

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC ĐÓNG GÓP CHO CÁC DỰ ÁN HUY ĐỘNG VỐN CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thị Quỳnh Nga¹
Nguyễn Trâm Âu¹

TÓM TẮT

Bài viết tổng hợp các vấn đề lý thuyết cơ bản và quan trọng nhất về hình thức huy động vốn cộng đồng. Đồng thời dựa trên số liệu thu thập được từ 180 mẫu khảo sát hợp lệ, bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 nhân tố: (1) kết quả kỳ vọng, (2) nỗ lực kỳ vọng, (3) ảnh hưởng xã hội, (4) điều kiện thuận lợi, (5) niềm tin và (6) cảm nhận về sự đổi mới có tác động thuận chiều lên ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng. Bài viết cũng đề xuất một số gợi ý cho các bên có liên quan nhằm thu hút sự đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

Từ khóa: Huy động vốn cộng đồng, gọi vốn cộng đồng, huy động vốn

1. Đặt vấn đề

Huy động vốn cộng đồng là một hình thức huy động vốn mở trên Internet, đang ngày càng trở nên phổ biến. Sự phát triển mạnh mẽ của Internet cùng công nghệ đã tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch trực tuyến ngày càng mở rộng, loại bỏ dần các rào cản về mặt địa lý giữa người kêu gọi vốn và những cá nhân góp vốn. Huy động vốn cộng đồng không phải là một khái niệm mới mẻ trên thế giới. Thực tế, hình thức huy động vốn này đã bắt đầu xuất hiện từ thập niên 90, nhưng mãi đến giai đoạn 2005 - 2009 khái niệm này mới được quan tâm rộng rãi (Nguyễn Tuấn Dương và cộng sự, 2017) [1]. Huy động vốn cộng đồng được xem là cứu cánh cho các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, giúp tăng khả năng thực hiện các dự án đang ở giai đoạn đầu triển khai nhưng lại thiếu nguồn vốn hay không thể tiếp cận được các nguồn vốn vay truyền thống.

So với các nước phát triển trên thế giới, huy động vốn cộng đồng ở các nước đang phát triển chỉ đang chập chững những bước đi đầu tiên, đặc biệt là Việt Nam. Huy động vốn cộng đồng chỉ mới bắt đầu hình thành ở Việt Nam từ năm 2013 với sự ra đời của kênh huy động vốn cộng đồng IG9. Xu hướng gia tăng số lượng người dùng Internet và các giao dịch trực tuyến cùng với sự phát triển không ngừng của làn sóng khởi nghiệp ở Việt Nam chính là những động lực thúc đẩy sự mở rộng của hình thức huy động vốn mới mẻ này.

Xuất phát từ vai trò quan trọng và tiềm năng phát triển của huy động vốn cộng đồng, bài nghiên cứu tập trung tổng hợp các lý thuyết sơ khởi về hình thức huy động vốn này, đồng thời khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng, cụ thể trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Từ đó, đưa ra một số đề xuất đối với các bên chủ thể tham gia

¹Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II –
TP. Hồ Chí Minh
Email: nguyenthiquynhnga.cs2@ftu.edu.vn

nhằm nâng cao hiệu quả của các dự án huy động vốn cộng đồng.

2. Tổng quan về huy động vốn cộng đồng

2.1. Khái niệm huy động vốn cộng đồng

Theo Bradford (2012) [2], huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) là hình thức huy động vốn bằng cách kêu gọi những khoản tiền nhỏ từ một số lượng lớn các cá nhân thông qua nền tảng Internet. Hình thức này phù hợp với những cá nhân, các doanh nghiệp nhỏ và vừa mong muốn thực hiện một dự án, phát triển ý tưởng sáng tạo nhưng không có đủ nguồn vốn. Theo đó, chủ dự án sẽ đăng tải công khai trên một trang web các thông tin chi tiết về ý tưởng, kế hoạch thực hiện và những lợi ích dành cho những cá nhân góp vốn. Bất kỳ ai quan tâm đến dự án và có một khoản tiền nhàn rỗi (thường là có giá trị nhỏ) đều có thể đóng góp cho dự án thông qua các phương thức thanh toán được quy định trên trang web đó.

2.2. Đặc điểm của huy động vốn cộng đồng

Thứ nhất, có hai chủ thể chính tham gia vào quá trình huy động vốn cộng đồng: người kêu gọi vốn (hay còn gọi là chủ dự án) và người góp vốn. Hai chủ thể này tương tác với nhau thông qua nền tảng huy động vốn - một nền tảng web cung cấp môi trường tương tác giữa chủ dự án với những cá nhân góp vốn.

Thứ hai, số lượng người đóng góp tiềm năng cho dự án huy động vốn cộng đồng là rất lớn, thường được gọi là đám đông hay cộng đồng. Những cá nhân này có thể là nhà đầu tư chuyên nghiệp hoặc không.

Thứ ba, giá trị khoản vốn góp của

các cá nhân thường không quá lớn (Bradford, 2012) [2]. Nói cách khác, huy động vốn cộng đồng là một hình thức “tích tiểu thành đại”.

Thứ tư, hình thức huy động vốn này hoạt động dựa trên nền tảng web, không thông qua trung gian tài chính (Mollick, 2013) [3]. Nền tảng huy động vốn thu một khoản phí hoạt động chứ không phát sinh lợi nhuận từ các khoản vốn góp.

Thứ năm, mục đích của các dự án huy động vốn cộng đồng rất đa dạng, có thể vì lợi nhuận hoặc phi lợi nhuận. Hình thức huy động vốn này được áp dụng rộng rãi, từ các dự án từ thiện, dự án văn hóa xã hội, dự án khởi nghiệp trong nhiều lĩnh vực như phim ảnh, âm nhạc, công nghệ, nghiên cứu khoa học,...

2.3. Phân loại

Theo Chương trình Phát triển Liên Hiệp Quốc (2017) [4], huy động vốn cộng đồng có bốn hình thức chính:

- *Quyên góp từ thiện (donation-based crowdfunding)*: những cá nhân tiến hành đóng góp cho một dự án mà không đòi hỏi bất kỳ lợi ích vật chất hữu hình nào hoàn lại. Hình thức này thường áp dụng cho các dự án nghệ thuật hay dự án thiện nguyện, mang tính nhân đạo như cứu trợ thiên tai, nạn đói, giúp đỡ hoàn cảnh khó khăn,...

- *Quà tặng tri ân (reward-based crowdfunding)*: là hình thức huy động vốn cộng đồng phổ biến, trong đó, những cá nhân tài trợ cho dự án sẽ nhận được phần quà tặng phù hợp với số tiền mà họ đã đóng góp. Phần quà này thường là quà lưu niệm, quyền ưu tiên được sử dụng sản phẩm hay dịch vụ,...

- *Góp vốn cho vay (peer-to-peer or lending-based crowdfunding)*: Những cá nhân tiến hành đóng góp cho dự án

dưới dạng các khoản cho vay không có đảm bảo. Nói cách khác, những cá nhân góp vốn cho dự án là những người cho vay, còn chủ dự án là người đi vay. Sau khi dự án hoàn thành, người góp vốn sẽ nhận lại được số tiền mình đã cho vay cộng với một khoản tiền lời.

- *Góp cổ phần (equity crowdfunding)*: hình thức này tương tự như việc mua cổ phần của một công ty. Các cá nhân tiến hành góp vốn và nhận lại cổ phần. Trong trường hợp công ty có lợi nhuận, những cá nhân này sẽ nhận được lợi tức tương ứng với tỷ lệ vốn góp.

2.4. Lợi ích của huy động vốn cộng đồng

- *Dễ dàng tiếp cận nguồn vốn*: hình thức huy động vốn cộng đồng đã loại bỏ hoàn toàn các rào cản về địa lý, giúp chủ dự án tận dụng triệt để ưu thế từ việc tập hợp một số lượng lớn các nguồn vốn nhỏ lẻ. Ngoài ra, so với các kênh dẫn vốn truyền thống như ngân hàng, huy động vốn cộng đồng loại bỏ các hạn chế của quy định cho vay và quản trị rủi ro tín dụng đặc biệt đối với các khoản cho vay không có tài sản đảm bảo, cho vay cá nhân.

- *Chi phí huy động vốn thấp, không thông qua trung gian tài chính*: Cách thức huy động vốn này hầu như không mất chi phí hoặc chi phí rất thấp vì người kêu gọi vốn chỉ cần trả một khoản phí nhất định tính trên tổng giá trị huy động được.

- *Tăng độ nhận diện của dự án, marketing sản phẩm trong tương lai*: Hình thức huy động vốn cộng đồng có tính lan truyền rất lớn nhờ tận dụng ưu thế từ nền tảng Internet và hiệu ứng đám đông. Nền tảng huy động vốn cộng đồng chính là một kênh quảng cáo gần

như miễn phí cho các dự án.

- *Đánh giá tính khả thi của dự án, hỗ trợ đưa ra quyết định cho hành động tiếp theo*: huy động vốn cộng đồng giúp chủ dự án nghiên cứu, đánh giá nhu cầu của thị trường; thu nhận những phản hồi, nhận xét về sản phẩm; kiểm định mức độ khả thi và sự quan tâm của cộng đồng về dự án mà không tốn thêm chi phí cho các dịch vụ tư vấn hay nghiên cứu thị trường (Mollick, 2013) [3].

2.5. Rủi ro của huy động vốn cộng đồng

- *Rủi ro vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, ăn cắp ý tưởng*: chủ dự án cần phải đăng tải công khai trên trang web các thông tin chi tiết về dự án, mọi người dùng Internet đều có thể truy cập và theo dõi thông tin dự án. Điều này làm phát sinh những vấn đề liên quan đến bảo vệ bản quyền sở hữu trí tuệ, nguy cơ bị ăn cắp ý tưởng (Nguyễn Tuấn Dương và cộng sự, 2017) [1].

- *Rủi ro hoạt động của nền tảng huy động vốn*: Trong trường hợp nền tảng huy động vốn tạm thời không hoạt động hoặc bị đóng cửa vĩnh viễn, quá trình huy động sẽ bị gián đoạn, hay thậm chí phải hủy bỏ dự án, gây tổn thất cho các bên tham gia. Ngoài ra, các trang web huy động vốn còn đứng trước rủi ro về an toàn mạng, có nguy cơ bị tin tặc tấn công (Neelavathi và cộng sự, 2017) [5].

- *Rủi ro gian lận*: Những người góp vốn đôi mắt với rủi ro số tiền đóng góp không đến được đúng với chủ dự án cần nhận vốn, số tiền được sử dụng cho một mục đích hoàn toàn khác, hay họ không nhận lại được những lợi ích như cam kết ban đầu. Hơn nữa, những người góp vốn còn đứng trước nguy cơ bị đánh

cấp thông tin bảo mật cá nhân như thông tin liên lạc, các thông tin về tài khoản ngân hàng và thẻ tín dụng.

- *Rủi ro về chất lượng thông tin và thông tin bất cân xứng*: những người góp vốn có rất ít thông tin liên quan đến dự án, chủ yếu chỉ theo dõi qua thông tin được đăng tải công khai trên nền tảng huy động vốn. Tuy nhiên, hầu hết các nền tảng này lại không có một cơ chế thẩm định rõ ràng nhằm xác thực thông tin này có chính xác hay không.

3. Cơ sở lý luận

3.1. Một số khung lý thuyết liên quan

Thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behaviour - TPB) (Ajzen, 1991) nghiên cứu tác động của ba yếu tố: thái độ (attitude), chuẩn chủ quan (subjective norm) và kiểm soát hành vi nhận thức (perceived behavioural control) lên ý định hành vi (behavioral intention) [6].

Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM) (Davis và cộng sự, 1996) giải thích hành vi của con người trong việc chấp nhận sử dụng hệ thống thông tin (Information System - IS) [7]. Mô hình này nghiên cứu tác động của hai yếu tố chính: nhận thức sự hữu ích (perceived usefulness) và nhận thức tính dễ sử dụng (perceived ease of use) lên ý định sử dụng hệ thống thông tin.

Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ hợp nhất (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT) được Venkatesh và cộng sự xây dựng vào năm 2003 [8]. Mô hình là sự kết hợp, phát triển từ các mô hình lý thuyết khác nhau như TPB, TAM,... nhằm nghiên cứu sự chấp thuận của người dùng đối với các hệ thống thông

tin mới. Mô hình nghiên cứu tác động của bốn yếu tố chính: kết quả kỳ vọng (performance expectancy), nỗ lực kỳ vọng (effort expectancy), ảnh hưởng xã hội (social influence) và điều kiện thuận lợi (facilitating conditions). Ngoài ra, mô hình còn đề cập đến tác động của các yếu tố ngoại vi như: giới tính (gender), độ tuổi (age), kinh nghiệm (experience) và tự nguyện sử dụng (voluntariness of use).

3.2. Các nghiên cứu về ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng

Cho đến nay, đã có nhiều công trình nghiên cứu về hình thức huy động vốn cộng đồng trên thế giới, từ các nghiên cứu lý thuyết cho đến các nghiên cứu thực nghiệm về hành vi của các chủ thể tham gia. Có thể kể đến một số nghiên cứu nước ngoài tiêu biểu sau đây:

Zhao và cộng sự (2017) đã nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng dựa trên thuyết trao đổi xã hội (social exchange theory) - một lý thuyết nổi tiếng trong lĩnh vực tâm lý - xã hội học, được Homans xây dựng và phát triển năm 1958. Nhóm tác giả lần lượt nghiên cứu tác động của ba yếu tố chính: rủi ro cảm nhận (perceived risk), niềm tin (trust) và sự cam kết (commitment) lên ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng. Dựa trên kết quả khảo sát thu thập được từ 204 người góp vốn cho các dự án huy động vốn cộng đồng ở Đài Loan, nghiên cứu cho thấy, sự cam kết là yếu tố có tác động tích cực và đáng kể nhất lên ý định đóng góp [9].

Kang và cộng sự (2016) đã xây dựng mô hình nghiên cứu mối quan hệ

giữa yếu tố niềm tin (trust) và ý định đầu tư vào các dự án huy động vốn cộng đồng. Yếu tố niềm tin được phân loại thành hai dạng: niềm tin lý tính (calculus trust) và niềm tin cảm tính (relationship trust). Trong đó, niềm tin lý tính là sự tin tưởng có được dựa trên việc tính toán kỹ lưỡng, so sánh tương quan giữa lợi ích và chi phí trong việc duy trì một mối quan hệ. Ngược lại, niềm tin cảm tính là sự tin tưởng được hình thành từ quá trình tương tác lâu dài giữa các chủ thể, tạo nên sự gắn kết về mặt tình cảm, tin tưởng đôi bên. Bên cạnh đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết rằng, các đặc điểm của dự án, nền tảng huy động vốn và chủ dự án có tác động lên yếu tố niềm tin [10].

Li và cộng sự (2017) đã tiến hành nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng dưới hình thức quyên góp từ thiện ở Trung Quốc dựa trên mô hình UTAUT. Ngoài các biến trong mô hình gốc, nhóm tác giả đã nghiên cứu tác động của hai biến bổ sung là niềm tin (sense of trust) và trải nghiệm kỳ vọng (experience expectation). Dữ liệu được thu thập từ việc tiến hành khảo sát 316 người dùng trên trang web Tencent – nền tảng chuyên gây quỹ cho các dự án từ thiện ở Trung Quốc. Kết quả cho thấy, ảnh hưởng xã hội, trải nghiệm kỳ vọng và kết quả kỳ vọng là những yếu tố có tác động đáng kể nhất lên ý định đóng góp cho các dự án từ thiện thông qua nền tảng huy động vốn cộng đồng ở Trung Quốc [11].

So với thế giới, số lượng các nghiên cứu ở Việt Nam về hoạt động huy động vốn cộng đồng còn rất ít. Các nghiên cứu trong nước mới chỉ tập trung tổng hợp

các vấn đề lý thuyết xoay quanh hình thức huy động vốn này. Các nghiên cứu định lượng rất hiếm hoi và hiện chưa có một nghiên cứu chuyên sâu nào về ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng. Trên cơ sở tổng hợp và chọn lọc từ các nghiên cứu thực nghiệm trên thế giới, tác giả tiến hành xây dựng mô hình nghiên cứu định lượng các yếu tố tác động đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng phù hợp với điều kiện trong nước, cụ thể ở địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Mô hình nghiên cứu đề xuất được xây dựng dựa trên lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ hợp nhất. Ở Việt Nam, lý thuyết này chỉ mới được sử dụng để nghiên cứu ý định và hành vi trong các lĩnh vực khác như thanh toán trực tuyến, giáo dục trực tuyến,... Hiện tại, chưa có nghiên cứu nào sử dụng lý thuyết này để áp dụng vào huy động vốn cộng đồng tại Việt Nam.

4. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

4.1. Kết quả kỳ vọng

Kết quả kỳ vọng được định nghĩa là mức độ mà người góp vốn tin rằng việc đóng góp cho các dự án sẽ giúp họ đạt được những lợi ích mong muốn một khi dự án huy động vốn thành công. Đối với hình thức quyên góp từ thiện, kết quả kỳ vọng được định nghĩa là mức độ mà những người góp vốn tin rằng việc quyên góp cho các dự án sẽ giúp họ đạt được sự tự thỏa mãn, cảm giác trách nhiệm với xã hội, đóng góp những giá trị chung và trở thành một phần gắn kết của cộng đồng, được xã hội công nhận và tán thưởng (Li và cộng sự, 2017) [11]. Đối với các hình thức khác, những người góp vốn quan tâm đến những phần thưởng nhận được hay cơ hội đầu

tư cho các dự án kinh doanh với ý tưởng độc đáo, sáng tạo. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H₁: Kết quả kỳ vọng có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

4.2. Nỗ lực kỳ vọng

Nỗ lực kỳ vọng là mức độ mà một cá nhân tin rằng họ có thể dễ dàng sử dụng hệ thống công nghệ thông tin (Venkatesh và cộng sự, 2003) [8]. Trong nghiên cứu về hoạt động huy động vốn cộng đồng, nỗ lực kỳ vọng được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân có thể dễ dàng sử dụng nền tảng huy động vốn để tiếp cận thông tin dự án cũng như thực hiện các giao dịch trực tuyến để đóng góp cho dự án mà không cần tiêu tốn nhiều thời gian và công sức. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H₂: Nỗ lực kỳ vọng có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

4.3. Ảnh hưởng xã hội

Các nghiên cứu về tương tác xã hội (social interaction) cho thấy ý định và hành vi của một cá nhân chịu ảnh hưởng bởi ý kiến hay hành vi của những người xung quanh. Trong bối cảnh huy động vốn cộng đồng, ảnh hưởng xã hội được đo lường bởi sức ảnh hưởng của những người xung quanh lên ý định đóng góp của cá nhân đó (Li và cộng sự, 2017) [11]. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H₃: Ảnh hưởng xã hội có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

4.4. Điều kiện thuận lợi

Điều kiện thuận lợi là mức độ mà một cá nhân tin rằng cần có một cơ sở hạ tầng kỹ thuật và tổ chức để hỗ trợ cho việc sử dụng hệ thống thông tin

(Venkatesh và cộng sự, 2003) [8]. Trong trường hợp của huy động vốn cộng đồng, điều kiện thuận lợi được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân tin rằng cần có một hệ thống kỹ thuật, các bộ phận hỗ trợ người dùng sử dụng nền tảng huy động vốn (Moon và cộng sự, 2018) [12]. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H₄: Điều kiện thuận lợi có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

4.5. Niềm tin

Niềm tin đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập và duy trì các mối quan hệ giữa các cá nhân, bao gồm các mối quan hệ xã hội lẫn kinh tế. Đối với huy động vốn cộng đồng, một hình thức huy động vốn vẫn còn tương đối mới mẻ ở Việt Nam và tiềm ẩn nhiều rủi ro thì vai trò của niềm tin lại càng trở nên quan trọng. Niềm tin được định nghĩa là mức độ tin tưởng của người góp vốn vào tính an toàn của nền tảng huy động vốn, tính xác thực của thông tin dự án, độ uy tín của chủ dự án (Li và cộng sự, 2017) [11]. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

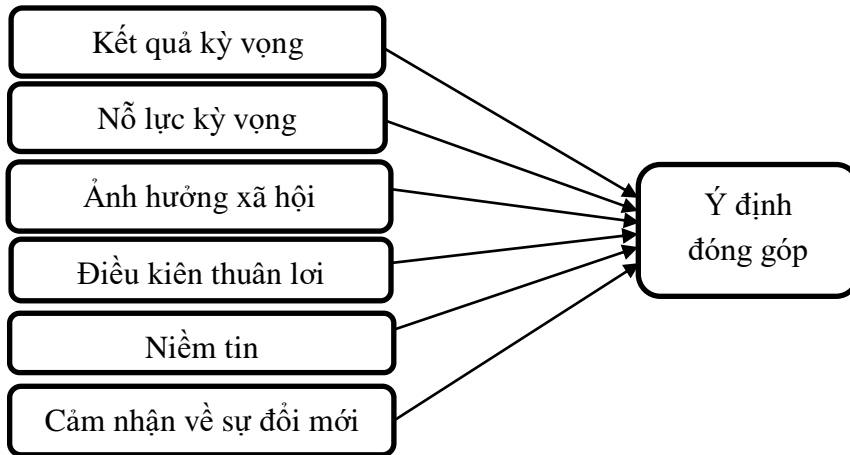
H₅: Niềm tin có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

4.6. Cảm nhận về sự đổi mới

Cảm nhận về sự đổi mới là cảm giác mới lạ của một cá nhân đối với hình thức huy động vốn thực hiện trên nền tảng công nghệ mới (Zhao và cộng sự, 2017) [9]. Li và cộng sự (2017) cũng đã từng sử dụng một khái niệm tương tự - trải nghiệm kỳ vọng (experience expectancy) để đánh giá mức độ kỳ vọng của một cá nhân về việc sử dụng công nghệ mới hay thực hiện một phương thức quyên góp mới [11]. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

H₆: Cảm nhận về sự đổi mới có tác động cùng chiều đến ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.

Dựa trên cơ sở lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu, tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu do tác giả đề xuất

5. Phương pháp nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu gồm hai giai đoạn: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu liên quan, tác giả xây

dựng thang đo nhấp và tiến hành phỏng vấn, tham khảo ý kiến của 8 người thuộc đối tượng khảo sát để sửa đổi thang đo cho phù hợp.

Bảng 1: Thang đo chính thức

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn tham khảo
Kết quả kỳ vọng		
KQ1	Tôi quan tâm đến những lợi ích mà tôi nhận được khi đóng góp cho dự án huy động vốn cộng đồng.	
KQ2	Tôi quan tâm đến mục đích của dự án huy động vốn cộng đồng có phù hợp, thiết thực và có ý nghĩa cho xã hội hay không.	Li và cộng sự (2017) [11], Moon và cộng sự (2018) [12]
KQ3	Đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng giúp tôi thể hiện trách nhiệm với xã hội, giúp đỡ người khác.	
KQ4	Tham gia vào các dự án huy động vốn cộng đồng giúp tôi xây dựng và cải thiện hình ảnh bản thân, được mọi người công nhận.	
KQ5	Tôi sẽ cảm thấy vui và thỏa mãn nếu dự án mà tôi đóng góp huy động vốn thành công.	
Nỗ lực kỳ vọng		
NL1	Tôi có thể dễ dàng biết cách sử dụng trang web huy động vốn.	Li và cộng sự (2017) [11], Moon và cộng sự (2018) [12]
NL2	Trang web có giao diện rõ ràng, dễ nhìn, dễ hiểu.	
NL3	Trang web có các tính năng dễ thao tác, dễ sử dụng.	
NL4	Tôi có thể đóng góp cho các dự án thông qua nền tảng	

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn tham khảo
	web một cách nhanh chóng và thuận tiện.	
<i>Ảnh hưởng xã hội</i>		
AH1	Gia đình, người thân ủng hộ, khuyến tôi tham gia.	Kang và cộng sự (2016) [10],
AH2	Bạn bè, đồng nghiệp ủng hộ, khuyến tôi tham gia.	
AH3	Những người tôi quen biết đã tham gia hoặc có ý định tham gia.	Li và cộng sự (2017) [11],
AH4	Dự án được chia sẻ rộng rãi và có một số lượng lớn người cùng tham gia góp vốn.	Moon và cộng sự (2018) [12]
<i>Điều kiện thuận lợi</i>		
DK1	Trang web huy động vốn có các hỗ trợ kỹ thuật giúp tôi giải quyết các sự cố phát sinh.	
DK2	Trang web huy động vốn có hệ thống thanh toán với các phương thức đa dạng.	Li và cộng sự (2017) [11],
DK3	Trang web huy động vốn có đầy đủ các kênh thông tin hỗ trợ tư vấn và liên lạc.	Moon và cộng sự (2018) [12]
DK4	Có một bộ phận quản lý hay một tổ chức đứng ra hỗ trợ, đảm bảo hoạt động của kênh huy động vốn.	
<i>Niềm tin</i>		
NT1	Số tiền mà tôi đóng góp phải được đảm bảo sử dụng đúng như cam kết.	
NT2	Hoạt động của trang web huy động vốn phải minh bạch, trung thực.	Li và cộng sự (2017) [11].
NT3	Thông tin dự án và những đánh giá của người dùng được công khai trên trang web được xác thực, đáng tin cậy.	
NT4	Thông tin cá nhân của tôi phải được bảo mật tuyệt đối.	
NT5	Chủ dự án là người có uy tín, danh tiếng.	
NT6	Chủ dự án đã từng thực hiện những dự án tương tự.	
<i>Cảm nhận về sự đổi mới</i>		
DM1	Tôi thấy rằng hình thức huy động vốn cộng đồng rất mới mẻ và thú vị.	
DM2	Tôi thích trải nghiệm những điều mới mẻ.	Li và cộng sự (2017) [11]
DM3	Tôi muốn thử trải nghiệm hình thức huy động vốn mới này.	
<i>Ý định đóng góp</i>		
YD1	Tôi sẽ đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng mà tôi cảm thấy quan tâm, hứng thú.	Kang và cộng sự (2016) [10],
YD2	Tôi sẽ đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng trong tương lai.	
YD3	Tôi sẽ kêu gọi những người khác đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng.	Moon và cộng sự (2018) [12]

Các biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ, trong đó, mức 1 ứng với “hoàn toàn không đồng ý” và mức 5 ứng với “hoàn toàn đồng ý”. Dựa trên số liệu thu thập được từ 60 mẫu hợp lệ thông qua khảo sát thử nghiệm, kết quả đánh giá sơ bộ thang đo bằng phân tích hệ số Cronbach's alpha cho thấy tất cả các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy. Bước vào giai đoạn nghiên cứu chính thức, tác giả tiến hành khảo sát người dùng Internet đang sinh sống, học tập hoặc làm việc tại thành phố Hồ Chí Minh thông qua các đơn

khảo sát trực tuyến được đăng tải trên các diễn đàn về huy động vốn cộng đồng và khởi nghiệp tại Việt Nam. Đồng thời, tác giả tiến hành kêu gọi thực hiện khảo sát thông qua thư điện tử (Gmail), Facebook và Zalo. Dữ liệu được làm sạch bằng Microsoft Excel 2016 với 180 mẫu hợp lệ và được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.

6. Kết quả nghiên cứu

6.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Một số đặc điểm nhân khẩu học của mẫu nghiên cứu được tổng hợp ở bảng 2.

Bảng 2: Bảng thống kê mô tả yếu tố nhân khẩu học của mẫu nghiên cứu

	Đặc điểm	Tần số	Phần trăm
Giới tính	Nam	96	53,3
	Nữ	84	46,7
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	17	9,44
	18 - 24 tuổi	84	46,67
	25 - 34 tuổi	55	30,56
	Từ 35 tuổi trở lên	24	23,33
Trình độ học vấn	Trung học phổ thông	19	10,56
	Trung cấp – Cao đẳng	45	25,00
	Đại học	95	52,78
	Sau đại học	17	9,44
	Khác	4	2,22
Thu nhập bình quân hàng tháng	Dưới 3 triệu đồng	68	37,78
	Từ 3 đến dưới 7 triệu đồng	39	21,67
	Từ 7 đến dưới 15 triệu đồng	54	30,00
	Từ 15 triệu đồng trở lên	19	10,56

Kết quả thống kê còn cho thấy, số người tham gia khảo sát biết đến hình thức huy động vốn cộng đồng chiếm đa số, tương ứng với 66,7%. Trong số đó, số người đã từng đóng góp cho các dự án huy động vốn theo hình thức này chỉ chiếm 38,3%, trong khi tỷ lệ người chưa từng đóng góp chiếm đến 61,7%. Số tiền sẵn lòng đóng góp cho các dự án chủ yếu ở mức dưới 200.000 VNĐ (ứng

với 35,56%) và từ 200.000 VNĐ đến dưới 500.000 VNĐ (ứng với 30%).

6.2. Phân tích hệ số Cronbach's alpha

Đối với từng thang đo, các hệ số Cronbach's alpha đều thỏa mãn điều kiện lớn hơn 0,6. Trong đó, thang đo Cảm nhận về sự đổi mới có hệ số Cronbach's alpha lớn nhất (0,874) và thang đo Ý định đóng góp có hệ số

Cronbach's alpha nhỏ nhất (0,611). Ngoài ra, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3.

Vì vậy, các thang đo được sử dụng đều có độ tin cậy chấp nhận được trong phân tích.

Bảng 3: Kết quả phân tích hệ số Cronbach's alpha

Nhân tố	Ký hiệu	Hệ số Cronbach's alpha
Kết quả kỳ vọng	KQ	0,735
Nỗ lực kỳ vọng	NL	0,816
Ảnh hưởng xã hội	AH	0,800
Điều kiện thuận lợi	DK	0,814
Niềm tin	NT	0,778
Cảm nhận về sự đổi mới	DM	0,874
Ý định đóng góp	YD	0,611

6.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Bảng 4: Kết quả phân tích EFA biến độc lập

	Nhóm nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
NT5	0,790					
NT2	0,692					
NT1	0,639					
NT3	0,639					
NT6	0,611					
NT4	0,530					
NL3		0,804				
NL2		0,742				
NL1		0,719				
NL4		0,686				
DM2			0,883			
DM1			0,847			
DM3			0,811			
DK1				0,781		
DK3				0,682		
DK2				0,675		
DK4				0,552		
AH1					0,758	
AH2					0,740	
AH4					0,700	
KQ4						0,796
KQ5						0,701
KQ2						0,571
KQ3						0,528

Sau khi phân tích EFA các biến độc lập lần 1 và lần 2, tác giả lần lượt loại bỏ các biến KQ1 và AH3 có hệ số nhân

tổ tải lớn hơn 0,5. Kết quả phân tích EFA biến độc lập lần 3 được tóm tắt ở bảng 4. Theo đó, $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ cho

thấy các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Chỉ số KMO = 0,862 > 0,5 chứng minh việc phân tích nhân tố là phù hợp. Các nhân tố được trích tại Eigenvalues bằng 1,025 > 1 và tổng phương sai trích được 64,980% > 50%. Tất cả các biến đều có hệ số nhân tố tải lớn hơn 0,5. Các biến quan sát thuộc các nhân tố ban đầu đều hội tụ, không bị xáo trộn. Ngoài ra, kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc cũng đáp

ứng đủ điều kiện để đi vào bước phân tích tiếp theo.

6.4. Phân tích tương quan Pearson

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy, các giá trị sig đều bằng 0,000 < 0,05 tức các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê. Hệ số tương quan Pearson cho thấy các biến độc lập đều có tương quan dương với biến phụ thuộc. Trong đó, biến Nỗ lực kỳ vọng (NL) có tương quan mạnh nhất ($r = 0,707$) với biến phụ thuộc (YD).

Bảng 5: Kết quả phân tích tương quan Pearson

		KQ	NL	AH	DK	NT	DM	YD
KQ	Pearson Correlation	1	,497**	,485**	,457**	,275**	,363**	,585
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
NL	Pearson Correlation	,497**	1	,398**	,439**	,178*	,398**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,017	,000	,000
AH	Pearson Correlation	,485**	,398**	1	,590**	,361**	,303**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
DK	Pearson Correlation	,457**	,439**	,590**	1	,509**	,338**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
NT	Pearson Correlation	,275**	,178*	,361**	,509**	1	,242**	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000	,017	,000	,000		,001	,000
DM	Pearson Correlation	,363**	,398**	,303**	,338**	,242**	1	,503**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001		,000
YD	Pearson Correlation	,585**	,707**	,612**	,635**	,453**	,503**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

6.5. Phân tích hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy, R^2 hiệu chỉnh đạt 71,7%, nghĩa là có

71,7% sự biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình. Kết quả phân tích

phương sai cho thấy giá trị $F = 71,158$, chứng tỏ mô hình hồi quy được xây

dựng phù hợp với bộ dữ liệu đã thu thập và có thể sử dụng được.

Bảng 6: Giá trị các hệ số hồi quy

	Beta	t	Sig.	VIF
Hệ số chặn		0,274	0,784	
KQ	0,114	0,273	0,024	1,600
NL	0,419	8,495	0,000	1,541
AH	0,198	3,804	0,000	1,716
DK	0,149	2,650	0,009	2,009
NT	0,165	3,524	0,001	1,385
DM	0,144	3,205	0,002	1,282

Giá trị sig tương ứng với từng biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05, chứng tỏ cả 6 biến độc lập đều có tác động lên biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy chuẩn hóa được viết lại như sau:

$$YD = 0,114.KQ + 0,419.NL + 0,198.AH + 0,149.DK + 0,165.NT + 0,144.DM$$

Phương trình hồi quy cho thấy, biến Nỗ lực kỳ vọng (NL) có tác động mạnh nhất lên ý định đóng góp (YD) với hệ số hồi quy lớn nhất (0,419). Ngoài ra, các hệ số hồi quy đều dương, chứng tỏ các biến độc lập đều có tác động cùng chiều đến biến phụ thuộc. Như vậy, các giả thuyết nghiên cứu đặt ra trước đó đều được chấp nhận.

Hệ số phóng đại phương sai VIF của tất cả các biến độc lập trong mô hình đều nhỏ hơn 10, chứng minh không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Ngoài ra, hệ số Durbin-Watson bằng 2,032, nằm trong khoảng giá trị từ 1 đến 3. Theo quy tắc kiểm định Durbin-Watson theo kinh nghiệm, ta kết luận rằng mô hình không có tự tương quan.

6.6. Kiểm định T-test và ANOVA phân tích ảnh hưởng của các biến nhân khẩu học

Kết quả kiểm định T-test và ANOVA trong phân tích ảnh hưởng của các biến nhân khẩu học cho thấy không có sự khác biệt về trung bình đối với biến đo lường ý định đóng góp cho các dự án huy động vốn cộng đồng giữa nam và nữ, giữa các nhóm tuổi, các nhóm trình độ học vấn và các nhóm thu nhập bình quân hàng tháng.

7. Một số kiến nghị và đề xuất

7.1. Đối với chủ dự án

- Xây dựng kế hoạch thực hiện dự án:

Chủ dự án cần lưu ý đến phân khúc những cá nhân góp vốn tiềm năng mà mình nhắm đến, tiến hành phân loại hình thức và tính chất của dự án. Một dự án kêu gọi vốn cần nêu rõ mục đích, ý tưởng, sản phẩm, thời gian huy động, số vốn mục tiêu cần huy động, kế hoạch thực hiện phân bổ tài chính sau khi huy động đủ số vốn và lợi ích dành cho những cá nhân góp vốn. Các lợi ích có thể được phân thành các mức độ khác nhau. Mỗi hạng mức sẽ tương ứng với gói lợi ích nhất định và mức đóng góp cao hơn sẽ bao hàm lợi ích của mức

thấp hơn. Việc phân thành nhiều hạng mức cho phép người góp vốn có thể đóng góp một số tiền phù hợp với lợi ích mong muốn. Ngoài ra, chủ dự án cũng cần đặc biệt lưu ý đến việc sử dụng ngôn ngữ và hình thức trình bày dự án như sử dụng hình ảnh, video, infographic,... để minh họa.

- Lựa chọn nền tảng huy động vốn hợp lý: Chủ dự án cần lựa chọn nền tảng huy động vốn phù hợp dựa trên tính chất và hình thức dự án. Ở Việt Nam, các hình thức phổ biến là quyên góp từ thiện và quà tặng tri ân. Tiếp đến, chủ dự án cần xác định được các trang web chuyên huy động vốn cộng đồng cho các dự án thuộc lĩnh vực nào.

Bảng 7: Các nền tảng huy động vốn cộng đồng ở Việt Nam

STT	Nền tảng	Hình thức	Lĩnh vực
1	Comicola	Quà tặng tri ân	Sách truyện
2	Betado	Quà tặng tri ân	Âm nhạc, sách truyện
3	Fundstart	Quà tặng tri ân	Công nghệ, âm nhạc, sách truyện, phim ảnh, đồ chơi
4	Fundingvn	Quà tặng tri ân	Dự án khởi nghiệp
5	Kindmate	Quyên góp từ thiện	Dự án từ thiện, vì cộng đồng

Chủ dự án cần nghiên cứu kỹ về mức phí hoạt động phải đóng cho trang huy động vốn. Ngoài ra, chủ dự án cần quan tâm đến uy tín, chất lượng, các thiết kế về giao diện và tính năng của trang web. Việc lựa chọn một trang web có uy tín, cam kết cụ thể về nghĩa vụ và trách nhiệm sẽ đảm bảo được số tiền huy động đến được tay chủ dự án, đồng thời dễ gây dựng niềm tin từ phía công chúng.

- Truyền thông, xây dựng niềm tin đối với dự án: Trong mô hình huy động vốn cộng đồng, phần lớn những cá nhân góp vốn không phải là những nhà đầu tư chuyên nghiệp, không có đủ kinh nghiệm để có thể đánh giá đúng tiềm năng của dự án dưới góc độ kinh tế. Do đó, các cá nhân góp vốn có xu hướng quan tâm đến những thông tin cá nhân của chủ dự án, để từ đó đưa ra quyết định tài trợ. Xuất phát từ thực tế này,

chủ dự án nên công khai thông tin cá nhân (tên tuổi, trình độ học vấn, nghề nghiệp,...), đồng thời, liệt kê các hoạt động hay giải thưởng, thành tựu từng đạt được nhằm nâng cao uy tín trước công chúng. Ngoài ra, chủ dự án có thể tận dụng các phương thức truyền thông bằng cách quảng bá thông tin dự án trên các trang mạng xã hội lớn (Facebook và Zalo), các diễn đàn, blog, các trang báo lớn có các nội dung liên quan đến huy động vốn cộng đồng, hoạt động khởi nghiệp. Trong giai đoạn đầu quảng bá dự án, chủ dự án nên tận dụng các mối quan hệ xung quanh như người thân, bạn bè, đồng nghiệp để mở rộng độ bao phủ thông tin dự án.

7.2. Đối với các đơn vị cung cấp nền tảng công nghệ huy động vốn cộng đồng

- Phát triển các tính năng, thiết kế giao diện: Giao diện cần phải thân thiện

với người dùng, đảm bảo tính điều hướng, hỗ trợ trình bày thông tin, cập nhật tiến độ dự án một cách chi tiết và sinh động bằng cách sử dụng hình ảnh hay video minh họa. Bên cạnh đó, các nền tảng huy động vốn cần chú trọng đến các tính năng và tiện ích bổ sung, đặc biệt là tính năng thanh toán trực tuyến với nhiều hình thức đa dạng như chuyển khoản ngân hàng, các ứng dụng thanh toán thông qua ví điện tử,... Các trang web nên xây dựng hệ thống thanh toán tích hợp trên website, người dùng có thể dễ dàng góp vốn bằng cách bấm nút “Ủng hộ” trên giao diện để góp vốn. Ngoài ra, nền tảng huy động vốn nên chú trọng phát triển tính năng tư vấn và xử lý sự cố, xây dựng hệ thống ghi nhận phản hồi của những cá nhân đã từng tham gia góp vốn. Các trang web cũng cần cân nhắc xây dựng thêm các ngôn ngữ hiển thị thông dụng trên thế giới như tiếng Anh, tiếng Trung,...

- **Xây dựng khung chính sách hoạt động:** Hiện tại, hệ thống pháp luật Việt Nam chưa có quy định chính thức nào điều chỉnh hoạt động huy động vốn cộng đồng. Các nội dung liên quan đến hình thức này mới chỉ được đề cập trong Dự thảo Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa 2016 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Xuất phát từ thực trạng trên, trước mắt, các nền tảng huy động vốn cộng đồng cần xây dựng một khung chính sách hoạt động, quy định rõ ràng về trách nhiệm và quyền lợi của các bên, cơ chế giải quyết vi phạm hay tranh chấp. Cụ thể, các trang huy động vốn phải hoàn thiện quy trình xét duyệt,

phân loại dự án theo các tiêu chí nhất định, xây dựng hội đồng thẩm định chất lượng dự án. Nền tảng huy động vốn cần quy định cụ thể về cách thức thanh toán trực tuyến, cơ chế hoàn tiền cho người góp vốn khi dự án huy động thất bại và chuyển giao số vốn huy động được trong trường hợp thành công. Ngoài ra, các nền tảng huy động vốn cộng đồng cần bổ sung cơ chế giám sát sau khi số vốn góp chuyển đến tay chủ dự án nhằm xác thực số tiền có được sử dụng đúng như cam kết ban đầu hay không.

- **Truyền thông, xây dựng niềm tin đối với nền tảng huy động vốn:** Các nền tảng huy động vốn nên chú trọng vào truyền thông trên các trang mạng xã hội (Facebook, Zalo), các trang báo lớn, các diễn đàn khởi nghiệp,... Các trang huy động vốn có thể xây dựng các nhóm, cộng đồng trên mạng xã hội để dễ dàng tương tác với người dùng, cập nhật các thông tin liên quan đến hoạt động huy động vốn. Ngoài ra, các nền tảng huy động vốn nên hình thành và duy trì các mối quan hệ lâu dài với chủ dự án cũng như cộng đồng người góp vốn cho những dự án đã huy động vốn thành công nhằm mục đích xây dựng và mở rộng tệp người dùng cơ sở. Một cách thức khác để truyền thông là hợp tác với các tổ chức có uy tín, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động mang tính chất lan truyền cao. Tiêu biểu như, trang huy động vốn cộng đồng Comicola đã đứng ra tổ chức cuộc thi “Thế giới ước mơ” - cuộc thi sáng tác truyện tranh dành cho tác giả trẻ lớn

nhất Việt Nam hiện nay. Mặt khác, bài toán niềm tin còn có thể được giải quyết bằng cách tìm kiếm tổ chức đứng sau đảm bảo cho hoạt động của nền tảng huy động vốn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Tuấn Dương và Võ Hoàng Kim An (2017), “Huy động vốn cộng đồng – cơ hội cho doanh nghiệp khởi nghiệp”, *Tạp chí Thông tin khoa học và công nghệ - STIFO*, số 7-2017, trang 10-11
2. Bradford C. S. (2012), “Crowdfunding and the Federal Securities Laws”, *Columbia Business Law Review*, Vol 2012, pp. 1-150
3. Mollick E.R. (2013), “The dynamics of crowdfunding: An exploratory study”, *Journal of Business Venturing*, vol. 29(1), pp 1-16
4. Chương trình Phát triển Liên Hiệp Quốc - UNDP (2017), “Crowdfunding”, http://www.undp.org/content/dam/sdfinance/doc/Crowdfunding%20_%20UNDP.pdf, (truy cập ngày 25/08/2018)
5. Neelavathi K. and Chavali S. (2017), “A Study on Crowd Funding as a new concept of raising capital”, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, vol. 3, pp. 61-66
6. Ajzen I. (1991), “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50(2), pp. 179-211
7. Davis F. and Venkatesh V. (1996), “A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance mode: three experiments”, *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 45, issue 1, pp. 19-45
8. Venkatesh V., Morris M.G., Davis G.B. and Davis F.D. (2003), “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View”, *MIS Quarterly*, vol. 27, issue 3, pp. 425-478
9. Zhao Q., Chen C.D., Wang J.L. and Chen P.C. (2017), “Determinants of backers’ funding intention in crowdfunding: Social exchange theory and regulatory focus”, *Telematics and Informatics*, vol. 34, issue 1, pp. 370-384
10. Kang M., Gao Y., Wang T. and Zheng H. (2016), “Understanding the determinants of funders’ investment intentions on crowdfunding platforms: A trust-based perspective”, *Industrial Management & Data Systems*, vol. 116, issue 8, pp.1800-1819
11. Li Y.Z., He T.L., Song Y.R., Yang Z. and Zhou R.T. (2017), “Factors impacting donors’ intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model”, *Information Communication and Society*, vol. 21(4), pp. 1-12
12. Moon Y. and Hwang J. (2018), “Crowdfunding as an Alternative Means for Funding Sustainable Appropriate Technology: Acceptance Determinants of Backers”, *Sustainability MDPI*, vol. 10(5), pp. 1456

**FACTORS AFFECTING FUNDING CROWDFUNDING PROJECTS
IN HO CHI MINH CITY****ABSTRACT**

The purpose of this paper is to summarize the most important and fundamental theoretical issues of crowdfunding. Based on data collected from 180 valid survey samples, the paper examines the factors influencing the intention to fund crowdfunding projects in Ho Chi Minh city. The results show that all six factors: (1) performance expectancy, (2) effort expectancy, (3) social influence, (4) facilitating conditions, (5) sense of trust, (6) perceived innovation are significantly correlated with intention of crowdfunding projects. This study also makes some suggestions for relevant parties to improve the efficiency of crowdfunding projects.

Keywords: *Crowdfunding, crowdfunding projects, funding*

(Received: 4/1/2019, Revised: 25/2/2019, Accepted for publication: 12/5/2020)