


BANKACILIK ve SERMAYE
Piyasası Araştırmaları Dergisi

Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi

BSPAD, Cilt 1, Sayı 2

www.bankasermaye.com

Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye'ye Faydaları¹

Benefits of Crowdfunding System to Turkey

Dr. Sinemis ZENGİN²

Yrd. Doç. Dr. Serhat YÜKSEL

Dr. Mustafa Tefvik KARTAL

İstanbul Medipol Üniversitesi

İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi

sinemis.zengin@gmail.com

serhat.yuksel@gmail.com

mustafatevfikkartal@gmail.com

Özet

Kitle fonlaması yeni bir finansman ve yatırım sistemidir. Bu sistemde çok sayıda yatırımcı bir projeye kaynak sağlamaktadır. Günümüzde ABD ve Avrupa Birliği'nde kullanılan bu sistem sayesinde firmalar yeni bir finansman kaynağı elde etmektedir. Diğer taraftan kitle fonlaması sistemi ile birikim sahipleri de paralarını değerlendirebilecek yeni bir fırsata sahip olmaktadır. Türkiye'de de 2016 yılının Aralık ayında kitle fonlaması sistemine ilişkin yasa tasarısı Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na sunulmuştur.

Bu çalışmada kitle fonlaması sisteminin Türkiye'ye sağlayacağı olası faydaların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda kitle fonlama sistemi ile ilgili benzer çalışmalar incelenmiş, kitle fonlamasının detayları ve diğer ülkelerdeki uygulamaları ele alınmıştır. Çalışma sonucunda kitle fonlaması sisteminin Türkiye'ye faydalı olacağı kanaatine varılmıştır. Kitle fonlaması sisteminin uygulanması ile ülkedeki yatırımların artacağı ve bu durumun da ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca tasarruf sahiplerinin ellerinde bulunan atıl paranın da ekonomiye aktarılması mümkün olacaktır. Bu sayede de yatırımcılar ellerindeki birikimlerinden gelir elde edebileceklerdir.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlaması, Alternatif Finans, Türkiye

JEL Sınıflaması: G21, G32

Abstract

Crowdfunding is a new financing and investment system. In this system, a great number of investors provide resources to a project. Firms can have a chance to find resource with the help of this system which is used in USA and European Union nowadays. On the other hand, saving holders get a new opportunity to earn income by using their money owing to this system. A law draft was introduced to Grand National Assembly of Turkey about crowdfunding system in December 2016.

¹ Makale Gönderim Tarihi: 13.02.2017 – Makale Kabul Tarihi: 17.04.2017

² Sorumlu Yazar

In this study, it was aimed at determining possible benefits of the crowdfunding system to Turkey. Within this context, similar studies related with crowdfunding issue were analyzed; details of crowdfunding and other countries' applications were explained. As a result of study, it was identified that crowdfunding system will be beneficial to Turkey. It was thought that there will be increase in investment amount and this will contribute economic growth by using crowdfunding system. Besides, it will be possible to transfer the idle money of saving holders to the economy. Hence investors would generate revenue from their savings.

Keywords: Crowdfunding, Alternative Finance, Turkey

JEL Classification: G21, G32

1. Giriş

Girişimcilerin bir fikri hayata geçirmesi ya da bağış alması için internet üzerinden çok sayıda kişiden fon çağrısı yapması kitle fonlaması olarak ifade edilmektedir (Belleflamme, 2011). 2008 küresel ekonomik krizi ile birlikte bankalara güvenin azalması ile yeni fonlama platformları ortaya çıkmaya başlamıştır. 2008 yılı öncesinde bağış modelleri ile görülen kitle fonlamasının 2008 yılından itibaren fon talep eden kişi ile fon sağlayıcısını direkt buluşturan kredi platformları aracılığı ile kullanılmaya başlanmıştır. Kitle fonlaması günümüzde bağış amaçlı, ödül amaçlı, borçlanma ve hisse bazlı olmak üzere dört amaç için kullanılmaktadır (IOSCO, 2014). Kitle fonlaması platformlarının gelişmiş ülkelerde son yıllarda hızlı şekilde yayıldığı görülmektedir. Dünya Bankası kitle fonlamasının gelişen ülkelerde girişimciliğin yayılması ve fikirlerin hayata geçmesinde önemli olduğunu vurgulamaktadır (Dünya Bankası, 2013).

Kitle fonlaması Türkiye'de henüz yasa tasarısı olmakla birlikte gelişmiş ülkelerde yaygınlaşmaya başlaması konu ile ilgili yasal sürece ilişkin hazırlıkları hızlandırmıştır. Ancak kitle fonlamasının Türkiye'de henüz örnekleri bulunmamaktadır. Ancak girişim çalışmalarının hızlandığı bu dönemlerde denetime tabi kitle fonlama platformlarının kurulması girişim projelerinin hayata geçirilmesi için önemli olduğu görülmektedir. Kitle fonlamasının girişimciliği arttırdığına dair çalışmalar bulunmaktadır (Bradley, 2014). Kitle fonlamasının girişimciliği desteklediği dikkate alındığında, Türkiye'de de girişimciliğin desteklendiği bu dönemde kitle fonlaması ile girişimcilerin kurumlardan bağımsız olarak fon toplayabilmeleri girişimcilerin fikirlerini hayata geçirerek ekonomiye katkı sağlayabilmelerine imkân tanyacaktır. Bu durum özellikle yeni istihdam alanlarının yatırılmasında da faydalı olacaktır.

Çalışmamızda kitle fonlama platformları üzerinde yapılan araştırmalar ele alınarak Türkiye için faydaları tartışılmıştır. Bu çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın giriş bölümünde ardından ikinci bölümde kitle fonlamasının tarihçesi hakkında bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde kitle fonlaması ile ilgili yapılan çalışmalara, dördüncü bölümde ise kitle fonlama modelleri hakkında bilgi paylaşılmaktadır. Beşinci bölümde kitle fonlamasının faydalarının Türkiye açısından değerlendirilmesi yapılmış ve son bölümde kitle fonlaması için öneri getirilmiştir.

2. Kitle Fonlaması Sisteminin Tarihçesi

Günümüzde popülerliği gitgide aratan kitle fonlamasının Amerika'da başlayan serüveni Avrupa'ya hatta Türkiye'ye kadar uzanmaktadır. Kitle fonlamasına olan ilgi teknoloji gelişimi, internet kullanımının artması ve yetersiz fonlama kaynakları nedeniyle kişilerin alternatif yöntemlere başvurması ile hızlandığı bilinmektedir. Kitle fonlaması sisteminin ilk örneği 2003 yılında müzisyenleri ve sanatçıları desteklemek amacıyla kurulan artistshare.com olarak bilinmektedir (Howe, 2008). Artistshare sanatçıların destek olarak albüm çıkarabilmelerini sağlayan ve hala günümüzde de devam eden kitle fonlama örneklerinden biridir. Kitle fonlaması günümüz halini almasında Facebook, Twitter ve diğer sosyal platformlar aracılığı ile fikirlerini sunarak fon sağlayan girişimcilerin sayısının gitgide artmasıdır. Bu durum kitle fonlama platformlarının kurulmasının hızlanmasını sağlamaktadır (Freedman ve Nutting; 2015). Kitle fonlama platformlarının sayısının ve takipçilerinin gitgide artması (Bkz. Tablo 1) girişimciler ve küçük işletmeler için yeni kredi fırsatı olarak değerlendirilmektedir. Bradley (2014) çalışmasında kitle fonlaması ile girişimcilik sayıları arasında pozitif bir ilişki kurarak ekonomi üzerindeki etkisini değerlendirmiştir.

Tablo 1: Ülkelere göre 2013 yılı Kitle Fonlama Platform Adetleri

Ülke	Adet
Amerika	344
İngiltere	87
Fransa	53
Hollanda	34
Kanada	34
İspanya	27
Almanya	26
Brezilya	17
İtalya	15
Avustralya	12
Hindistan	10
Güney Afrika	4
Rusya	4
Birleşmiş Arap Emirlikleri	1
Çin	1
Estonya	1
Hong Kong	1

Kaynak: Dünya Bankası .(2013). *Crowdfunding's Potential for Developing World*, s. 18.

2008 yılından beri hızla yayılan kitle fonlama platformlarının yasal alt yapısı 2012 yılında Amerika'da JOBS Act ile hazırlanmıştır. 2012 yılında kitle fonlama platformlarını düzenlemek ve denetlemek amacıyla Avrupa'da The European Crowdfunding Network kurulmuştur (Dünya Bankası, 2013). Ayrıca kitle fonlaması platformlarının büyüme eğiliminin devam etmesi haline 2016 yılsonuna kadar Dünya genelinde 2000'den fazla kitle fonlaması platformunun oluşması beklenmektedir (Huffingtonpost, 2017).

3. Literatür Taraması

Kitle fonlaması sistemi oldukça yeni bir sistemdir. Bu nedenle kitle fonlaması ile ilgili literatürde yapılmış sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Literatür taraması kapsamında söz konusu çalışmaların bazılarını Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2: Kitle Fonlaması İle İlgili Literatürde Yer Alan Bazı Çalışmalar

Yazar	Yıl	Sonuç
Ward ve Ramachandran	2010	Yatırımcılar bir kitle fonlaması uygulamasına yönelik karar verirken daha evvel yapılmış projelerin başarılarına dikkat etmektedir.
Ordanini vd.	2011	Projenin detaylı olarak açıklanmış olması durumunun yatırımcılar üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
Agrawal vd.	2011	Coğrafi faktörün kitle fonlaması üzerinde etkili olduğu görülmüştür.
Hemer	2011	Kitle fonlaması sisteminin yaygınlaştığı ve literatürdeki öneminin de gittikçe arttığı vurgulanmıştır.
Aitamurto	2011	Kitle fonlaması sistemi ile kendilerine fon sağlayan şirketlerin yatırımcılara karşı sorumluluk duygularının arttığı tespit edilmiştir.
Bradford	2012	Daha başarılı bir kitle fonlaması sistemi için yatırımcılara kısa bir eğitim verilmesinin etkili olacağı belirtilmiştir.
Gerber vd.	2012	Sanal ortamda bir platform oluşturulması sonucunda kitle fonlaması sisteminin daha çok kişiye ulaşabileceği sonucuna varılmıştır.
Wheat vd.	2013	Kitle fonlaması uygulamasının başarılı olabilmesi için yatırımcılarla olan ilişkilerin etkin olması oldukça önemlidir.
Ergen vd.	2013	Ülkedeki yatırımların artmasında kitle fonlaması sistemi çok önemli bir rol oynamaktadır.

Yazar	Yıl	Sonuç
Lehner	2013	Etkin bir şekilde riskini yönetebilen, kanunlara uyan, kurumsal yönetime sahip olan ve yatırımcılarla başarılı bir iletişim kuran şirketler kitle fonlaması sisteminden daha fazla faydalanabilmektedir.
Belleflamme vd.	2014	Kitle fonlaması sisteminde yatırımcılardan ön talep toplandığı durumda sistemin daha başarılı olacağı vurgulanmıştır.
Hui vd.	2014	Kitle fonlaması sisteminin başarılı olabilmesi için yatırımcılar ile olan iletişimin etkinliğinin artırılması gerekmektedir.
Büyükpılavcı	2014	Kitle fonlama sistemi ürün/hizmete ilişkin talep konusunda fikir edinilmesi, projenin üretime geçilmeden gerekiyorsa revize edilmesi, ön satış yapılarak sermayenin kısmen veya tamamen temin edilmesi, müşteri kitlesi oluşturulması ve girişimciliğin artırılması konularında fayda sağlamaktadır.
Mollick	2014	Kitle fonlama sistemi sayesinde yatırımcıların ihtiyacı duydukları kaynaklara daha kolay erişebildiği belirlenmiştir.
Atsan ve Erdoğan	2015	Kitle fonlaması sistemi sayesinde yatırımcılar dünyanın her yerinden potansiyel yatırımcılara ulaşma şansı elde etmektedirler.
Karaarslan ve Altuntaş	2015	Türkiye’de finansal amaçlı kurulan kitle fonlaması şirketlerinin sayısının az olmasının sebepleri olarak girişimciler ve kamuoyu tarafından yeterince bilinmemesi, güvenilirliğin düşük olması, vergi ve hukuki sorunların bulunması belirlenmiştir.
Koçer	2015	Kitlesel fonlamanın toplumsal, tarihsel ve siyasal bağlam dâhilinde tartışılması gerektiği öne sürülmüş, bu kapsamda bir kampanya inceleme konusu yapılmıştır.
Sancak	2016	Hâlihazırdaki yasalar ve yatırımcı kültürü gibi hususlar dikkate alındığında Türkiye’nin kitle fonlaması sistemine henüz hazır olmadığı belirtilmiştir.

Kaynak: Yazarlar

Tablo 2’den görüleceği üzere çalışmaların önemli bir çoğunluğu kitle fonlaması sisteminin önemine vurgu yapmaktadır. Hemer (2011) çalışmasında kitle fonlaması sisteminin yaygınlaştığını ve literatürdeki öneminin de gittikçe arttığını belirtmiştir. Mollick (2014) ise adı geçen bu sistem sayesinde yatırımcıların ihtiyaç duydukları fonlara çok daha kolay ulaşabileceği vurgulamıştır. Bahsi geçen bu çalışmalara paralel olarak, Atsan ve Erdoğan (2015) da kitle fonlaması sisteminin ülkeler için çok önemli olduğunu ve bu sistem sayesinde ülkedeki şirketlerin dünyanın her yerinden potansiyel yatırımcılara ulaşma şansını elde edebileceğini belirtmişlerdir.

Belirtilen bu çalışmaların yanı sıra, çalışmaların bazılarında ise kitle fonlaması sisteminin daha başarılı olabilmesi için hangi hususlara dikkat edilmesi gerektiği açıklanmıştır. Ordanini vd. (2011) çalışmalarında kitle fonlaması sisteminin başarılı olabilmesi için uygulanacağı projenin detaylı bir şekilde açıklanmış olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu sayede yatırımcıların bu projeye güvenebileceğini belirtmişlerdir. Bradford (2012) ise bu sistemin başarılı olması için yatırımcılara kısa bir eğitim verilmesinin etkili olacağını ifade etmiştir. Bunların yanı sıra, Wheat vd. (2013), Lehner (2013) ve Hui vd. (2014) de kitle fonlaması sisteminin başarılı olabilmesi için yatırımcılar ile olan iletişimin etkinliğinin artırılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Öte yandan, Belleflamme vd. (2014) de yaptığı çalışmada kitle fonlaması sisteminde yatırımcılardan ön talep toplandığı durumda sistemin daha başarılı olacağı sonucuna varmışlardır. Ayrıca, Gerber vd. (2012) de kitle fonlaması sisteminde teknolojinin önemini ifade etmiştir. Ona göre sanal ortamda bir platform oluşturulması sonucunda kitle fonlaması sistemi daha çok kişiye ulaşabilecektir. İlgili çalışmaların yanı sıra, Aitamurto (2011) ise kitle fonlaması sistemi ile kendilerine fon sağlayan şirketlerin yatırımcılara karşı sorumluluk duygularının arttığını tespit etmiştir.

Tablo 2’deki çalışmalar dikkate alındığında, kitle fonlaması sisteminin yeni bir uygulama olmasından dolayı var olan çalışmaların sayısının sınırlı olduğu görülmektedir. Buna karşın, özellikle son yıllarda adı geçen bu konunun literatürdeki öneminin arttığı ve bunun sonucunda da yeni çalışmalar yapıldığı anlaşılmaktadır. Belirtilen bu hususlar dikkate alındığında, kitle fonlaması sisteminin Türkiye’deki durumuna yönelik yapılacak olan çalışmalara ihtiyaç olduğu kanaatine varılmıştır.

4. Kitle Fonlama Modelleri

Kitle fonlaması Kuzey Amerika ve Avrupa’da yaygın olarak kullanılmaktadır (Gulati, 2014:11). Kitle fonlamasının büyüklüğü 2002 yılında 2,7 milyar dolar seviyesindeyken hızla 6,4 milyar dolar seviyesine yükseldiği, 2015 yılında ise 34,4 milyar dolar seviyesine ulaştığı tahmin edilmekte olup ABD, İngiltere ve Çin’in fon büyüklükleri 1 milyar doları aşmış bulunmaktadır (Kirby ve Worner, 2014:4; Şimşek, 2016). Söz konusu bölge ve ülkelerde kitle fonlamanın yaygınlık kazanmış olmasının sebeplerinin başında internet erişiminin yoğun olması, elektronik para transferine olan yatkınlık ve gelir yüksekliği yer almaktadır. Söz konusu faktörlerin kitle fonlamasının gelişmesine imkân sağlaması dolayısı ile çok çeşitli kitle fonlaması türleri ortaya çıkmaktadır.

Kitle fonlaması genel olarak bağış ve yatırım olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (The World Bank, 2013:20). Bununla birlikte projenin amacına bağlı olarak kitle fonlaması çeşitlilik göstermektedir. Detaylı bir sınıflandırma yapıldığında kitle fonlamasının bağış, ödül, ön satış, borç verme (sosyal, kişiden kişiye, kişiden işletmeye), aynı fon, yatırım modeli, sponsorluk, gelir paylaşımı ve karma modeller olmak üzere dokuz farklı türü görülmektedir (De Buysere vd., 2012:10-11).

4.1. Bağış Modeli

Kitle fonlaması türleri arasında en çok bilinen ve yaygın olanı bağıştır. Bağış projelerin internet üzerinden duyurularak diğer kişilerden bağışların kitle fonlaması organizasyonları ile toplanması ve proje sahibine toplanan bağışların ulaştırılması şeklinde işlemektedir (Hemer, 2011:13; De Buysere, 2012:10; Twintangibles, 2013: 9; Ergen vd., 2013:4; Gulati, 2014:4; Karaarslan ve Altuntaş, 2015:490; Atsan ve Erdoğan, 2015:302). Bu tür projelerde fon sağlayanlar finansal getiri talep etmedikleri için finansal bir risk bulunmamaktadır ancak proje sahiplerinin bağış yolu ile istenilen miktarda fonu toplamaları oldukça zordur (Onur ve Değirmenci, 2015:3).

4.2. Ödül Modeli

Ödül; fon sağlayan kişilere katkıları karşılığında maddi ya da maddi olmayan ürün veya hizmetler sağlanmasıdır (De Buysere, 2012:11; Twintangibles, 2013:8; Twintangibles, 2013:8; Gulati, 2014:4; Atsan ve Erdoğan, 2015:302). Şapka, tişört, anahtarlık, rozet gibi değeri düşük maddi ödüller veya destek olan kişilere tebrik/teşekkür kartları/mesajları göndermek, projenin teşekkür listesinde ismine yer vermek, toplantıya davet etmek gibi maddi olmayan ödüller verilebilir. Ödül yönteminde temel amaç verilen küçük destek karşılığında kişileri mutlu/onure etmek için düşük maliyetli jestler sunmaktır (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491). Bu modelin bir takım olumlu ve olumsuz yanları bulunmaktadır. Proje sahipleri yatırımcılara finansal getiri vaadi yerine bir takım ödüller vererek yeni ortaklar edinmekten kaçınma, büyük miktarda üretim kararından önce ürün veya hizmete olan talebi test etme imkânı bularak ödül modelinden yararlanabilmektedir. Diğer taraftan ödül modelinin fon sağlayıcıya teslim edilmemesi halinde sorumlunun kim olacağı belirsiz olması, projenin açıklandığı şekilde yürütülmemesi halinde kimin sorumlu olacağı, toplanan fonların geri ödenmesi gerekmesi halinde işlemlerin nasıl yürütüleceğinin belirsiz olması, projenin geniş bir kitleye hitap etmemesi halinde gerekli finansman tutarının toplanmasının zor olması gibi olumsuz yanları da bulunmaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015:3).

4.3. Ön Satış Modeli

Ön satış projenin vaat ettiği ürün veya hizmetlerin henüz proje başlamadan satın alınmasıdır (Hemer, 2011:13; De Buysere, 2012:10; Gulati, 2014:4; Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491; Atsan ve Erdoğan, 2015:302). Satış bedelinin proje başlangıcında peşin ödenmesiyle proje sahibi ihtiyacı olan sermayeyi bu şekilde karşılamış olmaktadır. Ön satış ile toplanan paralar karşılığında projenin tamamlanması sonrasında ürün veya hizmet ön satış yapılan destekçilere gönderilmektedir.

4.4. Borç Verme Modeli

Borç verme bir kredi anlaşması yapılarak belirli bir faiz miktarı ve geri ödeme planı çerçevesinde borç verilmesi ya da faizsiz ve geri ödemenin sadece işletmenin gelir ya da kar elde

etmesi şartına bağlı olarak borç verilmesi şeklinde yapılabilmektedir (Hemer, 2011:13; CMF, 2012:9; De Buysere, 2012:10; Twintangibles, 2013:8; Ergen vd., 2013:5; Gulati, 2014:4; Atsan ve Erdoğan, 2015:303). Faizsiz ve geri ödemenin işletmenin gelir ya da karına endekslediği ikinci yöntem genellikle sosyal amaçlı projelerde geçerlidir. Burada amaç finansal beklentiden ziyade borç verilen kişinin kendi geçimini sağlayacak bir işe sahip olması veya yoksullara yönelik yapılan projelerin desteklenmesi olmaktadır (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491).

4.5. Aynı Fon Modeli

Aynı fon projede para yerine geçebilecek bir desteğin sağlanması olarak ifade edilmektedir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491). Örneğin bir süpermarket projesinde boya, montaj, kaynak işlerini yapan destekçiler bütçede bu işler için ayrılan rakamlar kadar yardımda bulunmuş olmaktadır.

4.6. Yatırım Modeli

Yatırım modelinde fon sağlayan kişiler yatırım amacı ile projeleri desteklemektedirler. Burada fon sağlayanlar projelerin hisselerini satın alabileceği gibi kar ya da gelir paylaşım modeline göre anlaşmalar yapma imkânına sahiptir (CMF, 2012:12). Yatırım bazlı kitle fonlaması hisse bazlı veya kredi bazlı yapılabilmektedir. Hisse bazlı kitle fonlamasında geniş bir yatırımcı kitlesine hitap edilebilir ve yüksek miktarda fon toplanabilir ancak firmanın iflas etmesi halinde yatırımcıların korunması için gerekli düzenlemeler karmaşıktır. Kredi bazlı kitle fonlaması ise genellikle bankalardan kredi alabilmek için yeterli teminata sahip olmayan kişiler ya da küçük firmalar tarafından kullanılan bir yöntemdir. Kredi bazlı kitle fonlamasında temerrüde düşme oranlarının ortalamadan çok düşük %1'in altında olduğu, bu model ile kitle fonlamasının sürekli büyüme ve karlılık gösterdiği, Avrupa'da her ay ortalama 20 milyon euro'nun üzerinde fonlama yapıldığı tahmin edilmektedir (De Buysere vd., 2012: 11; Ergen vd., 2013:5; Gulati, 2014:4; Atsan ve Erdoğan, 2015:303).

4.7. Sponsorluk Modeli

Sponsorlukta projenin gerçekleştirilmesine yapılan katkısı karşılığında fon sağlayana bir ödül verilmektedir. Bu ödül katkı veren kişi ise ona teşekkür edilmesi, plaket verilmesi şeklinde olabilirken, kuruluş olması halinde kuruluşun logosuna ya da ürünlerine proje dâhilinde yer verilmesi şeklinde gerçekleşebilmektedir (Hemer, 2011:13; Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491).

4.8. Gelir Paylaşımı Modeli

Gelir paylaşımı yönteminde ise projenin gerçekleştirilmesi ile elde edilecek gelir taraflar arasında paylaşılmaktadır. Gelir yöntemine örnek olarak basılan kitabın, çekilen filmin, satılan ürünün gelirinin destekçilerle paylaşılması verilebilir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:491).

4.9. Karma Modeller

Yukarıda anlatılan kitle fonlaması türlerinin yanı sıra projelerde bu türlerin bir kaçının eş zamanlı kullanılabildiği karma modeller de söz konusu olabilmektedir (De Buysere, 2012:10; Gulati, 2014:4). Örnek olarak bir projeye düşük katkı sağlayanlara teşekkür edilirken daha yüksek katkı sağlayanlara ön satış veya hisse senedi satışı yapılması söz konusu olabilmektedir. Böylece bir projede birkaç kitle fonlaması türü kullanılmış olmaktadır. Bağış yapıldığında kitle fonlaması organizasyonda sorumluluk sona ermektedir. Ancak borç verilmesi ya da hissedar olunması seçeneklerinde uzun süreli takip gerekirken, geri ödemelerde ve var olan hisselerin satışında yeniden aracı olunmaktadır (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:492). Dolayısı ile kitle fonlamasında bağış ve ön satış türlerinin daha az karmaşıklık; borç verme ve hissedarlık türlerinin ise daha fazla karmaşıklık içerdiği söylenebilir (Hemer, 2011: 9).

Kitle fonlaması türleri olarak yukarıda sayılanların yanı sıra finansal geri dönüşü olanlar ve olmayanlar şeklinde ikili bir sınıflama yapmak da mümkündür. Sosyal borç verme, bağış ve ödül finansal geri dönüşü olmayan modeller iken, kişiden kişiye borç verme ve yatırım yapma ise finansal geri dönüşü olan modeller arasında yer almaktadır (De Buysere, 2012:13; Kirby ve Worner, 2014:8).

Kitle fonlaması ile ilgili bir diğer sınıflama ise boyut itibari ile yapılabilmektedir. Hemer tarafından yapılan sınıflandırmaya göre projeler ticari boyut ve örgütsel boyut üzere iki sınıfa

ayrılırlar. Ticari boyutta projeler kar için, kar beklentisiz ve ortası olarak; örgütsel boyutta ise bağımsız/tek başına, bir kurumla ilişkili ve yeni girişimler olarak üçer gruba ayrılmaktadır (Hemer, 2011:11). Kitle fonlamanın boyutlarına göre kitle fonlama araçlarının uygulanabilirliği ayrıntılı şekilde sınıflandırılmış olup Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3: Proje Türlerine Göre Kitle Fonlaması Türleri

Örgütsel Boyut	Ticari Boyut		
	Kar Beklentisiz	Ortası	Kar Beklentili
Bağımsız/Tek Başına	Bağış: +++ Sponsor: +++ Ön Satış: +++ Borç Verme: ++ Hisse: -	Bağış: +- Sponsor: ++ Ön Satış: +++ Borç Verme: ++ Hisse: -	Bağış: - Sponsor: ++ Ön Satış: +++ Borç Verme: +++ Hisse: -
Bir Kurumla İlişkili	Bağış: +++ Sponsor: +++ Ön Satış: ++ Borç Verme: - Hisse: -	Bağış: +- Sponsor: +++ Ön Satış: +++ Borç Verme: +- Hisse: -	Bağış: - Sponsor: ++ Ön Satış: +++ Borç Verme: + Hisse: -
Yeni Girişimler	Bağış: +* Sponsor: +++ Ön Satış: +++ Borç Verme: ++ Hisse: +*	Bağış: +* Sponsor: +* Ön Satış: +++ Borç Verme: ++ Hisse: +*	Bağış: +* Sponsor: +* Ön Satış: +++ Borç Verme: ++ Hisse: +
Açıklama: +++ : çok iyi uyum ++ : iyi uyum + : kısmen uygulanabilir +* : erken dönemde uygulanabilir - : düşük uyum +- : vakaya bağlı			

Kaynak: Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S. (2011). *Crowdfunding und Andere Formen Informeller Mikrofinanzierung in der Projekt-und Innovationsfinanzierung, Final Report*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI. (Aktaran Hemer, J. (2011). *A Snapshot on Crowdfunding* (No. R2/2011). Working papers firms and region).

Tablo 3'ten görülebileceği üzere proje türlerine göre kullanılacak kitle fonlaması araçları incelendiğinde kar beklentisi olmayan çalışmalar için bağış, sponsorluk ve ön satışın daha uygun olduğu görülmektedir. Yeni girişim kurulmasıyla sonuçlanan projelerde bağış her proje için uygun olmayabilmektedir. Hisse satışı yöntemi ise bireysel ve bir kurumla ilişkili projeler için uygun görülmemekteyken yeni girişimlerde projeye bağlı olarak uygulanabilecek seçenekler arasında yer almaktadır (Karaarslan ve Altuntaş, 2015: 492). Kitle fonlaması genel olarak daha küçük ölçekli bağımsız üreticiler ve geliştiriciler için uygundur (CMF, 2012:20). Bununla birlikte kitle fonlamasına olan ilgi arttıkça daha büyük projelerin de fonlanması söz konusu olabilecektir.

5. Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi

Kitle fonlama yatırımları, iş dünyası tarafından önemleri geç fark edilen erken aşama girişim sermayesi işletmelerine yeni bir kaynak sağlamak ve toplumdaki yararlanarak işletmelerin sermayeye erişimini genişletmek için yeni bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. Kitle fonlaması potansiyel yatırımcıların teknolojiye yararlanmasını, finansmana erişimin artmasını, yeni girişimlerin oluşması için elverişli bir sistem mekanizmasını oluşmasını, yeni istihdam olanakları ve böylece ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Dolayısı ile kitle fonlamasının birçok faydası bulunduğu ortadadır. Kitle fonlamasının faydaları girişimcilik finansmanı ile sosyal ağ imkânlarını birleştirmesi, fonlama döngüsünü değiştirmesi, melek yatırımcılığın coğrafi yelpazesini genişletmesi, ürün doğrulama, ağları destekleme ve işbirliği sağlaması, piyasanın test edilmesi ve talebin ölçülmesi, ağları desteklemek için erişim sağlaması, pazar ve işbirliğine imkân vermesi olarak özetlenebilmektedir (Onur ve Değirmenci, 2015:4-5).

Kitle fonlamasının ilk faydası girişimcilik finansmanı ile sosyal ağ imkânlarını birleştirmesidir. Büyük ölçüde sermaye piyasalarında yer almayan kişi ve kuruluşlar için kitle fonlaması alternatif bir yöntem teşkil etmektedir. Geleneksel finansman modellerinde işçilerin ve masrafların fazla olduğu bir yapı bulunurken buna karşın kitle fonlamasında kitle yatırım portalları erken aşama girişimlerin bilgilerinin hızlı bir şekilde potansiyel yatırımcılara aktarılmasını sağlar. Böylece yatırımcılar potansiyel yatırım olanaklarını araştırabilmekte ve ayrıntılı bilgilere ulaşabilmektedir. Kitle fonlaması, fonlama döngüsünü de değiştirmektedir. Erken aşama girişimleri genellikle gelişmiş ülkelerde girişim sermayedarları tarafından gelişmekte olan ülkelerde ise aile üyeleri veya arkadaş çevresi tarafından desteklenerek gerçekleştirilmektedir. Sosyal ağlar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin avantajları erken aşama girişimlerin kendi çevrelerinden daha geniş alanlara ulaşmasını mümkün kılarak bu şirketlerin piyasada büyük sıçramalar yapmasına imkân sağlamaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015:5).

Kitle fonlamasının bir diğer faydası melek yatırımcılığın coğrafi yelpazesini genişletmesidir. Mikro kredi uygulamalarında katılımcıların izleme, yönetim ve sosyal yaptırım için coğrafi olarak yakın sosyal ağlara girmesi gerekirken kitle fonlamasında coğrafyaya bağlılık bir gereklilik olmaktan çıkmaktadır. Bağış gibi kitle fonlaması modellerinde coğrafyanın etkisi olmakla birlikte genel olarak coğrafyanın etkisi oldukça sınırlı kalmaktadır. Erken aşama girişimler bir ürünün uygulanabilirliğini araştırmak, ilk kullanıcılara düşük fiyat imkânı sağlamak ve ilk katılımcılara kolay şartlar sağlamak için kitle fonlaması sistemini kullanabilmektedirler. Bu sistem aynı zamanda projelerin tanıtımının yapılmasıyla pazarlama avantajı sağlamaktadır (Ergen vd., 2013:5-6; Onur ve Değirmenci, 2015:5). Bu şekilde kitle fonlama sistemi ürünlere yönelik piyasanın test edilmesi ve talebin ölçülmesi amacı ile kullanılabilir.

Kitle fonlamasının faydalarından biri ağları desteklemek için erişim sağlamasıdır. Şirketlerin bir kitle fonlaması kampanyasındaki önerileri motivasyonu yüksek bir grup müşterinin ilgisini çekebilir. Şirketler bu müşteri davranışlarını kullanarak zengin ve ayrıntılı geri bildirim elde ederler. Kitle fonlaması yatırımlarının genişlemesi ile şirketler ağlar aracılığıyla erken aşama yatırımcıların dikkatini çekme fırsatını yakalamaktadır. Bu yatırımcılar projenin başarılı olmasından kendileri fayda sağlarken aynı zamanda girişimlere de sahip oldukları bilgileri aktarmaktadırlar. Erken aşama yatırımcıları şirketler için danışman ve ürün misyoneri gibi çalışmaktadır ve projenin geliştirilmesi için diğer etkili aktörlere bağlı kurabilmektedirler. Bu faaliyetler ve destekler ile erken aşama şirketlerinin kuruluş aşamasında karşılaştıkları zorlukları aşmalarına destek sağlar (Onur ve Değirmenci, 2015:5).

Kitle fonlamasının bir diğer faydası da pazar hakkında bilgi ve işbirliğine imkân sağlamasıdır. Kitle fonlaması ile girişimciler amaçladıkları Pazar ve pazarlama canlılığına ilişkin erken geribildirim alırlar. Müşteriler ve yatırımcılardan gele geri bildirimler iş modelinde yenilikler yapılmasına olanak sağlamaktadır. Kitle fonlama, girişimcilere odaklarını yeni bir pazara çevirmeleri konusunda bilgi ya da yeni tedarikçiler ve satıcılar aranması gibi ihtiyaçlar hakkında bilgi verir. Bu durum ise piyasada pazar verimliliğini önemli ölçüde artırmaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015:5).

Kitle fonlamanın faydaları bulunduğu gibi aynı zamanda riskleri de bulunmaktadır. Bu riskler kitlesel fonlamanın başarısız olması, organizasyonun kapanması, yetersiz likidite, siber saldırı ve yetersiz şeffaflık olarak sıralanabilmektedir (Kirby ve Worner, 2014:5). Başarısızlık hemen her projede olabilecek bir risk olup yatırımcılar açısından öngörülebilir özellik taşımaktadır. Organizasyonun kapanması, yatırım yapılan projeden beklenen geri dönüşler gerçekleşmeden yatırım yapılan proje ile ilgili her türlü bilgi ve belgenin kaybolması anlamına gelmektedir. Yetersiz likidite verilen borcun ya da hisse senedinin acil olarak nakde ihtiyaç duyulması halinde ikincil piyasanın yetersiz olmasını ifade etmektedir. Yetersiz şeffaflık ise risklerin açıklanmama eğilimini ifade etmektedir (Hemer, 2011:31). Kitle fonlamasının ciddi bir finansal araca dönüştürülmesi isteniyorsa gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve yukarıda belirtilen risklerin azaltılmasına yönelik aksiyonlar alınması bir gereklilik oluşturmaktadır. Bunun için her bir kitle fonlaması çeşidinin yasal bir statüye kavuşturulması ve organizasyonların, fonlayanların ve fonlananların karşılıklı yükümlülüklerinin belirlenmesi gerekmektedir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015:494).

Türkiye’de kitle fonlamasına bakıldığında en önemli husus olarak mevzuat yapısının kitle fonlamasına izin vermemesi ön plana çıkmaktadır (Altuntaş, 2014). Bu sorunun çözülmesi için Sermaye Piyasası Kanunu’nda değişiklik yapılmasına yönelik kanun tasarısı 2016 yılında Türkiye

Büyük Millet Meclisi (TBMM) Başkanlığı'na sunulmuş olup yasalasma süreci devam etmektedir. Mevzuat altyapısının hazırlanması ile birlikte kitle fonlaması faaliyetleri Türkiye'de Sermaye Piyasası Kurulu gözetimine tabi hale gelecek ve gerekli izin süreçlerin tamamlanması sonrasında gerçekleştirilebilecektir.

Türkiye'de kitle fonlaması sisteminin aktif hale gelmesi ile birlikte sermaye sorunu yaşayan erken aşama girişimler sermayeye daha kolay erişme imkânına kavuşacaklardır. Diğer taraftan küçük birikimleri olan yatırımcılar da aynı anda birden çok yatırım yapma imkânına ulaşacaklardır. Kitle fonlaması sistemi yeni girişimlerin hayata geçirilmesi sureti ile yatırımları artırarak ekonomik büyümeye katkı sağlayacaktır. Ekonominin büyümesi ile birlikte yeni şirket kuruluşları, işyeri açılışları ve iş alanları artacaktır. Böylece istihdam artışı sağlanarak işsizlik oranı düşürülebilecektir. Kitle fonlaması sisteminin ekonomik büyümeyi desteklemesi ile birlikte kamu gelirleri açısından önemli birer husus olan sigorta primleri ve vergi gelirlerinde artış sağlanacak, dolayısı ile kamu kesiminin borçlanma gereksiniminde azalma sağlanabilecektir.

Kitle fonlaması sistemi piyasa etkinliğinin ve sistem direncinin artırılması, fon çeşitliliğinin sağlanması, finansal istikrarın korunması ve sürdürülmesi, sermayenin tabana yayılması, sermayeye ulaşım maliyetinin düşürülmesi ve yeni fikirlerin oluşması konularında da katkı sağlayan alternatif bir finansman yöntemidir (De Buysere, 2012:23; Gulati, 2014:4). Bu nedenle kitle fonlama sistemi bahsedilen hususlarda Türkiye'ye fayda sağlayacaktır.

Kitle fonlaması sisteminin uygulanması ile birlikte bazı tasarruf sahiplerinin ellerinde tuttukları atıl tasarruflar ekonomiye aktarılabilir. Bu yönü ile yüksek tutarlı birikime sahip olmayan küçük tutarda tasarrufa sahip yatırımcılar için kitle fonlaması yatırım yapma imkânı sunacaktır. Ekonomideki atıl fonların yatırıma yönlendirilmesi ile birlikte Türkiye'de yatırımların finansmanı açısından önemli bir sorun olan iç tasarrufların yetersizliği sorununun çözümüne katkı sağlanmış olacaktır. Diğer taraftan yatırımcılar ellerinde atıl durumda bulunan tasarruflarından gelir elde etme imkânına kavuşacaklardır. Sonuç olarak kitle fonlaması sistemi tasarruf sahipleri, yatırımcılar ve girişimciler açısından birçok faydalı imkân sunacaktır. Kitle fonlaması sisteminin ekonomik büyüme, istihdam artışı, işsizliğin düşürülmesi, kamu gelirlerinin artırılması ve kamunun böylece borçlanma ihtiyacının azaltılması gibi birçok makroekonomik göstergeye de olumlu etki edeceği düşünülmektedir.

Sonuç

Kitle fonlaması sistemi yeni bir finansman ve yatırım sistemidir. Bahsi geçen bu sistem sayesinde çok sayıda yatırımcı tarafından bir projeye kaynak sağlanmaktadır. Belirtilen hususlar dikkate alındığında, kitle fonlaması sisteminin hem yatırımcılara hem de proje sahiplerine faydalarının bulunduğu anlaşılmaktadır. Adı geçen bu sistem sayesinde yatırımcılar ellerindeki birikimlerini değerlendirebilmektedirler. Bunun yanı sıra, proje sahibi de ihtiyaç duyduğu parasal kaynağa daha kolay bir şekilde ulaşabilmektedir. Sonuç olarak, kitle fonlaması sistemi ülkedeki yatırımları arttırarak ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlamaktadır.

Kitle fonlaması sistemi çok yeni bir uygulama olduğundan dolayı mevcut durumda çok fazla uygulaması bulunmamaktadır. Adı geçen bu sistem şu anda sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Avrupa Birliği ülkelerinde uygulanmaktadır. Türkiye'de ise 2016 yılının Aralık ayında kitle fonlaması sistemine ilişkin yasa tasarısı TBMM Başkanlığı'na sunulmuştur. Tasarının yasalasma durumunda Türkiye kitle fonlama sistemini uygulayan ilk ülkelerden biri haline gelecektir. Belirtilen hususlar dikkate alındığında, kitle fonlaması uygulamasına yönelik yapılacak olan bilimsel çalışmaların önem arz ettiği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada kitle fonlaması sisteminin Türkiye'ye sağlayacağı olası faydaların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, adı geçen bu yöntemin detayları ve diğer ülkelerdeki uygulamaları açıklanmıştır. Öte yandan, literatürdeki kitle fonlaması sistemi ile ilgili yapılmış çalışmaların detayları da paylaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, kitle fonlaması sisteminin Türkiye'ye faydalı olacağı kanaatine varılmıştır. Bu sistem sayesinde ülkedeki yatırımların artacağı ve bu durumun da ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, tasarruf sahipleri de ellerindeki atıl parayı değerlendirerek gelir elde edebilmektedirler.

Kaynakça

- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2011). The Geography of Crowdfunding (No. w16820). *National Bureau of Economic Research*.
- Aitamurto, T. (2011). The Impact of Crowdfunding on Journalism: Case Study of Spot. US, a Platform for Community-funded Reporting. *Journalism Practice*, 5(4), 429-445.
- Atsan, N. & Erdoğan, E.O. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlese Fonlama (Crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 297-320.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*, 1-150.
- Bradley, Don B, III; Luong, Charles. (2014). Crowdfunding: A New Opportunity For Small Business And Entrepreneurship, *The Entrepreneurial Executive*; 19, 95-104.
- Büyükpilavcı, C. (2014). *Kitlese Fonlamanın Ürün Tasarımcıları İçin Sunduğu Fırsatlar: Türkiye'deki Kitlese Fonlama Platformları Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- CMF. (2012). Crowdfunding in a Canadian Context, Exploring the Potential of Crowdfunding in the Creative Content Industries.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marom, D., & Klaes, M. (2012). A Framework for European Crowdfunding. *European Crowdfunding Network (ECN)*.
- Dünya Bankası. (2017). "Crowdfunding's Potential for the Developing World", http://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf. (07.02.2017)
- Ergen, M., Lau, J., & Bilginoglu, K. (2013). Dağıtık Girişimci Sermayesi: Kitle--Fonlaması. *Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nun 2013 yılında düzenlediği 3.Sanayi Şurası*.
- Freedman and Nutting (2015). "A Brief History of Crowdfunding", <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf>.
- Gerber, E. M., Hui, J. S., & Kuo, P. Y. (2012). Crowdfunding: Why People Are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms. In *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics*, Vol. 2, 11.
- Gulati, S. (2014). Crowdfunding: A Kick Starter for Startups Special Report, *TD Economics*, 29 January, 1-19.
- Hemer, J. (2011). A Snapshot on Crowdfunding (No. R2/2011). *Working Papers Firms and Region*, No. R2/2011.
- Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S. (2011). *Crowdfunding und Andere Formen Informeller Mikrofinanzierung in der Projekt-und Innovationsfinanzierung, Final Report*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI. (Aktaran Hemer, J. (2011). A Snapshot on Crowdfunding (No. R2/2011). Working papers firms and region).
- Huffingtonpost. (2017). "2,000 Global Crowdfunding Sites to Choose from by 2016: Top 5 Growth Indicators", <http://www.huffingtonpost.com/david-drake/2000-global-crowdfunding-b-8365266.html>. (01.04.2017)
- Hui, J. S., Greenberg, M. D., & Gerber, E. M. (2014). Understanding the Role of Community in Crowdfunding Work. In *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 62-74). ACM.
- IOSCO, Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast, <http://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowd-funding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf>. (07.02.2017)
- Howe, J. (2008). Crowd Sourcing: Why the Power of the Crow is Driving the Future of Business, *Crown Publishing*, New York, 1-336.
- Karaarslan, M.H., & Altuntaş, B. (2015). Sosyal Pazarlamanın Yeni Aracı: Kitle Fonlaması. *20. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Anadolu Üniversitesi-Eskişehir.

Koçer, S. (2015). Türkiye’de Kitlese Fonlama (Crowdfunding) Kampanyaları: Kültürel Bir İnceleme. *Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Pazarlama Kongre*, Kadir Has Üniversitesi-İstanbul.

Kirby, E., & Worner, S. (2014). Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast. IOSCO.

Lehner, O. M. (2013). Crowdfunding Social Ventures: A Model and Research Agenda. *Venture Capital*, 15(4), 289-311.

Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.

Onur, M.N., & Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding-Kitle Fonlaması. *T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları*, Sayı: 2015-7.

Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: Transforming Customers into Investors Through Innovative Service Platforms. *Journal of Service Management*, 22(4), 443-470.

Sancak, E. (2016). Applicability and Readiness of Crowdfunding in Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 7(1), 99-110.

Şimsek, M. (2016). “Herkesin Girişimlere Ortak Olabileceği Kitle Fonlaması Sistemini Hayata Geçireceğiz”, <http://webrazzi.com/2016/03/21/mehmet-simsek-herkesin-girisimlere-ortak-olabilecegi-kitle-fonlamasi-sistemini-hayata-gecirecegiz>. (05.02.2017)

The World Bank. (2013). Crowdfunding’s Potential for the Developing World.

Twintangibles. (2013). Crowdfunding-The Scottish Perspective, *Glasgow Chamber of Commerce*.

Ward, C., & Ramachandran, V. (2010, December). Crowdfunding the Next Hit: Microfunding Online Experience Goods. *In Workshop on Computational Social Science and the Wisdom of Crowds at NIPS2010* (pp. 1-5)

Wheat, R. E., Wang, Y., Byrnes, J. E., & Ranganathan, J. (2013). Raising Money for Scientific Research Through Crowdfunding. *Trends in Ecology & Evolution*, 28(2), 71-72.