



TÜRKİYE KİTLE FONLAMASI PLATFORMLARININ ANALİZİ ANALYSIS OF CROWDFUNDING PLATFORMS IN TURKEY

Assylbek ZHOLDYULY¹

Öz

Girişimci olmak isteyen bir insanın aklına belirli bir fikir ya da proje gelebilir. İlk önce fikrini veya projesini gerçekleştirmek için, onun önüne finansal kaynağı nereden ve nasıl bulacağına ilişkin sorunlar çıkacağı bellidir. Bu sorunları çözmeye yolunda yeni finansman yöntemi olarak kitle fonlaması ortaya çıkmıştır. Teknolojinin gelişimi ile birlikte, kitle fonlaması dünyaya tanınmaya başlamıştır. İşleyişi internet platformları üzerinden yürütülmekte olan kitle fonlamasına, bugünlerde pek çok ülke ilgi duymaktadır. Girişimcilere dünyanın dört köşesinden finansal kaynak bulma fırsatını sunan kitle fonlamasını desteklemek sayesinde birçok sorunlar çözülebilir. Bundan dolayı gelişmiş ülkeler bu yeni bir modele kapsamlı bir şekilde destek vermeyi uygun bulmaktadır. Kitle fonlaması yönteminin güvenilirliğini, ilgili mevzuat düzenlemelerini, bu yöntem sayesinde başarılı olarak gerçekleşen projelerin devlet ve topluma yararlı olup olmadığını incelemekte fayda vardır. Bugüne kadar kitle fonlaması ile ilgili çalışmalar genellikle teorik çalışma olarak yayınlanmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'nin ödül ve hisse bazlı kitle fonlaması platformları mukayese edilerek içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Türkiye'de bulunan ödül, bağış ve hisse bazlı kitle fonlaması modellerini kullanan platformlara ait veriler verilmiştir. Kitle fonlaması Türkiye'de yeni bir yöntemdir. Bu yöntemle ilgili bilgiler insanlar arasında henüz yaygınlaşmamıştır. Gelişmiş ülkelerde hızlı bir şekilde büyüyen kitle fonlama yönteminin Türkiye'de de gelişmesini sağlamak gerekmektedir.

Anahtar Kelime: Kitle Fonlaması, Kitle Fonlaması Platformları, Türkiye.

Abstract

A person who wants to be an entrepreneur may have an idea or project in mind. At first there may be some obstacles regarding where and how to find the financial resource in order to realize the idea or project. Crowdfunding has emerged as a new financing method to solve these problems. With the development of technology, crowdfunding has started to be known to the world. Nowadays, many countries are interested in crowdfunding, the operation of which is carried out through internet platforms. Many problems can be solved by supporting crowdfunding, which offers entrepreneurs the opportunity to raise funds from all over the world. Therefore, developed countries find it appropriate to give comprehensive support to this new model. It is useful to examine the reliability of the crowdfunding method, the relevant legislation, and whether the projects that have been successfully realized through this method are beneficial to the state and society. To date, studies on crowdfunding have generally been published as theoretical studies. In this study, Turkey's reward and equity based crowdfunding platforms were compared and examined by content analysis method. Data on platforms in Turkey that use reward, donation and equity based crowdfunding models are given. Crowdfunding is a new method in Turkey. Information about this method has not yet become widespread among people. It is necessary to ensure that the funding method, which is growing rapidly in developed countries, also develops in Turkey.

Keywords: Crowdfunding, Crowdfunding Platforms, Turkey.

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Finans Enstitüsü, Finans Anabilim Dalı, Uluslararası Bankacılık ve Finans Tezli Yüksek Lisans Programı, assylbek.zholdyuly@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3517-541X

Extended Abstract

The development of internet technologies, combined with the spread of social networks, has created new opportunities for small and medium sized businesses. The structural shift that has taken place in the field of their financing has provided access to online tools that make it possible to raise funds faster, easier, and more transparently compared to traditional lending. For any entrepreneur, start-up capital plays an important role. A certain person who wants to become an entrepreneur or develop his entrepreneurship may have difficulty in finding financial resources. Crowdfunding, which has emerged as a new method of financing, can be a solution to these problems. Crowdfunding is a new fundraising practice through which people, often living in different regions, contribute to the financing of a project in which they are interested. Historically, crowdfunding originates from a way of funding creative projects such as books, movies, games. The specificity of crowdfunding consists in the fact that it serves to finance specific projects, not the enterprise as a whole. Crowdfunding is aimed at solving specific problems related to the development, evaluation, and sale of a product or service through an open announcement on the internet. Unlike business angels, venture capital firms, banks, and other financial institutions that provide large amounts of funding, crowdfunding involves attracting small financial contributions from numerous private investors. Thus, crowdfunding is a collaboration of entrepreneurs who need to raise capital, investors who are its source, and intermediaries - crowdfunding platforms that provide a legal framework and carry out a preliminary selection of viable projects.

Recently, the mechanism of crowdfunding has been studied quite often in foreign literature. Crowdfunding is not yet very common in Turkey. The reason is not only in the issues of its regulation and standardization, but also in the lack of information support for this type of alternative financing – many enterprises, especially small and medium ones, do not even know about its existence. Crowdfunding is unique in that it cannot be replaced by lending in the traditional sense. As a multifunctional financial tool, crowdfunding enables growth-oriented companies to get support for innovative ideas even in the face of economic uncertainty.

In this study, it is aimed to compile the missing essential information in the literature on the subject by examining the number of supporters of the projects, the funding amounts of the projects, the number of projects, the most and least funded projects, the success percentages in the reward, and equity based crowdfunding platforms active in Turkey.

Out of a total of 1235 campaigns published on award and donation-based crowdfunding platforms in the country, 369 projects were successfully completed; 13,603,262 TL was collected, and the total number of supporters reached 33,136. "Arikovani" crowdfunding platform is more successful than other platforms in terms of total funding volume in Turkey. According to the total number of projects and the number of ongoing projects, "Fongogo" crowdfunding platform is ahead. Of the 763 projects launched on this platform, 305 were successful. In addition, project types such as awards, piggy banks, gogopazar are available on the "Fongogo" platform. In terms of such features, it has been determined that the "Fongogo" crowdfunding platform is actively working.

After the legislation regarding the equity based crowdfunding model was made in Turkey, the crowdfunding platform "Fonbulucu Invest" first received an operating license from the Capital Markets Board. According to the results of the analysis, 5 of the 9 projects published on the platform were successful while the remaining 4 projects continue to collect funds, and there are no unsuccessful projects. A total of 3,632,906 TL investments were received from 1848 investors in successful projects. This shows that the equity based crowdfunding model has great potential in the country. It is anticipated that informing people, especially entrepreneurs and investors in the country, about crowdfunding models, especially the equity based crowdfunding model, will contribute to the development of crowdfunding. It is thought that the determination of this situation in line with a questionnaire study will benefit the relevant literature.

GİRİŞ

Kurulmuş olan bir işletmenin başarısız olmasının nedenlerinin zayıf ürün sunumu, vizyon eksikliği veya zayıf bir iş modeli ile ilişkilendirilebileceği bir gerçektir; ancak gelişmekte olan bir işletmenin “ölümü” büyük ölçüde yetersiz bir finansman meselesidir. Yeni işletmelerin yatırımcılar tarafından sağlanacak finansmana büyük ihtiyacı vardır; fakat firmalar bu en önemli kaynağı sağlamakta zorluk çekmektedirler. Herhangi bir girişimci için başlangıç sermayesi önemli bir rol oynamaktadır. İşe başlamak veya iş kurmak için yeterli bir finansal kaynak bulmak kolay değildir. Bu alan, araştırmacıların ve ekonomistlerin çoğunun dikkatini çekmiştir. İş kurmanın ilk aşamasında, belirli bir iş henüz gerçekleşmeyen fikirdir. Bu aşama ürün veya hizmet geliştirme, pazar araştırmaları, gerekirse iş ortağı bulma ve diğer araştırmalar için kullanılan ilk sermaye ile karakterize edilmektedir. Bu aşamada şirketlerin karşılaştığı en büyük engel, iş fikrinin başarılı bir ticari girişime dönüştürülmesi için lazım olan sermaye ihtiyacıdır. Gereksinimleri giderebilmek ve girişimcilerin sermayeyi yükseltmelerine yardımcı olabilmek için, çok yeni bir kavram olarak tanımlanan kitle fonlaması ortaya çıkmıştır. Aslında kitle fonlaması yöntemi, 2008 krizi sonrasında, geleneksel finans kaynakları olarak kabul edilen bankaların ya da finans kuruluşlarının borç vermek ya da yüksek faizle borç almak istememesi nedeniyle sanatçılar, girişimciler ve yenilikçilerin erken aşama finansman sorunlarına karşı karşıya kalmasından ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, Türkiye’de aktif olan ödül ve hisse bazlı kitle fonlaması platformlarındaki projelerin destekçi sayıları, projelerin fonlama miktarları, proje sayıları, en çok ve en az fonlanan projeler, başarı yüzdeleri incelenerek konu ile ilgili literatürde eksik olan esas bilgilerin derlenmesi amaçlanmaktadır.

1. KİTLE FONLAMASININ KAVRAMI VE TARİHİ

Kitle fonlaması; çeşitli yeni girişimlerin finanse edilmesine yönelik, kâr amaçlı, kültürel veya sosyal projelerin bireysel kurucularının, çoğu zaman gelecekteki ürünler karşılığında birçok kişiden finansman talep etmelerine izin veren yeni bir yöntemdir. Kitle fonlaması projeleri, geleneksel girişim sermayesi yatırıma alternatif olarak, küçük sanatsal projelerden yüz binlerce Dolar başlangıç sermayesi arayan girişimcilere kadar hem amaç hem de büyüklük açısından büyük ölçüde değişebilir. Kitle fonlaması, girişimleri desteklemek amacıyla bağış şeklinde veya bir tür ödül ve/veya oy hakkı karşılığında finansal kaynakların sağlanması için esasen internet yoluyla para toplamanın yeni bir yöntemi olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca kitle fonlaması, bir projenin veya bir girişimin bir grup birey tarafından finanse edilmesidir. Bireyler tasarruflarıyla dolaylı olarak girişimciliği, projeleri finanse etmektedir (Mollick, 2014). Basitçe ifade etmek gerekirse, kitle fonlaması profesyonel olmayan yatırımcıların ve girişimcilerin internet platformları aracılığıyla buluşmasıdır (Sharma ve Lertnuwat, 2016). Kitle fonlamasının sistemi, girişimcilerin veya yeni fikre sahip bireylerin yeni projelerini ya da iş fikirlerini gerçekleştirmek için gereken sermayenin internet üzerinde faaliyet gösteren platformlarla tanıtımı yapılarak projelerine ilgi gösteren fon sağlayıcılardan fon sağlama temeline dayanmaktadır. Özel olarak geleneksel finansman yöntemleri ile yeterli bir şekilde sermaye desteğini bulamayan işletme ve yeni fikir sahipleri, projelerini gerçekleştirmek için gerektiren fonu internet üzerinde faaliyet gösteren platformlar yoluyla bireylere açık çağrıda bulunarak temin etmektedir (Fettahoğlu ve Khusayan, 2017). Kitle fonlamasında üç esas taraf mevcuttur. Bunlar; internet platformları, proje sahipleri ve finansal destekçilerdir. Proje sahipleri, fikirlerine başlangıç ya da destek olarak sermaye bulmak, pazar araştırması yapmak ve ürünlerinin kitleye tanıtımını yapmak gibi temel ihtiyaçlarıyla kitle fonlamasını kullanmaktadır. Finansal destekçiler; sosyal çevreleri, toplumu desteklemek, avantajlı fiyata ürün almak, beğendikleri yenilikçi projeleri desteklemek ve para kazanmak gibi amaçlar ile bu yeni alternatif finansman yöntemine fon sağlayıcı olarak katılmaktadır. Platform işlemini yürütenler ise, proje başlatanlardan kendilerinin belirlediği belirli bir oranla komisyon geliri kazanmaktadır (Ekici vd., 2019). Kitle fonlaması platformlarında, girişimciler ya da yeni bir fikre sahipler tarafından yayınlanan projeler belirlendiği süreye kadar hedef tutara ulaşırsa başarılı sayılmaktadır. Platformlar da bu başarılı projeler için destekçiler tarafından toplanan tutardan %7 ve %15 aralığında komisyon almaktadır (Çubukçu, 2017).

Bu mikro finansmanın kökleri, bir zamanlar İrlanda Kredi Fonu olarak adlandırılan 1700'lere kadar uzanabilir. Jonathan Swift tarafından kurulan bu krediler, kırsal alanlardaki düşük gelirli ailelere verilmiştir. Bu krediler, popülerlik kazanmış ve tüm İrlandalı hanelerin %20'sinden fazlasının İrlanda Kredi Fonu tuttuğu 1800'lerde zirveye ulaşmıştır. Mikro finansman fikri İrlanda'da durmamıştır. Düşük

gelirli ailelere bankacılık fırsatları sağlayan bu fikri Dr. Muhammad Yunus 1976'da Bangladeş ve Hindistan'a getirmiştir. Kuruluşundan beş yıl sonra Dr. Yunus'un bankacılık programı, 42 üyeden 30.000'den fazla üyeye ulaşmıştır. 1983 yılında orijinal fikir, küçük programdan Grameen Bank olarak bilinen kuruluşa dönüşmüştür. Bu mikro finansman fikri 1700'lü yılların başlarında kaydedilmiş olsa da, bazı tarihsel noktalar bugünkü kitle fonlamasını oluşturmuştur. Kitle fonlaması yöntemini ilk olarak 1997'de İngiliz rock grubu Marillion kullanmıştır. Marillion, yeniden grup olarak birleşip konser turuna çıkmak için hayranlarının bağışlarıyla çevrimiçi olarak 60.000 dolar toplamıştır. Marillion'un başarısını ve bu tür bir finansmandan yararlanabilecek fırsatı gördükten sonra Boston müzisyeni ve bilgisayar programcısı Brian Camelio, 2000 yılında ArtistShare'e başlamıştır. Camelio, ArtistShare'i başlattığında kitle fonlaması ABD'de ilgi çekmiştir. Müzisyenlerin dijital kayıtlar yapmak için hayran kitlesinden bağış alabilecekleri bir internet sitesi olarak başlamış ve film/video ve fotoğraf projeleri ile müzik için bir bağış toplama platformuna dönüşmüştür. ArtistShare, sanatçıların yeni eserler oluşturmaları için kendi hayranlarından para toplamak fırsatını sunan ilk kitle fonlaması platformudur. ArtistShare'in ortaya çıkışından bu yana, diğer birçok kitle fonlaması platformu yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlamıştır (Bradley III, 2014). İlk kitle fonlaması platformunun ortaya çıkmasından dokuz yıl sonra, kitle fonlaması topluluğu için işler gelişmeye başlamıştır. "Fundable" kitle fonlaması platformu, kitle fonlaması gelirin 2009 yılında 530 milyon dolardan 2011 yılında 1.5 milyar dolara yükseldiğini ve dört yıl içinde hızlı büyümeye devam etmesinin bekleneceğini açıklamıştır (Fundable, 2021).

2. KİTLE FONLAMASININ MODELLERİ

Kitle fonlaması; ekonomik temel için finansman kaynaklarının, özellikle de başlangıç (start-up) projelerinin etkinleştirilmesine katkıda bulunan, internet çağındaki en önemli finansman kaynaklarından biridir. Kitle fonlaması, bir yandan esnekliği ve her ülkenin hedeflerine ve politikalarına uymak için çevresindeki çevresel değişikliklere uyum sağlama becerisi ve her ülkede geçerli olan girişimci proje modelleri ile nitelendirilmektedir. Genel olarak dört ana kitle fonlaması modeli vardır.

Tablo 1. Kitle Fonlamasının Modelleri

Bağış Bazlı Kitle Fonlaması	Genellikle Sivil Toplum Kuruluşları tarafından yönetilen, başta sosyal projeler olmak üzere belirli projeler için bağış çekmeyi amaçlamaktadır. Bağışçılar, bağışları karşılığında maddi varlıklar almazlar.
Ödül Bazlı Kitle Fonlaması	Katılımcılar, katkıları karşılığında finansal olmayan ödüller alırlar. Bir projeyi desteklemek için içsel veya sosyal motivasyonları kendine çekmeyi amaçlar.
Hisse Bazlı Kitle Fonlaması	Gelecekteki kârlarda pay sunan projeler için kullanılan bir modeldir. Yatırımcılar için ana motivasyon, diğer ödüller veya maddi varlıklarla birlikte yatırımlarının geri dönüşünü elde etmektir.
Borçlanma Bazlı Kitle Fonlaması	Yatırımcılar, proje başarılı olduğu zaman faiz karşılığında para vermeyi seçebilirler.

Kaynak: (Ramos ve Gonzalez, 2016).

Hisse ve borçlanma bazlı kitle fonlaması modelleri, finansal modeller; ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması modelleri ise finansal olmayan modeller olarak tanımlanmaktadır.

2.1. Bağış Bazlı Kitle Fonlaması Modeli

Bağış bazlı kitle fonlaması modelinde, bireyler proje sahibinden herhangi bir finansal getiri veya komisyon beklemeden projeye bağış yapmaktadır. Bu model; aynı zamanda doğal afetler, sağlık vakaları, yoksulluk, çatışmalar ve diğer yardım alanları gibi insanlık amaçlı sadaka modeli olarak da bilinir (Abu Amuna, 2019). Geleneksel yardım kuruluşlarına kıyasla, bağış bazlı kitle fonlaması üç farklı özelliğe sahiptir (Liu vd., 2017):

- Hükümet veya devlete ait kâr amacı gütmeyen kuruluşlar yerine bireyler tarafından başlatılır,
- Özel ve sınırlı ölçüde yardım amaçlı projelere odaklanır,
- Başlatıcılar ve bağışçılar arasındaki etkileşimi kolaylaştırmak için, sosyal ağ internet sitelerini kullanır ve ayrıca bağış süreci hakkında güncel bilgiler sağlar.

Fon sağlayıcıların maddi bir gelir beklemeden hayır işlerini yapmak için tercih ettikleri bu model türünde toplumsal destek, yardım ve hayırseverlik önem kazanmaktadır (Çonkar ve Canbaz, 2018).

2.2. Ödül Bazlı Kitle Fonlaması Modeli

Kitle fonlamasının bu modeli, halen geliştirilmekte olan bir ürün veya projenin finansmanında yaygındır. Yatırımcı için bir tazminat şekli, ürünü ön sipariş verme veya bittiğinde ürünü alma hakkına sahip olmaktır (Abu Amuna, 2019). Ödül bazlı kitle fonlaması platformlarında, girişimciler sermaye bulma veya artırma hedeflerini belirtmekte ve karşılığında destekçilere katılım için bir ödül sunmaktadır. Çoğu durumda ödül, girişimci tarafından kampanya sırasında toplanan parayla üretilen üründür. Modelde fonlamanın iki mekanizması mevcuttur. “Ya Hep Ya Hiç” mekanizmasında, toplanan miktarın elde edilebilmesi için proje hedef tutara ulaşmış olmalıdır. “Hepsini Tut” mekanizmasında ise, projenin belirtilen hedef tutara ulaşıp ulaşılmadığına bakılmaksızın proje sunucu toplanan tutarın tamamını elinde tutabilmektedir (Cumming vd., 2020).

2.3. Hisse Bazlı Kitle Fonlaması Modeli

Hisse bazlı kitle fonlaması modeli, belirli bir girişim aşamasındaki projelere yatırım yapanların yatırımlarından finansal getiri beledikleri bir modeldir. Aynı zamanda kâr paylaşım modeli olarak da adlandırılmaktadır. Bu modelde girişimciler, projelerini fonlandırmak için insanları para yatırmaya teşvik etmektedir. Yatırımcılar, proje başarılı olduğu zaman girişimin gelecekteki kazançlarından pay alabilmektedir. Hisse bazlı kitle fonlaması, açık bir şekilde menkul kıymet satma alanına girdiğinden, hem aracı kitle fonlaması kuruluşları hem de yatırımcılar tarafından ticari ve yasal değerlendirme gerektirmektedir. Çoğu platformun büyük ölçüde ödül bazlı modelle ilgilenmesine rağmen, hisse bazlı model, ödül bazlı modelden daha fazla sermaye artırabilecek gibi görünmektedir (Hossain ve Oparaocha, 2017).

2.4. Borçlanma Bazlı Kitle Fonlaması Modeli

Fonların kredi olarak sunulduğu borçlanma bazlı kitle fonlaması modeli, dünyada en yaygın model olarak bilinmektedir. Fon sağlayıcılar, geri ödeme beklentisiyle sınırlı bir süre için projeyi fonlandırmaktadır. Bazı borçlanma bazlı kitle fonlama platformlarında, yatırımcılara faiz ödenirken diğer durumlarda yatırımcılar sadece ödünç verdikleri sermaye miktarını almaktadır (Demiray ve Burnaz, 2019). Hisse ve borç temelli kitle fonlaması arasında önemli bir fark vardır. Hisse bazlı kitle fonlamasında, tüm yatırımcılar aynı şartları ve aynı değerlemeyi almaktadır. Borçlanma bazlı kitle fonlamasında ise her yatırımcı kredi için bir miktar teklif verebilmekte ve bu tutarla ilişkili bir faiz oranı alabilmektedir. Bir kampanya başarılı bir şekilde finanse edildikten sonra, kabul edilen tüm tekliflerin ağırlıklı ortalaması, ortalama faiz oranı olarak belirlenmektedir. Daha düşük faiz oranlı tekliflerin kabul edilme şansı daha yüksektir, bu da sermaye maliyetini düşürerek ihraççıya fayda sağlamaktadır (Meyskens ve Bird, 2015).

3. TÜRKİYE’DEKİ KİTLE FONLAMASININ GELİŞİMİ

Türkiye’de gelişen bir sermaye piyasası bulunmamakta ve finansman genelde ağırlıklı olarak bankalar tarafından yapılmaktadır. Özellikle bankaların yeni bir işe başlayacak olan girişimcilere sıcak bakmamalarından, kuruluşunun ilk aşamasında olan girişimler başlangıç sermayesi bulmakta sıkıntı yaşamaktadır. Ayrıca ülkede risk yatırımcı şirketlerinin sayısı az ve KOSGEB, TÜBİTAK gibi kurumlar aracılığı ile sağlanan devlet sektörü teşvikleri, başka ülkelerle kıyaslandığında zayıftır. Bu nedenle kitle fonlaması, geleneksel girişim finansman yöntemleri ile girişimini finanse edemeyen proje sahipleri ve girişimciler için alternatif bir finansman yöntemidir (Şahinoğlu, 2019). Kitle fonlamasının yeni bir finansman yöntemi olması nedeniyle, Türkiye’de henüz gerektiği kadar bilinmemektedir. Ayrıca, kitle fonlaması yönteminin teknolojik ve yasal altyapısı gelişme aşamasındadır. Fakat dünyada ise kitle fonlamasının hızlı bir şekilde yükselmekte olduğu görülmektedir (Canbaz ve Çonkar, 2018).

Kitle fonlaması, yeni bir kavram olarak girişimcilerin sermayeye uygun bir şekilde erişmelerini sağlayan alternatif bir finansman yöntemi sunuyor. Türkiye’de, 2010 yılında bir mekanizma olarak başlatılan kitle fonlaması, ABD ve Avrupa’daki gelişmiş kitle fonlaması pazarlarına kıyasla henüz başlangıç aşamasındadır. Türkiye’de, kitle fonlaması konusunun finansal sistemleri düzenlemeye yetkili devlet kurumu olan Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından nitelendirilmediğinden, kitle fonlaması faaliyetleri sınırlı olmuştur. 2017 yılında, girişimcilik ekosistemine alternatif finansman olanakları sağlayan kitle fonlaması platformlarının yaygın olarak kullanılmasını teşvik etmek ve düzenleme ile ilgili süreci hızlandırmak amacıyla Türkiye Kitlesele Fonlama Derneği kurulmuştur. Kitlesele Fonlama

Derneğin desteğiyle 5 Aralık 2017 tarihinde Sermaye Piyasası Kanunu kapsamında “kitle fonlaması” yasal olarak kabul edilmiş ve kitle fonlaması platformları Türkiye’de, Sermaye Piyasası Kurulundan izin belgesi alarak kitle fonlaması faaliyetlerine aracılık etme hakkına sahip olmuştur. Diğer taraftan, bu düzenlemenin faaliyet alanı sınırlıydı çünkü sadece kitle fonlaması kavramının tanımı ve kitle fonlaması platformunun temel özellikleri verilmişti. Bu nedenle, kitle fonlaması ile ilgili kural ve prosedürleri açıklığa kavuşturmak için ikincil mevzuatın yayınlanması gerektiği ortaya çıkmıştı. Bu şartı yerine getirmek için, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 3 Ocak 2019 tarihinde Hisse Bazlı Kitle Fonlaması Tebliği Taslağı bir aylık kamuoyu ve inceleme dönemi için yayınlanmıştır. Hisse bazlı kitle fonlaması platformları, Taslak Tebliğ kapsamında düzenlenirken Türkiye’de borçlanmaya dayalı kitle fonlaması ve gayrimenkul kitlesel fonlaması kesinlikle yasaklanmıştır. Ancak, Taslak Tebliğ, bağış ve ödül temelli kitle fonlaması faaliyetleri ve platformlarına ilişkin kural ve prosedürler kabul etmez (Demiray ve Burnaz, 2019).

Kitle fonlaması şu anda Türkiye’de gelişmekte olan bir finansal yöntemdir. Teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın da yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan bu yöntem, girişimcilere sermaye gerekliliğini karşılayabilecektir. Özellikle, Türkiye’deki girişim sayısının az olduğunun nedenlerinden biri girişimcilerin sermaye bulma sıkıntısı olduğu için, kitle fonlamasının kapsamlı bir şekilde gelişmesi ekonominin büyümesine katkı sağlayabilir (Çağlar, 2019).

3.1. Mevzuat Düzenlemeleri

Türkiye’de, finansmanın yeni yöntemi olarak kabul edilen kitle fonlamasına bakıldığı zaman, en önemli sorun olarak yasal mevzuat yapısının olmaması ön plana çıkmıştır. Bu sebeple, Sermaye Piyasası Kanunu’nda değişikliğe sebep olan kitle fonlaması ile ilgili kanun tasarısı 26 Aralık 2016’da Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulmuştur. Mevzuatın hazırlanması ve kitle fonlaması faaliyetlerinin gözetimi Sermaye Piyasası Kuruluna tabi olacağı belirlenmiştir. Kitle fonlamasının yasal olarak aktif hale getirilmesi girişimcilere başlamakta olup sermaye bulmada sıkıntı yaşayan girişimciler ve proje sahipleri için yarar sağlayacağı düşünülmüştür (Zengin vd., 2017). Kanun tasarısının meclise sunulmasından yaklaşık 1 yıl sonra, “6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu” dahil, birkaç kanunda değişim getirmiş olan “7061 Sayılı Bazı Vergi Kanunları ile Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” 5 Aralık 2017 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanmıştır (Demir, 2018). “Torba Kanun” diye adlandırılan bu kanunla, kitle fonlaması ile ilgili ilk düzenlemenin yapılması, bu konuda çok önemli bir gelişimdir (Cihangir, 2018).

Adı geçen kanunlarda, kitle fonlamasına dair düzenlemeler getirilmiş olup kitle fonlaması sisteminin Türkiye’de gelişmesi ve uygulanması için ilk adım atılmıştır. Kanunun yayımlanması ile birlikte, kitle fonlaması ülkede yasal olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. Sermaye piyasası mevzuatı kapsamına alınan kitle fonlamasının yetkili kurumu olarak Sermaye Piyasası Kurulu tanınmıştır. Herhangi bir kitle fonlaması platformunun faaliyete başlaması ve mevcut kitle fonlaması platformlarının faaliyetlerini sürdürebilmeleri için Sermaye Piyasası Kurulundan izin almaları zorunlu hale getirilmiştir. Bundan başka, kitle fonlaması tanımlanırken, bu faaliyetlerin Sermaye Piyasası Kanununun yatırımcı tazmini ile ilgili şartlarına bağlı olmayacağı ve girişimci şirketlerin ortak sayısı beş yüzü aşsa bile halka arz edilmiş sayılmayacağı belirtilmiştir. Kitle fonlamasıyla para toplayanların “ihraççı” ve “halka açık ortaklık” tanımlarına tabi olmaması sağlanmıştır (Akçaoğlu, 2018). Fakat, Türkiye’de sadece ödül bazlı kitle fonlaması modeli kullanılmakta olup mevzuat yetersizliği yüzünden, hisse bazlı ve borçlanma bazlı kitle fonlaması uygulamalarının faaliyeti mümkün olmamıştır (Canbaz ve Çonkar, 2018).

Kanun içeriğine alınmış olan kitle fonlaması yöntemini ve yeni yöntem platformlarının faaliyetlerini düzenlemek üzere yetkili kılınan Sermaye Piyasası Kuruludur. Kurul, yetkisi sayesinde kitle fonlamasının ikincil düzenlemesi için, hisse bazlı kitle fonlaması ile ilgili esas ve usulleri düzenlemek amacıyla 03.01.2019 tarihli “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağı”nı (“Tebliğ Taslağı”) yayımlamıştır. Kamuoyu ve inceleme döneminden sonra Sermaye Piyasası Kurulu tarafından düzenlenen ‘Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği’ 3 Ekim 2019 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanmıştır. Bu tebliğ, paya dayalı kitle fonlamasına, kitle fonlama platformlarının kurul listesine alınmalarına ve faaliyetlerine, paya dayalı kitle fonlaması yoluyla halktan para toplanmasına ve toplanan fonların ilan edilen amacına uygun olarak kullanıldığının kontrolü ve denetimine ilişkin usul ve esasları düzenlemiştir. Hisse bazlı kitle fonlaması modelinin yanı sıra, borçlanma bazlı kitle fonlaması

modelinin kanunlaşması için III-35/A.2 Sayılı Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağı hazırlanmıştır. Hazırlanan Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağıyla, III-35/A.1 Sayılı Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğinin yürürlükten kaldırılması öngörülmektedir (Sermaye Piyasası Kurulu, 2021).

4. TÜRKİYE KİTLE FONLAMASI PLATFORMLARININ ANALİZİ

Türkiye’de; Fongogo, Crowdfon, Arıkovanı, Fonbulucu, Ideanest ve Buluşum gibi finansal olmayan modelleri benimseyen aktif kitle fonlaması platformları mevcuttur. Hisse bazlı kitle fonlamasına ilişkin tebliğ yayınlandıktan sonra, Fongogo Pro ve Fonbulucu Invest gibi finansal modelleri benimseyen kitle fonlaması platformları ortaya çıkmıştır.

Tablo 2. Kitle Fonlaması Platformlarına İlişkin Veriler

Platformlar	Toplam Proje Sayısı	Başarılı Olan Proje Sayısı	Başarı Yüzdesi (%)	Toplanan Tutar (TL)	Destekçi Sayısı
Crowdfon	390	16	% 4,10	93.011	973
Fongogo	763	305	% 39,97	5.995.450	22.550
Ideanest	10	9	% 90,00	335.154	313
Arıkovanı	72	39	% 54,17	7.179.647	9.300
TOPLAM	1.235	369	% 29,88	13.603.262	33.136

Tablodaki içerikler yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki tabloda, Türkiye’de bulunan, ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması modellerini kullanan platformlara ait veriler yer almaktadır. Veriler, 03 Ekim 2021 tarihinde her platformun internet siteleri sırayla incelenerek toplanmıştır. “Arıkovanı” kitle fonlaması platformu Türkiye’deki toplam fonlama hacmi açısından diğer platformlara göre başarılıdır. Toplam proje sayısına göre “Fongogo” kitle fonlaması platformu aktif bir şekilde çalışmaktadır. “Fongogo” platformunda başlatılan 763 projenin 305’i başarılı olmuştur. İncelenen tüm platformlarda 03 Ekim 2021 tarihi itibarıyla toplam olarak 1235 kampanyadan 369 proje başarıyla tamamlanmış, 13.603.292 TL toplanmış, toplam destekçi sayısı 33.136 olmuştur.

Dünya genelinde 2020’ye göre, kitle fonlaması finansman yöntemi başarılı bir şekilde uygulandığı ülkeler ABD, Birleşik Krallık, Brezilya, İtalya, Hindistan, Fransa ve Almanya olarak sıralanmaktadır.

Tablo 3. Dünya Çapında Kitle Fonlaması Yoluyla Toplanan Fon Miktarları

Sıra	2018		Sıra	2020	
	Ülke	Fon Miktarı (milyon Dolar)		Ülke	Fon Miktarı (milyon Dolar)
1	Çin	215.396	1	ABD	73.620
2	ABD	61.134	2	Birleşik Krallık	12.643
3	Birleşik Krallık	10.368	3	Brezilya	5.320
4	Hollanda	1.806	4	İtalya	1.858
5	Endonezya	1.451	5	Hindistan	1.711
6	Almanya	1.276	6	Fransa	1.660
7	Avustralya	1.167	7	Almanya	1.482
8	Japonya	1.075	8	Endonezya	1.448
9	Fransa	933	9	Güney Kore	1.304
10	Kanada	909	10	Çin	1.161
11	Güney Kore	753	11	Avustralya	1.152
12	İsrail	726	12	Japonya	1.141
13	Brezilya	672	13	Singapur	963
14	Hindistan	547	14	Şili	804
15	İtalya	533	15	İspanya	674
16	Singapur	500	16	Hollanda	560
17	İspanya	419	17	Meksika	537
18	Finlandiya	379	18	Gana	528
19	Polonya	333	19	İsrail	496
20	İsveç	298	20	Hong Kong	419
21	Şili	289	21	Ukrayna	401
22	Yeni Zelanda	276	22	Finlandiya	390

23	Letonya	255	23	Polonya	390
24	Meksika	233	24	İsveç	364
25	Gürcistan	193	25	Kolombiya	342
26	Kolombiya	192	26	Kanada	310
27	Ermenistan	184	27	Zambiya	298
28	Estonya	160	28	Litvanya	247
29	Peru	158	29	Rusya	239
30	Danimarka	145	30	Letonya	238

Kaynak: (Schmidt, 2020; Statista, 2021).

Tablo 3’te, kitle fonlamasında 2018 ve 2020 yıllarında en büyük pazar payına sahip olan 30 ülke yer almaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’ndeki kitle fonlaması platformları, 2020’de 73,6 milyar Dolar toplayarak, alternatif finans hacimlerinde açık ara dünyanın lider ülkesi haline gelmiştir. Birleşik Krallık’taki platformlar yaklaşık 12,6 milyar dolar, Brezilya’daki platformlar ise 5,3 milyar dolar toplamıştır (Statista, 2021). Gelecekte Türkiye’nin bu ilk 30 ülke arasından yer alması için yatırımcılar başta olmak üzere halka kitle fonlaması ile ilgili bilgilendirme yapılması gerekmektedir. Son zamanlarda Türkiye’de hisse bazlı kitle fonlaması modeline oldukça ilgi duyulmaktadır. Ayrıca borçlanma bazlı kitle fonlaması modeli kanunlaşmış ve tanıtımı yapıldıktan sonra kitle fonlamasının ülkedeki gelişimi hızlanacağı düşünülmektedir.

4.1. “Crowdfon” Kitle Fonlaması Platformu

Crowdfon kitle fonlaması platformu, kitle fonlama resmi olarak 2013 yılında piyasaya sürülmesine rağmen, 2010 yılında kurulan ve “Projemefon” adı verilen ve adını Crowdfon olarak değiştirdiği ilk kitle fonlaması platformunu satın aldığı için en eski platform olarak tanımlanmaktadır (Ünsal, 2017). Bu platform sanat, teknoloji, film ve video, fotoğraf, müzik, edebiyat, tasarım, diğer, çevre ve mobil gibi on proje kategorisine sahiptir. Ayrıca platformda ödül bazlı model ve “Ya Hep Ya Hiç” fonlama mekanizması kullanılmaktadır.

Tablo 4. “Crowdfon” Kitle Fonlaması Platformundaki Projelerle İlgili Veriler

Kategoriler	Toplam Proje Sayısı	Başarılı Olan Proje Sayısı	Devam Eden Proje Sayısı	Hedef Tutar (TL)	Toplanan Tutar (TL)	Destekçi Sayısı
Sanat	19	-	-	-	-	-
Teknoloji	98	2	-	2.050	2.129	21
Film ve Video	51	5	-	35.500	37.486	350
Fotoğraf	7	1	-	2.200	2.350	17
Müzik	18	1	-	6.000	6.625	53
Edebiyat	27	3	-	19.500	19.575	133
Tasarım	25	1	-	1.000	1.150	23
Çevre	44	2	-	14.500	15.066	354
Diğer	78	1	-	8.000	8.630	22
Mobil	23	-	-	-	-	-
TOPLAM	390	16	-	88.750	93.011	973

03 Ekim 2021 tarihi itibarıyla platformda yayınlanan toplam 390 projeden 16 proje başarıyla tamamlanmış, 93.011 TL toplanmış, toplam destekçi sayısı 973 olmuştur. Tablo 3’te görüldüğü gibi, “Crowdfon” kitle fonlaması platformundaki durum iyi değildir. Platformda çok sayıda kategori mevcuttur, ancak fonlamaya sunulan proje yoktur. Bu durum, “Crowdfon” kitle fonlaması platformunun popülerliğinin azaldığını göstermektedir. “Teknoloji” kategorisinde çok sayıda proje başlatılmış, ancak onunun yaklaşık %2’si başarılı olmuştur.

4.2. “Fongogo” Kitle Fonlaması Platformu

Bu platform 2013 yılında kurulmuş olup kitle fonlaması modelleri olarak hem ödül hem de bağış bazlı modelleri kullanmaktadır. “Ya Hep Ya Hiç” finansman mekanizmasına sahip ödül bazlı kitle fonlaması kampanyaları bireyler ve şirketler tarafından başlatılırken, “hepsini tut” finansman mekanizmasına sahip bağış bazlı kampanyalar kâr amacı gütmeyen bireyler veya kuruluşlar tarafından kullanılabilir. Bu platformda çevre, dans ve performans, eğitim, film ve fotoğraf, kültür ve sanat, gıda, müzik, sağlık ve güzellik, teknoloji, moda ve tasarım, spor, turizm ve diğer gibi kategoriler

bulunmaktadır. Ayrıca, “Fongogo” platformunda ödül, kumbara, gogopazar gibi proje tipleri mevcuttur. Projelerini başlatmak isteyenler, bunlardan birini seçerek destekçilere projelerini sunabilmektedir. Kumbara proje tipinin özelliği abonelik modelidir. Başlatılan projeye destekçiler abone olarak her ay destekte bulunabilmektedir. Destek iptal edilene dek abone olanların kartlarından ödül karşılığında aylık çekim yapılacaktır. Gogopazar proje tipinde ise, girişimci belirlenen tarihte hedeflediği fona ulaştıktan sonra, ürününü satarak destekçi kitlesini genişletmeye ve fon toplamaya devam edebilmektedir. Böylece “Fongogo” platformu girişimcilere satış çözümünü sunmaktadır.

Tablo 5. “Fongogo” Kitle Fonlaması Platformundaki Projelerle İlgili Veriler

Kategoriler	Toplam Proje Sayısı	Başarılı Olan Proje Sayısı	Devam Eden Proje Sayısı	Hedef Tutar (TL)	Toplanan Tutar (TL)	Destekçi Sayısı
Çevre	43	17	-	346.964	367.500	1.868
Dans ve Performans	7	2	-	11.000	12.990	82
Eğitim	135	56	-	956.663	1.032.488	3.274
Film ve Fotoğraf	225	139	8	2.284.300	2.583.770	8.979
Gıda ve İçme-Yeme	21	3	-	20.300	28.310	209
Kültür ve Sanat	112	32	1	652.750	755.380	2.541
Müzik	30	12	1	273.000	308.524	1.714
Diğer	76	19	1	269.645	305.320	1.452
Sağlık ve Güzellik	30	10	-	341.000	362.780	1.527
Spor	13	5	-	64.110	66.115	382
Moda ve Tasarım	9	2	-	38.000	38.780	149
Teknoloji	52	4	1	67.000	67.553	162
Turizm	5	2	-	28.000	29.640	93
Yayıncılık, Video ve Podcast	5	2	-	35.000	36.300	118
TOPLAM	763	305	12	5.387.732	5.995.450	22.550

03 Ekim 2021 tarihi itibarıyla platformda yayınlanan toplam 763 kampanyadan 305 proje başarıyla tamamlanmış, 5.995.450 TL toplanmış, toplam destekçi sayısı 22.550 olmuştur. 12 adet proje aktif olarak fon arayışını devam ettirmektedir. Platformda yapılan analiz sonuçlarına göre, film ve fotoğraf kategorisi, yayınlanan projelerin yaklaşık %29’unu oluşturan tüm kategoriler arasında en seçkin kategori olarak görülmektedir. Platformun film ve fotoğraf kategorisinde uzmanlık kazandığı ve bu kategorinin büyümesini teşvik ederek popülerliğini arttırdığı görülebilir. Aynı zamanda, “Fongogo” Türkiye’nin film endüstrisine önemli katkılar sağlamaktadır. “Fongogo” kitle fonlaması platformu, başlatılan kampanya sayısı ve destekçi sayısı açısından diğer mevcut platformlara göre en büyük platform olarak sayılmaktadır.

4.3. “Ideanest” Kitle Fonlaması Platformu

“Ideanest” kitle fonlaması platformu, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı tarafından yeni fikirlere yardım sağlamak amacıyla 2017 yılında kurulmuştur. Bu platformda, bağış bazlı model ve “hepsini tut” finansman mekanizmaları kullanılmaktadır. Bu platformda, teknoloji tabanlı ve topluma fayda sağlayacak projeler yer alması gerekmektedir. Ayrıca, bilimsel konular ve teknolojideki akademik araştırma ve çalışma projelerine bağış bazlı kitle fonlaması modeli yoluyla kaynak yaratmayı hedeflemektedir.

Tablo 6. “Ideanest” Kitle Fonlaması Platformundaki Projelerle İlgili Veriler

Kategoriler	Toplam Proje Sayısı	Başarılı Olan Proje Sayısı	Devam Eden Proje Sayısı	Hedef Tutar (TL)	Toplanan Tutar (TL)	Destekçi Sayısı
Teknoloji ve Sağlık	9	9	-	332.100	335.154	313
Diğer	1	-	-	-	-	-
TOPLAM	10	9	-	332.100	335.154	313

03 Ekim 2021 tarihi itibarıyla platformda yayınlanan toplam 10 projeden 9'u başarılı olmuş ve 313 destekçi tarafından toplam 335.154 TL toplanmıştır. Aktif olarak fon arayışını devam ettiren proje bulunmamaktadır.

4.4. “Arıkovanı” Kitle Fonlaması Platformu

“Arıkovanı” kitle fonlaması platformu, 2016 yılında Türkiye'nin telekomünikasyon şirketi Turkcell tarafından kurulmuştur. Bu platformda gerçekleştirilecek projelerin, prototipleri olan ve son kullanıcıları hedefleyen inovasyon ve teknoloji odaklı olmaları gerekmektedir. Arıkovanı, yerli teknoloji üretimini desteklemeyi ve insanlara da teknoloji üretimine destek olma fırsatını kazandırmayı amaçlamaktadır. Kitle fonlaması modeli olarak ödül bazlı model ve “Ya Hep Ya Hiç” fonlama mekanizması kullanılmaktadır. Ayrıca, platformun kendisine ait “Arıkovanı Mağaza” adlı mağazası vardır. Bu mağazada, girişimcilerin başarılı olan en iyi ürünleri yer almaktadır. Aynı zamanda mağaza, bu ürünlere avantajlı fiyatlar ile erkenden sipariş verme fırsatını sunmaktadır.

Tablo 7. “Arıkovanı” Kitle Fonlaması Platformundaki Projelerle İlgili Veriler

Kategoriler	Toplam Proje Sayısı	Başarılı Olan Proje Sayısı	Hazırlanmakta Olan Proje Sayısı	Toplanan Tutar (TL)	Destekçi Sayısı
Teknoloji	72	39	8	7.179.647	9.300
TOPLAM	72	39	8	7.179.647	9.300

03 Ekim 2021 tarihi itibarıyla platformda başlatılan 72 projenin 39'u başarılı olmuş ve 9.300 destekçi tarafından 7.179.647 TL para toplanmıştır. Bu kitle fonlaması platformu, Türkiye'deki toplam fonlama hacmi açısından diğer platformlara göre başarılıdır.

4.5. “Fonbulucu Invest” Kitle Fonlaması Platformu

Global Kitle Fonlama Platformu A.Ş.'nin markası olan “Fonbulucu Invest” kitle fonlaması platformu, Türkiye’de hisse bazlı kitle fonlamasını gerçekleştiren ilk platform olarak 8 Nisan 2021 tarihinde Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yetkilendirilmiştir. Platformda; biyoteknoloji, biyomedikal, coğrafi bilgi sistemleri, denizcilik, diğer, eğitim, elektrik-elektronik, endüstriyel otomasyon, enerji, finans, bankacılık, geri dönüşüm, havacılık, iklimlendirme, iletişim, haberleşme, kozmetik, madencilik, makine, teçhizat, imalat, malzeme, metalurji, medya, eğlence, otomotiv, petrol, kimya, robotik, sağlık, tıbbi malzeme, savunma sanayii, tarım, gıda, tekstil, tıbbi bilişim, ulaştırma, yapay zekâ, yazılım, yenilenebilir enerji ve oyun gibi kategoriler mevcuttur.

Tablo 8. “Fonbulucu Invest” Kitle Fonlaması Platformundaki Projelerle İlgili Veriler

Projeler	Kategoriler	Durumu	Girişimin Aşaması	Hedeflenen Fonlama (TL)	Alınan Yatırım (TL)	Pay Alan Yatırımcı Sayısı
Bilge Tunga Dünyaya Açılıyor	Eğitim ve Medya, Eğlence	Başarılı	Pazara Giriş	280.000	306.558	256
Otonom Odyometre Projesi	Biyoteknoloji, Biyomedikal ve Sağlık, Tıbbi Malzeme	Fonlamaya Sunuldu	Prototip Geliştirme	690.000	632.706	477
Sensiball VR	Elektrik-Elektronik, Medya, Eğlence, Sağlık, Tıbbi Malzeme ve Yazılım	Başarılı	Doğrulanmış Prototip	800.000	1.127.450	384
Akıllı Bakteri Teknolojisi	Biyoteknoloji, Biyomedikal	Başarılı	Pazara Giriş	250.000	416.921	291
Auth Take User Authentication	Yapay Zekâ ve Yazılım	Fonlamaya Sunuldu	Büyüme	800.000	120.600	199
Fernvaille	Yapay Zekâ ve Yazılım	Başarılı	Prototip Geliştirme	430.000	932.181	544
Hamurla	Diğer, Tarım, Gıda ve Yazılım	Başarılı	Büyüme	600.000	849.796	373

Classest	Eğitim, Yapay Zekâ ve Yazılım	Fonlamaya Sunuldu	Büyüme	700.000	106.511	153
Türkiye'nin Online Kuyumcusu	Diğer	Fonlamaya Sunuldu	Pazara Giriş	1.250.000	72.751	36
TOPLAM				5.800.000	4.565.474	2.713

11 Ekim 2021 tarihi itibarıyla platformda yayınlanan toplam 9 projenin 5'i hedeflenen fonlamaya ulaşarak başarılı olup kalan 4 proje hâlihazırda fonlamaya sunulmuştur. Başarılı olan projelerde, 1848 yatırımcıdan toplam 3.632.906 TL yatırım alınmıştır. 544 yatırımcısı ile Fernvaille projesi en çok yatırımcı toplayan projedir.

SONUÇ

Yaratıcılığı, yenilikçiliği ve girişimciliği desteklemek için yeni bir fonlama yöntemi olarak kitle fonlaması, giderek daha popüler hale gelmektedir. Kitle fonlaması piyasası, dünya çapında gelişen yasal düzenlemeler nedeniyle genişlemiştir. Kitle fonlaması, bireylerin gerçekleştirmek istedikleri projelerini finanse etmek olanağını sağlayacak oldukça yeni bir yöntemdir. Bu yöntemin faydalarından biri ise, projelerin sadece fonlamaya değil, özgürlüğe de sahip olmalarıdır. Bağış ve ödül bazlı kitle fonlaması yoluyla gerçekleştirilecek projelerin çoğu, sosyal ya da kültürel projelerdir. Bu projeler, işletmeler için o kadar ilgi çekici olmasa bile toplum için son derece önemlidir. Hisse ve borçlanma bazlı kitle fonlaması modelleri ise, girişimci ve yatırımcılar için para kazanmaya çok büyük fırsat sunmaktadır. Ancak, yapılan analiz sonuçlarına göre, Türkiye'deki kitle fonlaması platformlarında başlatılan projelerde, başarılı olan projelerin sayısının az olduğu tespit edilmiştir.

Ülkedeki ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması platformlarında yayınlanan toplam 1235 kampanyadan 369'u başarıyla tamamlanmış, 13.603.262 TL toplanmış, toplam destekçi sayısı 33.136 olmuştur. "Arıkovani" kitle fonlaması platformu, Türkiye'deki toplam fonlama hacmi açısından diğer platformlara göre başarılıdır. Toplam proje sayısına ve devam eden proje sayısına göre "Fongogo" kitle fonlaması platformu öndedir. Bu platformda başlatılan 763 projenin 305'i başarılı olmuştur. Ayrıca, "Fongogo" platformunda ödül, kumbara, gogopazar gibi proje tipleri mevcuttur. Bunun gibi özellikler açısından "Fongogo" kitle fonlaması platformunun aktif bir şekilde çalışmakta olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'de, hisse bazlı kitle fonlaması modeline ilişkin mevzuat düzenlemesi yapıldıktan sonra, ilk olarak "Fonbulucu Invest" kitle fonlaması platformu Sermaye Piyasası Kurulu'ndan faaliyet izni almıştır. Analiz sonuçlarına göre, platformda yayınlanan toplam 9 projenin 5'i başarılı olup kalan 4 proje ise fon toplamaya devam etmekte, başarısız proje bulunmamaktadır. Başarılı olan projelerde 1848 yatırımcıdan toplam 3.632.906 TL yatırım alınmıştır. Bu durum, ülkede hisse bazlı kitle fonlaması modelinin büyük bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, borçlanma bazlı kitle fonlaması modelinin kanunlaşması için "Kitle Fonlaması Tebliği Taslağı" hazırlanmıştır. Borçlanma bazlı kitle fonlaması modelinin kullanılmasını gerçekleştirecek yasal çalışmalar tamamlandıktan sonra, Türkiye'deki kitle fonlaması hacminin artacağı beklenmektedir. Ülkedeki girişimci ve yatırımcılar başta olmak üzere, insanların kitle fonlaması modelleri, özellikle hisse bazlı kitle fonlaması modeli ile ilgili bilgilendirilmesi kitle fonlamasının gelişimine katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu durumun bir anket çalışması doğrultusunda tespitinin ilgili alan yazına fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Etik Beyan: Bu çalışmada etik beyanı gerektirecek herhangi bir uygulama kullanılmamıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar(lar)ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement: A permission from an ethics committee is not needed for this study. In case of detection of a contrary situation, Beykent University Journal of Social Sciences has no responsibility, and all responsibility belongs to the author(s) of the study.

Author Contributions Statement: 1st author's contribution rate is 100%.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest among the authors.

KAYNAKÇA

- Abu Amuna, Y. M. (2019). Entrepreneurship, crowdfunding platforms and sponsors interaction. *International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR)*, 3(1), 53-60.
- Akçaoğlu, V. D. (2018, Ocak). *Girişimciler için alternatif bir finansman yöntemi "kitle fonlaması" kanunlaştı.* ProCompliance. <https://www.procompliance.net/girisimciler-icin-alternatif-bir-finansman-yontemi-kitle-fonlamasi-kanunlasti/>
- Bradley III, D. B. ve Luong C. (2014). Crowdfunding: A new opportunity for small business and entrepreneurship. *Entrepreneurial Executive*, 19(1), 95-104.
- Canbaz, M. F. ve Çonkar, M. K. (2018). Girişimcilere faizle borçlanmaya alternatif İslami bir yöntem: Kitle fonlaması. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10(18), 37-55. <https://doi.org/10.14784/marufacd.460651>
- Cihangir, Ç. K. (2018, Ekim). *Finansal piyasalar için bir yenilik türkiye için bir fırsat: kitlesel fonlama.* 5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18), Seferihisar – İzmir
- Cumming, D. J., Leboeuf, G. ve Schwienbacher, A. (2020). Crowdfunding models: Keep-it-all vs. all-or-nothing. *Journal of the Financial Management Association International*, 49(2), 331-360. <https://doi.org/10.1111/fima.12262>
- Çağlar, M. T. (2019). Yeni nesil alternatif finansman yöntemi olarak kitlesel fonlama: Dünya ve Türkiye uygulaması. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 18-34.
- Çonkar, M. K. ve Canbaz, M. F. (2018). Kitle fonlaması finansman yöntemi: Türkiye’de sistemin geliştirilmesine yönelik öneriler. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 119-132.
- Çubukçu C. (2017). Kitlesel fonlama: Türkiye’deki kitlesel fonlama platformları üzerinden bir değerlendirme. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(2), 155-172.
- Demir, N. B. (2018, Ocak). *Türkiye’de kitle fonlaması.* Erdem & Erdem. <http://www.erdem-erdem.av.tr/yayinlar/hukuk-postasi/turkiyede-kitle-fonlamasi/>
- Demiray, M. ve Burnaz, S. (2019). Positioning of crowdfunding platforms: Turkey as an emerging market case. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 6(2), 84-94.
- Ekici, O., Sırma, İ., ve Aytürk, Y. (2019). Alternatif finansman yöntemi olarak kitle fonlaması ve yenilikçilik ilişkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 13(2), 215-230.
- Fettahoğlu, S. ve Khusayan, S. (2017). Yeni finansman olanağı: Kitle fonlama. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4), 497-521.
- Fundable. *The history of crowdfunding.* <https://www.fundable.com/crowdfunding101/history-of-crowdfunding>
- Hossain, M. ve Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, definitions, typology and ethical challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>
- Liu, L., Suh, A., ve Wagner, C. (2017, Ocak). *Donation behavior in online micro charities: An investigation of charitable crowdfunding projects.* 50th Hawaii International Conference on System Sciences, University of Hawaii (UH) at Manoa, Hawaii. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/10125/41251>
- Meyskens, M. ve Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166. <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0007>
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Ramos, J. ve Gonzalez, B. (2016). Crowdfunding in Europe. In D. Brüntje, ve O. Gajda (Eds.), *Crowdfunding and employment: An analysis of the employment effects of crowdfunding in Spain* (pp. 97-114). FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-18017-5_7

- Schmidt, J. (2020, Mayıs). *Crowdfunding statistics worldwide: Market development, country volumes, and industry trends*. P2PMarketData. <https://p2pmarketdata.com/blog/crowdfunding-statistics-worldwide/>
- Sermaye Piyasası Kurulu. (2021, Ağustos). *Kitle fonlaması tebliğ taslağı*. <https://www.spk.gov.tr/Duyuru/Goster/20210826/0>
- Sharma, S. ve Lertnuwat, N. (2016). The financial crowdfunding with diverse business models. *Journal of Asian and African Social Science and Humanities*, 2(2), 74-89.
- Statista. *Volume of funds raised through crowdfunding in selected countries worldwide in 2020*. <https://www.statista.com/statistics/1078229/global-crowdfunding-volume-worldwide-by-country>
- Şahinoğlu, E. (2019). *Kitlesel fonlamada başarı faktörleri: Türkiye’de ödül bazlı kitlese fonlama projelerinin durumu* [Yüksek lisans tezi, Kırklareli Üniversitesi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünsal, S. (2017). *Kitlese fonlama iş yapma yöntemini değiştirecek yeni sistem*. Ceres Yayınları.
- Zengin, S., Yüksel, S., ve Kartal, M. T. (2017). Kitle fonlaması sisteminin Türkiye’ye faydaları. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 22-32.