مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش
مسلسل:۲۲۰۲۱ آبان ۱۴۰۵

بررسی کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی؛ تسهیل موضوع‌بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت



تاریـــخ انتشـــار: ۱۴۰۵/۸/۱۷
Publish Date : 2026/11/08

عنوان: بررسـی کاربسـت تأمیـن مالی جمعـی در طرح‌هـای توسـعه گردشـگری و حفاظـت از میراث فرهنگی؛ تسهیل موضوع‌بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت

تهیه و تدوین (Author) : مصطفی اسماعیلی مهیاری

واژه‌های کلیدی: تأمین مالی جمعی، توسعه گردشگری، میراث فرهنگی، سرمایه‌گذاری

ناشـر: مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی

DOI: https://doi.org/10.22034/mrc.report.22021
Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_12045.html
Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

شماره مسلسل: ۲۲۰۲۱
کد موضوعی: ۲۷۰

عنوان: بررسی کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی؛ تسهیل موضوع بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت

نوع گزارش: طرح/ لایحه ☐، نظارتی ☐، راهبردی ■، پیش‌نویس قانونی ☐
نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)
مدیر مطالعه: سعید شفیعا
ناظر علمی: موسی بیات
ناظر علمی خارج از مرکز: علی فرهادیان (عضو هیئت‌علمی دانشگاه کاشان)
اظهارنظرکننده داخل مرکز: محمدامین صلواتیان (دفتر مطالعات اقتصادی)
اظهارنظرکنندگان خارج از مرکز: محمدرضا محمودی قوژدی (عضو هیئت‌علمی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره))، عذرا عزیزی (عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی)، مسلم نیلچی (عضو هیئت‌علمی دانشگاه الزهرا)
گرافیک و صفحه آرایی: امیررضا محمودی
ویراستارادبی: زهره عطاردی
تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۴/۰۸/۳۰





نمایه در پایگاه مرکز اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی (SID)، پایگاه مجلات تخصصی نور (Noor Mags)

فهرست مطالب

چکیده ۶
خلاصه مدیریتی ۷
۱. مقدمه ۹
۲. تأمین مالی جمعی، انواع و سازوکار آن ۱۰
۳. مطالعه تجربیات موفق جهانی در کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی ۱۱
۳-۱. طرح‌های حفاظت از میراث فرهنگی ترکیه ۱۱
۳-۲. طرح‌های گردشگری ۱۴
۴. الزامات و چالش‌های پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی ایران ۱۷
۴-۱. عدم آشنایی ذی‌نفعان از ظرفیت‌های تأمین مالی جمعی ۱۷
۴-۲. اعتماد عمومی، شفافیت و سرمایه اجتماعی ۱۷
۴-۳. مخاطره طرح‌ها و ضعف در شناخت و معرفی جذابیت‌های اقتصادی آنها ۱۸
۴-۴. تعریف نقش نهادهای محلی و سازوکار منسجم همکاری در بسیج سرمایه اجتماعی ۱۸
۴-۵. بازاریابی و راه‌اندازی کارزارها و دسترسی به مشارکت‌کنندگان ۱۸
۴-۶. ضعف در طراحی الگوهای کسب‌وکار گردشگری و میراث فرهنگی متناسب با تأمین مالی جمعی ۱۸
۴-۷. تفاوت ماهوی فرایند تأمین مالی جمعی در طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی ۱۹
۴-۸. محدودیت چارچوب مقرراتی موجود در پوشش الگوهای نیکوکاری، پاداش‌محور و سهام ۱۹
۴-۹. عدم هم‌خوانی الزامات تأمین مالی فوق با ماهیت فعالان خرد و بومی گردشگری ۱۹
۴-۱۰. دشواری تأمین وثایق و تضامین مورد نیاز کسب‌وکارهای خرد ۱۹
۴-۱۱. الزام به تأمین آورده نقدی و محدودیت دسترسی کسب‌وکارهای خرد و بومی ۲۰
۴-۱۲. عدم تناسب افق زمانی تأمین مالی جمعی با دوره بازگشت طرح‌های مرمتی ۲۰
۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۲۰
۵-۱. آماده‌سازی و اعتبارسنجی طرح‌ها ۲۱
۵-۲. تناسب سازوکار تأمین مالی با ماهیت طرح ۲۱
۵-۳. تسهیل دسترسی فعالان خرد و محلی به تأمین مالی ۲۲
۵-۴. کاهش مخاطره و تقویت شفافیت و اعتماد ۲۲
۵-۵. تقویت مشارکت نهادهای محلی و هماهنگی ذی‌نفعان ۲۲
۵-۶. حمایت از کارزارها و استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی ۲۳
منابع و مآخذ ۲۳

بررسی کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی؛ تسهیل موضوع‌بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت

چکیده

تأمین مالی جمعی می‌تواند بخشی از نیاز مالی طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی را از طریق مشارکت تعداد بیشتری از تأمین‌کنندگان فراهم و همچنین به‌عنوان یک مزیت ویژه به معرفی طرح، بازاریابی و جلب مشارکت جامعه محلی نیز کمک کند. این ظرفیت، به‌خصوص برای طرح‌های کوچک و محلی گردشگری و طرح‌های حفاظت، مرمت و احیای میراث فرهنگی اهمیت ویژه دارد.

با وجود این ظرفیت، استفاده از تأمین مالی جمعی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی با محدودیت‌هایی روبه‌رو است. بخشی از طرح‌ها از آمادگی لازم برای ورود به این فرایند برخوردار نیستند و در زمینه مطالعات فنی و اقتصادی، طراحی الگوی کسب‌وکار، اعتبارسنجی و معرفی طرح دارای ضعف هستند. ازسوی‌دیگر، برخی الزامات و سازوکارهای موجود با ویژگی همه طرح‌ها و فعالان این حوزه تناسب ندارد. ازجمله این موارد می‌توان به الزام قانونی متقاضی تأمین مالی جمعی به دارا بودن شخصیت حقوقی، دشواری تأمین وثایق و آورده اولیه برای کسب‌وکارهای خرد، محدودیت مشارکت دستگاه‌های اجرایی و عدم تناسب دوره تأمین مالی با دوره بازگشت برخی طرح‌ها اشاره کرد. در حوزه میراث فرهنگی نیز علاوه‌بر توجیه اقتصادی، ملاحظات حفاظتی و الزامات فنی مرمت نیز باید در فرایند تأمین مالی در نظر گرفته شوند. بر این اساس، تقویت شرکت‌های تسهیلگر برای آماده‌سازی و اعتبارسنجی طرح‌ها، متناسب‌سازی شیوه تأمین مالی با ماهیت طرح، تسهیل دسترسی فعالان خرد و محلی، تقویت شفافیت و اعتماد، استفاده از ظرفیت نهادهای محلی و حمایت از کارزارهای تأمین مالی، از مهم‌ترین محورهای پیشنهادی برای توسعه این ابزار است.

خلاصه مدیریتی

بیان / شرح مسئله

ناآشنایی سرمایه‌گذاران با ظرفیت‌های گردشگری، وابستگی جذابیت طرح‌ها به گردشگرپذیری مناطق و ماهیت سرمایه‌بر، بلندمدت، نسبتاً پرمخاطره و کم‌سود آنها، به‌ویژه برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، تأمین منابع مالی مستمر را به یکی از چالش‌های اصلی این بخش تبدیل کرده است.

در این میان، تأمین مالی جمعی به‌عنوان سازوکاری نوآورانه، از ظرفیت مناسبی جهت پاسخ‌گویی به نیازهای مالی گردشگری برخوردار است. این شیوه با اتکا بر مشارکت عمومی، کاهش وابستگی به نظام‌های مالی سنتی و جذب سرمایه‌های خرد، می‌تواند تأمین مالی طرح‌های گردشگری و میراثی را تسهیل و هم‌زمان مشارکت ذی‌نفعان، مشروعیت اجتماعی و پایداری اقتصادی آنها را تقویت کند.

با وجود گسترش تأمین مالی جمعی در جهان و رشد آن در ایران، سهم گردشگری، به‌ویژه طرح‌های میراث فرهنگی، از این ظرفیت همچنان ناچیز است. ازاین‌رو، توجه به نقش این شیوه در تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های گردشگری ضروری است. این ضرورت با تأکید تبصره بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت بر مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری گردشگری، به‌ویژه مرمت و احیای ابنیه تاریخی، افزایش می‌یابد. همچنین، بند «ج» ماده (۵) این برنامه بر بهره‌گیری از ابزارهای بازار سرمایه برای توسعه مشارکت‌های مردمی تأکید دارد. ازسوی‌دیگر، آسیب‌های وارد شده به میراث فرهنگی در جریان جنگ‌های تحمیلی دوم و سوم و ضرورت توسعه گردشگری از ابعاد اقتصادی و اجتماعی، اهمیت این موضوع را دوچندان می‌کند؛ بنابراین، بررسی امکان‌پذیری به‌کارگیری تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی ایران و شناسایی ظرفیت‌های آن، ضرورتی قابل توجه است.

نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

- تجربه‌های جهانی کارزارهای تأمین مالی جمعی نشان می‌دهد که این شیوه می‌تواند به هماهنگی میان نهادهای دولتی و خصوصی و افزایش مشارکت مردم و جوامع محلی در توسعه گردشگری منجر شود. ازاین‌رو، موفقیت این طرح‌ها را نمی‌توان صرفاً براساس میزان منابع مالی جذب شده سنجید؛ **بلکه میزان و کیفیت مشارکت جامعه نیز شاخصی مهم برای ارزیابی موفقیت آنهاست.**
- همچنین این تجربه‌ها نشان‌دهنده اهمیت وجود **شرکت‌ها و سکوهای تخصصی در حوزه مرمت میراث فرهنگی و توسعه گردشگری** است. حضور این نهادها می‌تواند منجر به **افزایش آگاهی جامعه نسبت به ظرفیت‌های تأمین مالی جمعی، توجیه‌پذیری و آماده‌سازی طرح‌ها، جلب‌اعتماد مشارکت‌کنندگان و بازاریابی کارزارها** شود.
- **فراخوان‌های تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی، علاوه‌بر نقش تأمین مالی، به‌عنوان ابزاری برای سنجش بازار، تبلیغات، بازاریابی و ویژندسازی عمل می‌کنند** و ارزش تبلیغاتی آنها در برخی موارد به‌ویژه برای طرح‌ها در **مقاصد کمتر شناخته** شده اهمیت بیشتری دارد.
- **تأمین مالی مبتنی‌بر پاداش**، با وجود کاهش درآمد حاصل از طرح‌ها، اما با معرفی این مقاصد و ارائه الگوهای کسب‌وکاری خلاقانه و تکیه بر درآمدهای غیرمستقیم و پیرامونی، می‌تواند افزایش درآمدهای محلی مستمر و درنتیجه توسعه کلی مقصدهای گردشگری را موجب شود.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

- به‌منظور افزایش آگاهی ذی‌نفعان از ظرفیت‌های این روش تأمین مالی، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برنامه‌های آموزشی و ترویجی درباره ظرفیت‌ها، سازوکار و الزامات تأمین مالی جمعی را در قالب دوره‌های بازآموزی برای شرکت‌های

تسهیلگر موضوع چارچوب بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت اجرا کند. این شرکت‌ها با **آماده‌سازی و اعتبارسنجی طرح‌ها، مطالعات فنی و اقتصادی، بازاریابی و تبلیغات و اتصال طرح‌ها به سکوها و سرمایه‌گذاران** می‌توانند هماهنگی میان ذی‌نفعان و احتمال موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی را افزایش دهند.

- جهت تقویت اعتماد عمومی و افزایش شفافیت، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و وزارت کشور سازوکار پایش و انتشار مستمر اطلاعات طرح‌های فوق را ایجاد کند و رعایت الزامات شفافیت و با گزارش‌دهی سازمان بورس و اوراق بهادار، اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش دهد.
- به‌منظور کاهش مخاطره ادراک شده سرمایه‌گذاران و حامیان، ضروری است سازوکارهایی جهت تضمین یا پوشش بازگشت اصل سرمایه از طریق شرکت‌های تسهیلگر، صندوق‌های تخصصی، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های نیکوکاری خیرین میراث فرهنگی پیش‌بینی شود.
- برای افزایش موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی، پیشنهاد می‌شود صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و در **چارچوب بندهای «الف» و «ب» سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۴/۲۹ هیئت‌وزیران**، بسته رسانه‌ای حمایتی برای کارزارها، به‌ویژه برای الگوهای پاداش‌محور و نیکوکارانه را طراحی و اجرا کند.
- به‌منظور تخصصی‌سازی فرایند تأمین مالی جمعی، پیشنهاد می‌شود با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و سازمان بورس و اوراق بهادار ایران، سکوی تخصصی تأمین مالی و مشارکت مردمی در گردشگری و میراث فرهنگی (با استفاده از زیرساخت های موجود) ایجاد شود و تأییدیه فنی و حفاظتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برای طرح‌های مرمتی الزامی باشد.
- برای بهره‌برداری از ظرفیت الگوهای نیکوکاری، پاداش‌محور و سهام‌محور و پاسخ به دیربازده بودن طرح‌ها و نیز تطابق با ماهیت طرح‌های گردشگری، پیشنهاد می‌شود الگوهای اهدا و پاداش‌محور جهت طرح‌های مرمتی و فرهنگی و الگوی سهام‌محور برای کسب‌وکارهای خصوصی کوچک و دارای افق رشد بلندمدت، با همکاری سازمان بورس و اوراق بهادار و در چارچوب مقررات بازار سرمایه ایجاد شده و توسعه یابند.
- جهت رفع دشواری تأمین وثایق و آورده اولیه، پیشنهاد می‌شود از ظرفیت شرکت‌های تسهیلگر و صندوق‌های ضمانت و صندوق‌های تخصصی گردشگری و میراث فرهنگی استفاده شود تا تأمین تضامین و سهم ۱۰درصدی متقاضیان تسهیل شود. همچنین، خیرین میراث فرهنگی می‌توانند در ایجاد این صندوق‌ها و تأمین تضامین و منابع اولیه مشارکت کنند.
- برای تناسب تأمین مالی با ویژگی طرح‌ها و دوره بازگشت سرمایه، پیشنهاد می‌شود طرح‌ها براساس افق بازگشت سرمایه دسته‌بندی و در سکوها شفاف‌سازی شوند و برای طرح‌های دیربازده، دوره تنفس، بازپرداخت مرحله‌ای، پرداخت منافع پس از بهره‌برداری و دوره‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت پیش‌بینی شود.
- پیشنهاد می‌شود، با استناد به بند «خ» ماده (۱۰۱) قانون برنامه هفتم پیشرفت درخصوص تقویت دیپلماسی اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی و جزء «۳» ماده (۱۰۰) در مورد ترغیب ایرانیان خارج از کشور در توسعه اقتصادی، وزارت امور خارجه با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازوکاری برای شناسایی، معرفی و تسهیل تأمین مالی بین‌المللی طرح‌های منتخب گردشگری و میراث فرهنگی، با بهره‌گیری از ظرفیت نهادهای بین‌المللی و ایرانیان خارج از کشور، ایجاد کند.

۱. مقدمه

سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری و احیای میراث فرهنگی، نقشی زیربنایی در توسعه گردشگری ایفا می‌کند. این دست از اقدامات، علاوه‌بر آنکه به ایجاد فرصت‌های اشتغال و جذب گردشگران منجر می‌شود، در صیانت و تقویت هویت فرهنگی جوامع نیز تأثیری بسزایی دارند [۱]. بااین‌حال، بخش قابل توجهی از این طرح‌های میراث فرهنگی و گردشگری به‌ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط، با محدودیت‌های جدی در دسترسی به منابع مالی روبه‌رو هستند [۲]؛ به‌گونه‌ای که می‌تواند اجرای طرح‌ها را با تأخیر مواجه کرده یا حتی موجب توقف آنها شود. این وضعیت، ضرورت توسعه سازوکارهای مالی نوآورانه را برای تأمین سرمایه پایدار و کاهش موانع مالی برجسته می‌کند [۳]. موانعی که بخش عمده آنها از ویژگی‌های ساختاری این بنگاه‌ها و ماهیت خاص و پرمخاطره بخش گردشگری و مهمان‌نوازی ناشی می‌شود [۴].

تأمین مالی جمعی[1] یک روش نوین برای جمع‌آوری سرمایه از طریق اینترنت است که طی آن درخواست عمومی برای حمایت مالی به عموم مردم ارائه می‌شود. امروزه، تأمین مالی جمعی در ایالات متحده و اروپا محبوبیت بسیاری یافته و به‌عنوان ابزاری کارآمد شناخته می‌شود. به‌گونه‌ای که در انواع گوناگونی از طرح‌ها از قبیل حوزه‌های فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان، املاک و مستغلات، صنایع خلاق و هنر مورد استفاده قرار می‌گیرد. تنها در عرض یک دهه، تأمین مالی جمعی به صنعتی چندمیلیارددلاری در سطح جهانی تبدیل شده است [۵]. تأمین مالی جمعی در حوزه گردشگری، سازوکاری نوآورانه برای جذب سرمایه به‌شمار می‌رود که به بنگاه‌ها امکان می‌دهد، منابع مالی مورد نیاز طرح‌های خود را از طریق مشارکت طیف گسترده‌ای از سرمایه‌گذاران فراهم آورند. این رویکرد با کاهش هزینه‌های تأمین مالی و دور زدن پیچیدگی‌های اداری نظام‌های مالی سنتی، روند جذب سرمایه را تسهیل و همگانی می‌سازد. همچنین، با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی، راه را برای انتشار سریع کارزارهای تأمین مالی و جلب‌توجه گروه‌های وسیع‌تری از سرمایه‌گذاران بالقوه هموار می‌کند [۶]. در کنار این کارکردهای اصلی، تأمین مالی جمعی ظرفیت مهمی برای حمایت از طرح‌های فرهنگی و گردشگری دارد، زیرا از طریق مشارکت مردم محلی، علاقه‌مندان و گردشگران بالقوه، می‌تواند سرمایه اجتماعی را تقویت، همکاری میان ذی‌نفعان را افزایش و انگیزه‌های مالی و غیرمالی را فعال کند. این سازوکار همچنین منبعی جایگزین و مستمر برای تأمین مالی طرح‌های کوچک و متوسط در شرایط محدودیت بودجه و حتی بحران‌ها فراهم می‌سازد [۴].

با وجود استقبال گسترده از روش تأمین مالی جمعی در ایران طی سال‌های اخیر و توسعه زیرساخت‌های این شیوه از طریق فعالیت سکوهای متعدد، استفاده از آن در بخش گردشگری و صنایع دستی همچنان با محدودیت مواجه است و جزء در چند طرح معدود با محوریت سرمایه‌گذاری عمومی در گردشگری و موارد محدودی در حوزه صنایع دستی، ظرفیت‌های تأمین مالی جمعی در این بخش‌ها به‌طور گسترده مورد بهره‌برداری قرار نگرفته است. در حال حاضر، از مجموع ۸۱ سکوی دارای مجوز فعالیت در ایران، ۷۴ سکو فعال هستند و تاکنون ۲۳۶۲ طرح توسط ۹۵۰ متقاضی منحصربه‌فرد، درمجموع به ارزش ۴۰ هزار و ۲۵۵ میلیارد تومان، از طریق تأمین مالی جمعی تأمین منبع (در تمام حوزه‌ها) شده‌اند. در بهار ۱۴۰۵، تأمین مالی جمعی با تأمین مالی ۲۲۹ طرح به ارزش ۵۱۳۱ میلیارد تومان، نسبت به مدت مشابه سال قبل از رشد ۵۵درصدی در تعداد طرح‌ها و ۸۰درصدی در حجم تأمین مالی برخوردار بوده است. همچنین، هرچند این ظرفیت در تمامی استان‌های کشور به‌کار گرفته شده، بیشترین حجم تأمین مالی به استان‌های تهران، یزد، اصفهان، خراسان رضوی و قم اختصاص داشته است [۷].

با وجود ظرفیت‌های چشمگیر یاد شده، هنوز بهره‌گیری سازنده و نظام‌مند از این سازوکار نوین در حوزه گردشگری و به‌ویژه، میراث فرهنگی کشور به‌طور جدی محقق نشده است. تأمین مالی جمعی می‌تواند مرمت و احیا را از یک طرح دولتی به نهضتی مردمی تبدیل کند. این سازوکار با هدایت سرمایه‌های پراکنده به‌سوی طرح‌های زودبازده گردشگری، ضمن کاهش وابستگی به بودجه دولتی و افزایش بهره‌وری، می‌تواند چرخه معیشت مناطق آسیب‌دیده را به حرکت درآورد و در بازسازی هویت فرهنگی و معیشت جوامع نقشی کلیدی ایفا کند.

1. Crowdfunding

خسارت‌های ناشی از جنگ‌های تحمیلی دوم و سوم به بناهای تاریخی، محوطه‌های باستانی، تأسیسات اقامتی و زیرساخت‌های گردشگری، نیاز به منابع گسترده برای حفاظت، مرمت و بازسازی را افزایش داده است. در شرایط اضطرار پس از جنگ، با توجه به محدودیت شدید منابع دولتی و گستردگی نیازهای بازسازی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های غیردولتی و مشارکت اجتماعی بیش‌ازپیش اهمیت می‌یابد. در این میان، تأمین مالی جمعی می‌تواند به‌عنوان سازوکاری مکمل در کنار حمایت‌های دولتی، سرمایه‌های خرد ایرانیان علاقه‌مند در داخل و خارج از کشور و ظرفیت افراد، گروه‌های اجتماعی، کسب‌وکارها و سایر ذی‌نفعان را برای حمایت از طرح‌های بازسازی و احیای گردشگری و میراث فرهنگی بسیج کند. این مشارکت، افزون‌بر تأمین منابع مالی، می‌تواند با حضور مستقیم شهروندان در طرح‌های احیا، به تقویت هم‌بستگی اجتماعی و تعلق خاطر آنان به هویت ملی کمک کند. همچنین، این سازوکار می‌تواند زمینه جلب مشارکت نهادها و سازمان‌های بین‌المللی و توسعه همکاری‌های فرامرزی در حوزه حفاظت و بازسازی میراث فرهنگی را فراهم سازد.

بر این اساس، گزارش حاضر در تلاش است تا با واکاوی تجارب موفق دیگر کشورها و بررسی چالش‌های پیاده‌سازی این روش تأمین مالی در ایران، راهکارهایی را برای به‌کارگیری این ابزار تأمین مالی در گردشگری و میراث فرهنگی ارائه دهد.

۲. تأمین مالی جمعی، انواع و سازوکار آن

تأمین مالی جمعی روشی نوین برای گردآوری منابع مالی تعداد زیادی از افراد به وسیله اینترنت است و معمولاً در مواقعی به‌کار می‌رود که تأمین مالی از مجاری متعارف دشوار بوده یا انگیزه سرمایه‌گذاری پایین باشد [۸]. اگرچه حمایت مردمی از طرح‌های میراث فرهنگی پیشینه‌ای طولانی دارد، اما اصطلاح «تأمین مالی جمعی» در شکل کنونی آن عمدتاً به فرایند جذب سرمایه از طریق سکوهای رقومی (دیجیتال) اشاره دارد. این سکوها با رفع محدودیت‌های جغرافیایی، امکان مشارکت سرمایه‌گذاران بالقوه از سراسر جهان را فراهم کرده‌اند [۹]. در سال‌های اخیر، تأمین مالی جمعی به‌عنوان سازوکاری نوآورانه، توجه چشمگیری را برای پشتیبانی از طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی جلب کرده و از ظرفیت بالایی جهت تسهیل تأمین مالی این حوزه برخوردار است [۱۰]. سکوهای تأمین مالی جمعی به‌تدریج از فضایی صرف برای جذب سرمایه، به بستری مؤثر جهت بازاریابی تبدیل شده‌اند و حتی شرکت‌های بزرگ و شناخته شده نیز از این ظرفیت استفاده می‌کنند. بااین‌حال، این روش نیز منافع و چالش‌های خاص خود را دارد. فرایند تأمین مالی جمعی معمولاً شامل سه بازیگر اصلی است: گردآورنده سرمایه،[1] که از طریق یک سکوی رقومی (دیجیتال) فراخوان عمومی برای تأمین مالی طرح منتشر می‌کند؛ حمایت‌کننده،[2] که با ارائه کمک مالی به این فراخوان پاسخ می‌دهد و سکو که زیرساخت لازم را به‌منظور اجرای کمپین فراهم می‌سازد. الگوی کسب‌وکار بسیاری از سکوها مبتنی‌بر دریافت کارمزد است و معمولاً بین ۵ تا ۱۵ درصد از مبلغ جمع‌آوری شده را به‌عنوان سهم خود کسر می‌کنند [۱۱].

در این راستا، چهار الگوی اصلی جمع‌سپاری وجود دارد: تأمین مالی مبتنی‌بر قرض (وام)[3] که حمایت‌کنندگان وام می‌دهند و انتظار بازپرداخت بدون بهره یا همراه با بهره دارند. تأمین مالی برمبنای سهام[4] که بر این اساس، حمایت‌کنندگان بخشی از مالکیت سازمان یا طرح را دریافت می‌کنند. در تأمین مالی براساس پاداش،[5] حمایت‌کنندگان در ازای کمک مالی، پاداش غیرمالی دریافت می‌نمایند. درنهایت در تأمین مالی مبتنی‌بر اهدا،[6] حمایت‌کنندگان براساس دلایل خیریه کمک کرده و انتظار بازگشت مالی ندارند. دو الگوی اول، الگوهای سرمایه‌گذاری و دو الگو دوم، الگوهای غیرسرمایه‌گذاری هستند و نمی‌توان آنها را از نظر اقتصادی سرمایه‌گذاری به‌حساب آورد [۸ و ۱۲]. تأمین مالی براساس پاداش در طرح‌های فرهنگی از محبوبیت بیشتری برخوردار است و ۸۸ درصد از کمپین‌های فرهنگی از این الگو استفاده می‌کنند. در این

1. Fundraiser
2. Backer
3. Loan Based Crowdfunding
4. Equity Based Crowdfunding
5. Reward Based Crowdfunding
6. Donation Based Crowdfunding

شیوه، افراد یا سازمان‌ها منابع مالی خود را متعهد می‌شوند و درمقابل، محصول یا خدماتی را در آینده دریافت می‌نمایند. این نوع تأمین مالی عموماً با نوآوری یا درجاتی از شخصی‌سازی همراه است. حامیان مالی در این الگو، تحت تأثیر دو دسته انگیزه قرار می‌گیرند: انگیزه‌های درونی (مانند احساس مشارکت و تعلق به طرح) و انگیزه‌های بیرونی (همچون دریافت پاداش‌های ملموس) [۱۳].

۳. مطالعه تجربیات موفق جهانی در کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی

۳-۱. طرح‌های حفاظت از میراث فرهنگی ترکیه

زلزله‌های فوریه ۲۰۲۳ در جنوب ترکیه خسارات گسترده‌ای به مردم و میراث فرهنگی منطقه وارد کرد و بسیاری از سازه‌های تاریخی و اماکن مذهبی آسیب دیدند. در پاسخ به این بحران، برنامه توسعه سازمان ملل متحد[1] کارزار تأمین مالی جمعی بین‌المللی را با همکاری وزارت فرهنگ و گردشگری ترکیه و چند بنیاد بین‌المللی راه‌اندازی کرد. این کارزار که در راستای تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر اهدا بود، از طریق وب‌سایت سیو دِ لِگسی[2] و سکوی اِوری دات اوآرجی[3] اجرا شد. بدین‌نحو که اهداکنندگان می‌توانستند کمک‌های مالی تا سقف یک میلیون دلار ارائه کنند. منابع جمع‌آوری شده برای بازسازی ۶ هدف مشخص، شامل سایت‌های باستان‌شناسی، کلیساها، مساجد، قلعه‌ها و بازارهای تاریخی منطقه اختصاص یافت. همچنین برنامه احیای صنایع دستی، هنر موزاییک و سایر جنبه‌های میراث ناملموس را نیز دربرگرفت. تمامی وجوه، تحت مدیریت مستقیم برنامه توسعه سازمان ملل متحد قرار گرفت و صرفاً برای بازسازی و احیای میراث فرهنگی و حمایت از معیشت مبتنی‌بر میراث ناملموس استفاده شد. در طول اجرای طرح نیز، مشارکت‌کنندگان مالی می‌توانستند از طریق وب‌سایت کارزار، گزارش‌های منظم وضعیت منابع و تخصیص آنها را پیگیری و دریافت کنند [۱۴ و ۱۵]. آنچه از این تجربه باید دریافت، **ضرورت توسعه دیپلماسی فرهنگی- گردشگری با نهادهای بین‌المللی و ایجاد سازوکاری رسمی و شفاف با همکاری نهادهای معتبر و سکوهای بین‌المللی** در راستای جلب‌اعتماد جهانی است و این امر با لزوم سرمایه اجتماعی بین‌المللی پیوند می‌خورد؛ به‌گونه‌ای که مشارکت‌پذیری و اعتماد اهداکنندگان جهانی، ستون اصلی تداوم چنین کارزارهایی محسوب می‌شود. بهره‌گیری از سکوهای جهانی شناخته شده، دسترسی آسان و افزایش شفافیت مالی را فراهم می‌آورند. گفتنی است، هدف اول چنین کارزاری مباحث مالی نبوده، بلکه کانون توجهات جهانی به میراث فرهنگی ترکیه است که درنهایت به توسعه گردشگری می‌انجامد و این تمرکز مهم‌تر از هدف سرمایه‌گذاری است.

الف) فرانسه

طرح خرید و مرمت قلعه «دو لا موت- شاندنیه»[4] نمونه برجسته دیگری از استفاده هدفمند تأمین مالی جمعی برای نجات میراث فرهنگی است. این قلعه پس از آتش‌سوزی گسترده سال ۱۹۳۲، دهه‌ها در وضعیت رهاشدگی و تخریب تدریجی قرار داشت و فقدان منابع مالی مؤثر و جذابیت اقتصادی پایین برای سرمایه‌گذاران خصوصی، احیای آن را تقریبا ناممکن کرده بود. درچنین شرایطی، **دو نهاد دارتانیان[5] و آدوپیت اَن شاتو،[6] با طراحی یک الگو مشارکت مردمی**، از عموم خواستند تا با پرداخت مبالغ خرد- حداقل ۵۰ یورو برای هر سهم مالکیت در تأمین سرمایه اولیه طرح مشارکت کنند. این رویکرد با توزیع هزینه‌های سنگین میان هزاران نفر، امکان‌پذیری مالی طرح را افزایش داد و حس تعلق و مسئولیت جمعی نسبت به میراث تاریخی را تقویت کرد. بخشی از سرمایه جمع‌آوری شده برای خرید رسمی قلعه و بخشی دیگر برای مرمت اولیه صرف شد تا بنا برای بازدید عمومی آماده شود. در مرحله بعد، برای تضمین پایداری مالی و کاهش وابستگی به کمک‌های مردمی، برنامه‌ای به‌منظور تبدیل قلعه به یک مقصد فرهنگی و گردشگری خودکفا طراحی شد تا جریان درآمدی مستمری ایجاد

1. United Nations Development Programme (UNDP)
2. Savethelegacy.org
3. Every.org
4. Château de la Mothe-Chandeniers

۵. Dartagnans: سکوی تأمین مالی جمعی است.
۶. Adopte un Château: انجمنی است با هدف حفظ قلعه‌های تاریخی.

شود. افزون‌براین، یک سکو رقومی (دیجیتال) برای مالکان خرد طراحی شد تا روند مرمت، تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌های آتی و مشارکت‌های پیشنهادی را پیگیری کنند؛ اقدامی که ضمن تضمین شفافیت، مشارکت فعال اعضا را حفظ می‌کند [۱۶]. ازجمله بینش‌های حاصل از این تجربه، علاوه‌بر کاربرد تأمین مالی جمعی در بحران‌ها و احیای میراث فرهنگی، حضور فعال سمن‌هاست که شاید اعتبار این نهادها در میان مردم را بتوان عامل مهمی در موفقیت طرح‌های تأمین مالی جمعی در کشورهای مورد بررسی دانست. نکته جالب توجه دیگر، طراحی خلاقانه ایده کسب‌وکاری برای بناهای احیا شده در جهت جذابیت سرمایه‌گذاری و تداوم فعالیت است.

ب) ایتالیا

روستاهای تاریخی ایتالیا با چالش مهمی مواجه شده‌اند، **این روستاها که اغلب جمعیتی کمتر از پنج هزار نفر دارند، با کاهش جمعیت، افت فعالیت اقتصادی و از دست رفتن طرح‌های توسعه‌ای روبه‌رو گردیده‌اند.** درچنین شرایطی، الگوی نوآورانه ایتس ایتلی[1] که یک شرکت تخصصی سرمایه‌گذاری در زمینه احیا و بازسازی روستاهای تاریخی است؛ با راه‌اندازی سکوی تأمین مالی جمعی ایتس لندینگ[2] راهکاری در زمینه نجات این روستاهای تاریخی بوده است. در این الگو، ابتدا روستاهایی مانند سالِمی در سیسیل،[3] مونتکرِتو در امیلیا- رومانیا،[4] کاپراریکا در آپولیا[5] و مونتدینووه در منطقه مارکه[6] با **همکاری شهرداری‌ها** انتخاب شده تا احیای آنها در راستای طرح‌های توسعه محلی انجام شود. ایتس ایتلی پس از خرید ملک، طرح بازسازی را با تمرکز بر ارتقای بهره‌وری انرژی، حفظ اصالت معماری و تعریف کاربری‌های جدید طراحی می‌کند. تأمین مالی این طرح‌ها از طریق سکوی تأمین مالی جمعی ایتس لندینگ صورت می‌گیرد و هزینه بازسازی با استفاده از وام‌های کوتاه‌مدت و مشارکت سرمایه‌گذاران خرد و کلان تأمین می‌شود. سرمایه‌گذاران با حداقل ۱۰۰ یورو می‌توانند در طرح مشارکت کرده و پس از دوره‌ای ۶ تا ۱۲ ماهه، اصل سرمایه به‌همراه بازده سالانه ۶ تا ۱۲ درصد دریافت کنند. امنیت این الگو از آنجا ناشی می‌شود که ملک پیشاپیش یک خریدار نهایی دارد و شریک مالی سکو در صورت انصراف وی، بازپرداخت سرمایه را تضمین می‌کند. پس از جمع‌آوری سرمایه، عملیات بازسازی توسط پیمانکاران محلی و تحت نظارت ایتس ایتِلی انجام می‌شود و سرمایه‌گذاران پس از اتمام طرح، سود خود را دریافت می‌کنند [۱۷]. این نمونه، پیوند موفق سرمایه‌گذاری مردمی با توسعه و احیای فرهنگی- اجتماعی روستاهای تاریخی را نشان می‌دهد. یکی از مهم‌ترین کارکردهای آن در ایران می‌تواند در زمینه ابنیه تاریخی با مالکیت خصوصی و دولتی باشد. بااین‌حال، اجرای این الگو با چالش‌هایی همچون ضرورت همکاری نهادهای محلی و تدوین برنامه‌های مدون توسعه گردشگری مواجه است؛ زیرا شرکت‌های خصوصی و سرمایه‌گذاران زمانی به این حوزه ورود می‌کنند که عزم ملی و محلی برای توسعه گردشگری منطقه وجود داشته باشد.

ج) انگلیس

طرح‌های برجسته تأمین مالی جمعی در بریتانیا، الگوی جالبی از همکاری سازمان‌ها، موزه‌ها و عموم مردم در راستای گردآوری منابع لازم برای حفاظت و مستندسازی میراث فرهنگی را نشان می‌دهد. موزه «مردم»[7] در منچستر قصد داشت تا پرچم جنبش حق رأی را که در یک فروشگاه خیریه حراج گذاشته شده بود؛ از خریدار خصوصی خریداری کند، اما توان مالی مستقیم نداشت. برای تأمین هزینه، موزه با استفاده از سکوی کراودفاندر،[8] جمع‌آوری کمک‌های مردمی را آغاز کرد **و با ارائه جوایز و پاداش‌های متنوع ازجمله تور خصوصی موزه، بازدید از نمایشگاه صدسالگی و تجربه کار با تیم مرمت،** انگیزه مشارکت ایجاد نمود. کمپین طی ۲۸ روز توانست ۵,۷۱۰ پوند از ۱۷۵ حامی

1. Its Italy

۲. ITS Lending: سکوی تأمین مالی جمعی در ایتالیا که به‌طور ویژه بر روی احیای روستاها فعالیت دارد.

3. Salemi (Sicily)
4. Montecreto (Emilia-Romagna)
5. Caprarica di Lecce (Apulia)
6. Montedinove (Marche)
7. Peoples' Museum
8. Crowdfunder

جمع‌آوری کند و با تبلیغات رسانه‌ای، از جمله حضور در برنامه تلویزیونی وان شو،[۱] توجه عمومی را جلب کرد [۱۸].

در طرح دیگری با عنوان تاریخ پنهان یک میلیون زن دوران جنگ[۲] که توسط نهادی به نام خدمات داوطلبانه زنان سلطنتی[۳] انجام شد، حفاظت و انتشار محتویات آرشیوی شامل یادداشت‌ها و اسناد دوران جنگ جهانی دوم هدف فعالیت قرار گفت. این سازمان از سکوی کیک استارتر[۴] استفاده کرد و با ارائه محتوای چندرسانه‌ای جذاب، اهمیت و منحصربه‌فرد بودن مجموعه را برجسته کرد. با استفاده از تأمین مالی جمعی مبتنی بر پاداش، جوایزی شامل درج نام حامیان در فهرست افتخار، کارت‌پستال‌ها، داستان‌های آرشیوی و تجربه روزانه در آرشیو به مشارکت‌کنندگان ارائه شد. کمپین طی یک ماه، ۲۷,۷۲۴ پوند از بیش از ۷۵۰ حامی جمع‌آوری کرد که هفت نفر از آنان بیش از ۱,۰۰۰ پوند کمک کردند [۱۹].

در طرح دیگر کروادفاندر، آرشیو فرهنگی بریتانیا[۵] از منچستر با هدف ایجاد فضایی دائمی و رایگان برای مستندسازی زندگی روزمره و فرهنگ طبقه کارگر در شمال غربی انگلستان، با این سکو همکاری کرد. صفحه کارزار شامل معرفی سازمان، اهداف جمع‌سپاری، آرشیو مردم و فضای گالری بود. این طرح طی ۸۹ روز، ۱۱,۶۰۹ پوند از ۴۸۸ حامی جمع‌آوری کرد و اولین نمایشگاه خود را در لندن برگزار نمود. لازم به ذکر است، تعامل و به‌روزرسانی‌های منظم با حامیان نیز انگیزه و اعتماد عمومی را تقویت کرد [۲۰].

موزه و باغ‌های هورنیمن[۶] در لندن با هدف بازسازی و نوسازی گالری جهان،[۷] اقدام به تأمین مالی جمعی کرد. این گالری نیازمند بازسازی ساختار فیزیکی، مرمت اشیاء، طراحی نمایشگاه و ایجاد تجربه‌ای آموزشی برای بازدیدکنندگان بود. به‌منظور تأمین بخشی از بودجه، موزه از عموم مردم دعوت به کمک مالی نمود، درحالی که بخشی از بودجه نیز از نهادهای حمایتی دریافت شد؛ بنابراین، حدود ۲۵,۹۵۷ پوند جمع‌آوری شد. **حامیان علاوه‌بر کمک مالی، با شرکت در تورهای پشت‌صحنه یا دریافت پاداش‌های فرهنگی، در حفظ تجربه فرهنگی و میراثی مشارکت داشتند.** منابع جمع‌آوری شده برای بازسازی فضا، مرمت حدود ۳,۰۰۰ شیء و طراحی تجربه بازدید تعاملی استفاده شد و گالری در سال ۲۰۱۸ افتتاح گردید. این طرح نمونه‌ای بارز از تأمین مالی جمعی **براساس پاداش و اهداست** [۲۱].

در دوران بحران همه‌گیری کووید-۱۹، موزه‌ها و گالری‌های انگلستان با کاهش شدید بازدید و درآمد مواجه شدند و بسیاری در معرض تعطیلی یا توقف فعالیت قرار گرفتند. در پاسخ، نهاد آرت فاند،[۸] کارزاری با عنوان «هم‌بستگی برای حمایت از موزه‌ها»[۹] راه‌اندازی کرد تا از حمایت عمومی جهت پایداری موزه‌ها بهره‌برداری کند. این کمپین که به‌صورت تأمین مالی **جمعی براساس پاداش و اهدا** بود، با مشارکت هزاران نفر با کمک‌های کوچک و متوسط اجرا شد و درمقابل، برخی موزه‌ها برای حامیان بلیت ویژه، دسترسی زودهنگام یا محصولات فرهنگی محدود ارائه کردند. کمپین موفق شد، بیش از ۱,۰۱۶,۵۰۲ پوند جمع‌آوری کند و بودجه صرف نگهداری کلکسیون‌ها، رقومی (دیجیتال)سازی مجموعه‌ها، بازگشایی موزه‌ها و اجرای برنامه‌های آموزشی شد. این کمپین علاوه‌بر جنبه مالی، **موجب افزایش آگاهی عمومی و حس تعلق مردم به میراث فرهنگی گردید** [۲۲].

به‌طور مشابه، در کارزاری با عنوان «از موزه ما حمایت کنید»[۱۰] که توسط سکوی کراودفاندر[۱۱] برگزار شد، از موزه‌ها و مؤسسات فرهنگی کوچک و متوسط که در دوران کرونا با بحران مالی مواجه شده بودند، حمایت شد. این طرح برمبنای تأمین مالی مبتنی بر اهدا اجرا شد؛ مردم با کمک‌های خرد و متوسط مشارکت کردند و منابع جمع‌آوری شده صرف هزینه‌های عملیاتی و حفاظت از مجموعه‌ها گردید. این کمپین به

---

۱. One Show: برنامه‌ای تلویزیونی در بریتانیا

2. Hidden Histories of a Million Wartime Women
3. Women's Royal Voluntary Service
4. Kickstarter
5. British Culture Archive
6. Horniman Museum and Gardens
7. World Gallery

۸. Art Fund: یک نهاد غیرانتفاعی است که از **موزه‌ها، گالری‌ها و مجموعه‌های عمومی بریتانیا حمایت میکند.**

9. Join Together for Museums
10. Support Our Museums
11. Crowdfunder UK

ده‌ها موزه امکان داد تا فعالیت‌های جاری خود را ادامه دهند و حس تعلق و مشارکت جامعه محلی را تقویت کنند. برخی موزه‌ها، از این فرصت برای رقومی (دیجیتال)سازی مجموعه‌ها، راه‌اندازی برنامه‌های آموزشی آنلاین و ارتقای تجربه بازدیدکنندگان بهره بردند [۲۳].

آنچه از مطالعه طرح‌های تأمین مالی جمعی انگلستان می‌توان دریافت، علاوه‌بر قابلیت‌های مؤثر تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر پاداش و اهدا، **تقویت حس هویتی و مشارکت و نقش‌آفرینی در حفظ میراث فرهنگی به‌ویژه در زمان بحران‌هاست**. الگوی همکاری سکوهای مالی بین‌المللی با موزه‌ها برپایه پاداش و اهدا می‌تواند برای کشورمان قابل استفاده باشد. مهم‌ترین چالش، هماهنگی میان نهادهای محلی، سکوها، موزه‌ها، مردم و نیز فقدان تجربه کافی در تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر پاداش است. در این میان، شفافیت رویه‌ها، چنان‌که در تجربه کشورهایی مانند انگلستان دیده می‌شود، نقشی اساسی در جلب‌اعتماد و تداوم مشارکت دارد. از این ظرفیت می‌توان برای توسعه موزه‌های مردم‌شناسی و تقویت بازنمایی هویت محلی بهره گرفت.

د) اسپانیا

در اسپانیا نیز مشابه با ایتالیا تأمین مالی جمعی برای بازسازی روستاها و ابنیه تاریخی به‌کار رفته است، با این تفاوت که در اسپانیا نقش نهادهای مردمی و سمن‌ها برجسته است. الگوی تأمین مالی جمعی میراث فرهنگی که توسط هیسپانیا نوسترا[1] ایجاد شده است، نمونه‌ای موفق از مشارکت سمن‌ها و نهادهای مردمی در حفاظت از میراث فرهنگی تاریخی به‌شمار می‌آید. هیسپانیا نوسترا به‌عنوان انجمن ملی غیرانتفاعی و معتبر در حوزه پاسداری از میراث فرهنگی و طبیعی اسپانیا، اقدام به راه‌اندازی سکوی تخصصی کرده است تا روستاها، انجمن‌ها و شهرداری‌ها بتوانند کارزارهای مؤثر جهت مرمت و احیای آثار تاریخی خود طراحی و اجرا کنند. این سکو معمولاً دو سطح هدف مالی تعیین می‌کند: یک هدف حداقلی به‌منظور آغاز اقدامات ضروری و یک هدف مطلوب به‌منظور تکمیل کامل طرح. یکی از نمونه‌های شاخص، کارزار روستای ترادویوس دِ سدانو[2] است که با وجود جمعیت بسیار اندک، توانست با هدف حداقلی ۱۰ هزار یورو و هدف مطلوب ۳۰ هزار یورو، درنهایت ۳۱,۱۹۰ یورو تأمین کند [۲۴]. این الگو نیز چندین بینش ارائه می‌دهد: اول آنکه، **نهادهای مردمی در حفاظت از میراث فرهنگی کشورمان چه جایگاهی دارند** و در برنامه‌های توسعه گردشگری چه توجهی به آنان شده است؟ علاوه‌براین، چنین نهادهایی به چه میزان با نهادهای محلی مانند شهرداری‌ها و ادارات میراث فرهنگی شهرها همکاری دارند؟ درنهایت این الگو نشان‌دهنده آن است که تأمین مالی جمعی صرفا ابزار تأمین مالی نیست، بلکه به دیده شدن طرح‌ها نیز کمک می‌کند و روستاهای کوچک را دوباره بر نقشه فرهنگی کشور قرار می‌دهد.

۲-۳. طرح‌های گردشگری

الف) ایالات متحده آمریکا

کاربرد تأمین مالی جمعی صرفاً محدود به حفاظت از میراث فرهنگی نیستند. طرح‌های اقامتی سایپرس ریزورت[3] در ایالت جورجیا و میرر هتلز[4] در آشویلِ آمریکا نمونه‌هایی موفق از بهره‌گیری هدفمند از تأمین مالی جمعی برای راه‌اندازی اقامتگاه‌های نوآورانه‌اند. بنیان‌گذاران این طرح‌ها به‌جای اتکا به سرمایه شخصی یا وام‌های بانکی، از سکوی تأمین مالی جمعی ایندیگوگو[5] برای جذب سرمایه عمومی استفاده کردند؛ به‌گونه‌ای که هر مشارکت‌کننده با پرداخت مبلغی مشخص، از مزایایی مانند سهم مالکیت غیررسمی، تجربه اقامت یا بسته‌های ویژه بهره‌مند می‌شد. این الگو به سایپرس ریزورت امکان داد تا بیش از ۵۸۰ هزار دلار در ۲۴ ساعت نخست و درمجموع ۷۸۵,۲۸۵ دلار از ۵۴۴ حامی جمع‌آوری کند. سایپرس ریزورت نیز با معماری خاص و کابین‌های آینه‌ای در دل طبیعت و استفاده از الگو «پیش‌فروش/پیش‌رزرو»، ابتدا با

1. Hispania Nostra
2. Terradillos de Sedano
3. Cypress Resort
4. Mirror Hotels
5. Indiegogo

ایجاد فهرستی از علاقه‌مندان اولیه و سپس راه‌اندازی کمپین رسمی، توانست در پنج ساعت نخست، یک میلیون دلار و درنهایت ۱,۷۱۶,۷۹۰ دلار از ۱٬۳۶۵ حامی جذب کند [۲۵].

هتل کازموس[1] نیز نمونه برجسته دیگری از کاربرد تأمین مالی جمعی در یک کسب‌وکار گردشگری است. تیم این طرح با بهره‌گیری از ایندیگوگو، سرمایه لازم برای ساخت و تجهیز ۲۰ ویلای بوم‌شناختی در نزدیکی پارک ملی گِریت سَند دونز[2] را از طریق ارائه بسته‌های مشوق مشارکت همراه با مزایایی همچون امکان اقامت و استفاده از امکانات آینده هتل تأمین کرد. **تقسیم مخاطره مالی میان تعداد زیادی از حامیان، شفافیت بالا در ارائه گزارش پیشرفت و مشارکت احساسی سرمایه‌گذاران**، باعث شد این کمپین نزدیک به ۱.۹۵ میلیون دلار بیش از ۱,۶۸۰ حامی جذب کند، که ۹۰۴ هزار دلار آن فقط در ۲۴ ساعت نخست جمع‌آوری شد. این فرایند، نقش کلیدی تأمین مالی جمعی در فعال‌سازی طرح‌های گردشگری بزرگ و پرهزینه را برجسته می‌کند [۲۶]. تجربیات این طرح‌ها نشان‌دهنده آن است که طرح‌های گردشگری نوآورانه و هم‌راستا با محیط زیست که شاید برای سرمایه‌گذاران کلان جذابیت مالی به‌منظور سرمایه‌گذاری نداشته باشد، اما ازسوی جامعه می‌تواند با استقبال روبه‌رو گردد و به کنشگری هرچه بیشتر جامعه و علاقه‌مندان منجر شود. علاوه‌براین، در اینجا نیز با تأکید بر ارزش **تأمین مالی پاداش‌محور** برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری، پیاده‌سازی این روش می‌تواند نقش مهمی در آگاهی‌بخشی به جامعه در زمینه توسعه گردشگری و حفظ زیرساخت‌های طبیعی و فرهنگی ایفا کند.

در نقطه مقابل این الگوهای مبتنی‌بر پیش‌فروش و پاداش، پرادیجی نتورک،[3] سکوی تأمین مالی است که بر تأمین مالی جمعی املاک و هتل با **سازوکار مبتنی‌بر سهام** تمرکز دارد. این سکو به سرمایه‌گذاران خرد و کلان اجازه می‌دهد تا در طرح‌های مستغلات یا هتل‌ها مشارکت مستقیم داشته باشند. در یکی از طرح‌های مطرح این شرکت در نیویورک، ۱۲ میلیون دلار از ۹۵ میلیون دلار هزینه طرح هتل آکا یونایتد نیشن[4] از طریق تأمین مالی جمعی فراهم شد. در این الگو، مشارکت‌کنندگان سهم واقعی مالکیت دریافت می‌کردند؛ سازوکاری که برای طرح‌های بزرگ و پیچیده مناسب است، اما نیازمند بررسی‌های حقوقی دقیق و مدیریت حرفه‌ای است [۲۷]. سازوکار تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر سهام به‌طور کلی در ایران وجود ندارد. ایجاد چنین سازوکاری در گردشگری می‌تواند بسیاری از طرح‌های محلی را رونق دهد.

ب) نروژ

همانند آنچه که در ایالات متحده و با استفاده از تأمین مالی جمعی اقامتگاه‌های بوم‌شناختی در راستای حفظ محیط زیست شکل گرفتند؛ در نروژ نیز کمپانیون[5] که یک استارت‌آپ گردشگری است، سکویی برای رزرو اقامتگاه‌های طبیعت‌محور و بوم‌شناختی ارائه می‌دهد و هدف آن ایجاد تجربه‌ای مسئولانه برای گردشگران است؛ تجربه‌ای که هم‌زمان به حفاظت از طبیعت و فرهنگ محلی توجه دارد. با این تفاوت که برای تأمین سرمایه اولیه و توسعه فعالیت‌ها، کمپانیون از **تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر سهام** استفاده می‌کند؛ بدین‌معنا که سرمایه‌گذاران خرد و متوسط می‌توانستند در ازای مبلغ سرمایه‌گذاری، سهام یا سهمی از سود طرح دریافت کنند. این شیوه تأمین مالی جمعی، به‌جای ارائه پاداش یا پیش‌فروش اقامت، امکان مشارکت مستقیم در مالکیت و سود طرح را فراهم کرده و درنتیجه انگیزه سرمایه‌گذاران را برای حمایت مالی و دنبال کردن موفقیت استارت‌آپ افزایش می‌دهد. کارزار تأمین مالی کمپانیون توانست بیش از ۱.۵ میلیون یورو جذب کند و با اتکا به این سرمایه، توسعه‌یافته و شبکه‌ای از اقامتگاه‌های طبیعت‌محور در اروپا شکل گرفت. تجربه کمپانیون نشان می‌دهد، **تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر سهام** در طرح‌های گردشگری نوآورانه و مسئولیت‌محور، علاوه‌بر تأمین مالی، به ایجاد شبکه حامیان متعهد، معرفی پیامدهای اقتصادی و زیست‌محیطی طرح و تقویت بازاریابی و جذب مخاطبان علاقه‌مند به گردشگری مسئولانه کمک می‌کند [۲۸]. همچنین، **جذب سرمایه برای طرح‌های پرمخاطره یا دارای بازدهی مالی کمتر** از کارکردهای مهم تأمین مالی جمعی است و الگوی سهام‌محور می‌تواند برای تأمین مالی و مشارکت در مالکیت طرح‌های گردشگری مورد استفاده قرار گیرد.

1. Kosmos
2. Great Sand Dunes
3. Prodigy Network
4. Aka United Nations
5. Campanyon

ج) آلمان

طرح ویژه تولید هم‌زمان گرما و برق[1] در هتل مگنت‌برگ-بادن‌بادن[2] در آلمان، نمونه دیگری از کاربرد تأمین مالی جمعی در راستای گردشگری سبز در تأسیسات گردشگری بود که درنهایت موجب ارتقای ویژند هتل و نیز تقویت جایگاه آن در گردشگری می‌گردد. این کارزار با هدف تأمین منابع مالی جهت افزایش بهره‌وری انرژی هتل طراحی شد؛ اقدامی که هم برای سرمایه‌گذاران ارزش واقعی ایجاد می‌کرد و هم به جذب مشتریان بالقوه کمک می‌نمود. الگوی تأمین مالی جمعی در این طرح، ترکیبی از سرمایه‌گذاری با مشارکت در سود و پاداش بود. در پایان کمپین، ۱۳۳ حامی مشارکت کردند و درمجموع ۱۷۲,۲۵۰ یورو سرمایه جذب شد. به سرمایه‌گذاران بازدهی ۷درصدی در مدت ۷ سال وعده داده شد. همچنین هر فرد می‌توانست با سرمایه‌گذاری حداقل ۲۰۰۰ یورو علاوه‌بر بازده مالی که شامل بازپرداخت سود مشارکت است، از خدمات اقامتی رایگان در هتل نیز بهره‌مند شود [۲۹].

در یک طرح ورزشی[3] که توسط شرکت آیس آرنا تاوخا[4] در نزدیکی لایپزیگ که هدف آن نجات سازه‌ای موسوم به آیس‌زِلت[5] انجام گرفت، کمپینی ۱۵ روزه اجرا شد و با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و فیس‌بوک و انتشار مداوم ویدئوها، توانست ۲,۳۰۲ حامی جذب کند و ۱۶۳,۷۲۴.۹۹ یورو جمع‌آوری نماید. این طرح از نوع تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر سود و پاداش و به‌صورت پیش‌فروش بود. این کارزار در بازاریابی رسانه‌ای خود، دارای صفحه‌ای اختصاصی در وب‌سایت شرکت بود و از هشتگ #wirsinddaszelt جهت تقویت مشارکت و هویت جمعی بهره گرفت که الگوی عمل مناسبی به‌منظور اجرای کارزارها در این زمینه است [۲۹ و ۳۰]. از بینش‌های حاصل از این تجربه می‌توان دریافت که تأمین مالی جمعی در گردشگری، علاوه‌بر تأمین مالی، بستری برای **تقویت سرمایه اجتماعی، ایجاد حس تعلق و هویت جمعی در جامعه محلی** فراهم می‌آورد. همچنین، می‌توان به **استفاده هوشمندانه از رسانه‌های اجتماعی و هشتگ‌های اختصاصی، مشارکت گسترده و سریع و شور و اشتیاق جمعی** اشاره کرد. اگرچه فعالیت‌های بازاریابی برای طرح‌ها از مسئولیت سکوهاست؛ اما ضرورت **حضور و همکاری بخش خصوصی محلی در کنار مشارکت عمومی که باعث تبلیغات و بازاریابی طرح‌ها و فعال‌سازی ظرفیت‌های اجتماعی درون‌منطقه‌ای طرح‌ها می‌شود، باید مورد توجه قرار گیرد**. درنتیجه، شفافیت در فرایندها، اختصاص وب‌سایت مستقل برای کارزار و گزارش‌دهی منظم، اعتمادآفرینی و پاسخ‌گویی را به‌همراه دارد. موفقیت این رویکرد در گروی انعطاف‌پذیری الگوهای مالی، بازاریابی دیجیتال مؤثر و حمایت نهادی از هویت‌بخشی به پروژه‌های گردشگری است.

د) اتریش

طرح شِلس آلم نو،[6] یک ابتکار جمع‌سپاری مالی در حوزه گردشگری اتریش است که توسط شرکت منطقه‌ای گاشتاینر برگباهنِر[7] اجرا شد. این طرح از شهروندان و گردشگران دعوت می‌کرد تا در توسعه و بازسازی مجموعه اسکی شلس آلم مشارکت کنند. هدف اصلی این ابتکار، ایجاد وفاداری بلندمدت مشتریان، تقویت حس تعلق جامعه محلی و افزایش مشارکت آنها در توسعه گردشگری منطقه بود. الگوی به‌کار رفته در این طرح از نوع جمع‌سپاری مبتنی‌بر وام بود و سرمایه‌گذاران می‌توانستند با تأمین منابع مالی طرح، سود متناسب با میزان سرمایه‌گذاری خود دریافت کنند. درمجموع ۳۲۰ حامی در این کمپین شرکت کردند و ۱,۴۹۹,۹۰۰ یورو سرمایه جمع‌آوری شد [۲۹].

طرح دیگری، موسوم به نسل دوم دنیای تجربه برف[8] که یک ایده نوآورانه در حوزه گردشگری بود، امکان اسکی ۳۶۵ روز سال در شهر حتی بدون وجود برف را فراهم می‌کرد. این طرح با استقبال خوب مشتریان مواجه شد و در مدت ۳ ماه کارزار، حدود ۹۰ سرمایه‌گذار درمجموع

1. Blockheizkraftwerk موسوم به Bhkw
2. Magnetberg - Baden Baden
3. Wir sind das Zelt

۴. EisArena Taucha مسئولیت محدود Ug UG.

5. Eiszelt
6. Schlossalm Neu

۷. Gasteiner Bergbahnen AG شرکتی در زمینه حمل‌ونقل کوهستانی.

8. Schneeerlebniswelt 2.0

۵۰,۰۰۰ یورو گردآوری شد. این تأمین مالی جمعی مبتنی‌بر سهم (سرمایه‌گذاری و سهام) بود [۲۹].

در نمونه‌ای دیگر در اتریش، در منطقه اسکی فیبر برون،[1] تله‌کابین‌های قدیمی نیازمند نوسازی بودند و مدیریت تصمیم گرفت یک گوندولا[2] مدرن با ظرفیت ۱۰ نفر بسازد. برای تأمین بخشی از هزینه، کارزاری با الگو جمع‌سپاری مالی مبتنی‌بر پاداش راه‌اندازی شد و مردم، گردشگران و کسب‌وکارهای محلی از طریق خرید بسته‌های حمایتی، کوپن‌هایی برای استفاده از تله‌کابین دریافت کردند. مبلغ بسته‌ها بین ۱,۰۰۰ تا ۱۲,۰۰۰ یورو تعیین شد و حداقل سرمایه مورد نیاز ۲۰۰,۰۰۰ یورو تعیین گردید. درنهایت، بیش از ۲۰۰ نفر مشارکت کردند و حدود ۶۰۰,۰۰۰ یورو جمع‌آوری شد. با استفاده از این بودجه، گوندولای جدید در زمستان ۲۰۲۴ افتتاح، ظرفیت مسیر افزایش یافت و زمان سفر کوتاه‌تر شد؛ ضمن اینکه حس مشارکت و تعلق جامعه محلی نیز تقویت گردید [۲۹].

بررسی تجارب اتریش نشان می‌دهد که این طرح‌ها با بهره‌گیری از الگوهای متنوع (وام، سهام و پاداش) و ارائه بسته‌های حمایتی با مزایای گوناگون، زمینه مشارکت اقشار مختلف جامعه را فراهم ساخته و با شفاف‌سازی در تعیین سرمایه مورد نیاز و نحوه تخصیص وجوه، اعتماد عمومی را جلب کرده‌اند. این رویکرد با **تقویت حس تعلق و مسئولیت‌پذیری در میان ساکنان محلی از طریق دخالت مستقیم آنها در طرح‌های گردشگری، نه‌تنها منابع مالی مورد نیاز را تأمین می‌کند، بلکه سرمایه اجتماعی منطقه را فعال ساخته و تداوم طرح‌ها را در بلندمدت تضمین می‌نماید**. بدین‌ترتیب، ایران نیز با بومی‌سازی این الگوهای مشارکت‌محور و ایجاد چارچوب حقوقی مناسب، می‌تواند از ظرفیت جمع‌سپاری برای **فعال‌سازی سرمایه‌های محلی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و احیای جاذبه‌ها** با محوریت مشارکت مردمی بهره‌مند شود.

۴. الزامات و چالش‌های پیاده‌سازی تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی ایران

تبدیل تأمین مالی جمعی به ابزاری مؤثر برای توسعه گردشگری و میراث فرهنگی در ایران، مستلزم فراهم کردن الزامات و بسترهای نهادی، قانونی، اقتصادی و اجتماعی متناسب با این حوزه است. ازاین‌رو، شناسایی محدودیت‌های موجود و تعیین الزامات و اقدامات لازم، گام اساسی جهت ایجاد شرایط مناسب توسعه و بهره‌گیری اثربخش از این شیوه تأمین مالی به‌شمار می‌رود. در این بخش، چالش‌های موجود و الزامات و بسترهای مورد نیاز، همراه با راهکارهای سیاستی مرتبط، بررسی می‌شوند.

۴-۱. عدم آشنایی ذی‌نفعان از ظرفیت‌های تأمین مالی جمعی

با توجه به نوظهور بودن تأمین مالی جمعی، بسیاری از ذی‌نفعان حوزه گردشگری و میراث فرهنگی، به‌ویژه متقاضیان بالقوه، شناخت کافی از ظرفیت‌ها و سازوکار این روش ندارند. این ناآشنایی می‌تواند موجب شود متقاضیان از ظرفیت تأمین مالی جمعی در طراحی و تأمین منابع طرح‌های خود استفاده نکنند، سرمایه‌گذاران نیز ارزیابی روشنی از شیوه مشارکت، منافع و مخاطره‌های آن نداشته باشند و سایر ذی‌نفعان نتوانند نقش خود را در شکل‌گیری و توسعه این بازار به‌درستی ایفا کنند. درنتیجه، ضعف آگاهی در میان عرضه‌کنندگان و متقاضیان سرمایه می‌تواند به شکل‌گیری تقاضای محدود، مشارکت پایین و استفاده نشدن از ظرفیت‌های تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی منجر شود.

۴-۲. اعتماد عمومی، شفافیت و سرمایه اجتماعی

یکی از موانع اساسی توسعه تأمین مالی جمعی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی، ایجاد و حفظ اعتماد میان سرمایه‌گذاران، مجریان طرح

1. Fieberbrunn

۲: گوندولا (Gondola): نوعی قایق باریک و سنتی است که بیشتر با شهر ونیز ایتالیا شناخته می‌شود؛ همان قایق‌هایی که در کانال‌های آبی شهر گردشگران را جابه‌جا می‌کنند.

و سکوهای تأمین مالی است. ویژگی‌های خاص طرح‌های این حوزه، از جمله بلندمدت بودن دوره اجرای بسیاری از طرح‌ها، وابستگی نتایج اقتصادی به شرایط مقصد گردشگری، ماهیت فصلی تقاضا، پیچیدگی فرایندهای مرمت و احیای بناهای تاریخی و فرهنگی و همچنین زمان‌بر بودن دستیابی به بازده اقتصادی، می‌تواند زمینه شکل‌گیری عدم اطمینان و افزایش مخاطره ادراک شده از سوی سرمایه‌گذاران را ایجاد کند.

۴-۳. مخاطره طرح‌ها و ضعف در شناخت و معرفی جذابیت‌های اقتصادی آنها

سودآوری بسیاری از طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی، به‌ویژه در استان‌ها و مقاصد کمتر شناخته شده، برای سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی به‌خوبی شناخته نشده است. این شناخت محدود، ارزیابی دقیق بازده طرح‌ها را دشوار کرده و در کنار ابهام درباره میزان و زمان بازگشت سرمایه، مخاطره ادراک شده سرمایه‌گذاری و نگرانی از بازنگشتن اصل سرمایه را افزایش می‌دهد. درنتیجه، تمایل سرمایه‌گذاران برای مشارکت کاهش می‌یابد. ازسوی‌دیگر، ناشناخته بودن ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری برای فعالان اقتصادی، به‌ویژه در مناطق کمتر شناخته شده، موجب شده است برخی بازیگران تخصصی بازار، از جمله سکوهای تأمین مالی جمعی، جذابیت و توجیه کافی برای ورود به این حوزه را مشاهده نکنند.

۴-۴. تعریف نقش نهادهای محلی و سازوکار منسجم همکاری در بسیج سرمایه اجتماعی

ذی‌نفعانی همچون نهادهای محلی و دولتی و عمومی از جمله وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و شهرداری‌ها، جوامع محلی، کسب‌وکارهای گردشگری، سکوهای تأمین مالی جمعی و سرمایه‌گذاران، در معرفی و جذابیت طرح‌ها نقش مهمی دارند. در این میان، نهادهای محلی می‌توانند به‌عنوان واسط میان طرح‌های محلی و جامعه مشارکت‌کنندگان، در اعتباربخشی، ایجاد اعتماد، بازاریابی و بسیج سرمایه‌های خرد مؤثر باشند. بااین‌حال، نقش و جایگاه این نهادها، از جمله بخشداری‌ها و دهیاری‌ها، در فرایند تأمین مالی جمعی به‌صورت منسجم تعریف نشده و در اسناد بالادستی و دستورالعمل‌های اجرایی نیز چارچوب مشخصی برای هماهنگی ذی‌نفعان، به‌ویژه در مراحل آغازین طرح‌ها، پیش‌بینی نشده است.

۴-۵. بازاریابی و راه‌اندازی کارزارها و دسترسی به مشارکت‌کنندگان

یکی از چالش‌های مهم تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی، هزینه و دشواری بازاریابی و دسترسی به مشارکت‌کنندگان بالقوه است. موفقیت کارزارها به توانایی مجری و سکو در معرفی جذاب طرح، تبیین ارزش اقتصادی و فرهنگی آن، دسترسی به جامعه هدف و جلب‌اعتماد مخاطبان بستگی دارد. این مسئله در طرح‌های خرد و محلی، مانند بوم‌گردی‌ها، صنایع دستی، مرمت و احیای بناهای تاریخی و مقاصد کمتر شناخته شده، به‌دلیل محدودیت شهرت و شبکه ارتباطی، جدی‌تر است. ازاین‌رو، استفاده هم‌زمان از رسانه‌های رسمی و اجتماعی و ظرفیت جوامع محلی به‌منظور معرفی طرح و بسیج مشارکت مردمی، اهمیت ویژه‌ای دارد.

۴-۶. ضعف در طراحی الگوهای کسب‌وکار گردشگری و میراث فرهنگی متناسب با تأمین مالی جمعی

تبدیل ظرفیت‌های گردشگری و میراث فرهنگی به طرح‌های قابل ارائه در تأمین مالی جمعی، نیازمند طراحی الگوی کسب‌وکار منسجم و از نظر اقتصادی توجیه‌پذیر است. در طرح‌های خرد و بومی، تعیین شیوه بهره‌برداری، جریان‌های درآمدی، هزینه‌ها و دوره بازگشت سرمایه می‌تواند دشوار باشد. در طرح‌های مرمتی نیز این فرایند باید هم‌زمان با الزامات حفاظتی و شرایط بازار گردشگری سازگار شود. ازاین‌رو، ورود این طرح‌ها به فرایند تأمین مالی جمعی مستلزم انجام مطالعات فنی و اقتصادی، امکان‌سنجی، برآورد هزینه و تعیین شیوه بهره‌برداری است و ضعف در طراحی الگوهای کسب‌وکار متناسب با این الزامات می‌تواند مانع تبدیل ظرفیت‌های موجود به طرح‌های آماده تأمین مالی شود.

۴-۷. تفاوت ماهوی فرایند تأمین مالی جمعی در طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی

ماهیت متفاوت و پیچیده طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی، به‌ویژه طرح‌های مرمت و احیای بناهای تاریخی، ایجاب می‌کند ارزیابی آنها صرفاً بر شاخص‌های مالی و اقتصادی استوار نباشد. تحقق‌پذیری این طرح‌ها به ملاحظات تخصصی همچون وضعیت و اصالت بنا، الزامات و شیوه‌های مرمت و حفاظت، محدودیت‌های مداخله در کالبد تاریخی و سایر اقتضائات فنی و حفاظتی وابسته است؛ بنابراین، تخصصی‌سازی فرایند تأمین مالی جمعی در این حوزه، با هدف ارزیابی هم‌زمان ابعاد اقتصادی، فنی، مرمتی و حفاظتی ضروری است تا مخاطرات سرمایه‌گذاری کاهش‌یافته و صیانت از ارزش‌های میراث فرهنگی در کنار بهره‌برداری اقتصادی تضمین شود.

۴-۸. محدودیت چارچوب مقرراتی موجود در پوشش الگوهای نیکوکاری، پاداش‌محور و سهام

در ایران، الگوهای نیکوکاری، پاداش‌محور و سهام‌محور هنوز به‌صورت جامع پیش‌بینی و عملیاتی نشده‌اند [۳۱ و ۷]. این محدودیت، به‌ویژه در طرح‌های میراث فرهنگی و گردشگری، از جمله مرمت و احیای بناهای تاریخی و طرح‌های فرهنگی با بازده مالی محدود یا بلندمدت، ظرفیت مشارکت مردمی را کاهش می‌دهد. نبود الگوی سهام‌محور، جذابیت تأمین مالی برخی کسب‌وکارهای خصوصی گردشگری، مانند بوم‌گردی‌ها و هتل‌های کوچک، را که نیازمند سرمایه‌گذاری بلندمدت و افزایش ارزش کسب‌وکار هستند، محدود می‌کند؛ هرچند این الگو برای **طرح‌های با مالکیت دولتی قابل استفاده نیست**.

۴-۹. عدم هم‌خوانی الزامات تأمین مالی فوق با ماهیت فعالان خرد و بومی گردشگری

براساس مقررات جاری تأمین مالی جمعی[۱] [۳۱]، متقاضی تأمین مالی باید دارای شخصیت حقوقی باشد و ورود مستقیم اشخاص حقیقی به این سازوکار امکان‌پذیر نیست. این الزام با ساختار بسیاری از فعالیت‌های خرد و بومی گردشگری و میراث فرهنگی، از جمله بوم‌گردی‌ها، کسب‌وکارهای خانوادگی و صنایع دستی و طرح‌های مرتبط با مرمت، احیا و بهره‌برداری از بناها و ظرفیت‌های تاریخی، که غالبا در مقیاس محدود و توسط اشخاص حقیقی اداره می‌شوند، هم‌خوانی ندارد. ایجاد شخصیت حقوقی نیز مستلزم طی فرایندهای ثبتی و اداری و تحمل هزینه‌های جانبی است و می‌تواند دسترسی این فعالان (که در این حوزه فاقد توانمندی و آگاهی هستند) به تأمین مالی جمعی را دشوار کند. درنتیجه، بخشی از ظرفیت‌های خرد و بومی گردشگری و میراث فرهنگی ممکن است از امکان بهره‌گیری از این ابزار برای توسعه و اجرای طرح‌های کوچک و محلی محروم بمانند.

۴-۱۰. دشواری تأمین وثایق و تضامین مورد نیاز کسب‌وکارهای خرد

یکی از چالش‌های مهم تأمین مالی جمعی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی، دشواری تأمین وثایق و تضامین مورد نیاز برای پذیرش و اجرای طرح‌هاست. بسیاری از کسب‌وکارهای خرد و بومی، از جمله بوم‌گردی‌ها، کسب‌وکارهای خانوادگی و فعالان مرمت میراث فرهنگی، دارایی‌های رسمی، نقدینگی یا سابقه اعتباری کافی برای ارائه تضامین لازم ندارند. این مسئله، به‌ویژه در مواردی که دریافت ضمانت‌نامه بانکی مستلزم ارائه وثیقه و اثبات توان مالی متقاضی است، می‌تواند دسترسی آنان به تأمین مالی جمعی را محدود کند. درنتیجه، بخشی از طرح‌های کوچک و محلی، با وجود برخورداری از ظرفیت‌های اقتصادی، فرهنگی و گردشگری، ممکن است به‌دلیل ناتوانی در تأمین تضامین لازم از ورود به فرایند تأمین مالی جمعی بازبمانند.

---

۱. بند «۵» ماده (۱) دستورالعمل تأمین مالی جمعی مصوب ۱۳۹۷/۰۲/۲۵ شورای عالی بورس و اوراق بهادار.

۴-۱۱. الزام به تأمین آورده نقدی و محدودیت دسترسی کسب‌وکارهای خرد و بومی

براساس دستورالعمل تأمین مالی جمعی [۳۱]، متقاضی باید حداقل ۱۰ درصد از منابع مورد نیاز طرح را تأمین کند. این الزام می‌تواند برای کسب‌وکارهای خرد و بومی گردشگری، ازجمله بوم‌گردی‌ها، کسب‌وکارهای خانوادگی و طرح‌های مرمت و احیای بناهای تاریخی که بخش عمده سرمایه آنها به‌صورت دارایی‌های غیرنقدی است، مانع دسترسی به این ابزار شود. درچنین شرایطی، حتی طرح‌هایی که از نظر دارایی، ظرفیت اقتصادی و گردشگری توجیه‌پذیرند، ممکن است به‌دلیل ناتوانی متقاضی در تأمین سهم نقدی اولیه، امکان استفاده از تأمین مالی جمعی را از دست بدهند.

۴-۱۲. عدم تناسب افق زمانی تأمین مالی جمعی با دوره بازگشت طرح‌های مرمتی

بسیاری از طرح‌های مرمت و احیای ابنیه تاریخی، به‌دلیل ماهیت فنی و مرحله‌ای عملیات مرمت، به دوره اجرای طولانی و بازگشت سرمایه دیرهنگام نیاز دارند. این ویژگی با ساختار بسیاری از طرح‌های موجود در بازار تأمین مالی جمعی که معمولاً دارای دوره‌های نسبتاً مشخص و قابل پیش‌بینی هستند، تناسب ندارد. درنتیجه، حتی طرح‌های برخوردار از ارزش فرهنگی و اقتصادی ممکن است به‌دلیل ناتوانی در ایجاد جریان نقدی کافی در بازه زمانی مورد انتظار سرمایه‌گذاران، جذابیت لازم برای تأمین مالی جمعی را نداشته باشند. ازاین‌رو، طراحی ابزارهای تأمین مالی با دوره‌های بازپرداخت متناسب با چرخه اقتصادی طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی، از الزامات توسعه این بازار است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی، فراتر از تأمین منابع مالی، می‌تواند کارکردهایی مانند معرفی طرح و مقصد، بازاریابی و جلب مشارکت جامعه محلی داشته باشد. در طرح‌های گردشگری به‌دلیل اینکه بخشی از طرح‌های کوچک و محلی با محدودیت در دسترسی به شیوه‌های متعارف تأمین مالی مواجه‌اند، تأمین مالی جمعی می‌تواند امکان مشارکت تعداد بیشتری از تأمین‌کنندگان منابع را در آنها فراهم کند. در حوزه میراث فرهنگی نیز این ابزار می‌تواند زمینه مشارکت مردم در تأمین منابع مورد نیاز برای حفاظت، مرمت و احیای میراث فرهنگی را فراهم نماید. تجربه‌های بررسی شده نشان می‌دهد که کارزارهای تأمین مالی جمعی، در کنار تأمین منابع، می‌توانند به دیده شدن طرح و جلب مشارکت جامعه پیرامون آن کمک کنند.

با وجود این ظرفیت، بررسی وضعیت موجود نشان می‌دهد، محدودیت استفاده از تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی صرفاً به تأمین منابع مالی مربوط نیست. یکی از مسائل اصلی، آماده‌سازی طرح‌ها برای عرضه در فرایند تأمین مالی است. بخشی از طرح‌های کوچک گردشگری و میراث فرهنگی از نظر مطالعات فنی و اقتصادی، الگوهای کسب‌وکار، اطلاعات مالی و مستندات لازم، آمادگی کافی برای ورود به این فرایند را ندارند. درچنین شرایطی، ارزیابی طرح برای سکو و تأمین‌کنندگان منابع دشوارتر می‌شود. این مسئله در طرح‌های میراث فرهنگی ابعاد دیگری نیز دارد. زیرا علاوه‌بر جنبه اقتصادی، وضعیت بنا، الزامات فنی مرمت و ملاحظات حفاظتی نیز باید مورد توجه قرار گیرد. ازسوی‌دیگر، ویژگی‌های اقتصادی و حقوقی بخشی از طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی با الزامات موجود تأمین مالی جمعی در همه موارد هم‌خوان نیست. براساس مقررات موجود، متقاضی دریافت تأمین مالی جمعی در الگوی مشارکت باید شخص حقوقی باشد. درنتیجه بخشی از فعالیت‌های خرد و محلی که توسط اشخاص حقیقی یا در قالب کسب‌وکارهای کوچک خانوادگی انجام می‌شوند، ممکن است برای استفاده از این سازوکار با محدودیت مواجه و یا حداقل دچار دردسر شوند. همچنین تأمین وثایق و آورده اولیه برای برخی از این طرح‌ها دشوار است. این مسئله درباره طرح‌های مرمت و احیای میراث فرهنگی که ممکن است بازده مالی محدود یا دوره بازگشت طولانی داشته باشند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. ازاین‌رو، نمی‌توان یک الگوی تأمین مالی واحد را برای همه طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی در نظر گرفت.

درمجموع، مسئله اصلی در کاربست تأمین مالی جمعی برای گردشگری و میراث فرهنگی، صرفاً دسترسی به منابع خرد مردمی نیست، بلکه اتصال این منابع به طرح‌هایی است که از نظر اقتصادی، فنی و در مورد میراث فرهنگی، از نظر حفاظتی، قابلیت عرضه و ارزیابی داشته باشند. آماده‌سازی و اعتبارسنجی طرح، تناسب ویژگی‌های طرح با سازوکار تأمین مالی، امکان تأمین وثایق و آورده اولیه و رفع محدودیت‌های حقوقی مربوط به برخی متقاضیان و دستگاه‌های اجرایی، عناصر اصلی این مسئله را تشکیل می‌دهند؛ بنابراین، کاربست تأمین مالی جمعی در گردشگری و میراث فرهنگی بیش از آنکه صرفاً به توسعه سکوهای تأمین مالی وابسته باشد، به تناسب سازوکار تأمین مالی با ماهیت طرح و تکمیل فرایند آماده‌سازی، اعتبارسنجی و عرضه طرح‌ها وابسته است.

۵-۱. آماده‌سازی و اعتبارسنجی طرح‌ها

- در راستای برطرف کردن ضعف مطالعات و طراحی الگوهای کسب‌وکار در طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی، شرکت‌های تسهیلگر سرمایه‌گذاری موضوع بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت می‌توانند به‌عنوان نهادهای واسط برای شناسایی، مطالعه و آماده‌سازی ظرفیت‌های موجود، انجام مطالعات فنی و اقتصادی، طراحی الگوی کسب‌وکار، اعتبارسنجی طرح‌ها، بازاریابی و تبلیغات و اتصال طرح‌ها به سکوهای تأمین مالی جمعی و تأمین‌کنندگان منابع مورد استفاده قرار گیرند. تقویت این شرکت‌ها می‌تواند بخشی از چالش آماده‌سازی طرح‌ها و هماهنگی میان ذی‌نفعان را برطرف کند.
- برای افزایش آگاهی ذی‌نفعان از ظرفیت‌ها، سازوکار و الزامات تأمین مالی جمعی، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برنامه‌های آموزشی و ترویجی و دوره‌های بازآموزی را برای شرکت‌های تسهیلگر موضوع بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت اجرا کند.
- برای رفع فقدان سازوکار منسجم در شناسایی و آماده‌سازی طرح‌ها، پیشنهاد می‌شود با استفاده از ظرفیت تبصره بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت و بند «چ» همان ماده، سازوکاری تخصصی برای تأمین مالی و مشارکت مردمی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی ایجاد شود. در این سازوکار، نقش وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، سازمان بورس و اوراق بهادار، شرکت‌های تسهیلگر و نهادهای محلی در شناسایی، آماده‌سازی، تأمین مالی و نظارت بر طرح‌ها باید مشخص شود.

۵-۲. تناسب سازوکار تأمین مالی با ماهیت طرح

- برای متناسب‌سازی تأمین مالی با ویژگی طرح‌ها و دوره بازگشت سرمایه، پیشنهاد می‌شود طرح‌ها براساس افق بازگشت سرمایه دسته‌بندی و این اطلاعات در سکوهای تأمین مالی شفاف شود. برای طرح‌های دیربازده نیز می‌توان دوره تنفس، بازپرداخت مرحله‌ای، پرداخت منافع پس از بهره‌برداری و دوره‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت را پیش‌بینی کرد.
- برای بهره‌گیری از ظرفیت الگوهای نیکوکارانه، پاداش‌محور و سهام‌محور و متناسب کردن شیوه تأمین مالی با ماهیت طرح‌ها، پیشنهاد می‌شود الگوهای اهدا و پاداش‌محور برای طرح‌های مرمتی و فرهنگی و الگوی سهام‌محور به‌منظور کسب‌وکارهای خصوصی کوچک و دارای افق رشد بلندمدت، با همکاری سازمان بورس و اوراق بهادار و در چارچوب مقررات بازار سرمایه ایجاد و توسعه یابند.
- برای تخصصی‌سازی فرایند تأمین مالی جمعی، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با همکاری وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان بورس و اوراق بهادار و فرابورس ایران، سکوی تخصصی تأمین مالی و مشارکت مردمی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی (بااستفاده از زیرساخت های موجود) ایجاد کند. این سکو می‌تواند به‌ویژه بر الگوهای اهدا و پاداش‌محور تمرکز داشته باشد. در طرح‌های مرمتی نیز تأیید فنی و حفاظتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی باید شرط عرضه طرح در سکو باشد.

۵-۳. تسهیل دسترسی فعالان خرد و محلی به تأمین مالی

● برای رفع چالش الزام به داشتن شخصیت حقوقی و عدم هم‌خوانی آن با ماهیت فعالیت‌های خرد و محلی گردشگری و میراث فرهنگی، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های تسهیلگر سرمایه‌گذاری به‌عنوان نهادهای واسط تخصصی، برای شناسایی، آماده‌سازی و توسعه طرح‌های فعالان حقیقی و کسب‌وکارهای خرد تقویت شوند تا این طرح‌ها را در فرایند تأمین مالی نمایندگی و مدیریت کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود، سازمان بورس و اوراق بهادار در تدوین و تصویب مقررات، الگوهای اهدا و پاداش‌محور، امکان پذیرش اشخاص حقیقی به‌عنوان متقاضی را پیش‌بینی کند تا فعالان خرد و محلی، بدون الزام به ایجاد شخصیت حقوقی، بتوانند از این ابزارها استفاده کنند.

● برای رفع دشواری تأمین وثایق، تضامین و آورده اولیه، پیشنهاد می‌شود از ظرفیت شرکت‌های تسهیلگر، صندوق‌های ضمانت و صندوق توسعه صنایع دستی و فرش دستباف و احیا و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی استفاده شود. این شرکت‌ها و صندوق می‌توانند در تأمین تضامین و بخشی از آورده اولیه طرح‌ها نقش داشته باشند. همچنین خیرین میراث فرهنگی می‌توانند با مشارکت در ایجاد صندوق‌های تخصصی، از طرح‌های واجد شرایط حمایت کرده و در تأمین تضامین، بسیج منابع و تأمین سهم ۱۰درصدی متقاضیان نقش ایفا کنند.

۵-۴. کاهش مخاطره و تقویت شفافیت و اعتماد

● برای تقویت اعتماد عمومی و افزایش شفافیت، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و وزارت کشور، سازوکاری برای پایش و انتشار مستمر اطلاعات طرح‌های تأمین مالی جمعی ایجاد کند. رعایت الزامات شفافیت و گزارش‌دهی سازمان بورس و اوراق بهادار توسط شرکت‌های تسهیلگر و مشارکت نهادهای مردمی در پایش و ارزیابی طرح‌ها نیز لازم به توجه است.

● برای کاهش مخاطره ادراک شده تأمین‌کنندگان منابع و حامیان، ضروری است سازوکارهایی برای تضمین یا پوشش بازگشت اصل سرمایه از طریق شرکت‌های تسهیلگر، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های نیکوکاری خیرین میراث فرهنگی پیش‌بینی شود. همچنین با همکاری بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و شرکت‌های بیمه، طراحی بیمه‌نامه‌های تخصصی برای تضمین بازگشت اصل سرمایه پیشنهاد می‌شود.

۵-۵. تقویت مشارکت نهادهای محلی و هماهنگی ذی‌نفعان

● برای رفع فقدان سازوکار منسجم همکاری میان ذی‌نفعان و تقویت نقش نهادهای محلی در بسیج سرمایه اجتماعی، با استناد به بند «ج» ماده (۵) و بند «الف» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت و با توجه به تأکید سند راهبردی توسعه گردشگری بر استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد، تشکل‌های حرفه‌ای و جوامع محلی، نقش این نهادها باید در شناسایی، اعتباربخشی، معرفی و بازاریابی طرح‌ها و بسیج مشارکت مردمی به‌طور مشخص تعریف و مشوق‌های لازم برای همکاری آنها پیش‌بینی شود.

● تشکیل کارگروه تخصصی تأمین مالی جمعی گردشگری و میراث فرهنگی با هدف شناسایی و اعتبارسنجی طرح‌ها، هماهنگی میان ذی‌نفعان، تسهیل تبادل اطلاعات، ارتباط با جامعه محلی و نظارت بر اجرای طرح‌ها پیشنهاد می‌شود. این کارگروه می‌تواند با تقویت نقش نهادهای محلی و کاهش موازی‌کاری و هزینه‌های هماهنگی، فرایند شناسایی طرح تا تأمین مالی و نظارت را منسجم کند؛ مشروط بر پیش‌بینی مشوق‌های حقوقی و اقتصادی لازم برای مشارکت اعضا و نهادهای ذی‌ربط. همچنین موفقیت در اجرای کارزارهای تأمین مالی جمعی و جذب منابع می‌تواند به‌عنوان یکی از شاخص‌های ارزیابی عملکرد نهادهای دولتی و عمومی، ازجمله در نظام درجه‌بندی شهرداری‌ها لحاظ شود.

۶-۵. حمایت از کارزارها و استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی

- برای افزایش موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی، پیشنهاد می‌شود صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و در چارچوب بندهای «الف» و «ب» سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۴/۲۹ هیئت‌وزیران، بسته رسانه‌ای حمایتی برای کارزارها، به‌ویژه الگوهای پاداش‌محور و نیکوکارانه، طراحی و اجرا کند. برخورداری از پوشش رسانه‌ای مناسب می‌تواند دامنه معرفی طرح‌ها و دسترسی به مشارکت‌کنندگان بالقوه را افزایش دهد.
- برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های بین‌المللی در تأمین مالی طرح‌های گردشگری و میراث فرهنگی، پیشنهاد می‌شود در راستای بند «خ» ماده (۱۰۱) و جز «۳» ماده (۱۰۰) قانون برنامه هفتم پیشرفت، وزارت امور خارجه با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازوکاری برای شناسایی، معرفی و تسهیل تأمین مالی بین‌المللی طرح‌های منتخب ایجاد کند. این سازوکار می‌تواند از ظرفیت نهادهای بین‌المللی و ایرانیان خارج از کشور به‌منظور تأمین منابع طرح‌های منتخب استفاده کند.

منابع و مآخذ

[1] Brooks, C., et al. (2023). “Exploring the relationships between heritage tourism, sustainable community development and host communities’ health and wellbeing: A systematic review.” PLoS ONE 18(3): e0282319.

[2] Muštra, V., et al. (2023). “Cultural heritage sites, tourism and regional economic resilience.” Papers in Regional Science 102(3): 465-483.

[3] Folgado-Fernández, J. A. and R. Hernández-Rojas (2025). “Guest editorial: New challenges in heritage tourism and sustainable economy: is sustainability good business for the tourism sector?” Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development 15(4): 753-755.

[4] De Crescenzo, V., et al. (2023). “Searching for the crowd in sustainable tourism and leisure projects.” European Journal of Innovation Management 26(7): 110-126.

[5] Moritz, A. and J. H. Block (2016). “Crowdfunding: A literature review and research directions.” Crowdfunding in Europe: State of the art in theory and practice: 25-53.

[6] Deng, L., et al. (2022). “A literature review and integrated framework for the determinants of crowdfunding success.” Financial Innovation 8(1): 41.

[۷] محمدعلی شیرازی، مدیرعامل فرابورس ایران، بورس پرس، ۶ تیرماه ۱۴۰۵، کد خبر ۲۴۰۷۴۰.

[8] Escudero, S. B., et al. (2026). “Crowdfunding: A theory-centered review and roadmap of the multidisciplinary literature.” Journal of Management 52(1): 131-184.

[9] Rykkja, A., et al. (2020). Crowdfunding in the cultural industries. Advances in crowdfunding: Research and practice, Springer International Publishing Cham: 423-440.

[10] Finpiemonte. 2021. Financial Instruments and Innovative Financial Schemes for Cultural Heritage. INTERREG Europe Project Report. Available online: https://www.interregentral.eu/Content.Node/02.-Financial-schemes.pdf (accessed on 28 January 2021).

[11] Dalla Chiesa, C. and C. Handke (2020). "17. Crowdfunding." Handbook of cultural economics: 158.

[12] Jelinčić, D. A. and M. Šveb (2021). "Financial sustainability of cultural heritage: A review of crowdfunding in Europe." Journal of Risk and Financial Management 14(3): 101.

[13] Shneor, R., et al. (2020). Advances in crowdfunding: research and practice, Springer Nature.

[14] United Nations Development Programme(2024), Türkiye Earthquake Response: Crowdfunding Campaign for Cultural Heritage Restoration https://www.undp.org/turkiye/press-releases/undp-kicks-global-online-giving-campaign-restore-cultural-heritage-destroyed-turkiye-earthquakes.

[15] Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs(2023), https://amman-be.mfa.gov.tr/Content/assets/consulate/images/localCache/12/ee1d5a30-46df-4308-823a-c01d04edc414.pdf.

[16] Dartagnans group. https://www.dartagnans-group.com/home-en.

[17] Italymagazine(2022), https://www.italymagazine.com/featured-story/its-lending-italys-first-crowdfunding-platform-helping-save-italian-villages.

[18] Crowdfunder(2021). https://www.crowdfunder.co.uk/p/futurephm.

[19] Kickstarter(2018). https://www.kickstarter.com/projects/1419318354/hidden-histories-of-a-million-wartime-women/creator.

[20] Crowdfunder(2019). https://www.crowdfunder.co.uk/p/thepeoplesarchive.

[21] Crowdfunder(2017) https://www.crowdfunder.co.uk/p/worldgallery.

[22] ArtFund.org. https://www.artfund.org/donate/campaigns/join-together-for-museums.

[23] Crowdfunder. https://www.crowdfunder.co.uk/support-our-museums.

[24] Hispana Nostra https://crowdfunding.hispanianostra.org/restaurando-el-retablo-mayor-de-santa-eufemia-de-terradillos-de-sedano/3335.

[25] indiegogo.com. https://www.indiegogo.com/en/projects/tannercummings/cypress-resort-where-luxury-and-nature-meet#/section/project-story.

[26] indiegogo.com. https://www.indiegogo.com/en/projects/mirrorhotel/mirror-hotels-a-perfect-blend-of-nature-luxury.

[27] Crowdfundinsider.com https://www.crowdfundinsider.com/2015/09/73762-first-crowdfunded-condos-for-manhattan-aka-united-nations-raised-funds-through-aka-united-nations/.

[28] Campanyonhttps://www.campanyon.com/en?srsltid=AfmBOooqp7BGJrEcYt6U3bDCQoL8d5dZzujaHoFGM8swoQU7fXARxHLP.

[29] Interreg Central Europe(2017). MAPPING OF SUCCESSES OF CROWDFUNDING. https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/CROWD-FUND-PORT/D.T2.1.1-Mapping-of-CF-successes.pdf.

[30] CONDA.ch https://www.conda.ch/en/the-das-zelt-crowdinvesting-campaign-on-conda-is-in-full-swing/.

[۳۱]شورای عالی بورس و اوراق بهادار. (۱۳۹۷). دستورالعمل تأمین مالی جمعی.

[۳۲]مجلس شورای اسلامی. (۱۴۰۳). قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۷–۱۴۰۳).

[۳۳]هیئت‌وزیران جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۹۹). سند راهبردی توسعه گردشگری.

عنوان: بررسی کاربست تأمین مالی جمعی در طرح‌های توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی؛ تسهیل موضوع بند «ت» ماده (۸۳) قانون برنامه هفتم پیشرفت

DOI: https://doi.org/10.22034/mrc.report.22021

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_12045.html

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran



گزیده سیاستی

تأمین مالی جمعی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی، افزون‌بر تأمین منابع مالی، ابزاری برای معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری، تقویت مشارکت و انگیزه جامعه در حفاظت و توسعه آنهاست.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۵۸۵۵-۱۵۸۷۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وب سایت: rc.majles.ir