

Ödüle Dayalı Kitle Fonlamasının Uluslararası Muhasebe Standartları Açısından Değerlendirilmesi*

Turgay YAVUZARSLAN¹

Özet

İşletmelerin, yeni girişimlerin çevrimiçi platformlar aracılığıyla fon sağlayıcılara açık bir çağrı yaparak finansman sağladıkları kitle fonlaması yöntemi, dünyada ve Türkiye’de giderek yaygınlaşmaktadır. Kitle fonlaması, fon sağlayıcıların taşıdıkları amaca göre yatırım amaçlı ve yatırım amaçlı olmayanlar olarak iki grupta sınıflandırılmaktadır. Yatırım amacı taşımayan ödüle dayalı kitle fonlamasında işletmeler, geliştirdikleri veya geliştirmeyi düşündükleri ürünün satışını veya ön satışını kitle fonlaması platformu üzerinden gerçekleştirmektedir. Böylece fon toplayan ile fon sağlayan arasında işletme - müşteri ilişkisi kurulmaktadır. Çalışmada bu ilişki göz önünde bulundurularak, uyarlanmış örnekler üzerinde bu yöntemle fon toplamanın uluslararası muhasebe standartlarına göre değerlendirilmesi yapılmıştır. Ödüle dayalı kitle fonlaması yönteminin TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat kapsamında değerlendirilmesi ifade edilmiştir. Örneklerle, satışa hazır ürün ile fon toplanması, belirli bir fonlama hedefi ile fon toplanması, ürün satışının önemli bir finansman bileşeni içermesi, ürün ile birlikte opsiyon satışı, zamana yayılı edim yükümlülüğü getiren ürün satışı durumları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitle fonlaması, TFRS 15, İşletme Finansmanı, Finansal Teknoloji, Finansal Muhasebe

Review of Reward Based Crowdfunding According to International Accounting Standards

Abstract

The crowdfunding method, in which businesses and new ventures provide financing by making an open call to funders through online platforms, is becoming increasingly widespread in the world and in Turkey. Crowdfunding is classified into two groups, depending on the purpose of the fund providers, as investment purposes and non-investment purposes. In reward-based crowdfunding that does not have investment purposes, businesses sell or pre-sell the product they have developed or intend to develop through the crowdfunding platform. Thus, a business-customer relationship is established between the fundraiser and the funder. Considering this relationship, in the study, fundraising with this method was evaluated according to international accounting standards on adapted examples. It has been stated that the reward-based crowdfunding method should be evaluated within the scope of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. Examples include raising funds with a product ready for sale, raising funds with a specific funding target, product sales containing a significant financing component, option sales with the product, and product sales that impose a performance obligation satisfied over time.

Keywords: Crowdfunding, IFRS 15, Business Finance, Fintech, Financial Accounting

Araştırma Makalesi / Research Article

Makale Geliş Tarihi / Submitted: 26.12.2023 Makale Kabul Tarihi / Accepted: 30.01.2024

¹Sorumlu Yazar, Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, turgay.yavuzarslan@omu.edu.tr, <http://orcid.org/0000-0002-0481-1279>

*Bu çalışma Prof. Dr. Ganite KURT danışmanlığında Turgay YAVUZARSLAN tarafından 18.09.2023 tarihinde tamamlanan “Aracısız finansman yöntemlerinin uluslararası muhasebe standartları açısından değerlendirilmesi” başlıklı ve 826468 tez no’lu doktora tezinden türetilmiştir.

Bu makale 21-23 Aralık 2023 tarihleri arasında Erzurum’da düzenlenen 2. Uluslararası Sigortacılık, Bankacılık ve Finans Sempozyumu adlı etkinlikte sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özeti sempozyum bildiri özet kitabında basılmış “Ödüle Dayalı Kitle Fonlamasının Uluslararası Muhasebe Standartları Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı bildirinin tamamlanmış halidir.

Atıf (Citation): Yavuzarslan, T. (2024). Ödüle dayalı kitle fonlamasının uluslararası muhasebe standartları açısından değerlendirilmesi. *Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi*, 4(1), 51-64.

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde son yıllarda meydana gelen hızlı değişimler insanların günlük yaşamını, tüketim ve tasarruf tercihlerini, farklı sektörlerde yer alan işletmelerin çalışma modellerini önemli ölçüde etkilemektedir. Öncelikle internetin, ardından mobil cihazların kullanımının yaygınlaşması, veri depolama ve verileri kaydetme alanında devrimsel teknolojilerin geliştirilmesiyle, işlemlerin gerçekleştirilme tercihleri ve verilere ulaşma imkânlarında değişiklikler yaşanmaktadır. Teknolojide yaşanan bu gelişmeler tüm sektörleri etkilediği gibi finans piyasasında geleneksel finans kurumlarının çalışma şekillerini etkilemekte, karşılıklarına alternatif rakipler çıkartmaktadır. Bu durum mevcut ve yeni katılımcıların etkisiyle finans piyasaları için kaçınılmaz bir dönüşüm sürecini başlatmaktadır. Bu dönüşüm bazı noktalarda geleneksel finans kurumlarına ihtiyaç duymaksızın işlem yapma imkânı sağlamakta ve aracısız finansal piyasa modelini ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada kitle fonlaması yöntemleri, geleneksel fon toplama yöntemlerinin önemli bir alternatifi olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada, yatırımcının beklentilerine göre yatırım amaçlı olanlar ve yatırım amaçlı olmayanlar şeklinde iki gruba ayrılan kitle fonlaması yöntemleri kısaca anlatılmıştır. Ardından, fon sağlayıcıların yatırım amacı taşımadığı ödüle dayalı kitle fonlaması yöntemi örnekler üzerinde Uluslararası Muhasebe Standartları açısından değerlendirilmiştir. Söz konusu yöntemde fon toplayan işletmeler, fon sağlayıcılar ile müşteri-işletme ilişkisi kurmuş olduklarından, ilgili değerlendirmeler TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı kapsamında yapılmıştır.

2. KİTLE FONLAMASI KAVRAMI

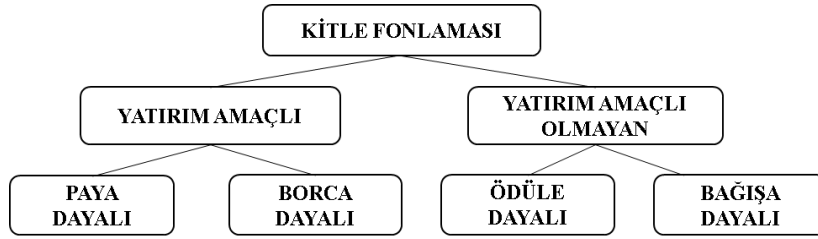
Kitle fonlaması terimi, insanların ve işletmelerin internet tabanlı platformlar aracılığıyla fon topladığı çeşitli yolları ifade etmek için kullanılmaktadır (Financial Conduct Authority, 2018: 1). Bu yöntem sayesinde belirli bir projenin veya girişimin çok sayıda kişiden para toplanarak finanse edilmesi sağlanmaktadır (European Commission, 2018: 1).

Kitle fonlaması, çok sayıda insandan parasal katkı sağlanarak bir projenin veya girişimin fonlanmasıdır (Financial Stability Board, 2017: 33). Çoğunlukla internet aracılığıyla faaliyet gösteren, çok sayıda yatırımcının küçük miktarlarda fon sağlamasıyla gerçekleştirilen sermaye toplama yöntemidir (Ernst & Young, 2016: 126). Kitle fonlaması finansal kaynak sağlamak için yapılan açık bir çağrıdır (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 12). Kitle fonlamasının temel unsurları, teknolojiye odaklanması ve büyük finansal çıktılara ulaşmak için küçük çabaların etkinleştirilmesiyle kitlelerin gücünden yararlanmasıdır ve finansman sağlamasıdır. Ağırlıklı olarak teknolojiden yararlanarak, internet siteleri üzerinde faaliyet göstermekte ve sosyal medya bağlantılarından yararlanmaktadır (Beaulieu ve diğerleri, 2015: 3). Kitle fonlaması platformları fon arz eden ile fon talep eden arasında bire bir eşleşme sağlamamaktadır. Talep edilen fon miktarına ulaşılabilmesi için fon talep eden bir tarafı, fon sağlayan birden çok yatırımcı ile eşleştirmektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 12). Kitle fonlaması girişimcilere, kar amaçlı, sanatsal veya kültürel girişimlerini internet ortamında çok fazla sayıda kişiden küçük miktarlarda katkılarla geleneksel finansal aracılık olmaksızın finanse etme imkânı vermektedir (Mollick, 2014: 1). Kitle fonlamasında sanatçılar, hayır kuruluşları, yeni kurulan işletmeler, KOBİ'ler, gayrimenkul yatırım şirketleri gibi kişi veya kuruluşların başlattığı projelere destekler sağlanmaktadır (Langley ve diğerleri, 2020: 12).

Kitle fonlamasında toplanan fonların, girişimciye kullanılmasıyla ilgili iki farklı yaklaşım söz konusudur. "Hepsi ya da hiç" modelinde hedeflenen fonun tamamının sağlanması durumunda toplanan fonlar girişimciye aktarılmakta ve yatırımcılara işletme üzerinde ilgili haklar verilmektedir. Hedeflenen fonlamaya ulaşamaması durumunda toplanan fonlar yatırımcılara iade edilmektedir. Bu durum girişimcileri gerçekçi fon hedefleri koyma yönünde teşvik etmektedir. Ayrıca girişimlere hedeflenen fonun üzerinde fon edinme hakkı da tanınmaktadır. Aşırı fonlanma olarak adlandırılan bu durumda, hedefe ulaşıldıktan sonra fon sağlayanlar, hedefe ulaşılmadan önce sağlayanlarla aynı haklara sahip olmaktadır (Cumming ve diğerleri, 2019: 2). Genellikle uygulanan model "Hepsi ya da hiç" modeli olmakla birlikte bazı kitle fonlaması platformlarında da hedeflenen fon tutarının tamamına ulaşılmasa da kampanya süresi sona erdiğinde elde edilen fon miktarı ile fonlama sağlanmaktadır (Gerber ve Hui, 2013: 4).

3. KİTLE FONLAMASI YÖNTEMLERİ

Kitle fonlaması, yatırımcıların sağladığı fonların karşılığında ne elde edeceklerine göre farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 12). Kitle fonlamasında yatırımcılar ortaklık veya alacaklılık hakkı elde etmek gibi finansal amaçlar veya başkalarının takdirini kazanmak gibi finansal olmayan amaçlar taşımaktadır (Beaulieu ve diğerleri, 2015: 9). Buna göre kitle fonlaması yönteminde ilan edilen projeler fon sağlayıcılar tarafından yatırım amacıyla, ödül elde etme amacıyla veya bağış yapma amacıyla desteklenmektedir. (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 12). Yatırım amaçlı kitle fonlamasında finansal getiri elde etmek amacıyla yatırım yapmak isteyenlerle, fon talep eden kişi ve kuruluşlar eşleştirilmektedir. Finansal getiri elde etme amacı taşıyan kitle fonlaması, paya dayalı kitle fonlaması ve borca dayalı kitle fonlaması olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Paya dayalı kitle fonlamasında, öz kaynak yöntemiyle finansman sağlanmaktadır. Yatırımcıların yeni girişimlere, erken aşamada ortak olmasına imkân vermektedir. Borca dayalı kitle fonlaması yöntemi ise bankalar tarafından işletilmeyen çevrimiçi platformlar vasıtasıyla zenginleştirilmiş bir kredilendirme faaliyetidir. Burada kredi sözleşmesi borç alan ve borç veren arasında kurulmakta, platform genel olarak herhangi bir risk üstlenmemektedir (FSI, 2020:8). Bazı modellerde ise kitle fonlaması platformu kendi bilançosunu kullanarak kredilendirme sürecini gerçekleştirmekte ve riski üstlenmektedir (Financial Stability Institute, 2020: 53). Finansal getiri elde etme amacı taşımayan kitle fonlaması yöntemleri ise bağış bazlı kitle fonlaması ve ödüle dayalı kitle fonlaması yöntemidir. Bu yöntemlerde yatırımcılar finansal getiri elde etme amacı taşımamaktadır (Financial Stability Institute, 2020: 8).



Şekil 1. Kitle Fonlamasının Sınıflandırılması

Kitle fonlaması yöntemleri yatırım amacı taşıyanlar ve yatırım amacı taşımayanlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatırım amacı taşıyanlar borca dayalı kitle fonlaması ve paya dayalı kitle fonlaması modelleri, yatırım amacı taşımayanlar ise ödüle dayalı kitle fonlaması ve bağışa dayalı kitle fonlaması modelleridir. Borca dayalı kitle fonlamasında fon sağlayan sözleşmeden doğan faiz ödemesi hakkına sahip olmaktadır. Paya dayalı kitle fonlamasında ise fon sağlayan söz konusu girişimden pay hakkı elde etmektedir.

3.1. Borca Dayalı Kitle Fonlaması

Yeni bilgi ve iletişim teknolojileri ile etkinleşen borca dayalı kitle fonlaması, internet platformları aracılığıyla fon talep edenleri ve arz edenleri doğrudan bir araya getiren yeni bir finansal aracılık modeli olarak ortaya çıkmıştır. İlk platformlar Birleşik Krallık ve ABD’de faaliyete geçmiş ve peer to peer (P2P) kredi modeli olarak adlandırılmıştır. Bu platformlarda hem tüketicilere hem de işletmelere kredi sağlanmıştır. ABD’de kurumsal yatırımcıların bu alana ilgisinin artmasıyla söz konusu yöntem “Marketplace Lending” olarak adlandırılmaya başlamıştır (Havrylychuk, 2018: 10). Kitle fonlaması yöntemleri arasında borca dayalı kitle fonlaması en büyük paya sahiptir (European Commission, 2018: 1). Genellikle Peer to Peer Krediler (P2P) olarak adlandırılan borca dayalı kitle fonlaması, kişi veya kurumların, tüketicilere ve işletmelere doğrudan kredi vermek için kullandıkları kitle fonlaması türüdür (Financial Conduct Authority, 2018: 1).

3.2. Paya Dayalı Kitle Fonlaması

Paya dayalı kitle fonlaması yöntemi, işletmelerin yıllardır yararlandığı geleneksel bir fon toplama yönteminden geliştirilmiştir (Financial Conduct Authority, 2018: 10). Bu yöntemde girişimciler, işletmelerinde belirli miktarda paya sahip olmaları için internet üzerinde yatırımcılara açık bir çağrı yapmaktadır (Vismara, 2019: 98). Öz kaynak yöntemiyle geniş kitlelerden fon toplama, geleneksel olarak hisse senedi borsalarında gerçekleştirilmektedir. İlk

halka arz yoluyla, dışarıdan paydaşlara işletmenin hissedarlığı açılmaktadır. Paya dayalı kitle fonlaması yönteminde, halka arz yöntemine benzer şekilde fakat daha gevşek yasal düzenlemelerle, geniş kitlelerden fon sağlama imkanı bulunmaktadır (Cumming ve diğerleri, 2019: 1).

Paya dayalı kitle fonlaması modeli, diğer kitle fonlaması yöntemlerine göre daha basit bir yol izlemektedir. Yatırım fırsatı hakkında doğrudan bir bilgilendirme sunularak, yatırımcı için açık bir rota belirlenmektedir. Yatırımcı bir menkul kıymet alımı yaparak tercih ettiği yatırımı gerçekleştirmektedir (Financial Conduct Authority, 2018: 2). Bu yöntemde fon talep eden girişimciler oldukça geniş ve çeşitlendirilmiş bir yatırımcı havuzuna ulaşmaktadır. Fon edinme işlemi çok kısa sürede tamamlanmakta, finanse edilen girişim faaliyete hazır hale gelmektedir (Beaulieu ve diğerleri, 2015: 13). Yöntemde basitlik standardize edilmiş anlaşmalar sayesinde sağlanmakta ve bu sayede finansman süreci hızla tamamlanmaktadır (Vulkan ve diğerleri, 2016: 47).

3.3. Ödüle Dayalı Kitle Fonlaması

Ödüle dayalı kitle fonlamasında fon sağlayıcıların temel niteliği “profesyonel tüketici” olmalarıdır. Fon talep edenler, fon sağlayıcıların belirli bir ürünü ön alım hakkına sahip olan ayrıcalıklı bir grubun üyesi olmalarına izin vermektedir. Bir projenin fonlanma durumu aynı zamanda ürünün gelecekteki talebinin ne olacağı hakkında bir işaretçi olarak görülmektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 14). Ödüle dayalı kitle fonlamasında fon talep eden, bir proje veya ürün fikrine veya geliştirmeyi düşündüğü ürünün bir prototipine sahiptir (Beaulieu ve diğerleri, 2015: 17). Ödüle dayalı kitle fonlamasıyla, üretilecek ürün veya hizmetin ön satışının yapılması pazarlama açısından avantaj sağlamakta, aynı zamanda girişimciye ürünü ile ilgili önemli geri bildirimler sağlamaktadır. Bu geri bildirimlerden de ürünün toptan pazarlamasında yararlanılmaktadır (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 26).

Ödüle dayalı kitle fonlamasında, kitlelerden finansal katkı bekleyen taraf bir kişi veya kuruluştur. Ödül ise bir ürün veya hizmet olarak sunulmaktadır (Vismara, 2019: 98). Projeye fon sağlayanlar aynı zamanda girişimin müşterisi olmaktadır. Bu yöntemde henüz var olmayan bir ürünün avantajlı bir fiyatla müşteriye (fon sağlayıcı) satışı gerçekleştirilmektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 25).

Ödüle dayalı kitle fonlaması projeleri, paya dayalı kitle fonlaması projelerine göre daha fazla sayıda fon sağlayıcıya ulaşma imkanına sahiptir. Paya dayalı kitle fonlamasında genellikle yatırımcılara akreditasyon şartı getirilmesi, akreditasyon şartı olmasa bile kişilerin yapabileceği yatırım tutarının belirli kriterlerle sınırlandırılması, bu yöntemde erişilebilecek kişi sayısını ödüle dayalı kitle fonlaması yöntemine göre daha kısıtlı hale getirmektedir (Block ve diğerleri, 2021: 867). Bununla birlikte iki yöntemde yatırımcıların amaçlarının birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Paya dayalı kitle fonlamasında yatırımcının amacı girişimin hissedarı olmak iken ödüle dayalı kitle fonlamasında yatırımcının amacı girişimin müşterisi olmaktır (Vismara, 2019: 104).

Ödüle dayalı kitle fonlamasında, elektronik ticarete benzer şekilde kullanıcılar finansal kaynaklarını kullanarak belirli mal veya hizmeti satın almakta veya belirli deneyimleri yaşamaktadır. Bununla birlikte elektronik ticarete ürünün bedeli ödendikten çok kısa süre sonra müşteriye ulaşmaktadır. Ödüle dayalı kitle fonlamasında ise söz konusu üründen fon sağlayıcının yararlanması projenin başarıya ulaşmasını beklemekte, en iyi ihtimalle haftalar sonra gerçekleşmektedir (Gerber ve Hui, 2013: 5). Projenin başarıyla sonuçlanması durumunda da, ortaya çıkacak olan ürünün tatmin edici niteliklere sahip olup, olmayacağı belirsizliği bulunmakta, fon sağlayıcının üründen beklediği faydayı elde edip, edemeyeceği bilinmemektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 14).

Ödüle dayalı kitle fonlamasında müzik, teknoloji ve kar amacı gütmeyen projelerin fonlanması daha başarılı şekilde gerçekleşmektedir. Ayrıca proje yürütücüsünün daha önce bir kitle fonlaması tecrübesine sahip olması ve sosyal medyadaki bağlantı sayısı kampanyanın başarıya ulaşmasında etkili olmaktadır. Kampanyayı yürütenin kadın olması, projenin yaratıcı ve yenilikçi olması, kampanyayla ilgili sosyal medyada güncel paylaşımlar yapılması, kampanyayı yürütenin proje metninde kapsamlı bir özetle ve kesin bir dille açıklamalar yapması, projeye ilgili güncellemeler yayınlaması projelerin başarıyla finanse edilme şansını artırmaktadır (Shreon ve Vik, 2019: 168).

Türkiye’de mobil iletişim şirketi Turkcell’in kurmuş olduğu “Arıkovani” adlı platform ödüle dayalı kitle fonlaması platformu olarak faaliyet göstermektedir. Söz konusu modele uygun olarak yenilikçi fikirler ve girişimler finanse

edilmekte, fon sağlayıcılar geliştirilecek ürünlere avantajlı fiyatlarla sahip olmaktadır. Ayrıca, bu yöntemin temel endişesi olarak görülen, ürün veya hizmetin hiçbir zaman geliştirilememesi sorununa karşılık, Türkiye’de geliştirilen ürünlerin bir kısmı için teslimat garantisi sunulmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de ödüle dayalı kitle fonlaması için özel bir yasal düzenleme bulunmamaktadır.

3.4. Bağışa Dayalı Kitle Fonlaması

Bağışa dayalı kitle fonlaması yönteminin amacı insanı yardım amacı taşıyan projelerin veya sanat projelerinin finanse edilmesidir. Yatırımcılar herhangi bir maddi getiri beklemezsizin gönüllü olarak seçtikleri projeleri finanse etmektedirler. Burada fon toplama başarısı, projenin özellikleri ile fon sağlayıcıların beğeni ve önceliklerinin ne oranda eşleştiği ile ilgilidir (Belleflamme ve diğerleri, 2015: 14). Bağışa dayalı kitle fonlamasında, fon talep eden taraf bir kişi veya bir organizasyon olabilir. Bu modelde fon sağlayıcılar, herhangi bir maddi getiri beklemezsizin finansal katkı sağlamaları nedeniyle “bağışçı” olarak adlandırılmaktadır (Vismara, 2019: 98).

4. ÖDÜLE DAYALI KİTLE FONLAMASI YÖNTEMİNİN ULUSLARARASI MUHASEBE STANDARTLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Kitle fonlamasıyla ilgili bölümde ifade edildiği üzere, ödüle dayalı kitle fonlaması fonlayıcıların yatırım amacı taşımaksızın finansman sağladığı kitle fonlaması yöntemidir. Fon sağlayıcı, sağladığı fonlar karşılığında finansal getiri beklentisinde bulunmamakta, söz konusu girişimin başarılı olması durumunda girişimin müşterisi olmayı planlamaktadır. Girişimci, başarılı olması durumunda müşterilerine sunmayı planladığı ürünle ilgili bilgileri, proje detaylarını, kitle fonlaması platformunda potansiyel müşterilerle (fon sağlayıcı) paylaşmaktadır. Söz konusu potansiyel müşteriler ilgi duydukları projelere katkı sağlayarak belirli ödüllere sahip olmaktadır. Genellikle, sağlanan katkı düzeyine göre farklı ödüller elde edilmektedir. Girişimci, internet ortamında ürün satışına benzer şekilde, farklı ürün-hizmet paketleri ve bunları elde etmek için sağlanması gereken katkı tutarlarını ilan etmektedirler.



Şekil 2. Ödüle Dayalı Kitle Fonlaması Modeli

Ödüle dayalı kitle fonlamasında fon sağlayıcının amacı, girişimin elde ettiği ürünü satın almak veya sunacağı hizmetten yararlanmaktır. Söz konusu girişimin başarısız olması, ürünü veya hizmeti hiçbir zaman geliştirememesi durumunda toplanan fonlar, fon sağlayıcıya genellikle iade edilmemektedir. Proje başarılı olduğunda söz konusu ürünün, fon sağlayıcıya teslimatı gerçekleştirilmektedir. Girişimin bir hizmet sunduğu durumda, proje başarıya ulaştığında fon sağlayıcı, girişimin sunduğu hizmetten yararlanmaktadır. Söz konusu hizmetten yararlanma, sağlanan katkı karşılığında belirli bir süre veya sayıda ücretsiz veya indirimli yararlanma şeklinde olabilmektedir.

Ödüle dayalı kitle fonlaması ile fon toplayan girişim başarılı olması durumunda, topladığı fonlar karşılığında fon sağlayıcılara taahhüt ettiği ürün veya hizmeti sağlama yükümlülüğünü üstlenmektedir. Ayrıca, girişimin başarısız olması durumunda toplanan fonların iade edilmesi taahhüdü bulunabilmektedir. Söz konusu koşullar, ödüle dayalı kitle fonlaması sürecinin muhasebeleştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Ödüle dayalı kitle fonlaması işlemlerinde, girişime fonların sağlanmasından girişimin başarıya ulaşarak müşterilerine/fon sağlayıcılarına söz konusu mal veya hizmeti sunmasına kadarki süreçte yapılması gereken muhasebe işlemleri ele alınmıştır. Aynı zamanda girişimin mal veya hizmeti sunamama ihtimali de

değerlendirilmiştir. Söz konusu süreç hem girişimin muhasebe işlemleri hem de fon sağlayıcının bir işletme olması durumunda yapılması gereken muhasebe işlemleri açısından ele alınmıştır.

Söz konusu model bir finansman yöntemi olmasına karşılık özünde bir mal veya hizmet satışını ifade etmektedir. Bununla birlikte süreç birtakım belirsizlikler taşımaktadır. Burada, söz konusu ürünün satış bedelinin tahsilatıyla ilgili belirsizlik bulunmamakta, tahsilat sürecin başında gerçekleştirilerek işletmenin ödüle dayalı kitle fonlaması modelinde finansmanı sağlanmaktadır. Belirsizlik, girişimin geliştireceği mal veya hizmetin satışa sunulmasıyla ilgili olarak ortaya çıkmaktadır.

Ödüle dayalı kitle fonlamasında, fon talep eden ile fon sağlayıcı arasında satıcı-müşteri ilişkisi kurulmaktadır. Bu nedenle fon talep eden işletmenin muhasebe işlemlerinin değerlendirilmesinde söz konusu ilişki dikkate alınmıştır. Girişimi için finansman sağlayanların topladığı fonlar satış geliri-hasılat olarak değerlendirilmiştir. Uluslararası muhasebe standartlarında hasılatın muhasebeleştirilmesiyle ilgili düzenlemeler UFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat standardı ile düzenlenmektedir. Türkiye Muhasebe Standartlarında ise aynı isimli TFRS 15 numaralı standarttan yararlanılmaktadır.

TFRS 15, hasılatın muhasebeleştirilmesinde, mal veya hizmetin kontrolünün müşteriye devredilmiş olmasını temel ilke olarak almaktadır (Özerhan ve Sultanoğlu, 2021: 21). Bir malın veya hizmetin kontrolü müşteriye geçtiğinde veya bir süreç içerisinde geçtikçe, varlık müşteriye devredilmiş olur. Devir işlemi gerçekleştiğinde, söz konusu satıştan kaynaklanan hasılat finansal tablolara alınır (TFRS 15, md. 31). Satıcının mal veya hizmeti devri, belirli bir anda veya belirli bir zamana yayılı olarak gerçekleştirilebilir (TFRS 15, md. 32). Varlığın kontrolü, varlığın kullanımının yönetilebilmesini ve faydasından yararlanabilmeyi ifade etmektedir. Aynı zamanda varlığın başka işletmelerce kullanımının yönetilebilmesinin ve yararlanılabilmemesinin engellenme gücüne sahip olmayı da kapsamaktadır. Bir varlığı mal veya hizmet sunumunda kullanarak, başka varlıkların değerini artırmak, yükümlülükleri yerine getirmek veya giderleri azaltmak, satmak veya takas etmek, bir borca karşılık rehin vererek, varlığı elde tutarak fayda elde edilebilir. Söz konusu faydalar işletmeye nakit akışı sağlamakta veya nakit çıkışlarını azaltmaktadır (TFRS 15, md. 33). Varlığın devrinin zamana yayılı olarak gerçekleştirildiği durumlarda, hasılatın finansal tablolara alınması da zamana yayılı olarak gerçekleştirilmektedir (TFRS 15, md. 35). Varlığın kontrolünün müşteriye devriyle ilgili işletmenin tahsil hakkına sahip olması, müşterinin ödeme yükümlülüğünün bulunması, varlığın yasal mülkiyetinin devredilmesi, varlığın zilyetliğinin devredilmesi, varlığın mülkiyetinden kaynaklanan önemli risk ve getirilerin devredilmesi, varlığın müşteri tarafından kabul edilmesi, dikkate alınabilecek göstergelerdir (TFRS 15, md. 38).

Varlığın devrinin zamana yayılı olarak gerçekleştirildiği durumlarda, hasılatın finansal tablolara alınması, standartta verilen ilerleme ölçüm yöntemlerine göre hesaplanarak gerçekleştirilmektedir (TFRS 15, md. 39).

İşletme bir edim yükümlülüğünü yerine getirdiğinde veya getirdikçe, söz konusu işlem bedelini hasılat olarak finansal tablolara almaktadır (TFRS 15, md. 46). İşlem bedeli, işletmenin mal veya hizmetleri müşteriye devretmenin karşılığında hak etmeyi beklediği bedeldir. Söz konusu bedele, satışta alınan vergiler gibi satış anında 3. kişiler için yapılan tahsilatlar dâhil değildir (TFRS 15, md. 47). İşlem bedeli, indirimler, para iadeleri, geri ödemeler, puanlar, fiyat avantajı, teşvikler, performans primleri, cezalar ve benzeri diğer unsurlar nedeniyle değişebilir. Taahhüt edilen bedel, işletmenin bedeli hak etmesinin gelecekte belirli bir olayın meydana gelmesi veya gelmemesi şartına bağlandığı durumda da değişebilmektedir (TFRS 15, md. 51). İşlem bedelinin değişken olması durumunda, işletme mal veya hizmetlerin devri karşılığında hak edeceği bedeli tahmin ederek belirler (TFRS 15, md. 50). İşletme, müşteriden aldığı bedelin bir kısmını veya tamamını iade etmeyi bekliorsa bunu finansal tablolarda yükümlülük olarak raporlamalıdır (TFRS 15, md. 55).

Ödenecek işlem bedeli, müşteriye veya işletmeye mal veya hizmetlerin devrinin finansmanı için önemli faydalar sağlıyorsa, sözleşme önemli bir finansman bedeli içermektedir ve işlem bedeli paranın zaman değerine uygun olarak düzeltilmelidir (TFRS 15, md. 60). Söz konusu düzeltilmenin amacı, mal veya hizmetlerin devir tarihinde ödenecek işlem bedeli üzerinden hasılatın finansal tablolara yansıtılmasını sağlamaktır (TFRS 15, md. 61). Sözleşmenin finansman bileşeni içerip içermediğinin tespitinde taahhüt edilen bedel ile mal veya hizmetlerin devrinde ödenecek peşin bedel arasında fark olmasına ve müşteriye mal ve hizmetlerin devriyle müşterinin ödeme

yaptığı zaman arasındaki sürenin uzunluğu ile ilgili piyasada yaygın faiz oranları dikkate alınır (TFRS 15, md. 61). Bununla birlikte, mal veya hizmet bedeli önceden ödenmiş olmakla birlikte, mal veya hizmetin devir zamanlaması müşterinin belirleyeceği tarihte gerçekleşeceği durumlarda, işlem ücreti önemli bir finansman bileşeni içermemektedir (TFRS 15, md. 62). Ayrıca standartta kolaylaştırıcı bir uygulama olarak devir tarihi ile işlem bedelinin ödenme zamanı arasında 1 yıl veya daha az süre bulunması durumunda, düzeltme yapmama seçeneği sunulmuştur (TFRS 15, Md. 63). İşletme düzeltme işlemi yaparken, müşterisi ile sözleşme başında ayrı bir finansman işlemi yapılmış olması durumunda bu işlemde kullanılacak iskonto oranını kullanacaktır. Ayrıca ödemenin, mal veya hizmetlerin devri anında yapılması durumunda ödenecek işlem bedeline indirgeyen oran da iskonto oranı olarak kullanılabilir (TFRS 15, md. 64). Sözleşme önemli bir finansman bedeli içerdiği durumda, sözleşmeye konu mal veya hizmetlerin devrinden doğan hasılatın ayrı olarak finansman gideri veya finansman geliri raporlanmalıdır. Bununla birlikte sözleşme varlığı veya sözleşme yükümlülüğünün de raporlanması gerekmektedir (TFRS 15, md. 65).

Sözleşmede birden fazla edim yükümlülüğü bulunması durumunda (birden fazla mal veya hizmet), işlem bedelinin edim yükümlülüklerine dağıtılması gerekmektedir (TFRS 15, md. 73). İşletme işlem bedelini edim yükümlülüklerine, sözleşmeye konu mal veya hizmetlerin tek başına satış fiyatlarına göre oransal olarak dağıtım yapacaktır (TFRS 15, md. 76). Tek başına satış fiyatı, söz konusu mal veya hizmetin müşteriye ayrı ayrı satılması durumunda talep edilecek bedeldir (TFRS 15, md. 77). Tek başına satış fiyatı doğrudan gözlemlenebilir olmadığında, işletme söz konusu fiyatı tahmini olarak belirler (TFRS 15, md. 78).

Sözleşmeye konu mal veya hizmetlerin tek başına satış fiyatlarının toplamı, sözleşmede belirlenen işlem tutarından fazla olduğu durumda, müşteri için indirim yapıldığı görülmektedir. İndirimin sözleşmede yer alan mal veya hizmetlerden bir veya birkaçına doğrudan yapıldığı durumların dışında, söz konusu indirimin sözleşmede yer alan edim yükümlülüklerine dağıtımı gerekmektedir. Söz konusu dağıtım, yine tek başına satış fiyatları dikkate alınarak oransal olarak gerçekleştirilecektir (TFRS 15, md. 81).

Müşteriyle sözleşme yapılması için katlanılan ve geri kazanılması beklenen ek maliyetler finansal tablolarda varlık olarak raporlanır (TFRS 15, md. 91). Söz konusu ek maliyetler, sözleşme yapıldığı için ortaya çıkan, sözleşme yapılmadığında katlanılmayacak maliyetlerdir (TFRS 15, md. 92). Sözleşmenin yapılıp yapılmadığına bağlı olmaksızın, sözleşme yapılması için katlanılan maliyetler doğrudan gider olarak raporlanır (TFRS 15, md. 93). Edim yükümlülüğünün yerine getirilmesinin 1 yıl veya daha kısa olduğu durumlarda kolaylaştırıcı bir uygulama olarak aktifleştirilmeksizin, gider yazılmasına olanak sağlanmıştır (TFRS 15, md. 94).

Müşteriyle yapılan sözleşmenin yerine getirilmesi için katlanılan ve başka bir standardın kapsamına giren maliyetler, o standart kapsamında muhasebeleştirilir (TFRS 15, md. 96).

İşletme varlığın devrini gerçekleştirdiğinde müşteri henüz işlem bedelini ödemişse işletme sözleşme varlığını, müşteri işlem bedelini ödemiş olmasına karşılık işletme henüz varlığın devrini gerçekleştirilmemişse işletme sözleşme yükümlülüğünü, finansal tablolarda sunar (TFRS 15, md. 105). Sözleşme yükümlülüğü, işletmenin müşteriden aldığı bedel karşılığında mal veya hizmetleri devretme yükümlülüğüdür (TFRS 15, md. 106).

İşletme, finansal tablolarda müşterilerle yapılan sözleşmelerden doğan hasılatın ve nakit akışlarının niteliğini, tutarını, zamanlamasını ve belirsizliğini finansal tablo kullanıcılarının anlamalarını mümkün kılacak yeterlilikte bilgiyi açıklaması gerekmektedir (TFRS 15, md. 110). Bu kapsamda, sözleşme varlıklarının ve yükümlülüklerinin açılış ve kapanış bakiyeleri, dönem başına sözleşme yükümlülüklerinde raporlanan tutarların dönem içinde hasılat aktarılan kısımlarını açıklamalarda raporlar (TFRS 15; md. 116). Ayrıca sözleşmeden kaynaklanan edim yükümlülükleriyle ilgili bilgileri açıklar (TFRS 15, md. 119). Kolaylaştırıcı uygulamalardan yararlanan işletmeler de söz konusu hususu açıklarlar (TFRS 15, md. 129).

Ürünle ilgili sunulan garantiler, TMS 37 Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar Standardı kapsamında muhasebeleştirilir (TFRS 15, md. 30).

İşletmeler bazı sözleşmelerde ilave mal veya hizmetlerin satışı için müşteriye opsiyon sunabilir. Bu opsiyon, müşteriye sözleşme yapmadan elde edemeyeceği önemli bir hak sağlıyorsa, işletme açısından bir edim

yükümlülüğü ortaya çıkar. Söz konusu müşteri opsiyonu elde etmek için işletmeye peşin bir ödeme yapar ve işletme söz konusu opsiyon kullanıldığında veya sona erdiğinde hasılatı finansal tablolara alır (TFRS 15, md. 40).

Müşteriler işletmeye yaptıkları iadesiz ön ödemelerle, işletmeden belirli mal veya hizmetleri satın alma hakkı elde ederler. Bazı durumlarda müşteriler elde ettikleri hakkın tamamını kullanmazlar. Söz konusu durum eksik talep olarak ifade edilir (TFRS 15, md. 45). İşletme bir sözleşmede eksik talep tutarının ortaya çıkmasını bekliyorsa, müşterilerin talep oranına göre bunu tespit ederek hasılat olarak finansal tablolara alır. Sözleşmede eksik talep tutarının ortaya çıkmasını beklemiyorsa, müşterinin bu hakkı kullanma ihtimali azaldığında söz konusu tutarı hasılat olarak finansal tablolara alır (TFRS 15, md. 46).

TFRS 15 Müşteri sözleşmelerinden hasılat standardı uyarınca ödüle dayalı kitle fonlaması örneklerle açıklanmıştır.

Örnek 1: Bisiklet kullanımını güvenli hale getirci ürünler geliştiren bir işletme, ihtiyaç duyduğu fonları elde edebilmek için ödüle dayalı kitle fonlaması kampanyası başlatmıştır. Kampanya kapsamında destekçilere (müşterilere) farklı alternatifler sunulmuştur. Buna göre 50 TL destekte bulunanların adı kampanya sayfasında ilan edilecek ve destekçilere teşekkür belgesi gönderilecektir. 100 TL destekte bulunanlara bisiklet ışıklandırma seti, 200 TL destekte bulunanlara bisiklet kaskı gönderilecektir. Ürünlerin üretimi tamamlanmış olup, müşterilere anında gönderilecektir. İşletme kitle fonlaması platformuna satılan ürünler üzerinden %10 komisyon ödemektedir. Platform komisyon bedelini düşükten sonra kalan parayı işletmenin hesabına göndermektedir. Ayrıca gönderilen her ürün için 5 TL kargo bedeli ödenmektedir.

Örnek olayda işletme belirli bir fonlama hedefi koymaksızın, ürettiği ürünleri kitle fonlaması platformu üzerinden satışa sunmuştur. İşletmenin ürünleri satış hazır durumda olup, kitle fonlaması platformu tarafından aktarılan bilgilere göre ürünlerin satışını gerçekleştirecek ve bedelini kitle fonlaması platformundan tahsil edecektir. Söz konusu yöntem işletmelerin ürünlerini elektronik ticaret sitesi üzerinden ürünlerine satmasına benzemektedir. Kitle fonlaması sitesini kullanmasının faydası söz konusu platformun ürünle ilgili ayrı bir farkındalık yaratmasıdır.

Buna göre söz konusu örnekte işletmeye teşekkür belgesi için katkı sunulduğunda elde ettiği 50 TL'lik bedeli, ışıklandırma seti sattığında elde ettiği 100 TL'yi, kask satıldığında elde ettiği 200 TL'yi hasılatla yansıtacak, platformun kestiği komisyonu ve ödediği kargo ücretini pazarlama gideri olarak gösterecektir.

Örnek 2: Çocuklar için zeka geliştirici oyuncaklar üreten bir işletme, ödüle dayalı kitle fonlaması kampanyası başlatmıştır. Söz konusu kampanya kapsamında 100 TL katkıda bulunan destekçilere yaratıcı yap-boz seti gönderilecektir. Kampanyanın toplam hedefi 100.000 TL (1.000 adet) olup kampanya süresi 45 gündür. Belirlenen süre içerisinde hedefe ulaşamadığı takdirde toplanan fonlar iade edilecektir. Kampanya boyunca fonlar platformda toplanacak, kampanya hedefe ulaştığında işletmeye aktarılacak, işletme de ürünlerin gönderimini gerçekleştirecektir. İşletme kampanyanın yayımlanması için 5.000 TL ücret ödemiş olup, bunun haricinde ilave bir ödeme yapılmayacaktır.

Örnek olayda öncelikle işletmenin platforma ödediği 5.000 TL, ürettiği malın satışı ile ilgili olduğu için pazarlama giderlerinde muhasebeleştirilecektir. Ardından kampanyanın başarılı olması durumunda toplanan fonlar işletmeye aktarılacak, işletmede ürünlerin teslimatını gerçekleştirerek, elde ettiği tutarı hasılat olarak muhasebeleştirilecektir. Kampanyanın başarısız olması durumunda ise toplanan fonlar işletmeye ulaşmayacak, platform tarafından katkı sağlayanlara iade edilecektir.

Örnek 3: Güneş enerjisi ile çalışan taşınabilir şarj aletleri geliştiren bir işletme, ödüle dayalı kitle fonlaması kampanyası başlatmıştır. Kampanya kapsamında tanesi 100 TL'den 1.000 adet ürün satışa sunulmuştur. Ürünlerin teslimatı 30 Haziran 2023 tarihinde gerçekleştirilecektir. Söz konusu tarihte ürünün perakende satışına da başlanacaktır. Ürünün gelecekteki perakende satış fiyatı henüz belirlenmemiştir. Güncel piyasada işletme aylık %2 bileşik faiz oranı ile ticari kredi kullanabilmektedir. 1 Ocak 2022 tarihinde işletmenin kampanyası hedeflenen fonlama tutarına ulaşmış, toplanan fonlar işletmenin hesabına aktarılmıştır.

Örnek olayda işletme ürünün prototipini geliştirmiş henüz seri üretime geçmemiştir. Toplanan fonlar işletmeye 1 Ocak 2022 tarihinde aktarılmış, ürünlerin teslimatı ise bir buçuk yıl sonra 30 Haziran 2023'de gerçekleşmektedir. Bu durumda işletmenin topladığı fonlar önemli bir finansman unsuru içermektedir. İşletme toplanan fonları

sözleşme yükümlülüğü olarak muhasebeleştirilecek, teslimat gerçekleşinceye kadar finansman gideri kaydedilecektir. Söz konusu hesaplama işletmenin durumunu en iyi yansıtan güncel piyasa faiz oranı üzerinden yapılacaktır. Buna göre finansal raporların 3 aylık dönemler halinde hesaplandığı durumda, raporlama dönemleri sonunda yükümlülüğün tutarı ve dönemsel finansman giderleri aşağıdaki gibi olacaktır.

Tablo 1. Yükümlülük ve Finansman Giderleri

Tarih	Yükümlülük Tutarı	Dönemsel Finansman Gideri
1/1/2022	100.000 TL	-
31/3/2022	106.120,80 TL	6.120,80 TL
30/06/2022	112.616,24 TL	6.495,44 TL
30/09/2022	119.509,25 TL	6.893,01 TL
31/12/2022	126.824,17 TL	7.314,92 TL
31/03/2023	134.586,83 TL	7.762,66 TL
30/06/2023	142.824,62 TL	8.237,79 TL

Buna göre işletme ilk başta tarafına aktarılan 100.000 TL'yi sözleşme yükümlülüğü olarak raporlayacak ve aylık yüzde 2 bileşik faiz ile finansman gideri kaydedecektir. Her raporlama dönemi sonunda ortaya çıkan finansman giderleri eklendiğinde yükümlülük tutarı 30/06/2023 tarihinde ürünler teslim edildiğinde 142.824,62 TL'ye ulaşacaktır. Ürünlerin teslimiyle birlikte söz konusu tutar hasıllata aktarılacaktır. Böylece aylık %2 bileşik faiz sonucunda işletmenin sözleşme yükümlülüğü 142.824,62 TL'ye ulaşacaktır. İşletme bu tarihte yükümlülüğünü yerine getirerek ürünleri teslim ettiğinde söz konusu tutar hasıllata aktarılacaktır. Buna göre işletmenin sözleşmesinin içerdiği önemli finansman bileşeninden doğan finansman giderleri dönemler itibariyle finansman gideri olarak kaydedilmiş, ürünün teslimatı gerçekleştiğinde de ilgili tutar hasıllata aktarılmış olacaktır.

Örnek 4: COVID 19 salgını nedeniyle ekonomik sıkıntılar yaşayan bir futbol kulübü kitle fonlaması kampanyası başlatmıştır. Söz konusu kampanya kapsamında 100 TL katkı sağlayanlara kulüp forması gönderilmektedir. 200 TL katkı sağlayanlara ise kulüp forması ve maçlar seyircili oynanmaya başladığında satışa sunulacak kombine biletler için %5 indirimle satın alma önceliği sunulmaktadır. Kampanya sonucunda 1.000 taraftar yalnızca forma satın almış, 1.000 taraftar hem forma hem de kombine bilet önceliğini satın almıştır. 1 Haziran 2022 tarihi itibariyle kampanya sona ermiş, formalar taraftarlara gönderilmiştir. Kombine bilet opsiyonunun kullanılması için taraftarlara 5 Temmuz 2022 tarihine kadar süre verilmiştir. 30 Haziran 2022 tarihi itibariyle 750 taraftar indirimli kombine bilet hakkını kullanmıştır. Temmuz ayında opsiyonunu kullanan olmamıştır. İşletme 3 aylık dönemlerde finansal raporları hazırlamaktadır.

Buna göre kampanya kapsamında işletme taraftarlarına iki farklı alternatif sunmaktadır. Birinci kampanyada doğrudan bir ürün satışı gerçekleştirmekte, ikinci kampanyada müşterilerin gelecekte kullanabileceği ilave bir hizmet sunmaktadır. Taraftarlara bir sezon boyunca maçları izleme hakkı veren kombine biletler sınırlı sayıda satışa sunulduğu için bu konuda tanınan indirimli satın alma önceliği taraftarlara önemli bir imkan sağlamaktadır. Buna göre satılan formalar hemen teslim edildiği için doğrudan hasıllata alınacak, kombine bilet opsiyonu ise işletme için yükümlülük olarak raporlanacaktır. Opsiyonlar kullanıldığında veya süresi dolduğunda hasıllata alınacaktır.

İşletme birinci kampanya kapsamında 100 TL'den 1.000 adet forma satmış ve 100.000 TL elde etmiştir. İkinci kampanya kapsamında 200 TL'den 1.000 adet forma ve opsiyon satarak 200.000 TL elde etmiştir. İkinci kampanyadan elde edilen tutar hem forma bedeli hem de opsiyonu içerdiğinden ayrıştırılması gerekmektedir. Formanın tek başına satış fiyatı bilindiği, opsiyonun tek başına satış fiyatı bulunmadığı için ikinci kampanyanın 100 TL forma bedeli, 100 TL opsiyon olarak fiyatlandırıldığının kabul edilmesi uygun olacaktır. Opsiyonlar henüz kullanılmadığı için işletme açısından yükümlülük olarak muhasebeleştirilmesi gerekmektedir. 30 Haziran 2022 itibariyle 750 adet opsiyonun kullanıldığı tespit edildiğinde ilgili döneme ait tutar yükümlülüklerden hasıllata aktarılacaktır.

1.000 adet opsiyonun 750 adedi (%75) kullanıldığı için yükümlülük olarak kaydedilen 100.000 TL'nin 75.000 TL'si hasıllata aktarılacaktır. Kombine bilet satışı normal bir satış işlemi olarak ayrıca muhasebeleştirilecektir.

Verilen örnek olayda 5 Temmuz 2022 itibariyle 250 opsiyon kullanılmamıştır. Bununla birlikte kullanılma süreleri de dolduğu için bunlara ait tutar olan 25.000 TL'nin de hasıllata aktarılması gerekmektedir.

Böylece işletme, bedelini tahsil ettiği ve teslimatını gerçekleştirdiği formalara ait tutarı anında hasıllata almakta, ilave olarak tahsil ettiği kombine bilet satışına ilişkin opsiyon tutarlarını ise ayrı olarak yükümlülüklerde raporlamakta, kullanıldığında veya süresi dolduğunda ise hasıllata aktarmaktadır. Örnekte, opsiyonun satılması ve kullanılması veya süresinin dolması arasında geçen süre bir yıldan kısa olduğu için önemli bir finansman bileşeni olmadığı varsayılmıştır. Önemli bir finansman bileşeni olduğu kabul edilmesi durumunda, yukarıdaki örnekte olduğu üzere opsiyonlar için tahsil edilen tutarlara finansman gideri kaydedilmesi gerekmektedir.

Örnek 5: Bir çevrimiçi oyun platformu kitle fonlaması kampanyası başlatmıştır. Kampanya kapsamında 1.200 TL karşılığında 10.000 adet yıllık üyelik satışa sunulmuştur. 1 Temmuz 2022 tarihi itibariyle kampanya sona ermiş, hedeflenen fonlama tutarına ulaşılmış ve platform %5 komisyonunu kestikten sonra fonlar işletmenin hesabına aktarılmıştır. 1 Ekim 2022 tarihinde platform faaliyete geçmiş ve katkı sağlayanların üyelikleri aktif edilmiştir.

Kampanya kapsamında 1 Temmuz 2022 itibariyle işletmenin kampanyası için 12.000.000 TL toplanmış olacaktır. Toplanan 12.000.000 TL'nin 600.000 TL'si kitle fonlaması platformuna komisyon olarak ödenecektir. Söz konusu komisyon ürün satışı ile ilgili olduğu için pazarlama gideri olarak muhasebeleştirilecektir. Toplanan fonlar, işletmenin gelecekte müşterilerine hizmet sunma yükümlülüğü getirmektedir. Projeye katkı sağlayan müşterilere 1 yıl boyunca platforma erişim hakkı sağlanacaktır. Buna göre söz konusu tutar kısa vadeli bir sözleşme yükümlülüğü olarak muhasebeleştirilecek, müşteri platformdan süre boyunca yararlandıkça hasıllata alınacaktır.

1 Ekim 2022 tarihinde platform faaliyete geçmiş, müşteriler için aktif hale getirilmiştir. İşletme yükümlülüğünü belirli bir süre boyunca müşterilerine platforma erişim hakkı vererek yerine getirmektedir. Buna göre finansal raporların 3 aylık dönemler halinde düzenlendiği varsayımında toplam 12.000.000 TL'lik sözleşme yükümlülüğü, söz konusu dönemlere isabet eden 3.000.000 TL'lik tutarlar halinde 3'er aylık 4 dönem için parçalar halinde hasıllata aktarılacaktır. Böylece toplanan fonlar raporlama dönemleri boyunca, işletme müşterilerine sözleşme gereği ortaya çıkan sözleşme yükümlülüğünü yerine getirdikçe hasıllata aktarılmış olacaktır.

Görüldüğü üzere ödüle dayalı kitle fonlamasında işletme bir mal veya hizmet satışı gerçekleştirmektedir. Bazı durumlarda ürünün satışı hemen gerçekleştirilmekte, bazı durumlarda ise teslimat gelecekte yapılmaktadır. Bazılarında teslimat belirli bir anda gerçekleşmekte, bazılarında ise zamana yayılı olarak gerçekleşmektedir. Ürünün bedelinin tahsili ile teslimatı arasında önemli bir süre farkı olması durumunda ise ortaya çıkan yükümlülük için finansman gideri raporlanmaktadır. Her durumda ürünle ilgili bedel peşin olarak tahsil edilmektedir. Ürünün teslimi hemen yapıldığında doğrudan hasıllat olarak kayda alınmaktadır. Teslimatın gelecekte gerçekleşeceği durumda sözleşme yükümlülüğü raporlanmaktadır. Yükümlülük zamana yayılı olarak gerçekleştiğinde dönemsel olarak hasıllata aktarılmaktadır. Yükümlülük finansman bileşeni içerdiğinde yine finansman gideri dönemsel olarak yansıtılmaktadır. Müşteriye ilave bir mal veya hizmet içeren opsiyon satıldığında ise opsiyon kullanılabileceği veya süresi dolana kadar yükümlülüklerde raporlanmakta, kullanıldığında veya süresi dolduğunda ise hasıllata alınmaktadır.

4. SONUÇ

2008 küresel finans krizi finansal sistemin aracısızlaşma sürecinde önemli bir milat olarak kabul edilmektedir. Indiegogo, Kickstarter, Gofundme gibi kitle fonlaması platformlarının ve ilk kripto varlık Bitcoin'in söz konusu dönemde ortaya çıkışı bu görüşe önemli bir kanıt olarak gösterilebilmektedir. Söz konusu kitle fonlaması platformları, işletmelerin ihtiyaç duydukları fonlara geleneksel finans kurumlarının aracılığı olmaksızın ulaşmalarını sağlamaktadır. Devrimsel bir yenilik olan Bitcoin ise blokzincir sistemi üzerinde kullanıcılara aracısız değer transferi imkânı sağlamaktadır. Aracısız finansal piyasa sayesinde hem fon talep edenler hem de fon arz edenler aracılık maliyetlerine katlanmamakta, çevrimiçi ortamda daha az yasal düzenlemeye maruz kalarak doğrudan bir araya gelmektedir. Bu şekilde fon talep edenler daha düşük maliyetle daha hızlı şekilde ihtiyaç

duydıkları fonlara erişmekte, fon arz edenler ise kabul ettikleri risk seviyesine uygun şekilde daha yüksek getiri elde etmektedir.

Finansal piyasanın aracısızlaştırılmasında kitle fonlaması ve kripto varlıklarla finansman iki önemli model olarak öne çıkmaktadır. Kitle fonlamasında, fon talep edenler çevrimiçi kitle fonlaması platformları vasıtasıyla finansman ihtiyaçlarını ilan etmekte ve çok sayıda fonlayıcıdan bu ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Söz konusu platformlardan başışa dayalı, ödüle dayalı, borca dayalı ve paya dayalı olmak üzere dört farklı şekilde finansman sağlanmaktadır. Bazı ülkelerde yöntemlerin her biri için ayrı özel yasal düzenlemeler bulunmakla birlikte bazılarında mevcut yasal düzenlemeler kitle fonlaması yöntemlerine uyarlanmaktadır. Örneğin Türkiye’de 2021 yılında yayınlanan Kitle Fonlaması Tebliği ile borca ve paya dayalı kitle fonlaması ile ilgili yasal düzenlemeler yapılmıştır. Başışa ve ödüle dayalı kitle fonlaması yöntemleri için ayrı bir yasal düzenleme yapılmamıştır. Başışa dayalı kitle fonlamasında, fonlayıcılar herhangi bir karşılık beklemeksizin fon talep edenleri finanse etmektedir. Bu yöntemde fon sağlayıcılar başışçı olarak adlandırılmakta, fon talep edenler genellikle ticari bir amaç taşımamaktadır. Ödüle dayalı kitle fonlamasında genellikle üretime hazır hale gelmiş veya üretilmiş bir ürünün satışı gerçekleştirilmektedir. Fon sağlayıcılar sağladıkları fonlara karşılık işletmenin geliştirmiş olduğu mal veya hizmete sahip olmaktadır. Ödüle ve başışa dayalı kitle fonlaması yöntemlerinde fon sağlayıcılar finansal getiri elde etmemektedir. Bu nedenle söz konusu iki yöntem yatırım amaçlı olmayan kitle fonlaması olarak sınıflandırılmaktadır.

Bu çalışmada ödüle dayalı kitle fonlaması modeli bir finansman yöntemi olmasına karşılık özünde bir mal veya hizmet satışına esas olduğundan fon talep eden işletme ile fon sağlayıcı arasında kurulan ilişki, satıcı-müşteri kapsamında ele alınmıştır. Buna göre bu çalışmada verilen örnekler UFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı kapsamında değerlendirilmiştir. Örnekler üzerinde ödüle dayalı kitle fonlaması modeli kapsamında işletmelere sağlanan bedelin hasılatla ne zaman aktarılacağı, mal veya hizmet tesliminin belirli bir anda yapılması, önemli bir finansman bileşenini içermesi, müşteriye ilave bir opsiyon sunulması, sözleşmeden kaynaklanan edim yükümlülüğünün zamana yayılı şekilde gerçekleştirilmesi durumlarına göre UFRS 15 kapsamında incelenmiştir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Etik Onay: Bu makale, insan veya hayvanlar ile ilgili etik onay gerektiren herhangi bir araştırma içermemektedir.

Yazar Katkısı: Turgay Yavuzarslan (%100),

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author declares that there is no conflict of interest.

Funding: The author received no financial support for the research, authorship and/or publication of this article.

Ethical Approval: This article does not contain any studies with human participants or animals performed by the authors.

Author Contributions: Turgay Yavuzarslan (100%)

KAYNAKÇA

- Beaulieu, T., Sarker, S., ve Sarker, S. (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding, *Communications Of The Association For Information Systems*, 37(1), 1-31. doi: 10.17705/1CAIS.03701
- Belleflamme, P., Omrani, N., ve Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms, *Information Economics And Policy*, 33, 11-28. doi: 10.1016/j.infoecopol.2015.08.003
- Block, J. H., Groh, A., Hornuf, L., Vanacker, T., ve Vismara, S. (2021). The entrepreneurial finance markets of the future: a comparison of crowdfunding and initial coin offerings, *Small Business Economics*, 57(2), 865-882. doi:10.1007/s11187-020-00330-2
- Cumming, D., Meoli, M., ve Vismara, S. (2019). Investors’ choices between cash and voting rights: evidence from dual-class equity crowdfunding. *Research Policy*, 48(8), 1-19. doi: 10.1016/j.respol.2019.01.014

-
- European Commission (2018). Inception impact assessment. legislative proposal for an eu framework on crowd and peer to peer finance, Erişim Adresi: <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1166-Legislative-proposal-for-an-EU-framework-on-crowd-and-peer-to-peer-finance>
- Ernst & Young (2019). Global fintech adoption index 2019, Erişim Adresi: https://www.ey.com/en_gl/ey-global-fintech-adoption-index
- Financial Conduct Authority (2018). Loan-based ('peer-to-peer') and investmentbased crowdfunding platforms: feedback on our post-implementation review and proposed changes to the regulatory framework, Erişim Adresi: <https://www.fca.org.uk/publication/consultation/cp18-20.pdf>
- Financial Stability Board (2017). Financial stability implications from fintech. supervisory and regulatory issues that merit authorities attention. Erişim Adresi: <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/R270617.pdf>
- Financial Stability Institute (2020). Policy responses to fintech: a cross-country overview. FSI Insights on Policy Implementation No 23.
- Gerber, E. M., ve Hui, J. (2013). Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), 1-32. doi: 10.1145/2530540
- Havrylchuk, O. (2018). Regulatory framework for the loan-based crowdfunding platforms. OECD Economic Department Working Papers No. 1543. doi:10.4324/9781003220220
- Langley, P., Lewis, S., McFarlane, C., Painter, J., ve Vradis, A. (2020). Crowdfunding cities: social entrepreneurship, speculation and solidarity in berlin. *Geoforum*, 115, 11-20.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Özerhan, Y., ve Sultanoğlu, B. (2021). TFRS 15 müşteri sözleşmelerinden hasılat standardı kapsamında asıl-vekil ilişkisinin değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 21(63), 19-38.
- TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat.
- Vismara, S. (2019). Sustainability İn Equity Crowdfunding, *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 98-106. doi: 10.1016/j.techfore.2018.07.014
- Vulkan, N., Astebro, T., ve Sierra, M. F. (2016). Equity crowdfunding: a new phenomena, *Journal of Business Venturing Insights*, 5, 37-49. doi: 10.1016/j.jbvi.2016.02.001

SUMMARY

Introduction

The rapid changes in information and communication technologies in recent years have significantly affected people's daily lives, consumption and savings preferences, and the working models of businesses in different sectors. Firstly, with the widespread use of the internet and then mobile devices, and the development of revolutionary technologies in the field of data storage and data recording, there have been changes in the preferences for performing transactions and the possibilities of accessing data. These technological developments affect the way traditional financial institutions operate in the financial market, as they affect all sectors, and create alternative competitors. This situation initiates an inevitable transformation process for financial markets with the impact of existing and new participants. At some points, this transformation enables transactions without the need for traditional financial institutions and creates an intermediary-free financial market model. At this point, crowdfunding methods stand out as an important alternative to traditional fundraising methods. In this study, crowdfunding methods, which are divided into two groups as investment-oriented and non-investment-oriented according to the expectations of the investor, are briefly explained. Then, the reward-based crowdfunding method, in which fund providers do not have investment purposes, is evaluated in terms of International Accounting Standards on examples. Since the entities that raise funds in this method have established a customer-entity relationship with the fund providers, the related assessments are made within the scope of TFRS 15 Revenue from Contracts with Customers.

Background

In reward-based crowdfunding transactions, the accounting transactions that need to be made in the process from the provision of funds to the venture until the venture succeeds and offers the goods or services to its customers/fund providers are discussed. At the same time, the possibility that the venture may not be able to provide the good or service is also evaluated. The process in question is discussed in terms of both the accounting transactions of the venture and the accounting transactions that need to be done in case the funder is an enterprise.

Although the model in question is a financing method, it essentially refers to the sale of a good or service. However, the process carries some uncertainties. Here, there is no uncertainty about the collection of the sales price of the product in question, the collection is realized at the beginning of the process and the financing of the enterprise is provided in the reward-based crowdfunding model. Uncertainty arises in relation to the sale of the good or service to be developed by the venture.

In reward-based crowdfunding, a seller-customer relationship is established between the funder and the funder. Therefore, this relationship is taken into account in the evaluation of the accounting transactions of the entity requesting funds. The funds collected by those who provide financing for the initiative are considered as sales income-revenue. In international accounting standards, revenue recognition is regulated by IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. In Turkish Accounting Standards, TFRS 15 with the same name is used.

Purpose

The aim of the study is to explain the accounting transactions that fund raising organizations should make in the reward-based crowdfunding method within the scope of International Accounting Standards.

Method

Qualitative research method was used in the study.

Conclusions

The 2008 global financial crisis is considered an important milestone in the disintermediation process of the financial system. The emergence of crowdfunding platforms such as Indiegogo, Kickstarter, Gofundme and the first crypto asset Bitcoin during this period can be cited as important evidence for this view. These crowdfunding platforms enable businesses to access the funds they need without the intermediation of traditional financial

institutions. Bitcoin, a revolutionary innovation, allows users to transfer value without intermediaries on the blockchain system. Thanks to the intermediary-free financial market, both fund demanders and fund providers do not incur intermediation costs and come together directly in an online environment with fewer legal regulations. In this way, those who demand funds can access the funds they need faster at lower costs, while those who supply funds earn higher returns in line with the level of risk they accept.

Crowdfunding and financing with crypto-assets stand out as two important models in the disintermediation of the financial market. In crowdfunding, fund demanders announce their financing needs through online crowdfunding platforms and meet these needs from a large number of funders. These platforms provide funding in four different ways: donation-based, reward-based, debt-based and equity-based. While some countries have specific legal regulations for each of these methods, in others, existing legal regulations are adapted to crowdfunding methods. For example, in Turkey, the Crowdfunding Communiqué published in 2021 introduced legal regulations on debt-based and equity-based crowdfunding. There is no separate legal regulation for donation-based and reward-based crowdfunding methods. In donation-based crowdfunding, funders finance those who request funds without expecting any return. In this method, funders are referred to as donors and those requesting funds generally do not have a commercial purpose. In reward-based crowdfunding, a product that is ready for production or has already been produced is usually sold. Funders receive the goods or services developed by the business in return for the funds they provide. In reward-based and donation-based crowdfunding methods, funders do not receive financial returns. Therefore, these two methods are classified as non-investment crowdfunding.

In this study, although the reward-based crowdfunding model is a financing method, since it is essentially based on the sale of a good or service, the relationship established between the funder and the funder is considered within the scope of seller-customer. Accordingly, the examples given in this study are evaluated within the scope of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. Within the scope of the reward-based crowdfunding model on the examples, when the consideration provided to the entities within the scope of the reward-based crowdfunding model will be transferred to revenue is analyzed within the scope of IFRS 15 according to the conditions that the delivery of goods or services is made at a certain time, includes a significant financing component, an additional option is offered to the customer, and the performance obligation arising from the contract is realized over time.