

Yıl: 2024

Cilt: 6

Sayı: 1

Sayfa: 22-41

Makale Geliş Tarihi: 4 Aralık 2023

Makale Kabul Tarihi: 1 Mart 2024

Makale Yayın Tarihi: 30 Nisan 2024

Doi: 10.38009/ekimad.1399770

*Araştırma Makalesi*

## Girişimciler İçin Yeni Bir Fon Kaynağı Olarak Kitlesele Fonlama ve Kitlesele Fonlama Platformlarının Kategori Bazlı İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma<sup>1</sup>

Burhan Doğan\*

Öznur Bozkurt\*\*

### Öz

*Girişimcilik ekonomiye olan katkısı, istihdamı artırıcı etkisi ve teknolojik gelişmelerin artmasını sağlaması açısından büyük öneme sahiptir. Girişimcilerin sorunlarının çözülmesi ekonomi, istihdam ve gelişim için gereklidir. Girişimcilerin yaşadığı sorunlardan birisi de finansman kaynağı sorunudur. Finansman kaynağı sorununun çözümü için geleneksel ve alternatif çözümler bulunmaktadır. Girişimcilerin finansman sorununa çözüm olarak son yıllarda ortaya çıkan alternatif yöntemlerden birisi ise kitlesele fonlamadır. Türkiye’de kitlesele fonlama 11 yıllık bir geçmişe sahiptir. 2021 yılına kadar resmi nedenlerle Türkiye’de sadece ödüle dayalı kitlesele fonlama platformları bulunmaktaydı. 2021 yılında resmi engellerin kalkması ile Türkiye’de paya dayalı kitlesele fonlama başlamıştır. Çalışmanın amacı paya dayalı kitlesele fonlama sistemini başlangıcından bugüne dek inceleyerek, hangi sektörlerin kitlesele fonlamaya daha uygun olduğunun görülmesini sağlamak ve paya dayalı kitlesele fonlamanın geçmişten günümüze olan durumunu göstermektir. Çalışma nitel araştırma tekniklerinden doküman analizi tekniğiyle yapılmıştır. Çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren 4 paya, 1 ödüle dayalı platformdan veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Çalışmada; yazılım, eğitim, elektrik-elektronik ve yapay zekâ alanlarındaki girişimlerin kitlesele fonlamayı daha çok tercih ettiği görülmüştür. Biyoteknoloji, elektrik-elektronik, enerji, finans, tarım ve yapay zekâ alanlarındaki girişimlerin %100 başarıya sahip olmaları nedeniyle bu alanlardaki girişimlerin kitlesele fonlamaya uygun olduğu düşünülmektedir. Tarım alanı en yüksek fonun toplandığı alandır. Çalışmada paya dayalı kitlesele fonlamanın her yıl kullanımının arttığı görülmüştür. Bu veriler ışığında kullanımının daha da artacağı tahmin edilmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Kitlesele fonlama, Girişimcilik, Finansman, Yatırım

**JEL Sınıflandırması:** D26, L26, M29

<sup>1</sup> Bu çalışma Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Girişimcilik ABD’ da Prof. Dr. Öznur Bozkurt danışmanlığında Burhan Doğan tarafından yazılan Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

\*Yüksek Lisans, Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı, [burhandogan\\_1999@hotmail.com](mailto:burhandogan_1999@hotmail.com) ORCID NO: 0000-0002-7979-1778

\*\*Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü [oznurbozkurt@duzce.edu.tr](mailto:oznurbozkurt@duzce.edu.tr) ORCID NO: 0000-0002-8846-1850

## A Research on Category-Based Investigation of Crowdfunding and Crowdfunding Platforms as A New Source of Funding For Entrepreneurs

### Abstract

*Entrepreneurship is of great importance with its contribution to the economy, is employment-increasing effect and the increase in technological developments. Solving the problems of entrepreneurs is necessary for the economy, employment and development. One of the problems experienced by entrepreneurs is the problem of financing sources. There are traditional and alternative solutions to solve the financing source problem. One of the alternative methods that have emerged in recent years as a solution to the financing problem of entrepreneurs is crowdfunding. Crowdfunding in Turkey has an 11-year history. Until 2021, there were only reward-based crowdfunding platforms in Turkey for official reasons. With the removal of official obstacles in 2021, equity crowdfunding started in Turkey. Equity crowdfunding, which started in 2021, is a solution to the financing source problem of entrepreneurs and contributes to entrepreneurship in Turkey. The goal of the study is to examine the equity crowdfunding system from its beginning to the present, to see which sectors are more suitable for crowdfunding, and to show the situation of equity crowdfunding from past to present. The study was conducted using the document analysis technique, one of the qualitative research techniques. In the study, data were collected and analyzed from 4 equity and 1 award-based platforms operating in Turkey. In the study, It has been observed that startups in the fields of software, education, electrical-electronics and artificial intelligence prefer crowdfunding more. Since startups in the fields of biotechnology, electrical-electronics, energy, finance, agriculture, and artificial intelligence have 100% success, startups in these areas are thought to be suitable for crowdfunding. Agriculture is the area where the highest funds are collected. The study showed that the use of equity crowdfunding is increasing every year. In light of this data, it is estimated that its use will increase regularly in the future.*

**Keywords:** Crowdfunding, Entrepreneurship, Financing, Investment

**JEL Classification:** D26, L26, M29

### 1. Giriş

Girişimcilik ekonomileri hareketlendirme, iş alanları oluşturarak istihdamı artırma, teknolojik alanda gelişime yardımcı olma bakımından önemli bir araçtır (Aytaç ve İlhan, 2007: 101-102). Bir ülkenin sosyal ve ekonomik açıdan kalkınması, gelişmesi, o ülkenin istihdam yaratarak toplumsal refah sağlaması için girişimcilik en önemli araçtır. Ülkelerin gelişmesi ve rekabet avantajı sağlayabilmesi için çok önemli olan girişimciliğin yaygınlaştırılması, teşvik edilmesi ve girişimci sayısının artırılması önemlidir (Bozkurt, Ercan, Yurt, 2018). Girişimciliğin bu denli önemli olduğu günümüz dünyasında girişimcilerin başarılarının önündeki engellerin kaldırılması ekonomiye ve teknolojinin gelişimine büyük katkı sağlamaktadır. Bundan dolayı girişimcilerin en büyük sorunlarından birisi olan finansman kaynağı sorununa karşı üretilen çözümlerde büyük bir önem arz etmektedir. Girişimcilerin kullandığı finansman kaynakları; aile ve arkadaşlar, özkaynaklar ve banka kredileri, devlet, risk sermayesi, melek yatırım, factoring, leasing, mikrofinansman, forfaiting, barter ve kitlesel fonlama gibi finansman kaynaklarıdır (Er, Şahin ve Mutlu, 2015). Bu finansman kaynaklarının gelişimi ve bu finansman kaynakları hakkında girişimcilerin bilgilendirilmesi, ülkelerdeki girişimcilik faaliyetlerinin başarılarını etkiler. Girişimlerin bu finansman kaynaklarını etkin kullanması sonucunda yeni iş alanları oluşturarak istihdama ve ekonomiye katkı sağlaması beklenmektedir.

Girişimciliğin finansmanında kullanılan kaynaklardan birisi olan kitlesel fonlama, belirli bir zaman diliminde, çok sayıda insanın az miktarlarda fon sağlaması ile bir girişimin hayata geçirilmesi veya sürdürülmesi için kullanılan bir finansman yöntemidir. Bir fikrin, projenin veya görevin internet aracılığıyla açık finansman çağrısı ile finanse edildiği bu yöntemde; girişimler, projeler veya sosyal sorumluluk projeleri bir kitlesel fonlama platformunda yayımlanır, sosyal medyada tanıtımı yapılır ve belirli bir sürede ihtiyacı olan finansmanı elde etmeye çalışır (Hossain ve Oparaocha, 2017: 3-4).

Kitlesel fonlama, tarihi çok eski dönemlere dayanan; fakat günümüz toplumunda, internet aracılığı ile kullanımı son dönemlerde yaygınlaşan bir sistemdir. Geçmişte bazı ünlü sanatçıların belirli ödüller vererek sanat faaliyetlerine kaynak sağladığı görülmüştür. Alexander Pope, Mozart ve Antonio Guadi gibi sanatçıların bu yöntemi kullandıkları bilinmektedir (Poblet, 2014: 177; Kallio ve Vuola, 2020: 222-223). Terim olarak kitlesel fonlamaya rastlanan ilk platform ise Fundavlog isimli platformdur. Bu platform günümüzde Dünya’da ve Türkiye’de bulunan birçok kitlesel fonlama platformuna öncü olan ve benzer sistemler ile çalışan bir kitlesel fonlama platformudur. Daha sonrasında ise hala yaygın olarak kullanılan Indiegogo, Kickstarter gibi platformların kuruluşu ile kitlesel fonlama yaygınlaşmaya başlamıştır (Zhao, Harris, Lam, 2019: 2-3). Türkiye’de kitlesel fonlamanın ilk uygulaması “projemefon” adlı platformdur. Bu platform daha sonra Crowdfon adını almıştır. Daha sonrasında Türkiye’de Fongogo, Arıkovanı, Buluşum gibi ödül tabanlı kitlesel fonlama platformları hayata geçmiştir (Çubukçu, 2017: 163-164). Ülkemizde paya dayalı kitlesel fonlama yasal mevzuatın uygun olmamasından dolayı ödül tabanlı kitlesel fonlamaya kıyasla daha yeni bir alandır. 2019 yılında “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağı” ’nın yayınlanmasının ardından ülkemizde paya dayalı kitlesel fonlamanın da önü açılmıştır. Bu düzenleme sonrasında Türkiye’de birçok paya dayalı kitlesel fonlama platformu kurulmuştur (Şahinoğlu, 2019: 84). Bu platformların en eskisi 2021 yılında kurulmuştur. Dolayısıyla bu platformlar, platformlardaki projeler, paya dayalı kitlesel fonlamanın Türkiye’deki durumu, yatırımcı ve girişimci tercihleri ile ilgili yapılan araştırma sayısı oldukça azdır. Ülkemizde yeni olan bu alanın araştırılması, alanın hem akademik hem de sektörel açıdan gelişmesi için gereklidir. Paya dayalı kitlesel fonlamanın gelişmesi girişimcilerin finansman kaynağı elde etmesini sağlayacaktır

Literatür ’de kitlesel fonlamada sektörel olarak projelerin analiz edilmesine odaklanan oldukça az çalışma bulunmaktadır. Mamonov Malaga, Rosenblum (2017), çalışmasında Amerika’da Jobs yasası sonrasında Amerika’da hızla gelişen kitlesel fonlama alanında proje yayınlayan girişimlerin sektörlerine yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada Amerika’da Emlak sektörünün çalışmanın kapsadığı kitlesel fonlama şeklinde en başarılı sektör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mollick (2014), çalışmasında 48500’den fazla ödül tabanlı kitlesel fonlama projesini belirli alanlarda incelemiş ve kişisel bağlantıların, proje kalitesinin projenin başarısını etkilediği ve coğrafyanın da proje türlerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Sakarya ve Bezirgân (2018), çalışmalarında Türkiye’deki ödül tabanlı kitlesel fonlama platformları ve Kickstarter adlı kitlesel fonlama platformunun karşılaştırmasını yapmışlardır. Platformlardaki projelere dair verilerin toplanması ile gerçekleştirilen çalışmada Türkiye’de en çok rağbet gören sektörün film, video sektörü olduğu, projelerin başarı oranının %29 olduğu ortalama proje başı 144 dolar fon toplandığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma henüz gelişmemiş olan kitlesel fonlama literatürüne katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle kitlesel fonlamaya yönelik kavramsal çerçeve çizilmiş ve kitlesel fonlamanın işleyişi, türleri üzerinde durulmuştur. Daha sonra kitlesel fonlama platformlarının kategori bazlı incelenmesine yönelik bulguların yer aldığı bölüme yer verilmiştir.

## **2. Kitlesel Fonlama**

Girişimciler piyasaya giriş aşamasında birçok finansman kaynağı kullanma olanağına sahiptir. Geçmişten günümüze finansman olanakları çeşitlenerek artmaktadır. Girişimciler geleneksel olarak başlangıç aşamasında; bireysel kaynakları, aile ve arkadaşları, bankalar, risk sermayesi şirketleri ve melek yatırımcılar gibi finansman kaynaklarından faydalanmaktadır. Fakat bu geleneksel finansman kaynaklarının beklenen fon miktarını karşılayamamasından dolayı alternatif finansman kaynaklarına ihtiyaç doğmuştur (Tulum ve Burak, 2019: 14). Değişen pazar koşulları girişimcileri, hayatta kalmak için yeni yatırım yapacakları alanları aramaya doğru yöneltmiştir. Sanal ortamlarda iş yapma kültürü girişimciler arasında yaygınlaştıkça, gerek fon bulma ve gerekse yatırım yapma yöntemleri de değişmeye başlamıştır (Bozkurt ve Gümüş, 2022). İş sürekliliğini sağlamak ve çevik

organizasyonlar olmak girişimcilerin başarısındaki kritik faktör olmuştur(Yurt ve Şentürk, 2022). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan önemli gelişimler yaşamın her alanı gibi finans alanında da yeni gelişmelere önyak olmuştur. Alternatif finansman kaynaklarının yeterli gelmemesi ile doğan, girişimciler için yeni finansman kaynağı ihtiyacı, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde doldurulmuştur. Bu ihtiyaç ve gelişmeler sonrasında ortaya çıkan yeni finansman kaynağı kitlesel fonlama sistemidir (Cihangir, 2018: 158). Yeni olarak tanımlanan şeylerin, ekonomik ve toplumsal olarak değer oluşturması yenilikçiliğin temel gereksinimidir(Güllüce, Bozkurt, Meriç, 2017). Kitlesel fonlamada ekonomik ve sosyal yönden değer oluşturabilecek yenilikçi bir yaklaşımın ürünü olarak orta çıkmış bir finansal kaynak olarak değerlendirilebilir.

Kitlesel fonlama ile ilgili literatürde çeşitli tanımlar verilmiştir. Kitlesel fonlama kavramı literatüre İngilizce “crowdfunding” kelimesinden türetilerek girmiştir. Bu kelimenin Türkçe ’deki birebir karşılığı ise “kalabalık fonlamasıdır (Çubukçu, 2017:156). Gierczak, Bretschneider, Haas, vd., (2016:20)’ne göre kitlesel fonlama; çok sayıda sermaye sağlayıcıdan (kitle) finansal kaynak toplama işlemidir. Lambert ve Schwienbacher (2010: 5) ’ in yaptıkları tanım literatürde kabul gören tanımlardan birisidir. Buna göre kitlesel fonlama, bağış şeklinde veya ödül, oy hakkı karşılığında finansman kaynağı sağlanmasına yönelik açık çağrıdır.

Mollick (2014: 2), kitlesel fonlamayı girişimcilik bağlamında tanımlamıştır. Bu tanıma göre kitlesel fonlama; kültürel, sosyal ve kâr amacı gütmeyen girişimci bireylerin ve grupların, standart finansal araçlar olmaksızın, internet kullanan çok sayıda bireyden nispeten küçük katkılar alarak girişimlerini finanse etme çabalarını ifade eder.

Kitlesel fonlama sistemi son yıllarda popülaritesi oldukça artan bir kavramdır (Short, Ketchen, McKenny vd., 2017: 150). Her ne kadar aynı isimle olmasa da kullanımının çok eski tarihe dayandığı da bilinmektedir. İnternetin var olmasından çok önce kitlesel fonlama sistemi 1200’lü yıllar ile 1800’lü yıllar arasında nakliye kullanılmıştır ve en eski risk yönetimi biçimlerinden birisidir. Tüccarlar ve nakliye şirketleri arasında kargonun kaybolması durumunda herkesin kaybın bir kısmını ödemediği, kargo güvenli bir şekilde ulaştığında ise herkesin kardan kendi payını aldığı garanti anlaşmaları kitlesel fonlamanın ilk uygulamaları olarak görülebilir (Kallio ve Vuola, 2020: 221).

Günümüzde 2000’den fazla kitlesel fonlama platformu vardır. Bunun olmasını sağlayan ana gelişmelerden birisi ise ABD’de 2012 yılında çıkan JOBS kanunudur. Bu kanunda kitlesel fonlama için yapılan düzenlemeye göre bir şirket 12 ay boyunca 1 milyon dolar toplayabilir ve şirketin para topladığı(yatırımcı) kişilerin akreditasyonunun bulunmasına ihtiyaç yoktur (Ünsal, 2017; Çağlar, 2019: 22). Kitlesel fonlama sistemi dünyada 2008 yılından itibaren yüksek oranda kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye’de ise kitlesel fonlama sisteminin uygulanması 2010 yılından sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu dönemden önce de Türkiye’de kitlesel fonlamaya benzer uygulamalar yapıldığı bilinmektedir. Bağışlar ile yapılan camiiler, imece kültürü ile yapılan uygulamalar Türkiye’de kitlesel fonlama sistemi ile özdeşleştirilebilecek uygulamalardır (Çavuş, 2020: 80).

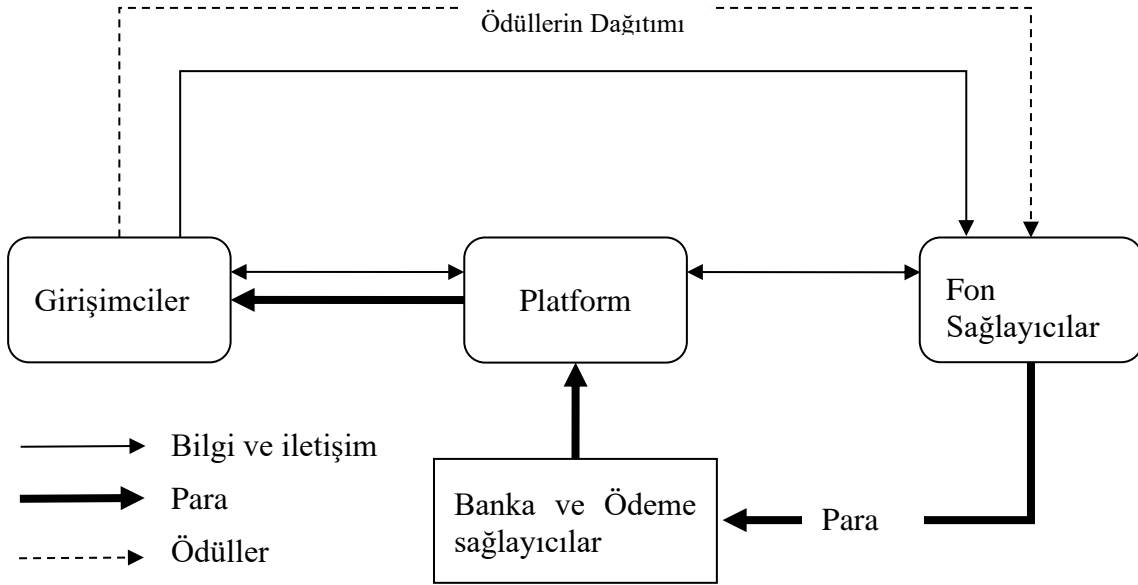
Türkiye’de gerçek anlamda kitlesel fonlamanın ilk uygulaması ise CrowdFon adlı kitlesel fonlama platformu kurulduktan sonra başlamıştır. Bu kitlesel fonlama girişimi sonrasında Türkiye’de FonGoGo, Arıkovanı, Buluşum, Fonlabeni gibi birçok kitlesel fonlama platformu hayata geçmiştir (Çubukçu, 2017: 163-164). Türkiye’de kitle fonlaması ile ilgili ilk yasal düzenleme 5 Aralık 2017’de “Bazı vergi kanunları ile diğer bazı kanunlarda değişiklik yapılmasına dair kanun” ile yapılmıştır. Bu kanun ile kitlesel fonlama Türkiye’de yasal hale gelmiştir. İkincil bir düzenleme ise SPK tarafından Ocak 2019’da “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağı (III-35/A.1)” adı ile yayınlanmıştır (Şahinoğlu, 2019: 84). Son olarak 2021’de son düzenlemeyi borçlanmaya dayalı kitlesel fonlama sistemini de içine alacak şekilde değiştiren “Kitle Fonlaması Tebliği (III – 35/A.2)”

yürürlüğe girmiştir (Ural, 2022: 64). Yasal düzenlemeler ile birlikte Türkiye’de paya dayalı kitlesel fonlama platformlarının açılması için engel kalmamıştır. Günümüzde SPK’ya kayıtlı 13 adet paya dayalı kitle fonlama platformu bulunmaktadır (SPK, 2023).

### 3. Kitlesel Fonlama İşleyişi ve Süreçleri

Kitlesel fonlama sisteminin temel olarak 3 ana paydaşı bulunmaktadır. Bu ana paydaşların arasında ise belirli bağlantılar bulunmaktadır. Kitlesel fonlama platformları, girişimcilerin fikirlerini kitlelere duyurup fon istemesine olanak sağlamaktadır. Kitlesel fonlama platformları girişimcilerin fikirlerini duyurur, bu sayede fon sağlayıcılar için girişimlerin fikirlerine yatırım yapma olanağı sağlarlar. Fon sağlayıcılar kitlesel fonlama platformlarında bulunan projeleri analiz eder ve beğendikleri ve inandıkları projelere yatırım yaparlar. Ayrıca fon sağlayıcılar inandıkları ve beğendikleri projelerin daha başarılı olabilmesi için tavsiye verme eğilimindedirler. Girişimciler ise fon sağlayıcılara kendilerine sağlanan fon karşılığında belirli şeyler sunmaktadırlar. Bunlar ödül, hisse senedi, gelir yüzdesi vb. olabilmektedir. Girişimciler kitlesel fonlama platformuna proje başarı ile sonlandıktan sonra toplanan fonun yüzdesel olarak belirli miktarını ödeme taahhüdünde bulunurlar (Valanciene ve Jegelevicuite, 2014: 602).

**Şekil 1: Kitle Fonlama Süreci(Hemer, 2011: 10)**



Meyskens ve Bird (2015: 157)’e göre kitlesel fonlama süreci beş aşamadan oluşmaktadır. Buna göre sırası ile girişimci kampanyasını hazırlar, daha sonra girişimci kampanyasını yayınlamak için platformu seçer daha sonra toplanan para projeye aktarılır, son olarak ise kampanya başlangıcında fon sağlayıcılara taahhüt edilen ödüller bu kişilere dağıtılır.

**Şekil 1: Meyskens ve Bird’ ün Kitlesel Fonlama Süreci**





Kitlesel fonlama diğer girişim finansmanı türlerine benzemektedir. Diğerlerinden farkı ise kitlesel fonlamada her şey çevrimiçi olarak gerçekleşir. Kitle fonlama sürecinde ilk adım girişimcinin kampanyayı hazırlamasıdır. Daha sonra girişimci fonları toplamak için uygun bir platform seçer. Platformu seçtikten sonra girişimci, fon sağlayıcılar için ödüllerin türünü ve düzeyini belirler. Kampanya başlamadan girişimci kampanyayı sosyal medyada duyurur ve kampanya süresince sosyal medyada aktif kalmak zorundadır. Sonrasında girişimci elde ettiği parayı projeye aktarır ve gerekli ödülleri fon sağlayıcılara dağıtır.

#### 4. Kitlesel Fonlama Türleri

Günümüzde kitlesel fonlama internetin yaygınlaşması ile en çok kullanılan finansman kaynaklarından birisi haline gelmiştir. Kitlesel fonlamanın, kitlesel fonlama platformları tarafından uygulanan belirli türleri bulunmaktadır. Günümüzde genellikle kitlesel fonlamada 4 ayrı tür kullanılmaktadır. Bu türler; ödül tabanlı kitle fonlaması, bağış tabanlı kitle fonlaması, borç tabanlı kitle fonlaması ve paya dayalı kitle fonlamasıdır. Yakın zamanlarda dünyada büyük gayrimenkul projelerini finanse etme imkânı sunan gayrimenkul kitle fonlaması da ortaya çıkmıştır (Herve ve Schwienbacher, 2018: 3). Genellikle kullanılan 4 önemli türün yanında kitlesel fonlamada, telif hakkı kitle fonlaması da kullanılan türler arasında bulunmaktadır. Kitlesel fonlama sisteminde türler; finansal olmayan kitlesel fonlama ve finansal kitlesel fonlama şeklinde sınıflandırılabilir. Kitlesel fonlama türleri bu sınıflamaya göre, fon sağlayanların finansal geri dönüş alıp almamalarına göre sınıflandırılır (Massolution, 2015: 40).

*Paya Dayalı Kitlesel Fonlama:* Paya dayalı kitlesel fonlama veya diğer adı ile hisse tabanlı kitle fonlaması; girişimcinin bir şirketteki öz sermaye, tahvil vb. hisseleri internet ortamında bulunan kitlesel fonlama platformlarında açık finansman çağrısına çıkarak, görece küçük bir yatırımcı grubuna sattığı finansman yöntemidir (Ahlers vd., 2013: 8). Paya dayalı kitlesel fonlama girişimcilere geniş bir yatırımcı ağından girişim hissesi karşılığında ek finansman elde edilmesini sağlamaktadır (Ralcheva ve Roosenboom, 2020: 3- 9).

*Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama:* Ödül bazlı kitlesel fonlama da fon sağlayıcılar, kitlesel fonlama kampanyası esnasında toplanan fonlar ile üretilecek ürün veya girişimcinin sağlayacağı herhangi farklı ödül karşılığında kitlesel fonlama projelerine fon sağlamaktadırlar (Massolution, 2015: 41-43). Ödüle dayalı kitlesel fonlama da teşekkür notu, kitap armağanı, kitabın önsüzünde bulunmak, filmin tanıtımında bulunmak, ürünün önalım hakkına sahip olmak gibi ödüller verilmektedir. Önalım hakkı fon sağlayıcıların kampanya sonucunda üretilecek ürünü piyasaya çıkmadan önce elde etmesi şeklinde olmaktadır (Fettahoğlu ve Khusyan, 2017: 508). Ödül bazlı kitlesel fonlama da projeler genellikle kâr amacı gütmekte ve fon sağlayıcılar bu projelere ödül motivasyonu ile desteklemektedir (Anbar, 2020: 244). Dünyada ödül tabanlı kitlesel fonlamanın en önemli örneği KickStarter'dır (Kraus, Richter, Brem vd., 2016: 15). Türkiye' de ise FonGOGO en çok bilinen örneklerinden birisidir.

*Bağış Bazlı Kitlesel Fonlama:* Bağış bazlı kitlesel fonlama, kampanya sahiplerinin herhangi bir finansal getiri beklentisi olmadan çağrıya çıktığı ve fon sağlayıcıların da somut bir fayda beklemeden, sadece hayır amaçlı fon sağladığı kitlesel fonlama türüdür (Massolution, 2015: 41). Kitlesel fonlama platformunun, bağışçı ve proje sahibinin arasındaki köprüünün kurulmasını sağlaması ile bağış temelli kitlesel fonlama geleneksel bir yardım kampanyasından çok daha fazlasıdır (Rijanto,2018: 80). Dünyada en önemli örneği GoFundMe adlı platformdur. Bu platformda kuruluşundan bugüne 3 milyar dolar bağış toplanmıştır (gofundme, 2022).

*Borç Tabanlı Kitlesel Fonlama:* Borç tabanlı kitlesel fonlama temel olarak girişimcinin, fon sağlayıcıların sağladıkları fonun üzerine sabit bir faiz eklenerek geri ödemesi ile gerçekleşmektedir. Borç tabanlı kitlesel fonlamada, kitlesel fonlama sözleşmelerine her zaman faiz dahil

edilmemektedir (Massolution, 2015: 43). Geleneksel bankaların aradan çekilmesinin komisyon giderlerinin, dosya masraflarının, işletim ücretleri maliyetlerinin minimuma inmesine olanak sağlamaktadır (İşler, 2014: 57).

*Telif Hakkı ve Gayrimenkul Kitle Fonlaması:* Telif hakkı kitle fonlamasında fon sağlayıcı, sağladığı fon karşılığında girişimcinin gelirlerinin belirli bir yüzdesini veya sabit bir miktarını elde edeceği bir sözleşme imzalamaktadır. Bu işlem genellikle girişimlerin telif hakkı ile elde ettiği gelirler ile yapılmaktadır (Massolution, 2015: 45). Gayrimenkul kitle fonlaması, gayrimenkul geliştiricileri ve proje sahiplerinin, internet tabanlı kitlesel fonlama platformlarının kullanımı ile geniş bir kitleden küçük miktarlarda sermaye topladığı bir süreçtir (Montgomery, Squires, Syed vd., 2018: 597; Maarbani, 2015). Gayrimenkul kitle fonlaması platformlarının kullanımı sonucunda gayrimenkul geliştiricileri aracılığıyla ortadan kaldırmaktadır (Montgomery vd., 2018). Gayrimenkul kitle fonlamasında Realty Mogul, Realty Shares, iFunding ve Patch of Land gibi kitle fonlama platformları hizmet vermektedir (Vogel ve Moll, 2014: 7).

## 5. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

### 5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de yeni bir fonlama sistemi olan kitlesel fonlama sisteminin ülkemizde geçmişten günümüze olan durumunu göstermek ve ülkemizde bulunan paya dayalı kitlesel fonlama platformlarının kategori bazlı incelemesini yapmaktır. Ülkemizde resmi olarak 2021 yılında yasallaşan paya dayalı kitlesel fonlama platformları hızla büyümekte ve bu platformlarda birçok girişim fon toplamaktadır. Hangi kategorilerdeki girişimlerin kitlesel fonlamaya daha uygun olduğunun görülmesi, girişimin kitlesel fonlama sistemi üzerinden fon toplama kararında etkili olacaktır. Ayrıca platformlardaki ortalama yatırımcı sayısı ve ortalama toplanan fon miktarı, girişimlerin toplamak istedikleri fon miktarına göre hangi platformu tercih edecekleri kararına katkıda bulunabilir. En yüksek fon toplayan girişimlerin topladıkları fon miktarları, girişimciler için hangi noktaya kadar fon toplanabileceğinin göstergesi olabilir ve bu girişimlerin başarısının nedenlerinin incelenmesi sonucunda başarılı girişimler hakkında daha doğru yorumlamalar yapılabilir. Bundan dolayı çalışmada en yüksek miktarda fon toplayan girişimlerde ele alınmıştır.

### 5.2. Araştırma Yöntemi ve Veri Seti

Bu çalışma nitel araştırma tekniklerinden doküman analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışma durum tespiti yapmaya yöneliktir. Çalışmanın amacına uygun olarak Türkiye’de bulunan kitlesel fonlama platformları incelenmiştir. Bu çalışmada incelenen kitlesel fonlama platformları; Fongogo(Paya dayalı), Fongogo(ödüle dayalı), Fonangels, Fonbulucu ve Startup Burada’dır. Türkiye’de bünyesinde proje bulunduran 6 platform bulundurmaktadır. Çalışmada incelenen platformlar dışındaki platformlar; Ecofolio, Efonla ve Basefunder adlı platformlardır. Bu platformlarda toplamda sadece 6 proje başarılı olabilmektedir. İncelenen 4 platformda başarılı proje sayısı ise 99’dur. Bu çalışma Türkiye’deki paya dayalı kitlesel fonlama örnekleminin Kasım 2023 tarihi itibari ile %94’ünü temsil etmiştir. Bu çalışmanın tüm verileri de bu tarihe kadar olan verilerle sınırlıdır.

## 6. Bulgular

Tablo 1’de Türkiye’de bulunan kitlesel fonlama platformları incelenmiştir. İncelenen kitle fonlama platformlarından 4’ü paya dayalı platformlardır. Fongogo ise ödüle dayalı olan tek platformdur. Paya dayalı kitlesel fonlama platformlarının 2021 ve 2022 yıllarında kurulduğu görülmektedir. Fongogo ise 2013 yılında kurulmuştur. Bu platformlarda komisyon ücretleri %7 ile %10 arasında değişmektedir. En yüksek komisyon ücreti alan platformlar %10 ile Fongogo (ödül) ve startupburada’dır.

**Tablo 1: Türkiye’deki Kitlesel Fonlama Platformları**

Platformlar	Fonangels	StartupBurada	Fongogo (Pay)	Fonbulucu	Fongogo (Ödül)
Kuruluş tarihi	2022	2021	2022	2021	2013
Platform tipi	Pay	Pay	Pay	Pay	Ödül
Listeleme Ücreti	Yok	5250	5.000 +KDV	20.000 +KDV	Yok
Komisyon ücreti	%7+KDV	%10	%7.5+KDV	%8+KDV	%10(genel) %5(STK)
Azami kampanya süresi	60 gün	60 gün	60 gün	60 gün	60 gün
Ortalama kampanya süresi	60 gün	45gün	60 gün	24,2 gün	X
Ortalama Yatırımcı Sayısı	549,5	459,3	455,5	1392,01	X
Toplam yatırımcı sayısı	6593	2756	1822	107185	X
Toplam listelenen kampanya sayısı	15	7	9	93	437
Başarılı kampanya sayısı	12	6	4	77	423
Başarısız kampanya sayısı	2	0	5	12	0
Devam eden kampanya sayısı	1	1	0	4	14
Toplam toplanan fon miktarı(TL )	68.459.278	25.613.366	6.618.622	430.914.039	9.587.283
Ortalama fon miktarı	5704939	4.268.894	1.654.655	5.596.286	22664

Listeleme ücreti bazı platformlarda bulunmazken en yüksek listeleme ücreti alan platform, Fonbulucu’da listeleme ücreti 20.000 TL+ KDV’dir. Azami kampanya süresi tüm platformlarda 60 gündür. Kampanyaların Fonbulucu ’da 24,2 gün ’de başarıya ulaştığı görülmektedir. Ortalama yatırımcı sayısı; Fonangels, StartupBurada, Fongogo (Pay)’da 549,5, 459,3 ve 455,5 iken Fonbulucu’daki bir projeye yatırım yapan ortalama kişi sayısı 1392,01’dir. Platform üzerinden yatırım yapmış toplam yatırımcı sayısı incelendiğinde en yüksek yatırımcı sayısına 107185 Fonbulucu’nun sahip olduğu görülmektedir. En düşük toplam yatırımcı sayısına ise 1822 kişi ile Fongogo(pay) sahiptir.

Fonbulucu’da günümüze kadar toplam 93, kampanya listelenmiştir. Bunların 4’ü hala devam ederken 12 kampanya başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Başarı ile sonuçlanan kampanyalardan, girişimciler toplam 430.914.039 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Startupburada platformunda listelenen ve başarılı olan girişimler ortalama olarak 5.596.286TL fon elde etmektedir.

Fongogo (pay) platformunda toplam 9 kampanya listelenmiştir. 5 kampanya başarısızlık sonuçlanmış, 4 kampanya ise başarı ile sonuçlanmıştır. Başarı ile sonuçlanan kampanyalardan girişimciler toplam 6.618.622TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Fongogo (pay) platformunda listelenen ve başarılı olan girişimler ortalama olarak 1.654.655TL fon elde etmektedir.



Fongogo (ödül) platformunda 437 kampanya listelenmiş, bunların 423'ü başarı ile sonuçlanmış 14'ü devam etmektedir. Başarısız kampanya bulunmamasının nedeni, başarısız kampanyaların web sitesinden silinmesidir. Başarı ile sonuçlanan kampanyalardan proje sahipleri toplam 9.587.283 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Fongogo (ödül) platformunda listelenen ve başarılı olan proje sahipleri ortalama olarak 22. 664TL fon elde etmektedir.

StartupBurada platformunda 7 kampanya listelenmiş, bunların 6'sı başarılı 1'i başarısız olmuştur. Başarı ile sonuçlanan kampanyalardan girişimciler toplam 25.613.366 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Startupburada platformunda listelenen ve başarılı olan girişimler ortalama olarak 4.268.894 TL fon elde etmektedir.

Fonangels platformunda 15 kampanya listelenmiştir. Bu kampanyaların 2'si başarısızlıkla sonuçlanmış 1 kampanya ise devam etmektedir. Başarı ile sonuçlanan kampanyalardan, girişimciler toplam 68.459.278 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Fonangels platformunda listelenen ve başarılı olan girişimler ortalama olarak 5.704.939 TL fon elde etmektedir.

**Tablo 2. Türkiye'deki Ödül Tabanlı Kitle Fonlama Platformunun Kategori Bazlı İncelenmesi**

Kategoriler	Toplam proje	Başarılı proje	Başarısız proje*	Devam eden proje	Toplanan Bağış miktarı (TL)	Ortalama miktarı (TL)	bağış
Çevre	18	18	0	0	411.300	22.850	
Dans	3	3	0	0	33.240	11.080	
Eğitim	75	74	0	1	1.943.310	26.240	
Film	218	211	0	7	4.982.352	23.630	
Yeme İçme	6	6	0	0	351.545	58.595	
Kültür Sanat	41	39	0	2	604.880	15.509	
Müzik	16	16	0	0	393.499	24.593	
Sağlık, Güzellik	11	11	0	0	382.780	34.798	
Spor	5	5	0	0	66.115	13.223	
Moda, Tasarım	2	2	0	0	38.780	19.390	
Teknoloji	7	5	0	2	242.553	48.510	
Gezi	3	3	0	0	44.740	14.913	
Yayıncılık	6	5	0	1	92.189	18.437	
Diğer	26	25	0	1	441.300	17.652	
<b>Toplam</b>	<b>437</b>	<b>423</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>9.587.283</b>	<b>22.664</b>	

\* Fongogo (ödül) kitlesel fonlama platformunda başarısız projelere dair bilgi bulunmamaktadır.

Tablo 2.'de görüldüğü üzere ödül tabanlı kitlesel fonlama platformu Fongogo, paya dayalı kitlesel fonlama platformlarından çok daha önce kurulmuştur. Paya dayalı kitlesel fonlamaya göre ödül tabanlı platformlarda fonlanan proje türlerindeki farklılıkların ve toplanan bağış miktarlarındaki farklılıkların görülmesi araştırma için gerekli olduğu düşünülmüştür. Tabloda Türkiye'de bulunan ödüle dayalı kitle fonlamasının kategori bazlı incelemesi yapılmıştır. Türkiye'de ödüle dayalı kitle fonlamasında 5 ve üzeri kampanya sayısına sahip tek platform Fongogo' dur. Bu sebeple tablo Fongogo platformundaki veriler üzerinden derlenmiştir. Platformda; çevre, dans, eğitim, film, yeme-içme, kültür-sanat, müzik, sağlık-Güzellik, spor, moda-tasarım, teknoloji, gezi, yayıncılık ve diğer isminde 14 adet kategori bulunmaktadır.

Eğitim kategorisinde 1, film kategorisinde 7, kültür sanat kategorisinde 2, teknoloji kategorisinde 2 yayıncılık ve diğer kategorisinde ise 1 proje hala devam etmektedir. Platformda başarısız projeler ile ilgili veri bulunmamaktadır. Ödüle dayalı kitle fonlamasında en çok projenin içerisinde

bulduğu kategori 218 proje ile film kategorisidir. Bunu 75 proje ile eğitim kategorisi, 41 proje ile kültür-sanat kategorisi takip etmektedir. En az projenin listelendiği kategoriler ise 2 proje ile moda, 3 proje ile gezi ve 5 proje ile spor kategorisidir.

En yüksek destek toplayan kategoriler; 4.982.352 tl ile film kategorisi, 1.943.310tl ile eğitim kategorisi ve 604.880 tl ile kültür-sanat kategorileridir. En düşük destek ise 33.240 ve 38.780 TL destek ile dans ve moda-tasarım kategorisine yapılmıştır.

Ortalama destek miktarı kategorilerde destek alan girişimlerin ortalama olarak aldıkları destek miktarını göstermektedir. Ortalama destek miktarı en yüksek olan kategoriler yeme-içme ve teknoloji kategorileridir. Yeme içme ve teknoloji kategorilerine ortalama destek miktarı 58.595 ve 48.510 TL'dir. Ortalama destek miktarı en düşük olan kategoriler dans ve spor kategorileridir. Dans ve spor kategorilerine ortalama destek miktarı 11.080 ve 13.223 TL'dir. Ödüle dayalı kitle fonlama projelerinin ortalama olarak 22.664 TL destek aradığı görülmektedir.

**Tablo 3: Fongogo(pay) Kitle Fonlama Platformunun Kategori Bazlı İncelenmesi**

**Kategoriler	Toplam Proje	Başarılı Proje	Başarısız Proje	Devam Eden Projeler	Top. Yatırımcı	*Toplanan Fon Miktarı (TL)
Tarım	1	1	0	0	963	2.400.000
Ulaştırma	2	1	1	0	408	1.158.622
Finans	2	2	0	0	451	3.060.000
Sağlık	2	0	2	0	0	0
Pazarlama	1	0	1	0	0	0
Eğitim	1	0	1	0	0	0
Toplam	9	4	5	0	1822	6.618.622

\*Toplanan fon miktarı kısmına girişimcinin kampanya sonucu eline geçen fon miktarı yazılmıştır. Türkiye'de kitlesel fonlama sistemi yönetmeliğine göre, bir kitlesel fonlama kampanyasında girişim hedeflediği fon miktarının %20 kadar üstünde fon toplama hakkına sahiptir. Bunun üzerinde toplanan fonlar yatırımcıya iade edilmektedir.

\*\*Kategoriler platform üzerinde listelenen girişimlerin kampanya sayfasında yer alan ilk kategori bilgisine göre düzenlenmiştir.

Tablo 3'de Fongogo platformunun kategori bazlı incelemesi yapılmıştır. Fongogo platformunda toplamda 9 proje bulunmaktadır. Tarım kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. Bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 963 kişi yatırım yapmış ve girişim 2.400.000 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Ulaştırma kategorisinde 2 proje bulunmaktadır bu projelerden 1 tanesi başarılı 1'i ise başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Başarı ile sonuçlanan projeye 408 kişi yatırım yapmış ve girişim 1.158.622 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Finans kategorisindeki 2 projede başarı ile sonuçlanmış. Bu projelere 451 kişi yatırım yapmış ve girişimler 3.060.000 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Sağlık kategorisindeki 2, pazarlama kategorisindeki 1, eğitim kategorisindeki 1 proje başarısız olmuştur. Fongogo'da listelenen projelerden 4' başarı ile 5' i ise başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Başarılı projelere 1822 yatırımcı 6.618.622 TL yatırım yapmıştır.

**Tablo 4: Startup Burada Kitle Fonlama Platformunun Kategori Bazlı İncelenmesi**

Kategoriler**	Toplam Proje	Başarılı Proje	Başarısız Proje	Devam Eden Projeler	Toplam Yatırımcı	Toplanan Fon Miktarı(TL)*
Yazılım	2	2	0	0	816	8.386.250
Teknoloji	1	1	0	0	474	2.799.999
E-ticaret	1	1	0	0	517	4.937.417
Mobil uygulama	2	2	0	0	949	9.489.700
Otomotiv	1	0	0	1	X	X
Toplam	7	6	0	1	2756	25.613.366

\*Toplanan fon miktarı kısmına girişimcinin kampanya sonucu eline geçen fon miktarı yazılmıştır. Türkiye'de kitlesel fonlama sistemi yönetmeliğine göre, bir kitlesel fonlama kampanyasında girişim hedeflediği fon miktarının %20 kadar üstünde fon toplama hakkına sahiptir. Bunun üzerinde toplanan fonlar yatırımcıya iade edilmektedir.

\*\*Kategoriler platform üzerinde listelenen girişimlerin kampanya sayfasında yer alan ilk kategori bilgisine göre düzenlenmiştir.

Tablo 4’te Startupburada platformunun kategori bazlı incelemesi yapılmıştır. Startupburada platformunda toplamda 7 proje bulunmaktadır. Yazılım kategorisinde 2 proje bulunmaktadır. Bu projeler başarı ile sonuçlanmıştır. Projelere 816 kişi yatırım yapmış ve girişimler 8.386.250 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Mobil uygulama kategorisindeki 2 projede başarı ile sonuçlanmış. Bu projelere 949 kişi yatırım yapmış ve girişimler 9.489.700 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Teknoloji kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 474 kişi yatırım yapmış ve girişim 2.799.999 TL finansman kaynağı elde etmiştir. E-ticaret kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. Bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 517 kişi yatırım yapmış ve girişim 4.937.417 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Otomotiv kategorisindeki 1 projenin ise kampanyası hala devam etmektedir. Startupburada’da listelenen projelerden 6’sı başarı ile sonuçlanmış 1’ i ise devam etmektedir. Başarılı projelere 2756 yatırımcı yatırım yapmış ve girişimler 25.613.366 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir.

**Tablo 6: Fonangels Kitle Fonlama Platformunun Kategori Bazlı İncelenmesi**

Kategori**	Toplam Proje	Başarılı Proje	Başarısız Proje	Devam Eden Projeler	Toplam Yatırımcı	Toplanan Fon Miktarı (TL)*
Yazılım	7	5	1	1	2670	36.425.816
Yenilenebilir Enerji	1	1	0	0	760	4.045.333
Eğitim	4	3	1	0	1.178	5.880.548
Finans***	1	1	0	0	1567	18.820.955
Yapay Zekâ	1	1	0	0	200	1.750.000
Medya****	1	1	0	0	219	1.536.626
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>6594</b>	<b>68.459.278</b>

\*Toplanan fon miktarı kısmına girişimcinin kampanya sonucu eline geçen fon miktarı yazılmıştır. Türkiye’de kitlesel fonlama sistemi yönetmeliğine göre, bir kitlesel fonlama kampanyasında girişim hedeflediği fon miktarının %20 kadar üstünde fon toplama hakkına sahiptir. Bunun üzerinde toplanan fonlar yatırımcıya iade edilmektedir.

\*\*Kategoriler, platform üzerinde listelenen girişimlerin kampanya sayfasında yer alan ilk kategori bilgisine göre düzenlenmiştir.

\*\*\*Web sitesinde finansal teknoloji kategorisinde yer alan proje tabloda finans kategorisinde gösterilmiştir.

\*\*\*\*Web sitesinde Medya, eğlence kategorisinde yer alan proje tabloda medya kategorisinde gösterilmiştir.

Fonangels kitle fonlama platformunda toplamda 15 proje bulunmaktadır. Yazılım kategorisinde 7 proje bulunmaktadır. Bu projelerden 5’i başarı ile 1’i başarısızlık ile sonuçlanmıştır. Başarılı olan projelere 2670 kişi yatırım yapmış ve girişimler 36.425.816 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Eğitim kategorisindeki 4 projenin 3’ü başarı ile sonuçlanmıştır. Bu projelere 1.178 kişi yatırım yapmış ve girişimler 5.880.548 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir. Yenilenebilir enerji kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 760 kişi yatırım yapmış ve girişim 4.045.333 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Finans kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. Bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 1567 kişi yatırım yapmış ve girişim 18.820.955 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Yapay Zekâ kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. Bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 200 kişi yatırım yapmış ve girişim 1.750.000 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Medya kategorisinde 1 proje bulunmaktadır. Bu proje başarı ile sonuçlanmıştır. Projeye 219 kişi yatırım yapmış ve girişim 1.536.626 TL finansman kaynağı elde etmiştir. Fonangels’da listelenen projelerden 12’si başarı ile sonuçlanmış 2’ si başarısızlıkla sonuçlanmış, 1 proje ise devam etmektedir. Başarılı projelere toplamda 6594 kişi yatırım yapmış ve girişimler 68.459.278 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir.

**Tablo 6: Fonbulucu Kitle Fonlama Platformunun Kategori Bazlı İncelenmesi**

Kategori**	Toplam Proje	Başarılı Proje	Başarısız Proje	Devam Eden Projeler	Toplam Yatırımcı	Toplanan Fon Miktarı (TL)*
Biyoteknoloji	9	9	0	0	13022	56.930.760
Denizcilik	2	0	2	0	X	X
Diğer	5	3	2(1 iptal)	0	4912	20.664.244
Eğitim	9	8	1	0	5481	9.240.828
Elektrik, Elektronik	14	13	0	1	19.239	48.113.022
Enerji	4	4	0	0	10.999	63.200.661
Finans	1	1	0	0	2.388	8.640.000
Kozmetik	1	1	0	0	927	4.200.000
Makine, teçhizat	8	6	2(1 iptal)	0	8607	26.096.000
Medya	3	1	2	0	899	2.023.565
Oyun	1	1	0	0	1894	7.144.008
Sağlık	4	3	1	0	3480	7.928.800
Tarım	9	9	0	0	13539	91.139.600
Ulaştırma	2	2	0	0	2943	12.720.512
Yapay Zekâ	11	10	0	1	9486	45.298.162
Yazılım	10	6	2	2	7795	27.573.877
Toplam	93	77	12	4	105611	430.914.039

\*Toplanan fon miktarı kısmına girişcinin kampanya sonucu eline geçen fon miktarı yazılmıştır. Türkiye’de kitlesel fonlama sistemi yönetmeliğine göre, bir kitlesel fonlama kampanyasında girişim hedeflediği fon miktarının %20 kadar üstünde fon toplama hakkına sahiptir. Bunun üzerinde toplanan fonlar yatırımcıya iade edilmektedir.

**\*\*Kategoriler:**

- Her projenin site üzerinden sayfası ziyaret edilmiş ve bulunduğu kategoriler incelenmiştir.
- Birden fazla kategoride bulunan projelerin ilk sırada yer alan kategori bilgisi tabloda ele alınmıştır.
- Birden fazla kategoride bulunan projelerin ilk sırasında diğer kategorisi bulunması halinde 2. Sıradaki kategori bilgisi tabloda ele alınmıştır.
- İlk sırada havacılık ve madencilik bulunan projenin proje sayfası incelenmiş ve makine teçhizat kategorisine daha uygun görülmüştür.
- İklimlendirme, Otomotiv, Yapay Zekâ ve Yazılım kategorilerinde bulunan proje incelenmiş ve makine- teçhizat üretimi yapıldığı ve bu ürünün yapay zekâ ve yazılım ile kontrol edilebildiği görülmüştür. İnceleme sonucunda bu proje makine- teçhizat kategorisinde değerlendirilmiştir.
- “İletişim, Haberleşme ve Medya, Eğlence” şeklinde kategorilendirilmiş proje, medya kategorisinde değerlendirilmiştir.
- Tıbbi bilişim kategorisinde yer alan projenin kategorisi “sağlık” olarak değiştirilmiştir.

- İlk sırada tekstil kategorisi olan projenin ise sektörel olarak tekstil sektörüne yapay zekâ çözümü ürettiği görülmüş ve yapay zekâ kategorisinde değerlendirilmiştir.
- Diğer, Geri Dönüşüm ve Yazılım kategorisinde yer alan proje incelenmiş ve projenin bir kiralama platformu olduğu görülmüştür. İnceleme sonucunda yazılım kategorisinde değerlendirilmiştir.
- Coğrafi Bilgi Sistemleri, Yapay Zekâ ve Yazılım kategorisinde yer alan girişim incelenmiş ve gayrimenkul sektöründe yapay zekâ ile karar almayı kolaylaştıran bir yazılım olduğu görülmüş ve yazılım kategorisinde değerlendirilmiştir.

Fonbulucu kitle fonlama platformunda toplamda 93 proje bulunmaktadır. Projelerin kategorileri incelendiğinde en çok proje 14 proje ile elektrik elektronik kategorisinde bulunmaktadır. Yapay zekâ kategorisinde 11, yazılım kategorisinde ise 10 proje bulunmaktadır. En az projenin listelendiği kategoriler ise 1 proje ile; finans kozmetik ve oyun kategorileridir. Denizcilik, diğer, makine-teçhizat, medya ve yazılım kategorilerindeki 2'şer, eğitim ve sağlık kategorilerindeki 1'er proje başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Toplamda 12 proje başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Yazılım kategorisindeki 2 proje, yapay zekâ kategorisindeki 1 proje elektrik elektronik kategorisindeki 1 proje ise devam etmektedir. Toplamda 4 proje kampanyasına devam etmektedir. En fazla yatırımcının yatırım yaptığı kategoriler 19.239 kişi ile elektrik-elektronik, 13539 kişi ile tarım ve 13022 kişi ile biyoteknoloji kategorileridir. En az yatırımcının yatırım yaptığı kategori 899 kişi ile medya kategorisidir. Fonbulucu üzerinden toplamda 105.611 kişi projelere yatırım yapmıştır. Girişimcilerin elde ettiği fon miktarları incelendiğinde en yüksek fonun 91.139.600 TL ile tarım kategorisinde toplandığı görülmektedir. Tarım kategorisinden sonra 63.200.661 TL ile enerji kategorisi gelmektedir. Başarılı projelere toplamda 105611 kişi yatırım yapmış ve girişimler 430.914.039 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir.

**Tablo 7: Türkiye'deki Paya Dayalı Kitle Fonlama Platformlarının Kategori Bazlı İncelenmesi**

Kategoriler**	Toplam Proje	Başarılı Proje	Başarısız Proje	Devam Eden Projeler	Başarı Oranı (%)	Toplam Yatırımcı	Toplanan Fon Miktarı (TL)*
Biyoteknoloji	9	9	0	0	100	13.022	56.930.760
Denizcilik	2	0	2	0	0	X	X
Diğer	5	3	2(1 iptal)	0	60	4.912	20.664.244
Eğitim	14	11	3	0	78,58	6.659	15121376
Elektrik-Elektronik	14	13	0	1	100	19.239	48.113.022
Enerji	5	5	0	0	100	11.759	67.245.994
Finans	4	4	0	0	100	4.406	30.520.955
Makine-teçhizat	8	6	2(1 iptal)	0	75	8.607	26.096.000
Medya	4	2	2	0	50	1.118	3560191
Oyun	1	1	0	0	100	1.894	7.144.008
Sağlık	6	3	3	0	50	3.480	7.928.800
Tarım	10	10	0	0	100	14.502	93.539.600
Ulaştırma	4	3	1	0	75	3.351	13.879.134
Yapay Zekâ	13	12	0	1	100	9.876	53.048.162
Yazılım	24	16	4	4	80	13.031	83.613.059
Kozmetik	1	1	0	0	100	927	4.200.000
<b>Toplam</b>	<b>124</b>	<b>99</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>83,89</b>	<b>116.783</b>	<b>531.605.305</b>



\*Toplanan fon miktarı kısmına girişimcinin kampanya sonucu eline geçen fon miktarı yazılmıştır. Türkiye’de kitlesel fonlama sistemi yönetmeliğine göre, bir kitlesel fonlama kampanyasında girişim hedeflediği fon miktarının %20 kadar üstünde fon toplama hakkına sahiptir. Bunun üzerinde toplanan fonlar yatırımcıya iade edilmektedir.

\*\*Kategoriler, platform üzerinde listelenen girişimlerin kampanya sayfasında yer alan ilk kategori bilgisine göre düzenlenmiştir. Bazı girişimlerin kategorilerinde, platformların girişimleri farklı isimler ile kategorilendirilmesi nedeni ile değişikliğe girilmiştir.

- Paya dayalı kitlesel fonlama hakkında genel tablo oluşturma aşamasında fonangels kitlesel fonlama platformundaki kategorilerde düzenlemeye gidilmiştir. Buna göre yenilebilir enerji kategorisinde bulunan girişim genel tabloya enerji kategorisinde dahil edilmiştir.
- Paya dayalı kitlesel fonlama hakkında genel tablo oluşturma aşamasında fongogo kitlesel fonlama platformundaki kategorilerde düzenlemeye gidilmiştir. Buna göre pazarlama kategorisinde bulunan proje incelenmiş ve genel tablo içerisine yazılım kategorisine dahil edilmesi uygun bulunmuştur.
- Paya dayalı kitlesel fonlama hakkında genel tablo oluşturma aşamasında startup burada kitlesel fonlama platformundaki kategorilerde düzenlemeye gidilmiştir. Buna göre teknoloji kategorisinde bulunan 1 girişim, e ticaret kategorisinde bulunan 1 girişim, otomotiv kategorisindeki 1 girişim ve mobil uygulama kategorisinde bulunan 1 girişim yazılım kategorisine dahil edilmiştir. Ayrıca mobil uygulama kategorisinde bulunan girişimde incelenmiş ve bu projenin yapay zekâ kategorisinin içerisinde bulunması uygun bulunmuştur.

Tablo 7’de Türkiye’de bulunan paya dayalı kitlesel fonlama platformlarının kategori bazlı incelemesi yapılmıştır. Tabloda bulunan bilgiler; Fonbulucu, Fongogo, startupburada ve Fonangels adlı kitlesel fonlama platformlarından alınmıştır. Bu platformlar seçilirken, platform içerisinde 5 ve üzerinde proje bulunmasına dikkat edilmiştir. Türkiye’de bu platformlar dışında paya dayalı kitlesel fonlama platformları da bulunmaktadır. Fakat toplam proje sayıları 5’i geçmemektedir.

Türkiye’deki paya dayalı kitlesel fonlama platformlarında toplam 124 proje bulunmaktadır. Projelerin kategorileri incelendiğinde en çok proje 24 proje ile yazılım kategorisinde bulunmaktadır. Bunu 14’er proje ile elektrik-elektronik ve eğitim kategorisi takip etmektedir. En az projenin listelendiği kategoriler ise 1 proje ile; finans kozmetik ve oyun kategorileridir. En fazla başarılı proje bulunan kategoriler Yazılım, elektrik-elektronik ve yapay zekâ kategorileridir. Denizcilik, diğer, makine-teçhizat, medya ve yazılım kategorilerindeki 2’şer, eğitim ve sağlık kategorilerindeki 3’er, Ulaştırma kategorisinde ise 1 proje başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Paya dayalı kitlesel fonlamada toplamda 19 proje başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Yazılım kategorisindeki 4 proje, yapay zekâ kategorisindeki 1 proje elektrik elektronik kategorisindeki 1 proje ise devam etmektedir. Toplamda 6 proje kampanyasına devam etmektedir. En fazla yatırımcının yatırım yaptığı kategoriler 19.239 kişi ile elektrik-elektronik, 14.502 kişi ile tarım ve 13031 kişi ile yazılım kategorileridir. En az yatırımcının yatırım yaptığı kategori 927 kişi ile kozmetik kategorisidir. Türkiye’de paya dayalı kitlesel fonlama ile başarılı projelere toplamda 116.783 kişi yatırım yapmıştır. Girişimcilerin elde ettiği fon miktarları incelendiğinde en yüksek fonun 93.539.600 TL ile tarım kategorisinde toplandığı görülmektedir. Tarım kategorisinden sonra 83.613.059 TL ile

yazılım kategorisi gelmektedir. Girişimler paya dayalı kitlesel fonlama ile toplamda 430.914.039 TL finansman kaynağı elde etmişlerdir.

**Tablo 8: En Yüksek Fonlanan Projeler**

Kategori	Proje sayısı	Toplam projeye oranı (%)	5 milyon TL ve üzeri projelerde toplanan fon	Toplam Fon oranı (%)
Biyoteknoloji	3	33	48.000.000	84
Elektrik-Elektronik	5	36	32.680.449	68
Enerji	4	80	63.200.661	94
Finans	2	50	27.460.955	90
Makine-Teçhizat	2	25	17.000.000	65
Oyun	1	100	7.144.008	100
Tarım	5	50	84.100.000	90
Ulaştırma	1	25	10.200.000	73
Yapay zekâ	2	15	27.589.536	52
Yazılım	5	20	52.696.011	63
Diğer	1	20	15.054.244	73
Toplam	31	33	268.345.417	50

Tablo 8’de 5milyon TL ve üzerinde fonlanan projelerin yer aldıkları kategoriler ve topladıkları fon miktarları yer almaktadır. En fazla yüksek fonlanan projenin bulunduğu kategori yazılım, tarım ve elektrik elektronik kategorileridir. Bu kategorilerde toplanan fonların çoğunluğunu yüksek fonlanan projelerin oluşturduğu görülmektedir. Enerji kategorisinde toplanan fonun %94’ü ve projelerin %80’lik kısmı yüksek fonlanan projelerden oluşmaktadır. Yüksek fonlanan projelerin toplam projeye oranı en düşük olan kategori %15 ile Yapay zeka kategorisidir. Bu kategoride toplanan fonların %52’si yüksek fonlanan projelerden oluşmaktadır. Toplamda projelerin %33’lük kısmı 5 milyon ve üzeri fonlanmıştır. Türkiye’de kitlesel fonlama ile girişimcilerin elde ettiği fonun %50’sini yüksek fonlanan girişimler oluşturmaktadır.

## 7. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’ de aktif olarak faaliyet gösteren kitlesel fonlama platformlarının çeşitli değişkenlere bağlı olarak kategori bazlı değerlendirmeleri yapılmıştır. Türkiye’de araştırmanın yapıldığı tarihte, 11 adet platform SPK tarafından kitlesel fonlama yapmak üzere yetkilendirilmiştir. Bu platformlardan bazıları aktif durumdayken, bazıları ise henüz kitlesel fonlama faaliyetlerine başlamamıştır. Çalışmanın bulgularına göre en fazla yatırımcıyı bünyesinde bulduran platform, Fonbulucu’ dur. Ayrıca bu platform kampanya sayıları ve toplanan fon açısından da en yüksek değere sahip platformdur. Platformun kurulmuş ilk paya dayalı kitlesel fonlama platformu olması ve geçmişte ödüle dayalı kitlesel fonlama faaliyetlerinde bulunmasından kaynaklı olan tanınırlığı, başarısının nedenlerindedir. Fonbulucu’nun listeleme ücreti diğer platformlara göre çok yüksektir. Diğer platformlara göre girişimci ve yatırımcılar tarafından daha fazla tercih edilmesi ve pazarda tutunmuş olması listeleme ücretinin yüksek olmasında etkilidir.

Fongogo 4 platform arasından en düşük yatırımcı sayısı, başarılı kampanya sayısı ve toplanan fon miktarına sahip platformdur. Fongogo’ da listelenen 9 projeden 5’i başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Oransal olarak en fazla başarısız projenin bulunduğu platform olan Fongogo’ da başarılı projeler tarım ulaştırma ve finans kategorilerinden çıkmıştır. Tarım ve finans kategorisinde başarı oranı %100’dür. Fongogo’ da ki 4 başarılı girişimden 3’ü bu kategorilerde bulunmaktadır. Başarısız projeler ise eğitim, sağlık, yazılım(pazarlama) ve ulaştırma kategorilerinde bulunmaktadır. Sağlık kategorisindeki projelerin Türkiye’deki başarı oranı %50’dir. Bu alandaki projelere daha az yatırım

yapılması Fongogo'daki projenin başarısızlığına neden olarak gösterilebilir; fakat başarısızlığın tek nedeni projelerin kitlesel fonlamaya uygun sektörde bulunmaması değildir.

Bir kitlesel fonlama projesinin başarıya ulaşması için proje kalitesinin yüksek olması gerekmektedir. Kalite, projenin; videolar, güncellemeler, platformdaki yazılımsal hataların düşürülmesi gibi faktörler sonucu oluşur (Ferreira ve Pereira, 2018:29; Mollick ,2014; Kuppaswamy ve Bayus, 2018). Türkiye'deki projeler incelendiğinde projelerin başarıya ulaşmak için ödül ve bonus paylar verdiği görülmüştür. Ödül ve bonus payların varlığı da projenin kalitesi açısından değerlendirilebilir. Projesinin kalitesini yükseltmeyen girişimcilerin kampanyaları başarısızlıkla sonuçlanacaktır. Ayrıca sosyal medyanın aktif kullanılması da yatırımcıları projeye çekecektir (Lu, C. vd.,2014 :7). Moiseyev (2013:30) çalışmasında sosyal medyayı aktif kullanmayan ve ilgi çekmeyen projelerin başarısız olduğunu tespit etmiştir. Buda projelerin başarısız olma nedenlerinden birisi olarak görülebilir. Fongogo' nun diğer platformlara göre daha geride olduğu söylenebilir de Fongogo kurulduğu yıl ve 2023 yılı arasında büyük bir gelişim göstermiştir. Bir önceki yıla göre 2 kattan fazla gelişim gösteren Fongogo'nun gelecekte daha da büyüyeceği öngörülmektedir.

Startup Burada platformunda yayımlanan her projenin başarılı sonuçlandığı görülmektedir. Platformdaki projeler genel olarak yapay zekâ ve yazılım kategorilerinde değerlendirilebilecek projelerdir. Bu kategoriler kitlesel fonlamada projelerin genellikle içerdiği ve yatırımcılar tarafından tercih edilen kategorilerdir. Startup Burada'nın ilk girişimini yayınladığı yıl olan 2022 yılı ile 2023 yılındaki verileri karşılaştırıldığında büyük bir gelişim gösterdiği görülmektedir.

Fonangels' de 14 tamamlanmış projeden sadece 2'si başarısız olmuştur. Başarısız projeler yazılım ve eğitim kategorilerinde bulunmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre Türkiye'de fonlanan tüm projelerde, eğitim kategorisinde başarı oranının %78.5, yazılım kategorisinde ise %80 olduğu görülmektedir. Bu iki kategoride bulunan projelerde başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Bu kategorilerde Fonangels platformunda da belirli oranda başarısızlık ihtimali olduğu görülmektedir. Fonangels' in diğer kitle fonlama platformlarına kıyasla 2022 yılı ile 2023 yılı arasında topladığı fon miktarı arasında daha düşük bir fark bulunmaktadır. Giderek yükselen bir grafik olmasına rağmen diğer platformlardaki yükseliş bu platformda görülmemektedir.

Çalışmanın bulgularına göre, Türkiye'de denizcilik alanında hiçbir proje başarı ile sonuçlanmamıştır. Diğer kategorisinde çeşitli projeler bulunmaktadır ve bunların %40'ı başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Medya ve sağlık kategorisindeki projelerin ise %50'si başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Bu alanda olan projelerden bazılarının başarısızlıkla sonuçlanması, bu alanlardaki projelerin kitlesel fonlamaya uygunluğunu tartışmaya açmaktadır. Türkiye'de paya dayalı kitlesel fonlama pek çok sektörden birçok girişim tarafından tercih edilmektedir. Yazılım, eğitim, elektrik- elektronik ve yapay zekâ ile ilgili girişimlerin kitlesel fonlamayı daha fazla tercih etmektedir. Platformlarda en fazla bu kategorilerde girişimlerin bulunmasına rağmen tarım kategorisindeki girişimlerin toplamda bu alanlardaki projelerden daha fazla fon toplamıştır. Tarım kategorisindeki 10 projeden 5'i 5 milyon TL'nin üzerinde fonlanmıştır ve toplam topladığı fonun %90'lık kısmını bu projeler oluşturmaktadır. Türkiye'deki tarım projeleri incelendiğinde bazı tarım projelerinin tarım ürünlerinin ekimi ile yüksek miktarda temettü geliri vadettiği görülmüştür. Bu durumun bundan kaynaklandığı düşünülmektedir. Paya dayalı kitlesel fonlamada biyoteknoloji, elektrik-elektronik, enerji, finans, tarım ve yapay zekâ girişimleri Türkiye'de araştırmanın yapıldığı tarihe kadar %100 başarı ile tamamlanmıştır. Bundan dolayı bu tipteki girişimler kitlesel fonlamaya uygun olduğu söylenebilir. Enerji kategorisindeki projelerin ise 5 projeden 4'ü yüksek miktarda fonlanan projedir. Bu projeler toplamda 63 milyon TL fonlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarından enerji sektöründeki girişimlerin kitlesel fonlama için uygun olduğu sonucu çıkarılabilir. Mamonov vd., (2017:246) ABD'deki 17 platformdan veri topladığı çalışmasında finans ve teknoloji alanındaki projelerin sayısının yüksek olduğu görülmektedir ve biyoteknoloji ve enerji alanındaki projelerin

başarı oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Sağlık, medya ve denizcilik alanındaki projeler Türkiye’de paya dayalı kitlesel fonlamada yeterli başarıyı gösterememektedir. Bu tipteki girişimlerin kitlesel fonlama sisteminde fon toplama kararlarını verirken dikkatli olması gerekmektedir.

Kitlesel fonlamada kampanya kararı, başarısızlığın halka duyurulması, işletmeye dair mali, idari ve bazı stratejik kararların duyurulmasının gerekmesi gibi sebeplerden dolayı dikkatlice verilmelidir. Kampanya başlattıktan sonra; iş planı, bazı idari, mali bilgiler halka duyurulacak ve başarısızlık durumunda tüm paydaşlar işletmenin devam ettiği sürece bu başarısızlıktan haberdar olacaktır. Bundan dolayı projenin, kampanyaya uygunluğu, hangi platformda yayınlamak gerektiği, gibi kararların özenle verilmesi gerekmektedir. Çalışmada başarısız bazı kitlesel fonlama kampanyalarına dair bilgilere yer verilmiştir. Buna göre denizcilik kategorisindeki 1 kampanya bonus pay ve ödüller vermesine rağmen başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Kitlesel fonlamada kampanya öncesinde toplanacak fon miktarına dair karar da büyük bir önem taşımaktadır (Estrin vd., 2018:25). Kitlesel fonlamada yatırımcıdan toplanabilecek miktarda fon miktarı ile çağrıya çıkmak gerekmektedir. Kitlesel fonlama projelerinde yatırımcılar projelerin başarılı olmalarını isterler ve başarılı olamayacak kadar yüksek miktarda fon hedefleyen projelerden uzak durmaktadırlar (Kuppuswamy, 2017: 15-17). Bir proje yatırımcının dikkatini çekebilmek için ödüller ve ek pay kampanyaları düzenlemek istenilen fon miktarına çıkmak için yardımcı olabilir. Girişimcilerin bunları kullanması kampanyanın başarılı olmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca kampanya sayfasında duyuru(güncelleme)paylaşmamış ve sosyal medyada da platforma dair bilgi bulunamamıştır. Sık güncellemeler ile yatırımcıları bilgilendiren ve sosyal medyada güçlü olan girişimlerin başarı oranı daha yüksektir(Mollick, 2014).

Araştırmanın sonuçları Türkiye’de teknolojiye ve tarıma dayalı projelerin yüksek miktarda fon topladığını göstermektedir. Tarım sektöründeki projelerin topladığı fon miktarı ilgi çekicidir. Türkiye’deki tarım projelerinin başarısı araştırma sonucunda görülmektedir. Filimonova vd., (2019) çalışmalarında Rusya’da tarım sektöründe kitlesel fonlamanın alternatif bir finansman kaynağı olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmadan da benzer bir sonucu çıkartmak mümkündür. Dünya’da tarıma dayalı kitlesel fonlamanın yapılabileceği; AgFunder, Cropital, Symbid ve Harvest Returns gibi bazı kitlesel fonlama platformları bulunmaktadır (Abbasova, N., 2022:9). Türkiye’deki tarım projelerinin başarısı düşünüldüğünde tarımında gelişimi için sadece bu amaçla kurulacak bir kitlesel fonlama platformunun başarılı olacağı söylenebilir. Ayrıca bu çalışmanın sonrasında tarımda kitlesel fonlama ile ilgili akademik çalışmalar yapılarak literatüre bu alanın katılması tavsiye edilmektedir.

Türkiye’de kitlesel fonlama her geçen yıl gelişmekte olan bir sistemdir. Kitlesel fonlamanın Türkiye’de başladığı ilk yıl olan 2021’de 250 milyon TL’ye yakın bir rakam toplanırken 2022 yılında bu rakam 7 katından fazlasına ulaşmıştır. 2023 yılında verilerin toplandığı dönemde ise bir önceki yıla göre %50’lik bir artış yaşanmıştır. Bu çalışmadan hareketle Türkiye’de kitlesel fonlamanın daha da gelişeceği tahmin edilebilir. Önümüzdeki yıllarda kitlesel fonlama başarılı projeler ve platformlarının kazançlarının artması sonucu yapacakları pazarlama ve reklam faaliyetleri sonucunda daha fazla kişi tarafından tanınacaktır. Kitlesel fonlamanın tanınması sonucunda girişimciler ve yatırımcılar tarafından daha fazla tercih edilecektir. Bu süreçte paya dayalı kitlesel fonlamaya dair çalışmaların daha da artması gerekmektedir. Girişimcilerin kitlesel fonlamaya katılım kararları, yatırımcıların yatırım kararları, tercih nedenleri, platformlardaki yatırımcıların ve girişimlerin tipleri gibi konularda çalışmaların artması gerekmektedir. Bu tip çalışmalar girişimlerin kitlesel fonlamaya giriş aşamasında doğru kararlar vermesini sağlamak açısından değerli olacaktır.

## YAZARLARIN KATKISI

Bu çalışmanın literatür taraması Burhan Doğan tarafından, giriş, ampirik bulgular ve sonuç bölümü ise Burhan Doğan ve Öznur Bozkurt tarafından yapılmıştır.

## ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abbasova-Zeynalova, N., Nasibova, A., & Mingeçevir, A. (2022), Tarım sektörünün gelişiminde kitle fonlaması platformunun uygulama potansiyeli, *Konşimento Dergisi*, 1(2), 75-88.
- Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2013). Equity crowdfunding. *SSRN Electronic Journal*,
- Anbar, A. (2020). Girişimcinin finansmanında alternatif bir yöntem: Kitlese fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (88), 237-254.
- Aytaç, Ö., & İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve girişimci kültür: sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 101-120.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). Crowdfunding: An industrial organization perspective. [https://www.researchgate.net/publication/228468454\\_Crowdfunding\\_An\\_Industrial\\_Organization\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/228468454_Crowdfunding_An_Industrial_Organization_Perspective)
- Bozkurt, Ö. ve Gümüş, İ. H. (2022). Metaverse ve Metagirişimcilik: Kavramsal bir çerçeve. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(1), 75-85
- Bozkurt, Ö., Ercan, A., & Yurt, İ. (2018). Bireysel değerler ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13(1), 43-55.
- Cihangir, Ç. K. (2018). Finansal Piyasalar için Yenilik Türkiye için Bir Fırsat: Kitlese Fonlama, *5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18)*, 157-172
- Çağlar, M. T. (2019). Yeni Nesil Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitlese Fonlama: Dünya ve Türkiye'deki Uygulamalarının Etkinliği. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 18-34.
- Çavuş, E. (2020). Türkiye'de Sosyal Girişimciliğin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem: Kitlese Fonlama Model Önerisi, (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Girişimcilik ABD.
- Çubukçu, C. (2017). Kitlese fonlama: Türkiye'deki kitlese fonlama platformları üzerinden bir değerlendirme. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 6(2), 155-172.
- Er, B., Şahin, Y., Mutlu, M. (2015). Girişimciler için alternatif finansman kaynakları: Mevcut durum ve öneriler. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 31-54.



- Estrin, S., Gozman, D., & Khavul, S. (2018). The evolution and adoption of equity crowdfunding: entrepreneur and investor entry into a new market. *Small Business Economics*, 51, 425-439.
- Ferreira, F., & Pereira, L. (2018,). Success factors in a reward and equity based crowdfunding campaign. *International Conference on Engineering, Technology and Innovation*, 1-8
- Fettahoğlu, S., Khusayan, S. (2017). Yeni finansman olanağı: Kitle fonlama. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4), 497-521.
- Filimonova, N. G., Ozerova, M. G., Ermakova, I. N., & Miheeva, N. B. (2019). Crowdfunding as the way of projects financing in agribusiness. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Ağustos: IOP Publishing.
- Gierczak, M. M., Bretschneider, U., Haas, P., Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2016). Crowdfunding: Outlining the new era of fundraising. *Crowdfunding in Europe: State of the art in theory and practice*, 7-23.
- Gofundme. *About*. Erişim tarihi: 2022. <https://www.gofundme.org/about/>
- Güllüce, A. Ç., Bozkurt, Ö. & Meriç, S. (2017). Örgütsel adalet algısının iç girişimci davranışlar ile ilişkisi: Otel yöneticilerine yönelik bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 12, 39-50.
- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding* (No. R2/2011). Arbeitspapiere Unternehmen und Region, <https://www.econstor.eu/handle/10419/52302>
- Hervé, F., & Schwienbacher, A. (2018). Crowdfunding and innovation, *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1514-1530.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, definitions, typology and ethical challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2),1-14
- İşler, S. T. (2014). Modern finansmanda yeni bir dönem: Kitleli fonlama-crowdfunding. *Gösterge, Sonbahar*, 51, (65), 51-65. <https://tspb.org.tr/yayinlar/gosterge-guz-2014/>
- Kallio, A., & Vuola, L. (2020). *History of Crowdfunding in the Context of Ever-Changing Modern Financial Markets*, Springer Books, in: Rotem Shneor & Liang Zhao & Bjørn-Tore Flåten (ed.), *Advances in Crowdfunding*, edition 1, chapter 10, pages 209-239, Springer.
- History of crowdfunding in the context of ever-changing modern financial markets. *Advances in Crowdfunding*, 209-239.
- Kraus, S., Richter, C., Brem, A., Cheng, C. F., & Chang, M. L. (2016). Strategies for reward-based crowdfunding campaigns. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(1), 13-23.
- Kuppuswamy, V., & Bayus, B.L. (2018). Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers. (Editör: Cumming, D., Hornuf, L.) *The Economics of Crowdfunding*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Lu, C. T., Xie, S., Kong, X., & Yu, P. S. (2014). Inferring the impacts of social media on crowdfunding. In *Proceedings of the 7th ACM international conference on Web search and data mining*,573-582.
- Maarbani, S. (2015), “Real estate crowdfunding: the digital evolution of real estate funding and investment”, PricewaterhouseCoopers, Sydney, [https://re.report/Resources/Whitepapers/fb479135-04e3-4d75-9bee-4701ce5aed0f\\_legal-talk-alert-12may15-v2.pdf](https://re.report/Resources/Whitepapers/fb479135-04e3-4d75-9bee-4701ce5aed0f_legal-talk-alert-12may15-v2.pdf)
- Mamonov, S., Malaga, R., & Rosenblum, J. (2017). An exploratory analysis of Title II equity crowdfunding success. *Venture Capital*, 19(3), 239-256.

- Massolution. (2015). *2015CF The Crowdfunding Industry Report*. Los Angeles: Massolution, <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
- Meyskens, M., & Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166.
- Moissejev, A. (2013). *Effect Of Social Media On Crowdfunding Project Results*. Yayınlanmış Yüksel Lisans Tezi, University of Nebraska Bussiness School, Nebraska.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.
- Montgomery, N., Squires, G., & Syed, I. (2018). Disruptive potential of real estate crowdfunding in the real estate project finance industry: A literature review. *Property Management*, 36(5), 597-619.
- Poblet, M. (2014). Crowdfunding culture in Catalonia: The revival of civil society?. *Journal of Catalan Intellectual History*, (7-8), 177-180.
- Ralcheva, A., & Roosenboom, P. (2020). Forecasting success in equity crowdfunding. *Small Business Economics*, 55(1), 39-56.
- Sakarya, Ş., & Bezirgan, E. (2018). Kitlesele fonlama platformları: Türkiye ve yurtdışı karşılaştırması. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 18-33.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., McKenny, A. F., Allison, T. H., & Ireland, R. D. (2017). Research on crowdfunding: Reviewing the (very recent) past and celebrating the present. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 149-160.
- SPK(Sermaye Piyasası Kurulu) Listeye alınan platformlar. Erişim Tarihi: Ağustos 2023 <https://spk.gov.tr/sirketler/kitle-fonlama-platformlari/listeye-alinan-platformlar>
- Şahinoğlu, E. (2019). *Kitlesele Fonlamada Başarı Faktörleri: Türkiye'de Ödül Bazlı Kitlesele Fonlama Projelerinin Durumu*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Tulum, S., & Burak, E. (2019). Girişimciler için alternatif finansman yöntemleri. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 9(1), 13-24.
- Ural, A. E. (2022). *Türk, ABD VE AB Hukuku Düzenlemeleri Çerçevesinde Kitle Fonlaması*. Doktora Tezi, Bilkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünsal, S. (2017). *Kitlesele Fonlama - İş Yapma Yöntemini Değiştirecek Yeni Sistem*. Ceres Yayınları: İstanbul.
- Valančienė, L., & Jegelevičiūtė, S. (2014). Crowdfunding for creating value: Stakeholder approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 599-604.
- Vogel, J. H., & Moll, B. S. (2014). Crowdfunding for real estate. *The Real Estate Finance Journal*, 30, 5-16.
- Yurt, İ. ve Şentürk, B. N. (2022). İş sürekliliği yönetim sisteminin işletmelerin stratejik çevikliğine etkisi, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (3): 468-485
- Zhao, Y., Harris, P., & Lam, W. (2019). Crowdfunding industry-History, development, policies, and potential issues. *Journal of Public Affairs*, 19(1), 1-9