

واکاوی نقش سرمایه اجتماعی در فرایند تامین مالی با رویکرد فکتورینگ (خرید دین)

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:	هدف: فکتورینگ یا خرید دین به‌عنوان یکی از ابزارهای نوین تامین مالی، نقش مهمی در بهبود نقدینگی، کاهش ریسک و پایداری مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط دارد. با این حال، توسعه این ابزار در ایران با موانع نهادی، اطلاعاتی و رفتاری متعددی مواجه است. این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد حیاتی مؤثر بر فکتورینگ (خرید دین) و ارائه مدل مفهومی جدیدی تحت عنوان الماس فکتورینگ انجام شده است.
مقاله پژوهشی	
تاریخ دریافت:	روش پژوهش: پژوهش حاضر از نوع آمیخته اکتشافی بوده و در دو مرحله کیفی و کمی اجرا شده است. در مرحله کیفی، با انجام مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ نفر از خبرگان حوزه مالی، بانکی و کارآفرینی، داده‌ها گردآوری و با روش تحلیل مضمون، ۱۵ عامل حیاتی شناسایی شد. در مرحله کمی، این عوامل با استفاده از روش بهترین و بدترین وزن‌دهی و اولویت‌بندی گردید. تحلیل نهایی یافته‌ها به طراحی یک مدل پنج‌بعدی منجر شد که ابعاد اجتماعی، نهادی-حقوقی، فناورانه، رفتاری-سازمانی و اقتصادی را دربرمی‌گیرد.
تاریخ بازنگری:	یافته‌ها: نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی بالاترین وزن را در میان عوامل مؤثر بر فکتورینگ دارد و به‌عنوان مؤلفه مرکزی در تعاملات مالی و گردش اطلاعات ایفای نقش می‌کند. پس از آن، نظام اعتبارسنجی، ویژگی‌های فروشنده/طلبکار و ویژگی‌های فکتور در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. همچنین زیرساخت‌های قانونی و فناورانه، ویژگی‌های بدهکار و عوامل اجتماعی و فرهنگی، نقش‌های تکمیلی و میانجی دارند. وزن پایین عوامل فقهی و صنعتی نیز نشان می‌دهد که موانع اصلی توسعه فکتورینگ در ایران ماهیتی نهادی، اطلاعاتی و اعتمادمحور دارند نه ساختاری یا فقهی.
تاریخ پذیرش:	نتیجه‌گیری: پژوهش حاضر با ارائه مدل الماس فکتورینگ، چشم‌اندازی تازه برای تحلیل ابعاد مؤثر بر فکتورینگ در ایران فراهم می‌سازد. در این مدل، سرمایه اجتماعی به‌عنوان محور مرکزی عمل کرده و سایر ابعاد را به یکدیگر پیوند می‌دهد. با توجه به فقدان مدل‌های مفهومی جامع در حوزه خرید دین، این پژوهش می‌تواند خلأ موجود در ادبیات پژوهشی را پوشش داده و مبنایی برای ارتقای سیاست‌گذاری، اعتمادسازی، توسعه فناوری مالی و بهبود کاربست ابزارهای تامین مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط باشد.
تاریخ انتشار:	
کلیدواژه‌ها:	فکتورینگ خرید دین تامین مالی سرمایه اجتماعی عوامل حیاتی الماس فکتورینگ

استناد:

<http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران.

مقدمه

تأمین مالی همواره یکی از چالش‌های بنیادین بنگاه‌های اقتصادی، به‌ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط و کسب‌وکارهای کارآفرینانه محسوب می‌شود. این بنگاه‌ها اگرچه نقشی محوری در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و پویایی نظام‌های اقتصادی دارند، اما به دلیل محدودیت در دسترسی به منابع مالی سنتی، اغلب با مشکلات نقدینگی و موانع تأمین سرمایه مواجه‌اند (کلپر، ۲۰۰۶؛ خیمنز و همکاران، ۲۰۲۳). یکی از کانونی‌ترین ابعاد این چالش، مدیریت سرمایه در گردش و به‌ویژه مدیریت حساب‌های دریافتی است. فروش نسبه به‌عنوان ابزار افزایش فروش و رقابت در بازار، اگرچه مزایایی دارد، اما باعث انباشت مطالبات و فشار بر نقدینگی می‌شود و در نهایت پایداری مالی بنگاه‌ها را تهدید می‌کند.

در این میان، فکتورینگ یا خرید دین به‌عنوان یکی از روش‌های نوین تأمین مالی، راهکاری کارآمد برای رفع محدودیت نقدینگی و بهبود جریان وجوه نقد محسوب می‌شود. در این فرآیند، بنگاه اقتصادی مطالبات خود را به مؤسسات مالی واگذار کرده و در ازای آن، وجه نقد فوری دریافت می‌کند. این ابزار علاوه بر تأمین نقدینگی، خدماتی چون مدیریت وصول مطالبات، ارزیابی ریسک اعتباری و کاهش هزینه‌های مبادله را نیز فراهم می‌سازد (باکر و همکاران، ۲۰۰۴؛ مول‌گومز و همکاران، ۲۰۱۸). با وجود اثربخشی فکتورینگ در بهبود عملکرد مالی بنگاه‌ها و کاهش شکست‌های کارآفرینانه، در ایران این سازوکار هنوز جایگاه مناسبی در نظام تأمین مالی پیدا نکرده است.

یکی از علل اصلی این وضعیت، نادیده‌گرفتن نقش سرمایه اجتماعی در فرآیند توسعه و پذیرش ابزارهای نوین مالی است. سرمایه اجتماعی، به‌عنوان شبکه‌ای از روابط اعتماد، هنجارهای همکاری و تعاملات اجتماعی، نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات و تسهیل اعتماد بین بنگاه‌ها و مؤسسات مالی دارد و می‌تواند به بهبود دسترسی به منابع مالی و نوآوری‌های مالی کمک کند (ناهوویت و گوشال، ۱۹۹۸؛ کال و همکاران، ۲۰۲۲). این دیدگاه با پژوهش‌های اخیر نیز تأیید می‌شود؛ برای مثال، مطالعات نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی می‌تواند دسترسی به منابع مالی و نوآوری را تقویت کند و نقش مثبتی در رشد بنگاه‌ها ایفا نماید (فانگیدای و همکاران، ۲۰۲۳). همچنین شواهد تجربی در مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی با بهبود دسترسی به منابع مالی و توسعه مالی در سطح بنگاهی و کشوری مرتبط است (چن و همکاران، ۲۰۲۳؛ والی، ۲۰۲۳). وجود سرمایه اجتماعی بالا می‌تواند اعتماد میان فعالان اقتصادی و مؤسسات مالی را افزایش داده، زمینه پذیرش و گسترش ابزارهایی مانند فکتورینگ و سایر نوآوری‌های مالی را فراهم کند؛ به‌طوری که نقش سرمایه اجتماعی در بهبود دسترسی مالی و عملکرد بنگاه‌ها در ادبیات تأکید شده است (کیکجاسیوات^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). در مقابل، ضعف سرمایه اجتماعی و بی‌اعتمادی نهادی، مانعی جدی در مسیر شکل‌گیری و توسعه بازار کارآمد فکتورینگ در ایران محسوب می‌شود (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۶).

بررسی ادبیات نشان می‌دهد که پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر ابعاد فنی، حقوقی یا اقتصادی فکتورینگ تمرکز داشته‌اند و کمتر به نقش میانجی و تسهیل‌گر سرمایه اجتماعی در توسعه این ابزار مالی پرداخته‌اند (ژائو و ژو، ۲۰۲۴؛ سیرادجودین و عارف، ۲۰۲۱). این موضوع یک شکاف نظری آشکار را نشان می‌دهد، زیرا پیوند میان سرمایه اجتماعی و کارکرد ابزارهای تأمین مالی نوین هنوز به‌صورت نظام‌مند بررسی نشده است. از منظر شکاف عملی نیز، علی‌رغم تلاش‌های پراکنده برای بومی‌سازی فکتورینگ در چارچوب بانکداری اسلامی، هنوز الگویی بومی، یکپارچه و مبتنی بر تعاملات اجتماعی و اعتماد نهادی برای اجرای اثربخش آن در ایران طراحی نشده است. بر این اساس، مسئله اصلی این پژوهش آن است که:

¹ Cull

² Fanggidae

³ Chen

⁴ Walle

⁵ Kijkasiwat

ابعاد حیاتی موثر در فرآیند تأمین مالی از طریق فکتورینگ کدام‌اند؟

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی اکتشافی (کیفی، کمی) و استفاده از روش مصاحبه و تصمیم‌گیری چندمعیاره بهترین - بدترین (BWM)، در پی شناسایی و تبیین ابعاد اثرگذار فکتورینگ با تأکید بر سرمایه اجتماعی است. انتظار می‌رود نتایج این تحقیق ضمن پرکردن خلأ نظری موجود در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و تأمین مالی نوین، به ارائه الگویی بومی و منطبق با اصول بانکداری اسلامی منجر شود که بتواند دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به منابع مالی را تسهیل کرده، اعتماد بین نهادهای مالی و بخش خصوصی را تقویت کند و در نهایت، کارایی نظام مالی کشور را ارتقا دهد.

مبانی نظری

برای تحلیل ابعاد حیاتی تأمین مالی از طریق فکتورینگ، پژوهش حاضر بر سه حوزه نظری کلیدی تکیه دارد: ساختار سرمایه، مدیریت سرمایه در گردش، و اعتبار تجاری.

در نخستین حوزه، ساختار سرمایه به ترکیب منابع مالی بلندمدت شرکت شامل بدهی و حقوق صاحبان سهام اشاره دارد که برای تأمین مالی دارایی‌ها و فعالیت‌های بنگاه به‌کار می‌رود. نقطه آغاز مطالعات مدرن در این زمینه، نظریه مشهور مودیلیانی و میلر (۱۹۵۸، ۱۹۶۳) است که بیان می‌کند در شرایط بازار کامل، ارزش شرکت مستقل از ساختار سرمایه است؛ اما با در نظر گرفتن مالیات، استفاده از بدهی به دلیل ایجاد سپر مالیاتی می‌تواند ارزش شرکت را افزایش دهد. در ادامه، نظریه ترجیحی با تکیه بر مفهوم عدم تقارن اطلاعاتی، سلسله‌مراتبی از منابع مالی را برای شرکت‌ها ترسیم می‌کند و توضیح می‌دهد چرا بنگاه‌های سودآور معمولاً ابتدا از منابع داخلی، سپس از بدهی، و در نهایت از انتشار سهام جدید استفاده می‌کنند (مایر، ۱۹۸۴). این دیدگاه کمک می‌کند تا رفتار شرکت‌ها در بهره‌گیری از ابزارهای جایگزین تأمین مالی همچون فکتورینگ، به‌ویژه در شرایط محدودیت دسترسی به منابع مالی سنتی، بهتر درک شود. در دومین حوزه، مدیریت سرمایه در گردش به‌عنوان عامل حیاتی پایداری مالی بنگاه‌ها، خصوصاً کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مطرح است. شاخص چرخه تبدیل وجه نقد که شامل دوره وصول مطالبات، دوره نگهداری موجودی و دوره پرداخت بدهی‌هاست، معیاری اساسی برای ارزیابی کارایی مدیریت سرمایه در گردش محسوب می‌شود. ریچارد و لاگین (۱۹۸۰) نشان دادند که تکیه صرف بر نسبت‌های ایستای نقدینگی می‌تواند گمراه‌کننده باشد و استفاده از شاخص‌های پویا مانند گردش بستانکاران و بدهکاران، تصویر دقیق‌تری از سلامت مالی بنگاه ارائه می‌دهد. در این چارچوب، فکتورینگ با کوتاه‌کردن دوره وصول مطالبات، نقش مؤثری در کاهش چرخه تبدیل وجه نقد و بهبود نقدینگی بنگاه‌ها دارد. در سومین حوزه نظری، یعنی اعتبار تجاری، نظریه مزیت اطلاعاتی تأمین‌کنندگان مطرح می‌شود. این نظریه بیان می‌کند که تأمین‌کنندگان نسبت به بانک‌ها از مزیت اطلاعاتی بیشتری درباره مشتریان خود برخوردارند، زیرا از طریق روابط مستمر و تعاملات عملیاتی، شناخت عمیق‌تری از ریسک اعتباری آن‌ها دارند (فونتاین و ژائو، ۲۰۲۱). به‌واسطه این مزیت اطلاعاتی، تأمین‌کنندگان می‌توانند حتی به شرکت‌هایی که از منظر بانک‌ها پرریسک تلقی می‌شوند، اعتبار ارائه دهند. فکتورینگ با خرید مطالبات ناشی از این اعتبار تجاری، حلقه ارتباطی میان تأمین‌کننده، بنگاه و نهاد مالی را تکمیل کرده و به تأمین‌کنندگان امکان می‌دهد با اطمینان بیشتری به ارائه اعتبار ادامه دهند.

در مجموع، فکتورینگ را می‌توان نقطه تلاقی نظریه‌های ساختار سرمایه، مدیریت سرمایه در گردش و اعتبار تجاری دانست. این ابزار از یک‌سو به‌عنوان شیوه‌ای نوین برای تأمین مالی خارج از ترازنامه، و از سوی دیگر به‌عنوان مکانیزمی برای بهبود جریان نقدی، کاهش ریسک اعتباری، و افزایش انعطاف مالی بنگاه‌ها عمل می‌کند. بدین ترتیب، فکتورینگ می‌تواند با بهینه‌سازی ساختار مالی و ارتقای پایداری عملیاتی، نقش مؤثری در توسعه زیست‌بوم کارآفرینی ایفا نماید.

فکتورینگ (خرید دین) یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی است که در سال‌های اخیر، به‌ویژه برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، به‌عنوان راهکاری مؤثر در مدیریت نقدینگی و سرمایه در گردش مورد توجه قرار گرفته است (کالپر، ۲۰۰۶؛ فیتیریانی و همکاران، ۲۰۲۱). در این فرایند، شخص ثالثی همچون بانک یا مؤسسه مالی، مطالبات مدت‌دار یک دائن را با مبلغی کمتر از ارزش اسمی آن خریداری می‌کند. ارزش اسمی، همان مبلغ درج‌شده در اسناد تجاری یا اوراق بدهی است که میزان دین را مشخص می‌کند.

ماهیت اصلی قرارداد فکتورینگ، انتقال مطالبات از دائن اصلی به خریدار جدید (فکتور) است تا از طریق این انتقال، نقدینگی سریع برای بنگاه فراهم شود و جریان مالی آن بهبود یابد، به‌ویژه در شرایطی که وصول مطالبات با تأخیر یا ریسک نکول مواجه است (الشاعر، ۲۰۲۲؛ یوسف و منصور، ۲۰۲۴). در این قرارداد، معمولاً دو طرف اصلی وجود دارند: دائن یا فروشنده دین (که طلبکار اولیه است) و خریدار دین (مؤسسه مالی یا بانک). در برخی موارد، بدهکار نقشی مستقیم در قرارداد ندارد و صرفاً پس از انتقال مطالبات، پرداخت خود را به خریدار جدید انجام می‌دهد.

فکتورینگ علاوه بر تأمین نقدینگی فوری، مجموعه‌ای از خدمات مالی و مدیریتی را نیز ارائه می‌دهد؛ از جمله مدیریت حساب‌های دریافتی، ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان، و پوشش ریسک نکول. این ویژگی‌ها باعث شده است فکتورینگ به ابزاری کارآمد برای بنگاه‌هایی تبدیل شود که با محدودیت دسترسی به منابع مالی سنتی (مانند وام‌های بانکی) مواجه‌اند. از این منظر، فکتورینگ می‌تواند نقش مهمی در بهبود جریان وجوه نقد، افزایش توان رقابتی، و ارتقای عملکرد عملیاتی بنگاه‌ها ایفا کند.

مطالعات پیشین بیانگر آن است که موفقیت و اثربخشی فکتورینگ وابسته به مجموعه‌ای از عوامل محیطی و درونی است؛ از جمله چارچوب قانونی و مقرراتی، زیرساخت‌های فناوری، فرهنگ سازمانی، کیفیت روابط بین بنگاه‌ها، و سطح اعتماد نهادی (فیتیریانی و همکاران، ۲۰۲۱). این نکته نشان می‌دهد که توسعه فکتورینگ تنها به اصلاح ساختارهای مالی محدود نمی‌شود، بلکه نیازمند اعتماد، همکاری و سرمایه اجتماعی میان فعالان اقتصادی است تا پذیرش و کارایی این ابزار در زیست‌بوم کارآفرینی افزایش یابد.

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش در زمینه فکتورینگ و تأمین مالی بنگاه‌ها، چه در ایران و چه در سایر کشورها، بیانگر ماهیتی چندبعدی و پیچیده است که ریشه در عوامل قانونی، اقتصادی، فناورانه، سازمانی، فرهنگی و نهادی دارد. مرور مطالعات داخلی و خارجی در این زمینه نه تنها به درک بهتر چالش‌ها و فرصت‌های توسعه فکتورینگ در زیست‌بوم کارآفرینی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند مسیر طراحی سازوکارهای بومی و کارآمد تأمین مالی را نیز روشن سازد؛ سازوکارهایی که در آن نقش اعتماد، تعاملات بین‌بنگاهی و سرمایه اجتماعی به‌عنوان بستر نرم توسعه مالی مورد توجه قرار گیرد.

در ایران، تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهند که هرچند ضرورت به‌کارگیری فکتورینگ در نظام تأمین مالی کشور احساس می‌شود، اما عوامل قانونی، فرهنگی و ساختاری مانع از گسترش آن بوده‌اند. رستگار و مراوجی (۱۴۰۳) دریافتند که فکتورینگ معکوس می‌تواند ریسک نکول تأمین‌کنندگان مالی در زنجیره تأمین را کاهش داده و دسترسی آنان به منابع مالی را بهبود بخشد. احمدوند و ناصرپور (۱۳۹۹) با ارائه الگویی برای تأمین مالی مبتنی بر اوراق خرید دین و مباحثه، نشان دادند که مدل‌های مبتنی بر خرید دین نسبت به سایر روش‌های اسلامی از اولویت بالاتری در بهبود گردش نقدینگی برخوردارند. همچنین، کردکتولی و همکاران (۱۳۹۹) با رویکرد زمینه‌بنیان، عوامل قانونی، فرهنگی، ساختاری و ضعف اعتماد نهادی را از مهم‌ترین موانع توسعه ابزارهای مالی اسلامی برشمردند. احمدی و دژدار (۱۳۹۵) نیز تأکید کردند که اوراق خرید دین می‌تواند الگویی کارآمد برای بهبود سرمایه در گردش بنگاه‌ها محسوب شود. در مجموع، نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فقدان زیرساخت‌های حقوقی مناسب، ضعف سرمایه اجتماعی و بی‌اعتمادی نهادی از عوامل کلیدی در عقب‌ماندگی فکتورینگ در ایران است.

در سطح بین‌المللی، مطالعات گسترده‌تری به بررسی نقش فکتورینگ در تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. کالپر (۲۰۰۶) نشان داد که فکتورینگ با پیوند دادن اعتبار به حساب‌های دریافتی، به تأمین‌کنندگان پرریسک امکان می‌دهد ریسک را به مشتریان با اعتبار بالاتر منتقل کنند. باکر و همکاران (۲۰۰۴) نیز در بررسی کشورهای اروپای شرقی نشان دادند که فکتورینگ می‌تواند نقش مکمل نظام بانکی را در کشورهایی که زیرساخت مالی ضعیف‌تری دارند، ایفا کند. دو (۲۰۱۸) تأکید کرد که سیاست‌گذاران در کشورهای آسه‌آن باید موانع قانونی، فرهنگی و فناورانه را برای توسعه این ابزار شناسایی و رفع کنند.

با ظهور فناوری‌های مالی (FinTech)، فکتورینگ نیز دچار تحول بنیادین شده است. یوسف و منصور (۲۰۲۴) نشان دادند که ادغام فناوری‌های دیجیتال با مدل‌های نوآورانه کسب‌وکار موجب کاهش هزینه‌های اجرایی، افزایش شفافیت و بهبود نقدینگی بنگاه‌های کوچک و متوسط شده است. در همین راستا، پژوهش‌هایی چون بوتمین (۲۰۲۴)، الاسرق (۲۰۱۹) و الفریشی (۲۰۱۹) بر اهمیت فکتورینگ اسلامی تأکید کرده‌اند و معتقدند که رعایت اصول شریعت می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش داده و ریسک‌های اعتباری را کاهش دهد. همچنین، نینا و همکاران (۲۰۲۱)، تیان (۲۰۲۰) و کولیس و ژو (۲۰۲۱) نشان داده‌اند که انتخاب استراتژی مناسب فکتورینگ و طراحی مدل‌های بهینه تصمیم‌گیری می‌تواند کارایی زنجیره تأمین و عملکرد مالی شرکت‌ها را ارتقا دهد.

با جمع‌بندی یافته‌های داخلی و بین‌المللی، می‌توان گفت فکتورینگ ابزاری مؤثر برای بهبود جریان نقدی، کاهش ریسک اعتباری و افزایش انعطاف مالی بنگاه‌ها است؛ اما نقش سرمایه اجتماعی در این فرآیند کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در حالی که روابط اعتمادآمیز، شبکه‌های تعاملی و همکاری میان بنگاه‌ها و مؤسسات مالی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه بازار فکتورینگ و افزایش پذیرش آن باشد، اغلب مطالعات پیشین بر جنبه‌های فنی و قانونی تمرکز داشته‌اند و به ابعاد نهادی و اجتماعی تأمین مالی توجه کافی نکرده‌اند.

از این‌رو، شکاف نظری عمده در ادبیات پژوهش، فقدان تبیین نظام‌مند از نقش سرمایه اجتماعی در فرآیند تأمین مالی از طریق فکتورینگ است. از منظر عملی نیز، نبود مدل‌های بومی مبتنی بر اعتماد نهادی و اصول بانکداری اسلامی، مانع به‌کارگیری گسترده این ابزار در زیست‌بوم کارآفرینی ایران شده است. بر همین اساس، پژوهش حاضر با تمرکز بر واکاوی نقش سرمایه اجتماعی در فرآیند تأمین مالی با رویکرد فکتورینگ، در پی پرکردن این شکاف نظری و ارائه الگویی بومی، کارآمد و منطبق با واقعیت‌های اقتصادی و نهادی ایران است تا بتواند دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به منابع مالی را تسهیل و پایداری فعالیت‌های کارآفرینانه را تقویت کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ (خرید دین) انجام شده و از نظر هدف، کاربردی است. از حیث روش‌شناسی، پژوهش در زمره مطالعات آمیخته اکتشافی قرار می‌گیرد و در دو فاز مجزا اما به‌هم‌پیوسته کیفی و کمی اجرا شده است. منطق استدلال پژوهش ترکیبی از رویکردهای استقرایی و قیاسی است؛ بدین معنا که در ابتدا، از طریق تحلیل داده‌های کیفی، ابعاد و مؤلفه‌های اصلی شناسایی شده و سپس این ابعاد در فاز کمی، اولویت‌بندی و اعتبارسنجی گردیده‌اند. در فاز نخست پژوهش که با تمرکز بر شناسایی ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ (خرید دین) انجام شد، از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان استفاده گردید. جامعه آماری این بخش شامل کارآفرینان، مدیران مالی و کارشناسان فعال در حوزه بانکداری اسلامی و تأمین مالی نوین بود. انتخاب مشارکت‌کنندگان به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس معیارهایی از جمله سابقه علمی و حرفه‌ای مرتبط با فکتورینگ و تأمین مالی، تجربه عملی در حوزه‌های مالی و کارآفرینی، و آشنایی نظری با سازوکارهای بانکداری اسلامی انجام شد. به‌منظور تضمین تنوع دیدگاه‌ها، خبرگان از زمینه‌های حرفه‌ای متفاوت (مالی، کارآفرینی

و ترکیبی از هر دو) انتخاب شدند. فرآیند انجام مصاحبه‌ها تا دستیابی به اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت؛ به گونه‌ای که مصاحبه‌های نهایی منجر به استخراج مفهوم یا مقوله جدیدی نشد. در مجموع، با ۱۵ نفر از خبرگان مصاحبه انجام گرفت که این تعداد با توجه به ماهیت کیفی پژوهش و تحقق اشباع نظری، کفایت لازم را دارا بوده است. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این تحلیل در چند گام نظام‌مند شامل: آشنایی عمیق با داده‌ها از طریق مطالعه و بازخوانی مکرر متن مصاحبه‌ها، استخراج و کدگذاری مفاهیم اولیه، گروه‌بندی کدهای مشابه و شکل‌دهی مفاهیم فرعی، شناسایی و پالایش مضامین اصلی، بازبینی و اصلاح روابط میان مضامین، و در نهایت تدوین ساختار نهایی مضامین به‌عنوان ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ انجام شد. به‌منظور افزایش اعتبار یافته‌ها، از بازبینی مضامین توسط چند پژوهشگر و تطبیق دیدگاه خبرگان استفاده گردید. نتایج این فاز، مبنای طراحی و اجرای فاز دوم پژوهش قرار گرفت.

در فاز دوم پژوهش که با رویکرد کمی و با هدف اولویت‌بندی ابعاد شناسایی شده انجام شد، از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره بهترین و بدترین استفاده گردید (رضایی، ۲۰۱۶). جامعه آماری این مرحله شامل خبرگان حوزه مالی و کارآفرینی بود که ۱۵ نفر از آنان در این فاز مشارکت داشتند. با توجه به ماهیت خبرگانی روش بهترین و بدترین، تمرکز این مرحله بر کیفیت و دقت قضاوت‌های تخصصی بوده و استفاده از نمونه‌های محدود اما متخصص، مطابق با ادبیات روش‌شناسی این روش صورت گرفته است. در اجرای روش بهترین و بدترین، ابتدا مجموعه معیارهای تصمیم‌گیری بر اساس نتایج فاز کیفی تعیین شد. سپس خبرگان مهم‌ترین (بهترین) و کم‌اهمیت‌ترین (بدترین) معیارها را مشخص کردند. در ادامه، مقایسه‌های زوجی معیارها نسبت به معیارهای بهترین و بدترین با استفاده از مقیاس ۱ تا ۹ انجام گرفت. در نهایت، با به‌کارگیری مدل‌های بهینه‌سازی، وزن نهایی هر معیار محاسبه و نرخ سازگاری مقایسات ارزیابی شد تا از اعتبار نتایج اطمینان حاصل گردد. کلیه محاسبات و تحلیل‌های عددی این بخش با استفاده از نرم‌افزار اکسل انجام شد. اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. اطلاعات مشارکت‌کنندگان

معیار	زیرمعیار	فقط مالی		فقط کارآفرینی		هر دو		کل	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
تحصیلات	کارشناسی و کمتر	۰	۰	۰	۰	۱	۲۵	۱	۷
	کارشناسی ارشد	۵	۵۰	۰	۰	۰	۰	۵	۳۳
	دکتری	۵	۵۰	۱	۱۰۰	۳	۷۵	۹	۶۰
تجربه	زیر ۱۰ سال	۱	۱۰	۰	۰	۰	۰	۱	۷
	۱۱ تا ۲۰ سال	۰	۰	۱	۵۰	۰	۰	۱	۷
	بالای ۲۰ سال	۹	۹۰	۱	۵۰	۳	۱۰۰	۱۳	۸۶

به منظور تبیین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و تخصصی خبرگان مشارکت‌کننده در پژوهش، جدول (۱) اطلاعات مربوط به سطح تحصیلات و سابقه کاری آن‌ها را به تفکیک حوزه تخصصی (مالی، کارآفرینی و ترکیبی از هر دو) ارائه می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، از مجموع ۱۵ خبره، ۶۰ درصد دارای مدرک دکتری و ۳۳ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد هستند که نشان‌دهنده سطح بالای دانش تخصصی نمونه پژوهش است. تنها یک نفر دارای مدرک کارشناسی یا کمتر بوده که آن هم در گروه خبرگان دارای تجربه ترکیبی مالی و کارآفرینی قرار داشته است. از نظر سابقه کاری، ۸۶ درصد خبرگان دارای بیش از ۲۰ سال تجربه حرفه‌ای بوده‌اند که این امر بیانگر عمق تجربی و عملی دیدگاه‌های ارائه‌شده است. تنها دو نفر دارای سابقه کاری کمتر از ۲۰ سال بوده‌اند که آن‌ها نیز از تحصیلات عالی و تجربه تخصصی مرتبط برخوردار بوده‌اند. از منظر حوزه تخصصی، خبرگان

به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که تنوع دیدگاه‌ها تضمین شود؛ به طوری که بخشی از نمونه صرفاً دارای تخصص مالی، بخشی دارای تخصص کارآفرینی، و بخشی دارای تجربه هم‌زمان در هر دو حوزه بوده‌اند. این ترکیب هدفمند امکان بررسی مسئله پژوهش از زوایای متفاوت نظری و عملی، از جمله ملاحظات مالی و کارآفرینانه (و در مواردی مالی اسلامی)، را فراهم کرده است. در مجموع، توزیع تحصیلات، سابقه کاری و حوزه تخصصی خبرگان نشان می‌دهد که نمونه پژوهش، علی‌رغم محدودیت عددی، از نظر کیفیت، تنوع و تناسب با هدف پژوهش در سطح مطلوبی قرار دارد.

یافته های پژوهش

پس از کدگذاری مقالات تعداد ۲۰۰ کد اولیه بدست آمد که با حذف کدهای تکراری و ادغام کدهای مشابه نهایتاً ۱۵ کد ثانویه حاصل شد. در ادامه برشی از فرایند کدگذاری و تحلیل اولیه گزاره‌های کلامی ارائه شده است (جدول ۲).

جدول ۲. برشی از کدگذاری اولیه

کد اولیه	گزاره کلامی
وضعیت مالی شرکت و نیازش به نقدینگی	هرچی فشار نقدی بیشتر باشه، تمایلش به فکتورینگ هم بیشتره.
آشنایی با ابزارهای مالی نو	بعضی شرکت‌ها اصلاً نمی‌دونن همچین امکانی وجود داره.
کیفیت رابطه با خریدارها	وقتی خریدار خوش حساب باشه، شرکت فاکتورینگ هم راحت‌تر وارد معامله می‌شه.
شفافیت حساب‌ها و گزارش‌های مالی	هرچی اطلاعات روشن‌تر، ریسک کمتر.
اعتماد	و در نهایت، اعتماد متقابل بین طرف‌ها؛ بدون اعتماد، هیچ مدلی جواب نمی‌ده
ویژگی خریدار	اگه خریدار خوش حساب نباشه، عملاً کل سیستم فکتورینگ زیر سؤال می‌ره.
ویژگی خریدار	اعتبار مالی و سابقه پرداخت. همکاری در فرآیند تأیید فاکتورها و انتقال مطالبات. ثبات مالی و مدیریتی.
ویژگی شرکت فاکتورینگ	در کل هرچی خریدار منظم‌تر و شفاف‌تر باشه، شرکت فاکتورینگ راحت‌تر به فروشنده اعتماد می‌کنه.
ویژگی شرکت فاکتورینگ	شرکت فاکتورینگ باید به ترکیب از توان مالی، فناوری و تخصص باشه. یعنی هم ابزار ارزیابی ریسک خوب داشته باشه، هم منابع مالی کافی برای خرید مطالبات، هم تیم حقوقی قوی برای تنظیم قراردادهای، و هم به پلتفرم دیجیتال برای انجام سریع و امن تراکنش‌ها.
اعتمادسازی	از همه مهم‌تر، باید بتونه بین طرفین اعتمادسازی کنه، چون فکتورینگ بدون اعتماد، عملاً غیرممکنه.
شفافیت	به‌نظرم وقتی نقش و ریسک هرکسی شفاف باشه، همکاری راحت‌تر شکل می‌گیره.
فناوری	اما وقتی اطلاعات پنهان بشه، یا یکی از طرف‌ها بخواد سود بیشتری ببره، تضاد منافع پیش میاد.
ویژگی‌های صنعت	بهترین راهش اینه که به مدل تقسیم ریسک و سود مشخص طراحی بشه، مثلاً با قراردادهای هوشمند یا سازوکارهای شفاف دیجیتال که جای تفسیر مبهم نذاره.
شرایط فکتورینگ	فکتورینگ بیشتر برای صنایعی مناسبه که فروششون نسیه‌ست و دوره وصول مطالبات طولانی دارن، مثل ساخت‌وساز، نفت و گاز، یا ماشین‌آلات صنعتی.
شرایط فرهنگی	هرچی زنجیره مالی طولانی‌تر و رقابت بیشتر باشه، نیاز به فکتورینگ پررنگ‌تر میشه
نگاه دینی	یکی از چالش‌های ما تو ایران، مسئله اعتماد و شفافیت مالیه. خیلی از بنگاه‌ها هنوز با ابزارهای مدرن مالی راحت نیستن، یا گزارش‌های مالی شفاف ارائه نمی‌دن.
فناوری و زیرساخت	از طرفی، بعضی‌ها نگاه شرعی یا ذهنی خاصی به بدهی و خرید دین دارن.
فرهنگ سازی و سواد مالی نوین	اما اگه فرهنگ مالی مدرن‌تر بشه، شفافیت بالا بره و دولت هم حمایت کنه، فکتورینگ می‌تونه خیلی سریع جا بیفته.
	فناوری: بدون پلتفرم دیجیتال، مدل بومی جواب نمی‌ده.
	فرهنگ و آموزش: مدیران بنگاه‌ها باید یاد بگیرن چطور از فکتورینگ استفاده کنن و ارزش نترسن. در کل، مدل بومی ایران باید به تلفیق هوشمند از فین‌تک، شریعت اسلامی و واقعیت‌های بازار داخلی باشه.

به منظور متراکم سازی کدهای اولیه، این موارد در قالب ابعاد حیاتی به عنوان کدهای ثانویه دسته‌بندی شدند که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ (خرید دین)

نمونه کدهای اولیه	منبع	فراوانی	کد ثانویه
خوش‌نامی، منظم، اعتبار	P1-P15	۱۵	ویژگی‌های بدهکار
ساختار، داده‌محوری، شفافیت مالی	P1-P15	۱۵	ویژگی‌های طلبکار
تحلیلگری، تأمین نقدینگی، پلتفرم	P1-P15	۱۵	ویژگی‌های فکتور
تعادل منافع، هم‌راستایی انگیزشی، توازن ریسک	P3, P4, P7, P9-P12, P14, P15	۹	منافع طرفینی
حمایت قانونی، سیاست‌گذاری، نقش دولت	P1, P9, P10, P12, P15	۵	حمایت و نظارت دولتی
الزامات قانونی، حقوقی، جایگاه قانونی	P1-P15	۱۵	زیرساخت قانونی و حقوقی
شریعت‌محوری، سازگاری فقهی، نگاه دینی	P1, P5-P7, P9-P15	۱۰	عوامل فقهی
نهادسازی، حقوقی و حکمرانی	P1, P3, P4, P5, P7, P10, P11, P12, P13, P14, P15	۱۱	نهادسازی
الزامات فناورانه: امضای دیجیتال، تسویه بین‌بانکی	P1-P15	۱۵	زیرساخت‌های فناورانه
سواد مالی، آموزش، مدل ذهنی	P1, P2, P4-P15	۱۳	سواد مالی
صنایع پروژه‌ای، جریان نقدی کند، قایت شدید	P1-P15	۱۵	ویژگی‌های صنعت
وضعیت مالی شرکت / نیاز نقدینگی / ثبات مالی	P1, P2	۲	ثبات اقتصادی
رتبه‌بندی اعتباری، سیستم اعتبارسنجی	P2-P15	۱۴	نظام اعتبارسنجی
شفافیت اطلاعاتی، تقارن داده، سابقه اعتباری	P1-P15	۱۵	سرمایه اجتماعی
اعتماد و اعتمادسازی شخصی/نهادی	P1-P15	۱۵	عوامل اجتماعی فرهنگی
نگرش سنتی، ترس از شفافیت	P1-P15	۱۵	عوامل اجتماعی فرهنگی

به‌منظور بررسی پایایی و اعتباربخشی به پژوهش از رویکرد نرخ توافق بین دو کدگذار استفاده شده است، برای محاسبه‌ی پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، محقق از یک همکار پژوهشی دیگر استفاده می‌کند. در این مرحله پژوهشگر و یکی از همکاران پژوهشی، به‌صورت جداگانه به کدگذاری متن چند مصاحبه پرداختند و نرخ سازگاری ۷۸ درصد حاصل شد و بدین‌وسیله، پایایی بین کدگذاران در این پژوهش تأیید گردید. در ادامه به‌منظور اولویت‌بندی ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ در روش بهترین-بدترین استفاده شد که گام‌های اجرایی آن پیشتر توضیح داده شد. در این بخش ابتدا مجموعه‌ای از معیارها که حاصل بخش قبلی هستند به عنوان معیار تصمیم انتخاب شدند و به هر کدام از این معیارها نمادی نسبت داده شد. در این پژوهش ابعاد حیاتی تأمین مالی فکتورینگ در قالب ۱۵ عامل یا معیار تعیین شدند (جدول ۴).

جدول ۴. معیارهای تصمیم ابعاد فکتورینگ

نماد	معیار	نماد	معیار	نماد	معیار
C1	ویژگی‌های بدهکار	C6	زیرساخت قانونی و حقوقی	C11	ویژگی‌های صنعت
C2	ویژگی‌های طلبکار	C7	عوامل فقهی	C12	ثبات اقتصادی
C3	ویژگی‌های فکتور	C8	نهادسازی	C13	نظام اعتبارسنجی
C4	منافع طرفینی	C9	زیرساخت‌های فناورانه	C14	سرمایه اجتماعی
C5	حمایت و نظارت دولتی	C10	سواد مالی	C15	عوامل اجتماعی فرهنگی

در نهایت در جدول ۵ اولویت‌بندی معیارهای موثر در تأمین مالی از طریق فکتورینگ (خرید دین) بر اساس نظر خبرگان با روش بهترین بدترین ارائه شده است.

جدول ۵. اولویت‌بندی معیارها بر اساس وزن

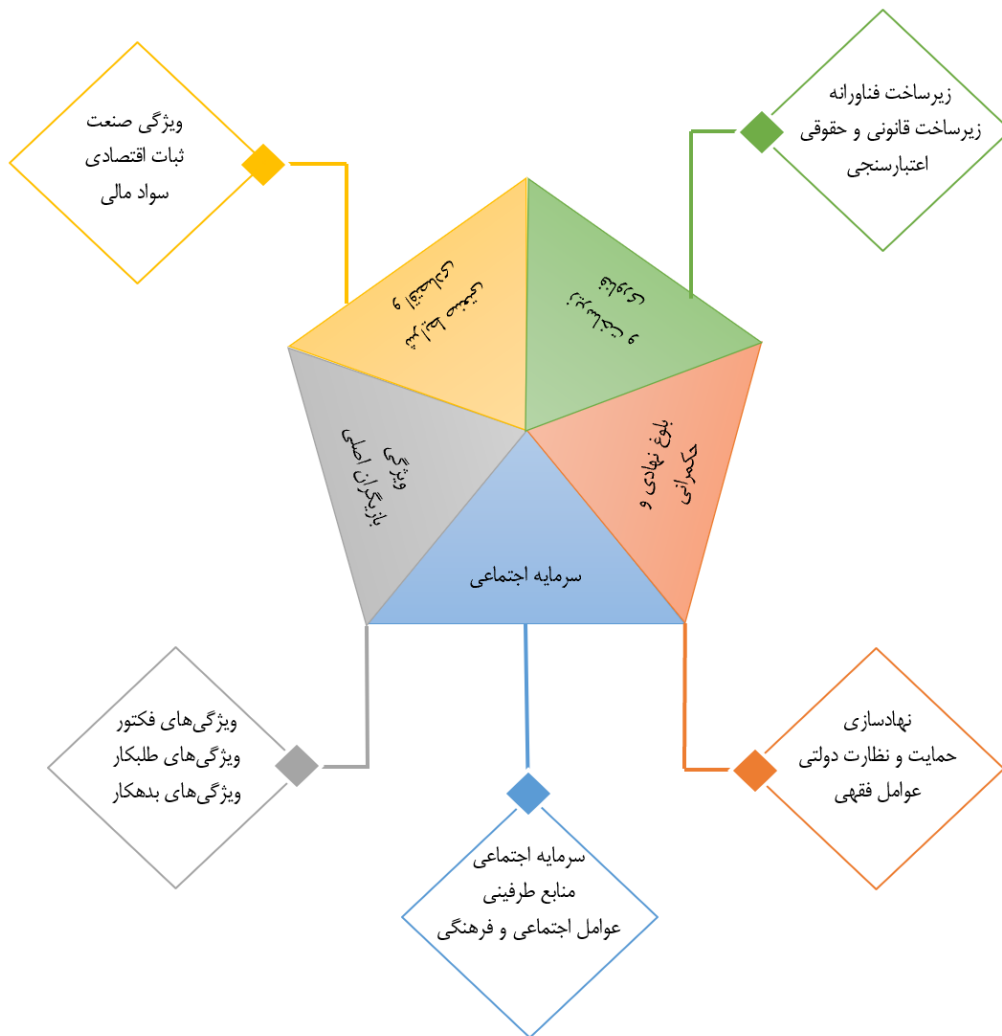
وزن	نماد	معیار	وزن	نماد	معیار
۰/۰۷۲	C9	زیرساخت‌های فناورانه	۰/۰۷۳	C1	ویژگی‌های بدهکار
۰/۰۶۵	C10	سواد مالی	۰/۰۷۶	C2	ویژگی‌های طلبکار
۰/۰۵۹	C11	ویژگی‌های صنعت	۰/۰۷۵	C3	ویژگی‌های فکتور
۰/۰۵۸	C12	ثبات اقتصادی	۰/۰۵۵	C4	منافع طرفینی
۰/۰۷۶	C13	نظام اعتبارسنجی	۰/۰۵۹	C5	حمایت و نظارت دولتی
۰/۰۸۲	C14	سرمایه اجتماعی	۰/۰۷۳	C6	زیرساخت قانونی و حقوقی
۰/۰۷۳	C15	عوامل اجتماعی فرهنگی	۰/۰۳۹	C7	عوامل فقهی
-	-	-	۰/۰۶۶	C8	نهادسازی

جدول ۵، نشان‌دهنده وزن نسبی ۱۵ معیار شناسایی شده در مطالعه است که بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل بهترین و بدترین برای ارزیابی عوامل حیاتی مؤثر بر فاکتورینگ در ایران است. نتایج نشان می‌دهد که در میان ابعاد حیاتی مؤثر بر به کارگیری فکتورینگ (خرید دین)، سرمایه اجتماعی با وزن ۰/۰۸۲ بالاترین اهمیت را به خود اختصاص داده است و به عنوان اثرگذارترین مؤلفه در فرایند تامین مالی از طریق فکتورینگ شناخته می‌شود. پس از آن، نظام اعتبارسنجی با وزن ۰/۰۷۶، ویژگی‌های طلبکار با وزن ۰/۰۷۶ و ویژگی‌های فکتور با وزن ۰/۰۷۵ از جمله عوامل کلیدی با وزن بالا هستند که نقش تعیین کننده‌ای در اعتمادسازی، ارزیابی ریسک و کارآمدی فرایند فکتورینگ دارند.

ابعادی مانند ویژگی‌های بدهکار با وزن ۰/۰۷۳، زیرساخت قانونی و حقوقی با وزن ۰/۰۷۳، عوامل اجتماعی فرهنگی با وزن ۰/۰۷۳ و زیرساخت‌های فناورانه با وزن ۰/۰۷۲ نیز اهمیت قابل توجهی داشته و نشان می‌دهند که محیط نهادی، فرهنگی و فنی کشور تأثیر مستقیم بر اثربخشی این ابزار تامین مالی دارد. وزن نسبتاً مناسب نهادسازی با وزن ۰/۰۶۶ و سواد مالی با وزن ۰/۰۶۵ نیز بیانگر آن است که توسعه ساختارهای حمایتی و ارتقای توان مالی فعالان اقتصادی می‌تواند زمینه‌ساز گسترش استفاده از فکتورینگ باشد.

عواملی همچون ویژگی‌های صنعت با وزن ۰/۰۵۹، حمایت و نظارت دولتی با وزن ۰/۰۵۹ و ثبات اقتصادی با وزن ۰/۰۵۸ نیز نشان می‌دهند که شرایط کلان اقتصادی و سیاست‌گذاری‌ها بر پذیرش این ابزار مؤثرند. در نهایت، عوامل فقهی با وزن ۰/۰۳۹ کمترین وزن را داشته‌اند که نشان می‌دهد اگرچه این بعد در نظام مالی ایران اهمیت دارد، اما نسبت به سایر عوامل نقش کمتری در ارزیابی گزینه فکتورینگ ایفا می‌کند. به طور کلی، یافته‌ها بیانگر آن است که ابعاد اجتماعی و نهادی، به ویژه سرمایه اجتماعی، بیشترین اهمیت را در موفقیت فکتورینگ دارند و در کنار آن، اعتبارسنجی و ویژگی‌های طرفین معامله نیز نقش تعیین کننده‌ای ایفا می‌کنند. همچنین در ارتباط با نرخ سازگاری، تمام اعداد بدست آمده برای * χ^2 کمتر از ۰/۱ بود که نشان دهنده سازگاری و پایایی مقایسات انجام شده می‌باشد. نهایتاً مدل این تحقیق در قالب الماس فکتورینگ به صورت زیر ارائه می‌گردد:

^۱ BWM (Best–Worst Method)



شکل ۱. ابعاد حیاتی اثرگذار در فکتورینگ بر اساس مدل الماس فکتورینگ

به‌منظور رفع ابهام در خصوص ارتباط میان ابعاد مختلف مؤثر بر توسعه فکتورینگ و پاسخ به خلأ موجود در تبیین مفهومی مدل، در این پژوهش از یک چارچوب شماتیک تحت عنوان «مدل الماس فکتورینگ» استفاده شده است. این مدل، با الهام از رویکردهای سیستمی، مجموعه‌ای از عوامل درون‌زا و برون‌زا را که به‌صورت هم‌زمان بر کارایی و توسعه فکتورینگ اثر می‌گذارند، در قالب پنج بُعد اصلی به تصویر می‌کشد. نخستین بُعد مدل، ویژگی‌های ذی‌نفعان است که شامل سه بازیگر اصلی فرایند تامین مالی فکتورینگ، یعنی فاکتور، بدهکار و طلبکار می‌شود. این بُعد ناظر بر عواملی نظیر خوش‌نامی، اعتبار، ساختارمندی، داده‌محوری، شفافیت مالی، تحلیلگری و تأمین نقدینگی است. ویژگی‌های ذی‌نفعان نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری ریسک‌های اعتباری، عملیاتی و حقوقی دارند و به‌عنوان یکی از ارکان محوری مدل، با سایر ابعاد الماس در تعامل مستقیم قرار می‌گیرند. بُعد دوم، سرمایه اجتماعی است که عواملی همچون اعتماد، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و عوامل فرهنگی را در بر می‌گیرد. سرمایه اجتماعی از طریق کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های مبادله، بستر لازم برای همکاری میان ذی‌نفعان و پذیرش ابزار فکتورینگ را فراهم می‌سازد و به‌ویژه در اقتصادهایی با ضعف زیرساخت‌های رسمی، نقش مکمل نهادهای حقوقی ایفا می‌کند. بُعد سوم، بلوغ نهادی و حکمرانی است که بیانگر میزان حمایت و نظارت دولت، کیفیت سیاست‌گذاری، ثبات نهادی و کارآمدی ساختارهای حاکمیتی است. وجود حکمرانی مؤثر و نهادهای پایدار، شرط لازم برای توسعه بازارهای مالی و اجرای موفق قراردادهای فکتورینگ محسوب می‌شود و نبود آن می‌تواند حتی در صورت فراهم‌بودن سایر شرایط، اثربخشی این ابزار مالی را محدود سازد.

چهارمین بُعد، زیرساخت‌ها را شامل می‌شود که ناظر بر قوانین تجاری، نظام قضایی، قابلیت اجرای قراردادها و زیرساخت‌های اعتباری و فناوری است. از آنجا که فکتورینگ ماهیتی مبتنی بر انتقال مطالبات و اجرای تعهدات قراردادی دارد، کارآمدی این زیرساخت‌ها نقشی بنیادین در کاهش ریسک و افزایش جذابیت این ابزار ایفا می‌کند. پنجمین بُعد مدل، ویژگی‌های صنعت و ثبات اقتصادی است که به ساختار صنعت، سطح رقابت، میزان نوسانات اقتصادی و درجه سواد مالی فعالان اقتصادی اشاره دارد. این بُعد نشان می‌دهد که شرایط کلان اقتصادی و ویژگی‌های بخشی، چگونه بر تقاضا برای فکتورینگ و امکان‌پذیری عملی آن اثرگذار است و بدین ترتیب، ارتباط «ویژگی‌های صنعت» با مدل الماس به صورت شفاف تبیین می‌شود. در مجموع، مدل الماس فکتورینگ با ارائه یک چارچوب یکپارچه و بصری، ارتباط میان ابعاد مختلف و عوامل محیطی را به صورت شفاف تبیین کرده و زمینه لازم برای درک بهتر نتایج تجربی پژوهش را فراهم می‌سازد.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه فکتورینگ در شرکت‌های کوچک و متوسط ایران بیش از هر چیز متأثر از عوامل اجتماعی، نهادی و ساختاری است. بر اساس نتایج تحلیل، سرمایه اجتماعی با بالاترین وزن (۰/۰۸۲) مهم‌ترین بعد حیاتی مؤثر بر کارکرد فکتورینگ محسوب می‌شود. این یافته با مطالعات بین‌المللی و داخلی مرتبط با نقش اعتماد، شبکه‌های ارتباطی و هنجارهای همکاری هم‌خوان است. همان‌گونه که زارعی‌متین و همکاران (۱۳۹۶) نیز اشاره کرده‌اند، افزایش سرمایه اجتماعی موجب ارتقای شفافیت، کاهش عدم‌اطمینان و تسهیل تبادلات مالی می‌شود. در واقع، بدون سطحی از اعتماد سازمانی و بین‌سازمانی، ارتباط میان فروشنده، خریدار و مؤسسه فکتورینگ شکل نمی‌گیرد و کارایی این ابزار به شدت کاهش می‌یابد.

در رتبه بعد، نظام اعتبارسنجی، ویژگی‌های طلبکار/فروشنده و ویژگی‌های فکتور قرار دارند که نشان می‌دهد فرآیند فکتورینگ در ایران به شدت وابسته به کیفیت اطلاعات، رفتارهای مالی شفاف و توانایی ارزیابی دقیق ریسک است. این نتیجه با پژوهش‌هایی مانند کالپر (۲۰۰۶) و یوسف و منصور (۲۰۲۴) همسوست که تأکید کرده‌اند نبود داده‌های معتبر و سیستم‌های سنجش اعتباری توسعه‌یافته، یکی از مهم‌ترین موانع انتشار ابزارهای تأمین مالی زنجیره تأمین است.

از سوی دیگر، ویژگی‌های بدهکار، زیرساخت‌های قانونی و حقوقی، عوامل اجتماعی فرهنگی و زیرساخت‌های فناورانه با وزن‌های نزدیک به یکدیگر در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که توسعه فکتورینگ علاوه بر اطلاعات و اعتماد، به محیطی ساختارمند، قانون‌مند و فناورانه نیاز دارد. پژوهش‌هایی همچون دو (۲۰۱۸) و باکر و همکاران (۲۰۰۴) نیز نشان داده‌اند که کشورهایی با چارچوب‌های حقوقی قوی، فناوری‌های مالی توسعه‌یافته و فرهنگ مالی پیشرفته، بیشترین بهره را از فکتورینگ برده‌اند.

در مقابل، ویژگی‌های صنعت و ثبات اقتصادی و حمایت و نظارت دولتی با وجود اهمیت، نقش کم‌اهمیت‌تری نسبت به ابعاد اجتماعی و نهادی ایفا کرده‌اند. هرچند این ابعاد وزن کمتری داشته‌اند، اما نباید نقش غیرمستقیم آن‌ها در شکل‌گیری انتظارات فعالان اقتصادی، پیش‌بینی‌پذیری محیط کسب‌وکار و تنظیم مقررات پشتیبان را نادیده گرفت. همچنین عوامل فقهی کمترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند که نشان می‌دهد در حوزه خرید دین، چالش‌های اصلی بیشتر به ساختار نهادی و اجرایی مرتبطاند تا الزامات فقهی. این یافته با مطالعاتی همچون الفریشی (۲۰۱۹) و کردکتولی و همکاران (۱۳۹۹) همسوست که نشان می‌دهند در بازارهای اسلامی، مسائل اجرایی و ساختاری معمولاً موانع مهم‌تری از چالش‌های فقهی هستند.

به طور کلی، نتایج این پژوهش بر این نکته تأکید دارد که توسعه فکتورینگ در زیست بوم مالی و کارآفرینی ایران مستلزم تقویت سرمایه اجتماعی، ارتقای نظام اعتبارسنجی، شفافیت اطلاعات مالی و نهادسازی مؤثر است. این مؤلفه‌ها می‌توانند ضمن کاهش ریسک اعتباری و هزینه‌های تأمین مالی، به افزایش نقدینگی و پایداری مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط کمک کنند (ازنب و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که ضعف نظام اعتبارسنجی، نبود زیرساخت‌های قانونی شفاف و ناپایداری سیاست‌های اقتصادی از موانع اصلی گسترش این ابزار در کشور هستند.

یافته‌های این پژوهش دارای پیامدهای مهمی برای سیاست‌گذاران، نهادهای مالی و بنگاه‌های اقتصادی است و نشان می‌دهد که توسعه فکتورینگ در ایران مستلزم رویکردی چندسطحی و هماهنگ میان ذی‌نفعان مختلف است. با توجه به وزن بالای عوامل اجتماعی، نهادی و ساختاری، تمرکز صرف بر ملاحظات مالی یا فقهی نمی‌تواند به توسعه پایدار این ابزار منجر شود.

برای دولت و نهادهای سیاست‌گذار، نتایج پژوهش بر ضرورت نهادسازی و ایجاد زیرساخت‌های اعتمادساز تأکید دارد. طراحی و استقرار یک نظام اعتبارسنجی یکپارچه و ملی که اطلاعات بنگاه‌ها، بدهکاران و سوابق پرداخت را به صورت شفاف و قابل اتکا در اختیار نهادهای مالی قرار دهد، می‌تواند نقش کلیدی در کاهش ریسک اعتباری ایفا کند. همچنین، تکمیل و شفاف‌سازی چارچوب‌های قانونی مرتبط با خرید دین، انتقال مطالبات و اجرای قراردادهای همراه با ایجاد یا تقویت یک نهاد تنظیم‌گر تخصصی در حوزه فکتورینگ، می‌تواند به استانداردسازی رویه‌ها و افزایش اعتماد فعالان اقتصادی کمک کند. ثبات سیاست‌های اقتصادی و مقرراتی نیز، هر چند وزن کمتری در مدل داشته، اما به صورت غیرمستقیم در شکل‌گیری انتظارات و کاهش نااطمینانی محیط کسب‌وکار نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

برای بانک‌ها، مؤسسات مالی و شرکت‌های فکتورینگ، نتایج نشان می‌دهد که موفقیت این ابزار بیش از هر چیز به کیفیت ارزیابی ریسک و مدیریت اطلاعات وابسته است. سرمایه‌گذاری در توسعه مدل‌های اعتبارسنجی پیشرفته، استفاده از داده‌های بزرگ و بهره‌گیری از فناوری‌های مالی نظیر هوش مصنوعی و فین‌تک می‌تواند دقت ارزیابی بدهکاران و طلبکاران را افزایش دهد. همچنین، تقویت سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد روابط بلندمدت، شفاف و مبتنی بر اعتماد با مشتریان، می‌تواند هزینه‌های نظارت و اجرای قرارداد را کاهش داده و مزیت رقابتی پایداری برای نهادهای مالی ایجاد کند. توجه به آموزش تخصصی نیروی انسانی در حوزه فکتورینگ و طراحی محصولات متناسب با ویژگی‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز از دیگر الزامات مدیریتی است.

برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، یافته‌ها نشان می‌دهد که بهره‌مندی مؤثر از فکتورینگ مستلزم ارتقای شفافیت مالی، بهبود نظام حسابداری و تقویت اعتبار تجاری است. بنگاه‌هایی که اطلاعات مالی منسجم، رفتار پرداخت منظم و ساختار مدیریتی حرفه‌ای‌تری دارند، شانس بیشتری برای دسترسی به خدمات فکتورینگ خواهند داشت. همچنین، آشنایی مدیران بنگاه‌ها با سازوکارها، مزایا و تعهدات فکتورینگ می‌تواند به انتخاب آگاهانه این ابزار و کاهش سوءبرداشت‌ها یا مقاومت‌های رفتاری منجر شود. تقویت روابط مبتنی بر اعتماد با خریداران و نهادهای مالی نیز، در پرتو نقش برجسته سرمایه اجتماعی، یک عامل کلیدی در موفقیت فکتورینگ محسوب می‌شود.

در نهایت، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی مدل‌های بومی فکتورینگ اسلامی، تحلیل نقش فناوری‌های دیجیتال در کاهش هزینه‌ها و ارتقای امنیت، و مطالعه رفتارهای پذیرشی صنایع مختلف با رویکرد اقتصاد رفتاری بپردازند. همچنین، بررسی

آثار کلان اقتصادی توسعه فکتورینگ بر رشد اشتغال، بهره‌وری و پویایی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌تواند مسیر مناسبی برای مطالعات بعدی باشد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع

- احمدوند، محمدرحیم؛ ناصرپور؛ علیرضا. (۱۳۹۹). ارائه الگوی تأمین مالی مبتنی بر اوراق خرید دین و مباحثه در بخش دفاعی کشور با اولویت بندی روش‌ها با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی. *فصلنامه اقتصاد دفاع و توسعه پایدار*، ۵(۱۵)، ۲۹-۴۹.
- احمدی، سعید؛ دژدار، محمدمهدی. (۱۳۹۵). اوراق خرید دین انزاری مؤثر در تأمین سرمایه در گردش شرکت‌ها: تحقیقات مالی اسلامی، ۵(۲)، ۱۵۵-۱۹۲.
- رستگار، محمدعلی و مروجی، فرید. (۱۴۰۳). منافع اعتباری فاکتورینگ معکوس: رویکرد عامل محور، مطالعات مالی ایران، ۱۴(۲).
- کردکتولی، مریم؛ خوزین، علی؛ دیده‌خانی، حسین؛ عباسی، ابراهیم. (۱۳۹۹). الگوی جامع تأمین مالی اسلامی در صنایع کوچک و متوسط در ایران به روش نظریه پردازی زمینه بنیان، سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۸(۳۰)، ۴۷-۷۹.
- Al-Farishi, S. (2019). Sharia factoring: A Shariah-compliant trade finance solution for SMEs. *Journal of Economic Studies*, 3(2), 88-99.
- Alshaer, B. (2022). Suggested product for Islamic factoring. *Jordan Journal of Islamic Studies*, 18(4), 9-26.
- Aznab, E., Mohammadian, B., & Karimi, A. (2021). Identifying the cognitive errors of entrepreneurial negotiation with focusing on crowdfunding projects. *Innovation Management Journal*, 10(3), 89-113.
- Bakker, M. H. R., Klapper, L., & Udell, G. F. (2004). Financing small and medium-size enterprises with factoring: Global growth and its potential in Eastern Europe. World Bank Policy Research Working Paper, 3342
- Boutemine, L. (2024). Exploring the viability of invoice factoring within Islamic finance frameworks. *Finance and Business Economics Review*, 8(3), 89-99.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

- Cull, R., Gan, L., Gao, N., & Xu, L. C. (2022). Social capital, finance, and consumption: Evidence from a representative sample of Chinese households. *Journal of Banking & Finance*, 145, 106637.
- Chen, Y., Shen, B., Cao, Y., & Wang, S. (2024). CEO social capital, financing constraints and corporate financialisation: Evidence from Chinese listed companies. *Finance Research Letters*, 60, 104781.
- Do, T. M. H. (2018). Factoring as a form of financing small and medium-sized enterprises in ASEAN. *Applied Economics and Finance*, 5(3), 75-82.
- Elasrag, H. (2019). Understanding Islamic finance. Independently Published. ISBN: 978-1080237395
- Fanggidae, H. C., Sutrisno, S., Fanggidae, F. O., & Permana, R. M. (2023). Effects of social capital, financial access, innovation, socioeconomic status and market competition on the growth of small and medium enterprises in West Java province. *The ES Accounting And Finance*, 1(02), 104-112.
- Fitriani, R., Asna, N., & Alfiana, N. (2023). Lack of sharia financial literacy as a factor causing less attention to sharia factoring in Indonesia. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 169-185.
- Fontaine, P., & Zhao, S. (2021). Suppliers as financial intermediaries: Trade credit for undervalued firms. *Journal of Banking & Finance*, 124, 106043.
- Jiménez-Rico, A., Gómez-López, C. S., & Zamilpa, J. (2023). Determinants of access to bank financing in SMEs in Mexico. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(11), 477. <https://doi.org/10.3390/jrfm16110477>
- Kijkasiwat, P., Shahid, A. U., Hassan, M. K., & Hunjra, A. I. (2022). Access to finance, social capital and the improvement of corporate performance: Evidence from Southeast Asia. *Managerial Finance*, 48(7), 1047-1068.
- Klapper, L. (2006). The role of factoring for financing small and medium enterprises. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 3111-3130. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.008>
- Kouvelis, P., & Xu, F. (2021). A supply chain theory of factoring and reverse factoring. *Management Science*, 67(10), 6071-6088. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3834>
- Mol-Gómez-Vázquez, A., Hernández-Cánovas, G., & Koëter-Kant, J. (2018). Legal and institutional determinants of factoring in SMEs: Empirical analysis across 25 European countries. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 312-329. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12260>
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: A correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433-443.
- Myers, S. C. (1984). The capital structure puzzle. *The Journal of Finance*, 39(3), 574-592.
- Mohammadian, B., Zareie Matin, H., Babashahi, J., & Yazdani, H. R. (2018). Intra-organizational humility: A core competency in new century's organization leadership. *Journal of Public administration*, 10(4), 563-582.
- Mohammadian, B., Zarei Matin, H., Babashahi, J., & Yazdani, H. (2017). Understanding the Formation Process of Humility-Based Leadership in Business Using Meta Synthesis Approach. *Transformation Management Journal*, 9(Autumn & Winter 2018), 24-46.
- Mohammadian, B., & Nazemi Ardekani, M. (2021). Representation of the social capital status in policymakers' mental models: The case study of the discourse running through the Iranian Civil Service Management Law. *Social Capital Management*, 8(4), 527-553.

- Nina, Y., Xun, Y., & Huang, W. (2021). Supplier's capacity investment strategy with factoring finance. *International Journal of Production Economics*, 238, 108–119. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108119>
- Rezaei, J. (2016). Best-worst multi-criteria decision-making method: Some properties and a linear model. *Omega*, 64, 126–130. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2015.12.001>
- Richards, V. D., & Laughlin, E. J. (1980). A cash conversion cycle approach to liquidity analysis. *Financial Management*, 9(1), 32–38.
- Shahrjerdi, M., Mohammadian, B., Zarei Matin, H., & Zare, H. (2025). Analyzing the Cognitive Basis of Organizational Trust: Antecedents, Consequences and Dynamics. *Social Capital Management*.
- Shou, Y., Shao, J., & Wang, W. (2021). How does reverse factoring affect operating performance? An event study of Chinese manufacturing firms. *International Journal of Operations & Production Management*, 41(4), 289–312. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-07-2020-0469>
- Siradjuddin, S., & Arif, W. (2021). Highlighting financial factoring in Indonesia from Islamic perspectives: A literature review. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(1), 15–28.
- Tian, C., Chen, D., Chen, Z., & Zhang, D. (2020). Why and how does a supplier choose factoring finance? *Mathematical Problems in Engineering*, 2020, Article 9258646. <https://doi.org/10.1155/2020/9258646>
- Walle, Y. M. (2023). Social cohesion and firms' access to finance in Africa. *Social Indicators Research*, 167(1), 27–46.
- Youssef, W. A. B., & Mansour, N. (2024). The factoring 2.0 in the era of the fintech revolution context. In *Digital Technology and Changing Roles in Managerial and Financial Accounting: Theoretical Knowledge and Practical Application* (Vol. 36, pp. 37–51). Emerald Publishing Limited.
- Zhao, S., & Zhou, H. (2024). Coordinating the reverse factoring system: Buying back and bargaining. *Mathematics*, 12(23), 3850. <https://doi.org/10.3390/math12233850>
- Zarei Matin, H., Mohammadian, B., & Modarresi, S. (2016). Social capital management.

Investigating the Role of Social Capital in the Factoring Financing Process

Abstract:

Purpose: Factoring is considered one of the modern financing instruments that plays a significant role in improving liquidity, reducing risk, and enhancing the financial sustainability of small and medium-sized enterprises. However, the development of this instrument in Iran faces various institutional, informational, and behavioral challenges. This study aims to identify and prioritize the critical dimensions influencing factoring and to propose a new conceptual model called the *Factoring Diamond*.

Method: This research employs an exploratory mixed-methods design and was conducted in two qualitative and quantitative phases. In the qualitative phase, data were collected through semi-structured interviews with 15 experts in finance, banking, and entrepreneurship, and 15 critical factors were identified using thematic analysis. In the quantitative phase, these factors were weighted and prioritized using the Best–Worst Method (BWM). The final analysis led to the development of a five-dimensional model encompassing social, institutional–legal, technological, behavioral–organizational, and economic dimensions.

Findings: The results indicate that social capital holds the highest weight among the factors influencing factoring and acts as a central component in financial interactions and information flows. Following social capital, the credit rating system, seller/creditor characteristics, and factor characteristics ranked next in importance. Moreover, legal and technological infrastructure, debtor characteristics, and socio-cultural factors play complementary and intermediary roles. The relatively low weights of jurisprudential and industrial factors suggest that the main obstacles to the development of factoring in Iran are rooted in institutional, informational, and trust-related issues rather than structural or jurisprudential constraints.

Conclusion: By introducing the *Factoring Diamond* model, this study provides a new perspective for analyzing the key dimensions influencing factoring in Iran. In this model, social capital serves as the central pillar linking all other dimensions. Given the lack of comprehensive conceptual models in the field of accounts receivable purchasing, this research fills an important gap in the literature and offers a foundation for enhancing policymaking, trust-building, fintech development, and the practical application of financing tools for small and medium-sized enterprises.

Keywords: Factoring, Financing, Social Capital, Critical Factors, Factoring Diamond Model

مقاله
پژوهش
شده