

GİRİŞİMCİLİKTE FONLAMA SORUNUNA YENİ BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİ: KİTLESEL FONLAMANNIN OLUMLU VE OLUMSUZ YÖNLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME*

A NEW SOLUTION TO THE FUNDING PROBLEM IN ENTREPRENEURSHIP: A STUDY ON THE PROS AND CONS OF CROWDFUNDING

Artür Yetvart MUMCU** 
Göksel ATAMAN*** 

Öz

Girişimcilikte aşılması en güç zorluklardan biri olan girişim sermayesinin temini için günümüz teknolojilerinin sağladığı imkânların da yardımıyla alternatif çözümler geliştirilmektedir. Son 10 yıldır Türkiye’de de kullanılmaya başlanan kitlesel fonlama da bu alternatif fon temin sistemlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülke ekonomileri ve toplumların refah seviyesi için önemli bir unsur olan işletmelerin, kurulum aşamasında ihtiyaç duydukları fonun kitlelerden toplanması yöntemi ile uygulanan kitlesel fonlama, yazında da araştırmalara konu olmaktadır. Bu araştırmalar birçok farklı teoriler, yöntemler ve kültürler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Yazında yer alan bu eserlerin ortak yönlerine odaklanılarak kitlesel fonlama için bir kavramsal çerçeve oluşturulmasına katkı sağlamak, araştırmamızın öncelikli amacını oluşturmuştur. Doktora tezinden türetilen bu araştırmada kitlesel fonlamada başarılı bir fonlamaya ulaşılabilmesi için gerekli hususların aydınlatılması amaçlanmıştır. Çalışmada kitlesel fonlama ile ilgili temel kaynak olarak ele alınan başlıca çalışmalardan oluşan ve Türkiye’de yayınlanmış 32, Uluslararası ise 62 araştırma içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu inceleme sonucu kitlesel fonlamanın olumlu ve olumsuz yönleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, sistemin güven unsuru üzerinden çalışabildiği, yasal düzenlemeler ve uluslararası standartların da zaman içerisinde ortaya konularak bu risklerin azaltılabileceği görüşü doğmuştur.

* Bu araştırma Prof. Dr. Göksel ATAMAN danışmanlığında yazılan “Kişilik özelliklerinin kitlesel fonlama başarısı üzerine etkisinde çevrimiçi sosyal sermayenin aracılık rolünün incelenmesi” isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** **Sorumlu Yazar:** Dr. Öğr. Gör., T.C. İstanbul Arel Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, arturmumcu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-2276-0145.

*** Prof. Dr., T.C. Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, gataman@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3234-7490.

Bu makaleyi alıntılanmak için: Mumcu, A. Y., & Ataman, G. (2021). Girişimcilikte fonlama sorununa yeni bir çözüm önerisi: Kitlesel fonlamanın olumlu ve olumsuz yönleri üzerine bir inceleme. *Journal of Research in Business*, 6(1), 164-176.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kitlesel Fonlama, Finans, Kovid-19

JEL Sınıflandırılması: L26, G21, O16

Abstract

Alternative solutions are developed with the help of the opportunities provided by today's technologies for the provision of venture capital, which is one of the most difficult challenges in entrepreneurship. Crowdfunding, which has been used in our country for the last 10 years, is one of these alternative fund supply systems. Crowdfunding, which is an important element for the welfare of the countries' economies and societies, is applied by collecting the funds needed by the enterprises during the establishment phase and has become the subject of research in the literature. In this study derived from the doctoral thesis, it is aimed to elucidate the necessary issues in order to achieve successful funding in crowdfunding. These researches have been carried out within the framework of many different theories, methods, and different cultures. Contributing to the creation of a conceptual framework for Crowdfunding by focusing on the common aspects of these researches in the literature has been the primary goal of our research. In our study, 33 researches from Turkey and 62 international researches considered as the main source of Crowdfunding funding, was examined by content analysis. As a result of this examination, the positive and negative aspects of Crowdfunding was revealed. As a result of the research, it was concluded that the system can operate on the basis of trust, and the risks can be reduced by introducing legal regulations and international standards over time.

Keywords: Entrepreneurship, Crowdfunding, Finance, Covid-19.

JEL Sınıflandırılması: L26, G21, O16,

Extended Summary

Alternative solutions are developed with the help of the opportunities provided by today's technologies for the provision of venture capital, which is one of the most difficult challenges in entrepreneurship. Crowdfunding, which has been used in our country for the last 10 years, is one of these alternative fund supply systems. Crowdfunding, which is an important element for the welfare of the countries' economies and societies, is applied by collecting the funds needed by the enterprises during the establishment phase and has become the subject of research in the literature. In this study derived from the doctoral thesis, it is aimed to elucidate the necessary issues in order to achieve successful funding in crowdfunding. These researches have been carried out within the framework of many different theories, methods, and different cultures. Contributing to the creation of a conceptual framework for Crowdfunding by focusing on the common aspects of these researches in the literature has been the primary goal of our research. In our study, 33 researches from Turkey and 62 international researches considered as the main source of Crowdfunding, was examined by content analysis. The researches whose titles include the word "crowdfunding" on Google Scholar, T.C. Marmara University databases (Ebsco, Proquest etc.), Researchgate and Academia were chosen focusing on crowdfunding features which were repetitively used in these researches. As a result of this examination, the positive and negative aspects of Crowdfunding were revealed. Although Crowdfunding enables the realization of many social and economic initiatives, it was determined that project creators who are entrepreneur candidates may encounter many different problems in the collection of funds or in the following processes. As a result of the research, it was concluded that the system can operate on the basis of trust, and the risks can be reduced by introducing legal regulations and international standards over time. The fact that researches on the subject have been conducted

in many different countries created restrictions on revealing cultural differences. An increase in the number of local studies in Turkey and supporting the studies that have been using heuristic methods so far with quantitative methods, will contribute to the development of the conceptual framework of Crowdfunding. In addition, with the development of the legal infrastructure as well as scientific research, it will be possible for Crowdfunding to have a more reliable and widespread use area.

1. Giriş

Ülke ekonomilerinin ve toplumların refah seviyelerinin önemli belirleyicileri olan işletmelerin kurulması ve gelişmesi ülke politikalarında önemli yere sahiptirler. Bunun en önemli sebepleri arasında ülkedeki istihdamı, kalkınmayı, ihracat vb. yöntemlerle döviz girişini ve en nihayetinde de kişi başına düşen gelir seviyeleri ile refah düzeyinin önemli belirleyicileri arasında işletmeler yer almaktadır (Asuman, 2014; Hervé ve Schwienbacher, 2018). İşletmelerin sayısı ve niteliği ile birlikte doğru işletmelerin, doğru şekilde kurulması ve doğru şekilde faaliyete geçmesi de hem işletmenin hem de toplumun menfaati doğrultusunda önem arz etmektedir. Bir işletme kurma fikri ve isteği tek başına yeterli değildir. Fikrin uygun olup olmadığı ile ilgili uzun ve ayrıntılı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Piyasa araştırmaları, sektörde tecrübe sahibi olan kişilerle görüşmeler, hedef kitlenin analizi başta olmak üzere sürecin titizlikle ele alınması gerekmektedir (Mitra, 2012).

İş fikrinin doğru tespit edilmesi ve doğru girişim için aksiyon alınması, işletmelerin uzun dönem başarısı için önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin niceliği kadar niteliğine de odaklanmak işletmeler için olumlu sonuçlar doğurabilecektir (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu ve Alparslan, 2012).

Geçmiş yıllarda işletmelerin kuruluşunda özellikle Türkiye’de olduğu gibi geleneksel yöntemlerle, yakın akraba ve tanıdıklardan elde edilen fonlar, imkânlar ile işin niteliğine bakılmaksızın, sadece girişimcinin kişisel güveni üzerine üretim faktörlerinin temin edilmesi ve işletmelerin kurulması şeklinde gerçekleşmekteydi. Fakat tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de daha profesyonel, teknolojinin, bilimin ve tecrübe sahibi yatırımcıların sürece dahil olması yoluyla, daha başarılı girişimler ortaya konulmaya başlanmıştır (Atsan ve Erdoğan, 2015).

Günümüz iletişim teknolojilerinden internet başta olmak üzere, mobil cihazların da gelişimiyle çevrimiçi topluluklar gelişmekte ve önemi de hızla artmaktadır. Özellikle Kovid-19 Pandemisi döneminde eğitim başta olmak üzere işletmelerde ve sosyal hayatta süreçler dijitalleşmiş ve çevrimiçi ortamlara taşınmıştır (Nugroho, 2020). Bu dijitalleşme çabaları Pandemi sebebiyle daha hızlı bir şekilde yüz yüze iletişimin yerine geçmiştir. Sanal ofisler, sanal sınıflar, sanal tedaviler, sanal danışmanlıklar, sanal çalışmalar ile karantinanın sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. İlköğretimden doktora seviyesine kadar tüm eğitimler, özel kurslar, işletmelerin beyaz yaka çalışanlarının yanı sıra birçok hizmet sektörü çalışanı da uzaktan ve çevrimiçi platformlarda faaliyetlerine devam etmektedirler (Basilaia ve Kvavadze, 2020; Liu vd., 2020). Bu değişim süreci son 20 yılda dünya üzerinde başlamış olsa da Pandemi bu dönüşümü hızlandırmıştır.

Bu çalışmada da çevrimiçi toplulukların gelişiminin işletme kurulum aşamasında fon sağlamak amacıyla da kullanılan kitlesel fonlama sistemi ele alınmıştır. Kitlesel fonlama isminden de anlaşılacağı gibi topluluklardan/kitlelerden fon sağlamak üzere kurgulanmış, olup, bir projenin gerçekleştirilmesi için bankalar, finans kurumları ve melek yatırımcılara alternatif bir fon temin sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Bradford, 2012; Williams, 2007).

Kitlesel fonlama öncelikli olarak girişim fonlama maliyetlerden tasarrufun yanı sıra, tüketicilerin de gönüllü olarak bu girişimleri destekleyerek karşılıklı fayda yaratılan bir süreç olarak düşünülmektedir. Ayrıca, uzman bir çalışma ekibinin profesyonelliği ile kalabalıkların ölçek gücünün birleştirilmesi sağlanmaktadır (Mitra, 2012).

Bu yaklaşımdan yola çıkarak kitlesel fonlama' da ana fikir, "kollektif zeka veya bilgeliğin" daha çok çeşitli kalabalıklar için verimlilik yaratmasıdır (Schwienbacher ve Larralde, 2010). Kitlesel fonlama iktisat, psikoloji, sosyoloji, iletişim gibi birçok bilim dalı açısından ele alındığı görülmekle birlikte bilimsel araştırmaların Türkiye'de ilk 2010 yılında İslami finans alanında ele alındığı görülmektedir (Demirdöğen, 2010). Hem Türkiye' de hem de tüm dünyada hızla bilinirliğini ve kullanımını arttıran kitlesel fonlama ile ilgili çalışmalar da hızla artmaktadır. Yeni bir fonlama yönteminin işletmelerin kurulumu ve gelişiminde önemli bir rol alabileceğinin öngörüsüyle bu yönde yapılarak araştırmaların hem ülke ekonomilerine hem de toplumların refah seviyelerine olumlu etkiler doğurabilecektir.

Çalışmada Türkiye'de ve dünyada kitlesel fonlamanın gelişimine faydalı olabilmek adına süreçte yaşanan olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilecek durumlar literatür kaynaklı veriler doğrultusunda derlenmiştir. "Avantajlar" ve "Dezavantajlar" başlıkları altında ele alınan bu durumlar hem girişimci adaylarına hem de yatırımcılara ve kitlesel fonlama platformlarının gelişimine ve sürecin daha güvenilir seviyelere ulaşabilmesi amaçlanmaktadır. Yazında konuyu ele alındığı eserlerin ağırlıklı olarak yabancı kaynaklı olması ve birçok ülkeden incelemeler yapılması, kültürel farklılıkların ortaya konulmasında önemli bir kısıt olarak karşımıza çıkmıştır. Ayrıca Türkiye'deki ilk kitlesel fonlama platformunun 2001 yılında kurulmuş olması sebebiyle, bilimsel çalışmaların keşifsel ve nitel ağırlıklı olması sebebiyle incelenen eserler nicel bakış açısından kısıt oluşturmaktadır. Araştırmamızda gelecek çalışmalara bir öngörü ve zemin oluşturmanın yanı sıra kitlesel fonlama sisteminde başarılı projelere ulaşabilmek için odaklanılması gerekli hususları aydınlatmak amaçlanmıştır. Araştırmamız ayrıca kitlesel fonlama ile ilgili sisteme olan toplumsal güveni arttırabilecek hukuksal altyapıların geliştirilmesi süreçlerine de katkı sağlayabilecektir. Ayrıca kitlesel fonlama platformlarının da tarafları koruyabilecek yönde önlemleri arttırabilmelerine yardımcı olarak Türkiye'de ve dünyada hem sosyal hem de ekonomik girişimlerin siyasi sınırları aşarak hayata geçirilebilmesi de amaçlarımız arasında yer almaktadır.

Kitlesel fonlamanın dinamiklerini anlamada sinyal teorisinin yararlı olabileceği birçok çalışmada ifade edilmiştir (Beugre, 2014). Kitlesel fonlama sisteminin başarısını etkileyen unsurların ortaya konulması sistemin gelişmesi ve başarılı olması noktasında önem arz etmektedir. Bu amaçla ortaya konulan çalışmalardan yola çıkarak sinyal teorisi bakış açısıyla kitlesel fonlamanın gelişimine fayda sağlayacak unsurlar aydınlatılmaya çalışılmıştır (Beugre, 2014; Chan ve Parhankangas, 2017; Lin, Boh ve Goh, 2014).

2. Literatür İncelemesi

2.1. Kitlesele Fonlama

Kitlesele fonlamanın İngilizce karşılığı olan “crowdfunding” crowd=kitle, topluluk; funding= fonlama kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur. Kitlesele fonlama, interneti kullanarak çok sayıda kişiden az miktarda paralar toplayarak bir projeye veya etkinliğe finansman sağlama uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Sözlük, 2020; Oxford Sözlük, 2020).

Kitlesele fonlama özünde belli bir amaç doğrultusunda toplumdan yardım veya destek toplama mantığıyla toplumlarda zaten yüzyıllardır gerçekleştirilen bir sürecin dijitalleştirilmesidir. Özellikle Türk toplumunda ihtiyaç sahipleri için yardım toplamak, düşünlerde takı/para yardımı yapmak, bir öğrenciye burs vermek, bir hastanın tedavisi için para toplamak, bayramlarda ihtiyaç sahiplerine erzak temin etmek vb. birçok yardımlaşma hareketi gerçekleştirilmektedir. Kitlesele fonlama günümüz koşullarında, özellikle şehir hayatında bu tarz destekleri yapmak isteyip de doğru kişilere birebir ulaşamayan destekçilere, çevrimiçi ortamlarda ihtiyaç sahiplerine ulaştırma hizmeti sağlamaktadır.

Geçmişte belli projeler için toplumdan toplanan fonları ifade eden crowdsourcing, 2000’li yıllardan sonra iletişim ve bilişim alanlarındaki teknolojik gelişmeler neticesinde sürekli yanımızda taşıdığımız cep telefonlarımız, bilgisayarlarımızla bilgiye ve projelere ulaşp, gelişmiş ödeme yöntemleriyle projelerin desteklenebildiği kitlesele fonlama formuna ulaşmıştır. Kitlesele fonlama diğer crowdsourcing formlarıyla görüldüğünden daha fazla ortak noktaya sahiptir (Howe, 2008). Crowdsourcing; bir firmanın, internet üzerinden açık bir çağrı ile ürününün kamuya açıklanması veya satışı için gerekli olan belirli görevleri dış kaynaklardan temin etmesini sağlar Agrawal, Catalini ve Goldfarb, 2011). Tüketiciler üretim süreçlerine katkıda bulunmak ve değer yaratmak için gönüllü olurlar. Kitlesele fonlamada ise kitle kaynak kullanımı ve mikro finans kavramlarının birleştiği bir süreçtir. Bu tanımlamayla kitlesele kaynak daha üst bir kavram olup, kitlesele fonlama bu kavramın günümüz teknolojilerinin ve finansmanın sürece dahil olduğu bir çeşidi şeklinde ifade edilmektedir (Howe, 2008; Schwienbacher ve Larralde, 2010).

Topluluklardan fon toplamak sadece Türkiye’de değil birçok ülkede ve kültürde karşımıza çıkmaktadır. 18. Yüzyılda Avrupada Mozart ve Beethoven, sanatsever soylulara abonelik sistemi yaratarak konser ve yeni bestelerini henüz gerçekleştirmeden satma yoluyla fon sağlamışlardır. Bunun dışında ABD’nin en önemli sembollerinden biri olan Özgürlük Anıtı’nın tamamlanması için yönetimin bütçe ayıramaması sebebiyle, 1885 yılında yenilenme çalışmaları için A.B.D. ve Fransız halkından yardım toplanmıştır. (Hemer, 2011). Pulitzer ödülünün kurucusu ve modern gazeteciliğin yaratıcısı olarak anılan Macar asıllı Joseph Pulitzer, sahibi olduğu New York World gazetesi aracılığıyla bu kampanyayı gerçekleştirilmiş olup, 250.000 dolar toplanarak anıt bugünkü halinin temellerine kavuşmuştur (Historydaily, 2020; Pulitzer, 2020).

Fon toplama süreçlerinin dijitalleştiği ve ticari bir kapsamda ele alındığı kitlesele fonlama platformu tanımıyla ilk web sitesi 2001 yılında ABD’de “www.artistshare.com” ismiyle kurulmuştur. Tüm dünyada

hizmet veren ve en ünlü kitlesel fonlama sitelerinden biri olan Kickstarter ise 2009 yılında kurulmuş ve ilk projesi olan pebble akıllı saat projesi ile ismini duyurmuştur. Kickstarter 2011 yılında 100 milyon dolar, 2012 yılında ise 300 milyon dolar fon toplamış, 2014 yılında bu rakam 1 milyar dolara ulaşmıştır (Davidson ve Poor, 2015; Steinberg ve DeMaria, 2012). Bugün ise (2020) toplamda 493705 proje fonlamaya sunulmuş ve toplamda 5,16 milyar dolar toplanmıştır. Platformda projelerin başarılı olma oranı ise %37,89 olarak belirtilmiştir. Kickstarter platformunun ilk uygulayıcılarından biri olan Scott Wilson, Fast Company firmasıyla yenilikçi tasarımı olan Apple firmasının iPod Nano watch projesi için sadece 30 günde yaklaşık 1 milyon dolar toplamıştır (Kickstarter, 2019; Scott Wilson, 2020).

Kitlesel fonlamanın en popüler ve de “kitlesel fonlamanın dedesi” olarak da tanımlanan platform Sellaband.com’dur (Kappel, 2008). 15 Ağustos 2006’da başlatılan bu proje müzik gruplarının profil sayfası oluşturması ve bazı müzik parçaları yüklemesiyle başlamıştır. Daha sonra dinleyiciler grubun performansına göre grubun gelecekteki gelirlerinden 10 dolarlık bir pay satın almaya davet edilmiştir. Bir grup 50.000 dolarlık yatırımı geçtiğinde, Sellaband o grubu deneyimli bir yapımcıya ulaştırarak bir stüdyoda kayıt yaptırdı ve grup daha sonra albüm yapabileme şansı yakalamıştır. Gruba yatırım yapan herkes çıkan albümün ücretsiz bir kopyasını ve albümün kazanabileceği gelecekteki gelirlerden payını almıştır (Agrawal, ve diğerleri, 2011). Proje kapsamında ilk grubun 50.000 dolara ulaşması yaklaşık on hafta sürmüş ve 2008’in sonunda Sellaband, yirmi bir grubun müzik endüstrisine girmesine aracı olmuştur (Cohn, 2012; Howe, 2008).

Kitlesel fonlama siyasi süreçlerde de yer almış, ABD’de başkanlık seçimlerinde de önemli rol oynamıştır. 2008 ABD başkanlık seçimlerinde Barack Obama, Web sitesinin aracılığıyla bağış toplama kullanımı yoluyla 2 milyondan fazla küçük destekçiden yaklaşık 272 milyon dolar toplamıştır. (Kappel, 2008).

Bu sürecin gelişmesi ve nitelikli girişimlerin artabilmesi için kitlesel fonlamanın zayıf ve güçlü yönlerinin ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu konuda kitlesel fonlamanın faydaları ve riskleriyle ilgili ortaya konulmuş çalışmalardan da yola çıkarak (Agrawal, Catalini ve Goldfarb, 2014; Ata, 2018; Bernardino ve Santos, 2016; Bono, Boles, Judge ve Lauer, 2002; Buttice, Colombo ve Wright, 2017; Colombo, Franzoni ve Rossi-Lamastra, 2015; Davidson ve Poor, 2015; Moore ve McElroy, 2012; Rodriguez-Ricardo, Sicilia ve López, 2018; Sequeira, Mueller ve McGee, 2007; Steinberg ve DeMaria, 2012; Valanciene ve Jegeleviciute, 2013; Williams, 2007), araştırmamızda alternatif bir fonlama yöntemi olan kitlesel fonlamanın pozitif ve negatif yönlü etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı girişimlerin kurulum aşamasındaki en zorlu süreçlerden birisi olan sermayenin temin edilmesi sürecinin, yeni bir fonlama yöntemi olan kitlesel fonlama kapsamında avantaj ve dezavantajlarının ortaya konulmasıdır. Araştırmamızda mevcut yazında yer alan eserlerden yola çıkarak kitlesel fonlamada girişimciler için olumlu ve olumsuz yönler tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2. Yöntem

Araştırma dahilinde kitlesel fonlama ile ilgili yazılan makale, kitap, rapor vb. eserler incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmamızda, incelediğimiz çalışmalarda kitlesel fonlama sistemi ile ilgili müspet ve menfi durumlar ele alınmıştır. Kavramın ilk temsilcisi olan platformun kuruluşu olan 2001 yılından başlayarak 2020 yılına kadar yayınlanan ulusal ve uluslararası endekslı dergilerde yer alan özgün bilimsel yayınlar, raporlar ve web sitelerinde ele alınan ortak konulardan kitlesel fonlamanın girişimciler açısından pozitif ve negatif yönleri incelenmiştir. Araştırmada Google Scholar, T.C. Marmara Üniversitesi Kütüphanesi veritabanları (Ebsco, Proquest vd.), Researchgate, Academia sitelerinden ulaşılabilen tüm endekslerdeki yayınlar içerisinde başlığında kitle fonlaması ve kitlesel fonlama kavramları geçen ve erişime açık Türkiye’de toplam 32, crowdfunding anahtar kelimesi geçen ise toplam 6640 bilimsel araştırma tespit edilmiştir. Tespit edilen Türkçe 32 çalışmanın tümü, yabancı çalışmalardan ise konumuz dahilinde en fazla atıf alıp temel kaynak olarak tespit edilen toplam 62 bilimsel araştırma incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda en az iki defa tekrarlanan maddeler seçilmiş, bu maddeler listelenmiş, avantajlar ve dezavantajlar başlıkları altında kodlama yapılmıştır.

4. Bulgular

Kitlesel fonlama sisteminde hem destekçiler hem de proje yaratıcıları için birçok avantaj ve dezavantaj bulunmaktadır. Kitlesel fonlama platformları vb. konuyla ilgili web kaynaklarından faydalanarak oluşturduğumuz, kitlesel fonlama proje sahipleri olan girişimci adayları açısından avantaj ve dezavantajlar incelenerek aşağıda sunulmuştur.

Kitlesel fonlamanın SWOT analizi ile incelenmesi şeklinde gerçekleştirilen araştırmada; kitlesel fonlamanın güçlü yönleri; piyasaya yeni çıkacak ürünlerin pazarlanabilirliğini test etme şansı, sermayenin daha kolay erişilebilir olması, topluluk içi kişilerin birbirlerine yardım edebilme ve şirketlerde alınan kararlarda girişimcilerin daha fazla söz sahibi olabilmesi olarak ifade edilmiştir. Zayıf yönler olarak ise idari ve muhasebe süreçlerinde yaşanan zorluklar, fikirlerin çalınma olasılığı, daha zayıf yatırımcı koruması ve dolandırıcılık potansiyeli barındırdığını belirtilmiştir. Tespit edilen fırsatlar arasında niş pazarlara ulaşma, bilgi toplumunun gelişimine ve makro ekonomik gelişim üzerinde olumlu etkileri bulunduğu; küçük işletmelere yatırımın ve bu girişimlerin ömrünün uzunluğu, ayrıca birçok yasal kısıtın da bu sistemde yer almasının da kitlesel fonlamanın tehditleri olarak ifade edilmiştir (Valanciene ve Jegeleviciute, 2013).

Benzer bir Swot analizi yapıldığı bir diğer araştırmada ise; güçlü yönler olarak internetin sunduğu olanaklar sayesinde, daha geniş bir kitleye ulaşmak, kitlelerle iletişim ve işbirliği yapabilmek, bilgiyi hızlı yaymak, pazarı test etmek, pazar talebini ölçmek, tüm aktörler için coğrafi sınırları kaldırmak güçlü yönler olarak ifade edilmiştir. Yönetim süreçlerinde ve muhasebe işlemlerinden yaşanabilecek zorluklar, yanıltıcı projelerin ayırt edilmesinde yaşanabilecek güçlükler, yatırımcılar için mentorluk bilgisi eksikliği zayıf yönler olarak ifade edilmiştir. Kitlesel fonlama’ da fırsatların ise özellikle ülke ekonomilerine olan katkısı sebebiyle devlet desteklerinin her geçen gün artıyor olması en önemli unsur

olarak belirtilmiştir. Son olarak tehdit olarak da proje fikirlerinin çalışması riski, yatırımların proje dışında bir amaçla kullanılması, mevzuatın henüz tüm dünyada sağlam bir zemine oturtulamamış olması, yatırım yapılan projenin gerçekleştirildikten sonra başarılı olamaması ve platformlara veya kişilere siber saldırılarda tehditler olarak tespit edilmiştir (Ata, 2018).

Bir diğer çalışmada ise Nijeryadaki orta ölçekli işletmelerin fonlanmasında kitlesel fonlamanın avantajları ve dezavantajları literatür kaynaklı eserler ele alınarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiş; işletmelerin kurulum ve büyümesi süreçlerini destekleyen bir sistem olduğu ifade edilmiştir. Fon teminin için bankalar vb. finansal kurumların kısıtlarından da kurtulmayı sağlayan bu sistemin, sosyal medya vb. internet kullanımlarıyla da yatırımcılara kolaylıkla ulaşabilirliği önemli bir avantaj olarak tespit etmişlerdir (Ezekiel ve Toba, 2020).

Bir diğer çalışmada ise yine kitlesel Fonlamanın avantajları ve dezavantajları ele alınmış, muhasebe ve yönetimdeki zorluklar, gösterilmesi gereken online çabalar, projenin ayrıntılı hazırlanması gibi önemli hususlar üzerinde durulmuştur. Ayrıca fon bulmadaki yüksek faiz oranları ve teminatların gerekmediği, fakat yatırımcılara ulaşmada yaşanan birçok zorluğun da bulunduğu, projelerin de ortaya konulduğu süreçler ile fon toplandıktan sonraki dönem arasında birçok öngörülemeyen sorunların girişimi engelleyebileceği gibi sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür (Steinberg ve DeMaria, 2012).

Yukarıda ele aldığımız ve de yine literatürde yer alan konuyla ilgili birçok eserde de değinilen ve bu eserlerin çoğunda ortak olarak tespit edilen kitlesel fonlama avantaj ve dezavantajları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1: Kitlesel Fonlama Avantajları Tablosu

S.No	Avantajlar
1	Maliyetlerde ve zaman yönetiminde tasarruf, teslimatta kolaylık, pazarlama ve müşteri etkileşimlerine hakimiyet gibi birçok unsorda geleneksel yöntemlere kıyasla daha verimli olma imkanı sağlayabilmesi.
2	Girişimcilerin gerçekleşen projeler üzerinde karar alma gücünü arttırabilmesi.
3	Üretilmesi planlanan bir ürün hakkında tüketicilerin tepkilerine, görüşlerine, yorumlarına dayanarak sağlıklı geri bildirimlere ulaşılabilmesi.
4	Proje sahibinin, herhangi bir üst kurulum veya kurumun onayına ihtiyaç duymadan veya kısıtlandırmasına maruz kalmadan, yaratıcı fikirlerini hayata geçirebilmesi.
5	Proje sahibinin; bankaların ve finans kurumlarının talep ettiği teminat ve yüksek kredi masraflarına oranla daha esnek koşullarda fon sağlayabilmesi.
6	Proje sahibinin hayırsızlık işleri kurgulamak veya desteklemek için şeffaf bilgilerle dolu birçok proje yaratabilmesi.
7	Kitlesel fonlama proje yaratıcısının projesini bir platformda yayınlayıp da istediği fonu toplayamasa da diğer yöntemlere kıyasla daha düşük maddi kayıpla süreci tamamlayabilmesi.
8	Proje sahibinin, projesi veya ürünüyle ilgili pazarlama ve tanıtım masraflarından tasarruf edebilmesi.
9	Proje sahibinin, kitlesel fonlama sayesinde projesiyle ilgili geri dönüşlere ulaşabildiği için süreç içerisinde projesinde düzeltmeler yapabilmesi veya ürününü geliştirebilmesi.
10	Kitlesel fonlama projesinin beğenilip destekçi kazandıkça, destekçilerin bu yardımlarını meşrulaştırmak için kendi çevrelerinde projeyi yayma motivasyonuna girebilmesi.
11	Kovid-19 Pandemisi döneminde çevrimiçi süreçlerin daha fazla önem kazanması ile girişim projelerinin çevrimiçi yöntemle geniş yatırımcı kitlelerine ulaştırılabilmesi.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda kitlesel fonlamanın avantajları olarak ortaya çıkan ve en az iki çalışmada tekrarlanan özellikler yukarıdaki tabloda sunulmuştur. İşletmelerin özellikle kurulum aşamasında, girişimcilerin bağımsız kararlar alabilmesi ve de yaratıcı çözümlerin ortaya konulabilmesi öne çıkan avantajlar olarak tespit edilmiştir. Ayrıca kitlesel fonlama; geleneksel finans yöntemlerinin girişimciye yüklediği maliyetler ve asgari bürokratik süreçler ile de alternatif bir finans aracı olarak önemli avantajlar sağlamaktadır.

Tablo 2: Kitlesel Fonlama Dezavantajları Tablosu

S.No	Dezavantajlar
1	Yaratılan projenin hayata geçirildikten sonra öngörülemeyen olumsuzluklar sebebiyle asıl amacına ulaşmadan girişimin sona ermesi.
2	Destekçilerin proje için yatırdıkları fonların doğru bir şekilde kullanılmayıp dolandırıcılığa maruz kalması.
3	Finans kurumları vb. nin profesyonelliklerinin kitlesel fonlama proje yaratıcılarında sınırlı olması
4	Projenin başarılı olabilmesi için çok özenli, profesyonel, sabır dolu bir sürece ihtiyaç duyulması.
5	Çok farklı kültürlerden ve demografilerden kişiler tarafından doğru anlaşılabilmesi ve cazip görünmesinin sağlanarak tasarımı ve tanıtımının doğru planlanmasının gerekliliği.
6	Proje sahibinin iletişim kanallarını sürekli açık tutması ve aktif olarak destekçilerin talepleri doğrultusunda bilgi akışı sağlamaları için 7/24 uzun mesailer harcaması gerekliliği.
7	Dijital ortamlardaki diğer rakip projelerle kıyaslanmasının çok daha kolay olması.
8	Destekçilerin fonladıkları projelerden beklentilerinin yüksek olması
9	Fonun toplanamayıp projenin gerçekleştirilememesi ile süreçte harcanan tüm mesai ve çabadan beklenen süreçte çıktı elde edilememesi.
10	Muhasebe ve yönetim süreçlerinde ihtiyaç duyulan uzmanlık.

Yukarıda kitlesel fonlamada girişimcilerin sürece özgü sahip oldukları avantajlar ve dezavantajlar maddeler halinde sunulmuştur. Bu avantaj ve dezavantajlar tespit edilirken birçok kültürde benzer sorunların yaşandığı görülmüştür. Ayrıca çalışmaların yapıldığı ülkelerin gelişmişlik düzeylerindeki farklılık da yukarıda tespit ettiğimiz maddeler dahilinde bir farklılık göstermemiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmamızda kitlesel fonlama ile ilgili gerçekleştirilmiş araştırmalardan yola çıkarak, bu yeni fonlama yönteminin avantajları ve dezavantajları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de ve dünyada 2001 yılı itibariyle yazında ele alınmaya başlanan kitlesel fonlama ile ilgili kıyaslama yapılan ve en çok atıf alıp endekslerde yer alan eserler incelenmiştir. Eserlerin tespitinde veri tabanlarında aramalar yapılmış, başlığında crowdfunding veya kitlesel fonlama anahtar kelimeleri taranmıştır. Türkçe 32, yabancı 62, toplamda 95 eser incelenmiş, araştırmaları sonucu elde ettikleri avantajlar ve dezavantajlar derlenmiş, en az iki kez tekrarlanan maddeler liste haline getirilmiş ve sunulmuştur.

Kitlesel fonlamanın banka ve finansal kurumlardan temin edilen kredilere kıyasla daha avantajlı koşullar sağlaması, elde edilen sonuçlar içerisinde en fazla ortak madde olarak tespit edilmiştir (Ata, 2018; Atsan ve Erdoğan, 2015). Finans kurumları ve bankaların önkoşul olarak talep ettikleri

İpotek, yüksek kredi oranları ve fon miktarının sınırlı olması engellerine alternatif bir fonlama olabileceği yönünde de kanaat oluşmuştur. Ayrıca Melek yatırımcıların yönetsel baskısı ve proje üzerinde sahip olduğu yetkiler de girişimi amacının dışına taşıyabilmekte, yaratıcı, yenilikçi, riski yüksek girişimlerin gerçekleştirilmesinde sınırlılıklar oluşturabilmektedir. Fonun topluluktan temin edilmesi girişimciyi daha özgür kılmakta hem fonun geri ödemesinde hem de süreçte yaşanabilecek baskılarda girişimciye daha özgür bir alan yaratmaktadır.

Kitlesel fonlama projelerinde ekonomik girişim projelerinin yanı sıra toplumsal sorunların ele alındığı sosyal projeler de hayat bulmaktadır (Hong, Hu ve Burtch, 2018). Toplumda yardımseverlik motivasyonunda olan kişilerin, bağış yapmak ve sosyal projeleri desteklemek için geçmişten farklı olarak çevrimiçi platformları kullanmaya başlamış olmaları da bu süreci desteklemektedir.

Kitlesel fonlamanın en önemli avantajlarından biri de yatırımcıların fonlayacağı projeleri kıyaslama imkanının genişlemesidir. Yatırımcıların yüz yüze iletişimle inceleyebilecekleri projelere kıyasla, ülke içi ve ülke dışı binlerce projeye ulaşım kıyaslama şansına sahip olmaktadır (Agrawal, ve diğerleri, 2011). Bu şekilde hem coğrafi sınırlılıkların önemi azalmakta hem de doğru bir projenin hayata geçme olasılığı da artmaktadır. Netice itibarıyla da kitlesel fonlama vb. çevrimiçi girişimcilik ekosistemini olumlu yönde etkilemektedir.

Bu faydaların yanı sıra son 1 yıldır tüm dünyada etkisini koruyan Covid-19 pandemisi sürecinde de yüz yüze iletişimin yerini birçok alanda alan çevrimiçi kanalların daha yoğun kullanımı da kitlesel fonlama gibi çevrimiçi girişimcilik ekosistemine olan ilgiyi arttırmıştır. Hem proje sahibi hem de yatırımcılar için temas ve sosyal mesafe kurallarının yarattığı sınırlılık, çevrimiçi kanalların kullanımını arttırmaktadır (Basilaia ve Kvavadze, 2020; Nugroho, 2020).

Araştırmamız neticesinde elde ettiğimiz veriler doğrultusunda ülke ekonomilerinin gelişimine de katkı sağlayabileceği düşünülen kitlesel fonlama sisteminin, kanun koyucuların düzenlemeleri başta olmak üzere, girişimcilerin ve sürecin tüm aktörlerinin bilinçlenmesiyle kısa dönemde girişimler için çok önemli bir fon kaynağı olabileceği görüşü doğmaktadır. Bu yüzden hukuki altyapının geliştirilmesi, ayrıca bilimsel çalışmaların nicelik ve kapsam bakımından geliştirilmesi hem kitlesel fonlamanın gelişimine hem de ülke ekonomilerine katkı sağlayabileceği görüşü doğmuştur.

Gelecek çalışmalarda sektör, demografi, ölçek ve cinsiyet farklılıklarının sürece etkileri ele alınabilecektir. Ayrıca konuyla ilgili araştırmaların genelinin keşifsel ve nitel olması, nicel araştırmaların da yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Son olarak da bu araştırmalarda Covid-19 etkisinin tespit edilmesi gerekliliğinden yola çıkarak, pandemi sonrası dönemde de benzer çalışmaların tekrarlanması ve kıyaslama yapılmasının uygun olabileceği kanaati doğmuştur.

Birçok ülkede yapılan çalışmaların ortak yönleri araştırmamızın odak noktasını oluşturduğundan, kültürel farklılıkların incelenmesi mümkün olmamıştır. Ayrıca Türkiye'deki kitlesel fonlama ekosistemini yeteri kadar yansıtacak eser sayısı bulunmaması da önemli bir sınırlılık olarak görülmüştür.

Yazar Katkısı

Bu araştırma doktora tezinden üretilmiş olması sebebiyle; Prof. Dr. Göksel Ataman danışmanlığında, öğrencisi olan Artür Yetvart Mumcu tarafından gerçekleştirilmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Finansal Destek

Bu araştırma için herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Agrawal, A., Catalini, C. ve Goldfarb, A. (2014). Some simple economics of crowdfunding. *Innovation policy and the economy*, 14(1), 63–97.
- Agrawal, A. K., Catalini, C. ve Goldfarb, A. (2011). *The geography of crowdfunding*. National bureau of economic research.
- Asuman, A. S. (2014). Türkiye’de girişimcilik ve Türk girişimci profili üzerine bir analiz. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 41–58.
- Ata, F. İ. (2018). Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 273–296.
- Atsan, N. ve Erdoğan, E. O. (2015). Girişimciler için Alternatif bir Finansman Yöntemi: Kitlesel Fonlama Crowdfunding. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 297–320.
- Basilaia, G. ve Kvavadze, D. (2020). Transition to online education in schools during a SARS-CoV-2 coronavirus (COVID-19) pandemic in Georgia. *Pedagogical Research*, 5(4), 1–9.
- Bernardino, S. ve Santos, J. F. (2016). Financing social ventures by crowdfunding: The influence of entrepreneurs’ personality traits. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(3), 173–183.
- Beugre, C. D. (2014). The legitimacy of crowdfunding: An institutional theory perspective. *Academy of management proceedings* içinde (C. 2014, ss. 1–28). Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510.
- Bono, J. E., Boles, T. L., Judge, T. A. ve Lauver, K. J. (2002). The role of personality in task and relationship conflict. *Journal of personality*, 70(3), 311–344.
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 230–247.
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and the federal securities laws. *Columbia Business Law Review*, 1.
- Buttice, V., Colombo, M. G. ve Wright, M. (2017). Serial crowdfunding, social capital, and project success. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 183–207.
- Cambridge Sözlük. (2020). Cambridge Sözlük. <https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce/capital> (Erişim Tarihi: 30.06.2019).
- Chan, C. S. R. ve Parhankangas, A. (2017). Crowdfunding innovative ideas: How incremental and radical innovativeness influence funding outcomes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 237–263.

- Cohn, S. R. (2012). The new crowdfunding registration exemption: Good idea, bad execution. *Fla. L. Rev.*, 64, 1433.
- Colombo, M. G., Franzoni, C. ve Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(1), 75–100.
- Davidson, R. ve Poor, N. (2015). The barriers facing artists' use of crowdfunding platforms: Personality, emotional labor, and going to the well one too many times. *New Media & Society*, 17(2), 289–307.
- Demirdöğen, Ö. Ü. Y. (2010). İslami Finansta Finansal Teknolojilerin Etkisi: İslami Fintek. *D. Baker Ahmad Alserhan vd.* (Ed.), 10, 168–273.
- Ezekiel, A. O. ve Toba, O. (2020). Crowdfunding and SME' s Funding in Nigeria – Pros and Cons, 63(1), 19.
- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Arbeitspapiere Unternehmen und Region.
- Hervé, F. ve Schwienbacher, A. (2018). Crowdfunding and innovation. *Journal of economic surveys*, 32(5), 1514–1530.
- Historydaily. (2020). Historydaily.org. 2 Mart 2020 tarihinde <https://historydaily.org/how-1885-crowdsourcing-saved-the-statue-of-liberty> adresinden erişildi.
- Hong, Y., Hu, Y. ve Burtch, G. (2018). Embeddedness, prosociality, and social influence: Evidence from online crowdfunding. *MIS Quarterly*, *Forthcoming*.
- Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*. Random House.
- Kappel, T. (2008). Ex ante crowdfunding and the recording industry: A model for the US. *Loy. LA Ent. L. Rev.*, 29, 375.
- Kickstarter. (2019). Kickstarter. <https://www.kickstarter.com> (Erişim Tarihi: 19.12.2020).
- Lin, Y., Boh, W. F. ve Goh, K. H. (2014). How different are crowdfunders? Examining archetypes of crowdfunders and their choice of projects. *Academy of Management Proceedings* içinde (C. 2014, s. 13309). Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510.
- Liu, S., Yang, L., Zhang, C., Xiang, Y.-T., Liu, Z., Hu, S. ve Zhang, B. (2020). Online mental health services in China during the COVID-19 outbreak. *The Lancet Psychiatry*, 7(4), e17–e18.
- Mitra, D. (2012). The role of crowdfunding in entrepreneurial finance. *Delhi Business Review*, 13(2), 67–72.
- Moore, K. ve McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in human behavior*, 28(1), 267–274.
- Nugroho, I. (2020). Fostering online social capital during the COVID-19 pandemic and new normal. *Journal of Socioeconomics and Development*, 3(2), 74–78.
- Oxford Sözlük. (2020). Crowdfunding. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/crowdfunding?q=crowdfunding> adresinden erişildi.
- Pulitzer. (2020). Pulitzer. <https://www.pulitzer.org/page/biography-joseph-pulitzer> (Erişim Tarihi: 25.04.2020).
- Rodriguez-Ricardo, Y., Sicilia, M. ve López, M. (2018). What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(2), 163-182.
- Schwiebacher, A. ve Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *Handbook of entrepreneurial finance*, Oxford University Press, *Forthcoming*.
- Scott Wilson. (2020). Fast Company. <https://www.fastcompany.com/1662743/scott-wilsons-ipod-nano-watch-breaks-kickstarter-records-raises-nearly-1-million> (Erişim Tarihi: 12.02.2020).
- Sequeira, J., Mueller, S. L. ve McGee, J. E. (2007). The Influence of Social Ties and Self-Efficacy in Forming Entrepreneurial in. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 275. doi:10.1142/S108.494.670700068X

- Steinberg, S. ve DeMaria, R. (2012). The Crowdfunding Bible: How to raise money for any startup, video game or project. Read. me.
- Valanciene, L. ve Jegeleviciute, S. (2013). Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks. *Economics and Management*, 18(1), 39–48.
- Williams, D. (2007). The impact of time online: Social capital and cyberbalkanization. *CyberPsychology & behavior*, 10(3), 398–406.

Özgeçmiş

Artür Yetvart MUMCU (Dr.), Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi mezuniyetinden sonra T.C. Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalında yüksek lisans, aynı üniversitede Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında ise doktora eğitimini tamamlamıştır. Halen T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, İnsan Kaynakları Yönetimi programında öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır. Yabancı dili İngilizcedir. Aynı zamanda adı geçen programın başkanlığı görevini de yürütmektedir. Çalışma alanları, girişimcilik, sosyal sermaye ve örgüt teorisi çerçevesindedir.

Göksel ATAMAN (Prof. Dr.), lisans eğitimini T.C. Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesinde tamamladıktan sonra yine aynı üniversitede Yönetim ve Organizasyon Bölümünden yüksek lisans derecesini, yine Yönetim ve Organizasyon Bölümünden doktora derecesini almıştır. Yabancı dili Almanca ve İngilizcedir. Halen T.C. Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında Profesörlük görevini sürdürmektedir. Aynı zamanda 2005 yılından bu yana T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı Başkanlığını görevini de yürütmektedir. 1996-1997 yılları arasında University of Plymouth / İngiltere’ de misafir öğretim üyesi olarak görev almıştır. Çalışma alanları örgüt teorisi, örgütsel davranış, insan kaynakları yönetimi, kültürlerarası farklılıkların yönetimi çerçevesindedir. Alanda birçok ulusal ve uluslararası dergi hakemlikleri ve uluslararası endeksli (SCI) yayınları bulunmaktadır.