

2018

Sosyal Bilimler Yönetim ve Çevre

Mustafa Fedai ÇAVUŞ - İbrahim DEMİRKALE

AKADEMİSYEN YAYINEVİ BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KİTABI

2018 ◀

Sosyal Bilimler Yönetim ve Çevre

Editörler

Mustafa Fedai ÇAVUŞ
İbrahim DEMİRKALE

akademisyen.com

ONLINE SİPARİŞ



9 786052 580691



AKADEMİSYEN KİTABEVİ

Halk Sokak No: 5/A Sıhhiye-Yenişehir/ANKARA

Tel: 0312 431 16 33 - 0312 432 21 84



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

akademisyenyayinevi

**AKADEMİSYEN YAYINEVİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR KİTABI
2018**

**SOSYAL BİLİMLER
YÖNETİM VE ÇEVRE**

Editörler

**Mustafa Fedai ÇAVUŞ
İbrahim DEMİRKALE**



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

© Copyright 2018

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademişyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-605-258-069-1

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Kitap Adı

Sosyal Bilimler Yönetim ve Çevre

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademişyen Dizgi Ünitesi

Editörler

Mustafa Fedai ÇAVUŞ
İbrahim DEMİRKALE

Yayıncı Sertifika No

25465

Baskı ve Cilt

Bizim Dijital Matbaacılık
ANKARA/2018

GENEL DAĞITIM

Akademişyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Akademisyen Yayınevi yöneticileri, yaklaşık 30 yıllık yayın tecrübesini, kendi tüzel kişiliklerine aktararak uzun zamandan beri, ticarî faaliyetlerini sürdürmektedir. Anılan süre içinde, başta sağlık ve sosyal bilimler, kültürel ve sanatsal konular dahil 750 kitabı yayımlamanın gururu içindedir. Uluslararası yayınevi olmanın alt yapısını tanımlayan Akademisyen, Türkçe ve yabancı dillerde yayın yapmanın yanında, küresel bir marka yaratmanın peşindedir.

Bilimsel ve düşünsel çalışmaların kalıcı belgeleri sayılan kitaplar, bilgi kayıt ortamı olarak yüzlerce yılın tanıklarındır. Matbaanın icadıyla varoluşunu sağlam temellere oturtan kitabın geleceği, her ne kadar yeni buluşların yörüngesine taşınmış olsa da, daha uzun süre hayatımızda yer edineceği muhakkaktır.

Akademisyen Yayınevi, kendi adını taşıyan “**Bilimsel Araştırmalar Kitabı**” serisiyle Türkçe ve İngilizce olarak, uluslararası nitelik ve nicelikte, kitap yayımlama sürecini başlatmış bulunmaktadır. Her yıl Mart ve Eylül aylarında gerçekleşecek olan yayımlama süreci, tematik alt başlıklarla devam edecektir. Yaklaşık 30 kitapla başlayan bu süreci destekleyen tüm hocalarımıza ve arka planda yer alan herkese teşekkür borçluyuz.

Akademisyen Yayınevi A.Ş.

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1	İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevlerinin Değerlendirilmesi: Zincir Otel İşletmesinde Örnek Olay Çalışması	1
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Arzu GÜRDOĞAN</i>	
Bölüm 2	Rekabetçi (İş Yönetim), İşbirlikçi ve İşlevsel (Fonksiyonel) Stratejiler	15
	<i>Dr. Bülent DEMİR</i>	
Bölüm 3	Anayasa-Vergi İlişkinde Tarihsel Perspektiften Bir Bakış ve Çeşitli Ülkelerdeki Güncel Düzenlemeler	29
	<i>Arş. Gör. Ersin YAVUZ</i>	
Bölüm 4	Kurumsal Meşruiyet Aracı Olarak Halkla İlişkiler	43
	<i>Arş. Gör. Dr. Gül Dilek TÜRK</i>	
Bölüm 5	Kitlesel Fonlama ve Türkiye Uygulamalarının Etkinliği	59
	<i>Dr. İbrahim SIRMA</i> <i>Dr. Arif SALDANLI</i>	
Bölüm 6	Tedarik Zinciri Performans Ölçümü	69
	<i>Doç. Dr. Mustafa BEKMEZCİ</i>	
Bölüm 7	Küreselleşme Sonrası Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenmenin Önündeki Engeller: Antalya İli Örneği	81
	<i>Öğr. Gör. Dr. Nilgün KANER KOÇ</i> <i>Öğr. Gör. Nisa EKŞİLİ</i> <i>Öğr. Gör. Didem KUTLU</i>	
Bölüm 8	İşten Ayrılma Niyeti ve Davranışı Üzerinde Etkili Olan Unsurlar	103
	<i>Prof. Dr. Osman YILDIRIM</i>	
Bölüm 9	Algılanan Örgütsel Destek İle İş Performansı İlişkisinde İş Tatmini ve Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Bir Yapısal Eşitlik Modeli	115
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Pelin ŞAHİN YARBAĞ</i>	
Bölüm 10	Finans Piyasası Çalışanlarının Örgütsel Bağlılığı Üzerine Bir Analiz: İstanbul İli Örneği	129
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Senem ALTAN</i>	
Bölüm 11	Dördüncü Sanayi Devrimi'nin Örgütleri: Akıllı Örgütler	145
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Senem ALTAN</i>	
Bölüm 12	Su Kirliliği Sorunsalının Nedenleri ve Tehditlerine Yönelik Değerlendirmeler	159
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Demet CANSARAN</i>	

Bölüm 13	Corine Sınıflandırmasına Göre Bilecik İli Arazi Kullanımının Değişimi (1990-2012)	167
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Zafer BAŞKAYA</i>	
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Taner KILIÇ</i>	
Bölüm 14	Munzur Kaynak Sularının (Ovacık, Tunceli) Hidrografyası	183
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Zeynel ÇILGIN</i>	
Bölüm 15	Ham Petrol Teleost Solungaçlarını Akut Olarak Nasıl Etkiler?	205
	<i>Özlem ÖNEN, Sema İŞİSAĞ ÜÇÜNCÜ</i>	

Bölüm 5

KİTLESEL FONLAMA VE TÜRKİYE UYGULAMALARININ ETKİNLİĞİ

İbrahim SIRMA¹, Arif SALDANLI²

Giriş

21. yüzyılda Dünyadaki gelişmeler göstermektedir ki, ülkelerin siyasi ve ekonomik durumları ne olursa olsun girişimci kültürünü geliştirmeyen toplumların, geleceğe dair umut içinde olmaları pek mümkün değildir. Bütün ülkelerin, girişimcilik kültürünü sistematik olarak geliştirecek devlet politikalarını belirlemeleri zorunluluk halini almıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin kamu otoriteleri politikalarında girişimciliği desteklemeye yönelik irade göstermekle birlikte regülasyonlara bağlı olarak girişimciliği desteklenmeleri süreci olumsuz etkilemekte bu durumda desteklenen projeleri verimsiz kılmaktadır. Bu nedenle proje fonlamada daha efektif kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Konvansiyonel finansal kurumlar üzerinde fonlama süreçleri kolay olmakla birlikte bu kurumların fonlamada çok ağır yeterlilik şartları ileri sürmektedirler. (Ergen, Lou, Bilginoğlu, 2013) Bu durum kuluçka devresindeki girişim ve/veya projelerin klasik finansal kuruluşlardan fon elde etmelerini pek mümkün kılmamaktadır. Girişimlerin fonlanmasında hem kamudaki hem de özel sektördeki bu handikaplar, girişimcileri alternatif finansal kaynak arayışına zorunlu olarak yönlendirmiş bulunmaktadır. Bu alternatif arayışlar uzun süreden beri bulunmaktadır. 19. Yy başında kurulan İrlanda Kredi Fonu ve Bangladeşli Nobel Ödülü sahibi Dr. Muhammad Yunus'un 1983 yılında hayata geçirdiği Grameen Bankası bu arayışlara birer örnek olarak gösterilebilir. (Gösterge, Güz 2014) Günümüzde ise internet teknolojisinin vermiş olduğu imkânlar sayesinde coğrafyadan bağımsız olarak uluslararası düzeyde fon bulmak artık mümkün olabilmektedir. İlgili mecralarda kendini iyi bir şekilde tanıtabilen projeler yeterli desteği olarak başlangıç aşamasını sorunsuz bir şekilde atlatabilmektedirler. Kitlesel Fonlama Platformu olarak tanımlanan bu mecralar, proje sahiplerinin amaçlarını gerçekleştirmede can simidi rolü üstlenmektedir. Kitle fonlamasının en çekici tarafı, bir projeyi veya organizasyonu gerçekleştirmeyi düşünen ancak kendisini kurumsal olarak tanımlayamayan gerçek veya tüzel kişilerin kaynaklara erişimine imkân sağlamasıdır. Dünyada başlangıcı 10 yıl gibi kısa bir süre olmakla birlikte, gelişimi çok hızlı bir şekilde devam etmektedir. Dünyada hızla yaygınlaşan bu platformlardan Türkiye'de de kurumlar gerçekleşmiştir. Türkiye'de kurulan bu platformların etkinliğine bakmak

¹Dr, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, sirma@istanbul.edu.tr

²Dr, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, saldanlı@istanbul.edu.tr

üzere bu çalışma gerçekleştirilmiş, platformlar üzerindeki projelerin yıllara yaygın verileri üzerinde çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Bu platformlar üzerinden hem Dünya’da hem de Türkiye’de yapılan fonlamalara bakıldığında ağırlıklı olarak ticari olmayan sosyal sorumluluk proje ve organizasyonların fonlandığı görülmektedir. Ancak bu çalışmada göstermektedirki ticari ürünlere yönelik projelerin fonlanmasında her geçen yıl hızlı bir ivme kazanmaktadır.

Kitlesele Fonlama Tanımı ve Gelişim Süreci

Kitlesele Fonlama, “crowdfunding” kelimesinin Türkçe karşılığı olarak türetilmiş bir terimdir. Terime ilişkin yapılan tanımlarda farklı ifadeler kullanılsa da özü itibariyle kitlesele fonlama; bir ürün, organizasyon ya da projenin dijital platformlar aracılığı ile tanıtılması ve gerçekleştirilmesi için gerekli olan fonunda doğrudan bu platformlar üzerinden temin edilmeye çalışılmasıdır. Kitlesele fonlama basit anlatımıyla bir ön talep oluşturma ve iş avansı toplama faaliyetidir.

Kitlesele fonlama sistemi esasında bir halka arzdır. Nitekim Sermaye Piyasası Kanun’unda halka arz, genel bir çağrı ve devamında gerçekleşen bir satış olarak tanımlanmıştır. Kitlesele fonlamanın bu niteliği Kanun Koyucu tarafından da öngörüldüğünden, kitlesele fonlamaya ilişkin düzenleme yapma yetkisini Sermaye Piyasası Kuruluna vermiştir. Sermaye Piyasası Kanunu’nda “*Kitle fonlaması: Bir projenin veya girişim şirketinin ihtiyaç duyduğu fonu sağlamak amacıyla Kurul tarafından belirlenen esaslar dâhilinde bu Kanunun yatırımcı tazminine ilişkin hükümlerine tabi olmaksızın kitle fonlama platformları aracılığıyla halktan para toplanması*” olarak tanımlanmıştır.

Kitlesele Fonlama, 2008 finansal krizi sonrası, finansal kuruluşların, riskli gördükleri küçük ölçekli ve/veya başlangıç aşamasındaki projeleri desteklememesi ile ortaya çıkmıştır. Marjinal yapıda olan bağımsız filmler, müzik organizasyonları, online oyun platformları ve sanal para arzı (Initialcoinoffering) gibi alternatif finans kaynağı arayışında olan projeler internet üzerinden kitlelere ulaşarak projelerine destek arayışına girmişlerdir. Projelerin buradaki kaynak arayışlarında elde ettikleri başarı, kitlesele fonlamayı alternatif finansman kaynakları arasına katmıştır. Kiva (2005), IndieGoGo (2008), Kickstarter (2009), GoFundMe (2010), Microventures (2010), ve YouCaring (2011) dünyadaki ilk kitlesele fonlama platformlarıdır. Platformlar içerisinde öne çıkan IndieGoGo önce kurulmakla birlikte, bu platform daha çok organizasyon ve sosyal projeleri desteklemek amaçlı kurulmuştur. Kickstarter ise ürün bazlı olarak ortaya çıkmış ve bugün itibariyle dünyanın önde gelen kitlesele fonlama platformlarının başında gelmektedir.

Kitlesele Fonlamanın Unsurları

Kitlesele Fonlama bir doğrudan fonlama sistemidir. Sistemin üç temel unsuru bulunmaktadır. Bunlar İhraççı (Proje veya Ürün sahibi), Yatırımcı (Projeyi fonlayanlar) ve dijital platform (Kitlesele fonlama platformu).

Proje veya Ürün Sahibi: Kitle fonlaması sadece kar amaçlı çalışmaların fonlaması için oluşturulan bir yapı olmadığından dolayı proje sahibinin bir girişimci olması şart değildir. Bir sosyal sorumluluk projesi, organizyon, film veya müzik kli-

binin çekimi kitle fonlamasının konusu olabilmektedir. Bu durumda proje sahibinin girişimci veya sermaye piyasası mevzuatında yapılan tanımla ihraççı olmaması sebebiyle fon talebine ilişkin olarak belirli yeterliliklere (Anonim şirket olması, rehinli pay olmaması vb.) sahip olması zorunlu değildir. Proje sahibinin yapması gereken ürünün tanıtımını destek alabilecek şekilde platform üzerinden yapmasıdır. Proje sahibinin ürünü platform üzerinden tanıtıma geçildikten sonra ne kadar süre ile ne kadarlık bir fon gerektiği ve her bir katılımcıdan ne kadarlık destek (ürün birim bedeli ve organizasyon katılım bedeli) beklendiği açıklanmalıdır. Proje sahibinin yapması gerekenler bununla sınırlı değildir. Projesinin yeterli destek görmesi için platform dışında ayrıca tanıtımlar yapması gerekir.

Projeyi Fonlayanlar: İsminden de anlaşıldığı gibi kitlesel fonlama kavramı, toplum tarafından bir çalışmaya maddi destek verilmesidir. Projeyi fonlayanlar, projenin niteliğine göre bir getiri beklentisi ile yatırım amaçlı olarak destekleyeceği gibi, sosyal amaçlı olarak bir maddi getiri beklentisi olmadan farklı gerekçelerle projeleri destekleyebilir.

Kitlesel fonlama platformu: Dijital platformlar, insanlık tarihinin gördüğüm en önemli gelişmelerden biridir. İnsanların günlük hayatının merkezinde yer almaktadır. Ve her geçen gün etkinliğini daha da arttırmaktadır. Kitlesel fonlama platformları da bu nitelikte bir ürün veya projeyi destek verenleri, proje sahipleri ile buluşturarak, ürün ve projelerin oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Platformların temel işleyişi, destek bekleyen bir ürün ya da projenin platformda tanıtımının yapılıdır. Fon sahipleri önerilen projelerden desteklemeye uygun gördüklerini destekler. Platformların alt yapıları doğrultusunda ödemeler; farklı ödeme araçları (kredi kartı, sanal kart, EFT, paypal vb.) veya farklı finansal varlıklar (sanal para, döviz, kıymetli maden vb.) ile yapılabilir. Platform yöneticileri ödemelerden % 5 civarında hizmet bedeli kesmektedirler. Bazı platformlar, projeler yeterli desteği görmezse toplanan fonları herhangi bir kesinti yapılmadan katılımcılara iade edebilmektedir.

Kitlesel Fonlama Türleri

Temelde üç tür fonlama yapılmaktadır. Ürün (reward-based) bazlı, hisse bazlı (equity) ve borç verme (debt-based) esaslı.

Ürün Bazlı Kitlesel Fonlama

Kitlesel fonlama türleri içinde en yaygın kullanılan, platform ve proje adedi en fazla olan türdür. Bu fonlama türü, literatürde İngilizce karşılığına denk gelecek şekilde "hediye" bazlı diye tanımlanmaktadır. Bunun gerekçesi olarak proje sahiplerinin, fonlayanlara karşı bir yükümlülük içinde olmadıklarından dolayı böyle tanımlanmıştır. (İzmirli ata 2018) Ancak projeyi destekleyenler bağışta bulunmadığı takdirde projenin çıktısı karşılık olarak kendilerine verilir. Bu nedenle ürün bazlı kitlesel fonlama olarak tanımlamak daha doğru olacaktır.

Bu fonlama türünde proje sahibinin ürün veya projesi platform üzerinden yeterli desteği (platform üzerinde önceden belirlenen) gördüğü takdirde , projeyi fonlayanlara yaptıkları ödeme karşılığında ürün teslim edilir, bu tür projelerde talep edilen fon miktarı düşük olduğundan, gerçekleşen projeler göreceli olarak diğerlerine göre daha fazladır.

Hisse bazlı Kitle Fonlama

Hisse bazlı kitle fonlama crowdfunding olarak da tanımlanmaktadır. (Fettahoğlu, Khusayan, 2017) Yeni girişim sahipleri, projelerine ortak olacakları kitlesel fonlama platformu üzerinden de arayabilmektedir. Başlangıç sermayesi için kullanılan bu sistem dâhilinde ise projeye finansal destek sağlayan yatırımcılar, proje ortağı olmakta faaliyet dönemi sonunda bir getiri beklentisi içinde olmaktadır. Bu tarz projelerden beklenen fon, ölçek olarak ürün bazlı projelerden daha büyük olmaktadır. Diğer kitlesel fonlama uygulamalarında olduğu gibi burada da öncelikli olarak hedeflenen fonun yeterli düzeyde olması şarttır. Yeterli düzeye ulaşamayan projelerde destekçilere fonları geri ödenir. Proje destekçisinin (yatırımcı) bu tarz projelerden beklentisi, şirket yeterli karlı düzeye geldiğinde elindeki hisseleri başka yatırımcılara belli bir değer üzerinden satmaktır. Bu tarz kitlesel fonlama uygulamaları düzenlemeye tabidir. Türkiye’de de Sermaye Piyasası Kanunu ile Sermaye piyasası Kurulu’na bu konuda yetki verilmiş ancak ikincil düzenlemeler henüz yapılmamıştır.

Borçlanma Bazlı Kitlesel Fonlama

Bu fonlama türü platformlar üzerinde borç alma-verme faaliyetlerini kapsar. Platform üzerinden proje sahipleri, hedeflenen fonu, belirlenen faiz ve vade koşulları çerçevesinde, belirlenen bir süre içerisinde potansiyel yatırımcılardan borçlanmayı hedefler. Sistemin en büyük avantajı borçlanmada bir aracı finansal kuruluşun kullanılmaması ve buna bağlı olarak borçlanma maliyetlerin daha düşük olmasıdır. Borçlanma bazlı kitlesel fonlamanın güvenli olarak işleminde, girişimcinin projesini platforma teminat olarak vermesi önemli bir uygulamadır. Borcun vadesi boyunca işletme hakkı proje sahibinde olmakla birlikte projenin mülkiyeti kendisine verilmemektedir.

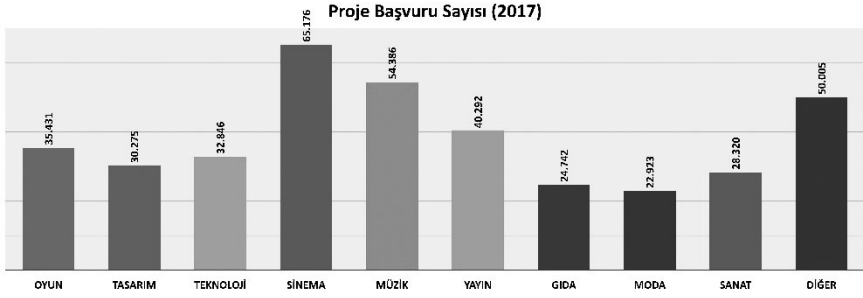
Dünya’da Kitlesel Fonlama Uygulamaları

Dünyada alternatif finansman yöntemi olarak ortaya çıkan kitlesel fonlama, küçük ölçekli olarak çıkmasına rağmen gösterdiği istikrarlı büyüme performansı ve toplumun her türlü ihtiyacına cevap verecek nitelikte olmasıyla her geçen gün tanınırlığı ve kullanımı artan bir olgu haline gelmiştir. Dünya ölçeğinde yıllara yaygın olarak hem platform sayısında hem de platformlarda gösterime giren proje sayısında ve projelere sağlanan fon miktarındaki artış, sistemin ciddi bir potansiyeli barındırdığını ortaya koymaktadır.

Global ölçekte kitle fonlama uygulamalarına ilişkin olarak sağlıklı veri seti 2011 yılı sonrasında elde edilmeye başlanmıştır. OECD raporuna göre 2011 yılında küresel

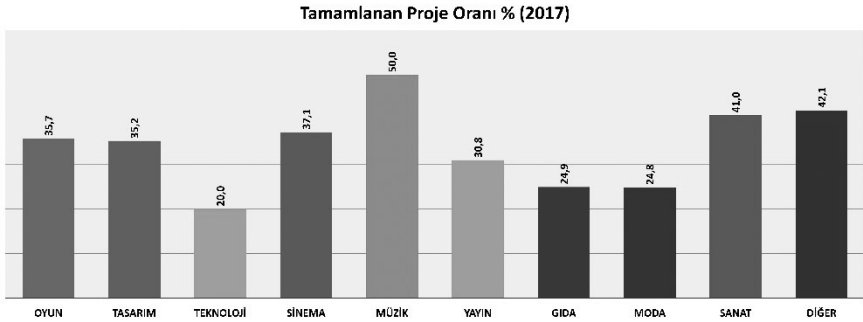
ölçekte kitle fonlama platformları üzerinden toplanan fon miktarı 1 milyar 56 milyon \$ iken 2013 yılında bu rakam 3 milyar 840 milyon \$'a çıkmıştır. (OECD, 2015, Wikipedia)

Statista.com yaptığı bir çalışmaya göre 2017 yılında 14 milyar 560 milyon \$ değerinde olan kitlesel fonlama platformlarından toplanan fonun büyüklüğü 2022 yılında 57 milyar \$'a çıkacağı tahmin edilmektedir.



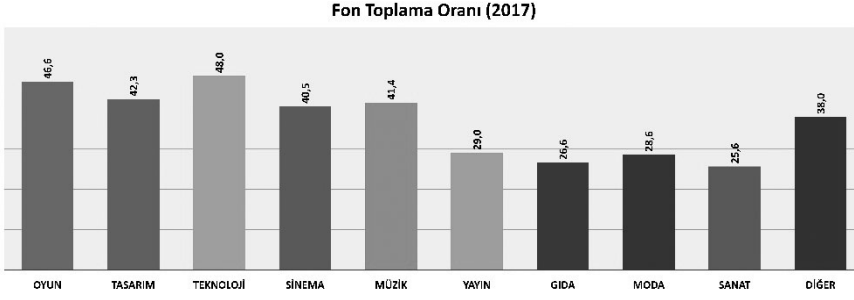
Grafik 1. Alan Bazlı Proje Başvuru Sayıları (Statista,2017)

2017 yılı itibari ile Kitlesel Fonlama alanında hizmet veren başlıca platformlar olan Kickstarter, Indiegogo, Crunchbase ve Wired.com verileri kullanarak Statista tarafından hazırlanan "Digital Market Outlook" isimli raporda yer alan veriler dikkate alınarak Grafik 1, Grafik2, Grafik 3 ve Grafik 4 oluşturulmuştur. Grafik 1 de yer alan veriler incelendiğinde 2017 yılında ilgili platformlar üzerinden gerçekleştirilen 384.396 başvurunun yaklaşık %16 lık kısmının Sinema, yaklaşık %14 lük kısmının ise Müzik ile ilgili projelerden oluştuğu görülmektedir.



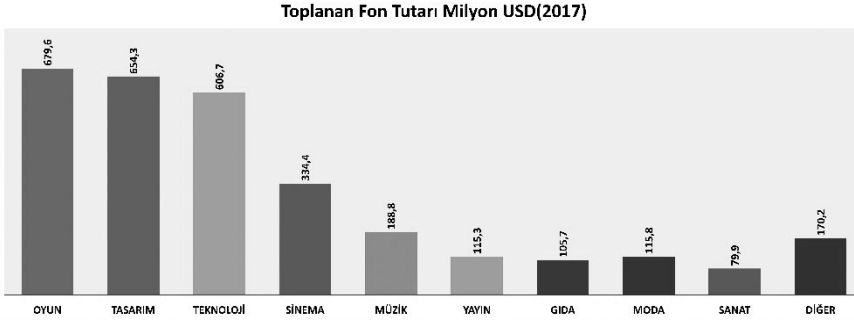
Grafik 2. Proje Tamamlanma Oranları (Statista,2017)

Grafik 2 de yer alan verilerde ise farklı alanlardaki projelerin tamamlanma oranı yer almaktadır. İlgiliplatformlarda ortalama proje tamamlanma oranı yaklaşık % 34 düzeyinde gerçekleşirken, Müzik alanındaki projeler % 50 gibi oldukça başarılı bir tamamlanma oranına sahip bulunmaktadır. Ayrıca Sanat alanındaki projeler %41 ve Sinema alanındaki projeler %37,1 ile yüksek başarı oranına sahip diğer alanlar olarak öne çıkmaktadırlar.



Grafik 3. Fon Toplama Oranları (Statista,2017)

Grafik 3 te yer alan veriler teknoloji ve oyun alanındaki projelerin talep edilen fon tutarına oranla en yüksek fon toplama başarısına sahip olduklarını göstermektedir.



Grafik 4. Toplanan Fon Tutarı (Statista,2017)

Grafik 4 verileri incelendiğinde Oyun projelerinin yaklaşık 680 milyon dolar; Tasarım projelerinin ise 654 milyon dolar tutarında fon topladığı görülmektedir. Bu rakamlar proje tamamlanma oranı en yüksek olarak gerçekleşen müzik ve sanat alanındaki projelerin topladığı fonlara kıyasla oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Statista tarafından hazırlanan 2017 rapora göre 14.6 milyar \$'lık kitlesel fonlamanın, 6,58 milyar \$'lık kısmı Çin'de gerçekleşmiştir. Bu fonlamanın 4.92 milyar \$ kısmı ürün bazlı, 1.66 milyarlık kısmı ise hisse bazlı kitlesel fonlamadır. 2017 yılında ABD'de ise 2.60 milyar \$'lık fonlama gerçekleşirken Avrupa'da 1,91 milyar \$'lık fonlama gerçekleşmiştir. Ayrıca ABD'de 2017 başarı ile tamamlanmış proje sayısı ürün bazlı kitle fonlamasında 177 bin adet iken hisse bazlı kitle fonlaması 4 bin 300 adet olmuştur.

Raporda dünyanın en büyük kitle fonlaması platformu kickstarter'a ayrı bir başlık açılmıştır. Kurulduğu 2009 yılından bu güne 136.794 proje başarı ile tamamlanmış, bu projeler için 3. 448 milyar \$ toplanmış ve bu projeleri destekleyen kişi sayısı 14 milyon 30 bin kişi olmuştur. Kickstarter'de desteklenen proje türleri içerisinde % 49.45'lik oranla müzik organizasyonları alırken, sitede paylaşılan en fazla proje

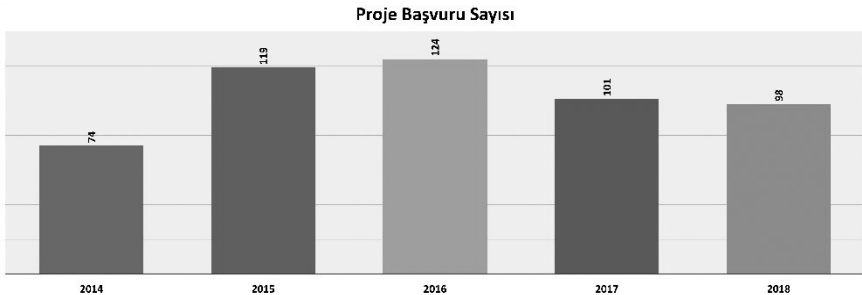
sayısı 65 bin 176 proje ile Film ve Video çekimlerinin desteklenmesi talep edilmiştir. Rakamsal olarak da 679 milyonluk destekle Dijital Oyun projeleri destek bulmuştur. Ürün olarak en çok desteklenen ürün 2015 yılında tanıtıma çıkarılan ve 20.3 milyon \$ destek alan “Pebble Time” isimli akıllı saattir. Bu projeyi 2014 yılında tanıtıma çıkarılan ve 13.3 milyon \$ destek alan “Coolest Cooler” adlı taşınabilir soğutucu takip etmektedir.

Türkiye’de Kitlesele Fonlama ve Uygulaması

Türkiye’de kitlesele Fonlama uygulamaları, henüz kuluçka devresindedir. Dünya da çok hızlı gelişmesine rağmen bizde istenilen düzeye ulaşmamıştır. Bunun temel nedeni kitlesele fonlamanın hem kavram olarak hem de içerik olarak Türkiye’de tam olarak bilinmemesidir. Varolanların tamamı ürün bazlı kitlesele fonlama platformudur. Henüz hisse ve borçlanma bazlı bir platform Türkiye’de bulunmamaktadır. Çünkü ürün bazlı platformlarda, proje sahipleri ve destekçileri birbirlerine karşı finansal bir yükümlülük içinde olmadığından yasal olarak bu türdeki fonlamanın önünde engel bulunmamaktadır. Hisse bazlı ve Borçlanma esaslı kitlesele fonlama uygulamalarına ilişkin düzenleme yapma yetkisi kanun ile sermaye piyasası kuruluna verilmiş olmasına rağmen uygulamaya yönelik bir düzenleme henüz yapılmamıştır.

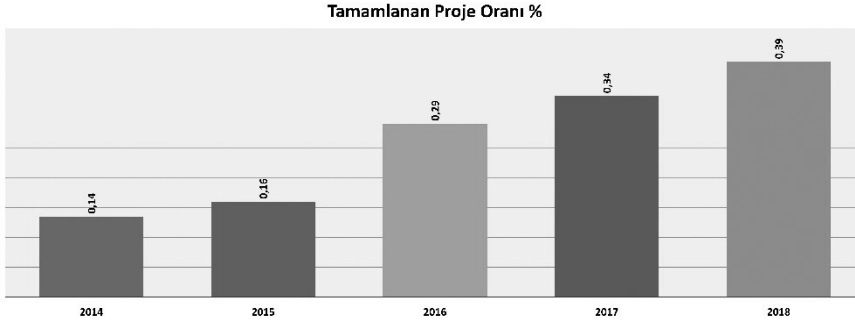
Türkiye’de ilk kitlesele fonlama uygulaması 2010 yılında www.projemefon.com adlı platform ile kurulmuştur. Bu platform 2013 yılından bu yana www.crowdfon.com olarak devam etmektedir. 2011 yılında kurulan www.biayda.com 2 yıl süreyle yayında kaldıktan sonra faaliyetini durdurmuştur. 2013 yılından www.fongogo.com ve www.fonlabeni.com platformları kurulmuştur. 2016 yılında Boyner grubunun platformu www.buluşum.com ve Turkcell’in www.arikovani.com siteleride projelere platformlarında yer vermişlerdir. 2017 yılında Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı’na ait olan www.ideanest.org ve www.fonbulucu.com ile Türkiye’deki ürün bazlı kitlesele fonlama sitesi sayısı 7’ye çıkmıştır.

Grafik 5, Grafik 6, Grafik 7 ve Grafik 8 de yer alan veriler Arikovani, Fongogo, Crowdfon ve İdeanest platformlarında yer alan veriler derlenerek oluşturulmuştur. Diğer platformlarda projelerin başlangıç tarihi ya da gerekli desteğe ulaşamayan projelere ilişkin bilgiler yer almadığı için analize dâhil edilememişlerdir.



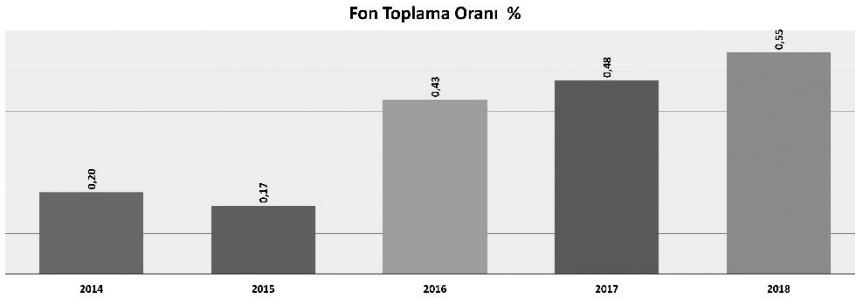
Grafik 5. Kitlesele Fonlama Proje Başvuru Sayıları

Grafik 5 ' te yer alan veriler incelendiğinde Türkiye özelinde kitlesel fonlama proje başvurusu olarak gerekli ivmenin henüz sağlanamadığı ifade edilebilir. Bu noktada temel sorun olarak kitlesel fonlama ile ilgili bilgilendirmenin oldukça yetersiz olduğu söylenebilir. Gerekli tanıtım çalışmaları yapılması ve çıkarılacak düzenlemeler ile dünya çapındaki artışa paralel bir gelişme ortaya konulması muhtemel olacaktır.

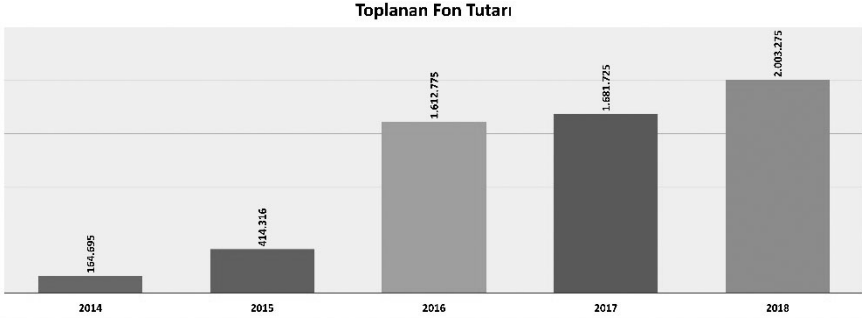


Grafik 6. Gerekli Desteğe Ulaşan Proje Oranı

Proje başvuru sayısındaki kısıtlı artışa karşın Grafik 6 da yer alan veriler incelendiğinde tamamlanan proje oranlarının 2014-2018 yılları arasında sürekli bir artış eğilimine sahip olduğu görülmektedir. Toplanan fon tutarları göreceli olarak düşük kabul edilebilecek düzeyde de olsa projelerin tamamlanma oranları Grafik 2 ile karşılaştırıldığında Küresel Kitlesel Fonlama Platformlarının ortalama değerlerine oldukça yakın seyretmektedir.



Grafik 7. Fon Toplama Oranı



Grafik 8. Toplanan Fon Tutarı (TL)

Grafik 7 incelendiğinde ülkemizde gerçekleştirilen kitlesel fonlama projelerinin talep edilen fonlara oranla toplamış oldukları fon tutarının yıllar itibarı ile istikrarlı bir artış gösterdiği görülmektedir. Buna karşın Grafik 8 de görüldüğü üzere toplanan toplam fon tutarının ise global ölçekte oldukça düşük olduğu söylenebilir.

Türkiye’de ürün bazlı kitlesel fonlamanın gelişmemesinin en temel nedenlerinden biri, proje sahiplerinin platform üzerindeki projelerinin tanıtımını her türlü mecra üzerinden yapmamalarıdır. İletişimin bu kadar güçlü olduğu günümüzde proje tanıtımında bu kadar yetersiz kalınması düşündürücüdür.

Sistemin gelişmesine en büyük katkıyı sağlayacak birimlerin başında üniversiteler gelmektedir. Amerika Birleşik Devletlerinde hemen hemen bütün üniversitelerin kendilerine ait bir kitlesel fonlama platformu bulunmaktadır. (<https://crowdfundingpr.wordpress.com>). Üniversitelerin öğrencilere yapacağı mentörlük, bir farkındalık oluşturmakla birlikte, Türkiye’nin çok ihtiyaç duyduğu üniversiteli girişimci sayısına ciddi katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

İzmirliata F., “Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli”, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran 2018

İşler T.S., “Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitlesel Fonlama – Crowdfunding”, TSPB Gösterge, Güz 2014

Fettahoğlu S., Khusayan S., “Yeni Finansman Olanakları: Kitle Fonlama”, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Ekim 2017

<https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding#Platforms>

<http://girisimcilik.mustafaergen.com/uploads/1/0/5/9/10590997/dagitikgirisimcisermayesi-2.pdf>

https://www.oecd-ilibrary.org/economics/case-study-on-crowdfunding_509e2066-en

www.statista.com “Fintech Report 2017- Alternative Financing”

<https://crowdfundingpr.wordpress.com/top-100-crowdfunding-websites/top-30-university-crowdfunding-sites/>

