

SAĞLIK HİZMETLERİNDE ALTERNATİF BİR FİNANSMAN MODELİ OLARAK KİTLESEL FONLAMA

Kaan Can UYANIK *
Songül ÇINAROĞLU **

ÖZ

Kitlesele fonlama, sağlık sektöüründe giderek yaygınlaşan bir alternatif finansman biçimidir. Kitlesele fonlama, piyasa katılımını genişleterek, ihmal edilen sağlık sorunlarına kaynak oluşturup farkındalığı arttırabilmektedir. Bunun yanında finansmana erişimi iyileştirerek ve proje hesap verebilirliğini ve sosyal katılımı teşvik ederek sağlık sektörüne ekonomik olarak fayda sağlayabilmektedir. Sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama, bağış toplama fırsatları için büyüyen bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Bazı çevresel eğilimler, sağlık hizmetlerinde fon toplamaya yönelik kampanyaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu eğilimler arasında sağlık sigortası eksikliği, 2008 finansal çöküşünün ardından gelen ekonomik tepki ve sağlık hizmetlerinde piyasa düzenlemelerindeki eksiklikler yer almaktadır. Covid-19 pandemisi süreci ise sağlık sektörü içerisinde kitlesele fonlama uygulamalarının görülme durumunu oldukça arttırmıştır. Bu çalışmada öncelikle kitlesele fonlama olgusunun doğası ve boyutları ortaya koyularak, genellikle bağış temelli kitlesele fonlama uygulamalarıyla öne çıkan sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama uygulamaları açıklanmıştır. Ulusal ve uluslararası örnekleriyle ele alınacak olan sağlık sektörü içerisindeki kitlesele fonlama faaliyetlerinin anlatımı ile de sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlamanın önemi ortaya konmuştur. Sonuç olarak sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama uygulamalarının öneminin dünya genelinde giderek arttığı ve kapsadığı ekonomik boyutun her geçen gün büyüdüğü görülmüştür. Türkiye’de ise özellikle sağlık hizmetlerinde yoğun bir şekilde uygulanan bağış temelli kitlesele fonlama uygulamalarıyla ilgili henüz bir altyapı olmadığı, bu tip fonların dernekler aracılığıyla toplandığı ve SPK tebliği kapsamında kitlesele fonlama faaliyetleri olarak değerlendirilmediği bilgilerine ulaşılmıştır. SPK tebliği kapsamında bulunan sermaye temelli kitlesele fonlama uygulamalarında ise sağlık sektörüyle ilişkisi bulunan yalnızca iki kampanyaya rastlanmıştır. Bu doğrultuda sağlıkta politika belirleyicilerinin hem sağlığın finansmanı konusunda devlete hem de yarar sağlama konusunda halka faydası dokunabilecek olan sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama modelini gündemlerine almaları ve bu konuyla ilgili gerekli çalışmaları başlatmaları önerilmektedir.


Anahtar Kelimeler: Kitlesele fonlama, sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama, bağış temelli kitlesele fonlama, sağlık sektörü.

MAKALE HAKKINDA

*Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, SBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, Küçükçekmece, İstanbul, Türkiye, kaancanuyanik@aydin.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-8158-7349>

** Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İİBF, Sağlık Yönetimi Bölümü, Beytepe, Ankara, Türkiye, cinaroglu@hacettepe.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-5699-8402>

Gönderim Tarihi: 20.08.2022

Kabul Tarihi: 25.01.2023

Atıfta Bulunmak İçin:

Uyanık, K. C., & Çınaroğlu, S. (2023). Sağlık hizmetlerinde alternatif bir finansman modeli olarak kitlesele fonlama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 26(1): 279-304

CROWDFUNDING AS AN ALTERNATIVE FINANCING MODEL IN HEALTH SERVICES

Kaan Can UYANIK *
Songül ÇINAROĞLU **


ABSTRACT

Crowdfunding is an increasingly widespread form of alternative financing in the health sector. By expanding market participation, crowdfunding can raise awareness and raise funds for neglected health issues. It can also benefit the health sector economically by improving access to finance and promoting project accountability and social inclusion. Crowdfunding in healthcare has emerged as a growing area for fundraising opportunities. A number of environmental trends have led to the emergence of fundraising campaigns in healthcare. These trends include the lack of health insurance, the economic reaction following the 2008 financial collapse, and gaps in market regulation in healthcare. The Covid-19 pandemic process has significantly increased the incidence of crowdfunding practices in the healthcare sector. In this study, firstly, the nature and dimensions of the crowdfunding phenomenon are revealed, and crowdfunding practices in health services, which are generally characterised by donation-based crowdfunding practices, are explained. The importance of crowdfunding in healthcare services is also revealed by describing crowdfunding activities in the healthcare sector, which will be discussed with national and international examples. As a result, it has been observed that the importance of crowdfunding applications in health services is increasing worldwide and the economic dimension it covers is growing day by day. In Turkey, it was found that there is no infrastructure for donation-based crowdfunding practices, which are intensively applied especially in healthcare services, and that such funds are collected through associations and are not considered as crowdfunding activities within the scope of the CMB communicate. Among the capital-based crowdfunding practices within the scope of the CMB communicate, only two campaigns were found to be related to the health sector. In this direction, it is recommended that health policy makers should take the crowdfunding model in health services, which can benefit both the state in terms of financing health and the public in terms of providing benefits, into their agenda and initiate the necessary studies on this issue.


Keywords: Crowdfunding, crowdfunding in healthcare, donation-based crowdfunding, healthcare sector.

ARTICLE INFO

* Lecturer, Istanbul Aydın University, FHS, Department of Health Care Management, Küçükçekmece, İstanbul, Turkey, kaancanuyanik@aydin.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-8158-7349>

** Assoc. Prof. Dr., Hacettepe University, FEAS, Department of Health Care Management, Beytepe, Ankara, Turkey, cinaroglus@hacettepe.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-5699-8402>

Received: 20.08.2022

Accepted: 25.01.2023

Cite This Paper:

Uyanık, K. C., & Çınaroğlu, S. (2023). Sağlık hizmetlerinde alternatif bir finansman modeli olarak kitlesel fonlama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 26(1): 279-304

I. GİRİŞ

Türkiye’de kitlesele fonlama şeklinde isimlendirilen “Crowdfunding” faaliyetleri alternatif finans sektörünün geliştirmiş olduğu en yeni finansman aracıdır. Özellikle Amerika ve Avrupa kıtalarında, son yıllarda yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Özünde geleneksel finansman yöntemleri ile benzer özellikleri taşıyan, uygulamada ise aktörler ve araçlar nedeniyle farklılaşan modern bir fon temin etme, fon arz etme, ortaklık kurma ve hibe yoluyla finansman faaliyetidir (Çonkar, 2018).

Basit bir ifadeyle kitlesele fonlama, bir projenin veya girişimin profesyonel taraflar (bankalar, risk sermayedarları veya iş melekleri gibi) yerine bir grup birey tarafından finanse edilmesidir. Teorik olarak, bankalar paraya sahip olanlar ile paraya ihtiyacı olanlar arasında aracı görevi gördüğünden, bireyler zaten tasarrufları vasıtasıyla yatırımları dolaylı olarak finanse etmektedir. Buna karşılık, kitlesele fonlama herhangi bir aracı olmadan gerçekleşmektedir. Bu modelde girişimciler parayı direkt olarak bireylerden toplayarak kitleye temas etmektedirler (Lambert ve Schwiembacher, 2010). Tipik iletişim biçimi internet üzerinden gerçekleşmektedir. Kitlesele fonlama daha kavramsal şekilde açıklanacak olursa; “Belirli amaçlara yönelik girişimleri desteklemek amacıyla bağış şeklinde veya bir tür ödül ve/veya oy hakkı karşılığında finansal kaynakların sağlanması hedefiyle, esasen internet üzerinden yapılan açık bir çağrı” olarak tanımlanmaktadır (Kleemann vd., 2008).

Kitle fonlaması, sermaye piyasası alanını değiştiren, teknolojinin etkin olduğu yenilikçi bir süreçtir. Bununla birlikte, kitle fonlamasının ortaya çıkışına kadar, girişimciler ve küçük işletmeler, bilgi asimetrisi ve kişisel ağlarla örölmüş geleneksel kanallar aracılığıyla finansman ihtiyaçlarını karşılamak için sermaye aramakla sınırlandırıldığından, teknolojinin sermaye piyasaları üzerinde çok az etkisi olmuştur. Bu durum fon arayanların büyük bir bölümünü mevcut uygulamalardan mahrum bırakmıştır. Kitle fonlaması gibi yenilikler, şu anda sağlanan hizmetlerdeki ihtiyaçlara ve boşluklara yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Christensen, 2013).

Sermaye piyasasında, finansman ihtiyacının karşılanmasına dair eksiklik en iyi şekliyle yeni kurulacak olan şirketlerin; genellikle risk sermayedarlarını, gayri resmi küçük yatırımcıları, bankaları ve kayıt dışı yatırım olarak kabul ettikleri faaliyetleri fon toplamak amacıyla kullanma durumları gözlemlenerek anlaşılmıştır. Kitle fonlaması olarak bilinen konsept, sermayeyi açık ve şeffaf bir şekilde artırmak için interneti ve kitlenin gücünü kullanmayı içermektedir. Kitle fonlaması olgusu, sermaye piyasalarındaki kurumsallaşma ve ekonomik baskılardan kaynaklanan kısıtlamalara ve sınırlamalara bilgi teknolojileri destekli bir çözümü temsil etmektedir (Beaulieu, 2015).

Bu çalışmada gücünü kitleden alan ve geleneksel finans uygulamalarının hantallığından sıyrılarak internet aracılığıyla fon ihtiyacı olan kişi veya kurumlara fon toplanmasını sağlayan kitlesele fonlama kavramı tanıtılmıştır. Sonrasında ise özellikle bağış temelli kitlesele fonlama uygulamalarının sıkça görüldüğü sağlık sektörü ele alınacak ve kitlesele fonlamanın sağlık sektörü üzerindeki faaliyetleri ulusal ve uluslararası örnekler ortaya konularak anlatılacak ve önerilerde bulunulmuştur.

II. KİTLESELE FONLAMA KAVRAMININ TANIMI

Geleneksel finansal düzlem, teknolojik gelişmelerin yoğun olarak yaşandığı günümüzde yenilikçi ve dijital bir sisteme kendini bırakmaya başlamıştır. Özellikle 2008 krizi sonrasında yaşanan likidite krizi ve bunu takip eden finansal piyasalara karşı yaşanan güven kaybı alternatif sistemlerin de ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır. Bu durum, güncel kitlesele fonlama uygulamalarının yaygınlaşmasında mihenk taşlarından biri olmuştur (Çağlar, 2019). Kitlesele fonlamanın kullanımı özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte en yüksek seviyelere ulaşmıştır. Pandemi sürecinde; sağlık hizmetlerinin karşılanması, cenaze masrafları, hanelere finansal desteklerde bulunulması, küçük işletmelerin desteklenmesi, gıda yardımları yapılması ve diğer birçok ihtiyacın karşılanabilmesi için yardım amacıyla kitlesele fonlamaya başvurulmuştur (Proelss vd., 2021).

Joenssen ve arkadaşları 2014 yılında, kitlesele fonlamayı; “Fon almak, pazar potansiyelini değerlendirmek ve müşteri ilişkileri kurmak amacıyla, kuruluşlar veya bireyler tarafından kamuya

duyurulan ticari veya ticari olmayan projelerin başlatıldığı bir süreç olarak tanımlamıştır. Buna göre kitle fonlaması, teknolojiden sanata ve hatta afet yardımına kadar çeşitli farklı kategorilerde kullanılmaktadır. İzmirli Ata ise 2018 yılında; “Yeni fikirlerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla ihtiyaç duyulan fon kaynağını, çevrimiçi platformlar ve sosyal medya aracılığıyla sağlayan genç bir finans tekniği” şeklinde tanımlamıştır.

Tanımların işaret ettiği şekilde; fon talep eden proje sahipleri, kitlesel fonlama faaliyetleriyle internette düzenlenen bir kampanya vasıtasıyla maddi katılım çağrısında bulunarak, ortaya koydukları finansal hedefe belirli bir zaman aralığı içerisinde ulaşmaya çalışmaktadırlar. Diğer bir deyişle sermaye oluşumunun fiziksel sınırlarını önemsizleştiren kitlesel fonlama, özel amaçlı girişimleri desteklemek için oy hakları veya çeşitli ödül karşılığında ya da ödüsüz bağış çeşitleriyle finansal kaynak edinilmesi için temelinde internet üzerinden açık bir çağrıda bulunmaktadır. Bu sayede sayısı azımsanamayacak girişimci birey ve gruplar, herhangi bir standart finans sağlayıcılara gerek duymaksızın internet platformu aracılığıyla ve “büyük olmayan katkılarla” kültürel, sosyal ya da kâr amaçlı çeşitli girişimleri finanse edebilir duruma erişmiştir (Joenssen vd., 2014).

Kitlesel fonlamanın gelişim sürecinde farklı paydaşların çeşitli katkıları olmuş ve her paydaş kendi amaçları doğrultusunda kitlesel fonlamaya başvurmuştur. Bu paydaşlardan biri olan hükümetler, kitlesel fonlama faaliyetleri sayesinde yeni iş fırsatları oluşturup istihdamı yükseltmeyi, devlet bütçesinin yetersiz kaldığı durumlarda ihtiyaç sahiplerine gerekli hizmetlerin sağlanmasını ve ekonomik büyüme konusunda teşvik hedefiyle ilerlerken; fon talep eden girişimciler, hali hazırdaki finansman imkanlarını iyileştirmeyi; sıradan bireyler, yatırım yapabilmeye imkanını ve aracı konumunda bulunan kitlesel fonlama platformları ise yeni iş kolları geliştirmeyi hedeflemektedir (Valanciene, 2014).

En fazla Kuzey Amerika ile Avrupa’da kullanılan kitlesel fonlama uygulamaları aracılığıyla temelde geniş kitlelere ulaşma ve maddi destek sağlama amaçlanmaktadır. Bu amaçla kurulan Amerika ve Avrupa ülkelerine örnek olarak Kickstarter, Gofundme, Give Forward, First Giving, Quirky gibi siteler gösterilebilmektedir. Görsel 1’de Kickstarter kitlesel fonlama uygulamasının arayüzünde görüldüğü üzere 2022 yılı itibariyle toplam 225.153 proje finanse edilmiş olup bu projelere aktarılan fon miktarı ise 6.200.022.647 \$ olmuştur (Kickstarter, 2022).

Görsel 1. Kickstarter Kitlesel Fonlama Platformunun Arayüzü

The screenshot displays the Kickstarter homepage. At the top, there is a search bar and navigation links for various categories: Arts, Comics & Illustration, Design & Tech, Film, Food & Craft, Games, Music, and Publishing. The main headline reads "Bring a creative project to life." Below this, three large statistics are presented: 225,153 projects funded, \$6,200,022,647 towards creative work, and 69,244,814 pledges. A featured project, "PODMKR - Grind your own Coffee Pods", is highlighted. The project description states: "Create delicious coffee pods with a single push of a button & say goodbye to single-use pods forever. Save money | Save the planet." The project's progress is shown as "Ending soon" with a "KICKSTARTER" badge. The funding goal is "US\$ 513,251" (pledged of US\$ 10,000 goal), with 4,284 backers and 16 hours to go. A "Back this project" button is visible, along with a "Remind me" button and social media sharing options. At the bottom, there are tags for "Project We Love", "Product Design", and "Wilmington, DE".

Kaynak: Kickstarter, 2022.

Türkiye'deki duruma bakıldığında ise Fongogo, Fonbulucu, Fonzip veya Buluşum gibi internet siteleri örnek göstermek mümkündür. Özellikle bağış temelli kitlesel fonlama uygulamalarıyla ihtiyaç sahiplerine finansman sağlanması, bu tip sistematik işleyişe sahip kitlesel fonlama sitelerinden ziyade Hayata Destek, Ahbap, SMA, LÖSEV gibi derneklerin kendi sitelerinden fon toplaması veya Kızılay ya da AFAD gibi kamusal nitelikteki kurumların sitelerinden fon sağlanması şeklinde sürdürülmektedir. Ancak yurtdışı siteleriyle karşılaştırıldığında, Türkiye'de bu fonlama yönteminin henüz istenilen seviyede olmadığı açıktır.

Türkiye'de hizmet gösteren kuruluşlar arasından Ahbap örnek verilecek olursa; derneğin 2021 yılında yaşanan doğal afetler boyunca kitlesel fonlama yöntemini kullanarak <https://ahbap.org/> internet siteleri aracılığıyla yine aynı yıl içerisinde toplanmış olan 44.310.229,48 ₺ tutarındaki yardım bütçesinin afet bölgelerine aktarımı konusundaki veriler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. 2021 Yılında Yaşanan Doğal Afetler İçin Ahbap Tarafından Toplanmış Olan Fonun Kullanım Durumu

ANTALYA (MANAVGAT, AKSEKİ)	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
Hayvancılık için 50 adet hayvan çadırı	796.500 ₺
Seracılık için yangında eriyen su boruları	1.043.000 ₺
Hayvancılık için gereken 350 ahırın çatı malzemeleri	3.592.108 ₺
Yangından etkilenen 183 aile için beyaz eşya	1.555.000 ₺
Toplam	6.986.608 ₺
MUĞLA (BODRUM, FETHİYE, KÖYCEĞİZ, MİLAS, MARMARİS)	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
3 jeneratör, 21 konteyner, 30 su deposu ve 5 su tankeri	576.803 ₺
Yangından etkilenen ailelere beyaz eşya ve mutfak eşyası	972.283 ₺
Yangından etkilenen 150 aile için ev eşyası	1.036.866 ₺
Hayvancılığı desteklemek için 27 adet keçi	269.850 ₺
Arıcılığı desteklemek için 915 adet 50 kg'lık şeker	279.075 ₺
Muğla'daki yangın söndürme çalışmalarını desteklemek için helikopter kiralanması	9.870.367 ₺
Toplam	13.143.245 ₺
KASTAMONU (ABANA, AYANCIK, BOZKURT)	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
Selden etkilenen ailelere ev eşyası	471.400 ₺
Selden etkilenen ailelere beyaz eşya	1.300.000 ₺
Selden etkilenen ailelere mobilya	2.785.000 ₺
Toplam	4.556.868 ₺
VAN (BAŞKALE)	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
Selden etkilenen ailelere beyaz eşya	390.340 ₺
Küçük ev aletleri ve mutfak gereçleri	64.852 ₺
Selden etkilenen ailelere mobilya	55.301 ₺
Selden etkilenenlere ilk müdahale için kıyafet	26.390 ₺
Toplam	536.884 ₺
DİĞER GİDERLER (ANTALYA, MUĞLA, KASTAMONU, VAN)	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
Operasyonel giderler	217.942 ₺
Afete hazırlık projeleri	1.800.000 ₺
16.670 adet gıda destek paketi	3.750.750 ₺
Toplam	5.768.692 ₺

Kaynak: AHBAP, 2022.

Dünya üzerinde kitlesel fonlama uygulamalarıyla sağlanan fon miktarı her geçen yıl daha çok artmaktadır. Statista.com verilerine göre 2017’de 34 Milyar dolar ve 2019’da 192,5 Milyar dolarlık fon sağlayan kitlesel fonlama uygulamalarının 2025 yılında ise toplam fon toplama hacminin 300 Milyar dolara yükselmesi beklenmektedir. Bunun yanında 2017 yılında toplam hacmin 25 milyar doları için borçlanma temelli model kullanılırken; bu rakam 2019 yılı Nisan ayında yaklaşık olarak, 181 milyar dolara yükselmiştir. Buna ek olarak, ödül ve bağış temelli modeller 5,5 Milyar dolardan yaklaşık 7 milyar dolara; öz sermaye temelli model ise 2,5 milyar dolardan yaklaşık 5 Milyar dolarlık bir hacme ulaşmıştır (Çağlar, 2019).

III. KİTLESEL FONLAMANNIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Gücünü kitleden alan kitlesel fonlama uygulamaları teknoloji ile bütünleşmiş olsa da ilhamını çok daha geçmişten almaktadır. Mozart ve Beethoven, konserlerini ve yeni müzik el yazmalarının yayınlarını, kendilerine ilgi duyan destekçiler aracılığıyla ön abonelik yöntemi kullanarak finanse etmişlerdir. New York’taki Özgürlük Heykeli de benzer şekilde, gazeteci ve yayıncı Joseph Pulitzer’in, sahibi olduğu “World” gazetesi vasıtasıyla liderlik ettiği bir kampanya neticesinde, halkın küçük bağışlarıyla finanse edilmiştir (Hemer, 2011).

Ayrıca 19. Yüzyılın başında Jonatan Swift’in kurmuş olduğu, İrlanda Kredi Fonu ve Bangladeşli Dr. Muhammed Yunus’un 1983 senesinde kurduğu Garmeen Bankası örnekleri de kitlesel fonlama uygulamalarının köklerini oluşturmaktadır. 1997’de İngiliz rock grubu Marillion, ABD konser turunu finanse etmek için hayranlarından bir İnternet çağrısı yoluyla 60.000 dolar toplamıştır. Fakat kitlesel fonlamanın popüler hale gelmesi 2003 senesinde ABD’de ArtistShare sitesi ile başlamış ve dünyada birçok kitlesel fonlama platformunun peşi sıra açılmasını tetiklemiştir. ArtistShare, yaratıcı sanatçıların fon ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeni bir iş modeli olarak tanımlanmıştır (Çonkar vd., 2018).

İlk olarak 2006 yılında Michael Sullivan tarafından bir blog yazısında ortaya çıkan kitlesel fonlama teriminin kökleri hayırsever bağışlara dayanmaktadır. Sullivan, “fundavlog” olarak isimlendirdiği projesi ile, fon talep edenlerin ihtiyaçlarını internet vasıtasıyla video blogları ile fonlayarak destek sağlamayı istemiş fakat başarılı olamamıştır. Sullivan’ın girişiminin ardından crowdfunding terimi, 2009 yılında Kickstarter platformunun kuruluşuyla beraber daha yoğun kullanılmaya başlanmıştır (Castelluccio, 2012).

Günümüzde 2000’in üzerinde platforma sahip olan kitlesel fonlama faaliyetlerinin önünü açan ve proje hacimlerinin gerçek anlamda yükselmesini sağlayan en önemli gelişme ise ABD’de 2012 senesinde çıkan Jumpstart Our Business Startups (JOBS) kanunu olmuştur. Bu kanunun 3. bölümünde kitlesel fonlama ile ilgili yapılan düzenlemeye göre, bir şirket 12 ay boyunca kitlesel fonlama sitesiyle toplamda 1 Milyon \$ toplayabilir ve yatırımcılar için akreditasyon şartı gerekmemektedir (Çağlar, 2019).

Kitlesel Fonlamanın Gelişimi maddeler halinde sıralanacak olursa (Yiğit, 2020):

- 1997 – Marillion hayranları e-posta, anlık mesajlaşma ve hayran sayfaları aracılığıyla 60 bin sterlin toplamıştır.
- 2000 – JustGiving: İlk bağış temelli modeldir.
- 2003 – ArtistShare: Müzik hayranları finansmanıdır.
- 2005/6 – Kiva, Zupa ve Prosper: Peer-to-Peer (P2P - Çevirimiçi ticaret) Borç verme modeli ortaya çıkmıştır.
- 2006 – “Kitlesel fonlama” (Crowdfunding) terimi ortaya çıkmıştır.

Finansal Kriz Dönemi

- 2008 – Indiegogo: Başlangıçta film yapımcıları için oluşturulmuş olan ABD’nin ödüle dayalı kitle fonlaması kurulmuştur.

- 2009 – Kickstarter: ABD’de sanat, tasarım ve teknolojik projeler için ödül tabanlı olarak kurulmuş kitlesele fonlama platformudur.
- 2010 – CrowdCube: Birleşik Krallık’ta hisse senedi kitle fonlaması kurulmuştur.
- 2011 – Abundance Generation: Projelere finansman sağlamak amacıyla kurulmuştur.

IV. KİTLESEL FONLAMA SÜRECİ

Operasyonel bir bakış açısından, kitle fonlaması süreci tipik olarak proje yaratıcısını, kitle fonlaması platformunu ve destekçileri içermektedir. Yeni bir ürün veya hizmet geliştirmek için finansal kaynaklara ihtiyaç duyan herhangi bir kişi, kuruluş veya firma, dünya çapında mevcut birçok kitle fonlaması platformundan birini kullanarak bir bağış toplama kampanyası başlatabilmektedir. Bir kampanya başlatmak için bir proje yaratıcısı, kampanya tasarımı, finansman kuralları ve kitle fonlaması platformunun türüne bağlı olarak değişebilen yasal konularla ilgili belirli kurallara uyması gerekmektedir (Belleflamme vd., 2014).

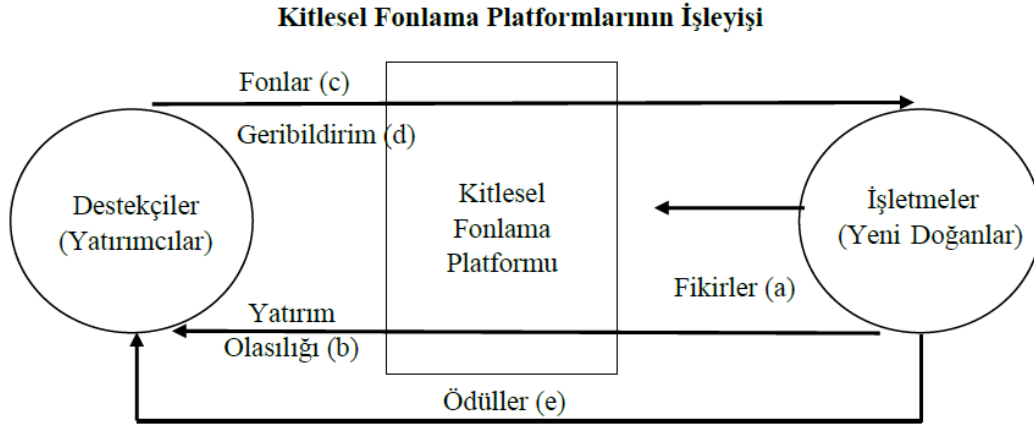
Proje yaratıcılarının kitle fonlaması kampanyasını başlatmadan önceki hedeflerini, yani toplamayı amaçladıkları hedeflenen para miktarını belirlemeleri gerekliliği, platformların çoğunda ortak bir özelliktir. Bunlara ek olarak web platformu; proje ve çıktılar, projenin arkasındaki kişi veya kuruluşlar ve projenin yürütülmesiyle ilgili riskler hakkında doğru ve gerçek bilgiler sağlayarak, projelere potansiyel katkıda bulunan kitleye kapsamlı bir şekilde sunmaktan da sorumludurlar. Bu bilgilendirmeler genellikle metinler, resimler veya videolar şeklinde sağlanmaktadır. Bilgi temini genellikle bir kitle fonlaması kampanyasının başarısı için çok önemli olarak algılanmakta ve platformlar tarafından da ciddi bir gereklilik olarak vurgulanmaktadır (Ahlers vd., 2015).

Destekçiler açısından, bir projeye fon sağlamak riskli bir yatırımdır çünkü bu girişimler, doğası gereği yüksek teknik ve piyasa belirsizliği ile dolu olan yeniliklerle ilgilidir. Kitle fonlaması platformunun, türüne ve sağlanan fonun düzeyine bağlı olarak destekçilere sunacakları kapsamlı bir fayda planı oluşturmaları da gerekmektedir. Örneğin, ödüle dayalı kitle fonlamasında, her proje yaratıcısının, genellikle 5 veya 10 dolarlık destek karşılığında basit bir "teşekkür ederim" e-postasından, projenin ürün veya hizmetin özelleştirilmiş sürümlerine kadar değişen çeşitli ödüller tanımlaması gerekmektedir (Roma vd., 2017).

Farklı olarak, öz sermayeye dayalı modelde, içerik oluşturucuların genellikle minimum yatırım tutarını ve şirketin finansman karşılığında ne kadar öz sermaye sunduğunu tanımlamaları gerekmektedir. Kampanyanın başlama tarihi ve süresi, proje oluşturucuların vermesi gereken ek önemli kararlardan bir başkasıdır. Kampanya başlatıldıktan sonra, destekçiler projeye olan ilgilerine göre katkı sağlayıp sağlamayacaklarına ve ne kadar katkıda bulunacaklarına karar verebilmektedirler. Kitle fonlaması platformları genellikle; fon talep edenlere ve destekçilere, fon talep edenlerin ve destekçilerin yorumlarından gelen proje güncellemeleri aracılığıyla kampanya sırasında ve sonrasında etkileşim kurma fırsatı sunmaktadır. (Mollick, 2014).

Kampanya sırasında, destekçilerin katkıları genellikle platform tarafından tutulur ve platform tarafından benimsenen mekanizmaya bağlı olarak, kampanyanın sonunda fon talep eden proje yaratıcısına aktarılır. Ya hep ya hiç mekanizmasını kullanan platformlar için, toplanan tutar hedeflenen meblağa ulaşmış ise, platform karlılığını sağlamak amacıyla bir ücret düşüldükten sonra, kampanya sonunda biriken paranın tamamı projeyi oluşturana aktarılmaktadır. Buna karşılık, her şeyi tut mekanizmasını kullanan platformlar için, hedefe ulaşıp ulaşılmadığına bakılmaksızın, yine platform karlılığını sağlamak amacıyla bir ücret düşüldükten sonra, tüm katkılar proje yaratıcısına aktarılacaktır. Ödüle dayalı kitle fonlaması platformunda, kampanyadan sonra para aktarılmışsa, yaratıcının projeyi tamamlama ve böylece her bir ödülü yerine getirme yükümlülüğü vardır (Petruzzelli vd., 2019).

Şekil 1. Kitlese Fonlama Süreci



Kaynak: Atsan ve Erdoğan, 2015.

Şekil 1'e göre kitlese fonlama platformlarında süreç şu şekilde işlemektedir (Onur ve Değirmenci, 2015);

- İlk olarak fon talep edenler; projelerinin metinlerini, görsellerini, çizimlerini veya videolarını ilgili platformlara iletir ve başvururlar (a). Bunun yanında projenin başarıya ulaşabilmesi için ihtiyaç olan fon miktarını, zamanını ve destekçilere veya yatırımcılara katkılarında karşılık olarak ne verileceğinin başvuru anında belirtilmesi gerekmektedir (e).
- Sonrasında ilgili platformlar proje başvurusunu inceleyerek, yayınlanmaya uygunluğu konusunda karar verirler. Projenin uygun olması durumunda, platform üzerinden yayınlanarak kampanya başlatılmış olur (b).
- Son aşamada ise projeye fon toplanmaya başlar. Destekçiler veya yatırımcılar, ilgilendikleri projelere küçük veya büyük miktarlarda fon yatırır. Ödemeler kredi kartı, EFT, havale, pay pal kartlar ile yapılabilmektedir (c).
- Projenin başarıya ulaşamaması durumunda, yani hedeflenen fon miktarının toplanamaması durumunda çoğu platform yatırımcılara paralarını iade etmektedir (d).

V. KİTLESEL FONLAMANNIN AKTÖRLERİ

Kitle fonlaması alanındaki aktörlerin kimler olduğunu bilmek, kitle fonlamasının nasıl çalıştığını anlamak için önemlidir. Farklı katılımcılar, sürecin işleyişini ve etkinleştirilen uygulamaları belirleyen bir ekosistem oluşturarak kitle fonlamasını çeşitli şekillerde etkilemektedir. Aşağıda kitlese fonlama aktörlerine değinilmiştir.

5.1. Destekçiler/Yatırımcılar

Destekçilerin rolü sadece para yatırma durumunun ötesine geçmektedir. Aynı zamanda piyasayı test etmede ve neyin iyi bir fikir olduğuna ve bir konseptin peşinden gitmeye değer olup olmadığına karar vermede rol oynamaktadırlar. Destekçiler bir proje hakkındaki haberi, sosyal medyayı veya kendi kişisel ağlarını kullanarak kitlelere tanıtılabilmektedirler. Bir destekçinin kitle fonlaması kampanyasına katkıda bulunma motivasyonunu açıklayabilecek farklı faktörler bulunmaktadır. Yardım etmekten duyulan haz ve mutluluk, projenin bir parçası olma isteği veya direkt olarak maddiyat sağlama isteği bu faktörler arasında sayılabilir (Burtch vd., 2013).

5.2. Fon Talep Eden/Girişimci

Finansman sağlayabilmek amacıyla fikirlerini bir kitlesele fonlama web sitesinde yayımlayan kişiler girişimci veya fon talep edenler şeklinde tanımlanmaktadır. Finansman arayan bireylerin çok farklı iş ve tecrübe geçmişleri olup, çok çeşitli hedefleri bulunmaktadır. Fon arayan tüm bireyler kendilerini bir girişimci olarak sınıflandırmayabilirler veya bir iş kurma hedefleri de olmayabilir. Bundan dolayı genel kitlesele fonlama faaliyetleri göz önüne alındığında literatürde girişimci teriminden ziyade fon talep edenler tabiri sıklıkla kullanılmaktadır. Kitlesele fonlama faaliyetlerinin çıkış noktasında fon talep edenlerin karşılanamamış sermaye ihtiyaçları bulunmaktadır. Kitlesele fonlama ekosistemindeki kurucuların rolü, bir ürün veya proje tasarlamak ve ardından bir kitle fonlaması web sitesi aracılığıyla fikirlerini açık ve ikna edici bir şekilde destekçilere sunmaktır. Kampanya süresince, fon talep edenler bilgiye erişilebilmekte ve şeffaf olarak kontrol edebilmektedirler. Sermaye artırmaya ek olarak, destekçilerle açık iletişimi ve işbirliğini teşvik eder bir anlayışla; fikirlerin piyasada test edilmesi, fikirlerin geçerliliğinin kazandırılması veya sosyal içerikli ihtiyaçlar dahilinde bağış yoluyla fon talep edilebilmektedir (Gerber vd., 2012).

Fon talep edenler, kitle fonlamasına geniş bir deneyim yelpazesıyla katılmaktadırlar ve bunlar; yetkin ekiplere sahip firmalardan çok az deneyimi olan veya hiç deneyimi olmayan bireylere kadar farklılık gösterebilmektedirler.

5.3. Kitlesele Fonlama Platformları

Kitlesele fonlar özünde teknoloji aracılığıyla sağlanır; bu nedenle, web sitesi sağlayıcıları kitlesele fonlama faaliyetlerinde çok önemli ve merkezi bir rol oynamaktadır. Kurucuların projelerini çok sayıda potansiyel destekçiye sunmalarını sağlayarak, kitlesele fonlama uygulamalarının teknolojik omurgasını sağlamaktadırlar. Web sitesi sağlayıcıları proje için yalnızca bir aşama olmaktan fazlasını sunmaktadırlar. Yorum bölümü, proje güncelleme yetenekleri ve e-posta alışverişleri gibi özellikler aracılığıyla girişimci ve destekçiler (hem potansiyel hem de gerçek) arasındaki iletişimi kolaylaştırmaktadırlar. Web sitesi sağlayıcıları, kurucu ve destekçi arasındaki bağlantıyı verimli hale getirmeyi amaçlamaktadırlar (Beaulieu vd., 2015).

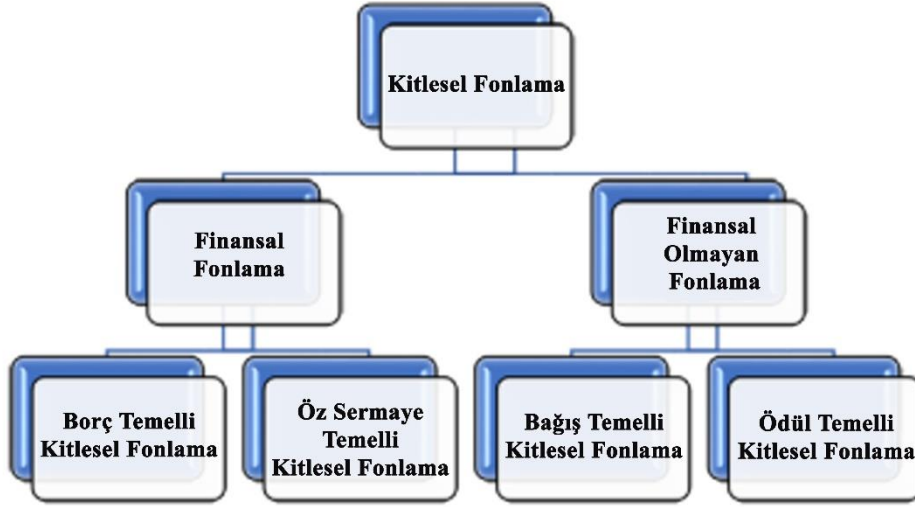
Facebook ve Twitter gibi sosyal web sitelerine bağlantılar, destekçilerin sosyal ağlarında bir projeyi kolayca tanıtılmalarını sağlamaktadır. Web sitesi sağlayıcılarının, gizliliği sağlamak ve girişimciler ve destekleyiciler için güvenli ödeme sistemi oluşturmak gibi görevleri vardır. Bu nedenle, web sitesi sağlayıcıları aracı, düzenleyici, kural uygulayıcı ve dağıtım kanalı olarak hareket eder (Ordanini vd., 2011).

Kitle fonlaması web siteleri, finanse edilen girişimcilerin vaatlerini yerine getireceklerine dair herhangi bir garanti vermeseler de, sıkı kontrol mekanizmalarıyla “kitlesele dolandırıcılığı” önleme konusunda yüksek fayda sağlar (Sigar, 2012). Genel olarak, web sitesi sağlayıcılarının rolü, hem kitlesele fonlamanın sürecini oluşturarak hem de bu süreci kontrol edip, girişimciler ve destekçiler için sorunsuz bir ortam sağlayabilmektir. Web sitesi sağlayıcıları, tüm paydaşlarla arayüz oluşturmaları nedeniyle kitlesele fonlama ekosistemin merkezi konumundadır.

VI. KİTLESEL FONLAMA MODELLERİ

Kitlesele fonlama, projenin amacına göre farklılık göstermektedir. Geniş bir yelpazede kullanılan modellere bakıldığında dört fonlama modelinden bahsetmek mümkündür. Bu dört fonlama modeli ödül temelli, bağış temelli, borç temelli ve öz sermaye temelli olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu fonlama türlerini de Şekil 2’de gösterildiği gibi kendi içinde finansal ve finansal olmayan olarak ayırmak mümkündür (Belleflamme ve Lambert, 2016).

Şekil 2. Kitleleş Fonlamanın Sınıflandırılması

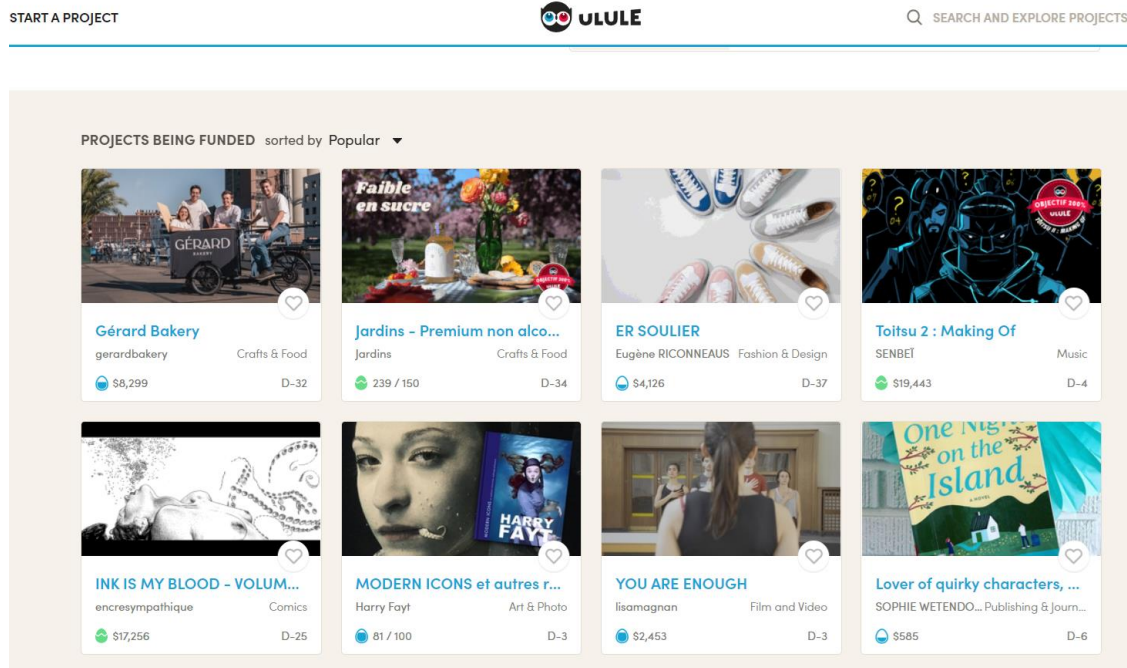


Kaynak: Çonkar ve Canbaz, 2018.

Finansal getiri sistemi esasına göre çalışan modeller borçlanma ve öz sermaye ortaklığı, finansal olmayan getiri sistemine dahil olan modeller ise ödül ve bağış esasına dayalı çalışmaktadır (Belleflamme ve Lambert, 2016):

Ödül Temelli Modelde; katkıda bulunanlar, finansman düzeyiyle orantılı olan ve genellikle proje yaratıcısının ticarileştirmeyi amaçladığı ürün veya hizmetten oluşan finansal olmayan bir ödül alma hakkına sahiptir. Ödül temelli uygulamalarda dünyada en çok kullanılan platform ABD'li bir kuruluş olan Kickstarter'dır. 2008 Yılında ABD'de kurulan Indigogo, sistemdeki bir diğer tanınmış ödül temelli platformdur. Arayüzü Görsel 2'de gösterilmiş olan Fransa menşeli bir diğer popüler ödül temelli platform ise Temmuz 2019 itibarıyla 2.625.756 üyesi bulunan Ulule'dir. Bu platform, 28.732'si başarılı olan 43.892 proje için 145.598.440 € fon sağlamıştır. 2019 yılı Temmuz ayı itibarıyla başarı oranı %65'tir.

Görsel 2. Ulule Kitleleş Fonlama Platformunun Arayüzü



Kaynak: Ulule, 2022.

Bağış temelli modelde; katkıda bulunanlar, karşılığında hiçbir şey alma vaadinde bulunmadan projeleri finansal olarak desteklemektedirler.

- “Bağış temelli kitlesele fonlama, kişisel ihtiyaçlar veya toplum temelli projeler için para toplamak amacıyla kullanılmaktadır. Bu fon, ihtiyaç sahiplerine, sağlık hizmeti sunumundan, gıda veya kira yardımlarına kadar birçok farklı sosyal yardımlaşma amacıyla kullanılabilir. Farkındalığı yükseltmenin ve daha fazla bağışın teşvik edilmesini sağlayan bağış toplama etkinliği proje sahibinin ağıyla veya sosyal medyada paylaşılarak yayılmaktadır.
- Bağış temelli model, kitlesele fonlama modelleri arasında dünyada en çok tercih edilenlerdendir. Ülkemizde de hibe ve bağış karşılığı kitlesele fonlama yöntemi kullanılmaktadır; fakat hem altyapıda yetersizlikler hem de bu sistemin taraflarının, görevlerinin ve sorumluluk sınırlarıyla ilgili olarak yasalardaki eksiklikler birçok hukuki problemin çıkmasına neden olmuştur.”

Borç temelli modelde; katkıda bulunanlar esasen proje yaratıcısına belirli bir faiz oranında paralarını ödünç vermektedirler.

Öz sermayeye temelli modelde; katkıda bulunanlar, hisse senetlerinin bir payı karşılığında projeyi finanse etmektedirler. Bu tür kitlesele fonlama kapsamında yer alan karmaşık yasal sorunlar nedeniyle, proje tüm kitleye açık olsa bile katkıda bulunanlar genellikle akredite veya profesyonel olan yatırımcılardır.

Finansal olmayan kitlesele fonlama projelerinde hayırseverlik ön plana çıkarak, belirli bir amacı desteklemek isteği, ödül kazanma isteği, yeni ürün ve hizmetlere ucuz ve kolay ulaşım temel motivasyonlar olarak görülmektedir. Finansal getiriyi hedefleyen projelerin fonlanmasında ise temel husus, kar sağlamak üzerine kurulu olmalarıdır (Collins ve Pierrakis, 2012). Modellerin özetlenmiş gösterimi Tablo 2’de sunulmuştur. Görüldüğü üzere bağış temelli ve ödül temelli kitlesele fonlamalarda yatırımcılar daha çok işin insani boyutuna odaklanıp görünmeyen faydaları elde etmeye çalışarak bağışta bulunurlarken, borç temelli ve öz sermaye temelli kitlesele fonlamalarda yatırımcılar genellikle daha fazla para kazanabilmek amacıyla borç vererek veya hisse satın almalarıyla yatırımda bulunarak katkı sağlamaktadırlar.

Tablo 2. Kitlesele Fonlama Modellerinin Karşılaştırmalı Özeti

Model	Katkı Şekli	Karşılık Şekli	Yatırımcı Motivasyonu
Bağış Temelli	Bağış	Görünmeyen faydalar	İçsel ve Sosyal Motivasyon
Ödül Temelli	Bağış/Ön Alım	Ödüller ve görünmeyen faydalar	İçsel ve sosyal motivasyonun birleşimi ve ödül isteği
Borç Temelli	Borç	Borcun faiziyle geri ödenmesi. Sosyal motivasyonla borç verildiyse faiz istenmeyebilir.	İçsel, sosyal ve finansal motivasyonun birleşimi
Öz Sermaye Temelli	Yatırım	İşletme başarılı olursa, yatırım getiri elde edilmesi. Bazen ödül önerildiği de olur. Görünmeyen faydalar.	İçsel, sosyal ve finansal motivasyonun birleşimi

Kaynak: Collins ve Pierrakis, 2012.

Türkiye’de Kitle Fonlaması Tebliği’ne göre kitlesele fonlama uygulamaları kapsamına borç temelli ve öz sermaye temelli kitlesele fonlama faaliyetleri alınmıştır. Sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınacak olan bağış temelli kitlesele fonlamanın yanında öz sermaye temelli kitlesele fonlama faaliyetleri de sağlık sektörü içerisinde kullanılabilir. Bağış temelli kitlesele fonlamada olduğu gibi direkt bireylerin tedavi süreçlerini kapsayan sağlık hizmetleri maliyetlerinin karşılanmasına yönelik olmasa da, sağlık sektörü içerisinde yapılan araştırma geliştirme projeleri, teknolojik yatırımlar veya deneysel araştırmalar gibi konularda fon sağlama kampanyaları oluşturulabilir. Bu bağlamda ülkemizde de iki adet sermaye temelli kitlesele fonlama faaliyeti tespit edilmiştir (Efonla, 2022; Fonbulucu, 2022).

Finansal ve finansal olmayan şekilde sınıflandırılan kitlesel fonlama modellerinden, genellikle bağış temelli kitlesel fonlama yöntemi ile sağlık hizmetlerinde bulunan finansman ihtiyacı karşılanmaya çalışılmaktadır. Hanelerin, sağlık problemlerinin yıkıcı maliyetleri ile baş başa kalmamalarını sağlayabilmek amacıyla uygulanan ve özünde kitlesel dayanışma kültürüne dayanan bağış temelli kitlesel fonlamanın sağlık hizmetlerinde kullanımı, çalışmanın devamında ayrıntılı biçimde ele alınmıştır.

VII. SAĞLIK HİZMETLERİNDE KİTLESEL FONLAMA

Sağlık hakkının herkes tarafından elde edildiğini belirtmek için yerine getirilmesi gereken dört unsur vardır. Bu unsurlar kullanılabilirlik, erişilebilirlik, kalite ve eşitliktir. Hükümetler, kamusal sigorta kuruluşları aracılığıyla halklarına kaliteli ve sürdürülebilir sağlık hizmetleri sunarak insanların sağlık hakkını yerine getirmeyi amaçlamaktadır. Ancak bu girişim sağlık hizmetlerinin tüm unsurlarını kapsamayabilmektedir. Hane halkında yıkıcı unsurlara yol açabilecek veya ek ödemeleri yüksek olan hastalıklar nedeniyle bu tip sorunların üstesinden gelebilecek alternatif bir çözüme ihtiyaç vardır (Imanulrachman vd., 2019).

Sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama, tıbbi bakım veya sağlık hizmetleriyle ilgili olan diğer masrafları ödemek amacıyla bağışçılardan para toplamak için web sitelerini kullanma uygulamasıdır. Genel finansman hacmi açısından, sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama, diğer kitlesel fonlama uygulamalarına göre hala niş bir fenomen olarak görülmektedir, ancak birçok ülkede hızla büyümekte ve birçok insan tarafından kamu sağlığı finansmanında hükümetin yaptığı kesintilerle başa çıkmanın önemli bir aracı olarak kabul edilmektedir (Bassani vd., 2019).

Son yıllarda, sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama, insanların sağlık hizmetleri maliyetlerinin zorluklarıyla başa çıkmalarına yardımcı olmak için dünya çapında yaygın bir faaliyet haline gelmiştir (Fong vd., 2020). Genellikle bağış temelli kitlesel fonlama platformlarında bulunan çevrimiçi tıbbi kitle fonlaması projeleri, sağlıkla ilgili ihtiyaçlar ve harcamalar için bağış talep etmek için internet üzerinden halka açık bir çağrının yapıldığı bir tür bağış toplama projesidir (Burtch ve Chan, 2019).

Dünya Sağlık İstatistikleri 2020'ye göre 2017 yılında dünya nüfusunun en az yarısı temel sağlık hizmetlerini alamamış ve nüfusun yaklaşık %10'u sağlık harcamaları ile mücadele etmektedir. Sağlık tüketicileri, bu gibi durumlarda sağlık hizmetleri için ihtiyaç duydukları parayı toplamak amacıyla çevrimiçi kitlesel fonlama platformlarına yönelmektedir (Murphy vd. 2020). Sağlık alanında kitlesel fonlama dünyada gelişmekte olan ülkelerde yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Bu konuda Çin'de yapılan bir araştırmada, 2018 yılı istatistik raporlarına göre 20 yetkili Çin İnternet bağış toplama platformundan 124,51 milyon dolarlık katkının tıbbi yardım kuruluşlarına verildiğini belirtmiştir (Ba vd., 2021).

Kitlesel fonlama faaliyetleri hakkında medyada oldukça fazla haber yer almaktadır. Son dönemdeki popülerliği nedeniyle de bu haberlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu gelişmenin hem kampanya içeriklerinin hem de uygulamanın halka tanıtılması bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir. Murdoch vd. 2019 yılında yapmış oldukları araştırmada 7 Ekim 2015 ile 6 Ekim 2017 arasındaki iki yıllık zaman diliminde, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'nin en fazla okuyucuya sahip gazetelerinde sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama hakkında yayınlanan 336 makaleyi incelemişlerdir. Makaleler, kitlesel fonlama kampanyalarını olumlu (%43,75) ve tarafsız (%47,92), ancak nadiren (%4,76) olumsuz olarak tasvir etmişlerdir. Makale içeriklerinde çoğunlukla kitlesel fonlama olgusundan tarafsız bir karakterizasyonla (%93,75) bahsedilmiştir. Az sayıda (%8,63) makale kitlesel fonlama olgusuyla ilgili etik sorunlardan bahsetmiştir. Bir kampanyaya duyulan ihtiyacı en yaygın şekilde tetikleyen rahatsızlıklar arasında kanser (%49,11) ve nadir hastalıklar (%36,01) yer almıştır. Makalelerin çoğu (%83,04) bağışların ve katkıların nerede yapılabileceğini belirtmiş ve %59,23'ü ise çevrimiçi bir kitlesel fonlama kampanyasının web sitesinin tanıtımını yapmıştır. Bazı makaleler (%26,49) bağış toplama kampanyası için belirli bir parasal hedeften bahsetmiştir. İstenen tedavinin etkisiz olabileceğini, kanıtlanmadığını, deneysel olduğunu veya düzenleyici onayı olmadığını belirten

70 (%20,83) makalelerin 56'sı (%80,00) katkıların yapılabileceği yerleri belirtmiş ve 36'sı (%51,43) doğrudan bir çevrimiçi kitlesele fonlama yönlendirici nitelikte olmuştur (Murdoch vd. 2019).

Sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlama kampanyaları sigorta boşluklarını doldurabilse de bilimsel olarak desteklenmeyen, etkisiz veya potansiyel olarak tehlikeli tedaviler için de para toplayabilmektedir. Bu tür 5 tedavi yöntemini incelemeye alan Vox vd., 2018 yılında en büyük tıbbi kitle fonlaması platformu olan GoFundMe dahilinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Tablo 3'te de görüleceği üzere Kanser için homeopati veya naturopati (Almanya ve Meksika'daki klinikler), Beyin hasarı için hiperbarik oksijen (ABD'deki klinikler), Beyin hasarı ve Omurilik yaralanmaları için kök hücre (ABD, Panama, Tayland, Hindistan, Çin ve Meksika) ve Kronik Lyme hastalığı için uzun süreli antibiyotik tedavileri araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırılan bu 5 tedavi yöntemi için 1000'den fazla tıbbi kitlesele fonlama kampanyası kapsamında 6,7 milyon dolardan fazla para toplandığı ve desteklenmeyen, etkisiz veya potansiyel olarak tehlikeli tedavilere yönelik geniş kapsamlı kampanyaların finansman sağlama konusunda orta derecede başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Vox vd., 2018).

Tabloda belirtilen tedavi yöntemleri sırasıyla açıklanacak olursa:

- *Homeopati*: Herhangi bir yan etkisi bulunmayan, doğal ve bütüncül bir alternatif tıp yöntemidir. Tamamen doğadaki kaynaklardan elde edilen ilaçlarıyla homeopati yöntemi en sık kullanılan tamamlayıcı tıp yöntemidir (Medipol, 2022).
- *Naturopati*: Asya ülkelerinde ortaya çıkmış olan geleneksel tıp yöntemlerinden biridir. Temel amacı; fiziksel, mental ve ruhsal sağlık arasında armoni ve denge oluşturmaktır (Wongyai, 2008).
- *Hiperbarik Oksijen Terapisi (HBOT)*: özel bir oda içerisinde saf oksijen solunması ile gerçekleştirilen bir tedavi yöntemi olan HBOT, vurgun gibi dalış ile ilgili beyin hasarlarının tedavisinde kullanılmaktadır (Medicalpark, 2022)
- *Lyme Hastalığı*: Enfekte olan kenenin insanları ısırmasıyla ortaya çıkan bakteriyel bir enfeksiyon hastalığı olan Lyme hastalığının bulguları; kızarıklık, ateş, baş ağrısı ve yorgunluk olup, 10 ile 14 gün arasında uygulanan antibiyotik kürü ile ortadan kaldırılabilmektedir (Memorial, 2022).

Tablo 3. Amerika Birleşik Devletleri'nde Bilimsel Olarak Desteklenmeyen 5 Tedaviye Yönelik Tıbbi Kitle Fonlama Kampanyaları için Aranan ve Toplanan Fonlar

Hedef Tedavi	Dahil Edilen Kampanya Sayısı	Aranan Toplam Değer, US \$	Toplanan Toplam Değer, US \$	Aranan Fonların Üzerinden Toplanan Fonların Yüzdesi
Kanser için homeopati veya naturopati	474	12.581.963	3.464.871	27,5
Beyin hasarı için hiperbarik oksijen	190	4.012.408	785.421	19,6
Beyin hasarı için kök hücre	188	5.913.905	1.249.597	21,1
Omurilik yaralanması için kök hücre	93	2.578.990	590.446	22,9
Kronik Lyme hastalığı için uzun süreli antibiyotikler	114	2.162.221	689.363	31,9
Toplam	1059	27.249.487	6.799.700	24,9

Kaynak: Vox vd., 2018.

Kenworthy ve Igra 2022 yılında sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlamanın, ABD'de sağlık hizmetleri için ödeme yapmakta zorlanan insanlara ne ölçüde yardımcı olduğunu incelemek üzere yapmış oldukları araştırmalarında, ABD'deki kitlesele fonlama pazarının çoğunluğunu elinde tutan GoFundMe'de, kampanyaların üçte birinden fazlasının sağlık hizmetleriyle ilgili olduğu bilgisine ulaşmışlardır. Bunun yanında GoFundMe üzerinden, tıbbi ihtiyaçları finanse etmek için her yıl 250.000'den fazla kampanya başlatıldığını ve 650 milyon dolardan fazla para toplandığı bilgisine de ulaşılmıştır (Kenworthy ve Igra, 2022).

Kenworthy ve Igra araştırmalarında, 2016'dan 2020'ye kadarlık dilimde incelenmiş olan GoFundMe kampanyalarında dūřuk gelirli ve sigortasız topluluklarda daha fazla kampanya başlatıldığı, ancak daha yūksel sigorta kapsamı oranlarına sahip daha varlıklı topluluklardaki kampanyaların ise önemli ölçūde daha fazla para topladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Diđer bulgular arasında (Kenworthy ve Igra, 2022):

- Bu beř yıllık sūre boyunca, GoFundMe'nin "tıbbi, hastalık ve şıfa" kategorisindeki 437.596 kampanya 2 milyar dolardan fazla bağış toplamış ve ortalama kampanya kazancı ise yaklaşık 2.000 dolar şeklinde gerçekleşmiştir.
- Bu dōnemde, kampanyaların %16'sı hiçbir bağış çekemezken, sadece %12'den azı hedeflerine ulaşmıştır.
- Ortalama bađıř ve geri dōnūř sayısı zaman iřinde azalarak 2020'de ise en dūřuk seviyesine gerilemiřtir. Bu duruma Covid-19 pandemisinin etki ettiđi dūřunılmektedir.
- 2020'de kampanyaların yaklaşık %18'i en yūksel hane geliri grubuna (73.000 ila 130.000 dolar arasında) sahip bōlgelerde başlatılmış, ancak toplanan toplam paranın dōrtte birinden fazlasını oluşturmuştur.
- Aynı yıl, kampanyaların %20'si en dūřuk gelir grubunda (19.000 ila 47.000 dolar) bařlatılmıř ve toplam kazancın %12'sini oluřturmuřtur. Bu oran, yūksel gelirli grubun kazanç durumunun yarısından daha az bir miktara denk gelmektedir.

Gōrsel 3. GoFundMe Kitlemel Fonlama Platformunun Arayūzū

The screenshot displays the GoFundMe website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Bireyler iřin', 'hayır kurumları iřin', 'Nasıl çalışır', 'Kayıt olmak', and a 'Bir GoFundMe başlatın' button. The main content area features three large statistics: '17 milyar dolar' (200 million from 17 billion), '100 milyon' (100 million from 100 million), and '1' (1 second per donation). Below this, a section titled 'GoFundMe'de bağış toplama sadece birkaç dakika sūrer' (Raising donations on GoFundMe takes only a few minutes) includes a three-step process: 1. 'Temel bilgilerle başlayın' (Start with basic information), 2. 'Hikayeni anlat' (Tell your story), and 3. 'Arkadaşlarınız ve ailenizle paylaşın' (Share with friends and family). A specific campaign for 'Kate Cahill'in Kanser Savaşı' (Kate Cahill's Cancer Fight) is highlighted, showing a progress bar at 53,080% of the 100,000 USD goal, with 410 donations and 370 sharers. The campaign details include the organizer 'Anne Cahill' and the medical condition 'Tıbbi'.

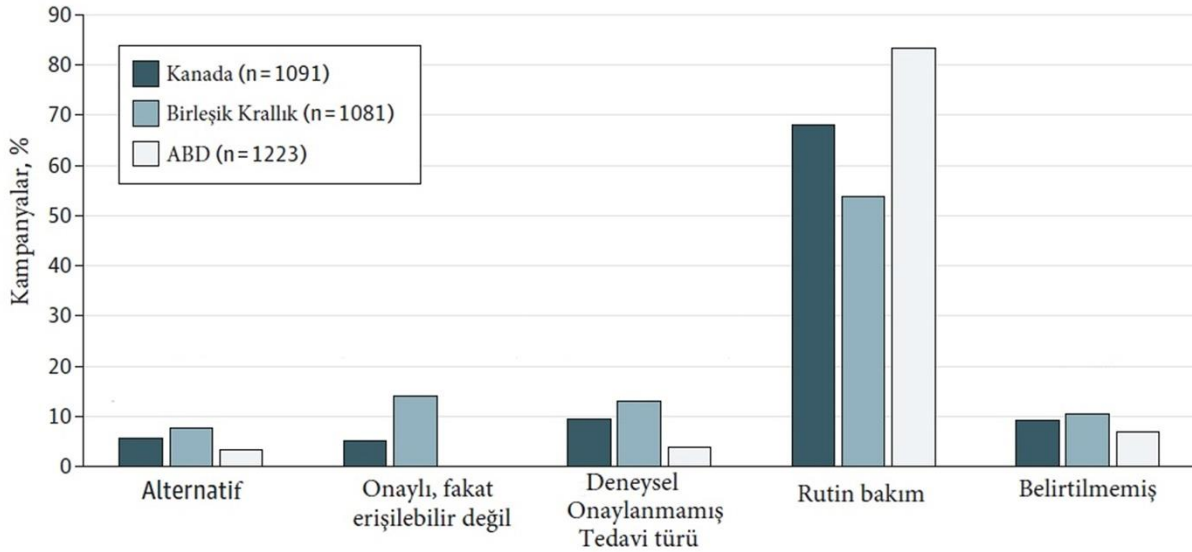
Kaynak: GoFundMe, 2022.

Dünyada en büyük etkiye sahip olan online kitlese fonlama platformu olan GoFundMe'ye ait arayüz örnek bir kampanyası ile birlikte Görsel 3'te gösterilmiştir. Giriş sayfası üzerinden kayıt ol butonu aracılığıyla kayıt işlemleri tamamlandıktan sonra ister bağışçı olarak ister bağış toplayan olarak faaliyete başlanabilmektedir. Bir GoFundMe başlatın butonu ile lokasyon ve bağış toplama sebebi yazılarak bağış ilanı oluşturma süreci başlatılmaktadır. Bağış profili oluşturulduğunda ise, bağış toplama nedeni ve ihtiyaç sahibinin hikayesi ile bağış kabul etme butonu, bağış yapanların listesi ve bağışın sosyal medya aracılığıyla paylaşımını sağlayan buton ilan üzerinde gözükmektedir (GoFundMe, 2022).

Saleh vd. 2020 yılında yapmış oldukları çalışmada Kanada, Birleşik Krallık ve ABD'de düzenlenmiş olan çevrimiçi tıbbi kitlese fonlama kampanyalarını incelememişlerdir. Şubat 2018 ile Mart 2019 arasında GoFundMe üzerinden oluşturulmuş olan; Kanada'da 1091, Birleşik Krallık'ta 1082 ve ABD'de 1223 kampanyanın analizinde toplamda 92,9 milyon dolar toplandığı ve tıbbi desteklerin, toplam bağışa dayalı kitlese fonlamanın %51,9'unu oluşturduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Üç ülkenin kampanya başına düşen ortalama toplanan fon miktarlarının durumu ise; ABD'de 38,204 dolar, Birleşik Krallık'ta 6,285 dolar ve Kanada'da 12,662 dolar şeklinde belirlenmiştir. Kampanya büyüklüklerinin ise 2,772 dolar ile 343,762 dolar arasında değiştiği gözlemlenmiştir (Saleh vd., 2020).

Çalışmada kampanyaların içeriği de ele alınmış ve toplanan fonların yoğunlukla hangi tedavi yöntemlerinde kullanılacağı gösterilmiştir. Bu bağlamda Grafik 1' de görüldüğü üzere rutin bakım, tüm kampanyaların %69,4'ünü oluşturmuş ve Kanada kampanyalarının %68,5'inde, ABD %83.9'unda ve Birleşik Krallık %54.0'ünde rutin sağlık bakımına yer vermiştir. Deneysel, onaylanmış ancak erişilemeyen ve alternatif bakımların ise ABD kampanyalarına kıyasla Kanada ve Birleşik Krallık ülkelerinde yürütülen kampanyaları arasında daha yaygın olduğu görülmüştür (Saleh vd., 2020).

Grafik 1. Kitlese Fonlama Kampanyalarının, Tedavi Yöntemlerine Göre Dağılımı



Kaynak: Saleh vd., 2020.

Özellikle Covid-19 pandemisinin ortaya çıkışıyla birlikte kitlese fonlama uygulamalarına başvurular ciddi derecede artmıştır. Pandeminin ilk etkileri sağlıkla ilgiliydi; bununla birlikte, hızla artan işsizlik ve gelir kaybı dahil olmak üzere ekonomik sonuçlar, hastalığın hızla yayılmasını ve bunun kontrol altına alınması için uygulanan ekonomik ve halk sağlığına ilişkin sorunlar süreç içerisinde karşılaşılan faktörler olmuştur (ILO, 2020). Küçük işletmelerin geçici ve kalıcı olarak kapatılması, ekonominin tüm sektörlerinin (örneğin, havayolu ve restoran endüstrileri) ücretsiz izne çıkarılması ve gıda fiyatlarındaki enflasyon, nüfus üzerinde sosyal, finansal ve tıbbi baskı yaratmıştır (Nicola vd., 2020). Bağışa dayalı web tabanlı kitle fonlaması, tıbbi tedaviyi finanse etmek, finansal zorluklara ve doğal afetlere yanıt vermek ve kişisel sağlık bakım maliyetlerinin yıkıcı ekonomik etkilerini ortadan kaldırmak için giderek daha bilinen bir araç haline gelmiştir (Bassani vd., 2019).

Saleh vd. 2021 yılında yapmış oldukları çalışmada ABD genelinde, web tabanlı kitlesel fonlama olan GoFundMe platformu üzerindeki Covid-19 pandemisi ile ilgili yapılmış olan kampanyaları değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirmede 1 Ocak ile 10 Mayıs 2020 tarihleri arasında oluşturulan toplam 310.695 yeni kampanyadan, tüm kategorilerde 232.827 kampanya analiz edilmiş olup bu kampanyalardan 51.763/232.827'sinin (%22,2) Covid-19 ile ilgili olduğu belirlenmiş ve bu kampanyalardan toplu olarak 10 Mayıs 2020'ye kadar 237.418.235 dolar toplandığı bilgisine ulaşılmıştır (Saleh vd., 2021).

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahiptir. Olumlu etkisinden bakıldığında teknoloji birçok kişiye günlük yaşamın çeşitli alanlarında fayda sağlamaktadır. Fayda, özellikle müreffeh toplum için çok yararlı olacaktır. Ekonomik kısıtlamaları aşabilmek amacıyla teknoloji, hızlı bir şekilde reaksiyon alınabilecek işlevsel araçları içerisinde barındırmaktadır. İnternet veya kitle iletişim araçları vasıtasıyla fon toplamak için kullanılacak kitlesel fonlama platformları her geçen gün bu konudaki kritik önemini arttırmaktadır. Bu platformlar sağlık sorunlarının yanı sıra doğal afetler, insani yardımlar, sosyal faaliyetler, tesis ve altyapı inşaatı gibi çeşitli yardımlar için de kaynak sağlayabilmektedir (Doran vd., 2022).

Sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama, projenin amacına ve finansman türüne göre dört kategoride sınıflandırılabilir (Renwick vd., 2017):

- İlki, belirli tıbbi hizmetleri veya ürünleri karşılayamayan hastaların cepten harcamalarını finanse etmek için bağış temelli kampanyalar olan sağlık harcamaları olarak adlandırılabilir. Bağış temelli kitlesel fonlu sağlık harcamalarına örnek olarak katarakt ameliyatı, kemoterapi, motorlu tekerlekli sandalye temini, evde bakım hizmetleri veya SMA gibi, kişilerin cepten ödemede zorluk yaşayacakları veya ödeyemeyecekleri yüksek maliyete sahip hastalıkların tedavileri veya hastalıklardan doğan ihtiyaçlar verilebilmektedir.
- İkinci tip, tıbbi kurumlar veya hayır kurumları için bağış toplamayı, hasta eğitim programlarını, hastalık bilinci kampanyalarını ve küresel sağlık misyonlarını içeren kar amacı gütmeyen sağlık girişimleridir. Bu kitlesel fonlama kampanyalarına yapılan katkılar, genellikle bağışlar veya ödül teklifleri yoluyla teşvik edilmektedir.
- Üçüncü sınıflandırma sağlık araştırmasıdır. Sağlık bilimcileri için kar amacı gütmeyen araştırma çalışmaları gerçekleştirebilmeleri amacıyla bağışları doğrudan kitlesel fonlamaya başvurma konusunda yükselen bir eğilim mevcuttur.
- Son olarak, ticari potansiyele sahip yenilikçi sağlık hizmetleri girişimleri, yatırıma dayalı, tipik olarak öz sermaye temelli kitlesel fonlaması yoluyla gereken bütçeye erişebilmektedirler.

Sağlıkla hizmetlerinde kitle fonlaması uygulamalarının ekonomik açıdan faydaları bulunmaktadır. Bunlar sıralanacak olursa;

* “Sağlık sektörüne fon sağlayıcı katılımını genişletir”

Kitle fonlaması, kurumsal engelleri yıkarak ve aktif katılımı teşvik ederek yerel, ulusal ve küresel aşamalarda ekonomik paylaşım sistemlerini desteklemekte ve gün geçtikçe büyümektedir (Sharing, 2014).

* “Finansal desteğin bireylere ve KOBİ'lere erişimini iyileştirir”

Kitle fonlaması, KOBİ'ler ve bireyler için mali desteğe genel erişimi iyileştirebilir. Sağlığı geliştirici yeni fikirlere sahip girişimcilere fon sağlayarak veya kendi başına sermayesini arttıramayacak durumda olan KOBİ'ler için oldukça avantajlı olanaklar sağlamaktadır (Valanciene ve Jegeleviciute, 2013).

* “İhmal edilen sağlık sorunlarına farkındalık ve finansman sağlar”

Sağlık sektöründe nadir hastalıklar bazen geleneksel finansman kaynakları tarafından göz ardı edilebilmektedir. Kitle fonlaması, bu fon boşluklarına para çekilmesine yardımcı olabilir ve bu yönüyle insanların hayatına direkt olarak olumlu etkide bir etkide bulunabilir (Dragojlovic ve Lynd, 2014).

* “Sosyal katılımı geliştirir”

Sağlık sektöründe şeffaflık ve sosyal katılım özellikle güçlüdür çünkü fon verenler genellikle finanse edilen kişi, konu veya işletme ile kişisel bir bağlantıya sahiptir. Bu içsel bağlantı, kitle fonlaması ilişkisinde açıklığı ve hesap verebilirliği teşvik eder (Smith, 2016).

Sağlık hizmetlerinde kitlesele fonlamanın kullanımında ekonomik riskler de mevcuttur. Bu riskler beş kategoride incelenebilmektedir:

* “Öncelik belirlemede verimsizlik”

Kitlesele fonlama, sağlık önceliğinin belirlenmesi ve finansmanın tahsisi için verimsiz bir yöntem olabilir, çünkü kararlar fonu sağlayan bireylerin duyarlılığı tarafından yönlendirilecektir. Bir araştırma projesinin veya tıbbi harcama kampanyasının başarısı, çoğunlukla, başlatıcıların sosyal ağlara dokunma becerisine bağlıdır. Başlatıcıların sosyal medya üzerinden oluşturacakları algı, fon sağlayacak olan finansörleri etkileyecektir (Wnner vd., 2015).

* “Finansal riskler”

Akredite olmayan veya tecrübesiz yatırımcıları özel sermaye yatırımı ve kredilendirme ile tanıştırmak, onları farkında olduklarından daha fazla finansal riske maruz bırakabilir. Öz sermaye yatırımı arayan yeni kurulan işletmeler, ilk beş yılda genellikle %75 ile %90 arasında başarısızlık oranlarına sahiptir. Kitlesele fonlu krediler genellikle teminatsızdır ve ikincil piyasası olmayan öz sermaye temelli kitlesele fonlama piyasasında minimum likidite vardır. Finansal riskler, desteklenen bir projenin öngörülen hedefine ulaşmama olasılığının bulunduğu bağış ve ödüle dayalı kitlesele fonlama kampanyaları için de geçerlidir (Hemmedi, 2015).

* “Belirsiz düzenleyici çerçeve”

Kitle fonlamasına ilişkin mevcut düzenleyici tanımların tam olarak belirlenmediği görülmektedir ve politika yapıcılar arasında, kitlesele fonlama faaliyetlerinde neyin mevcut olduğu ve neyin gelecekteki kitlesele fonlama düzenlemesinin kapsamına girmesi gerektiği konusunda belli bir fikir birliği olmaması yatırımcı için yüksek risk teşkil etmektedir (Renwick vd., 2017).

* “Hesap verebilirlik, şeffaflık ve durum tespiti konuları”

Finansörler ve proje başlatanlar arasındaki anonimlik, coğrafi mesafe ve bilgi asimetrisi, tüm projelerde hesap verebilirlik, şeffaflık ve durum tespiti sağlamayı zorlaştırmaktadır. Bu sorumluluğun çoğu, katkıda bulunanlara gerekli bilgileri sağlamak ve projenin belirtilen hedeflerini yerine getirmek için proje başlatıcılarına düşmektedir. Ancak projeyi başlatanlar sorumluluklarından kaçınabilirler ve bu durumda yatırımcıların hedefleri gerçekleşmeyebilir (Agrawal vd., 2014).

* “Dolandırıcılık ve kara para aklama riski”

Çevrimiçi kitlesele fonlamasında, geleneksel yasal ve itibar güvenliği önlemleri çalışmayabileceğinden, bu durum katkıda bulunanları dolandırıcılığa açık hale getirir. Sahip olmadıkları bir tıbbi durum için hileli bir şekilde bağış toplayan kitlesele fon sağlayıcıları ile karşılaşılma riski bulunmaktadır (Robock, 2014).

VIII. SAĞLIK HİZMETLERİNDE KİTLESEL FONLAMANIN TÜRKİYE’DEKİ DURUMU

Türkiye’de ise bağış temelli ve dolayısıyla sağlık hizmetleri üzerine kitlesele fonlama faaliyetleri yasal kısıtlılıklardan dolayı derneklerin kendi internet siteleri üzerinden bağış toplanması şeklinde gerçekleşmektedir. 27 Ekim 2021 tarih ve 31641 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan Sermaye Piyasası Kurulu’nun (SPK) III-35/A.2. Sayılı Kitle Fonlaması Tebliği’nin kapsamını borç temelli ve öz sermaye temelli kitlesele fonlama uygulamaları oluşturmaktadır. Ödül temelli kitlesele fonlama ile özellikle sağlık sektörü dahilinde sıklıkla gözlemlenen bağış temelli kitlesele fonlama SPK tebliği kapsamının dışında bırakılmıştır (SPK, 2021). Bu durum, Türkiye’de henüz ödül ve bağış temelli kitlesele fonlama uygulamaları için bir alt yapı oluşturulmadığını göstermektedir. Bağış temelli faaliyetler; yardımlaşma amacıyla kurulmuş olan derneklerin bünyesinde gerçekleştiriliyor olup, kitlesele fonlama uygulaması şeklinde değerlendirilmemektedir. Bundan dolayı dernekler tarafından toplanan

fonlar, Dernekler Kanunu ve Dernekler Yönetmeliği ile 2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu kapsamındaki yardımlar olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsam doğrultusunda yalnızca “Kamu yararına uygun olarak, amaçlarını gerçekleştirmek, muhtaç kişilere yardım sağlamak ve kamu hizmetlerinden bir veya birkaçını gerçekleştirmek veya destek olmak üzere” ve “ilgili makamlardan izin alınması zorunluluğu” ile yardım toplanabilmektedir (Yardım Toplama Kanunu, 1983).

Kitlesel fonlama faaliyetinde bulunmak amacıyla SPK kurulu tarafından listeye alınmış olan platformlar ise Tablo 4’te sıralanmıştır. Bu platformlar tek tek incelenmiş ve 2022 yılının Aralık ayında aktif olan, sağlık sektörüyle bağlantılı projelere ait kampanya sayısının 2 olduğu gözlemlenmiştir. İlki Görsel 4’te sunulmuş olan Dijital Kitle Fonlama Platformu A.Ş. bünyesindeki “Efonla” websitesinde bulunan ve Vetbiotech Biyoteknoloji şirketi için oluşturulmuş olan sermaye temelli kitlesel fonlama kampanyasıdır. Hedeflenen fon tutarı ise minimum 16.660.000 ₺ değerindedir (Efonla, 2022). Diğer kampanya ise; Görsel 5’te sunulmuş olan Global Kitle Fonlama Platformu A.Ş. bünyesindeki “Invest.fonbulucu” websitesinde bulunan ve Steto Sağlık Bilişim Turizm Sanayi ve Ticaret şirketi için oluşturulmuş olan sermaye temelli kitlesel fonlama kampanyasıdır. Bu kampanyada hedeflenen fon tutarı ise minimum 1.300.000 ₺ değerindedir (Fonbulucu, 2022).

Tablo 4. Kitle Fonlaması Faaliyetinde Bulunmak Üzere Kurul Tarafından Listeye Alınan Platformlar

Unvanı	Faaliyet türü	Listeye Alınma Tarihi
Vakıf Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	01.04.2021
Global Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	08.04.2021
Global Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	08.04.2021
Dijital Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	14.10.2021
İnfo Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	25.11.2021
Fongogo Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	06.01.2022
Girişim Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	24.02.2022
Basefunder Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	21.07.2022

Kaynak: SPK, 2021.

Görsel 4. Efonla - Vetbiontech Biyoteknoloji Kampanyası Arayüzü

VETBIOTECH BİYOTEKNOLOJİ
DR. BIOLYSE, QUANTUM SINYAL TEDAVİ SİSTEMİ

Sağlık | Medikal Teknoloji | Biotechnology

HAKKINDA | TAKIM

Proje Bilgileri | SSS | Gelişmeler | Yorumlar

Proje Hakkında

Fazladan pay kampanyası detayları Hak Yüklülüğü ve Kıstamlalarda. AVB Biyoteknoloji A.Ş. 2020 yılında dünyada ilk defa kuantum biyolojisi alanında buluşunu yaptığı ve geliştirdiği kuantum tünelleme tekniği ile sinyal tedavisi sistemini hayata geçirmiştir. Bilimsel düzeyde, hayvanlar üzerinde yapılan deneysel ve klinik çalışmalarda, bakteri ve moleküler düzeyde tüm virüs tipleri üzerinde tedavi etkilisini kanıtlamıştır. Bu tedavi sisteminin tüm dünyaya yayılması, Ar-Ge çalışmalarını devam ettirilerek, tedavi mekanizmasında

1% TAMAMLANDI
2%
31Gün 35saat 58dakika 55Saniye

Yatırımcı 47
Sunulan Pay % 2,5

Fon Tutarı

Toplanan ₺ 107.763
Hedef(Min) ₺ 16.660.000
Hedef(Maks) ₺ 19.992.000

Yatırım Miktarı
0

Yatırım Yap
Favoriye Ekle

Kaynak: Efonla, 2022.

Görsel 5. Fonbulucu - STETO Kampanyası Arayüzü

STETO
STETO, uzmanla görüşmenin yeni yolunu sunar.

STETO Online Sağlık bir Teknoloji Projesidir
Sağlık, Tıbbi Malzeme Kategorisinde yer almakta ve İş Modeli B2B ve B2C'dir

%111.8

Hedeflenen Alınan Yatırım
Fonlama
₺ 1.300.000 ₺ 1.453.375

932 Yatırımcı Pay Aldı.

Kampanya Hakkında

Girişim Şirketi Hakkında
Ankara Kalkınma Ajansı, girişimin yatırım turuna fonbulucu Girişim Sermayesi Yatırım Fonu ile birlikte katılarak **200.000 TL** eş finansman ile yatırım yapma kararı almıştır.

BEDELSİZ PAY HEDİYE KAMPANYASI
Yatırım turu kampanyamızda, %100 fonlanma rakamına ulaşana kadar yapılan yatırımlarda yatırımcılara **%22 fazladan pay** verilecektir. Ek paylar MKK nezdinde yapılacak pay dağıtımı esnasında yatırımcıların hesaplarına aktarılacaktır. Dağıtılacak bedelsiz paylar kurucu ortak Ata Özdemirci'nin payından verilecektir.

Kampanya Durumu: Başarılı
Kampanya Kodu: ND6PCG
Kampanya Kapanış Tarihi: 13.05.2022

Kaynak: Fonbulucu, 2022.

Türkiye'deki bağış temelli kitlese fonlama faaliyeti yürüten dernek statüsündeki kurumların başlıcalarına ait internet siteleri incelenmiştir. İlk olarak incelenen kuruluş SMA Hastalığı ile Mücadele Derneği'dir. Dernek, 2017 yılından bu yana Türkiye'nin dört bir yanındaki SMA hastaları ve hasta ailelerine ücretsiz hizmet veren, tedavi, eğitim ve sosyal haklara erişim için savunuculuk yapan, hak temelli çalışan ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Tablo 5'te kuruluşun 2017-2021 yıllarına ait gelir durumu sunulmuştur.

Tablo 5. SMA Hastalığı ile Mücadele Derneği'nin 2017-2021 Yılları Gelir Durumu

Yıllar	Gelir Miktarı
2017	45.150 ₺
2018	59.119 ₺
2019	69.888 ₺
2020	2.485.170 ₺
2021	6.163.503 ₺
Toplam	8.882.830 ₺

Kaynak: SMA Hastalığı ile Mücadele Derneği, 2022.

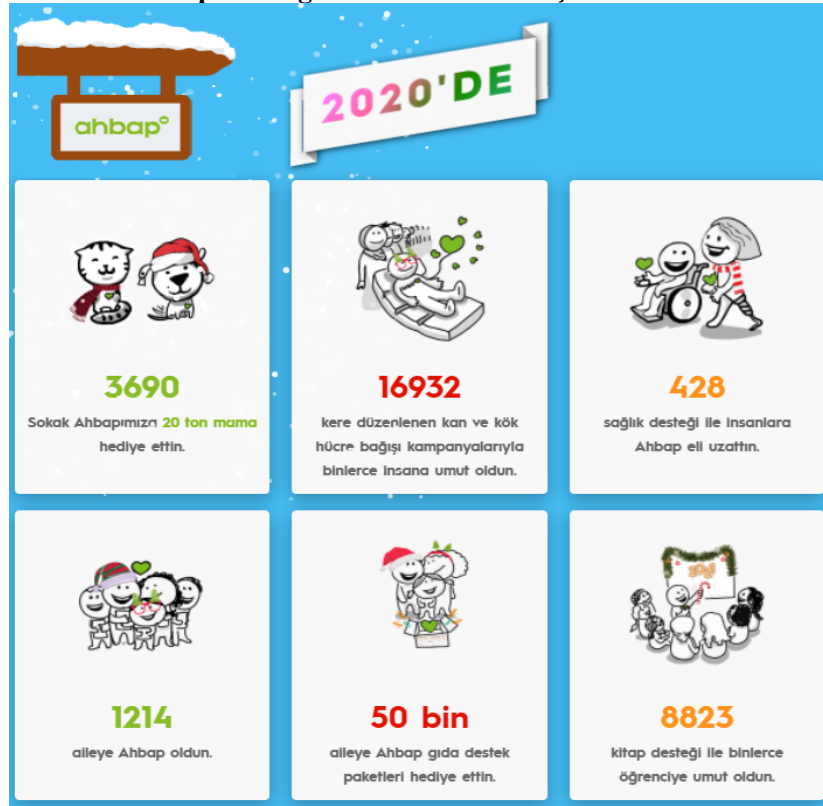
Türkiye'de kitlese fon toplama aracılığıyla faaliyetlerine devam eden bir diğer kuruluş ise, halka sağlamış olduğu katkılarla birlikte son yıllarda popülaritesini oldukça yükselten Ahbap Derneği'dir. Ahbap'a ilişkin 2021 yılına ait veriler incelenmiştir. 2021 yılında Afet bölgelerindeki ihtiyaçların karşılanması amacıyla toplanan fondan arta kalan miktar, Tablo 6'da görülüşü üzere 13.300.00 ₺, 2021 yılı itibarıyla derneğin faaliyette olduğu farklı sağlık ve sosyal yardım alanlarına aktarılmıştır.

Tablo 6. 2021 Yılında Yaşanan Doğal Afetler İçin Ahbap Tarafından Toplanmış Olan Fondan Arta Kalan Miktarın Kullanım Durumu

AFET BÖLGELERİNE AKTARILDIKTAN SONRA KALAN FONUN KULLANIMI	
Fonun Kullanılma Amacı	Kullanılan Fon Miktarı
Marmaris'te yanan 3 evin yeniden inşası	1.100.000 ₺
Evlenecek çiftlere ücretsiz SMA kiti desteği	2.000.000 ₺
Üniversite öğrencilerinin konaklama ve öğrenim bursları	4.200.000 ₺
Ahbap'ın yürüttüğü yardımlaşma çalışmaları	4.000.000 ₺
Toplam	11.300.000 ₺
SAHA ÇALIŞMA GİDERLERİ	
Operasyon	106.854 ₺
Yakıt	11.000 ₺
Ulaşım / Konaklama	100.079 ₺
Afet koordinasyon aracı	1.800.000 ₺
Toplam	2.017.933 ₺

Kaynak: Ahbap, 2022.

Ahbap Derneği, muhtaç insanlara yardım sunmak üzere, türlü nakit ve toplum işbirliği bilincini güçlendirmek için, iyi bir insan ve iyi bir toplum inşasına hizmet etmek, yeni işbirliği modelleri ve projeleri ile dayanışmaya dayalı modern ve sürdürülebilir ağlar oluşturmak ve yerel kültürü korumak amacı ile kurulmuştur. 2020 yılı içerisinde yapmış oldukları faaliyetler Görsel 6'da sunulmuş. Bu faaliyetler içerisinde 16.932 kere düzenlenen kan ve kök hücre bağışi kampanyası ve 428 adet tekerlekli sandalye veya tıbbi donanım temini gibi sağlık destekleri, sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama uygulamalarına örnek olarak verilebilmektedir.

Görsel 6. Ahbap Derneğinin 2020 Yılı Bilançosu

Kaynak: Ahbap, 2022.

Covid-19 Pandemisinde yaşanan hastalıklar ve ölümler neticesinde birçok hane gelir kaybına uğramıştır. Bunların yanında kapanma süreçlerinin yaşanması da işyerlerinin faaliyetlerinin durmasına neden olarak yine birçok hanenin gelir kaybı yaşamasına sebep olmuştur. Tüm bu unsurlar nedeniyle hanelerin, pandeminin olumsuz mali yansımalarından korunabilmesi amacıyla Cumhurbaşkanlığı düzeyinde bir kitlesele fonlama kampanyası oluşturulmuştur. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığınca faaliyete geçirilen “Biz Bize Yeteriz Türkiyem” bağış kampanyası incelenecek olursa (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022);

- Kampanyaya, KORONA yazıp 8119’a kısa mesaj (SMS) atılarak, mesaj başına 10 lira bağışta bulunulmuştur. Ayrıca, bağış için Ziraat, Ziraat Katılım, Vakıflar ve Vakıf Katılım bankaları ile Halkbank’ta açılan hesap numaraları da bulunmaktaydı.
- Covid-19 Pandemisinden dolayı ekonomik kriz içerisinde bulunan vatandaşlara finans sağlamak amacıyla bağış temelli bir kitlesele fonlama kampanyası oluşturulmuştur.
- Bakan Selçuk, Biz bize yeteriz Türkiyem kampanyası için vatandaşların toplam 6.405.225 kısa mesaj (SMS) attığını kaydetmiştir.
- 1,2 Milyon İhtiyaç Sahibi Haneye 1.000’er ₺ Destek Bakan Selçuk, “Bu kapsamda yaklaşık 1,2 milyon ihtiyaç sahibi haneye 1.000’er ₺ nakdi destek verildiğini ve Kampanya kapsamında toplanan miktarın kalanını da ihtiyaç sahibi hanelere ulaştırmaya devam edeceklerini açıklamıştır.

“Biz Bize Yeteriz Türkiyem” bağış kampanyasının Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığınca açıklanan bilançosu Görsel 7’de aktarılmıştır. Kampanya sonucunda toplanmış olan 29.744.049.274 ₺ Covid-19 pandemisi sürecinde; hastalık, ölüm veya işsiz kalma nedenleriyle mali krizde bulunan kişi ve hanelere dağıtılarak pandeminin yıkıcı ekonomik boyutundan kitle dayanışması sağlanarak korunulmaya çalışılmıştır.

Görsel 7. Biz Bize Yeteriz Türkiyem” Bağış Kampanyası Bilançosu

Türkiye Geneli		Ödeme Yapılan Hane/Kişi	Miktar (TL)
Sosyal Destek Programı (Hane)	FAZ 1	2.111.254	2.111.254.000
	FAZ 2	2.316.010	2.316.010.000
	FAZ 3	1.756.369	1.756.369.000
Biz Bize Yeteriz Türkiyem	Hane	1.177.521	1.177.521.000
Kısa Çalışma Ödeneği	Çalışan	3.573.480	16.452.429.206
Nakdi Ücret Desteği	Çalışan	1.705.147	2.801.753.655
İşsizlik Ödeneği	Kişi	775.252	3.128.712.413
#BirlikteBaşaracağız		Toplam: 29.744.049.274 TL	

Kaynak: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2022.

IX. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kitlesele fonlama platformları, ihtiyaç duyduğu sağlık hizmetine erişimde zorluk çeken birçok insan için sağlık ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla alternatif bir finansman modeli olabilmektedir. Kitlesele fonlama, geleneksel finansman uygulamalarına erişim sağlayamayan çok sayıda kişi veya kurum için yeni bir modeldir. Sağlık hizmetleri ve sağlık araştırmaları da son dönemde yoğun bir şekilde bu fon tarafından finanse edilmeye başlamıştır.

Kitlesel kaynak yaratma tipik olarak kişisel sağlık bilgilerinin ifşa edilmesini içermektedir ve bu nedenle hasta mahremiyeti için bir risk olma durumu da mevcuttur. Bununla birlikte, çevrimiçi kitle fonlaması, bir hastanın nakil ameliyatını ve ilgili maliyetleri karşılama yeteneğini iyileştirebilir. Mali istikrarsızlık, optimal olmayan nakil sonuçlarına yol açabilir (örneğin, organ reddedilmesini önleyici ilaçları karşılayamama). Nakil cerrahları, tıbbi kitle fonlaması dahil olmak üzere hastaları tarafından üstlenilen nakille ilgili faaliyetlerin risk-yarar profilini optimize etmeye çalışabilirler; kampanya başarısına yatkın olan özelliklerin niceliksel olarak anlaşılması ile bu hedefin gerçekleşmesi beklenilmektedir (Durand vd., 2018). Bunun yanında kitlesel fonlama kampanyalarının yoğunluğuna göre sağlık sistemlerindeki açıkları net bir şekilde fark edebilmeleri sayesinde kaynaklarını verimli kullanarak faydalı önlemler alabileceklerdir. Örneğin Türkiye’de SMA hastalığı konusunda yapılan kampanyaların çokluğu, ülkemizde bu hastalığın tedavisinde kullanılan ilaçların ödenmesi konusunda zorluklarla karşılaşıldığı ve bu konuyla ilgili bir düzenlemeye ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Tıbbi kitle fonlaması uygulamalarına gereken önemin verilmesi ve fonlama ölçeğinin genişletilmesinin; halk sağlığı hizmetlerinde eşitliği teşvik etmeye, sağlık sigortası maliyetlerinden kaynaklanan baskıyı hafifletmeye ve ciddi hastalıkların tedavisinin sağlanmasına yardımcı olacağı tahmin edilmektedir (Jin, 2019). Sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlamayı konu eden makalelerin incelenmesi neticesinde bağış temelli kitlesel fonlama modelinin, sağlığın finanse edilmesi konusundaki eksiklikleri azaltabileceğine dair bulgulara ulaşılmıştır. GoFunding veya Kickstarter gibi online kitlesel fonlama platformlarının başarısı göz önüne alındığında kitlesel fonlama yönteminin, sağlık hizmetlerinin maliyetinin karşılanabilmesi konusunda önemli bir alternatif finans modeli olacağı düşünülmektedir. Uygulanacak olan bağış temelli kitlesel fonlama modeli, sağlık hizmetleri maliyetlerinin yıkıcı yönünün azaltılması konusunda sağlayacağı faydanın yanında, kitle içerisindeki dayanışmayı da arttırması bakımından olumlu bir dışsallığa yol açacaktır.

Bağış temelli kitlesel fonlama faaliyetlerinin Türkiye’de SPK tarafından henüz kitlesel fonlama uygulamaları kapsamında değerlendirilmediği ve bu uygulamaların dernekler tarafından Dernekler Kanunu ve Dernekler Yönetmeliği ile 2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu kapsamında yürütüldüğü görülmüştür. Bunun yanında, Türkiye’de sağlık sektörü üzerinde kitlesel fonlama faaliyetlerinin yalnızca sermaye temelli olarak, araştırma geliştirme projelerinin kalkındırılması amacıyla kullanılmasına imkan olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Amerika, Birleşik Krallık veya Kanada gibi gelişmiş ekonomiye sahip olan birçok ülkede kullanılmakta olan bağış temelli kitlesel fonlama faaliyetlerinin Türkiye tarafından da online platformlar aracılığıyla sistematik bir düzen içerisinde sürdürülmesi; kampanyaların şeffaflığı, takip edilebilirliği ve kamuya sağlayacağı düşünülen yarar çerçevesince önerilmektedir.

Hükümetlerin ve sağlıkla ilgili politika yapımcıların, sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama uygulamalarının artan ekonomik etkisinin farkında olmaları, anlamaları ve kullanmaya yönelik hukuki ve diğer düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir. Bu bağlamda kitlesel fonlama girişimlerini sosyalleştirerek bu platformların oluşmasının desteklenmesi beklenmektedir. Hükümetler, kitlesel fonlama uygulamaları sayesinde hem sağlık sistemlerindeki ekonomi temelli boşlukları doldurabilecekler hem de bu boşlukların neler olduğu hakkında gerçekçi veriler elde edebileceklerdir. Bu sayede kaynak sınırlılığı ile mücadele eden gelişmekte olan ülkelere etkin kaynak kullanımına yönelik stratejiler belirlenebilecek, kapsayıcı bir sağlık finansman sistemi tasarımı için alternatif modeller konusunda farkındalık artışı sağlanacaktır.

Hali hazırda sağlık hizmetlerinde kitlesel fonlama modelinden yararlanan ülkelerin ise; sağlık piyasasına katılımı genişlettiği, bireysel ve KOBİ’lerin finansmana erişimini iyileştirdiği, ihmal edilen sağlık sorunlarına finansman sağladığı ve proje hesap verebilirliği ile toplum katılımını teşvik ettiği için bu modeli kullanmaya devam etmeleri beklenmektedir. Bu ülkeler; online kitlesel fonlama platformlarına destek sağlayarak, kitlesel fonlama kampanyalarının pazarlanmasını teşvik ederek, sistemin daha dinamik işlenmesini sağlayabilmek amacıyla yasal düzenlemeler yaparak ve sistemin sürdürülebilirliği açısından gereken altyapı yatırımlarını devam ettirerek kitlesel fonlama modelinin etkisinin ve kapsamının artmasına katkıda bulunabilirler.

KAYNAKÇA

- Agrawal, A., Catalini, C. & Goldfarb, A., (2014). Some simple economics of crowdfunding, *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.
- AHBAP, (2022). 2020 Faaliyet özeti, Erişim adresi: <https://ahbap.org/yeniyl#stats> (Erişim tarihi 06/2022).
- Ahlers, G. K. C., Cumming, D. J., Guenther, C. & Schweizer, D., (2015). Signaling in equity crowdfunding, *Entrep Theory Pract*, 39(4), 955–980.
- Atsan, N. & Oruç Erdoğan, E., (2015). Girişimciler için alternatif bir finansman yöntemi: Kitlese fonlama (Crowdfunding), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 297-320.
- Ba, Z., Zhao, Y., Song, A. & Zhu, O., (2021). Understanding the determinants of online medical crowdfunding project success in China, *Information Processing & Management*, 58(2), 1-19.
- Bassani, G., Marinelli N. & Vismara S., (2019). Crowdfunding in healthcare, *The Journal of Technology Transfer*, 44(4), 1290–1310.
- Beaulieu, T., Sarker, S. & Sarker, S., (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding, *Communications of the Association for Information Systems*, 37(8), 1-31.
- Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A., (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd, *Journal of Business Venturing* 29(5), 585-609.
- Belleflamme P. & Lambert T., (2016). An industrial organization framework to understand the strategies of crowdfunding platforms, *International Perspectives on Crowdfunding, Positive, Normative and Critical Theory*, 3 - 20.
- Burtch, G. & Chan, J., (2019). Investigating the relationship between medical crowdfunding and personal bankruptcy in the United States: Evidence of a digital divide, *MIS Quarterly*, 43(1), 237-262.
- Burtch, G., Ghose, A. & Wattal, S. (2013). An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets, *Information Systems Research*, 24(3), 499-519.
- Castelluccio, M., (2012). Opening the crowdfunding release valves, *Strategic Finance*, 93(8), 59-60.
- Christensen, C. (2013). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail, *Harvard Business Review Press*, Boston.
- Collins, L. & Pierrakis, Y., (2012). The venture crowd: Crowdfunding equity investments into businesses, *Nesta Report (Project Report)*, London, U.K.
- Çağlar, M. T., (2019). Yeni nesil alternatif finansman yöntemi olarak kitlese fonlama: Dünya ve Türkiye uygulaması, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 18-34.
- Çonkar, M. & Canbaz, M. F., (2018). Kitle fonlaması finansman yöntemi: Türkiye’de sistemin geliştirilmesine yönelik öneriler, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 119-132.
- Dragojlovic, N. & Lynd, L.D., (2014). Crowdfunding drug development: The state of play in oncology and rare diseases, *Drug Discov, Today*, 19 (11), 1775-1780.

- Doran, C., Crooks, V. & Snyder, J., (2022). Qualitatively exploring the intersection of health and housing needs in canadian crowdfunding campaigns, *BMC Public Health*, 22(176).
- Durand, W. M., Peters, J. L., Eltorai, A. E. M., Kalagara, S., Osband, A. J. & Daniels, A. H., (2018). Medical crowdfunding for organ transplantation, *Clin Transplant*, 32(6):e13267.
- Efonla, (2022). Vetbiontech biyoteknoloji kampanyası arayüzü, Erişim adresi: [VETBIOTECH BIYOTEKNOLOJİ \(efonla.com\)](http://VETBIOTECHBIYOTEKNOLOJI(efonla.com)) (Erişim tarihi 12/2022).
- Fonbulucu, (2022). Fonbulucu - STETO kampanyası arayüzü, Erişim adresi: [STETO Online Sağlık \(fonbulucu.com\)](http://STETO Online Sağlık (fonbulucu.com)) (Erişim tarihi 12/2022).
- Fong, A., Jain, M., Sacks, W., Ho, A. & Chen, Y. F., (2020). Crowdfunding campaigns and thyroid surgery: Who, what, where, and how much?, *Journal of Surgical Research*, 253, 63-68.
- Gerber, E. M., Hui, J. S. & Kuo, P. Y., (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms, *In Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics*.
- GoFundMe, (2022). GoFundMe kitlesel fonlama platformunun arayüzü, Erişim adresi: <https://www.gofundme.com/> (Erişim tarihi 06/2022).
- Hemer, J., (2011). A snapshot on crowdfunding, Arbeitspapiere unternehmen und region, *Fraunhofer-Institut für System und Innovationsforschung ISI, No:R2*, Karlsruhe.
- Hemmadi, M., (2015). Equity crowdfunding will soon be legal in Canada. should you jump in?, *Canadianbusiness* Erişim adresi: <https://archive.canadianbusiness.com/investing/equity-crowdfunding-for-canadians/> (Erişim tarihi: 05/2022).
- ILO, (2020). Almost 25 million jobs could be lost worldwide as a result of Covid-19, *International Labour Organization*, Erişim adresi: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_738742/lang--en/index.htm (Erişim tarihi 06/2022).
- Imanulrachman, A., Suciani, A., Kurniawan, F. R., Prisalia, R., Suprpto, S., Shihab, M. R. & Pinem, A. A., (2019). Analysis of crowdfunding platform in encouraging equal health services (a case study of Kitabisa.com), *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 623-628, DOI: 10.1109/ICIMTech.2019.8843827.
- İzmirli Ata, F., (2018). Yeni nesil finansman yöntemi olarak kitle fonlama: Türkiye potansiyeli, *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 273 – 296.
- Jin, P., (2019). Medical crowdfunding in china: empirics and ethics, *Journal of Medical Ethics*, 45(8), 538-544.
- Joenssen, D. Michaelis, A. & Müllerleile, T., (2014). A link to new product preannouncement: success factors in crowdfunding, *Affiliation: Social Science Research Network*, 1-22, DOI: 10.2139/ssrn.2476841.
- Kenworthy, N. & Igra, M., (2022). Medical crowdfunding and disparities in health care access in the United States, 2016–2020, *American Journal of Public Health*, 112(3), 491-498.
- Kickstarter, (2022). Kickstarter kitlesel fonlama platformunun arayüzü, Erişim adresi: <https://www.kickstarter.com/> (Erişim tarihi 08/2022).
- Kleemann, F., Voss, G. G. & Rieder, K., (2008). Un(der)paid innovators: The commercial utilization of consumer work through crowdsourcing, *Science, Technology & Innovation Studies* 4(1), 5-26.

- Lambert, T. & Schwienbacher, A. (2010). An empirical analysis of crowdfunding, *Mimeo. Louvain School of Management*, Belgium.
- Medicalpark, (2022). Hiperbarik oksijen tedavisi nedir?, Erişim adresi: <https://www.medicalpark.com.tr/hiperbarik-oksiyen-tedavisi/hg-2658> (Erişim tarihi 06/2022).
- Medipol, (2022). Homeopati, Erişim adresi: <https://medipol.com.tr/tibbi-birimler/dahili-tip-birimleri/geleneksel-ve-tamamlayici-tip-integratif-tip/homeopati> (Erişim tarihi 06/2022).
- Memorial, (2022). Lyme hastalığı nedir?, Erişim adresi: <https://www.memorial.com.tr/hastaliklar/lyme-hastaligi-nedir> (Erişim tarihi 06/2022).
- Mollick, E., (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Murdoch, B., Marcon, A. R., Downie, D. & Caulfield, T., (2019). Media portrayal of illness-related medical crowdfunding: A content analysis of newspaper articles in the United States and Canada, *PLoS One*, 23;14(4):e0215805.
- Murphy, A., Palafox, B., Walli-Attai, M., Powell-Jackson, T., Rangarajan, S., Alhabib, K. F. vd., (2020). The household economic burden of non-communicable diseases in 18 countries, *BMJ Global Health*, 5:e002040.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., vd., (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (covid-19): a review, *Int J Surg*, 78, 185-193.
- Onur, M. N. & Değirmenci, Ö., (2015). Crowdfunding - Kitle fonlaması, *Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları*, (7), Ankara.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M. & Parasuraman, A., (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms, *Journal of Service Management*, 22(4), 443- 470.
- Petruzzell, A. M., Natalicchio, A., Panniello, U. & Roma, P., (2019). Understanding the crowdfunding phenomenon and its implications for sustainability, *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 138-148,
- Proelss, J., Schweizer, D. & Zhou, T., (2021). Economics of philanthropy - Evidence from health crowdfunding, *Small Bus Econ*, 57, 999–1026.
- Renwick, M. & Mossialos, E., (2017). Crowdfunding our health: Economic risks and benefits, *Social Science & Medicine*, 191, 48-56.
- Robock, Z., (2014). The risk of money laundering through crowdfunding: A funding portal's guide to compliance and crime fighting, *Mich. Bus. & Entrepreneurial L. Rev.*, 4(113).
- Roma, P., Messeni Petruzzelli, A. & Perrone, G., (2017). From the crowd to the market: The role of reward-based crowdfunding performance in attracting professional investors, *Res. Policy*, 46, 1606–1628.
- Saleh, S. N., Ajufo, E., Lehmann, C. U. & Medford, R. J., (2020). A comparison of online medical crowdfunding in Canada, the UK, and the US, *JAMA Netw Open*, 1;3(10):e2021684.
- Saleh, S. N., Lehmann, C. U. & Medford, R. J., (2021). Early crowdfunding response to the covid-19 pandemic: Cross-sectional study, *J Med Internet Res.*, 9;23(2):e25429.

- Schwienbacher, A. & Larralde, B., (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures, *Handbook of Entrepreneurial Finance*, Oxford University Press, Forthcoming, DOI: 10.2139/ssrn.1699183.
- Sharing, (2014). A primer on global economic sharing, *Share The World's Resources*, Erişim adresi: <http://www.sharing.org/information-centre/reports/primer-global-economic-sharing> (Erişim tarihi 06/2022).
- Sigar, K., (2012). Fret no more: inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the JOBS act's safeguards, *Administrative Law Review*, 64(2), 473-506.
- SMA Hastalığı ile Mücadele Derneği, (2022). Mali tablolar, Erişim adresi: <https://www.sma.org.tr/mali-tablolar> (Erişim tarihi 06/2022).
- Smith, A., (2016). Shared, collaborative and on demand: the new digital economy, *Pew Research Center*, Erişim adresi: <https://www.pewresearch.org/internet/2016/05/19/the-new-digital-economy/> (Erişim tarihi 06/2022).
- SPK (2021). Kitle fonlaması tebliği taslağı (III – 35/A.2), Sermaye Piyasası Kurulu.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, (2022). Bize yeteriz Türkiyem, Erişim adresi: <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskanligindan-biz-bize-yeteriz-turkiyem-paylasimi> (Erişim tarihi 06/2022).
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, (2022). Bize yeteriz Türkiyem, Erişim adresi: <https://www.csgeb.gov.tr/haberler/bakan-selcuk-biz-bize-yeteriz-turkiyem-kampanyamizin-bagislariyla-ihiyac-sahibi-ailelerimize-destek-oluyoruz/> (Erişim tarihi 06/2022).
- Ulule, (2022). Ulule kitlese fonlama platformunun arayüzü, Erişim adresi: <https://www.ulule.com/> (Erişim tarihi 06/2022).
- Valanciene, L. & Jegeleviciute, S., (2013). Valuation of crowdfunding: Benefits and drawbacks, *Economics and Management*, 18(1), 39-48.
- Valanciene, L. & Jegeleviciute, S., (2014). Crowdfunding for creating value: Stakeholder approach, *Social and Behavioral Sciences*, 156, 599 – 604.
- Vox, F., Folkers, K. M., Turi, A. & Caplan, A. L., (2018). Medical crowdfunding for scientifically unsupported or potentially dangerous treatments, *JAMA*, 320(16), 1705-1706.
- Wenner, D.M., Kimmelman, J. & London, A.J., (2015). Patient-Funded trials: Opportunity or liability?, *Stem Cell*, 17(2), 135-137.
- Wongyai, S., (2008). Oryantal tıp: Naturopati, *Türkiye Klinikleri J Med Sci.*, 28(6-1), 234-235.
- Yardım Toplama Kanunu, (1983). 2860 Sayılı Yardım Toplama Kanunu, Erişim Adresi: [5871 \(mevzuat.gov.tr\)](http://www.mevzuat.gov.tr) (Erişim tarihi 12/2022).
- Yiğit, A. G., (2020). Sanal yardımlaşma: Kitlese fonlama, *Dijital Dönüşüm ve Finansal Teknolojilere Yansımaları*, 109-127, Nobel Yayınevi.