبی از بهترین روش‌های «جمع‌سپاری»^۲ و «سرمایه‌گذاری خرد»^۳ است، به دلیل دسترسی آسان گروه‌های گسترده مردم به شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها، می‌تواند کارآفرینان و سرمایه‌گذاران را گرد هم آورد و با واقعیت‌بخشی به فعالیت‌های اجتماعی و کارآفرینانه باعث گسترش ظرفیت‌ها و فرصت‌های رشد و توسعه کارآفرینی و اشتغال و همچنین سرعت بخشیدن به توسعه اقتصاد محلی شود.

1. Crowdfunding

2. Crowdsourcing

3. Microfinancing

در این روش تأمین سرمایه نیز سه بازیگر اصلی وجود دارد که عبارت است از:



□ انواع مدل‌های فعالیت تأمین مالی جمعی

به طور کلی چهار مدل مختلف برای فعالیت استارت‌آپ‌ها یا پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در دنیا رایج است. مدل اول، مدل مبتنی بر خیریه یا اهدا است که مناسب فعالیت‌های خیریه، نهادهای مدنی و خدمات عمومی است و با رضایت قلبی مشارکت‌کنندگان صورت می‌گیرد و مشارکت‌کنندگان هیچ‌گونه انتظاری در قبال حمایت مالی ارائه شده ندارند. این مدل، مترادف با جشن گلریزان یا خیرات در فرهنگ ایرانی است و تفاوت آن در برخورداری از هدف مشخص، شفافیت و مبتنی بر اینترنت می‌باشد. این مدل در کشور ما نسبت به دیگر مدل‌ها، فعال‌تر و قابل پذیرش‌تر بوده است.

مدل دوم، مدل مبتنی بر پاداش است، که هدف ذینفع شدن مشارکت‌کنندگان است و افراد در ازای مشارکت و حمایت مالی از یک طرح، کالا یا خدمات را در قالب پاداش دریافت می‌کنند. این مدل یکی از مهم‌ترین شیوه‌های تأمین مالی استارت‌آپ‌ها در جهان است و در ایران نیز می‌تواند مناسب‌ترین راهکار توسعه فضای استارت‌آپی، تولید و واردات خرد نیز باشد.

مدل سوم، مدل مبتنی بر وام‌دهی است که جذاب‌ترین و روبه‌رشدترین مدل تأمین مالی جمعی در جهان به شمار می‌رود. در این مدل، مشارکت‌کنندگان با پرداخت مقادیر کم اقدام به انجام یک پروژه کمک می‌کنند و در سررسید معین، طی فرآیندی مبالغ پرداخت شده برگردانده می‌شود و حتی در برخی پروژه‌ها نرخ بهره هم برای آن در نظر می‌گیرند. البته این مدل باید مطابق با قوانین شرع صورت گیرد. به طور مثال، اجاره به شرط تملیک در این مدل کاربرد دارد و می‌تواند برای تقویت اقتصادهای محلی به کار گرفته شود و اگر به خوبی اجرا شود، ظرفیت بالایی در تقویت اقتصاد خرد می‌تواند داشته باشد.

مدل چهارم نیز مدل مبتنی بر سهام است. این مدل یک مشارکت بلندمدت را ایجاد می‌کند و از طریق واگذاری سهام، تسهیم درآمد و مشارکت در سود و زیان یک پروژه انجام می‌شود. در واقع، براساس این مدل مشارکت‌کنندگان در یک پروژه در قبال کمک‌های خود سهام دریافت می‌کنند و معمولاً این مدل تحت نظارت سازمان‌های مالیاتی کشورها صورت می‌پذیرد. همچنین این مدل، مدل رو به رشد و مناسبی برای فضای کارآفرینی و استارت‌آپی است و در برخی کشورها قابلیت ترکیب با سرمایه‌گذاری خطرپذیر را نیز دارد. در کشور ما نیز اخیراً سازمان بورس و اوراق بهادار به دنبال استفاده از این روش در جذب سرمایه برای بخش‌های مختلف تولید بوده است.

مدل‌های فعالیت تأمین مالی جمعی



ویژگی‌های مدل‌های تأمین مالی جمعی به تفکیک فعالیت

 <p>مدل‌های مشارکت: واگذاری سهام، تسهیم درآمد و مشارکت در سود و زیان</p> <p>مدل رو به رشد و مناسب برای فضای کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوپا (رشد ۲۹۵ درصدی در سال ۲۰۱۴)</p> <p>قابلیت ترکیب با سرمایه‌گذاری خطرپذیر در برخی از کشورها</p>	 <p>جذاب‌ترین و روبه‌رشدترین مدل تأمین جمعی سرمایه در جهان</p> <p>نرخ سود بالاتر از بانک‌ها، سربارهای عملیاتی پایین‌تر از بانک‌ها، در مقابل ریسک بالاتر از بانک‌ها</p> <p>جذابیت برای سرمایه‌گذار: سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مختلف با مقادیر کم، جهت کاهش ریسک</p>	 <p>مهم‌ترین شیوه برای تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا (مدل وبسایت معروف کیک‌استارتر)</p> <p>مناسب‌ترین راهکار توسعه فضای استارت‌آپ، تولید و واردات خرد در ایران</p> <p>نقش‌ها: تأمین مالی، تحقیقات بازار، شبکه توزیع و کاهش ریسک</p> <p>نقش توانمندساز در فعالیت‌های خیریه</p>	 <p>مناسب فعالیت‌های خیریه، مدنی و خدمات عمومی</p> <p>عموما بهره‌گیری از سیاست «همه یا هیچ»</p> <p>مشارکت حامیان با هدف رضایت قلبی یا مسوولیت اجتماعی</p> <p>تفاوت با خیریه‌های سنتی: هدف مشخص، شفافیت و مبتنی بر اینترنت</p>
--	--	--	---

□ مزایای تأمین مالی جمعی (کراودفاندینگ)

روش تأمین مالی جمعی چند ویژگی منحصر به فرد دارد که این روش را از روش‌های سنتی و رایج تأمین مالی متمایز می‌سازد. اولین و مهم‌ترین مزیت این روش، شفافیت است که به دلیل آنلاین و در دسترس بودن سایر مراحل از جمع‌آوری کمک‌های مالی گرفته تا هزینه‌کرد آن در بستر اینترنت قابل مشاهده می‌باشد. همچنین، در این روش، هدف مشخص است و اگر هزینه مورد نیاز برای انجام یک پروژه تأمین نشود یا آن پروژه به هر دلیلی متوقف شود، کمک‌های انجام شده به صاحبان اصلی آن بازمی‌گردد. در واقع، این روش به نوعی از سیاست «همه یا هیچ» پیروی می‌کند. مزیت دیگر این روش، حذف واسطه‌ها و ایجاد یک رابطه شفاف میان تعریف‌کننده پروژه و افراد علاقه‌مند به مشارکت در پروژه است. در واقع در این روش سه واسطه اصلی شامل تأمین‌کننده که بانک می‌باشد، تبلیغات‌کننده و همچنین شبکه توزیع و پخش حذف می‌شود؛ به همین دلیل، هزینه‌های کالا و خدماتی که با استفاده از تأمین مالی جمعی تولید شده‌اند، به شدت کاهش می‌یابد. این ویژگی باعث شده تا روش تأمین مالی جمعی یکی از موفق-

ترین نمونه‌های اقتصاد مشارکتی در دنیا به شمار رود. نظارت مؤثر و دقیق مزیت دیگر تأمین مالی جمعی است که به دلیل شفافیت در این روش به خوبی صورت می‌گیرد. مزیت دیگر نیز، داشتن حق انتخاب برای مشارکت‌کنندگان است. بدین صورت که مشارکت‌کنندگان می‌توانند از میان پروژه‌های تعریف شده، پروژه موردنظر خود را برای تأمین مالی انتخاب کنند.

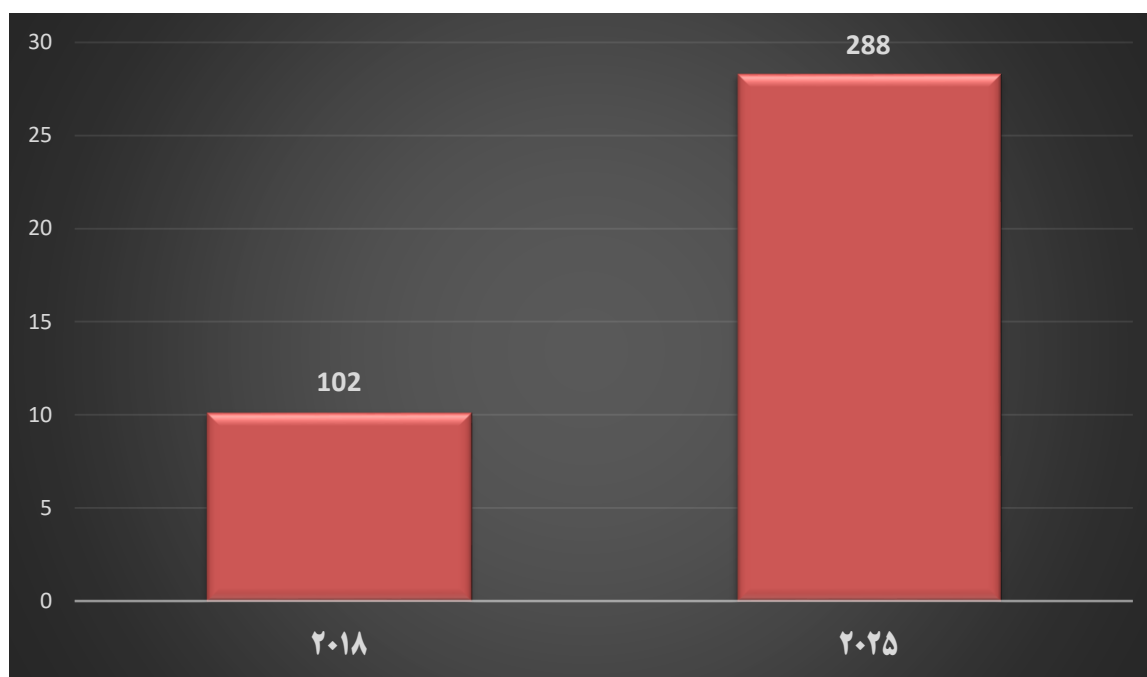


□ جایگاه تأمین مالی جمعی در جهان

مفهوم تأمین مالی جمعی دارای پیشینه‌ای طولانی و قدیمی است، به طوری که طی سالیان متمادی افراد و نهادها در جوامع مختلف به روش‌های سنتی اقدام به جمع‌آوری کمک‌های مالی برای فعالیت‌های خیرخواهانه می‌کرده‌اند اما با رشد و توسعه تکنولوژی، تأمین مالی جمعی نیز با استفاده از ابزارها و روش‌های جدید کارکردهای گسترده‌تر و متنوع‌تری بیش از فعالیت‌های خیرخواهانه پیدا کرده است و به یک روش جذاب و پرتطرفدار جذب سرمایه برای فعالیت‌های مختلف تبدیل شده است. از نمونه‌های سنتی این روش می‌توان به فعالیت‌های خیریه‌ها و یا اصول وام-بانک در خرد در کشورهای مختلف از جمله راه‌اندازی صندوق مالی وام در ایرلند در سده ۱۷۰۰ یا تأسیس گرامین فناورانه و تکنولوژی بهره گرفته است، به دوره ظهور پیام‌رسان‌ها و پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی بر بستر اینترنت در اواسط دهه ۱۹۹۰ بازمی‌گردد که شامل فعالیت‌هایی از جمله حمایت از برگزاری تورهای گردشگری در انگلستان یا حمایت مالی از انجام فعالیت‌های هنری می‌شود و پس از آن با توسعه و گسترش ابزارها و روش‌های مختلف، تلاش شده است تا از ظرفیت‌ها و فرصت‌های تأمین مالی جمعی علاوه بر فعالیت‌های خیرخواهانه، در حوزه تولید، اشتغال و حمایت از کسب‌وکارها و یا حتی واردات خرد نیز بهره گرفته شود. در حال حاضر، کراودفاندینگ‌ها یا همان تأمین مالی جمعی یکی از ۱۰ فناوری برتر جهان هستند که «تعداد آنها در جهان به حدود ۶,۵ میلیون رسیده و ارزش بازار آنها در سال ۲۰۱۸، برابر با حدود ۱۰۲ میلیارد دلار آمریکا بوده است و پیش‌بینی شده این رقم در سال ۲۰۲۵ نیز، به ۲۸۸ میلیارد دلار خواهد رسید»^۱

^۱ <https://www.statista.com>

مقایسه اندازه بازار تأمین مالی جمعی در جهان در سال ۲۰۱۸ و ۲۰۲۵ - (میلیارد دلار آمریکا)



□ جایگاه تأمین مالی جمعی در ایران

در ایران، پیشینه و سابقه تأمین مالی جمعی به خیریه‌ها و سنت گلریزان که از دیرباز مورد توجه بوده است، بازمی‌گردد، با این حال، از دهه ۱۳۴۰ و راه‌اندازی اولین صندوق‌های قرض‌الحسنه ایران توسط بازاریان تهران با الهام از سنت گلریزان و دادن وام‌های کوچک و خرد، این نوع فعالیت شکل رسمی به خود گرفت و تا حدود یک دهه گذشته نیز با راه‌اندازی صندوق‌های قرض‌الحسنه و خیریه‌های مختلف در حوزه‌های گوناگون، تأمین مالی جمعی با محوریت امور خیرخواهانه ادامه یافته است. اما تقریباً از سال ۱۳۹۳، روش تأمین مالی جمعی با کارکرد و معنای امروزی آن، یعنی بر بستر اینترنت و پلتفرم‌های استارت‌آپی با راه‌اندازی چند سایت و پلتفرم به طور جدی در کشور آغاز شد، اما بر خلاف دیگر نقاط جهان که همواره تلاش کرده‌اند حداکثر استفاده را از ظرفیت کراودفاندینگ‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی انجام دهند، در ایران این نوع فعالیت، با گذشت حدود یک دهه همچنان محدود به فعالیت‌های خیریه باقی مانده است و در موارد اندکی، استفاده از مدل‌های تأمین مالی جمعی برای مشارکت در سهام یا مبتنی بر پاداش صورت گرفته است. در حال حاضر، حدود ۶ پلتفرم تأمین مالی جمعی به صورت رسمی در کشور مشغول به فعالیت می‌باشد که با توسعه و تدوین قوانین و مقررات مربوط به آنها، می‌توان از ظرفیت این دسته از استارت‌آپ‌ها در حمایت و توسعه کسب‌وکارها، حمایت از تولید، توسعه اشتغال و ... بهره‌مند شد.

□ الزامات توسعه تأمین مالی جمعی در کشور

براساس تحقیقاتی که بانک جهانی انجام داده است، برای آنکه روش تأمین مالی جمعی در یک کشور پذیرفته و نهادینه شود نیاز به چهار شاخص اساسی دارد. در مرحله اول، بستر فرهنگی لازم و مناسب، با استفاده از ابزارهای مختلف از جمله رسانه‌ها برای توسعه این روش باید انجام گیرد. پس از آن، قدرت ریسک‌پذیری لازم و کافی در میان مشارکت‌کنندگان و سرمایه‌گذاران به وجود آید. در مرحله سوم، از آنجا که این روش بر بستر فناوری شکل گرفته و

توسعه می‌یابد، باید بستر فناوری متناسب با توسعه کراودفاندینگ‌ها در کشور مهیا شود؛ البته در حال حاضر، در این شاخص نسبت به دیگر وضعیت مطلوب و مناسبی در کشور وجود دارد. و در نهایت، قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های لازم در این حوزه برای جلوگیری از سوء استفاده دیگران تهیه و تدوین شود.

پیش‌نیازهای توسعه تأمین مالی جمعی در کشور

ایجاد بستر فرهنگی مناسب

داشتن قدرت ریسک-پذیری بالا در میان سرمایه‌گذاران

توسعه بستر فناوری در کشور

تهیه و تدوین قوانین و مقررات لازم

□ نقش تأمین مالی جمعی در حمایت از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده از بحران کرونا

گسترش شیوع کرونا در کشور، نه تنها سلامت افراد جامعه را با چالش و تهدید جدی مواجه کرده است، بلکه اثرات منفی آن بر کسب‌وکارها و کارگران روزمزد نیز اصابت کرده است. بسیاری از این کسب‌وکارها و نیروی کار آنها از جمله کسب‌وکارهای خرد و آنلاین بیشترین آسیب را از این بحران دیده‌اند و در شرایط کنونی نیازمند حمایت جدی برای ادامه فعالیت می‌باشند. در این میان، با توجه به ویژگی‌ها و کارکردهایی که درخصوص تأمین مالی جمعی بیان شد، استفاده از این ظرفیت فناورانه می‌تواند در حمایت از مشاغل و کسب‌وکارهای آسیب‌دیده، کارگران روزمزد، زنان سرپرست خانوار و ... مورد توجه قرار گیرد. اما آنچه که مورد توجه است، تعداد بسیار محدود و اندک فعالان این حوزه در کشور می‌باشد. با این حال استفاده از ظرفیت موجود نیز می‌تواند کمک شایانی به برخی از افراد و کسب‌وکارهای آسیب‌دیده ناشی از بحران کرونا بکند. در این راستا، راه‌اندازی کمپین «کنار همیم» توسط یکی از استارت‌آپ‌های فعال در حوزه تأمین مالی جمعی از جمله اقداماتی است که برای بهره‌مندی از ظرفیت این بخش در حمایت از کسب‌وکارها و اقشار آسیب‌دیده در شرایط کنونی به کار گرفته شده است. هدف این کمپین که با پیروزی از «مدل مبتنی بر وام» در تأمین مالی جمعی شکل گرفته است، اعطای وام قرض‌الحسنه ضروری به کارگران روزمزدی است که درآمد آنها به شدت کاهش یافته و نیاز فوری مالی دارند و پس از بازپرداخت وام‌ها مبالغ اهدایی مشارکت‌کنندگان به حساب آنها برگردانده می‌شود. براساس برآوردهای انجام شده از برخی کسب‌وکارها، جامعه هدف این کمپین شامل ۱۰۰ هزار نفر می‌شود که با در نظر گرفتن تخصیص ۲ میلیون تومان وام به هر نفر، مبلغ مورد نیاز برای این کمپین، رقم ۲۰۰ میلیارد تومان برآورد می‌شود و اگر فعالیت این کمپین در دو مرحله انجام شود، در هر مرحله به ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار نیاز است که این مبلغ، رقم بسیار بزرگی است و تاکنون تنها ۵۰۰ میلیون تومان از کل اعتبار مورد نیاز، با مشارکت ۲۸۸ خیر جمع‌آوری شده است که با مبلغ مورد نیاز فاصله بسیار زیادی دارد. در این راستا، با صندوق شکوفایی و نوآوری ریاست جمهوری نیز جلساتی برگزار شده است تا بتوان بخشی از منابع مالی این طرح را از این محل تأمین کرد. جزئیات این طرح به شرح زیر می‌باشد:

جزئیات کمپین «کنار همیم» برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر ناشی از بحران کرونا

تعریف و هدف طرح

• اعطای وام قرض‌الحسنه ضروری شب عید به کارگران روزمزدی که در آمد آنها در آستانه نوروز، به شدت کاهش یافته و نیاز فوری مالی دارند.

جامعه هدف

• افرادی که حقوق بگیر نبوده و به دلیل شیوع ویروس کرونا، درآمدهای شان در اسفندماه به طور قابل توجهی کاهش یافته است؛ مانند کارگران بخش‌های خدماتی و ساختمانی و ...

اعتبار مورد نیاز برای اجرای مرحله اول طرح

• صد (۱۰۰) میلیارد تومان

مبلغ وام به ازای هر نفر

• دو (۲) میلیون تومان

زمان پرداخت و بازپرداخت وام

• زمان پرداخت وام‌ها تا پایان فروردین سال ۱۳۹۹ بوده و زمان بازپرداخت آن نیز ۶ ماهه یعنی تا پایان مهر ماه می‌باشد که به حساب خیرین بازگردانده خواهد شد. البته در صورت ادامه شیوع ویروس کرونا، به مدت بازپرداخت وام‌ها افزوده خواهد شد.

نحوه شناسایی جامعه هدف

• در گام نخست از طریق پلتفرم‌های آنلاین ارائه خدمات، شناسایی افراد صورت گرفته و در صورت وجود منابع کافی، به گروه‌های دیگر نیز تعلق می‌گیرد.

نحوه تأمین مالی طرح

• الف- ایجاد کمپین تأمین مالی جمعی برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی، ب- حمایت مالی کمپین از طرف پلتفرم‌ها از منابع خود یا وام‌های دریافتی برای این منظور، پ- دعوت از بانک‌ها و دارندگان منابع مالی برای اعطای وام کم‌بهره کوتاه‌مدت به پلتفرم‌ها، جهت هزینه‌کرد در این کمپین.

ضمانت و نحوه پرداخت وام‌ها

• الف- شناسایی لیست اولویت‌بندی شده خدمات‌دهندگان که دچار بیشترین افت درآمد بر اثر بحران اخیر شده‌اند، توسط پلتفرم‌ها، ب- پرداخت وام قرض‌الحسنه، تا سقف منابع جذب شده از وجوه پرداختی و وام‌های دریافتی پلتفرم، برای پرداخت وام به خدمات‌دهندگان همان پلتفرم استفاده شده و منابع مردمی به ترتیب اولویت تشخیصی توسط هیات امنای پروژه تخصیص داده می‌شود، پ- مستهلک کردن مبلغ وام از درآمد خدمات‌دهندگان توسط پلتفرم‌ها و بازپرداخت مبالغ وام‌ها توسط آنها بعد از بازه ۶ ماهه (پلتفرم‌ها مسئولیت بازپرداخت وام‌ها و عدم از بین رفتن اصل حمایت‌ها را بر عهده می‌گیرند).

بانک‌های همکار در اجرای طرح

• پست بانک و بانک قرض‌الحسنه رسالت

جزئیات میزان مشارکت و مبلغ جمع آوری شده اجرای طرح کمپین «کنار همیم» تا تاریخ ۵ فروردین

مبلغ مورد نیاز اجرای مرحله اول طرح	مبلغ جمع آوری شده	تعداد مشارکت کنندگان
• (۱۰۰ میلیارد تومان)	• (۵،۳۵۵،۷۵۰،۰۰۰ ریال)	• (۲۸۸ نفر)

❑ مشکلات اجرای طرح کمپین «کنار همیم»

از آنجا که اجرای این طرح نیازمند حمایت مشارکت حداکثری خیرین و افراد مختلف جامعه است، شاید مهم‌ترین و اصلی‌ترین مشکلی که در حال حاضر در این زمینه وجود دارد، عدم آشنایی خیرین و افراد جامعه با فعالان تأمین مالی جمعی و سازوکار اجرایی و نحوه فعالیت پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی در کشور است که بخش عمده آن به دلیل عدم تبلیغات و معرفی استارت‌آپ‌های حوزه تأمین مالی جمعی و کارکردهای آن برای عموم جامعه است. از آنجا که استارت‌آپ‌ها عموماً با هزینه شخصی اداره می‌شوند، امکان تبلیغات گسترده در رسانه‌های جمعی برای آنها وجود ندارد و به همین دلیل، فرصت آشنایی عموم افراد جامعه با ظرفیت حمایتی آنها در مواقع بحران فراهم نمی‌شود. به همین دلیل، در شرایط حاضر که فرصت استفاده از این ظرفیت در کشور فراهم شده است، انتظار می‌رود با حمایت رسانه‌ها زمینه برای پیوستن و مشارکت خیرین در این کمپین در راستای حمایت از کسب‌وکار و شاغلان آسیب دیده از بحران کرونا فراهم شود.

❑ جمع‌بندی

توسعه فناوری اطلاعات فرصت‌ها و ظرفیت‌های بی‌شماری را پیش‌روی بشر قرار داده است که به تناسب شرایط و نیازهای جوامع می‌تواند راهگشای مشکلات و تسهیل‌کننده امور مختلف باشد و به همین دلیل به عنوان یکی از بسترهای نوین در حکمرانی و اداره امور عادی و روزمره زندگی افراد جامعه به سرعت در حال گسترش است. از جمله ظرفیت‌های تعریف شده در این بستر، سامانه‌ها یا پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی یا کراودفاندینگ‌ها هستند که کارکردهای مختلفی از جمله انجام امور خیریه یا پرداخت وام فارغ از فرآیند دست‌وپاگیر نظام بانکی را بر عهده دارند. سهولت دسترسی، شفافیت و سرعت در انجام امور توسط این پلتفرم‌ها باعث شده تا طی سال‌های گذشته بیش از پیش در کشور مورد توجه قرار گیرد و اقدامات و عملکرد مثبت آنها در شرایط مختلف از جمله تلاش برای حل مشکلات و آسیب‌های معیشتی ناشی از سیل، زلزله و ... با راه‌اندازی پویش‌ها و کمپین‌های مختلف، آنها را به یکی از فرصت‌های اثرگذار در مواقع بحران تبدیل کند. در حال حاضر نیز که فضای کسب‌وکار و اقتصاد کشور متأثر از بحران کرونا با چالش‌ها و مشکلاتی مواجه شده است، پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی با یاری خیرین و افراد توانمند جامعه می‌تواند برای حمایت از کسب‌وکارها و کارگران و شاغلان روزمزد آسیب دیده از این بحران نقش مؤثری ایفا نماید. از همین‌رو، کمپین «کنار همیم» که توسط فعالان این حوزه برای حمایت از کارگران روزمرد و کسب‌وکارهای خرد آسیب‌دیده از بحران کرونا راه‌اندازی شده است تلاش دارد با پیروزی از «مدل مبتنی بر وام» در تأمین مالی جمعی با مشارکت خیرین و سایر افراد جامعه از این ظرفیت، برای یاری رساندن به افراد آسیب‌پذیر

جامعه استفاده نماید که موفقیت این طرح نیازمند همکاری و همگرایی همه افراد جامعه در کنار سایر نهادها و سازمان‌های دولتی و رسانه‌ها است.

