



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KİTLE FONLAMASI İLE KOBİ FİNANSMANI

Nihal YÜCEL

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Nevzat AYPEK

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
FİNANSMAN BİLİM DALI

EKİM 2021



KİTLE FONLAMASI İLE KOBİ FİNANSMANI

Nihal YÜCEL

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
FİNANSMAN BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

EKİM 2021

ETİK BEYAN

Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Nihal YÜCEL

01.10.2021

KİTLE FONLAMASI İLE KOBİ FİNANSMANI

Yüksek Lisans Tezi

Nihal YÜCEL

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ekim 2021

ÖZET

Ülkemizde kitle fonlaması finansman yöntemi düzenleme yoksunluğunun olduğu dönemde yaşanan “çiftlikbank” örneği gibi kötü örneklerle yatırımcıların zarar etmesiyle ve mağdur olmaları ile sonuçlanmıştır. Bunun üzerine Sermaye Piyasası Kurulu tarafından düzenleme yapılmış; 03.10.2019 tarihinde Resmî Gazete 'de "Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği", yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Tebliğ ile şimdi aktif yükümlülükler getirmiştir. Ülkemizdeki ekonomik faaliyetlerin büyük bir bölümü küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) tarafından yerine getirilmektedir. Kitle fonlaması platformları, küreselleşme ve dijitalleşmenin de etkisiyle girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerinde ulusal sınırları da aşarak dünyanın herhangi bir yerinden bir iş fikrini ya da projesini tanıtır ve aracısız bir şekilde yatırımcıların, destekleyicileri ile buluşmasını sağlama görevi üstlenmektedir. Kitle fonlaması, girişimcilerin finansmana erişimini sağlarken yer ve zaman kısıtını ortadan kaldırmakta ve yatırımcı arama, ikna etme süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Bu yönüyle kitle fonlaması yönteminin KOBİ’ler tarafından rağbet edilerek kullanılması beklenmektedir. Bu tezin amacı kitle fonlaması finansman yönteminin KOBİ’ler tarafından özellikle mikro ölçekli işletmelerin finansmana erişiminde yeni nesil bir finansman yöntemi olarak kullanılabilirliğini araştırmaktır. Çalışmanın sonucunda Türkiye’de KOBİ’lerin kitle fonlaması finansman yöntemini henüz çok iyi tanımadıkları, yeni bir finansman yöntemi olarak temkinli yaklaştıkları ve henüz yaygın olarak kullanmaya başlamadıkları tespit edilmiştir.

Bilim Kodu : 115305
Anahtar Kelimeler : Kitle fonlaması, KOBİ, finansman
Sayfa Adedi : 125
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Nevzat AYPEK

SME FINANCING WITH CROWDFUNDING

(M.S. Thesis)

Nihal YÜCEL

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

October 2021

ABSTRACT

In our country, the crowdfunding financing method resulted in bad examples such as the "çiftlikbank" example experienced during the period of lack of regulation, with investors making losses and being victims. Thereupon, a regulation was made by the Capital Markets Board; On 03.10.2019, the "Communiqué on Share Based Crowdfunding" was published in the Official Gazette and entered into force. With the Communiqué, it has now brought active obligations. A large part of the economic activities in our country are carried out by small and medium-sized enterprises (SMEs). Crowdfunding platforms, with the effect of globalization and digitalization, undertake the task of introducing a business idea or project from anywhere in the world, and enabling investors to meet with their supporters, without intermediaries, by crossing national borders, in order for entrepreneurs to realize their business ideas. While crowdfunding provides entrepreneurs with access to finance, it eliminates time and place constraints and facilitates investor search and persuasion processes. In this respect, it is expected that the crowdfunding method will be popular and used by SMEs. The aim of this thesis is to investigate the usability of crowdfunding financing method as a new generation financing method by SMEs, especially for micro-scale enterprises' access to finance. As a result of the study, it has been determined that SMEs in Turkey do not know the crowdfunding financing method very well, they are cautious as a new financing method and have not started to use it widely yet.

Science Code	: 115305
Key Words	: Crowdfunding, SME, financing
Page Number	: 125
Supervisor	: Prof. Dr. Nevzat AYPEK

TEŐEKKÖR

Bu çalışmanın konusunu, kitle fonlaması finansman yönteminin Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ’lerde uygulanabilirliğini incelemek oluşturmaktadır. Bu çalışmaya bilgi, deneyim ve tecrübeleriyle katkı veren danışman hocam sayın Prof. Dr. Nevzat AYPEK’e ve aileme teşekkürleri bir borç bilirim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xiv
1. GİRİŞ	1
2. FİNANSAL TEKNOLOJİ (FİNTEK)	5
2.1. Finansal Teknoloji (FinTek) Tanımı	5
2.1.1. Finansal Teknolojinin Sağladığı Faydalar ve Yaygınlaşmasının Nedenleri	7
2.1.2. Finansal Teknoloji Girişimleri.....	10
2.1.3. Finansal Teknoloji Ekosistemi	11
2.2. Finansal Teknolojinin Gelişimi	13
2.2.1. Dünya’da Finansal Teknolojinin Gelişimi.....	13
2.2.2. Finansal Teknolojinin Tarihsel Gelişimi	18
2.2.3. Türkiye’de Finansal Teknolojinin Gelişimi.....	21
2.3. Finansal Teknoloji İş Modelleri	28
2.3.1. Ödemeler.....	29
2.3.2. Varlık Yönetimi	29
2.3.3. Kitle Fonlaması.....	30
2.3.4. Kredilendirme	31
2.3.5. Sigorta Hizmetleri.....	31

3. KİTLE FONLAMASI.....	33
3.1. Kitle Fonlaması Tanımı.....	33
3.2. Kitle Fonlamasında Finansman Modeli Tarafları	37
3.2.1. Fon Arayanlar (Girişimciler)	37
3.2.2. Fon Sağlayanlar (Yatırımcılar)	38
3.2.3. Kitle Fonlaması Platformları	39
3.2.4. Tarafların Kitle Fonlaması Finansman Modelinde Yer Alma Sebepleri	40
3.3. Kitle Fonlaması İşleyiş Süreci.....	41
3.4. Kitle Fonlamasının Avantajları Ve Dezavantajları	43
3.4.1. Kitle Fonlamasının Avantajları.....	43
3.4.2. Kitle Fonlamasının Dezavantajları	46
3.5. Kitle Fonlamasının Türleri	52
3.5.1. Finansal Olmayan Kitle Fonlaması Türleri	52
3.5.1.1. Bağış bazlı kitle fonlaması modeli.....	53
3.5.1.2. Ödül bazlı kitle fonlaması modeli.....	54
3.5.2. Finansal Olan Kitle Fonlaması Türleri	56
3.5.2.1. Borçlanma bazlı kitle fonlaması modeli	56
3.5.2.2. Hisse (Pay) bazlı kitle fonlaması modeli	58
3.6. Dünya’da ve Türkiye’de Kitle Fonlaması	59
3.6.1. Dünya’da Kitle Fonlaması.....	59
3.6.1.1. Dünya’da kitle fonlaması platformları.....	60
3.6.1.2. Dünya’da kitle fonlaması platformlarının yasal dayanağı	60
3.6.2. Türkiye’de Kitle Fonlaması.....	61
3.6.2.1. Türkiye’de kitle fonlaması platformları.....	61
3.6.2.1.1. CrowdFon.....	61
3.6.2.1.2. Arıkovanı.....	62

3.6.2.1.3. Fongogo.....	63
3.6.2.1.4. Fongogo Pro	64
3.6.2.1.5. Ideanest.....	64
3.6.2.1.6. Startupfon	65
3.6.2.1.7. Buluşum	65
3.6.2.1.8. Fonbulucu.....	65
3.6.2.2. Türkiye’de Kitle Fonlaması Mevzuatı	67
4. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER (KOBİ).....	69
4.1. KOBİ Tanımı.....	69
4.2. KOBİ’lerin Genel Özellikleri	70
4.2.1. KOBİ’lerin Niceliksel Özellikleri.....	71
4.2.2. KOBİ’lerin Niteliksel Özellikleri	74
4.3. KOBİ’lerin Avantajları ve Dezavantajları	76
4.3.1. KOBİ’lerin Avantajları.....	76
4.3.1.1. Esnek ve dinamik yapı	76
4.3.1.2. Hızlı karar alma süreci ve yenilik yaratma	77
4.3.1.3. Etkin kaynak kullanımı	77
4.3.1.4. Büyük işletmelerin tamamlayıcısı olma.....	78
4.3.1.5. Bireysel tasarrufların teşviki ve istihdama katkı sağlama.....	78
4.3.2. KOBİ’lerin Dezavantajları.....	78
4.3.2.1. Finansman, yönetim ve organizasyon bakımından.....	80
4.3.2.2. Pazarlama ve üretim bakımından.....	82
4.3.2.3. Personel, muhasebe bakımından	83
4.3.2.4. Teknoloji ve bilgi akışı bakımından	84
4.4. KOBİ’lerin Finansman Sorunları	85

4.4.1. Özsermaye / İşletme Sermayesi Yetersizliğinden Kaynaklanan Sorunlar	87
4.4.2. Kredi Temin Edilmesinde Yaşanan Sorunlar	89
4.4.3. Mali Yapının Zayıflığından Kaynaklanan Sorunlar	91
4.4.4. Finansal Yönetimdeki Yetersizliklerden Kaynaklanan Sorunlar	92
4.4.5. Sermaye Piyasasından Fon Temin Etmede Yaşanan Sorunlar	93
4.4.6. Alternatif Finansman Tekniklerinin Yeterince Kullanılmamasından Kaynaklanan Sorunlar	96
5. TÜRKİYE’DE PAYA DAYALI KİTLE FONLAMASI VE KOBİ FİNANSMANI.....	97
5.1. Türkiye’de KOBİ’lerin Finansman Problemleri ve İmkânları	97
5.2. Türkiye’de Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformları	100
5.2.1. Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformuna İlişkin Mevzuat	100
5.2.1.1. Paya dayalı kitle fonlaması platformlarının kurul listesine alınması.....	100
5.2.1.2. Platformun ortaklık yapısı değişiklikleri	101
5.2.1.3. Yatırım komitesi	102
5.2.1.4. Platformun listeden çıkarılması	103
5.2.1.5. Platformların yapabilecekleri ve yapamayacakları faaliyetler.....	104
5.2.1.6. Yurt dışında yerleşik platformların faaliyetleri.....	107
5.2.1.7. Platforma üyeliğe ve kampanya sürecine ilişkin ilkeler	107
5.2.1.7.1. Yatırım sınırları	108
5.2.1.7.2. Fon toplamaya ilişkin esaslar	109
5.2.1.7.3. Kampanya süreci	110
5.2.1.7.4. Bilgi formu ile açıklanan konulardaki değişiklikler (Madde 18/1-4)	112
5.2.1.8. Kaydileştirme ve dağıtım esasları (Madde 19/1-4).....	113
5.2.1.9. Fonların kullanım yerlerine ve girişim şirketlerine ilişkin esaslar	113

	Sayfa
5.2.1.9.1. Fonların kullanım yerleri (Madde 20/1-8)	113
5.2.1.9.2. Girişim şirketlerinin özellikleri (Madde 21/1-4).....	115
5.2.1.10. Kamuyu aydınlatma	115
6. SONUÇ	117
KAYNAKÇA.....	119
ÖZGEÇMİŞ	125



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 2.1. Finansal teknolojinin gelişim aşamaları.....	19
Tablo 3.1. Kitle fonlaması tanımları	36
Tablo 4.1. KOBİ tanımı.....	70



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Finansal teknoloji (FinTek) ekosistemi	12
Şekil 2.2. FinTek küresel benimsenme eğilimleri (2015-2019)	15
Şekil 2.3. Dünya’da FinTek’lere yapılan yatırım tutarı ve adeti gelişimi (2015-2019).....	16
Şekil 2.4. Bölge bazında FinTek yatırımlarının dağılımı (2015-2019)	16
Şekil 2.5. Türkiye’de finansal teknoloji ekosistemi	22
Şekil 2.6. FinTek ekosisteminin dört ana başlığı ve etkileyen faktörler.....	23
Şekil 2.7. Türkiye’de FinTek exit’leri (2015-2020)	26
Şekil 2.8. Türkiye FinTek yatırımları (2015-2020)	26
Şekil 2.9. Türkiye’de Kurulan FinTek Girişimleri (2015-2020)	27
Şekil 3.1. Kitle fonlaması finansman modelinin işleyişi	43
Şekil 3.2. Kitle fonlaması sisteminin sağlıklı büyümesi için gerekli ekosistem.....	49
Şekil 3.3. Kitle fonlaması türleri.....	52

SİMGELER VE KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AI	: Yapay Zeka (Artificial Intelligence)
API	: Uygulama Programlama Arayüzleri (Application Programming Interface)
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKM	: Bankalararası Kart Merkezi
EBA	: Avrupa Bankacılık Otoritesi (European Banking Association)
EFT	: Elektronik Fon Transferi
FinTek	: Finansal Teknoloji (Finance and Technology)
FSB	: Finansal İstikrar Kurumu (Financial Stability Board)
InsurTech	: Sigorta Teknolojileri (Insurance Technology)
IOT	: Nesnelerin İnterneti (Internet Of Things)
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
MKK	: Merkezi Kayıt Kuruluşu
P2P	: Bireyden Bireye (Peer-To-peer)
SMS	: Kısa mesaj
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
VUK	: Vergi Usul Kanunu

1. GİRİŞ

Son yıllarda yaşanan, kamuoyunda “Çiftlikbank” olarak adlandırılan skandallar sonrasında sermaye piyasalarında bu konuda yasal boşluk olduğu fark edilmiştir. Başka bir ifadeyle yasal boşlukları kullanma niyetinde olan ve nitelikli dolandırıcılıkla sonuçlanabilecek ve yatırımcıların mağduriyetine sebep olabilecek girişimler her zaman söz konusu olabilmektedir. Bunun üzerine Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), kitle fonlamasını 2019 yılında Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği ile düzenleme altına almıştır.

Kitle fonlaması, tek bir kaynaktan finansman sağlamak yerine çok sayıda kişiden nispeten küçük tutarlar toplayarak sağlanan alternatif bir finansman yöntemidir. Kitle fonlaması, konvansiyonel finansman yöntemleri sağlayan kişi ve kuruluşların ilgi alanı dışında kalan bu sebeple de finansmana erişimi zor olan çekirdek ve erken aşama iş fikirleri veya inovasyon süreçleri içindeki kişiler için önemli bir finansman yöntemi olmak potansiyeli taşımaktadır. Tasarı, kitle fonlamasının ortaklık hakkı veya borç temini ile alacak hakkı sağlama veya hali hazırda uygulandığı üzere bağışlama hukukî görüşlerin mümkün olabileceğini ortaya koymaktadır. Yatırımcılar açısından SPK’nın yapacağı ikincil düzenlemeler, bu farklı hukukî statülere göre farklılaştırılmış yatırımcı garantilerinin kapsamını belirleyecektir.

Tezin konusu; gelişen teknoloji ile ortaya çıkan yeni finansman yöntemi olan kitle fonlamasının KOBİ finansman sorunlarının çözümünde kullanılabilirliğini tartışmaktır. Kitle fonlaması finansman yönteminin tanıtılması ve KOBİ’lerin özellikle mikro ölçekli işletmelerin finansmana erişiminde yeni nesil bir finansman yöntemi olduğunu ortaya koymaktır.

Küreselleşme ve dijitalleşmenin de etkisiyle girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerinde ulusal sınırları da aşarak dünyanın herhangi bir yerinden bir kitle fonlama platformu üzerinden iş fikrini ya da projesini tanıtıp aracısız bir şekilde yatırımcıların, destekleyicileri ile buluşması sağlanmaktadır. Kitle fonlaması, girişimcilerin finansmana erişimini sağlarken yer ve zaman kısıtını ortadan kaldırmakta ve yatırımcı arama, ikna etme süreçlerini kolaylaştırmaktadır.

Tezin yazımında izlenecek yöntem, literatür çalışması yapılarak ve ilgili kaynaklardan gerekli bilgiler elde edilip analiz edilerek anlamlı bir bütün oluşturmaktır.

Bu tez çalışmasında, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) niceliksel ve niteliksel özellikleri bakımından mikro ölçekli işletme kısmı ele alınarak karşı karşıya kaldıkları finansman sorunlarına alternatif finansman yöntemi olan kitle fonlaması ile çözüm önerisinde bulunulmuştur.

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) finansman sorunlarına çözüm önerisinde bulunurken daha önce yapılmış araştırmalardan, elde edilen sonuç ve verilerden yararlanılmıştır.

Kitle fonlaması yöntemine ilişkin dünyada yaşanan gelişmelerin Türkiye’de ne derece uygulama alanı bulduğunu anlayabilmek amacıyla literatür araştırması yapılmıştır. tespit edilen platformlar dünyadaki benzerlerinin genel özellikleri esas alınarak değerlendirilmiştir. Bilhassa ABD’de son yıllarda büyük bir başarı yakalamış olan kitlesel fonlama sisteminin, Türkiye’de de girişimciler tarafından ilgi görmeye başladığı ve yeni platformların kurulmaya başladığı görülmektedir. Esasen geleneksel fonlama yöntemlerine alternatif olarak ortaya çıkan ve içeriğinde önemli dinamikler taşıyan bu platformlar, farklı disiplinlerdeki yaratıcı projelerin hayata geçirilmesine aracılık etmektedir. Kitle fonlaması, yeni iş fikirlerini ve tasarımlarını ticarileştirmek isteyen girişimciler için yeni fırsatlar fırsatlar sunmaktadır. Kitle fonlaması platformları, girişimci ve yenilikçi toplumların oluşturulması için önemli potansiyele sahip olup, dünya genelinde hükümetler tarafından desteklenmeye ve düzenleme altına alınmaya başlamıştır (Büyükpilavcı, 2014, s.xvii)

Kitlesel fonlamanın girişimciler için arz ettiği önemin yanında, gelişmekte olan ülke statüsündeki Türkiye’nin yeniliğe ve girişimciliğe olan ihtiyacı da göz önüne alındığında, Bu çalışmayla KOBİ’lere finansman sağlama açısından Türkiye’de kurulmaya başlanan kitlesel fonlama platformlarının durumunun irdelenmesi literatürdeki önemli bir boşluğu tamamlayacaktır. Bu sebeple tezin ana amacı —Türkiye’deki kitlesel fonlama sisteminin ortaya çıkışını, gelişim sürecini araştırmak ve sistemin KOBİ’lerin finansman ihtiyacını karşılamada nasıl kullanılabileceğini araştırmaktır.

Tezin ikinci bölümünde finansal teknoloji ve finansal teknolojideki gelişmeler ve uygulamalar incelenmiştir. Üçüncü bölümde kitle fonlaması teorik ve mevzuat temelinde incelenmiştir. Dördüncü bölümde küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) tanıtılması ve finansman ihtiyaçlarının çözüme yolları araştırılmıştır. Beşinci bölümde ise KOBİ'lerin paya dayalı kitle fonlaması yöntemini kullanabilirlikleri konusundaki anlayışı, uygulamaları ve niyetleri araştırılmıştır.



2. FİNANSAL TEKNOLOJİ (FİNTEK)

2.1. Finansal Teknoloji (FinTek) Tanımı

Teknolojik gelişmeler sosyal ve ekonomik hayatın birçok alanında yenilik sağladığı gibi finans sektöründe de etkili olarak dijital platform sistemlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dijital dönüşüme en hızlı cevap veren ve ürünlerini buna göre dönüştürebilen/çeşitlendiren finans sektörü, geleceğe kendini uyarlamak adına teknolojiyi kaldıraç olarak görmektedir (Demirdöğen, 2020, s.67).

İngilizce Finans (*Finance*) ve Teknoloji (*Technology*) kelimelerinin birleştirilmesi ile elde edilen FinTek¹ (FinTech) kavramının genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Sözcük anlamına bakıldığında FinTek; bankacılığı ve finansal destek hizmetlerini geliştirmek ya da etkili hale getirmek için kullanılan bilgisayar programlarına ve diğer teknolojilere verilen addır (Oxford Dictionary, 2020). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) 2016 tarihli Finansal İstikrar Raporu'na göre; ihtiyaç duyulan fonların etkin kullanımı faaliyetlerini kapsayan finans ve üretim amacıyla geliştirilen araçları ve bilgiyi kapsayan teknoloji kelimelerinin bir araya gelmesi ile ortaya finansal teknoloji kavramı çıkmıştır (TCMB, 2016, s.9). TCMB 2019 tarihli raporunda bu tanımı "finansal piyasalara, kuruluşlara ve finansal hizmetlerin sunulmasına önemli derecede etki ederek yeni iş modelleri, uygulamaları, süreçleri veya ürünleri ortaya çıkaran teknolojiye dayalı finansal yenilikler" olarak güncelleyerek Financial Stability Board²'ın tanımını benimsemiştir (TCMB, 2019, s.15).

FinTek, Avrupa Bankacılık Otoritesi (EBA) tarafından ise "finansal piyasalar ve kurumlar ve ayrıca finansal hizmetlerin tedariki üzerinde esaslı bir etkiye sahip, yeni iş modelleri, uygulamalar, süreçler ve ürünlerin doğumuna sebebiyet verebilecek teknoloji destekli finansal inovasyon" şeklinde tanımlanmaktadır. FinTek kavramı Avrupa Parlamentosu tarafından 'tüm finansal sektörü, sektörün bankacılıktan sigortacılığa; emeklilik fonları, yatırım danışmanlık, ödeme hizmetleri ve pazar alt

¹ 1-Tez çalışması boyunca FinTech kavramının Türkçeleştirilmiş hali olan FinTek kavramı kullanılacaktır.

²2-FSB; küresel finansal sistemi inceleyen ve bu konuda tavsiyelerde bulunan uluslararası bir organdır.

yapısı da dahil olmak üzere bütün bileşenlerini içerecek şekilde etkileyen teknolojiler aracılığıyla mümkün kılınan veya sağlanan finans olarak tanımlanmıştır.

Softtech Teknoloji Raporu'na göre ise; finansal teknolojinin kısaltması olan FinTek, finansal hizmetlerin ve ürünlerin tasarım ve sunumunda teknolojinin yenilikçi kullanımına atıfta bulunan geniş bir kategoridir. FinTek, finansal hizmetlerde yeniliği destekleyen teknolojiler için şemsiye bir terimdir (Softtech Teknoloji Raporu, 2019, s.163).

Finansal teknolojiye ilişkin olarak literatürde yapılan çeşitli tanımlamalar söz konusudur:

- Arner ve diğerleri (2015)'ne göre finansal teknoloji, teknolojiye olanak veren finansal çözümlerdir.
- Lee ve Kim (2015)'e göre finansal teknoloji, geleneksel sistemi etkileyebilecek yeni finansal yazılımları (software) geliştirme ve uygulamayı içeren teknik bir süreçtir.
- Ryu (2017)'ya göre finansal teknoloji, bilişim teknolojilerinin anahtar konumda olduğu finansal olmayan şirketlerce oluşturulan yenilik yaratıcı finansal hizmet ve ürünlerdir.
- Schueffel (2016) çok sayıda bilimsel makaleyi inceledikten sonra finansal teknolojiyi; finansal faaliyetleri daha iyi bir hale getirmek teknolojiyi uygulayan yenilikçi finans sektörü olarak tanımlamıştır.
- Gimpel vd. (2017) tanımına göre FinTek; interneti, mobil iletişimi, veri analitiğini vb. dijital teknolojileri kullanarak geleneksel finansal hizmet anlayışının yerine inovatif bir bakış açısıyla finansal hizmetlerin tüketicilere ulaştırılmasını kolaylaştırmaktadır.
- Kuo Chuen ve Teo'e (2015) göre FinTek yenilikçi finansal hizmetler veya teknoloji yoluyla sunulan ürünler anlamına gelir.
- Dorfleitner ve diğerlerine göre "FinTek" finansal teknoloji teriminin kısaltması olup, modern ve yenilikçi teknolojilerle finansal hizmetleri bir araya getiren firmaları ifade etmektedir.
- Eickhoff, Weinrich, Muntermann (2017)'a göre FinTek'ler iş modellerinde teknolojik ve finansal özellikleri birleştiren şirketlerdir.

- Leong & Sung (2018)'a göre FinTek farklı iş durumlarına göre teknoloji çözümleri önererek finansal hizmet süreçlerini geliştiren herhangi bir yenilikçi fikir olarak düşünülebilmektedir.

2.1.1. Finansal Teknolojinin Sağladığı Faydalar ve Yaygınlaşmasının Nedenleri

Dijitalleşme ve gelişen teknolojiyle birlikte finansal hizmetlerin bireylere ulaşması kolaylaşmış ve müşterilerin ihtiyaç duyduğu hizmetler değişikliğe uğramıştır. Geleneksel finansal kurumların müşterilerine sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin müşterilerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamadığı ortaya çıkmıştır. Teknolojinin yardımıyla, finansal hizmetler daha kullanıcı dostu haline getirilerek tüketicilerin finansal hizmetlere erişimi yeni yollardan sağlanmaktadır. FinTek teknolojinin yardımıyla, finansal hizmetlerin daha kullanıcı dostu hale gelmesi ve tüketicilerin finansal hizmetlere yeni yollarla erişmelerine olanak sağlamasıdır (Deloitte Türkiye, 2017, s.4).

Yaşanan teknolojik dönüşüm, insanların finansal hizmetlere erişimini kolaylaştırırken, sunulan ürün ve hizmetlerin hem çeşitlilik ve kalitesinin artmasına hem de maliyetlerinin düşmesine neden olmaktadır (EY, 2018, s.3). Finansal teknolojiler sayesinde piyasalarda tüketiciler ve kurumsal müşteriler için daha hızlı, ekonomik, kişiselleştirilmiş, kapsayıcı, esnek, şeffaf ve daha kaliteli finansal hizmetler; girişimciler için yeni iş imkânları, bireysel bankacılıkta müşteri deneyiminin önem kazanması gibi gelişmeler yaşanmıştır (European Parliament Report On Fintech, 2017).

FinTek şirketlerinin sağladığı hizmetler ya finansal kurumlara ya da direkt olarak kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Kullanıcılar bir FinTek çözümünü, iş süreçlerine ya da günlük yaşamlarına dâhil ederek bazı avantajlar elde edebilmektedir. Barberis'e (2014) göre finansal kurumların bu hizmetleri alarak elde ettikleri avantajlar, işletme maliyetlerinde azalma, yeni çapraz satış fırsatlarının oluşması ve daha iyi bir risk yönetim sisteminin kurulması şeklinde özetlenebilir. FinTek endüstrisinin bireysel kullanıcılar için sağladığı faydalar arasında ise kullanıcıların müşteri odaklı hizmet alımı, mobilitelerinin artması ve krediye daha kolay ve hızlı erişebilmesi gibi durumlar örnek gösterilebilir (<https://www.slideshare.net/FinTechHk/fintech-hong-kong-report>, Erişim Tarihi: 18.03.2020).

FinTek girişimleri ürün ve hizmetleri kullanıcılara etkili bir şekilde sağlanmasına yardımcı olarak sektörün erişimini genişletmektedirler. Finansal hizmetler endüstrisinin geleneksel rollerini tamamlayıcı özellikler göstermektedirler. Bu özellikler finansal katılımı geliştirmek, müşteri deneyimini geliştirmek, şeffaflığı artırmak, güvenliği ve uyumluluğu iyileştirmek, destek ve rehberlik sağlamaktır. Finansal katılımı geliştirmek özelliği ile geleneksel finansal hizmetlere erişemeyen müşterilere daha düşük maliyet sunarak ve KOBİ'lere fon sağlayarak erişimin artması sağlanmaktadır. Müşteri deneyimini gerçekleştirmek özelliği ile müşterilerin fikirlerini ön planda tutarak müşterilere kişiselleştirilmiş hizmet sunulmakta ve etkili bir iletişim sağlanmaktadır. Şeffaflığı artırmak özelliği ile finansal hizmetler endüstrisinin temeli olan güveni artırmaya yardımcı olunmaktadır. Güvenliği ve uyumu iyileştirme özelliği ile perakende ve KOBİ müşterileri gibi dolandırıcılık, siber saldırı ve diğer çevrimiçi risklere karşı savunmasız olan işletmelerin sahtekârlığı tespit etmelerine yardımcı olunmaktadır. Destek ve rehberlik sağlama özelliği ile ise Yapay Zeka (AI) ve büyük veri analitiği gibi teknolojileri kullanarak, müşteriler tarafından anlaşılması zor olabilecek finansal durumların uygun maliyetlerle müşteri tarafından anlaşılmasını sağlamaktadır (KPMG, 2017, s.7)

FinTek girişimlerinin sağlamış oldukları potansiyel yararlar şu şekilde sıralanmıştır (Kaymak, 2019, s.30-31):

- Hız ve Kolaylık: FinTek şirketleri müşterilerine online ya da mobil kanallarla daha hızlı ve kolay finansal hizmet/ürün sunulmasına yardımcı olmaktadır.
- Hareketlilik ve Seçim Esnekliği: FinTek şirketleri yüksek müşteri deneyimlemesi sunabilmek için ürünlerini/hizmetlerini müşterilerin istekleri çerçevesinde çeşitlendirmektedir. Bunun sonucu olarak da müşteriler zaman ya da konuma bağlı olmaksızın iş ve işlemlerini gerçekleştirerek hareketlilik kazanmaktadır.
- Düşük Ücretlendirme ve Fiyatlandırma Politikası: FinTek şirketleri şube, elektronik hizmet dağıtım cihazları gibi fiziki altyapılara değil teknolojik altyapı kanallarına yatırım yapmaktadır. Dolayısıyla geleneksel rakiplerine nazaran daha düşük ücretlendirme politikaları uygulamaktadırlar.
- Gerçek Zamanlı Veri Toplama ve Geliştirilmiş Ürün: FinTek şirketleri nesnelerin interneti teknolojisini kullanarak müşterilerin anlık davranışları ve tutumları hakkında veri toplanmasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla uygulamış

oldukları stratejiler ve eylem planlarında hata oranları düşmekte ve daha kişileştirilmiş ürünler ve hizmetler sunabilmektedirler.

- Azalan Bilgi Asimetrisi: FinTek şirketleri kullanıcılardan derledikleri verileri, yapay zeka ve öğrenme teknolojilerinden faydalanarak detaylı bilgi haline getirmekte ve diğer finansal kurumlardaki hesaplarla senkronize ederek eşzamanlılık sağlamaktadırlar. FinTek şirketleri borç verenler, borç alanlar ve yatırımcılar arasındaki iletişime neden olan teknoloji odaklı girişimler olduğu için piyasada aracı rolünü üstlenmeleri temel işlevlerindendir. Piyasanın aktörleri arasındaki aracılık ve veri aktarım, bilgi asimetrisinin azalmasını sağlamakta, piyasanın ihtiyacı olan likidite akışına ortam hazırlamaktadır.
- Şeffaflık: FinTek şirketleri kullanıcılarına ürün/hizmet sunarken online ve mobil platformları kullanmakta gerçekleşen dijital işlemleri kayıt altında tutarak takibini yapmaktadır. Dijital ortamda gerçekleşen işlemlerin denetlenebilir ve şeffaf olması kullanıcıların güven vermektedir.
- Ekonomiye Katkısı: FinTek ekosistemi, piyasalardaki bilgi asimetrisini azaltarak risk ve güvenlik gibi olumsuz faktörleri minimum seviyeye indirmiştir. Azalan olumsuz faktörler sonucunda ortaya çıkan iyileşme, finansal kaynakların en uygun şekilde dağıtılmasını sağlar. Blok zinciri teknolojisi, dijital para birimleri gibi yenilikler yalnızca finansal piyasalara değil, ekonomik faaliyetlerin genelinde yeni değer akışlarına neden olduğundan ekonomideki piyasalar arasında entegrasyon sağlanarak refah artışı için gerekli olan reform adımlarına ortam hazırlanmaktadır.

Hızla değişen tüketici beklentileriyle bağlantılı olarak dijital finansal hizmetlere talep artmış, bilişim sektöründe kaydedilen ilerleme ve finansal düzenlemelerdeki değişiklikler finansal teknolojilerin ilerleme ve yayılma hızının son yıllarda ivme kazanmasında etkili olmuştur (TCMB, Finansal İstikrar Raporu, Sayı: 28, 2019, s.12). FinTek'in yaygınlaşmasının temelinde; büyük veri kümelerinin analizini mümkün kılacak düzeyde bilgi işlem gücünün artması, dijitalleşme, malların ve hizmetlerin daha geniş düzeyde erişilebilir hale gelmesi, aracılardan ortadan kaldırılması ve düşük işlem maliyetleri gibi nedenler bulunmaktadır (Görmez, 2017, ss.10-11).

KPMG'nin 2017 yılında yayımladığı raporda; finansal teknoloji sektörünün öneminin artmasının ve büyüme göstermesinin temel olarak dört nedenle ilişkili olduğunu ifade

etmektedir. Bu nedenlerden birincisi, teknolojik gelişmelerde yaşanan hızlı değişimle birlikte teknoloji üretme maliyetlerinde yaşanan düşüş olarak ifade edilmiştir. Bir diğer neden olarak müşteri taleplerinin artık teknoloji odaklı hizmet ve deneyimlere kayması olarak gösterilmektedir. Sektörün öneminin artmasında etkili olan üçüncü neden yatırımcıların FinTek sektörü yatırımlarını tercih etme oranlarının artması olarak gösterilmektedir. Raporun ifade ettiği son neden ise günümüzde hem yöneticilerin hem hükümetlerin hem de düzenleyicilerin finansal teknolojiler sektörünü, finansal hizmetlerin evrimi olarak kabul etmeleri ve aktif olarak desteklemeleridir.

2.1.2. Finansal Teknoloji Girişimleri

FinTek denildiği zaman akılda finansal teknolojiler canlansa da derinlemesine bakıldığında bu kelimenin altında çok daha fazlası yer almaktadır. FinTek; finansal hizmetler sektörünü daha kolay erişilebilir hale getirebilecek yenilikçi iş modelleri ile teknolojiyi bir araya getiren şirketleri anlatmaktadır (EY, 2018, s.9). Finansal teknoloji firmaları geleneksel iş modellerine ve finansal hizmetlere yenilik getirerek teknolojik çözümler sunmaktadırlar. FinTek oyuncularının ortak noktası, yoğun bir şekilde değişen finansal hizmetler endüstrisinin tüm yönlerinde dijital dönüşümü sağlamak için yeni fikir ve iş modelleri bulmaya çalışmalarıdır (Özel, Akgül, 2019, s.42).

FinTek girişimleri hem gerçek hem de tüzel işletmeler için inovatif ve kaliteli finansal hizmetler, ürünler ve iş modelleri sunmak için yeni teknolojilerin oluşturduğu fırsatlardan yararlanan işletmelerdir. FinTek girişimleri yapay zekâ, makine öğrenmesi, uygulama programlama arayüzleri (API), blokzinciri ve kuantum bilişimi teknolojilerini etkin bir şekilde kullanarak yenilikçi finansal ürün, hizmet ve iş modellerini tüketicilere sunmaktadırlar. FinTek girişimlerinin faaliyet gösterdiği iş modelleri; ödemeler, varlık yönetimi, kitle fonlaması, kredilendirme, sermaye piyasası ve sigorta hizmetleridir (Taştan, 2019, s.5).

Finansal teknoloji girişimleri nesnelerin interneti, derin öğrenme, yapay zeka, blok zincir (blockchain) ve kripto para uygulamaları gibi teknolojilerden yararlanarak müşterilerine mobil ve dijital ödeme sistemleri, kitle fonlaması, küçük ve yeni işletmeler için finansal çözümler ve muhasebe çözümleri, eşler arası borçlanma, robot yatırım danışmaları gibi alanlarda yenilikçi çözümler sağlamaktadırlar. FinTek girişimleri geleneksel finansal kuruluşların karmaşık ve yavaş yapılarını arkada

bırakarak özel yazılım ve algoritmalar aracılığı ile tüketici ve müşterilerine hızlı ve efektif çözümler sunup teknolojiye ayak uydurmayı amaçlamaktadır.

Günümüzde en çok karşılaşılan FinTek servisleri arasında; mobil ödeme, yapay zeka destekli portföy yönetimi, kişiden kişiye para transferi, sohbet robotları ile çağrı merkezi hizmeti, sigortacılık teknolojileri (InsurTech), kripto paralar ve Blockchain teknolojileri, nesnelerin interneti ile temassız ödeme, kişiye özel unsurların dikkate alındığı biyometrik doğrulama çözümleri, açık bankacılık uygulamaları yer almaktadır (<https://www.halkbankkobigelisim.com.tr>, Erişim Tarihi: 12.05.2020).

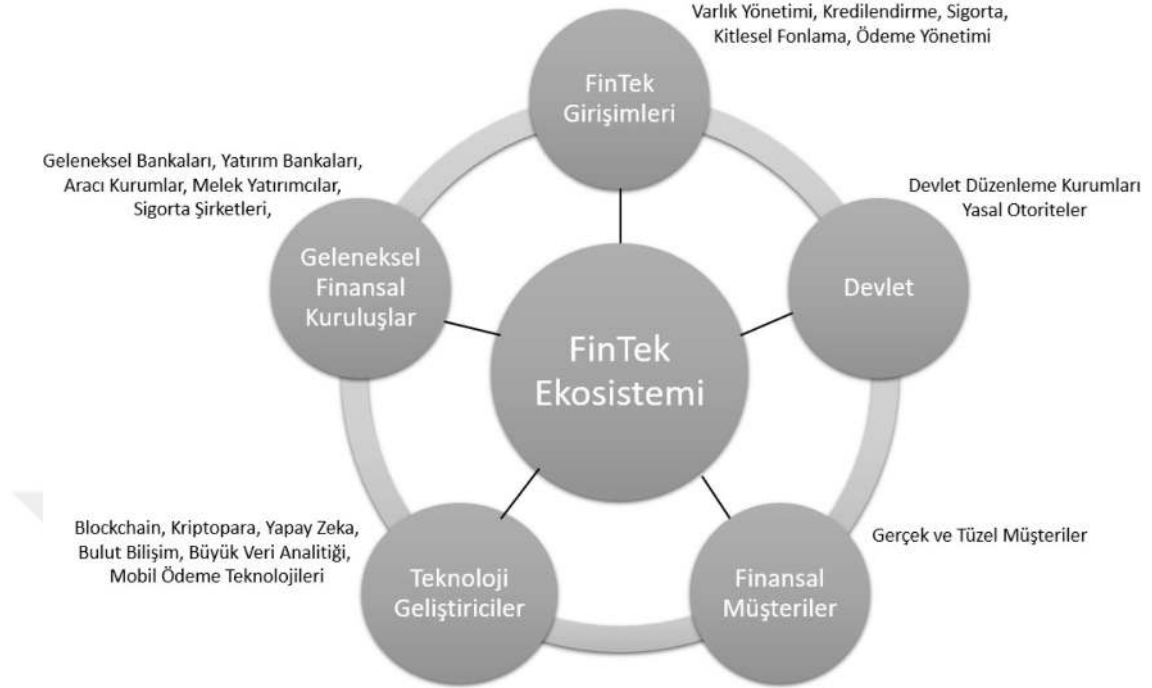
Finansal teknoloji girişimlerinin yaptıklarını Akkan (2018, s.3) şöyle özetlemiştir:

- Bireyselleştirilmiş çözümler sunarak bankacılık sektöründe dijital devrimi sağlayabilecek ürün/hizmetler ortaya koyarlar.
- Yenilikçi ürün ve hizmetler sunarlar.
- Rekabetçi fiyat avantajı sağlarlar.
- Finansal piyasalarda alternatif hizmetlerle ön plana çıkarlar.
- Finansal sisteminin dışında olan bireylere de ulaşabilmektedirler.
- Daha fazla müşteri deneyimine odaklanırlar.

2.1.3. Finansal Teknoloji Ekosistemi

FinTek inovasyonunda rekabetçi ve işbirlikçi dinamikleri anlamak için öncelikle FinTek ekosistemi incelenmelidir.

Şekil 2.1’de görüldüğü üzere, FinTek ekosistemi beş temel unsurdan oluşmaktadır:



Şekil 2.1. Finansal teknoloji (FinTek) ekosistemi

Kaynak: Lee, I., Shin, J. (2017). Fintech: Ecosystem and Business Models, Investment Decisions and Challenges, s.3.

Birinci unsur teknolojik finansal girişimleridir. Finansal teknoloji girişimleri faaliyette bulundukları konuma göre farklılık göstermektedir. Mesela, varlık yönetimi, kredilendirme, kitle fonlaması, ödeme yönetimi, sigorta gibi sahalarda faaliyet göstermektedirler. İkinci unsur, teknoloji geliştiricileri olarak açıklanmaktadır. Teknoloji geliştiricileri, FinTek girişimlerinin kullanmış oldukları yeni teknolojileri geliştiren kuruluşlardır. Mesela, bulut bilişim, blokzincir, büyük veri analitiği, yapay zekâ, sanal gerçeklik, kripto para ve mobil ödeme teknolojileri gibi yeni teknolojilerdir. Üçüncü faktör; denetleyici ve düzenleyici otoriteler, bağımsız denetim şirketleri ve yasama organıdır. Dördüncü unsur da finansal hizmetleri kullanmakta olan gerçek ve tüzel müşteri/kullanıcılarıdır. Son unsur ise finansal hizmetleri piyasaya sunan finansal kuruluşlardır. Örneğin, ticari bankalar, yatırım bankaları, sigorta şirketleri, aracı kurumlar ve melek yatırımcılardır. Bu faktörler ülke içinde; yenilik sağlar, ekonominin canlanmasına katkıda bulunur, bankacılık ve finans sektöründe işbirliğini ve rekabeti kolaylaştırarak finansal hizmetlerin kullanıcısı olan tüketicilere faydalar sağlamaktadır (Lee, 2016, s.58).

Ekosistemin merkezinde finansal teknoloji girişimleri bulunmaktadır. Bu şirketler çoğunlukla girişimcilik ruhuna sahip olup, ödeme, varlık yönetimi, kredilendirme, kitle fonlaması, sermaye piyasaları ve sigortacılık alanlarında inovatif ürünler geliştirmektedirler. FinTek girişimleri geleneksel finansal kuruluşlara kıyasla daha düşük operasyonel maliyetlerde kişiselleştirilmiş finansal hizmetleri sunarak niş pazarları hedeflemektedirler. Tüketiciler, ihtiyaçları için tek bir finansal kuruluş yerine piyasada bulunan FinTek şirketlerinden istedikleri finansal hizmetleri seçip kullanmaktadırlar. Ekosistemde yer alan melek yatırımcılar ve girişim sermaye fonlarına sahip yatırım şirketleri, FinTek girişimlerinin kurulması veya büyümesi için ihtiyaç duyulan yatırım desteğini vermektedirler. Ekosistemde yer alan bir diğer unsur olan teknoloji geliştiricileri, FinTek girişimleri için teknolojik anlamda uygun bir zemin oluşturarak onların yenilikçi finansal hizmetleri hızlı bir şekilde piyasaya çıkarmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, yapay zekâ teknolojisi kullanılarak akıllı robot finansal danışmanlar hizmet vermektedirler (Lee, 2016, s.59).

Ekosistemdeki başka bir unsur hükümetlerdir. 2008 yılında yaşanan Küresel Finansal Kriz sonrasında hükümetler; geleneksel finansal kurumlara daha ağır yasal düzenlemeler getirmiş ancak FinTek girişimlerinin ortaya çıkması için sıkı olmayan yasal düzenlemelerle uygun bir yasal ortam hazırlamışlardır. FinTek girişimleri için gelir kaynağı finansal müşteriler FinTek ekosisteminde önemli yere sahiptirler. Ticari müşteriler her ne kadar büyük oranda gelir kaynağı olsa da, FinTek girişimlerinin müşterileri genelde bireysel ve KOBİ olarak ortaya çıkmaktadır. Yaşları 18 ve 34 arasında değişen tüketiciler ise FinTek şirketlerinin sunduğu finansal hizmetleri kullanan büyük bir müşteri kitlesi olarak görülmektedir. FinTek girişimleri geleneksel finansal kuruluşlar için büyük bir itici güç oluşturmaktadır. Geleneksel kuruluşlar, FinTek'lerin yıkıcı gücünü ve pazar paylarındaki artışı fark ederek mevcut iş modellerini ve yenilikçi stratejilerini gözden geçirerek değiştirmektedirler (Lee, 2016, s.59).

2.2. Finansal Teknolojinin Gelişimi

2.2.1. Dünya'da Finansal Teknolojinin Gelişimi

21. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte gerçekleşen dijital dönüşüm finans sektöründe etkisi hissettirmiştir. Finans ve teknoloji kelimelerinin bir araya

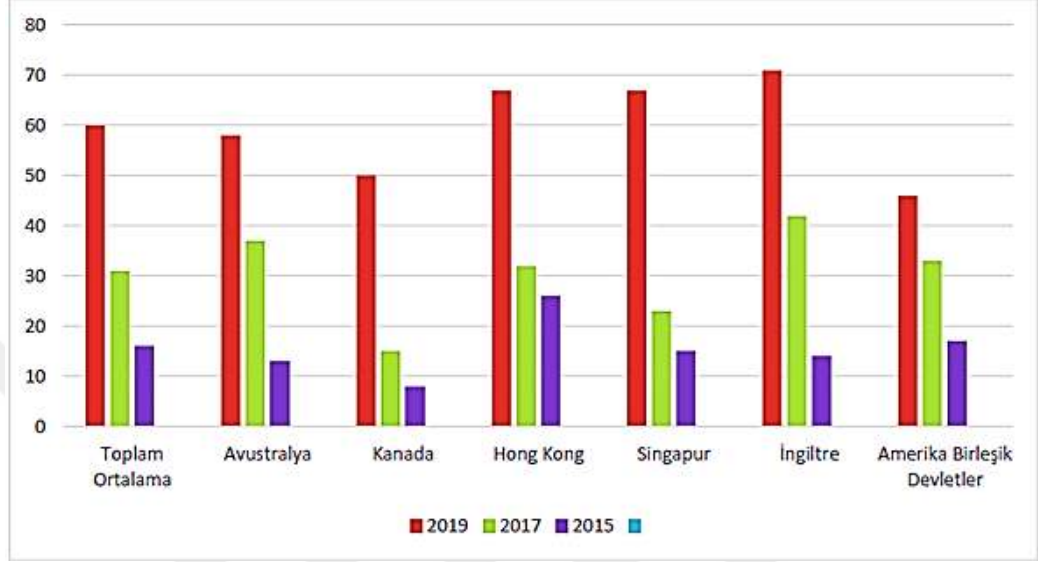
gelmesi ile oluşan FinTek kavramının bazı kaynaklar tarafından 2015 yılında ortaya çıktığı söylene de 21. yüzyılda ortaya çıkmış olabileceğini söylemek daha doğru olacaktır (<https://ceotudent.com/dunü-bugünü-yarini-5-maddede-fintech-finans-teknolojileri-nedir>, Erişim Tarihi: 18.06.2020).

FinTek ile birlikte gelişen dijitalleşme trendi son yıllarda bankacılık sektörünü derinden etkilemiş olsa da FinTek kavramı yeni akım değildir. FinTek terimi hemen hemen 2012-2013 yıllarında yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ancak FinTek akımı 2008 Küresel Finansal Krizi ile birlikte yaygınlaşmıştır (Kocaoğlu, Ulbrich, 2019, s.7-8). FinTek terimi ilk defa 2018 yılı Eylül ayında Merriam-Webster'ın çevrimiçi sözlüğüne eklenmek suretiyle dilbilim terminolojisi anlamında resmiyet kazanmıştır. Sözlükte “yeni geliştirilen dijital ve çevrimiçi teknolojileri bankacılık ve finansal servis endüstrilerinde kullanan ürün ve şirketler” ve “bu tarz teknolojileri kullanan veya yaratan işletmeler” şeklinde tanımlamakta ve terimin ilk defa 1971’de kullanıldığını belirtmektedir (Kocaoğlu, Ulbrich, 2019, s.13).

FinTek olgusu 2008 Küresel Finansal Krizi’nden sonra yaygınlaşmaya başlamıştır. Yaşanan krizin sonucu olarak; bireylerin tasarruflarını kaybetmesine neden olmuş ve bankalara duyulan güveni azalmıştır. Kriz sonrası dönemde ise kaybedilen güven tekrar kazanıp piyasaları hareketlendirmek için bankalara düzenleyici yükümlülükler ve denetimler getirilmiştir. Getirilen yeni düzenlemeler FinTek girişimlerinin artmasını sağlamıştır. Krizden sonra oluşturulan risk politikaları nedeniyle bankalar kredi vermeyi azaltma yoluna gitmiştir. Yaşanan bu olumsuzlukları takip eden dönemde internet kullanımının artması, paylaşım ekonomisinin gelişmesi, finansal faaliyetler için akıllı cihazların kullanılıyor olması gibi çok sayıda farklı faktörlerin bir araya gelerek oluşturduğu ortam FinTek girişimlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (<https://fintechistanbul.org/2019/02/04/finansal-teknolojiler-fintech-ekosistem-ve-turkiye/>).

Ernst&Young 2019 yılında “Tüketici FinTek Benimsenme Eğilimlerine” yönelik bir çalışma yapmıştır. Benzer çalışma 2015 yılında da yapılmış, gelinen noktada çok çarpıcı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, altı ülkeden, 27.000 kişi ile görüşülmüş ve kişilerin FinTek ilgi düzeyleri araştırılmıştır. 2019 yılı raporunda bireylerin finansal teknolojilerin ilgi düzeyinin her iki yıl da bir yaklaşık iki kat artış gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Aşağıdaki Şekil 2.2 'de görüleceği üzere, genel ortalamada 2015 yılında %16 olan ilgi düzeyi 2019 yılında %60'a yükselmiştir. İncelenen ülkeler arasında en yüksek artış, İngiltere'de görülmüştür. İngiltere'de 2015 yılında %14 olan ilgi düzeyinin, 2017 yılında %42'ye, 2019 yılında ise %71'e yükseldiği görülmektedir.



Şekil 2.2. FinTek küresel benimsenme eğilimleri (2015-2019)

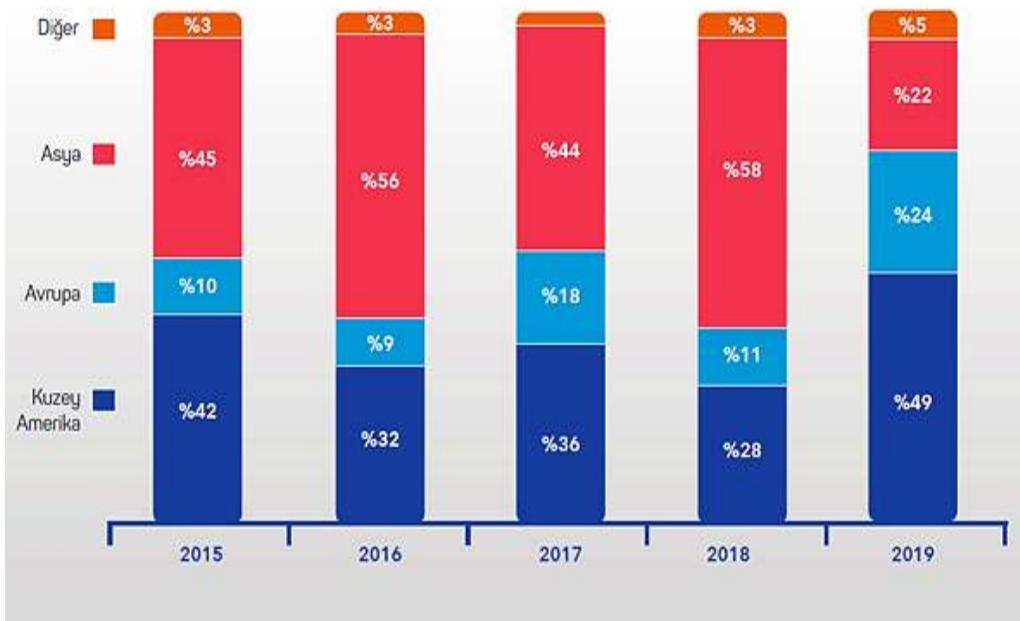
Kaynak: Sezal L. (2020) FinTek Hizmetlerinin Finans Sektörüne Etkileri ve Sağlanan Devlet Teşvikleri, Ekonomi, İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi, s.235.

Innovate Finance tarafından açıklanan verilere göre FinTek'lere 2019 yılında 35,7 milyar dolar yatırım yapılmıştır. Bu tutarın 2018 yılında 49,9 milyar dolar olduğu ancak 2018 yılının ikinci çeyreğinde Ant Financial'a yapılan 14 milyar dolarlık dev yatırım dışarıda tutulduğunda son iki yılda çok yakın değerlerin söz konusu olduğu gözlenmiştir (Türkiye'de ve Dünya'da Fintek 2019 Raporu, s.10).



Şekil 2.3. Dünya’da FinTek’lere yapılan yatırım tutarı ve adeti gelişimi (2015-2019)
Kaynak: Türkiye’de ve Dünya’da Fintech 2019 Raporu, s.10.

Yatırımların kıta bazında dağılımları incelendiğinde bu yıla kadar Asya’nın liderliği söz konusu idi. Ant Financial yatırımlarının gerçekleştiği 2016 ve 2018 yıllarında yatırımların yarısından fazlası Asya’ya yapılmıştı. Ancak 2019 yılında bu tablo değişti ve yatırımların %49’unu toplayan Kuzey Amerika zirveye çıkmıştır (Türkiye’de ve Dünya’da Fintek 2019 Raporu, s.11).



Şekil 2.4. Bölge bazında FinTek yatırımlarının dağılımı (2015-2019)
Kaynak: Türkiye’de ve Dünya’da Fintech 2019 Raporu, s.11.

Yatırımların ülke bazında dağılımı incelendiğinde öne çıkan ülkelerin ABD, İngiltere, Hindistan ve Çin olduğu görülmektedir. Hindistan'ın Çin'in iki katından fazla yatırım alması ise ülkede, dolasındaki paranın %86'sını oluşturan en yüksek tutarlı iki banknotun dolasından kaldırılmasıyla hızlanan dijitalleşme serüveninde geldiği noktayı gözler önüne sermişti. Hindistan 2018 yılında 1,2 milyar dolar olan yatırım tutarını 3,9 milyar dolara yükselterek büyük bir başarıya imza atmıştır (Türkiye'de ve Dünya'da Fintech, 2019 Raporu, s.11).

Global FinTek Adoption Index 2019 Raporu'na göre, FinTek'e katılım oranı 2018 yılına kıyasla yaklaşık % 64 oranla büyümüştür. Hindistan ve Çin % 87'lik benimseme oranıyla gelişmekte olan pazarlara liderlik ederken % 82 oranı ile Rusya ve Güney Afrika, % 73 oranında Hollanda, % 71 oranında İngiltere ve İrlanda takip etmektedir. Rapora göre; tüketicilerin FinTek'i benimsemesindeki temel faktör, yenilikçi ürünlere erişim ve hesap açma kolaylığı ve müşterilerin farkındalığıdır. Startups.Watch'un en son yayımladığı Küresel FinTek Raporuna göre, Kasım 2020'de FinTech girişimleri 152 anlaşmayla toplam 2,3 milyar dolar değerinde yatırım toplamıştır. Böylelikle FinTek girişimleri 2020'nin ilk 11 ayında 1525 anlaşmayla toplamda 25,8 milyar dolar yatırım toplamıştır. Bu dönemde ödemeler, bankacılık ve finansman yatırım için öne çıkan ilk üç alandır (<https://baslangicnoktasi.org/dunyada-ve-turkiyede-fintech/>, Erişim Tarihi: 12.01.2021).

Dünya'da FinTek sektörü yatırımları, işgücü artışı ve kurumların sayısı boyutunda büyümekte olsa da olgunluk seviyesine henüz ulaşamamıştır. FinTek şirketleri bu olgunlaşma sürecinde, geleneksel finansal hizmetler sektörüne dahil olmaya başlamış ve sunmuş oldukları ürün/hizmetlerle belli bir pazar payına ulaşmışlardır. Bununla birlikte FinTek'lerin girişim sermayedarlarından, kurumsal yatırımcılardan önemli yatırımlar alması bankalar, sigorta şirketleri ve varlık yönetimi şirketleri açısından alışkın oldukları piyasanın değişmesine neden olmuştur.

Finansal hizmet sektörü içerisinde bankalar ve sigorta şirketleri, sektöre girişin zorluğu (giriş bariyerleri) nedeniyle yıllarca pazar paylarını korumuş ve bu avantajdan faydalanmışlardır. Bu durumun genel olarak nedenleri; düzenleyici ortamların karışık olması, yüksek sermaye yeterlilik oranları, belirli hizmetlerin yerini alacak başlıca uygulamaların eksik olması ve tüketicilerin/devletlerin marka değeri yüksek olan finansal kurumlara daha fazla güven duymalarıdır. Marka değerinin sağladığı bu

koruma kalkanı, belirli seviyeye kadar müşterilerin ataleti ve yeni hesap açmanın külfeti ile desteklenmiştir. Ancak tüm koruma kalkanları, bankalar ve diğer geleneksel finansal kuruluşlar için artık ortadan kalkma aşamasına gelmişlerdir. Kanun koyucular, bilhassa kriz sonrası bankaların itibarlarının sarsıldığı bir zeminde, tüketicilere daha fazla seçenek sunulabilmesi için piyasaya yeni girecek aktörlerle çalışmaya başlamıştır. Yeni FinTek hizmetlerinin bir kısmı geleneksel finansal ürün/hizmetlere göre daha iyi, derin veya benzersiz değer önerileri sunmakta olup kullanıcılara daha sezgiye dayalı bir tecrübe yaşatmaktadır. FinTek şirketlerinin ürünleri ile hesap açılışını kısa bir süre içerisinde tamamlamak mümkün olmaktadır. Geleneksel banka ve sigorta müşterileri de 10-15 yıl önce geleneksel perakende müşterilerinin çevrimiçi kanalları benimsediği gibi, gereksinim duyduğu hizmetleri çevrimiçi olarak sağlayabileceğini kavramış durumdadırlar (EY, 2018, s.11).

Finansal teknoloji şirketleri günümüzde hızlı bir şekilde büyüme göstermiş olsalar da bazı nedenlerden dolayı beklenen seviyeye ulaşamamışlardır. Bu nedenlerden birincisi; teknoloji ile finans sektörü arasındaki farktır. Teknoloji firmaları hızlı büyüyüp hedeflerine ulaşırken finans sektörü yavaş değişen geleneksel bir sektördür. Bu durumda FinTek sektörüne yatırım yapacak firmalar geri adım atmaktadırlar. Diğer neden ise sektörün insanları kısa vadeli planlar yapmaya zorlamasıdır. Yatırımcıların FinTeklerden beklentileri büyük olduğu için geri dönüşünün de hızlı olmasını beklemektedirler. Bu beklenti yatırımcıları kısa vadeli yatırım yapmaya zorlamaktadır. Yapılan yatırımlar yeniliğe ve geliştirmeye harcanmak yerine kısa vadede para getirecek iş modeline yapılmakta ve sektörün ilerlemesine engel olmaktadır. Önemli nedenlerden biri de finans sektöründeki büyük ve güçlü şirketlerin değişimi kabul etmemesidir. Son olarak da FinTekler finans sektörünün yasal zorunluluklarına uymakta zorlanmaktadırlar (Bigel&Aksoy, 2019, s.1100).

2.2.2. Finansal Teknolojinin Tarihsel Gelişimi

1970'lerden itibaren, küresel finans sisteminin öneminin artmasında yaratıcı yıkımlara yol açan teknolojilerin etkisi oldukça fazladır. Finansal teknolojinin tarihi süreçteki gelişimi üç aşamada gerçekleşmiştir. Bunlar (Şenbayram, 2019, s.526);

FinTek 1.0: 1866-1987 yılları arasını kapsamaktadır. Bu döneme analogdan dijitalliğe geçiş dönemi de denilmektedir. Uygulama ve teknik araçlar analogdan dijitalleşmeye doğru bir değişim süreci içerisindedir.

FinTek 2.0: 1987-2008 yılları arasını kapsamaktadır. Bu dönem, günümüzde hala kullanılmaya devam edilen ve küreselleşme ile birlikte gelişimi ivme kazanan geleneksel dijital finansal hizmetlerin olduğu süreçtir.

FinTek 3.0: 2008 yılı ile başlayan ve geçerliliği hala devam etmekte olan süreçtir. Dijital finansal hizmetlerin demokratikleştiği bir kuşak olarak da ifade edilen üçüncü kuşak FinTek, teknolojinin finans sektörüne neredeyse tamamen entegre olduğu, tercih edilebilirliği ve kullanım oranı ciddi oranda arttığı bir dönemdir.

Literatürde bunlara ek olarak, yükselen piyasa ekonomilerindeki FinTek'lerin dönüşümünü ifade eden FinTek 3.5 döneminden de bahsedilmektedir. Bu sınıflandırma Tablo 2.1.'de verilmiştir:

Dönem	FinTek 1.0	FinTek 2.0	FinTek 3.0	FinTek 3.5
	1866-1967	1967-2008	2008- Devam ediyor.	
Coğrafya	Gelişmiş Ülkeler	Dünya Geneline	Gelişmiş Ülkeler	Gelişmekte Olan Ülkeler
Anahtar Oyuncular	Altyapı	Bankalar	Start-up Şirketleri	
Başlangıç Noktası	Küreselleşme	Teknoloji	2008 Finansal Krizi	Piyasa Reformları

Tablo 2.1. Finansal teknolojinin gelişim aşamaları

Kaynak: Arner, D., Barberis J., Buckley, R.(2017). Fintech and Regtech in a Nutshell, and the Future in a Sandbox, s.4.

1866'dan itibaren finansal teknoloji alanında görünen bazı önemli gelişmeler yukarıda ayrıştırılmış olarak ifade edilen üç ana dönem başlığı altında toplanmıştır (Arner (2016), Erözel Durbilmez (2018), Karaköse (2017):

FİNTEK 1.0 Dönemi (1866-1966): 19. yüzyılın sonlarında, finans ve teknoloji birleşerek finansal küreselleşmenin ilk dönemini oluşturmuştur.

1866-1953 yılları arası dönem finansal küreselleşmenin ilk çağıdır.

- 1866: Finansal globalleşmenin önünü açan transatlantik kablunun kurulması
- 1918:Fedwire (Federal Wire Network) Amerika Birleşik Devletleri Merkez Bankası tarafından elektronik fon transferini sağlamak ve iletişim kanalı oluşturmak için ağ kurulması

1945-1967 yılları arası savaş sonrası erken dönemdir.

- 1950: Diner's Club (Frank X. McNamara, Ralph Schneider, Matty Simmons ve Alfred Bloomingdale) tarafından dünyadaki ilk kredi kartı yapısının oluşturulması,
- 1966: Teleks cihazının kullanımını sağlayan ağın kurulması

FİNTEK 2.0 (1967–2008): Geleneksel finans kurumları tarafından yönetilen analogdan dijitale geçişler oluşmuştur.

- 1967: Barclays Bankası tarafından ilk ATM'nin (Otomatik Kasiyer Makinesi) tanıtılması, Texas Instruments tarafından el tipi hesap makinesi
- 1968: Bacs, bankalar arasındaki fonların elektronik transferi, kağıt belgelere duyulan ihtiyacı ortadan kaldırarak mevcut takas sistemini iyileştirmeyi amaçlayan çalışmanın Inter Bank Computer Bureau tarafından başlatılması,
- 1971: Nasdaq, New York'ta menkul kıymetler için ulusal otomatik fiyatlama yapan birliğin kurulması,
- 1973: SWIFT, Bankalararası Finansal İletişim Kuruluşunun kurulması,
- 1981: Bloomberg'ün kuruluşu,
- 1983: Mobil telefon kullanımı
- 1987: Programatik alış-satışların başlaması,
- 1983-1985: Online alışveriş döneminin başlaması,
- 1986: Big Bang (finans piyasalarının ani düzenlenmesi) ve Avrupa Tek Senedi (AB üye ülkeleri arasında iç pazarın oluşturulmasıyla ilgili en önemli belge),
- 1999: Dotcom balonu, teknoloji balonu ya da internet balonu olarak da bilinen bu sürece sebep olan şey o dönemde çokça risk sermayesi yatırımının internet startuplarına yapılmış olması ve bu startupların kısa vadede kar getirecek bir ürüne sahip olmamasıydı.
- 2008: Küresel mali kriz

FİNTEK 3.0 (2008–Günümüz):

- 2003: Web tabanlı kitle fonlaması,
- 2008: Eşten eşe (Peer to Peer veya P2P) finansman,
- 2009: Bitcoin, Blockchain 1.0,
- 2013: Ethereum ve kripto halka arz süreci, Blockchain 2.0,

- 2015: Akıllı telefonların ve diğer cihazların tüketicilerin yüzlerini tarayarak elektronik ödemeleri doğrulamasına olanak tanıyan gelişmeler.
- 2017: Hyperledger Projesi, Blockchain 3.0 başlangıcı

Bu dönemde mevcut büyük şirketlerin yanında yeni oyuncuların ortaya çıkması söz konusu olmuştur. Örneğin;

- 2007: iPhone piyasaya sürüldü.
- 2008: Wealtfront kuruldu ve otomatikleştirilmiş yatırım hizmetleri sunuyor.
- 2009: Kickstarter ödül tabanlı bir kitle fonlaması platformunu tanıttı.
- 2011: P2P para transferi hizmeti Transferwise yaratıldı.

FİNTEK 3.5 (2008–Günümüz): Bu dönemde Afrika ve gelişmekte olan Asya ülkelerinin FinTek gelişmeleri finansal içerikli olma ve ekonomik kalkınma için teşvik edilmiştir. Örneğin:

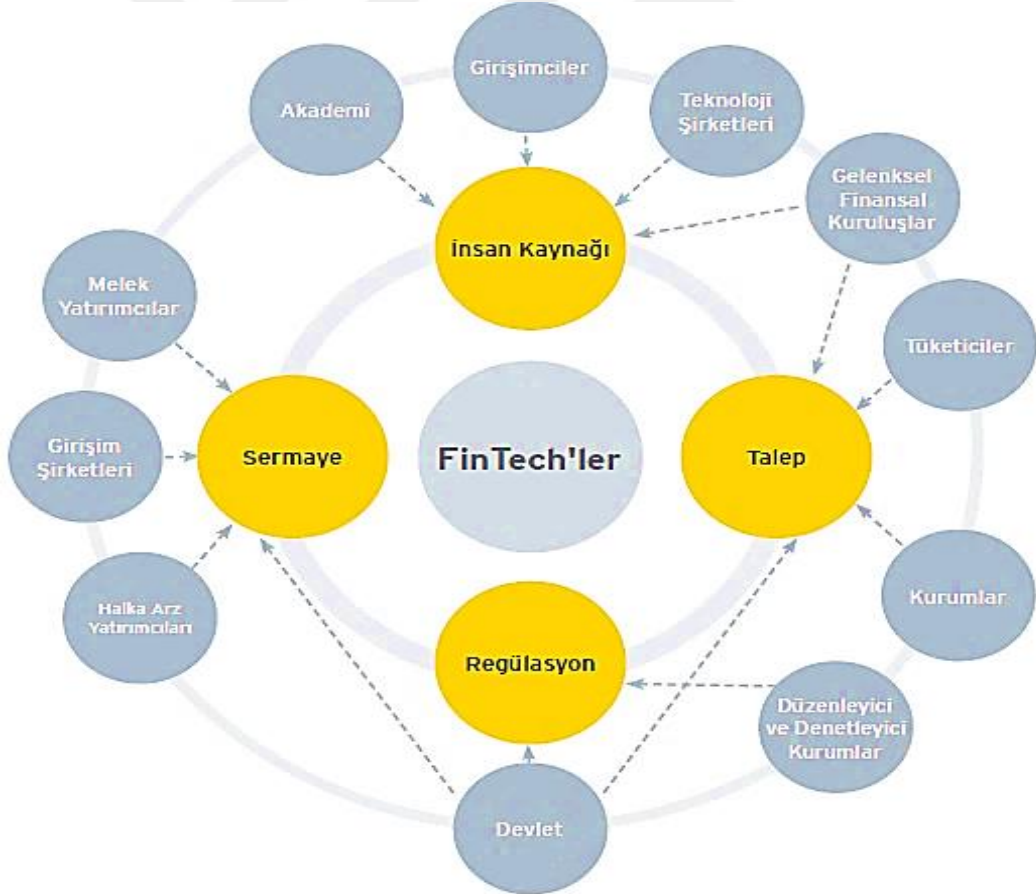
- 2007: M-Pesa, Safaricom için Vodafone tarafından Kenya’da tanıtıldı.
- 2010: Alibaba, e-ticaret platformunda KOBİ’lere krediler sunmaktadır.
- 2011: Çevrimiçi bir internet finans pazar yeri olan LuFax oluşturuldu.
- 2015: Hindistan, 11 yeni ödeme bankası kurulduğunu duyurdu. (Örnek: Fino PayTech)
- 2015: MyBank ve WeBank iki yeni Çin özel bankası açmıştır.

2.2.3. Türkiye’de Finansal Teknolojinin Gelişimi

Jeopolitik konumu itibariyle Asya ve Avrupa’nın kesiştiği bir yerde olması Türkiye’yi önemli ticaret merkezlerinden biri haline getirmiştir. E-ticaretin ve mobil bankacılığının artması ile birlikte Türkiye’de finansal teknoloji açısından dönüşümler gerçekleşmeye başlamıştır. Dijital dönüşümün sağlamış olduğu sosyal ve ekonomik fırsatlar müşterilerin beklentilerini değiştirerek daha hızlı, güvenilir ve kişiselleştirilmiş hizmetlere olan ilgilerini artırmıştır. Kuvvetli bir altyapıya sahip olan Türk bankacılık sistemi, Türkiye’de finansal teknoloji ekosisteminin organize edilmesinde teşvik edici bir güç olarak rol almaktadır. Türk bankacılık sisteminin sahip olduğu teknolojik altyapı, dijital uygulamalar ve varolan müşteri kitlesinden faydalanarak finansal teknoloji girişimlerine yol gösterip gelişmelerine katkı sağlamaktadırlar (Kaymak, 2019, s.68).

Türkiye’de tüketici/müşteri beklentilerinin karşılanabilmesi amacıyla oluşturulan finansal teknoloji ekosistemi, inovasyonların hızlı bir şekilde uyum sağladığından rekabet seviyesinin yüksek olduğu bir sektördür. Rekabet anlamında diğer ülkelerden farklı kılan husus Türkiye’deki bankacılık sektörünün özellikle 2001 Türkiye Ekonomik Krizi sonrası çok güçlü oluşudur. Aktif büyüklükleri, teknolojik yeterlilikleri ve ürün çeşitlilikleri ile Türkiye’de bankalar finansal hizmetler sektörünün bel kemiğini oluşturmaktadırlar. Türkiye’de rekabet seviyesinin yüksek olduğu finansal teknoloji sisteminde iş birliğini artırarak bütünleşik, etkin bir finansal sistem kurabilmek için çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalardan en somut örnekler ise şunlardır: Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve FinTech İstanbul platform projeleridir (Kaymak, 2019, s.69-70; Akkan, 2018, s.7).

Türkiye’de finansal teknoloji ekosistemi dört ana başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklara Şekil 2.5’de yer verilmiştir:



Şekil 2.5. Türkiye’de finansal teknoloji ekosistemi

Kaynak: EY Building a Better Working World, (2018). Türkiye Fintek Ekosisteminin Sürdürülebilir Gelişimi için 23 Öneri, Fintek İstanbul, s.9.

Finansal teknoloji ekosisteminin durumunu değerlendirmek için her başlık belirli faktörler ışığında değerlendirilmiştir. Bu faktörleri Şekil 2.6’da olduğu gibi özetlemek mümkündür:

Başlık	Faktör	Açıklama
 Talep	Ölke Pazar Yapısı	Türkiye’deki mevcut finansal hizmetler sektörünün yapısı ve FinTech’lerin buradaki konumu
	Rekabet	FinTech endüstrisi içerisindeki ve FinTech endüstrisinin diğer finansal kuruluşlarla içinde olduğu rekabet ortamı
	Tüketici Davranışı	Tüketicilerin FinTech endüstrisine bakış açısı
	Müşteri Deneyimi	FinTech’lerin müşteri deneyimi adına getirdikleri ve avantajları
	Fırsatlar ve Tehditler	FinTech’lerin faaliyet gösterdiği alanlarda yaşadıkları fırsatlar ve tehditler
	Yeni Pazarlar	Finansal hizmetler sektöründe oluşabilecek yeni pazarlar
 Regülasyon	Güven ve Güvenlik	Kamunun FinTech’ler tarafından sağlanan hizmetlere bilgi güvenliği ve finansal anlamda duyduğu güven
	Yeni Regülasyonlar	Finansal piyasaları düzenleyecek ve FinTech’leri de etkileyecek yeni regülasyonların tasarımı ve uygulanması
	Faaliyet İzni	Özellikle ödeme ve e-para alanlarında geçerli olan faaliyet izni
	Kısıt ve Engeller	Belirli hizmetleri sunmak konusunda FinTech’lerin karşı karşıya kaldığı kısıt ve engeller
 Sermaye	Kamu Fonları ve Devlet Desteği	FinTech’lere sağlanan veya sağlanabilecek kamu kaynaklı destek ve teşvikler
	Bankalar	Bankaların FinTech’lere yaptığı yatırımlar ve sağladıkları finansal destek
	Yatırımcılar	FinTech’lere yatırım yapan melek yatırımcılar, girişim yatırımcıları ve halka arz yatırımcılarını etkileyen faktörler
	İş Modeli	FinTech’lerin yeni yatırım toplayabilmek için ortaya koydukları yeni ve yaratıcı iş modelleri
 İnsan Kaynağı	Nitelik, Nicelik ve Maliyet	Piyasadaki mevcut insan kaynağının niteliği, niceliği ve yeni insan kaynağı alımının veya yetiştirmenin getirdiği maliyetler
	Finansal Kuruluşların Rolü	Finansal hizmetler sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların insan kaynağı yetiştirmede oynadıkları rol
	Oniversitelerin Rolü	Oniversitelerin ve diğer eğitim kuruluşlarının FinTech sektöründe görev yapabilecek insan kaynağını yetiştirebilme kabiliyeti
	Kurum İçi Girişimcilik	Kurumların kendi bünyelerindeki girişimci fikirlere bakış açısı

Şekil 2.6. FinTek ekosisteminin dört ana başlığı ve etkileyen faktörler

Kaynak: EY Building a Better Working World, (2018), Türkiye FinTek Ekosisteminin Sürdürülebilir Gelişimi için 23 Öneri, FinTek İstanbul, s.10.

Türkiye’de göreceli olarak yeni planlanmaya başlanan finansal teknoloji ekosisteminin asıl amacı; faaliyete yeni başlayan FinTek girişimlerini destekleyip yatırımcılar tarafından ihtiyaç duyulan alternatif finansman imkânlarının sunulmasına ortam hazırlamaktır. Bu kapsamda girişimcilere ve yatırımcılara dönük yeni faaliyet alanları teşvik edilerek ekonomik değer artışını sağlayacak çalışmalar devam ettirilmektedir (Kaymak, 2019, s.68).

Türkiye’de nakit dışı bir toplum oluşturma çabaları yıllardır sürmektedir. Teknolojinin hayatımıza girmesiyle birlikte finansal teknoloji sektörü gelişim göstermiş alternatif ödeme sistemlerine eğilim artmıştır. 1990 yılında kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM)’nin alternatif yöntemlerin geliştirilmesinde ve kamusal hayata geçirilmesinde rolü büyüktür. 1991 yılında ise POS ekonomik hayata girmiştir. 2006 yılında temassız kart uygulaması, 2012’de BKM Express ve dijital cüzdan projesi, 2015’de dijital ödeme 2016’da Troy ödeme sistemi uygulamaya girerek bankacılık ve finans teknolojisi açısından önemli adımlar atılmıştır. Türkiye 2006’da temassız kredi kartı ilk veren ve 2007 yılında Chip&PIN dönüşümünü tamamlayan üçüncü Avrupa ülkesidir (Sezal, 2020, s.242).

Türkiye FinTek pazarı 200’ün üzerinde şirketle yaklaşık 15 milyar dolar büyüklüğe sahip ve yılda ortalama yüzde 14 büyümektedir. Bir gösterge olarak online ödemelerin toplam işlem hacmi içerisindeki payı 2015 yılında yüzde 10.4 iken 2017’de yüzde 14.5’e, 2018’de ise yüzde 16.5’e çıkmıştır (Aktuğ, 2020, s.492). KPMG’nin Pulse of Fintech 2019 raporuna göre Türkiye’deki girişim ekosistemi 2019’da yüzde 66 büyüyerek 102 milyon dolar yatırım almıştır. 2019 yılını 94 girişim 102 milyon dolar yatırım alması ile kapatmıştır. 2019 sonunda FinTek dikeyindeki işlem hacmi 8,4 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu verilere göre Türkiye start-up ekosisteminde en çok fonlanan dikeyler arasında FinTek üçüncü sıradadır. En fazla işlem 17 adet ile FinTek dikeyinde gerçekleşmiştir. Türkiye’deki FinTek pazarı, yeni kurulan girişim sermayeleri, çıkışlar ve ikincil işlemlerle gelişmiştir. Sektörün devlet desteğinin devamıyla gelişimini sürdürmesi beklenmektedir (<https://home.kpmg/tr/tr/home/medya/press-releases/2020/03/girisim-ekosistemi-rekorlarla-buyuyor.html>, Erişim Tarihi: 12.03.2020).

Startups.Watch’un en son yayımladığı Küresel FinTech Raporuna göre, Türkiye FinTek girişimleri 2020’nin ilk 11 ayında 15 anlaşmayla toplamda 108 milyon dolar

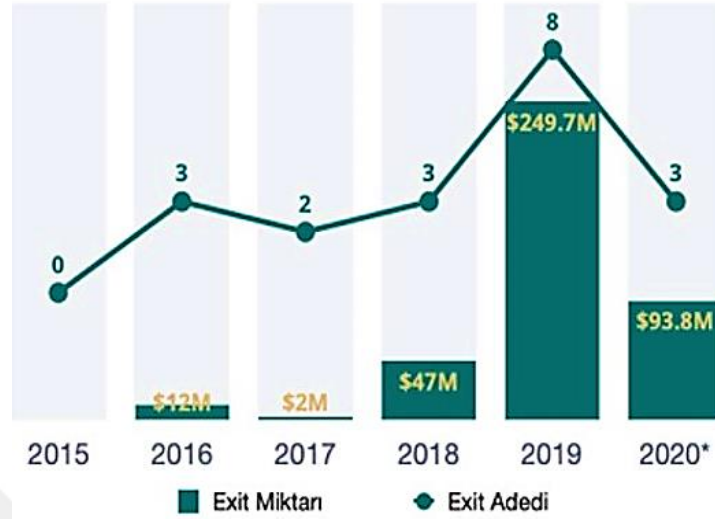
yatırım toplamıştır (<https://baslangicnoktasi.org/dunyada-ve-turkiyede-fintech/>, Erişim Tarihi: 21.02.2021).

Startups.Watch'ın verilerine göre 2020 yılında toplam 31 yeni FinTek girişimi kuruldu. 2019 yılında ise bu değer toplam 35 seviyesindeydi. Hazırlanan rapora göre 2020'de FinTek Angel & VC yatırım anlaşmaları toplam 15 anlaşmayla 19,2 milyon dolar değerine çıktı. 2019'da ise bu rakamlar toplam 17 anlaşmayla 4,7 milyon dolar seviyesindeydi. Startups.Watch, çalışmasında Türkiye'deki FinTek girişimlerinin hangi dikeyde faaliyetlerini sürdürdüklerine de yer veriyor. 441 FinTek girişiminden 140 tanesi ödemeler alanında faaliyet gösterirken 56 tanesi kripto para birimi ve blockchain, 48 tanesi ise bankacılık dikeyinde faaliyetlerini sürdürüyor. 2020 yılında çıkış yapan 5 FinTek girişiminin çıkış değeri toplam 95,6 milyon dolar seviyesindeyken 2019 yılında 9 FinTek girişiminin çıkış değeri toplam 250,3 milyon dolar değerindeydi (<https://fintechistanbul.org/2021/03/16/turkiye-fintech-ekosisteminin-anlik-fotograf/>, Erişim Tarihi: 21.02.2021).

Türkiye'de ve Dünya'da FinTek 2019 raporunda; Türkiye'de faaliyet gösteren FinTek firmalarına yer verildiği FinTek ekosistemi; ödeme, bankacılık, kredi, kurumsal kredi, sigorta, kitle fonlaması, yatırım, kişisel finans yöntemi, varlık yönetimi, portföy yönetimi, büyük veri, merkezler ve diğerleri, kripto başlıkları altında toplanmıştır.

Türkiye'de 2013 yılından bu yana FinTek yapan şirket sayısı artmaya başlamıştır. 2019 yılında Türkiye FinTek ekosistemi için en önemli göstergelerden biri ise exit yapan girişimler olmuştur. Exit, bir girişimcinin girişimini satması veya mevcut payını elden çıkarması anlamına gelmektedir. Exit yapmak günlük hayatta doğal ve gerekli bir durum olup bir girişimin başarılı olduğunu da gösterir. Exit yapan girişimciler diğer girişimcilere başarısıyla rol model olmaktadır. Exit yapan girişimci yeni girişimlere yatırım yaparak onlara destek olurken aynı zamanda mentorluk yaparak bilgi ve deneyimlerini de aktarır. 2019 yılında 8 FinTek, exit4 yapma başarısı gösterirken bu işlemler yabancıların Türkiye'ye tekrar ilgi göstermeye başladığını işaret ederek ekosistemin motivasyonunu artırmıştır. Bu şirketler; Hesapkurdu, Mobven, Foriba, İyzico, Kredico, Paraşüt, MPTS Turkey ve Panaroma'dır.

Şekil 2.7’de 2015-2019 yılları arasındaki Türkiye’de Fintek exitlerine yer verilmiştir.



Şekil 2.7. Türkiye’de FinTek exit’leri (2015-2020)

Kaynak:<https://fintechistanbul.org/2021/03/16/turkiye-fintech-ekosisteminin-anlik-fotografi/>, Erişim Tarihi: 15.09.2020

Son yıllarda Türkiye’deki FinTek yatırımlarının hacmi ve adedine Tablo 1.5’de yer verilmiştir:



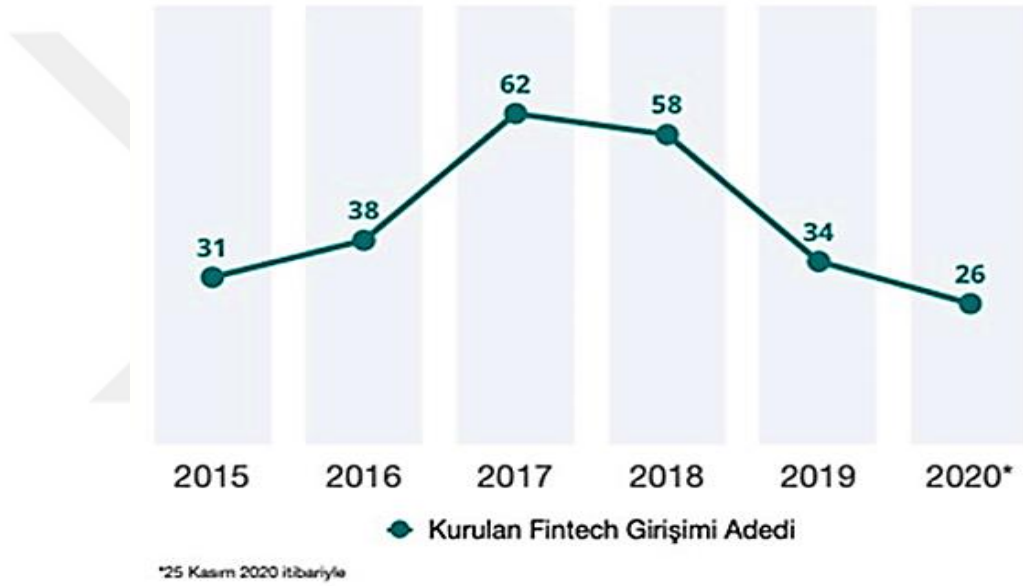
Şekil 2.8. Türkiye FinTek yatırımları (2015-2020)

Kaynak:<https://fintechistanbul.org/2021/03/16/turkiye-fintech-ekosisteminin-anlik-fotografi/>, Erişim Tarihi: 15.09.2020

KPMG’nin Pulse of FinTek 2019 Raporu’na göre; Türkiye girişim ekosistemi 2019’da yüzde 66 büyümüştür. Yılı 94 girişimin 102 milyon dolar yatırım almasıyla

kapatmıştır. Türkiye’de 2010 - 2019 yılları arasında kurulan teknoloji girişimlerinin yüzde 16’sında kadın girişimciler yer almıştır. Türkiye bu ortalama ile Çek Cumhuriyeti, İtalya ve Portekiz’den sonra Avrupa’daki en yüksek orana sahip dördüncü ülke olmuştur. 2019 sonunda FinTek dikeyindeki işlem hacmi 8,4 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu verilere göre Türkiye start-up ekosisteminde en çok fonlanan dikeyler arasında FinTek üçüncü sırada olup FinTek’in rakipleri dijital marketler ve market dağıtımı olmuştur.

2015-2020 yılları arasında Türkiye’de kurulan FinTek girişim sayısı ve gelişimi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:



Şekil 2.9. Türkiye’de kurulan FinTek girişimleri (2015-2020)

Kaynak: <https://fintechistanbul.org/2021/03/16/turkiye-fintech-ekosisteminin-anlik-fotografi/>, Erişim Tarihi: 15.09.2020

KPMG ve H2 Ventures firmaları tarafından her yıl açıklanan ve FinTek alanında dünyadaki en iyi 100 şirketin belirlendiği ve “Fintech100 Raporu” olarak anılan çalışmada 2019 yılında Türkiye’den MenePay ve Parapara firmaları sıralamaya girmişlerdir. (Güven, 2019, <https://fintechistanbul.org/2019/11/25/2019-fintech100-raporu-listede-2-turk-girisimi-var/>, Erişim Tarihi: 03.12.2019).

Türkiye’de finansal teknoloji ekosisteminin gelişimi dünya konjonktürüyle paralellik göstererek ciddi bir gelişim süreci gösterdiğini belirtmek mümkündür. Gelişmeler takip edilerek çeşitli adımlar atılmakta ve dünyanın gelecek projeksiyonundan kopulmamaktadır. Ölçek olarak bakıldığında ise yapılan yatırım miktarı, işlem hacmi

ve FinTek gelişmelerinin tüketiciler tarafından benimsenmesi yönüyle Türkiye’de FinTek ekosisteminin gelişimi önünde hala uzun bir yol olduğu söylenebilir (Kömürcüoğlu ve Akyazı, 2020, s.44).

Türkiye finansal teknoloji sektörü nispeten genç bir sektör olmakla birlikte ekonomik hacim açısından da küçük görünmektedir. Sektörde yenilik ve büyüme için çok fazla fırsat mevcuttur. Türkiye'nin güçlü bir finansal sektöre sahip olması, canlı ve hızlı büyüyen bir FinTek endüstrisi için bir avantajdır. Bu avantajdan yararlanılarak ülkenin genç, dinamik ve vasıflı işgücü ile birlikte büyüme beklenebilir. Türkiye'nin coğrafi konumu da ülkenin yakın gelecekte bölgesel bir finansal teknolojiler merkezi haline gelmesini mümkün kılmaktadır. Ayrıca Türkiye'de teknoloji kullanımı ve teknolojik altyapı düzeyleri oldukça iyidir. Bu durumda ülkenin genç nüfusu ve yüksek düzeyde mobil cihaz kullanımı FinTek'in birçok potansiyel dikey pazarda değer yaratmasını mümkün kılmaktadır(Aktuğ, 2020, s.496).

Türkiye’de FinTek ekosistemi için en önemli adım 27 Haziran 2013 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan “6493 Sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları” hakkındaki yasayla atılmıştır. Kanunla birlikte bu kapsamda hizmet sunan ve sunmak isteyen kuruluşlara faaliyet izni alma zorunluluğu getirilmiştir. Ayrıca gerçekleştirecekleri faaliyetleri de TCMB ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) nezdinde izlenmeye başlamıştır. Böylece Türkiye’de ilk defa FinTek firmalarının kanunen ve düzenleyiciler nezdinde tanınırlığı söz konusu olmuştur. Bunun da FinTek’lerin güvenilirliklerine olumlu katkılar sağlayacağı beklenmektedir (EY, 2018, ss.12-13).

2.3. Finansal Teknoloji İş Modelleri

Global olarak finansal teknoloji sektöründe yer alan FinTek girişimlerinin sunmuş olduğu inovatif, atik ve müşteriye merkeze alan ürün/ hizmetler finansal sektöre ve bankacılık sektörüne farklı bir bakış açısı getirerek finans kurumlarını ve bankalar tarafından uygulanan geleneksel iş modellerini değişikliğe uğratmışlardır. FinTek girişimleri, hızlı bir şekilde ürün ya da hizmet geliştirme kabiliyetine sahip olduklarından bankalar tarafından yapılan işlemlerin bazılarını daha hızlıca, daha kolay ve daha düşük maliyetlerle yürütebilmektedirler. Bu iş modelleri sırasıyla ödemeler, varlık yönetimi, kitle fonlaması, kredilendirme, sermaye piyasası ve sigorta hizmetleridir (Taştan ve Uralcan, 2019, ss.42-43).

2.3.1. Ödemeler

Ödemeleri odak noktasına alan FinTek girişimleri düşük maliyetlerle hızlıca müşteri kazanırken inovatif ve yeni ödeme kapasitelerinin benimsenmesi bakımından da oldukça esnek kurumlardır (Taştan ve Uralcan, 2019, s.50).

Klasik ödeme sistemi olan nakit, çek, kredi kartı ve debit kart gibi sistemler yerini yavaş yavaş mobil ödeme sistemlerine bırakmaktadır. Klasik sistemlerdeki aynı işlem sıralamasının mobil aletlerle yapılmasına mobil ödeme servisi denmektedir. Mobil ödeme sistemlerinin gereklilikleri mobil ödeme altyapısı, kullanışlı olması, uyumluluk, hareketlilik, güvenlik ve sadeliktir (Demirdöğen, 2020, s.75). FinTek'lerin sunduğu ödeme hizmetleri dijital cüzdan ve paralar, kişiden kişiye mobil ödemeler, mobil uygulamalardır.

2.3.2. Varlık Yönetimi

Varlık yönetimi şirketleri, yüksek gelir seviyesindeki kişiler için finansal ve yatırım danışmanlığı/hizmetleri sunmaktadır. Yüksek gelir seviyesinde olan kişiler, farklı gerçek ve tüzel kişilerle koordinasyon yapmak yerine, finansal ihtiyaçları için kendilerine yardımcı olacak varlık yöneticileriyle iletişime geçmektedirler. “Dijital öneri platformları” şeklinde bilinmekte olan robot danışmanlar, yapay zekâ algoritmalarını kullanarak finansal yönetim ve yatırım yönetimi danışmanlığı sunan dijital platformlardır (Taştan ve Uralcan, 2019, ss.51-52). Robot danışman, çevrimiçi kanallar üzerinden minimum insan müdahalesi ile finansal danışmanlık sağlayan bir yazılım olarak tanımlanabilir. Robodanışman olarak bilinen bu tür platformlar ABD’de ortaya çıkmış ve 2011’den itibaren tüm gelişmiş ekonomilerde ve borsalarda kullanılmaya başlanmıştır (Bulut, 2020, s.147). Robodanışmanlık uygulamaları; tasarlanmış olan algoritmalar sayesinde dijital platformlar üstünden finansal planlama tavsiyeleri yapan yapay zekâ yazılımlarıdır. Geleneksel şekilde varlık yönetimi ve finansal danışmanlık hizmetinin manuel tarzda insan denetimi altında gerçekleşiyor olması; bankalar açısından artan maliyet ve planlama süreçlerinde etkinlik azalışı gibi dezavantajlara neden olmaktadır. Bununla birlikte bankaların varlık yönetimi hizmeti için talep etmiş oldukları asgari hesap açma limiti, yüksek komisyon ücretleri gibi şartlar potansiyel müşteri kitlesine ulaşabilmelerini engellemektedir.

Robot danışmanlar sayesinde finansal kurumlar varlık yönetimi ve finansal danışmanlık hizmeti süreçlerini otomatikleştirerek büyük boyutta müşteri kitlesine hizmet sağlamak ve insan kaynaklı hataları en aza indirerek iş süreçlerinde etkinlik kazandırmaktadır. Robot danışman sistemleri, işlem süreçlerini otomatikleştirdiklerinden geleneksel varlık yönetimi sektöründeki payını yükseltmektedir. Robodanışman uygulamaları, altyapılarındaki finansal planlama yazılımları sayesinde müşterilerine finansal hedeflerini saptayabilme ve hedef değişikliği yapabilme olanağı sunmaktadır. Fakat robot danışman uygulamalarının gelecekte daha bireyselleştirilmiş ürünler/hizmetler sunabilmesi ve portföy üzerinden tek haneli alım-satım işlemlerini gerçekleştiriyor olabilmesi için kuruluşların kendi yatırım stratejilerini, uygulamanın algoritmaları ile entegre etmeleri gerekir (Kaymak, 2019, ss.64-66).

2.3.3. Kitle Fonlaması

Kitle fonlaması, 2008 Küresel Finansal Kriz ile işletmelerin geleneksel finansman araçlarını kullanmalarında ortaya çıkan banka kredilerinin yüksek maliyetleri olması, talep edilen teminatlar nedeniyle bankalardan sermaye temin etmenin zorlaşması sonucu ortaya çıkan, girişimcilerin sermayeye kavuşmalarında alternatif yol sağlayan işletme finansmanı yöntemidir (Vural, 2019, s.54). Çağdaş bir şekilde finansal kaynak bulma sistemi olarak fikir sahiplerinin projeyi hayata geçirebilmeleri için gereksinim duydukları finansal desteği, ortak bir platform üzerinde buluşan ve finansmanın konusu projeye ilgilenen katılımcılar sayesinde elde etmek üzerine kurulmuştur. Bu modelde, elinde iyi bir iş projesi olan fakat sermaye yetersizliği, kurumsal bir kimliği olmama, kaynaklara erişme üzerindeki kısıtlamalar, mevcut finansman çeşitliliğinden beklenen düzeyde faydalanamama gibi sebeplerden dolayı gereken finansman desteğini sağlayamayan girişimcilerin, projelerini hayata geçirebilmek için ihtiyaç duydukları olan finansmana dijital ortam üzerinden ulaşmak için başvurdukları bir sistem söz konusudur. Bununla birlikte kitle fonlaması; yaş, iş tecrübesi, mal varlığı, sabit bir gelir sahipliği gibi olası kısıtlardan ötürü finansal kurumlardan kredi temin demeyenler ve kredi alabilmesine karşın krediyi geri ödemesini karşılayacak kadar yeterince finansal olanağa sahip olmayan girişimciler için de projelerini gerçekleştirmek amacı ile başvurdukları bir finansal çözüm metodudur (İşler, 2014, s.52). Yatırımcılar ilgi duyarak seçmiş oldukları projelere temin ettikleri fon

karşılığında ortaklık, ödül, ön sipariş imkanı gibi karşılıklar bekleyerek veya bağışta bulunmak suretiyle katkıda bulunmaktadırlar (Ünsal, 2017, s.21).

Kitle fonlaması konusu tez çalışmasının üçüncü bölümünde ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.3.4. Kredilendirme

Bireyden bireye (P2P) kredilendirme iş modeli, kişiler arasında direkt olarak gerçekleşen ve geleneksel finans kurumlarının aracılık etmediği bir “finansal değişim” şeklinde tanımlanmaktadır (Taştan ve Uralcan, 2019, s.51). Fon açığı olan kişiler ile fon fazlası olan kişiler arasında eşleştirme yapılarak aracı kişilere gereksinim duyulmaksızın online bir şekilde fon transferi gerçekleştirilebilmektedir. P2P platformları alternatif finansman sahasında en hızlı şekilde gelişen teknoloji-finance karması örneği özelliği göstermektedir. Bilhassa 2008 Küresel Finansal Krizi’nin akabinde bankaların üzerindeki artan yönetmelik ve düzenleme baskılarını ve kredilendirme sürecinde ağırlaşan şartların sonucu olarak P2P platformları alternatif kredi sağlama kanalı olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla P2P borçlanma platformları finansman kaynaklarına kısıtlı veya tamamen erişme fırsatı bulunmayan birey veya KOBİ’ler için alternatif finansman kanalı haline gelmiştir (Kaymak, 2019, ss.58-59).

2.3.5. Sigorta Hizmetleri

Sigortacılık sektörü ile ilgili FinTek, “InsurTek” yani Sigorta Teknolojileri olarak adlandırılmaktadır. InsurTek, sigorta endüstrisinin karşılaştığı birçok problemin yönlendirildiği teknoloji uygulamasıdır. Yeni nesil teknolojilerin sigortacılık sektöründe kullanılması şeklindedir (Demirdöğen, 2020, s.81). Sigorta teknolojileri, müşterilerin deneyimini iyileştirmekte, poliçelerin yönetilmesini kolaylaştırmakta ve rekabeti artırmak için sigorta sektörünü meydana gelen yeni teknolojilerle dönüştürmektedir (Taştan ve Uralcan, 2019, s.52).

Sigortacılık alanında bulut bilişim, nesnelerin interneti (1ot), küresel konumlandırma sistemi (gps), dijital platformlar, blok zinciri, akıllı sözleşmeler, giyilebilir teknoloji, mobil cihazlar, robot danışmanlar/sanal müşteri asistanlığı, siber güvenlik çözümleri ve yapay zekâ gibi çeşitli teknolojiler kullanılarak hem sigortacılık sektörüne hem de sigorta müşterilerine birçok önemli fayda sağlanabilir. Teknolojik çözümler, sigorta şirketleri için büyük veri sayesinde sigorta riskinin daha hassas bir şekilde belirlenmesini sağlayabilir. Algoritma, yapay zekâ veya diğer yeni yöntemler sigorta şirketlerinin yatırım faaliyetlerini iyileştirebilir ve sigorta şirketlerinin dolandırıcılık veya kara para aklama gibi operasyonel risklere karşı daha fazla korunmasını sağlayabilir. Diğer taraftan; sigorta teknolojileri müşterilerine daha geniş bir yelpazede kişiye özel sigorta ürün ve hizmetleri sunabilir. Ayrıca, müşterilerin sigorta ürünlerine erişmesini veya hasar tazmini gibi belirli süreçlerin yönetimini kolaylaştırabilir. Sigorta teknolojileri sağladığı çözümlerle ürün tasarımı, risk fiyatlaması/riziko kabulü yönetimi, pazarlama, dağıtım, hasar yönetimi ve teknik hizmetler olmak üzere sigortacılık değer zinciri boyunca her aşamada dijitalleşmeyi artırma olanağına sahiptir (Bulut, 2020, s.150).

3. KİTLE FONLAMASI

3.1. Kitle Fonlaması Tanımı

Günümüzde birçok girişimci melek yatırımcı, bankalar veya girişim sermayesi fonları gibi finansal araçlar yerine internet kanalıyla bireylerden direkt finansal yardım arama yoluna gitmeye başlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte başlangıç safhasındaki yeni girişimlere sermaye/fon temin eden ‘kitle fonlaması’ yeni bir yatırım tarzı olarak şekillenmeye başlamıştır. En yalın şekliyle kitle fonlaması; bir projenin veya girişimin bir grup insan tarafından internet aracılığı ile fon toplamak suretiyle finanse edilmesidir. Teorik olarak bireyler yapmış oldukları tasarruflar aracılığıyla mevcut yatırımlara dolaylı olarak finansman sağlamış olmaktadır. Mesela; yatırımlara bankalar aracılığıyla finansman sağlama gibi geleneksel yöntemlerde bankaların, tasarruf sahibi olan kişilerle yatırım yapmak üzere paraya ihtiyacı olan kişiler arasında aracılık görevini üstlenmesi mevzubahistir. Geleneksel yöntemlerin aksine, kitle fonlaması finansman modelinde hiçbir aracılık yapacak kuruma gerek duyulmaksızın finansmanın ilk elden kullanılması mümkün olmaktadır. Finansman gereksinimi olan gerçek veya tüzel kişiler, yatırım yapacak kişilere direkt olarak başvurumaktadırlar. Bu buluşma sırasındaki iletişim ise internet üzerinden sağlanmaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015, s.1). Kitle fonlaması, 2008 Küresel Finansal Kriz ile işletmelerin geleneksel finansman araçlarını kullanmalarında ortaya çıkan banka kredilerinin yüksek maliyetli olması, talep edilen teminatlar nedeniyle bankalardan sermaye temin etmenin zorlaşması sonucu ortaya çıkan, girişimcilerin sermayeye ulaşmalarında alternatif yol sağlayan işletme finansmanı yöntemidir. Kitle fonlaması finansman modeli dijitalleşmenin artması ile birlikte girişimlerini internet platformlarını kullanarak gerçekleştirmek isteyen girişimcilerle gönüllü olarak fon finanse eden yatırımcılar arasında bağlantıyı sağlayarak girişimciler için alternatif bir sermaye kaynağı oluşturmaktadır (Vural, 2019, s.54).

Kitle fonlaması, bir proje/girişime bir grup insan tarafından internet aracılığıyla finansman sağlanmasıdır. Yatırımcılar ilgi duyarak seçmiş oldukları projelere finanse ettikleri fon karşılığında ortaklık, ödül, ön sipariş imkanı gibi karşılıklar bekleyerek veya bağışta bulunarak katkıda bulunmaktadır (Ünsal, 2017, s.21). Kitle fonlaması tek başına yatırım potansiyeli açısından kayda değer bir etki oluşturamayacak çok sayıda kişinin küçük meblağlar ile bir girişimi internet platformu üzerinden

fonlamasına veya bağış yapmasına imkân tanıyan yeni nesil bir finansman aracıdır (tbmm.gov.tr, 2016, s.3). Kitle fonlaması işletmeler veya diğer kuruluşların sermaye ihtiyaçlarını çok sayıda kişiden bağış veya yatırım temelli olarak karşılamasını sağlayan internet tabanlı bir yöntemdir. Bu yeni sermaye oluşturma biçimi 2008 Küresel Finansal Krizi'nin ardından zanaatkârların, girişimcilerin ve yeni doğan işletmelerin fon toplamada karşılaştıkları zorluklardan ötürü ortaya çıkmıştır. Geleneksel bankaların borç vermeye istekli olmadığı bu tip girişimciler farklı mecralarda sermaye arama sürecine girmiş ve kitle fonlaması uygulamaları da buna paralel olarak hız kazanmıştır (World Bank, 2013, s.8). Oxford sözlüğünde “kitle fonlaması”, bir proje/girişimi, genelde internet aracılığıyla çok sayıda insanın katılması sonucu küçük miktarlarda para toplayarak fon sağlama faaliyetidir (İşler, 2014, s.51). Kitle fonlaması, Türkiye’de geçmişten beri uygulanan imece kültürünün, internet aracılığıyla günümüze uyarlanmış şekli olarak da ifade edilebilir (Ünsal, 2017, s.15).

Kitle fonlaması, yenilikçi fikre sahip girişimcilerin bu fikirlerini hayata geçirme (prototip sunma) aşamasında ihtiyaç duydukları finansmanı internet siteleri ve sosyal medya araçları yardımıyla elde edebilmelerini sağlayan yeni bir finansman tekniği olarak ifade edilmektedir (İzmirli, Ata, 2018, s.275). Kitle fonlaması, fikir sahiplerinin projeyi hayata geçirebilmeleri için ihtiyaç duydukları finansal desteği, ortak bir ağ üzerinde buluşan ve finansmana konu olan projeye ilgi duyan katılımcılar sayesinde elde etmesi üzerine inşa edilmiştir (İşler, 2014, s.51). Kitle fonlaması kâr amacı gütmeyen girişimlerde klasik kaynak yaratma ya da fon oluşturma değişik bir türüdür. Küçük ve büyük pek çok proje için bu şekilde para toplanması günümüzde halk tarafından yaygın olarak kabul görmektedir. İki temel faktör, kitlesel fonlamayı mümkün kılar. Birincisi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşıp milyonlarca yatırımcı ya da bağışçıya ulaşma fırsatı vermesi; ikincisi ise sosyal ağların proje girişimcisi ve katılımcıyı bir araya getirmesi ve çevrimiçi olarak etkileşime geçip aralarında güvene dayalı bir ilişkinin oluşmasını sağlamasıdır (Akyüz, 2016, s.80). Girişimcinin sunduğu iş fikrinin internet üzerinden açık çağrıyla çok sayıda yatırımcıdan küçük miktarlarda toplanan fonlarla finanse edilmesini sağlayan kitle fonlaması, kitlelerin gücünü yansıtan bir sermaye yaratma mekanizmasıdır (Atsan ve Erdoğan, 2015, s.297).

Kitle fonlaması, bir proje veya girişim fikrinin hayata geçirilebilmesi için gerekli görülen kaynakların, büyük yatırımcı ya da kredi veren kuruluşların temin etmeye istekli olmadıkları veya farklı sebeplerden temin edemedikleri finansman ihtiyacının, internet platformları kullanılarak elektronik ortamda bireysel yatırımcılardan temin edilmesidir. Daha kısa olarak tanımlamak gerekirse bu alternatif finansman aracı, banka kredisi, leasing gibi geleneksel finans yöntemlerinin aksine girişimcilerin internet siteleri sayesinde tasarruf sahibi bireylerden toplanan mikro destekler ile sermaye oluşturma yöntemidir. Söz konusu işlem, yöntem olarak tam bir finansal piyasa faaliyetidir ve fon arz edenler ile fon talep edenlerin bir pazarda karşılıklı bir araya geldikleri doğrudan finansman yöntemidir (Sakızlı, 2018, s.8).

Başka bir açıdan, kitle fonlaması genellikle internet aracılığıyla finansal kaynak sağlamak amacıyla kullanılan kamuya açık bir çağrı mekanizmasıdır. Finansman gereksinimine konu olan fikirleri ve projeleri sunan kişiler ile bu fikir ve projelere inanıp destek olan veya olmak isteyen kişilerin bulunduğu yer ise kitle fonlaması platformu şeklinde tanımlanmaktadır. Kitle fonlaması, çağdaş bir finansal kaynak oluşturma modeli olup; fikir sahiplerinin projeyi hayata geçirebilmeleri için gereksinim duydukları finansal desteği, ortak bir ağ üzerinde buluşan ve finansmana konu olan projeye ilgilenen katılımcılardan sağlamak üzerine bina edilmiştir. Kitle fonlaması kavramı, elinde projesi olan fakat sermaye noksanlığı, kurumsal bir kimliğe sahip olmama, kaynaklara erişme konusundaki kısıtlamalar, mevcut finansman çeşitliliğinden beklendiği seviyede faydalanamama gibi sebeplerden dolayı gerekli finansman desteğini sağlayamayan girişimcilerin, projelerini hayata geçirebilmek üzere ihtiyaçları olan finansman tutarına dijital ortam üzerinden ulaşmak için kullandıkları bir sistemdir. Diğer taraftan kitle fonlaması yaşları, iş tecrübeleri, mal varlıkları, sabit bir gelir sahipliği gibi muhtemel kısıtlardan ötürü finansal kuruluşlardan kredi alamayanlar ile kredi alabilmesine karşın kredinin geriye ödemesini karşılayacak kadar yeterli finansal imkâna sahip olmayan girişimciler için de projelerini gerçekleştirmek için başvurulmuş bir finansman yöntemidir. Kitle fonlaması sistemi, Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi oldukça yoğun kullanılan sosyal medya platformlarının üzerinden yeni bir iş kurulması, ticari veya sosyal projelerin hayata geçirilmesi ve bu ihtiyaca yönelik yatırımcıların çekilebilmesi için aile, arkadaş ve iş hayatına bağlı geniş bir kitlesel erişim imkanı sunmaktadır. Bu sistemin çekim alanı, geleneksel olarak yalnızca proje sahiplerinin yakın çevresi,

akrabaları ve girişim sermayedarları ile sınırlı olmayıp, internet üzerinden kısa bir sürede çok geniş bir yatırımcı kitlesine hızlı bir şekilde ulaşarak finansmanı yapacak yatırımcı havuzunun genişlemesine imkan sunmaktadır. Sistem mevcut durumda, yoğun olarak ticari kâr amacı gütmeyen sosyal sorumluluk projelerinin finansmanında kullanılmaktadır (İşler, 2014, ss.51-52).

Piyasa ekonomisinde, birikimlerin verimli yatırım alanlarına yönlendirilmesini ve yatırım esnasında ortaya çıkan risklerin yönetilmesini finansal sistem düzenlemektedir. Bu sistemin işlevini daha az araçla daha verimli kılmayı vaat eden kitlesel fonlaması modeli, finansal düzendeki farklı unsurları etkileyerek bireylere finansal ilişkilerinde köklü bir değişiklik fırsatı sunmaktadır (Sakızlı, 2018, s.6).

Kitle fonlamasına ilişkin literatür taramasına aşağıdaki Tablo 3.1.'de yer verilmiştir:

YAZARLAR	YIL	TANIMLAR
Kleeman, Voß ve Rieder.	2008.	Kâr amacı güden işletme, mamulün üretimi ya da satılması için gerekli işleri, internet aracılığı ile kamuoyuna (yatırımcılara) açık çağrı yaparak dış kaynaklardan faydalanarak sağladığı hallerde ortaya çıkmaktadır. Amaç; işletmenin üretim sürecine karşılıksız ya da işletmeye temin edilen değere göre çok mütevazı bir karşılıkla bireylerin gönüllü olarak katkı sağlamalarından ibarettir.
Lambert ve Schwienbacher; Schwienbacher ve Larralde; Bellaflamme, Lambert ve Schwienbacher.	Mart 2010. Eylül 2010. 2014.	Kitle fonlaması, internet aracılığı ile girişimlere belirli amaçlar çerçevesinde bağışçı olarak, ödül karşılığında, borç vererek ya da paydaş olarak finansal kaynak temin etmek için yapılan açık bir çağrıdır.
Ordanini, Miceli, Pizetti ve Parasuraman.	2011.	Kitle fonlaması, kişilerce sunulan yeni projelere çok sayıda kişiden küçük ya da orta ölçekli yatırım tutarlarını toplayarak gerçekleştirilen fon oluşturma çabasıdır.
Mitra.	2012.	Kitle fonlaması, bir proje ya da girişimin bir grup birey/kitle tarafından finanse edilmesi uygulamasıdır.
Giudici, Nava, Lamastra ve Verecondo	2012.	Çok sayıda kişiden oluşan bir grubun, bir web sitesi ya da başka online araçları kullanarak bir projeye sermaye yatırması uygulamasıdır.

Tablo 3.1. Kitle fonlaması tanımları

YAZARLAR	YIL	TANIMLAR
Ahlers, Cumming, Günther ve Schweizer.	2012.	Kitle fonlaması, bir grup insanın belli bir amacı desteklemek için genelde çok küçük bireysel katkılar sağlayarak yaptığı bir fon oluşturma biçimidir.
Ergen, Lau ve Bilginoglu.	2013.	Kitle fonlaması, çok sayıda küçük yatırımcının bir araya gelerek kendilerinin seçtiği bir projeye yatırımlarına karşılık bekleyerek veya sadece sembolik karşılık isteyen bir şekilde ortak olması, ürün geliştirme aşamasında ise ön sipariş verilmesi veya bir çeşit bağışta bulunması şeklinde gerçekleştirilen girişimcilere sermaye aktarılması faaliyetidir.
Wash.	2013.	Kitle fonlaması, yeni bir fikri hayata geçirmek için çok sayıda destekçiden açık çağrı yoluyla kaynak talep etme uygulamasıdır.
Valanciene ve Jegeleviciute.	2013.	Kitle fonlaması, sermaye sağlamak isteyen girişimcilerle internet bazlı araçlar vasıtasıyla gelişen bir sermaye kaynağı oluşturan ve küçük tutarlarda yatırım yapmaya gönüllü olan özgün yatırımcılar arasında bağlantı kurma metodudur.
Lehner.	2013.	Kitle fonlaması, “kitle” olarak isimlendirilen geniş dağılımlı bir izleyici topluluğunun bir proje ya da girişimi desteklemek için küçük tutarlarda para sunmasıdır.
Joenssen, Michaelis ve Müllerleile.	2014.	Kitle fonlaması ticari ya da ticari olmayan projelerin kişiler/kurumlar tarafından kamuya açık bir çağrıyla fon sağlamak, pazar potansiyelini değerlemek ve müşterilerle ilişki kurabilmek için sunulmasıdır.

Tablo 3.1. (devam) Kitle fonlaması tanımları

Kaynak: Atsan ve Erdoğan (2015). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlesele Fonlama, s.301.

3.2. Kitle Fonlamasında Finansman Modeli Tarafları

Kitle fonlaması finansman modelinin tarafları fon ihtiyacı olanlar (girişimciler), fon arzedenler (yatırımcılar), kitle fonlaması platformlarından oluşturmaktadır.

3.2.1. Fon Arayanlar (Girişimciler)

Proje sahipleri, kitle fonlaması platformlarında kampanya başlatarak hayata geçirmek istedikleri projeleri veya kurmak istedikleri işler için fon desteğinde bulunmayı isteyen kitlelere açık çağrıda bulunan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Kitle fonlaması ile finanse edilen projelerin sahiplerinin, ulaşmak istedikleri amaçlar birbirinden farklı olabilmektedir. Kitle fonlaması sadece geleneksel finansman

yöntemlerine ulaşamayan ticari motivasyonlara sahip girişimcilerce değil, aynı zamanda sosyal girişimciler, organizasyonlar veya kültürel, sanatsal ve kâr amacı gütmeyen toplumsal projelere sahip bireylerce de alternatif bir finansman kaynağı olarak tercih edilmektedir. Proje sahiplerinin çoğu bir girişimi başlatmak amacıyla olsa da, sosyal sorumluluk projeleri, müzik albümü ve film çekimi gibi sanat projeleri veya bilim ve teknoloji projeleri için de fon desteği arayışına girilmektedir (Şahinoğlu, 2019, s.18). Ayrıca girişimciler kitle fonlaması platformlarına projelerini koyarak yatırımcılara sunduğu fikir ve projelere gelen talep sayesinde sunulan projenin piyasa değerinin ne kadar olduğu konusunda da fikir sahibi olurlar (Çağlar, 2019, s.22). Kitle fonlamasını kullanma konusunda girişimcileri motive eden unsurlar şu şekilde sıralanmıştır (İzmirli, Ata, 2018, s.278):

- Sermaye oluşturmak,
- Daha fazla fon bulmak,
- İşletme veya proje için kamu farkındalığı yaratmak, onay almak,
- Ürün/hizmetin piyasaya sürüldüğünde kabul görüp görmeyeceğini test etmek, piyasa ile iletişime geçmek,
- Diğerlerinin başarılarını taklit etmek veya onları geçmek,
- Yaptığı iş ile ilgili farkındalığı geliştirmek.

3.2.2. Fon Sağlayanlar (Yatırımcılar)

Fon sağlayanlar projeleri finansal olarak destekleyen, risk alan ve yatırdığını çeşitli şekillerde geri almayı bekleyen kişilerdir. Yatırımcılar en umut verici ve ilginç buldukları projeleri seçerek finansal destek vermektedirler (Karaaslan ve Altuntaş, 2015, s.490). İlgi duydukları projelere küçük miktarlarda fon sağlayan kişiler geniş halk kitlelerini ifade etmektedir. Bu kişiler kendileri de girişimci geçmişe sahiptirler ya da fon sağladıkları projeye ilgi duymaktadırlar (İzmirli, Ata, 2018, s.277). Kitle fonlamasında projelere/girişimlere fon sağlayanlar yatırımcı geçmişe olmayan halkın içinden sıradan insanlardır. Ümit vaad ettiğini düşündükleri projelere/girişimlere küçük miktarlarda para yatırırlar. Yatırımcıların motivasyonları kitle fonlaması türlerine göre değişiklik göstermektedir. Finansal olmayan kitle fonlaması türlerinde hayırseverlik, kendi hayatlarını ve toplumu sosyal anlamda iyileştirme fırsatı, aynı görüşteki kişileri veya belirli bir amacı destekleme isteği, işletmenin başarısına katkı yapmaktan kaynaklanan kişisel kazanım duygusu, sosyal itibar, sosyal ağlarındaki

kişilerle ilişkileri güçlendirme isteği, ödül elde etme ve yeni ürünlere ücretsiz veya ucuz fiyatla erken erişim imkânı temel motivasyonlar olarak belirlenmiştir. Finansal kitle fonlaması türleri kullanıldığında ise yatırımcıların hisse sahibi olma, kar payı sağlama, faiz elde etme şeklinde ekonomik faydalarla güdülendikleri görülmüştür (Atsan ve Erdoğan, 2015, ss.304-305). Ayrıca yatırımcılar bir projeye yatırım yaparken, toplumsal olarak önemli bir misyona katkı sunmaktan, benzer önceliklere sahip bir topluluğun parçası olmaktan, finanse edilen projenin başarısını gözlemekten, proje ekibi ile iletişim kurabilmekten, bir yeniliğe katkıda bulunmaktan, öncü olmaktan ve kişisel ağını geliştirmekten dolayı da motive olabilir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015, s.493).

3.2.3. Kitle Fonlaması Platformları

Fon arayanlarla fonlayanları buluşturan, onların içerikler oluşturmalarına ve paylaşmasına olanak sunan kitle fonlaması organizasyonlarıdır (Karaarslan ve Altuntaş, 2015, s.490). Girişimciler ya da proje yatırımcıları, projeleri için gereken parayı destekçilerden sağlamak için kitle fonlaması platformları üzerinden fotoğraflar ve videolar eşliğinde veya bazen de ürünün bir prototipinden faydalanarak projelerini kitlelere ulaştırırlar (Akyüz, 2016, s.79). Kitle fonlaması platformları tarafından girişim projelerinin niteliklerini yükseltmek için teknik hizmetler, proje fikirlerini, girişimci/yatırımcının haklarını korumak için kanuni hizmetler verilerek ve tanıtım yapılarak büyük kitlelere ulaşabilmek üzere reklam hizmeti sağlanmaktadır (Vural, 2019, s.60). Fakat platformlar projelerin başarısı ya da arzu edilen fon tutarının sağlanması konusunda herhangi bir garanti verememektedir (İşler, 2014, s.55).

Kitle fonlaması sistemini oluşturan yatırımcı ve proje sahibini internet üzerinden bir araya getiren platformlar sistemin oluşmasında en önemli yere sahiptir. Çünkü tarih boyunca, yatırımcıların ve proje sahiplerinin olduğu her yerde proje fonlaması durumu söz konusu olmuştur. Ancak, web tabanlı platformlar sayesinde, yatırımcılar ve proje sahipleri arasındaki coğrafi sınırlar kalkmış ve bu durum, projelerin daha kolay bir şekilde, daha yüksek miktarda fon toplamasını mümkün kılmıştır. Bu platformlar fon toplama tarzlarına göre ikiye ayrılabilir. Kimi kitle fonlaması platformları, toplanan fonları, eğer proje hedeflenen tutara ulaşmazsa yatırımcılara geri ödemek üzere bir bloke hesapta tutar. Kimi kitle fonlaması platformları ise hedeflenen miktara ulaşıp

ulaşılmadığına bakmaksızın toplanan bütün tutarı proje sahibine aktarır (Çağlar, 2019, ss.22-23).

3.2.4. Tarafların Kitle Fonlaması Finansman Modelinde Yer Alma Sebepleri

Girişimcilerin kitle fonlaması uygulamalarına katılmasında altı sebep vardır. Bu sebepler (Akyüz, 2016, ss.89-90):

Kaynak temini: Girişimciler kitle fonlaması platformlarını tercih etmektedirler. Çünkü platformlar finansal destek sağlamanın kolay, etkin ve organize yolunu sunarlar. Sosyal medya ve online ödeme sistemleri gibi internet teknolojilerini kullanarak kitle fonlaması platformları üzerinden projelerini güvenli ve kolay biçimde sunabilirler. Kitle fonlaması bankalar, melek yatırımcılar ve risk sermayedarları gibi geleneksel fon kaynaklarından finansal destek bulamayan bireyler için fayda sağlamaktadır. Bazı girişimciler ise geleneksel yöntemlerin kitle fonlamasına göre daha fazla zaman aldığını düşünmekte ve kitle fonlamasına yönelmektedir.

Proje ile ilgili farkındalığı arttırmak: Projesi olan kişiler kitle fonlaması platformları üzerinden tanıtım yaparak daha çok kişiye ulaşabilir. Proje sahibi ya da platform, sosyal medyada projenin linkini paylaşabilir ya da e-posta yoluyla platform üyelerine projenin varlığı duyurulur.

Bağlantılar kurmak: Girişimcilerin kitle fonlaması platformlarını kullanmalarının nedeni katılımcılarla bir defalık finansal işlem kurmanın dışında uzun dönemli iletişim halinde olma arzusudur. Uzun dönemli etkileşimler, destekçilerle doğrudan işbirliği kurma ve onları yaratıcı sürece dâhil etme imkânı tanır. Böylelikle girişimciler, destekçi kitlesini genişletebilir ve kendisiyle aynı fikirde olan bireylerle sosyal yönden bağlantı kurabilir.

Onay almak: Girişimciler hem kendileri hem de sunmuş oldukları projeler için onay alma isteği içindedirler. Onay, parasal destek, olumlu geri bildirim veya proje ile ilgili fısıltı çıkması şeklinde olabilir.

Kontrol sahibi olmak: Girişimciler, projelerinin kontrolünün yatırımcılarda olması yerine kendilerinde olmasını istediklerinden kitle fonlaması uygulamalarına katılma kararı verebilirler. Pek çok geleneksel finansal yönteminin tersine kitle fonlaması risk sermayedarları gibi bir grubun kararlarına dayanmaz. Dolayısıyla girişimciler kitle

fonlamasında otonomi sahibidir. Otonomi sayesinde proje sahipleri sundukları projenin yönü, gidişatı hakkında seçim yapma hakkına sahiptirler.

Yeni parasal kaynak temini yetenekleri edinme: Kitle fonlaması kampanyası üzerinde kontrol sahibi olmak, girişimcilere kendi kişisel deneyimleri dışında alanlarda da bilgi sahibi olmalarını gerektirir. Pazarlama, iletişim, yönetim, risk-alma ve finansal planlama gibi alanlarda yeteneklerini geliştirebilirler.

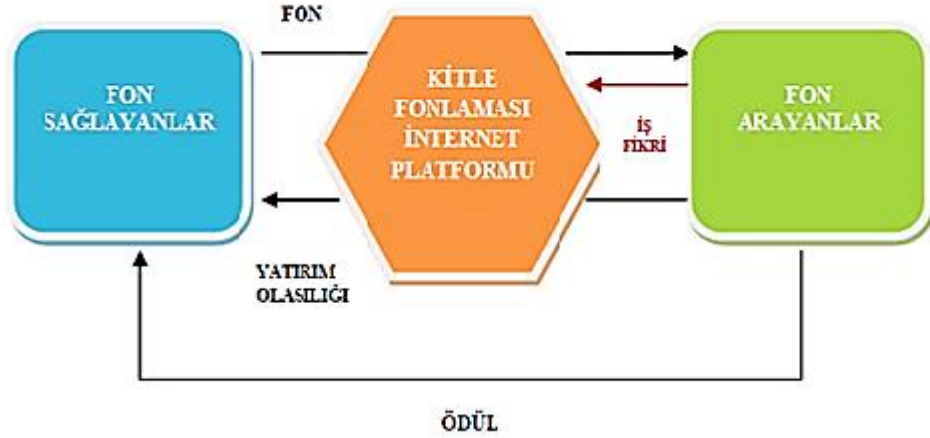
3.3. Kitle Fonlaması İşleyiş Süreci

Kitle fonlaması finansman modelinin farklı türleri olmasına rağmen her projenin sadece bir amacı mevcuttur. Bu amaç doğrultusunda önceden belirlenen fonun belirlenen zaman dilimi içinde toplanılması hedeflenmektedir. Sistemin genel olarak işleyişi şöyledir(İşler, 2014, ss.54-55; Vural, 2019, ss.66-68; Atsan ve Erdoğan, 2015, ss.305-307):

- Fon arayanların (girişimcilerin) projelerini fikir aşamasından bir sonraki aşamaya, ürün veya hizmet seviyesine, taşımak için süreçteki tüm maliyetleri ve riskleri değerlendirerek piyasa şartlarına uygun bir fiyatlama yapması gerekmektedir. Fikir aşamasında olan projeye optimal bir fon tutarının belirlenmesi projenin tanıtılması kadar önemlidir. Ayrıca proje için belirlenen fon tutarı ile tanıtımının birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olması gerekmektedir.
- Girişimciler hedeflenen fon tutarının ne kadarlık bir zaman diliminde toplanabileceğini hesaplayarak bir iş planı hazırlarlar. Hedeflenen tutarın belirlenmiş süre içerisinde toplanamadığı durumda proje platformdan çıkarılacak ve başarısız olarak nitelendirilecektir.
- Girişimciler internet platformlarını inceleyerek projeleri için doğru platformu seçerler. Belirlenmiş olan hedef fon tutarını, zaman kısıtlamasını ve fon temin edilmesi istenen ürün/hizmetle (iş fikri) alakalı detaylı bilgileri seçmiş oldukları platforma fon talebiyle beraber aktararak yatırım olasılığını oluştururlar. Sağlanacak fon karşılığında verilecek ödül, kar ya da payı açıkça belirtilmelidirler.
- Kitle fonlamasına konu olacak projenin potansiyel yatırımcılara tanıtımı en az fizibilitesi kadar önemlidir. Proje tanıtımının ağırlıklı olarak sanal ortam üzerinden yapılacak olması tanıtımın uzunluğunu, görselliğini, temasını, özgün olmasını ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte hazırlanan projenin

ortaya çıkış noktasının ve hedeflerinin açıklanması; katılımcı havuzunun genişleyerek proje için hedeflenen miktara daha kısa sürede ulaşılmasına imkân tanıyacaktır. Tanıtım için en çok başvurulan araç videolar iken; bununla birlikte akan metinler, sesli anlatımlar veya belgeseller de kullanılmaktadır. Hazırlanmış olan projenin sunulması, girişimci tarafından seçilecek projeye uyumlu olan kitle fonlaması platformlarının biri veya birkaçı üstünden yayına alınarak belirlenen süre zarfında potansiyel katılımcıların dikkatine sunulmaktadır.

- Fon sağlayanlar (yatırımcılar) sanal ortam ya da kitle fonlaması platformları aracılığıyla mevcut projelerden haberdar olmaktadır. Tanıtımı yapılan projeleri inceleyerek ilgi duydukları ve platformlar aracılığıyla ödeme yapıp fon sağlayacakları projeyi belirlerler. Platformların alt yapıları doğrultusunda ödemeler kredi kartı, paypal, sanal kart, EFT veya havale gibi ödeme kanalları ile yapılabilmektedir. Fon için yapılan ödemenin karşılığı olarak girişimcinin daha önceden taahhüt ettiği ödül, faiz geliri ya da paya sahip olmaktadır. Ödül ya da bağış bazlı kitle fonlaması projelerinin hedeflenen miktara ulaşması ve başarılı olması halinde katılımcılara önceden belirlenmiş ürünün ücretsiz verilmesi, adlarına yazılan teşekkür metninin gönderilmesi, projeye gönül vermiş katılımcıların kamuoyuna ilan edilmesi gibi ödüller verilmektedir. Paya dayalı kitle fonlaması modelinde birim pay fiyatının, borçlanma finansmanı ile yapılacak proje katılım fonlamasında ise katılımcıya ödenecek faiz oranının saptanması detaylı bir finansal analiz ve tecrübe gerektirmektedir. Bununla birlikte getiri ve paya dayalı projelerin güvenilir olarak devam etmesi yeterli hukuki ve denetim düzenlemelerinin varlığı ile doğrudan ilişkilidir.
- Planlanan proje belirlenen zaman içerisinde hedef sermaye tutarına ulaşamaz ise proje çağrısı başarısız olmuş demektir. Bu durumda toplanan fonun ne yapılacağı konusunda iki yol vardır. Birincisi “Hepsini iade et”, ikincisi ise “Hepsini Tut” yaklaşımıdır. “Hepsini iade et” yaklaşımında yatırımcılara yatırdıkları fonlar kesintisiz bir şekilde iade edilmektedir. “Hepsini Tut” yaklaşımında ise hedef sermayeye ulaşılmasa dahi toplanan tüm paranın girişimciye transfer edilmektedir.
- Kitle fonlaması platformları genellikle kar amacı güden işletmelerdir. Başarılı projelerden %5 ile %10 arasında değişen oranlarda komisyon bedeli keserek toplanan fonu proje sahibine öderler.



Şekil 3.1. Kitle fonlaması finansman modelinin işleyişi

Kaynak: Valanciene, L., and Jegeleviciute, S. 2014, Crowdfunding for creating value: stakeholder approach. Procedia-Social and Behavioral Sciences, s.602.

3.4. Kitle Fonlamasının Avantajları Ve Dezavantajları

3.4.1. Kitle Fonlamasının Avantajları

Kitle fonlaması, yenilikçi ve kültürel projeler ile sosyal sorumluluk girişimleri gibi finansman olanakları kısıtlı alanlar için bu projelerin hayata geçmesine yönelik ciddi bir potansiyele sahiptir. Kitle fonlaması sistemi özellikle KOBİ'ler için banka kredisi, öz sermaye veya girişim sermayesi gibi geleneksel finansman yöntemlerine başvurmadan işletme kurmak için gerekli olan nispi küçük tutarın yaratılmasını sağlayabilmektedir. Kitle fonlaması finansman modeli, taşıdığı mali kısıtlamalardan ötürü geleneksel finansal yöntemler ile finansman gereksinimini karşılayamayan girişimciler açısından küçük ölçekli bir ticari işletme sahibi olabilme ihtimalini yükseltmektedir. Kitle fonlaması finansman modelinin uygulandığı ülkelerde girişimcilik faaliyetleri de artış gösterecek, ülke refahı ve istihdamını da artıracaktır (İşler, 2014, s.63). Kendine has bir pazarı olan kitle fonlaması modeli, ekonomiye olan katkısından dolayı hükümetler ve girişimciler tarafından desteklenmektedir (İzmirli, Ata, 2018, s.281). Kitle fonlamasının ilk ve en önemli üstünlüğü, fon yaratma kabiliyetleri kısıtlı olan özellikle yeni doğan ve genç girişimlerin, kuruluş ve büyüme sermayesi için ailelerine, arkadaşlarına ve kişisel kaynaklarına olan bağımlılığını kaldırarak, yeni yatırımcı tabanına, büyük kitlelere erişmelerine olanak vermesidir (Atsan ve Erdoğan, 2015, s.309). Ünsal (2017, s.24)'a göre kitle fonlamasının avantajları; fon toplamayı sağlamak, pazarlama aracı görevi görmek, halka bedava

ilişki sunmak, üretim öncesi ürün veya servis için satış sağlamak ve sadık müşteri oluşumuna katkıda bulunmaktır.

Kitle fonlaması yatırımları, erken aşamadaki girişim sermayesi işletmelerine taze bir finansman sağlarken; toplumdan faydalanarak işletmelerin sermayeye ulaşmasını demokratikleştirmek ve tabana yaymak üzere yeni ve alternatif bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır. Potansiyel yatırımcıların ufuklarını genişletmek için teknolojinin imkânlarından faydalanılması ve finansmana ulaşma hızını artırıyor olması beraberinde yeni girişimlerin ortaya çıkması için elverişli bir organizasyonu, yeni iş imkânlarını aynı zamanda tabana yayılan ekonomik büyümeyi birlikte getirecektir. Kitle fonlaması genellikle ülkedeki sermaye piyasalarında aktif şekilde rol almayan kurumlar/kişiler için uygun alternatif bir finansman yöntemidir. Klasik finansman yöntemlerinde işçilik ve masraflar yüksek olup girişimcilerin finansmana erişebilmeleri için çok fazla toplantıya katılmaları gerekmektedir. Kitle fonlaması platformları veri erişimini kolaylaştırarak erken aşama işletmelerinin bilgilerini hızlı bir şekilde potansiyel yatırımcılara aktarmaktadırlar. Kitle fonlaması sistemi yatırımcıların kolaylıkla potansiyel yatırım olanaklarını araştırmasına, ayrıntılı bilgi edinmelerine online olarak imkan sağlamaktadır. Sosyal ağlarla yapılan bilgilenme ve iletişim teknolojilerinin avantajları, erken yatırım aşamasındaki işletmelerinin hızlı büyümesine aynı zamanda kendi sosyal çevrelerinden daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Bunun sonucu olarak işletmeler piyasada büyük atılımlar yapma imkânına sahip olurlar. Kitle fonlaması modeli, farklı yollarla klasik finansman yaklaşımını değiştirmekte olup ağların coğrafyaya bağlı olmadığı bir hale getirmektedir. Bağışa dayalı kitle fonlaması yatırımlarının coğrafyaya bağlılığı fazla olsa bile diğer kitle fonlaması türlerinin bağlılığı minimum seviyededir. Erken yatırım aşamasındaki işletmeler, bir ürünün ticari olarak pazarlanabilirliğini araştırıp ilk kullanıcılara düşük fiyat imkânı sunmak için kitle fonlaması sistemini kullanma imkânına sahiptirler. Bağış bazlı kitle fonlaması türü işletmelere kendi ürün/hizmetlerine olacak talepleri keşfetme olanağı sağlamaktadır. İşletmeler finansman hedeflerine ulaşırlarsa bu yolla başlangıç tanıtım ve reklamlarını da yapmış olacaklardır. Kitle fonlaması modeli sayesinde girişimciler hedefledikleri pazar/pazarlama canlılığı konusunda erken geri bildirim almaktadırlar. Müşterilerden veya yatırımcılardan gelen geri dönüşler tasarlanan iş modelinde inovasyon yapılmasını mümkün kılmaktadır. Bu sistem girişimcilere gerektiğinde bakış açılarını yeni bir pazarlara çevirmeleri hususunda

bilgiyi veya yeni tedarikçiler, satıcılar, stratejik ortaklıklar bulmak gibi ihtiyaç duydukları bilgileri vermektedir. Yapılan bu uygulama ürün fikirleriyle ilgili bilgileri, iş kavramlarını, açık bilgi değişimi hedeflenen piyasada pazar verimliliğini önemli derecede artıracaktır. Başarılı kitle fonlaması kampanyalarının neticesinde ise yatırımcılar arasındaki güvenilirlik ve görünebilirlik seviyesi artmaktadır. Bir yatırımcı tarafından desteklenerek fonlanan işletmeler, bu yatırımcıyı gelecekteki müşterisi veya pazarlayıcısı olarak görebilirler (Onur ve Değirmenci, 2015, ss.4-6).

Kitle fonlaması finansman modelinin fon arayanlar yani girişimciler açısından avantajları; fon sağlama kolaylığı, zaman ve maliyet tasarrufu, tecrübe ve ilişki desteği, pazarlama aracı olması ve ürün tanıtım kolaylığı, pazarlama araştırması ve geri bildirim kolaylığı, kararlarını kendilerinin verebilmesi ve sadık müşteriler oluşturulmasıdır. Geleneksel finansman yöntemleriyle fon sağlama fırsatı bulamayan küçük girişimcilerin kitle fonlaması yoluyla sermaye bulmaları kolaylaşmaktadır. Bu finansman modelinde fon sağlamanın hem hızlı hem de esnek olması yükümlülüklerin de az olması nedeniyle girişimciler ihtiyaç duydukları fona kolay ve hızlı bir şekilde ulaşarak zaman tasarrufu elde etmektedirler. Herhangi bir kitle fonlaması kampanyasını başlatmak için özel bir vasa ya da niteliğe ihtiyaç yoktur (Demir, 2018, s.12).

Fon ihtiyacı olanlar, bu finansman sistemini kullandıklarında projeleri ya da girişimlerine ilgi duyacak dünyanın dört bir tarafından finansöre coğrafi sınırlar olmaksızın kolaylıkla ulaşabildikleri için sermaye maliyetleri azalmaktadır. Kitle fonlaması finansman modeli; sosyal ağlar aracılığıyla kalabalık bir kitle iletişimini artırması neticesinde yatırımcıların bilgiye de kolayca ulaşarak maliyetlerini düşürmektedir. Kitle fonlaması modelinde paydaş olan fon arz edenler projelerini ya da girişimlerini gerçekleştirmek amacıyla fona ihtiyacı olanları, tecrübeleri, sahip oldukları ilişkileri ve sosyal çevreleri ile destekleme imkânına sahip olarak parçası oldukları işletmenin her anlamda yanında olabilmektedirler. Sistemde, çevrimiçi pazarlarda fon ihtiyacı olanlar marka itibarını artırıp güvenilir sinyaller sağlamakta olup ürünün pazarlamasında ve tanıtılmasında yüksek seviyede rol oynamaktadır. Kitle fonlaması finansman modeli ile internet aracılığı ile yapılan pazarlamada fon arz edenlerin içeriğe katılmaları sağlanmış olmaktadır. Girişimci, kitle fonlaması kampanyasını hazırlayıp veya iş fikrini paylaştığında takipçiler girişimcinin ürünü ile

ilgili önemli geri bildirimlerde bulunacaklardır. Takipçiler, girişimcinin ürünü ya da iş fikrini hakkında onun göremediği zayıf noktaları gösterebilir ve ürüne yenilikler katmasını sağlayabilirler (Demir, 2018, s.12). Bununla birlikte ürünü ilk kez fon sağlayan kişiler kullandıklarından onların deneyimleri oldukça faydalı bilgi sağlayacaktır. Kitle fonlaması sosyal ağları kullandığından kitlelerle iletişimi artıracak bunun sonucunda bilgiye kolaylıkla ulaşmayı sağlayacak ve bu sayede kolayca proje ile ilgili geri bildirim alınarak pazarın talebi görülebilecektir.

Kitle fonlamasıyla kısa bir zaman içerisinde ürünlerinin kabulünü denemelerine imkan sağlanmaktadır. Kitle fonlaması modeli sayesinde girişimciler ürünleri daha piyasaya sürülmeden önce potansiyel tüketiciler tarafından değerlendirilerek onay alındığı için satış ev pazarlama safhasında da hayal kırıklığı söz konusu olmamaktadır. Bu modelde fon ihtiyacı olanlar girişimleri ile ilgili kararları fon sağlayan diğer kişi, kurum ya da finansal araçlara danışmadan tek başlarına alabilme imkanına sahiptirler. Fon arayan girişimlere uygun birçok kitle fonlaması platformu mevcuttur. Girişimci birini beğenmezse bir başkasında şansını deneyebilir. Aynı zamanda kampanyası için de ödül ve destek konusunda farklı alternatiflere sahiptir (Demir, 2018, ss.12-13). Kitle fonlamasıyla fon ihtiyacı olan girişimcilere fon sağlanmasının yanında fon arz edenler fon talep edenlerin sadık müşterileri olmaktadır. Fon sağlayanlar kendilerini bu gayretin bir parçası olarak gördükleri için başarısız olduğunda da işletmeyi desteklemeye devam etme eğilimindedirler. Kitle fonlaması finansman modelinin fon sağlayanlar yani yatırımcılar için sağladığı avantajlar; yatırım yapma fırsatı, zaman tasarrufu, yeni ürünlere erken sahip olma imkânı ve yüksek faiz geliri fırsattır. Küçük yatırımcılara düşük tutarlar da dahi olsa yatırım yapabilmeleri için imkan sağlamaktadır. Bununla birlikte yatırım yapmak isteyenler sadece borsa aracı kurumlarından az sayıdaki şirketler arasından seçim yaparak yatırım yapmak yerine çok sayıda seçeneğe sahip olmaktadır (Vural, 2019, ss.70-73).

3.4.2. Kitle Fonlamasının Dezavantajları

Kitle fonlaması finansman modelinin avantajlarının yanında birtakım dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlardan bazıları; belirsizlikler, sahtekârlıklar, planların değiştirilememesi, başarısızlık riski, ülke mevzuatları riskidir (Vural, 2019, ss.73-74).

Kitle fonlaması finansman modelinde yatırımcıların genellikle karşılaştıkları risk yapılan yatırımın başarısız olma riskidir. Sistemin işleyişi sonucu olarak erken yatırım

aşamasındaki işletmelere yatırım yapılmaktadır. Yapılan yatırımlar belli olgunluğa erişen ve düzenli bir nakit akışına sahip olan profesyonel olarak yönetilen işletmelere yapılan yatırımlara göre yüksek risk içermektedir. Tecrübe sahibi yatırımcılar, riskin yüksekliği konusunda yeterli düzeyde bilgi sahibi olduğundan kitle fonlaması yatırımcılarının da riskin seviyesi konusunda açıkça bilgilendirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla kitle fonlaması platformlarının yatırımcılar tarafından kolayca anlaşılabilmesi için eğitici materyaller kullanılması gerekir. Kitle fonlaması aracılığı ile finansman temin etmek isteyen girişimciler bazen erken yatırım aşamasındaki işletmeyi başarıyla yönetebilmek için gerekli tecrübeye ve bilgi birikimine sahip olmamaktadır. Dolayısıyla yatırımların başarısız olma olasılığı artmaktadır. Bu riskin azaltılabilmesi için girişimcilik kültürünün desteklenerek girişimciler için eğitim olanaklarının artırılması ve destekleyici kurumların geliştirilmesi gerekmektedir (Onur ve Değirmenci, 2015, ss.9-10).

Kitle fonlaması finansman modelinde nitelikli dolandırıcılık nadir rastlanan bir durum olsa da dolandırıcılık riski önemli bir unsurdur. En sık rastlanan örneği platformların veya proje sahibi işletmelerin yaptıkları tanıtımların, reklamların, görüşlerin ve tavsiyelerin yanıltıcı olma olasılığıdır. Yatırımcının olumsuz bir durumla karşılaşması durumunda yalnızca ilgili projeyi değil, internet/ sosyal medya üzerinden de oluşabilecek olumsuz bir duyum sonucu sistemin gelişmesini olumsuz boyutta etkileyerek güvenin zedelenmesine neden olabilmektedir (İşler, 2014, s.63).

Dolandırıcılık riskini en aza indirmek için önlemler alınabilir. Onur ve Değirmenci (2015, ss.10-11) bu önlemleri aşağıdaki gibi sıralamışlardır:

- Fon toplayan yatırımcıların geçmiş faaliyetlerinin incelenmesi,
- Zorunlu denetim, finansal raporlamaların ve gözden geçirme raporlarının titizlikle düzenlenmesi,
- Finansman teklifine ilişkin sosyal medya iletişiminin kısıtlanması ve gözetiminin sağlanması,
- Ya hep ya hiç finansmanının desteklenmesi; başka bir ifadeyle fon aranan projenin maliyetinin hepsini karşılayabilecek fonun bir araya gelmesi durumunda kullanılabilmesi aksi durumda fon sağlayanlara geri iade edilmesi,
- Geçmişte yapılan dolandırıcılık vakaları hususunda yatırımcıların bilgilendirilmek suretiyle dolandırıcılık konusunda bilinçlendirilmesi,

- Fonun elde tutulabileceği zamana ilişkin kısıtlamaların olması.

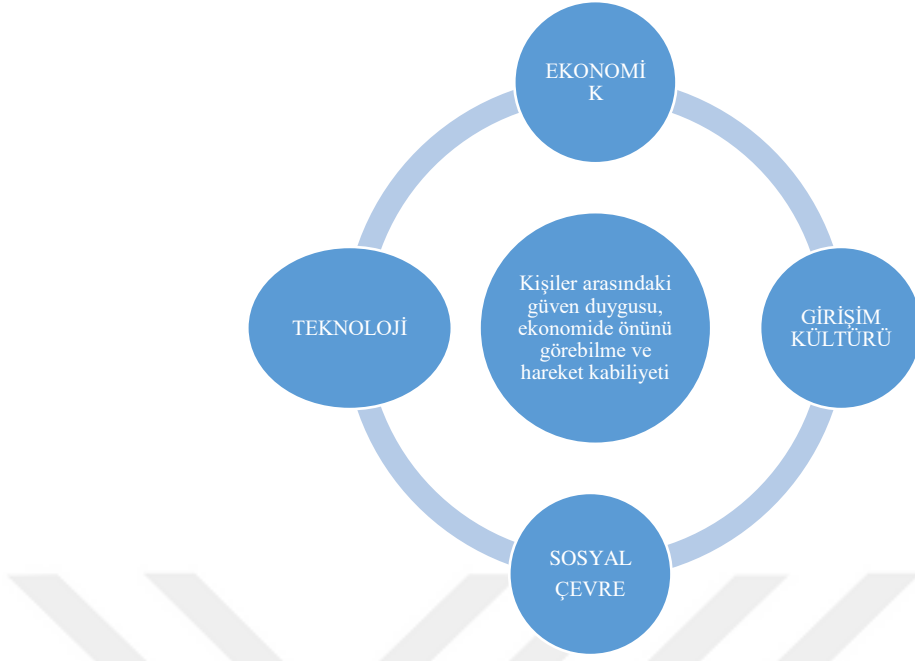
Tüm yatırım sistemlerinde olduğu gibi kitle fonlaması sistemi de kara para aklama riskini taşımaktadır. Kitle fonlaması platformları bünyesinde kullanılmakta olan elektronik ödeme modelleri bu riski büyük ölçüde azaltmaktadır. Kitle fonlaması platformlarının olduğu ülkede kara para aklanmasını engelleyecek kanunların etkili bir biçimde uygulanması, bu riski minimize etmekte hatta tamamen ortadan kaldırmaktadır. Bununla birlikte varolan risk aşağıdakilere benzer önlemlerin alınmasıyla minimum seviyede tutulabilir:

- Belli bir süre içinde toplanabilecek fon tutarı için maksimum bir limit saptamak,
- Fonun toplanmasıyla kullanılması arasında geçmesi gereken minimum bir süre belirterek yatırımcılar ve düzenleyici otoriteler için ileri seviyede inceleme yapılabilmesi için zamanın oluşmasını sağlamak (Onur ve Değirmenci, 2015, s.13).

3.4.3. Etkin Bir Kitle Fonlaması Ekosistemi İçin Gerekli Unsurlar

Kitle fonlaması finansman modelinin başarı ile sürmesi için gerekli bazı hususlar bulunmaktadır. Bu hususlar (Vural, 2019, s.68):

- İyi projelerin mevcut olması,
- Sistemin bütün işleyişi internet kanalıyla online olarak yürütüldüğü için kaliteli internet altyapısının bulunması,
- Platformların fon talep edenlere hem de fon arzedenlere sağlıklı hizmet verebilmesi için güvenli ödeme altyapılarının oluşturulması,
- gerekmektedir.



Şekil 3.2. Kitle fonlaması sisteminin sağlıklı büyümesi için gerekli ekosistem

Kaynak: Ünsal, S.(2017). Kitleseel Fonlama: İş Yapma Yöntemini Değiştirecek Yeni Sistem. s.27.

Şekil 3.2.'de kitle fonlaması sisteminin sağlıklı büyümesi için gerekli ekosistem gösterilmiştir.

Kitle fonlaması finansman modeli yatırımları, erken yatırım aşamasındaki ve yenilikçi girişim şirketlerini desteklemeyi isteyen ve aynı zamanda geliştirmekte olan ülkeler için alternatif yeni bir finanslama yöntemi olarak ortaya çıkmaktadır. Etkin şekilde işleyen kitle fonlaması ekosistemi oluşturabilmek için gerekli hususlar şöyledir (Onur ve Değirmenci, 2015, ss.7-8):

Girişimcilik Kültürü: Kitle fonlaması finansman modeli ülke içindeki girişimcilik kültürünün var olması ile direkt alakalıdır. Kamu kuruluşlarının ortak çalışma alanları oluşturarak var olan işletmeleri desteklemesi ve rehberlik hizmetleri vermesi girişimcilik kültürünü artırmaktadır. Böylece kitle fonlaması sisteminin etkinlik seviyesi yükselmektedir. Ülkedeki mevcut düzenleyici kurum ve kuruluşlar yeni bir finansal araç veya bir iş faaliyeti ile ilgili risk seviyesini biçimlendirerek girişimciliği teşvik edebilmekte ya da engel olabilmektedir.

Teknolojiye Erişme ve Teknolojiyi Kullanma Seviyesi: Kuruluş sürecinin kolaylaştırılıp hızlandırılması için teknolojik imkânların verimli olarak kullanılması kitle fonlaması ekosisteminin oluşturulmasına katkısı olan bir unsurdur. Teknolojiye

dayalı uygulamalar, hükümetlerin iş dünyasının gözetiminde ücretlerin, karların ve vergilerin daha sağlıklı güvenilir sağlanmasında kolaylık sağlamaktadır.

Ekonomik Şartlar: Kitle fonlaması yatırımları için gereken koşulları oluşturmayı hedefleyen ülkelerin gereken politikaları benimsemeleri önemlidir. Birçok gelişmekte olan ülkede şirket kurulması zaman alan, maliyetli ve çok sayıda bürokratik işlem gerektirmekte ve bu ülkelerde iflas prosedürlerinin de ağır şartlarının söz konusu olduğu görülmektedir. Ülkelerin girişimcilerin başarısız olma riskini göze almalarını sağlayacak koşulları oluşturmalarıdır. Aksi takdirde hiç kimse yatırım yapmaya istekli olmayacaktır. Aynı zamanda mümkün olduğu kadar kültürel ortamda başarısız girişimlerin aşırı kötü eleştirilmesinin önüne geçilmelidir.

Toplumsal Katılım: Geniş kapsamlı organizasyonlar toplumsal katılımı artırarak girişimcilik kültürünü güçlendirmektedir. Girişimciler arasındaki iletişimin devamlı olmasına neden olan bu tür etkinlikler; işletmeler ve istihdam sorunlarına çözüm arayan, bilgi, tecrübe, strateji ihtiyacı olan toplulukların ücret ödmeden toplanmasını sağlamaktadırlar. Katılım düzeyini yükseltmek isteyen hükümetler, girişimcilik ile alakalı eğitim kampanyaları düzenleyerek, iş planıyla ilgili yarışmalar tasarlayarak, doğrudan sponsor olarak, katılımcılara ödüller vaadederek girişimcilik faaliyetlerine destek verebilmektedirler.

Güven: Sağlıklı bir girişimcilik ekosisteminin oluşabilmesi en önemli unsurlardan birisi girişimciler, fon sahipleri ve müşteriler arasında temin edilen güvendir. Kitle fonlaması; bir kişinin yeni bir işe başlaması veya mevcut işini büyütebilmesi için sosyal ağlar vasıtasıyla sermaye sağlamasına dayanan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Sosyal ağlar, taraflar arasında karşılıklı güven ortamına bağlı olarak kendi istekleriyle katıldıkları sistemlerdir. Aralarında oluşan güven, üyelerin bilgi paylaşımına yardım etmektedir. Güven eksikliği olan bir ekonomik ortamda kitle fonlaması sisteminin gelişmesine imkan yoktur. Karşılıklı güven anlayışına dayanan ilişkilerde kitle fonlaması kurucularının vaatlerini yerine getirememeleri ya da yatırımcıların yaptıkları yatırımlardan geri dönüş alamama fikrine sahip olmaları bu ortamın oluşmasına engel olacaktır.

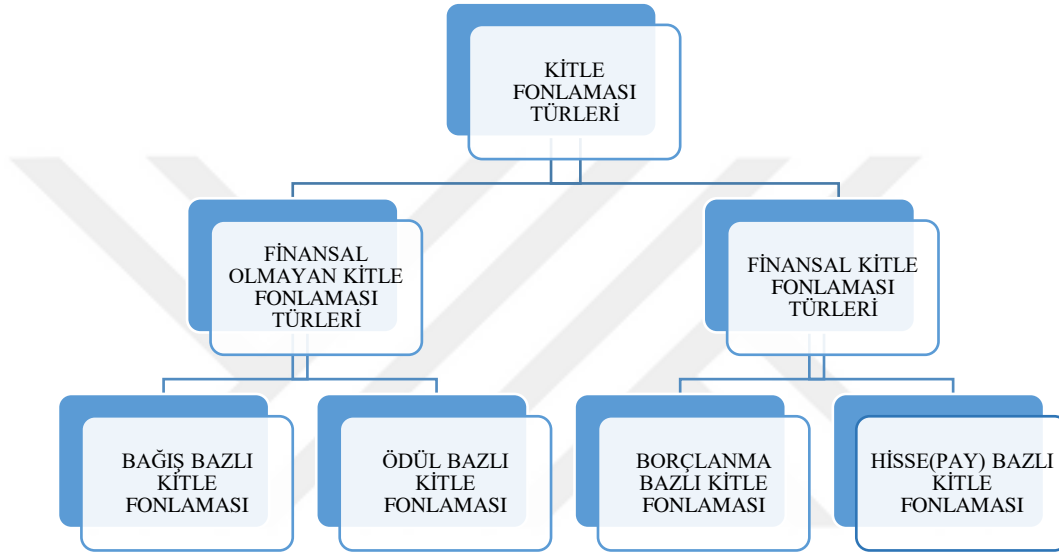
Gelişmekte olan bir ülkede kitle fonlaması faaliyetlerini başlayabilmesi için takip edilmesi gereken adımların tanımlanması aynı zamanda ilgili tarafların işbirliği içinde olmalarını sağlamak gerekmektedir. Ülkedeki kilit paydaşlara göre erken yatırım

aşaması oluşumu, girişimcilik, yenilikçilik ve iş odaklı konuların konuşulduğu başlangıç toplantılarının yapılması bu hazırlıkların temelini oluşturur. Bu toplantılarda ana tema, fonlama açığının ele alındığı kitle fonlaması yatırımları üzerine bina edilmelidir. Yürürlükteki düzenleyici yasalara rağmen esnek finansman sağlanması ve yenilikleri teşvik ederek teknolojik problemlere çözüm üretilebilme imkânına sahiptirler. Kitle fonlaması ve yatırımlarını izah eden bir tanıtım yapıp ve bu uygulamaların işleyişinin kolay bir şekilde anlaşılmasını sağlayacak ekosistemin oluşturulması gerekmektedir. Hedeflenen ülkede nelerin mevcut olması gerektiği, ekonomik çevre ve var olan kitle fonlaması platformlarındaki eksik tarafların konu alındığı tartışma platformları oluşturulmalıdır. Ülkedeki kitle fonlaması yatırımları konusundaki farkındalık artırılmalı ve yeni bir çevre oluşturmak için gereken yeni kapasite, düzenleme ve kültürel değişim gereksinimlerinin neler olduğu belirlenmelidir. Kilit paydaşlar ve gelişmiş organizasyonların koordinasyonlu çalışmaları sonucunda ülkenin kapasitesini saptamak için yapılması gereken hususlar aşağıdaki gibidir (Onur ve Değirmenci, 2015, ss.8-9):

- Güvenlik yenilikleri,
- Teknolojik kapasitenin meydana getirilmesi,
- Sosyal medya sorumluluğunun artırılması,
- Eğitim/öğretim programları hazırlanarak işbirliğini kuvvetlendiren rehberlik sistemi ile girişimci ekosisteminin geliştirilmesi,
- Yeni sermaye piyasası için gözetim, düzenleme ve hesap verebilirliğin yüksek olduğu bir ana yapıya sahip olunması,
- Teknoloji yardımıyla önemli küresel kitle fonlaması aktörlerinin saptanması,
- Önde planda olan teknolojik olayların, platformların ve ekosistem aktörlerinin nasıl bir yol izliyor olduklarının gözlemlenmesi. Örneğin; yatırım yapılırken, satın alma gerçekleştirilen ve platformlara üye olunurken nasıl bir yol izlenmesi gerektiğinin incelenerek yönlendirilmeleri,
- Oluşabilecek risklerin önlenmesi ve girişimlerin desteklenmesinin sağlanması ve gelecek için kültürü geliştirecek izlenmesi gereken yol haritasının saptanması,
- Küresel kitle fonlaması işletmelerinin sahip oldukları bilgilerden yararlanarak bu kuruluşlarla iletişime geçilip ulusal kitle fonlaması ticari işletmelerinin ve gruplarının oluşturulmasının teşvik edilmesi.

3.5. Kitle Fonlamasının Türleri

Kitle fonlaması süreçlerinin yaygın olarak kabul gören dört farklı tür üzerinden gruplara ayrılması, proje veya girişimlerin amaçlarının, organizasyonel bütünlüklerinin ve karmaşıklık düzeylerinin farklı oluşuna dayanmaktadır. Genel bir çerçevede, kâr amacı gütmeyen projelerin daha çok bağış ve ödül bazlı kitle fonlaması türlerinden yararlandığı görülürken; yeni ve ticari girişimler, borçlanma veya hisse bazlı kitle fonlaması türlerini tercih etmektedir (Şahinoğlu, 2019, s.23).



Şekil 3.3. Kitle fonlaması türleri

3.5.1. Finansal Olmayan Kitle Fonlaması Türleri

Fon arayışı içinde olanlar ve fon sağlama niyetinde olan kişiler farklı güdülerle kitle fonlaması finansman modellerine ilgi duyarlar. Fon arayan kişiler projelerine fon sağlama temel amacı dışında; onaylanmak, daha fazla sayıda kişiye ulaşabilmek, gerçekleştirmek istedikleri projelerinin bilinirliğini artırmak, bilgiye kolay erişmek ve ürün/hizmetlerle ilgili geri bildirim alabilmek gibi güdülerle kitle fonlaması finansman modelini kullanmaktadırlar. Fon sağlayan kişiler ise ortak ilgi alanlarını paylaştıkları bir topluluğun üyesi olmak, yatırım yapmak, ödül almak, başarı elde etmek gibi çeşitli güdülerle kitle fonlaması finansman modelinden faydalanmaktadırlar (Vural, 2019, ss.60-61). Ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması türleri tek bir projeyi veya direk ürünü finans etmek amacıyla kullanılırken, yatırım veya ortaklık temelli kitle fonlaması

türleri daha uzun vadeli projeleri veya direk şirketin kendisini finanse etmek için kullanılmaktadır (Sakızlı, 2018, s.5).

3.5.1.1. Bağış bazlı kitle fonlaması modeli

Bağış bazlı kitle fonlaması türü, destekçilerin yapmış oldukları fonlama için doğrudan bir ödül beklemedikleri bir türdür. Bağışlar sosyal sorumluluk projeleri, doğal afet sonucu meydana gelen hasarın onarımı, savaş sonrası yaraların sarılması, yoksullukla mücadele gibi girişimlerin desteklenmesi veya film, müzik albümü, yeni bir ürün veya video oyunu geliştirmek üzere toplanan fonlardır (Açıkgöz, 2018, 257).

Hibe sistemi olarak da adlandırılan türde katılımcılar, parasal olarak destekledikleri projenin hayata geçmesi karşılığında ne herhangi bir ticari kazanç ne de manevi anlam taşıyacak bir karşılık beklemezler. Bu kitle fonlaması modeline katkı sağlayan katılımcılar, desteklerini gönüllük esası çerçevesinde yaparak, projenin bir parçası olmaktan mutluluk duyarlar. Bağış bazlı kitle fonlaması modelinde yer alan projelerin gerçekleşmesi için hedeflenen fon tutarı genelde finansal getiri sistemlerine göre daha düşüktür. Finansal getiri vaadi söz konusu olmadığından bu sınıfta oluşturulan fon tutarı, finansal fonlama sisteminden elde edilen tutar kadar yüksek olamamaktadır (İşler, 2014, s.56). Bu tür sayesinde sosyal girişimler hem bağış olarak destek toplarlar hem de katılımcıların projeleri ile ilgili değerlendirme imkânına erişebilmektedirler. Girişimci, çözmeyi hedeflediği sorunla ilgili projesini platformda destekçilere anlatır. Platform üzerinden hedef kitlesini, çözümünü ve ihtiyacı olan fonu anlatan girişimci destek toplamaya çalışır. Eğer fonlama süreci başarılı olursa projesi ile ilgili çalışmalarına başlayabilmektedir (Ayhan ve Ertemsir, 2019, s.230). Günümüzde özellikle medya kanalıyla yürütülen kısa mesaj (SMS) yoluyla bağış toplama ya da internet ortamındaki girişimler yaygındır (Açıkgöz, 2018, s.257). Bu kitle fonlaması türünde yatırımcılar katkı sağlamak istedikleri projeden bir geri dönüş motivasyonu taşımamakla birlikte, kurallara ve proje türüne göre vergi indiriminden yararlanabilirler (Sakızlı, 2018 ,s.11).

Dünyada en çok bilinen bağış bazlı kitle fonlaması platformları olarak ‘GoFundMe ve Crowdrise’ platformları öne çıkmaktadır. En çok bilinen bağış bazlı kitlesel fonlama projelerinden biri ise 2 milyar avro miktara ulaşan ‘Yunanistan’ı Kurtar’ isimli kampanya olmuştur (Sakızlı, 2018, ss.10-11). Massolutions tarafından 2015 yılında yayınlanan sektör raporunda bağış bazlı fonlaması hacmi türler arasında dünya

apında ikinci sırada yer almaktadır ve bağış bazlı fonlaması daha küçük fonlama amacına sahip projeler için daha popülerdir. Bağış bazlı kitle fonlaması kampanyalarının % 90'ı 10.000 \$'dan daha az fonlama hedeflemektedir (İzmirli, Ata, 2018, s.282).

Bağış bazlı kitle fonlaması türü, Türkiye'de yasal engeller nedeniyle uygulamada önemli problemlerle karşılaşmaktadır. Mevcut durumda ülkemiz mevzuatı yalnızca kamu yararına uygun olarak, amaçlarını gerçekleştirmek, muhtaç kişilere yardım sağlamak ve kamu hizmetlerinden bir veya birkaçını gerçekleştirmek veya destek olmak üzere gerçek kişiler, dernekler, vakıflar, spor kulüpleri, gazete ve dergilerin yardım toplamasına izin vermektedir. Bu durumda bunun dışında kalan tüzelkişi ortaklıkları (internet platformları) ve girişimcilerin yardım veya bağış toplaması da yasal düzenlemelere takılmaktadır (Atsan ve Erdoğan, 2015, s.302). Ülkemizde mevzuat olarak yalnızca hayır kuruluşları (dernekler ve vakıflar) açık çağrı ile bağış toplayabilmektedir. Türk Ticaret Kanunu 552. maddesi gereğince herhangi bir girişimcinin veya işletmenin şirket kurmak ve sermayesini arttırmak amacıyla bu tip bir çağrı yaparak fon toplaması mevzuat açısından yasaklanmıştır. Dolayısıyla ülkemizde bağış bazlı kitle fonlaması çağrısı yapılamamaktadır (Canbaz ve Çonkar, 2018, s.44).

Bağış bazlı kitle fonlaması türünün sağladığı avantajlarını tespit etmek için yapılan araştırmalara bakıldığında yatırımcıların destek vermelerinin nedeni olarak; başkalarına yardım etme, bir projeye destek sağlama ve bir topluluğun üyesi olma şeklinde farklı motivasyonlar olduğu görülmektedir (Sakızlı, 2018, s.11). Bağış bazlı projelere fon sağlayan kişiler finansal bir getiri arzu etmediklerinden herhangi bir risk söz konusu olmamaktadır. Fakat proje sahiplerinin bu şekilde istedikleri miktarda fon toplamaları çok kolay değildir (Onur ve Değirmenci, 2015, s.2).

3.5.1.2. Ödül bazlı kitle fonlaması modeli

Kitle fonlaması denildiğinde ilk akla gelen ve en yaygın şekilde kullanılan yöntemdir. Bu nedenle birçok kişi tarafından standart kitle fonlaması olarak tanımlanmaktadır (Canbaz ve Çonkar, 2018, s.44). Destekilerin inandıkları bir amaç için girişimcilere destek oldukları ve fonlama süreci başarılı olursa ödül aldıkları fonlama türü ödül bazlı kitlesel fonlama olarak adlandırılmaktadır (Ayhan ve Ertemsir, 2019, s.230). Bu modeldeki ödüller; fonu sağlayana takdir edildiğinin bir göstergesi olarak projede

adını geçirmek, teşekkür metni göndermek ya da küçük armağanlar vermek gibi sembolik değeri olan ancak fonu sağlayanı mutlu etme potansiyeline sahip ödüllerdir (Vural, 2019, s.62). Ödül bazlı kitle fonlaması modeli yatırım yapan kitleye “Ön Alım Hakkı” da sunabilmektedir. Bu her bir yatırımcıya destek sağladığı proje sonucunda piyasaya sunulacak ve maddi değeri olan ürünü öncelikli olarak ve daha düşük maliyetle elde etme hakkı tanımaktadır (Canbaz ve Çonkar, 2018, s.44). Ödül bazlı kitle fonlaması modelinde temin edilmesi öngörülen ödüller genel olarak geliştirilmesi planlanan projenin bir çıktısı veya ürünün kendisi olduğundan, kitlelere yapılan ön sunum ve açık çağrı proje sahibine adeta bir ön piyasa araştırması sunmaktadır. Buna göre proje sahibi, kitlelerden ürünün ne kadar talep edildiği veya kitleler tarafından ürüne ne paha biçileceği gibi kilit bilgileri kolaylıkla toplamaktadır. Yeni ürünler ortaya konulması sırasında kamuoyunun projelere olan muhtemel ilgisini ölçmek için kullanılan anketler, odak grup, danışmanlık gibi hizmetlerin hem yüksek maliyeti hem de yapılan tahminlerin doğruluğu bu geleneksel yolların etkisini düşürmüştür, proje sahiplerinin fikirlerini az maliyetle test edip, sınırlı miktardaki fonları doğru noktalara harcama imkânı yaratan bu fonlama modeliyle proje sahibinin aldığı risk sınırlanmıştır. Ayrıca projenin veya ürünün bu yoldan tanıtımı sırasında pazarlama maliyetleri düşer, ürüne sadık ve ilgili bir yatırımcı veya tüketici kitlesi belki de daha proje hayata geçmeden veya üretime başlanmadan yaratılmış olur (Sakızlı, 2018, s.13).

Kickstarter (ABD, 2009), Indiegogo (ABD, 2007), Mesenaatti (Finlandiya, 2013), Vemagnet (İngiltere, 2017), CrowdFon (Türkiye, 2013), Fongogo (Türkiye, 2013) platformlar ödül bazlı kitle fonlaması modeline örnek olarak verilebilir (Şahinoğlu, 2019, s.24). ABD’de faaliyet gösteren kickstarter.com bu uygulamanın öncülerindendir. Bu sitede sosyal veya ticari amaçlı projesi olanlar kısa bir video ile proje hakkında bilgi verdikten sonra, ihtiyaç duydukları finansman kaynağı için meblağ belirlerler. Bu meblağa ulaşmak için katkı sağlayanlara katkıları oranında jestler sunarlar. Bunlar ürüne ön sipariş verme imkânı, ürün satışa sunulmadan elde etme veya ürünün geliştirme aşaması bittikten sonra gönderilmesi şeklinde olabilir (Açıkgöz, 2018, s.257).

3.5.2. Finansal Olan Kitle Fonlaması Türleri

3.5.2.1. Borçlanma bazlı kitle fonlaması modeli

Gelir paylaşımı anlayışına dayanan ve yabancı literatürde “peer-to-peer (P2P) (kişiden kişiye) – peer-to-business (P2B) (kişiden işletmeye)” olarak da bilinen borçlanma bazlı kitle fonlaması, risk alan yatırımcıların fon desteklerini uzun bir süre için ve geri ödenmesi koşuluyla kredi şeklinde sağladıkları kitle fonlaması türüdür (Şahinoğlu, 2019, ss.25-26). Bu tür fonlamada proje sahibi projesini gerçekleştirebilmek için borç alma yoluna gitmektedir. Borç proje başarıya ulaştıktan sonra ödenmek üzere belirli bir faiz oranı hesaplanarak edinilebileceği gibi faizsiz veya düşük faizli kredi şeklinde de olabilir. Sistemde banka gibi finansal kuruluşlar yerine borç veren ile proje sahibini internet ortamında bir araya getiren platformlar aktif rol oynar (Açıkgöz, 2018, s.257). Bu kitle fonlaması modeli çoğunlukla bankalardan kredi alınabilmesi için yeterli teminatı bulunmayan kişiler veya küçük işletmeler tarafından kullanılmaktadır. Bu model, kişinin yüksek kredi yeterliliği ve teminata sahip olmasına rağmen bankalardan alabileceği kredinin faiz oranından daha düşük oranda faiz oranları ile borçlanmak istediğinde tercih edilmektedir. Zaman içerisinde bu model aracı online platformların rol aldığı bir model olmuştur. Online platformlar kalabalık bir kitleden özel projeler için kredi toplamakta ve projenin hayata geçirilmesi için gereken tutara ulaşıldığında borçlunun kullanabilmesi için bu tutarı borçlunun hesabına aktarmaktadır. Toplanmış olan kredinin vadesinin gelmesi durumunda ise borçludan ödemeleri tahsil etmekte ve kredi verenlerin hesaplarına aktarmaktadır. Online platformlar verdikleri bu hizmetler karşılığında komisyon ücreti adı altında bir bedel tahsil etmektedirler. Bu tür platformlar kuruluşlarının, faaliyet maliyetlerinin ve bürokratik giderlerinin düşük olması sebebiyle daha düşük faizle kredi sağlayabilmektedir (Onur ve Değirmenci, 2015, ss.3-4).

Kitle fonlamasının bu modelinde girişimci, hedeflemiş olduğu fonlama tutarı için önceden belirlenmiş faiz ve vade şartları kapsamında, belirlenen bir vade içerisinde potansiyel yatırımcılardan borçlanmaktadır. Hedeflenen fonlama miktarına ulaşılması halinde borçlanan kişi, katılımcılara sağladıkları katkı tutarına ek olarak faizi geri ödemesi yapmaktadır. Kitle bazlı bu inovatif borçlanma tarzı, geleneksel finansal sistemle kıyaslandığında borçlanan taraf için gider, borç veren için ise getiri manasında katkı sağlamaktadır. Bu durumun nedenleri; tasarrufların bir finans kuruluşu üzerinden

yatırıma dönüştürülmesindeki dosya masrafı, komisyon giderleri ve işletim ücretleri gibi maliyetleri artıran faktörlerin bulunmasıdır. Bu faktörlere ilave olarak finansal kuruluşların kredi faiz oranına yukarı yönde, mevduat faiz oranlarına ise aşağı yönde etki eden operasyonel giderler mevcuttur. Dolayısıyla borçlanan ve borç veren arasında sadece tek seferlik bir komisyon kesintisi olması, belirtilen kalemlerin fiyatlama üzerindeki etkisinin azalmasına neden olacaktır. Bu şekilde borçlanma bazlı kitle fonlaması türü ile borçlanan taraf daha ucuz bir finansman imkânı yakalarken, tasarruf sahipleri de daha yüksek bir getiri imkânına sahip olabilecektir. Kişiden kişiye borçlanma uygulamasına aracılık eden platformlar kazançlarını, her iki tarafa da uygulamış oldukları komisyondan temin etmektedirler. Komisyon uygulamasında ödenen veya alınan tutar üzerinden belirli bir oran ya da sabit bir tutar söz konusu olabilmektedir. Bankalar tarafından uygulanan faiz oranları, hesap işletim gideri ve diğer komisyon türü masraflarla karşılaştırıldığında çok düşük olan bu gider kalemi, her iki taraf için daha kabul edilebilir makul bir gider olarak görülmektedir. Borçlanmaya dayalı kitle fonlaması uygulamasının diğer kısmını ise mikro finansmana dayalı sistemler oluşturmaktadır. Buradaki temel amaç, düşük gelirli ülkelerdeki girişim sahiplerinin finansman ihtiyaçlarını mikro krediler ile karşılayabilmektir. Oluşturulacak kaynağın finansmanı için katılımcıların herhangi bir faiz kazancı yoktur. Bu sınıftaki kitle fonlamasına en iyi örnek oluşturacak mikro finans modeli, Kiva Platformu'dur. Platformun çalışma prensibi, mikro finans kuruluşları, sosyal işletmeler, okullar ve Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) oluşturduğu iş ortağı "field partner" kavramı üzerine kurulmuştur. Finansman ihtiyacı duyan ulusal girişimciler projelerini internet aracılığı ile online olarak Kiva platformunda yayınlamaktadır. Böylece girişimcinin projesi, borç verilecek tutar karşılığında sistem tarafından bir çeşit teminat gibi kabul görmektedir. Projeyi destekleyenler, katılımlarını Kiva'ya yapmakta, Kiva ise ödemeleri proje bazında bir araya getirerek ilgili iş ortağına yönlendirmektedir. Proje sahibinin finansman gereksinimi ise iş ortağı üzerinden sağlanmaktadır. Projenin hayata geçmesiyle girişimci konumundaki taraf, borçlarını belirli bir plana göre düşük miktartlı bir faiz oranı ile ilgili iş ortağına geri ödemeye başlamaktadır. İş ortağı ise geri ödemeleri, kendi masrafları için önceden belirlenmiş orandaki kesintileri düşükten sonra Kiva'ya göndermektedir. Ödemelerin Kiva'ya ulaşması ile platform üzerinden katkıda bulunan kişilere anapara ödemeleri geri yapılmaktadır (İşler, 2014, s.57). Borçlanma bazlı kitle fonlamasının kendi içinde iki

farklı uygulaması bulunmaktadır. Funding Circle (İngiltere, 2010), Prosper (ABD, 2005), Kapital Boost (Endonezya, 2014) ve MoolahSense (Singapur, 2013) gibi platformlarda yürütülen borçlanma bazlı kitlesel fonlama, çoğunlukla yatırımcıların “yüksek finansal ve kesin getiri” motivasyonları ile gerçekleşmektedir (Şahinoğlu, 2019, s.26).

3.5.2.2. Hisse (Pay) bazlı kitle fonlaması modeli

“Crowdinvesting” (kitle yatırımı) olarak da bilinen hisse bazlı kitle fonlaması, çok sayıda potansiyel destekçiye çevrim içi bir platform aracılığıyla çağrıda bulunularak fon desteği karşılığında, girişim veya proje sahibi olan şirketin “hisse senedinin veya tahvilinin, “temettü ve/veya oy hakkının” vaat edilmesiyle gerçekleşen finansman yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Şahinoğlu, 2019, s.26). Hisse bazlı kitle fonlaması modelinde finansmana gerek duyulan tutar karşılığında işletmenin hisselerinin bir kısmı satışa çıkarılarak veya kar paylaşımı hakkı sunularak finansman sağlanmaktadır. Bir girişimcinin yenilikçi fikrini hayata geçirebilmesi için fon toplamak istemesi sebebiyle yatırımcılar bireysel bir girişimi veya yenilikçi bir fikri desteklemek gibi finansal olmayan güdülere de sahip olabilirler. Genel olarak finansmana gereksinimi olan girişimci, yatırımı için ihtiyacı olan tutarı belirler ve kitle fonlaması yoluyla belirlenen bir zaman içinde bu tutara ulaşıldığında yatırım gerçekleştirilir. Bu kitle fonlaması modelinin uygulanması halinde fonun toplanacağı platform vasıtasıyla yatırımcılarla işletmeye, işletmenin değerlemesine, iş planına, toplanacak fonun muhtemel kullanım şekline ve işletmelerin paylarının ne kadarlık kısmının satışa sunulduğuna ilişkin bilgiler kamuoyu ile paylaşılmaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015, s.3).

Hisse senedi bazlı kitle fonlamasında yatırımcılar fon desteğini hisse senedi veya kâr payı ödemesi karşılığında yaparlar. Buna göre başlangıç sermayesi için destek arayan girişimciler sağlanan destek karşılığında yatırımcılara işletme hissesi veya oy kullanma hakkı vermektedirler. Kabaca bakıldığında girişim sermayesi yapısı ile benzerlik gösteren hisse karşılığı kitlesel fonlamada, internet platformları ilgili projenin arzı öncesinde genellikle fona ihtiyaç duyan işletmelerden kapsamlı bir inceleme raporu istemekte ve bu raporu yayınlamaktadırlar. Sistemin işleyişi tek başına doğrudan platforma yatırım tutarının aktarılması ile sonlanmayıp, hisse edinimine ilişkin gerekli sözleşmelerin de imzalanmasını gerektirmektedir. Bu

yöntemde internet platformları aracı konumunda olup hisse karşılığı yatırılan tutarlar bir bankadaki emanet hesapta tutulmakta ve internet platformunun işlemin tamamlandığına ilişkin bilgilendirmesi ve talimatı üzerine aktarımı sağlanmaktadır (Atsan ve Erdoğan, 2015, s.303). Hisse bazlı platformlar, yatırımcılara sanatçıların işlerindeki veya telif haklarındaki kârından pay alması şeklinde kurgulanan farklı bir kitlesel fonlama modeli de sunmaktadır. Hisse bazlı kitle fonlaması modeline “öz sermayeye dayalı kitlesel fonlama” adı da verilmektedir. Yatırımlar, pay ve pay türevleri sermaye piyasası araçlarına yapılmaktadır. Bu fonlama modelinde girişimciler ihtiyaç duyulan fon karşılığında hisselerinin bir kısmını satışa sunmaktadırlar. Yatırımcılar projenin ürettiği geliri paylaşma hakkına sahiptir. Hisse, telif ve borç verme temelli platformlarda fon sağlayıcılar yatırımcı veya borç veren şeklinde faaliyet göstermektedirler. Başarılı bir kampanyanın beklenen performansı vb. gibi, yatırımın riskini değerlendirmek zorundadırlar. Bu sebeple internet platformları yatırımcılara daha detaylı bilgi verebilmek için, girişimcilerden inceleme raporları istemekte ve bu raporları yayınlamaktadırlar (Yüksel, Akbaş, 2019, ss.44-45). Hisse bazlı kitle fonlaması, diğer türler içinde en karmaşık ve yasal altyapısı en güçlü olması gereken yatırım türüdür. Kitlesel fonlama sistemi yoluyla dünyada en fazla fon toplamış olan proje Starcitizen projesidir. Starcitizen bir video oyunu projesidir. Proje belirli dönemlerde hem Kickstarter aracılığıyla hem bağımsız olarak şimdiye kadar 72.188.761\$ fon toplamıştır. Bu miktar kitlesel fonlama ile ulaşılan en yüksek fon miktarıdır (Fettahoğlu ve Khusayan, 2017, s.509).

3.6. Dünya’da ve Türkiye’de Kitle Fonlaması

3.6.1. Dünya’da Kitle Fonlaması

Kitle fonlaması terimi dünyada ilk defa 1997 senesinde, İngiliz rock grubu Marillion’un hayran kitlesinin Amerika turnesi için internet üzerinden 60.000 \$ fonlaması ile ortaya çıkmıştır. 1999-2002 döneminde çeşitli film ve teknolojik projeler kitle fonlaması sistemini kullanmaya başlamıştır (Ünsal, 2017, s.17). 2008 Küresel Finansal Krizi sonrası, finansal piyasaların güvenilirliklerini tekrar kazanmalarına ve yeni finansman yöntemlerinin gelişmesine ihtiyaç duyulan zor bir dönem olarak kabul edilmektedir. Kitlesel fonlamanın ortaya çıkmasına ortam hazırlayan ve “itici güç” olarak tabir edilen 2008 Küresel Finansal Krizi sonrası kitle fonlaması özellikle ABD ve Birleşik Krallık’ta alternatif bir finansman hareketi olarak görülmeye başlanmıştır

(Şahinoğlu, 2019, s.28). Kitlesele fonlama finansman modelinin yaygın olarak kullanılmaya başlaması 2008 senesinde IndieGoGo, 2009 senesinde Kickstarter ve 2010 senesinde Microventures isimli kitle fonlaması platformlarının kurulması ile gerçekleşmiştir.

3.6.1.1. Dünya’da kitle fonlaması platformları

Dünya üzerinde iki binin üzerinde kitlesele fonlama platformu, faaliyet göstermektedir. Kitle fonlamasının uygulandığı en başarılı ülkeler Amerika, İngiltere, Kanada, Almanya, Fransa, Avustralya, İtalya, Hollanda, İspanya ve Japonya olarak sıralanmaktadır (Ünsal, 2017, s. 43).

Güncel verilere göre kitle fonlaması projelerinin yoğun bir şekilde uygulandığı platformlar, Kickstarter (ABD, 2009), Indiegogo (ABD, 2007), Patreon (ABD, 2013), GoFundMe (ABD, 2010), Crowdrise (ABD, 2010), In Kind/Equity Eats (İngiltere, 2009), Crowdfunder (İngiltere, 2010), LendingClub (ABD, 2006), AngelList (ABD, 2010), Ulule (Fransa, 2010), Funding Circle (İngiltere, 2010), Seed&Spark (ABD, 2012), Crowdcube (İngiltere, 2011), Fundable (ABD, 2012) ve Kiva (ABD, 2005)’dır (Deckers, 2019). Görüldüğü gibi, kitlesele fonlama daha çok ABD ve Avrupa’da yaygındır (Ünsal, 2017, s.7).

3.6.1.2. Dünya’da kitle fonlaması platformlarının yasal dayanağı

Kitle fonlaması sistemi içerisindeki tarafların güvence altına alınarak uygulamaların güvenilirliğinin tahsisi için yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır (İşler, 2014, s. 54).

İlk düzenlemelerden biri olan “JOBS Kanunu”, 2008 Küresel Finansal krizine tepki olarak 2012’de kabul edildikten sonra, 2013’te ilgili otorite tarafından onaylanmış; böylece kitle fonlaması ABD’de yasal hâle gelmiştir (Şahinoğlu, 2019, ss.29-30).

Avrupa’da ise kitlesele fonlamanın başladığı ülke olarak görülen İngiltere, 2011 yılında mevzuatı tamamlayarak ilgili otoritelerin onayını almıştır (Atsan ve Oruç, Erdoğan, 2015, s.308). Sonraki yıllarda Avrupa’daki diğer birçok ülke de yasal düzenlemelerini tamamlamıştır. Kitle fonlaması pazarına daha sonra dâhil olan Asya-Pasifik ülkelerinden Japonya 2014’te, Malezya, Tayland ve Çin de 2015’te yasal düzenlemeleri kabul etmiştir (Şahinoğlu, 2019, s.30).

3.6.2. Türkiye’de Kitle Fonlaması

Dünyada 2000’li yılların başından itibaren birçok fikrin hayata geçirilmesine olanak sağlayan modelin Türkiye’de kullanımı yeni olup 2010 yılında kurulan kitle fonlaması platformu ile yer almaya başlamıştır (<https://www.rumelihukuk.com/kitle-fonlamasi-crowdfunding/>, Erişim Tarihi: 05.06.2021). Kitle fonlaması bilhassa 2008 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Küresel Finansal Kriz sonrası küçük ölçekli ve erken yatırım aşamasındaki şirketlerin finansman sağlamakta karşılaştıkları zorluklarda alternatif bir çözüm şeklinde ortaya çıkmıştır. Bankaların küçük işletmeleri riskli sınıfta değerlemeleri, kredi vermek istememeleri, küçük ölçekteki projeler için finansman sağlama maliyetinin yüksek olması, yardımlaşmaya istekli kişilerinin çoğunlukta olması ve internetin finansman bulma, alışveriş yapma, bağış toplama, büyük kitlelere erişimi oldukça kolay hale getirmesi kitle fonlamasının kısa sürede yaygınlaşmasına kapı açmıştır (Onur ve Değirmenci, 2015, s.1).

Türkiye’de risk yatırımcı şirketlerin azlığı ve TÜBİTAK, KOSGEB gibi kurumlar aracılığıyla sağlanan devlet teşviklerinin diğer ülkelere göre zayıf kalması gibi nedenlerle kitle fonlaması geleneksel finansman yöntemlerine ulaşamayan girişimciler ve proje sahipleri için alternatif bir finansman yöntemi olarak yaygınlaşma potansiyeline sahiptir (Şahinoğlu, 2019, ss.30-31).

3.6.2.1. Türkiye’de kitle fonlaması platformları

Türkiye’de kitle fonlaması platformlarında en çok gerçekleştirilen 67 proje ile Film/Video/Belgesel kategorisi ve 49 proje ile Sosyal Sorumluluk kategorisi olmuştur. Onları 34 proje ile Teknoloji kategorisi ve 17 proje ile Kitap/Dergi kategorisi izlemektedir. Türkiye’de fonlama tutarı en yüksek model ödül bazlı kitle fonlaması modeli olmuştur ve 215 proje gerçekleştirilerek 6.688.253 TL fon sağlanmıştır. Türkiye’de KOSGEB ve TÜBİTAK bu fonlama araçlarına örnek gösterilebilir (<https://www.rumelihukuk.com/kitle-fonlamasi-crowdfunding/>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

3.6.2.1.1. CrowdFon

Türkiye’nin ilk kitle fonlaması platformu Projemefon, 2010 yılında Elif Ünaldı ve Cem Ünaldı tarafından başlatılmıştır. Sonrasında ise 2013 yılında Savaş Ünsal tarafından devir alınarak crowdFon ismiyle ödül bazlı kitle fonlaması platformu olarak

devam etmiştir (Ünsal, 2017, s.67). Yaratıcı fikirlerin gerçekleşebilmesi için projelere kaynak sağlayan yenilikçi bir kitle fonlaması platformudur. CrowdFON müzikten moda, teknoloji, tasarım, edebiyat, oyun, tiyatro, sinema, gastronomi ve daha birçok yaratıcı alanda proje sahiplerine harika bir fırsat sunmaktadır. İyi bir fikrin, doğru iletişim ile geniş kitlelerin ilgisini çekebileceğine ve hak ettiği desteği göreceğine inancıyla yola çıkan CrowdFON hayallerini gerçekleştirmek isteyen herkesi aynı platformda buluşturarak kaynak yaratmanın yeni formu olarak öne çıkmaktadır. İnternete erişimi olan milyonlarca insanın oluşturduğu bu işçi ağı sayesinde her coğrafyadan her türlü insan bugün alışık olunmayan seviyelerde işbirliği yapıp ekonomik karşılığı olan işleri organize etmektedir. Tüm CrowdFON projeleri belirtilen süre içerisinde hedefledikleri miktarın tamamını elde etmelidirler, aksi takdirde proje başarısız sayılacak ve herhangi bir para transferi gerçekleşmeyecektir. Proje hedeflediği miktar ve üzerinde destek aldığı anda proje sahibi projesini tamamlamak ve vaat ettiği ödülleri vermek ile yükümlüdür. Projenizin desteklenmesi başarı ile tamamlandığında CrowdFON toplam miktarın %7.5'una denk gelen miktarda bir ücret alacaktır. Eğer projenizin desteklenmesi başarısız olursa herhangi bir ücret alınmaz (<https://crowdfon.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

3.6.2.1.2. Arıkovanı

Kurumsal firma destekli olan Arıkovanı platformu Turkcell tarafından 2016 yılında ödül bazlı olarak kurulmuştur (Yüksel, Akbaş, 2019, s.81). Arıkovanı girişimcilerin geliştirdikleri teknoloji ve inovasyon odaklı projelerin hayata geçmesi için ihtiyaç duydukları kaynağı toplumdan edinmesini sağlayan bir kitle fonlaması platformudur. Arıkovanı'nın başlıca hedefleri; Türkiye'nin yerli teknoloji üretimini artırmak ve topluma teknoloji üretimine destek olma bilinci kazandırmaktır. Bu doğrultuda, gerçek bir ihtiyaca yanıt veren veya soruna çözüm olan teknoloji projelerinin, erken aşamalarda hedef kitlesi ile buluşmasını ve fonlanmasını sağlamaktadır. Toplumun teknoloji projelerine erken aşamalarda dahil olarak şekillenmesini sağlaması çığır açacak yeniliklerde rol almasını sağlar. Prototipi hazır olan ve Arıkovanı kriterlerine uyan projeler, Arıkovanı platformu üzerindeki çevrimiçi form aracılığıyla taleplerini iletebilirler. Talepleri onaylanan projeler hazırlık aşamasına geçmektedirler. İlk kez hedef kitlesiyle buluşan proje, Arıkovanı topluluğundan aldığı geri bildirimler ile topluluğun ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda evrilme fırsatı yakalamaktadır.

Kitlesel Fonlaması aşamasında, proje Arıkovanı üzerinden halk ile buluşuyor ve isteyen herkes tarafından desteklenebilmektedir. 60 gün sonunda hedeflediği destek miktarına ulaşan veya miktarı aşan proje sahipleri, belirledikleri destek paketlerini vaat ettikleri tarihte destekçilerine ulaştırmayı taahhüt etmektedir. Hedefine ulaşamayan projelerde ise toplanan destek miktarı herhangi bir kesintiye uğramadan destekçilerine iade edilir. Arıkovanı kitle fonlaması platformu komisyoncu değildir; hizmetleri karşılığında destekçilerden ve proje sahiplerinden komisyon bedeli talep etmez (<https://arikovani.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

Bu platformda kitle fonlaması kampanyası için toplamda 6.000'in üzerinde proje başvurusu gelmiş; bunlardan 69 tanesi halkın beğenisine sunulmuş ve 35 tanesi hedeflediği tutara ulaşmıştır. Arıkovanı üzerinden şimdiye kadar toplamda 4,8 milyon TL'yi aşkın fon toplanmıştır. Bu projelerden en başta geleni ise “Dünyanın En İnovatif 20 Drone’u” listesine giren Ape X isimli proje olmuştur (Çağlar, 2019, ss.29-30).

3.6.2.1.3. Fongogo

Fongogo kitle fonlaması platformu 2013 yılında kurulmuş ödül bazlı ve Türkiye’deki en başarılı platformdur (Yüksel, Akbaş, 2019, s.77-80). Fongogo, her türlü projenin hayata geçmesi için ihtiyaç duyulan sermayenin kitlelerin desteğiyle bir araya getirilmesine aracı olan bir platformdur. Proje sahipleri, desteklerin karşılığında projeleri ile ilgili alt-ürün ve servisleri destekçilerine sunmaktadırlar. Proje sahiplerinin proje sayfalarını yaratıp ödeme sistemlerini kullanabilecekleri ve kampanyalarını yürütebilecekleri düzeneği Fongogo kitle fonlaması platformu sağlamaktadır. Üç tip projesi vardır. Birincisi Gogo; hayallerini gerçekleştirmek için açacağın tek seferlik bir projedir. İkincisi Kumbara; abonelik modeli ile her ay devam eden destekler toplamaya aracılık eden Fongogo projesidir. Üçüncüsü ise Can Suyu; pandemi sürecinden etkilenen küçük işletmelerin zararlarını minimize edebilmek amacıyla başlatılan proje türüdür. Belirledikleri hedef fona ulaşma kriteri aranmaz, topladıkları fonu alırlar. Hepsi kalsın modeli uygulanmaktadır (<https://fongogo.com/About>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

Platform, hedeflemiş olduğu miktarı toplayabilen başarılı projelere fon aktarırken toplanan miktarın önceden belirlediği bir yüzdesi kadar komisyon ücreti tahsil etmektedir. Ayrıca projelerin hedefledikleri miktardan daha fazla fon toplanmalarına imkân sağlanmaktadır. Fon sağlayanlara verilecek ödüllerin sorumluluğu proje

sahibine aittir. Tüm proje sahipleri ile platform sözleşme imzalamakta ve proje sahipleri ile fon sağlayanlar arasında mesafeli satış sözleşmesi akdedilerek vaat edilen ödül güvence altına alınmaktadır (Vural, 2019, s.146).

Fongogo platformu toplamda 422 projeyi halkın beğenisine sunmuşken, bunlardan 130 tanesi hedeflediği fon miktarına ulaşmış ve bugüne kadar bu platform üzerinden toplamda, 2,4 milyon TL fon toplanmıştır. Bu platform üzerinden fonlamaya açılan projelere kategorik olarak bakılırsa; en çok fon toplanan belgesel kategorisinde 168 proje için toplamda 1 milyon 350 bin TL, eğitim kategorisinde 52 proje için toplamda yaklaşık 281 bin TL üçüncü sırada gelen sanat projelerinde 46 proje için toplamda 181 bin TL, teknoloji alanında 44 proje için yaklaşık 59 bin TL ve çevre faaliyetleri için halka sunulan 18 proje için yaklaşık 81 bin TL fon toplanmıştır (Çağlar, 2019, s.30).

3.6.2.1.4. Fongogo Pro

Ödül bazlı kitle fonlaması türünde faaliyet gösteren Fongogo Platformu, 5 Aralık 2017 tarihinde gerçekleşen yasal değişiklikle mevzuata dahil edilen hisse bazlı kitle fonlaması sahasında da faaliyet göstermek üzere Fongogo Pro Kitle Fonlaması Platformunu kurarak hayata geçirmiştir (Vural, 2019, s.147).

Fongogo Pro, girişimcilerin hayallerini hayata geçirmek için ihtiyaç duydukları sermaye tutarını kitleler tarafından toplamalarına olanak sağlayan bir yatırım pazaryeridir. Ayrıca Fongogo Pro sağladığı hizmetler ile hem yatırımların güvenli bir ortamda yapılmasını sağlarken, hem de getirdiği dijital çözümler ile yatırım sürecinin çok daha kolay ve hızlı bir şekilde tamamlanmasını sağlar (<https://www.fongogopro.com/Page/About>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

3.6.2.1.5. Ideanest

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı tarafından 2017 yılında kurulan Ideanest platformu sektörün en yenilerinden biridir (Yüksel, Akbaş, 2019, s.83). İdeanest, teknolojinin toplumsal fayda ile kesiştiği noktalarda değer içeren ve finansman sağlamakta zorlanan teknoloji tabanlı projelere kaynak geliştirmeye hedefleyen bağlı bir platformdur. İdeanest ile projelere sadece finansal kaynak sağlanması hedeflenmemekte, proje sahiplerinin oluşacak ekosistem içinde ihtiyaçları olan diğer kaynaklara da (bilgi, network, danışmanlık, aynı destekler vb.) erişimlerinin kolaylaştırılması amaçlanmaktadır. Bu noktada İdeanest bireysel ve kurumsal

bağışçılara ek olarak çözüm ortaklarını da bu platforma çekerek proje sahiplerinin finans dışındaki ihtiyaçlarının giderilmesine de destek olmaya çalışacaktır (<https://ideanest.org/>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

3.6.2.1.6. Startupfon

Startupfon, Türkiye'nin nitelikli yatırımcılara hitap eden ilk hisse bazlı erken aşama yatırım platformudur. Sektörde deneyimli ve vizyon sahibi bir ekip tarafından, potansiyeli yüksek ve başarı vadeden girişimleri keşfetme, mentorlük etme ve yatırımla buluşturma amacıyla oluşturulmuş bir kitle fonlaması platformudur. 2020-2024 yılları arasında faaliyet gösterecek fonun yılda 10 ila 15 yeni girişime yatırım yapması hedeflenmektedir. Startupfon bugüne kadar 27 girişime yatırım yapmıştır (<https://startupfon.com/about>, Erişim Tarihi: 02.05.2021).

3.6.2.1.7. Buluşum

Buluşum Kitle Fonlaması Platformu 2016 senesinde Boyner Vakfı'nca sosyal problemlere çözüm getirerek toplumsal yararlar sağlayacak buluş/projelerin gerçekleştirilmesi amacı ile girişimcileri ve destekleyicileri bir araya getirmeyi hedefleyerek bağış bazlı kitle fonlaması türünde kurulmuştur. Buluşum, maddi bir menfaat hedeflememekte olup belirledikleri zaman içerisinde hedefledikleri bütçeye ulaşarak başarılı olan proje sahiplerinden herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Projeler, bir danışma kurulu tarafından uygunluğu incelendikten sonra platforma dahil edilebilmektedirler (Vural, 2019, ss.148-149).

3.6.2.1.8. Fonbulucu

Fonbulucu kitle fonlaması platformu, Anadolu'nun kadim geleneği imeceyi online platformlarda yeniden canlandırarak Türkiye'de girişimcilik ve yatırımcılık ekosistemini geliştirmek ve sermayeyi tabana yaymak amacıyla 2016 yılında kurulmuştur. İlk olarak ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması modeliyle fikir, proje ve buluş sahiplerini, girişimlere finansal destek sağlayanlarla bir araya getirerek kısa sürede 25 bin kayıtlı üyeye ulaşmıştır. Platform kurulduğu günden bugüne kadar 212 Milyon TL'yi aşan fonlama talebi alarak girişimci ve yatırımcılara 360 derece fayda sağlayan yenilikçi bir finansman ve yatırımcılık sistemi oluşturmuştur. Kitle fonlaması sisteminin Türkiye'de regüle edildiği 2019 Ekim ayında çalışmalarını yoğunlaştırarak

mevzuata uygun ilk paya dayalı kitle fonlaması şirketinin ticaret sicilde tescilini gerçekleştirmiştir. 8 Nisan 2021 tarihinde de şirket Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından yetkilendirilerek Türkiye’de paya dayalı kitle fonlamasını hayata geçiren ilk platform olmuştur. Yatırımcı bariyerini 1 TL’ye düşürdüğü iş modeliyle Türkiye yatırımcı ekosistemine yeni bir boyut kazandırmıştır (<https://invest.fonbulucu.com/sayfa/Hakkimizda>, Erişim Tarihi: 02.05. 2021).

Paya dayalı kitle fonlamasına ilişkin tebliğin yayınlanmasının ardından gerekli izin için başvuruda bulunan ilk şirket olan Fonbulucu platformu, SPK’dan aldığı lisansla Türkiye’de girişimci ve yatırımcılar için yepyeni bir dönem başlatmaktadır. 2017 yılında yasallaşan ve 2019 yılında SPK tarafından ikincil mevzuatı yayınlanan paya dayalı kitle fonlaması, girişimcinin projesinin veya girişim şirketinin paylarının bir kısmını finansman temin etmek amacıyla lisanslı bir platform üzerinden satışa sunması anlamına gelmektedir. Satışa sunulan paylarla yatırımcılardan kampanya süresi içerisinde para toplanması sağlanırken bu yeni nesil finansman aracı ile ihtiyaç duyulan fon temin edilmektedir. Sistem sayesinde yatırımcılar, erken aşama girişimlere doğru zamanda ve güvenli bir şekilde yatırım yaparak daha yüksek getiri elde edebilme imkânına sahiptirler. Hızlı, kolay, teminatsız, faizsiz ve düşük maliyetli fon bulma imkânı; girişimlerini kurmak veya büyütmek için finansman arayan girişimcilerin banka kredilerine, yüksek finansman maliyetlerine ya da borçlanmalarına gerek kalmadan girişimleri için kaynak bulabilecekleri bir platform olan Fon bulucu yepyeni bir finansman yaklaşımı sunmaktadır. Online olarak gerçekleşen işlemler, Fon bulucu tarafından hazırlanan kullanımı son derece hızlı ve kolay bir sistemle gerçekleşmektedir. Sunulan bu yeni nesil finansman aracından, neredeyse her ölçekteki girişimciler yararlanabilmektedirler. Girişimciler, KOBİ’ler, Ar-Ge yapmak isteyenler ve inovasyon geliştiricileri, tüm üreticiler, teknoloji girişimcileri ve sosyal girişimciler gibi çok geniş bir kitle Fon bulucu platformunun sunduğu avantajlarından yararlanarak kendilerine destekçi veya yatırımcı bulabilmektedirler. Türkiye’den yepyeni unicorn’lar çıkacak girişimlere borsaya kote olmadan hisseleri karşılığı yatırım bulma fırsatı sunan paya dayalı kitle fonlaması modeli, özellikle erken aşama ve ölçeklenmeye yeni başlayan girişimler için eşsiz fırsatlar sunarken yeni yatırım veya proje yapmak isteyen orta ölçekli girişimler de kaynaklara hızlı ve kolay ulaşabilmektedir. Birikimlerini değerlendirmek isteyen ‘ev tipi yatırımcılardan daha büyük kurumsal yatırımcılara kadar her ölçekten yatırımcılar

ise yenilikçi fikirler ve girişimlerden pay alarak geleceğin milyar dolarlık girişimlerine şimdiden yatırım yapma şansını yakalamaktadır. Yeni nesil finansman modeli girişimci ve yatırımcıları geleceğe taşıyacak yeni nesil finansman modeliyle girişimlere ortak olmak cep telefonlarıyla bile mümkün hale getirildi. Yatırım yapmak isteyenler sisteme kolaylıkla üye olarak 1 TL'ye ya da diledikleri miktarla girişimlerden pay satın alabileceklerdir (<https://fintechistanbul.org/2021/04/11/fonbulucu-com-spkdan-paya-dayali-kitle-fonlamasi-platformu-isletme-lisans-aldi/>, Erişim Tarihi: 02.06.2021).

Paya dayalı kitle fonlaması sisteminde girişimciler için toplanan fonlar, Takasbank tarafından bloke edilmektedir. Bu sayede yatırımcıların paraları güvende kalırken işlem sonunda Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK) payları yatırımcılar adına kayıt altına alınmaktadır. Kampanyanın gereken fonu toplamada başarısız olması durumunda ise yatırımcılara hiçbir kesinti olmadan ödemeleri iade edilmektedir (<https://www.girisimcigazetesi.com/turkiyenin-ilk-paya-dayali-kitle-fonlama-kampanyasi-basladi-774>, Erişim Tarihi: 02.06.2021).

3.6.2.2. Türkiye’de Kitle Fonlaması Mevzuatı

2010 senesinde kurulan kitle fonlaması platformu ile kitle fonlaması finansman modeli Türkiye’de de uygulanılmaya başlanmıştır. 5 Aralık 2017 tarihinde gerçekleşen kanun değişikliğine kadar yalnızca ödül ve bağış bazlı kitle fonlaması türü uygulanmıştır. 7061 Sayılı Kanun’la yapılan düzenleme ile paya dayalı kitle fonlaması modeli uygulanması kabul edilmiştir (Vural, Doğan, 2019, ss.89-93). Bunun üzerine; SPK tarafından paya dayalı kitle fonlanmasına ilişkin olarak 3 Ekim 2019 tarihi itibarıyla “Paya Dayalı Kitle Fonlanması” Tebliği Resmi Gazete de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.



4. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER (KOBİ)

4.1. KOBİ Tanımı

Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) ülke ekonomisi bakımından hayati öneme sahip ekonomiye canlılık kazandıran işletmelerdir. KOBİ'ler büyük işletmelerin üretmiş olduğu mal/hizmetleri üreterek rekabet ortamına katılmakta ve büyük işletmelerin kullandığı mamul/yarı mamul girdilerini üreterek girişimlerini katkı sağlamaktadırlar. Başka bir ifadeyle, KOBİ'ler büyük işletmelerle işbirliği ve iş bölümü yaparak ekonomiye katkı sağlamaktadır (İskender, 2009, s.9). KOBİ kavramı dünyadaki bütün ülkelerde kullanılan bir kavram olmakla birlikte tanımın ifade ettiği büyüklük; ekonomiye, gelişmişlik ve sanayileşme düzeyine, pazarın büyüklüğüne, sektöre ve kullanılan üretim yöntemine bağlı olarak ülkeler arasında farklılık göstermektedir (Bilen ve Solmaz, 2014, s.62).

Avrupa Birliği (AB) tanımına göre KOBİ 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı 50 milyon Euro'yu aşmayan ve kendi içerisinde mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimlerdir. KOBİ sınıflandırılması mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak yapılmıştır. Mikro ölçekli işletme; çalışan sayısı 10 kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 2 milyon euroyu aşmayan işletmelerdir. Küçük ölçekli işletme; çalışan sayısı 50 kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 10 milyon euroyu aşmayan işletmelerdir. Orta ölçekli işletme; çalışan sayısı 250 kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilanço toplamı 43-50 milyon euroyu aşmayan işletmelerdir (<http://www.kobigirisim.net/2013/06/kobi-ne-demek.html>, Erişim Tarihi:01.02.2021).

Türkiye'de KOBİ Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik'te KOBİ tanımı şöyle yapılmıştır: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 125 milyon Türk Lirasını aşmayan ekonomik birimlerdir. Yönetmelik KOBİ sınıflandırmasını mikro ölçekli işletmeler, küçük işletmeler ve orta büyüklükteki işletmeler olarak üç kısımda yapmıştır. Mikro işletme; 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançodan herhangi biri 3 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Küçük işletme; 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançodan herhangi biri 25 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Orta büyüklükteki

işletme; 250 çalışandan az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125 milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir.

KOBİ TANIMI	ÇALIŞAN SAYISI	YILLIK SATIŞ HASILATI veya MALİ BİLANÇO
Mikro İşletme	10 kişiden az	3 Milyon TL'ye kadar
Küçük İşletme	10-49 kişi	25 Milyon TL'ye kadar
Orta Büyüklükteki İşletme	50-249 kişi	125 Milyon TL'ye kadar

Tablo 4.1. KOBİ tanımı

Kaynak: T.C. Resmi Gazete-11828 Sayılı Karar. Tarih: 23.03.2018

4.2. KOBİ'lerin Genel Özellikleri

KOBİ'ler değişip gelişmekte olan piyasa ortamına kolaylıkla uyum sağlamaları, bölgeler arası dengeli büyümeye olan katkıları, işsizlik oranını azaltmaları ve yeni istihdam sahalarının oluşturulmasında sahip oldukları roller ile ülke açısından iktisadi ve sosyal kalkınmanın temel taşı olarak günümüzde daha da önemli hale gelmişlerdir. KOBİ'ler büyük işletmelerin minyatürü değildir. Öncelikle KOBİ'leri büyük işletmelerden ayıran özelliklerin belirtilmesi gerekmektedir (Düzce, 2007, s. 19).

Büyük işletmelere göre farklılıkları; sınırlı sermayelerinin olması, yoğunlukla emek ile üretim yapmaları, hızlı karar verebilmeleri, yönetim giderlerinin ve üretim maliyetlerinin düşük olmasıdır (Yatbaz, 2013, s.17).

KOBİ'ler esnek yapılanmaya sahip işletmeler olduğundan farklılıklar içermekle birlikte genel birtakım temel özellik ve işlevlere sahiptirler. Bu özellikler genel olarak şöyle sıralanabilir (Yurtsever, 2018, ss. 21-23; Aydın, 2018, ss.37-38; Düzce, 2007, s.17):

- Az yatırım ile çok istihdam yaratma olanağına sahiptirler.
- Emek yoğun çalışan işletmeler olduklarından genellikle düşük vasıflı eleman istihdam ederler.
- Pazarlama ve tanıtım konusunda bilgi ve altyapı eksiklikleri söz konusudur.
- Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha çabuk uyum sağlayabilen işletmelerdir.
- Rekabet güçleri düşüktür.
- Kısıtlı sermaye miktarına sahiptirler.
- Dinamik bir yapıya sahip olup teknolojik yeniliklere açık işletmelerdir.

- Büyük işletmelerin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısıdır.
- Ekonomik dalgalanmalardan veya krizlerden daha az etkilenirler.
- Ülke ekonomisine finansman, yönetim, tedarik vb. gibi işletmecilik fonksiyonlarının yerine getirilmesinde katkı sağlamaktadırlar.
- Yöneticisinin genellikle işletme sahibi olduğu ve yetki devrinin düşük olduğu işletmelerdir.
- Sıklıkla finansman sorunları ile karşı karşıya kalan ve kapasite kullanım oranları düşük düzeyde gerçekleşen işletmelerdir.

4.2.1. KOBİ'lerin Niceliksel Özellikleri

KOBİ tanımlaması yapılırken çoğunlukla nicel ölçüt yöntemi kullanılmaktadır. İşletmenin büyüklüğünü nicel kriterlere dayandırarak ölçmek, sonucunda da işletmeleri küçük, orta ve büyük işletmeler olarak sınıflandıracak olmak bu yöntemin kullanılmasını gerektirmektedir. Devletin KOBİ'lere yönelik çeşitli teşvik politikalarının tarafsız olarak uygulanabilmesi için tanımda nicel ölçütlerin kullanılması idare ya da bürokratik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Uludağ ve Serin, 1991, s.67).

Nicel tanım, işletme ile ilgili rakamsal olarak ifade edebilen özellikleri yani objektif özellikleri esas almaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Yalçın, 2006, s.4; Mecek, 2019, s.5, İskender, 2009, ss.10-11):

- İşletmede istihdam edilen personel sayısı,
- İstihdam edilen personelin toplam çalışma süresi,
- Vardiya sayısı,
- Üretim aşamaları sayısı,
- Kullanılabilir alan ve hacim,
- Kullanılan makine sayısı,
- İşletme kapasitesi,
- Sipariş sayısı,
- Sipariş tutarı (değeri),
- Satış hasılatı,
- Bilanço büyüklüğü,
- Yıllık kar tutarı,
- Kullanılan kredi tutarı,

- Toplam ücret ya da işgücü maliyeti,
- Maddi duran varlıkların değeri,
- Sabit sermaye / özsermaye / çalışma sermayesi miktarı,
- Makine parkı değeri,
- Çalışan başına düşen sabit sermaye yatırımı,
- Katma değer,
- Pazar payı,
- Ödenen vergi miktarı,
- İhracat/ithalat tutarı oranı.

En yaygın kullanılan nicel özellikler şunlardır (İskender, 2009, ss.10-11; Uludağ ve Serin, 1991, ss.75-91):

a) Personel Sayısı: İşletmede çalışmakta olan personel sayısı ölçek büyüklüğünün belirlenmesinde sıklıkla kullanılan niceliksel ölçüdür. Nicel olarak kolaylıkla ölçülebilmekte ve işletmenin çalışan personel sayısına da kolaylıkla ulaşılabilir.

İşgücü, işletmelerde maddi duran varlıkların yanında birinci önemli unsurdur. Dolayısıyla işletmenin ölçek büyüklüğünü ya da faaliyet hacmini temsil edebilmektedir. Personel sayısının bir nicel ölçüt olarak kullanılmasında bazı sakıncalar da söz konusudur. Sakıncalardan bazıları şöyledir:

- İşletmelerde kullanılan modern teknolojik imkanlar, işgücüne olan ihtiyacı azalttığından teknolojiler daha cazip hale gelmektedir. Bundan dolayı da personel sayısının işletmenin nicel büyüklüğünü temsil etmekteki önemi azalmaktadır.
- İşletmede çalışan personel sayısı, işgörenlerin kalitesi faaliyetler hakkında kesin bilgi sağlamamaktadır. Bilhassa işgücü yapısı farklı niteliklere sahip personelden oluşan işletmelerde, personel sayısı ölçek büyüklüğü hakkında yanlış bilgiye verebilmektedir. Mevsimsel işçiliğinin yaygın olduğu işletmeler için de bu durum geçerlidir.
- Küçük işletmelerde aile bireylerinden bir kısmı ya da tümü işletmede bütün gün çalışmakta ya da her an çalışabilecek konumda olup yedek işgücü niteliğindedir. Dolayısıyla aile bireyleri de personel sayısına dahil edilmelidir.

b) Makine Adedi: İşletmenin bünyesinde bulunan makina, tezgâh ya da tesis sayısı ölçek büyüklüğünün saptanmasında anlamlı bir nicel ölçütü oluşturmaktadır. Makinalar, potansiyel üretim faktörü olarak kabul edilmekte, kolayca elde edildiklerinden anlamlı bir ölçüt olmaktadır.

c) Kullanılabilir Alan ve Hacim: Bu ölçüt bazı işletmelerde ölçek büyüklüğünün ifadesinde anlamlıdır. Örneğin; tarım işletmesi için kullanılabilir arazi büyüklüğü, ticaret işletmesi için kullanılabilir alan ya da soğuk hava deposu, yük gemisi için kullanılabilir hacim büyüklüğünün ölçülmesinde anlamlı olacaktır.

d) İşletmenin Üretim Kapasitesi: Bu ölçüt işletmenin ölçüt büyüklüğü yansıtır fiili olarak üretimini yansıtmama riskine sahiptir. Fakat kullanılan nicel ölçütler arasında sayılmaktadır.

e) Makine Parkı Değeri: KOBİ'lerde maddi duran varlıkların büyük bir kısmını makineler oluşturmaktadır. Para ile ifade edilebildiği ve işletmenin kapasitesini iyi yansıttığından kabul edilebilir bir nicel ölçüttür.

f) Satış Tutarı: Belirli bir zaman aralığındaki (gün, ay, yıl) satış tutarı ölçek büyüklüğünün belirlenmesinde en çok başvurulan nicel ölçütlerdendir. Satış tutarına ilişkin bilgilere kolay ulaşabilmek uygulama açısından kullanılabilirliğini artırmaktadır. Bu ölçütün en önemli sakıncası enflasyona karşı duyarlılığının yüksek olmasıdır. Enflasyonun yüksek seviyede seyrettiği ülkelerde yanıltıcı olabileceğinden arındırılmış olarak kullanılması gereklidir.

g) Pazar Payı: Pazar payı, işletmenin satış tutarının sektörün toplam satışları içerisindeki oranıdır. İşletmenin pazarda sahip olduğu güç ölçek büyüklüğünün göstergesidir. Faaliyet gösterdikleri pazarda tekel konumunda olan işletmeler en büyük işletmelerdir. Piyasadaki rekabetin yoğunluğu ve aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sayısı arttıkça işletmelerin ölçek büyüklüğünün azaldığı kabul edilmektedir. İşletmenin pazar payı belirlenirken dikkate alınan bazı hususlar şöyledir: Ürün gruplarının belirlenmesi, pazarın fiziksel sınırlarının çizilmesi, farklı ürün çeşitleri üreten işletmelerde hangi ürün programının ölçmeye esas alınması gerektiğinin belirlenmesi, ürünlerin ikame edilebilirlik durumu, rekabetin sektörel ve fiziksel sınırının belirlenmesi.

4.2.2. KOBİ'lerin Niteliksel Özellikleri

KOBİ'lerin niteliksel özellikleri, işletmenin niteliğine ilişkin subjektif olan özellikleri dikkate almaktadır. Genellikle işletme sahibi aynı zamanda hem girişimci hem de yönetici pozisyonundadır. Genelde İşletme sahibi işletmede fiilen çalışmaktadır. İşletme sahibinin en önemli gelir kaynağı sahip olduğu işletme olduğundan işletme ile işletme sahibinin kader birliği söz konusudur (İskender, 2009, s.11).

a)Yönetim Fonksiyonuna Ait Nitel Özellikler: İşletme sahibi, işletme yönetimi sorumluluğunu almakta ve bütün riski üstlenmektedir. Merkezi yönetim anlayışı söz konusu olduğundan işletme yönetimi denetim altında değildir. İşletmenin amacı ve hedeflerini işletme sahibi belirler ve işletmede çıkan aksaklıklara hemen müdahale etme imkanına sahiptir. Yönetici yani işletme sahibi ile çalışanlar arasında doğrudan kişisel bir ilişki söz konusudur ve işletmenin bürokratik olarak esnekliği artmaktadır. Yönetici kısa ve orta vadeli planlar yapmaktadır (İskender, 2009, s.12; Uludağ ve İskender, 1991, ss.39-44).

b) Finansman işlevine ilişkin nitel özellikler: Ayrıca bir finansman departmanı yoktur. Muhasebe ve finansman faaliyetleri birlikte yürütülmektedir. Finans konusunda profesyonel kişiler olmadığı için finansal teknikler ve kredi olanakları yeterince değerlendirilmemektedir. Kredilendirme işletme ile bütünleşmiş olduğundan işletme sahibinin itibarı söz konusu olmaktadır (İskender, 2009, s. 12; Mecek, 2019, s. 9).

c) Pazarlama işlevine ilişkin nitel özellikler: İşletmede ayrıca bir pazarlama bölümü yoktur. Pazarlama araçlarından da kaynak eksikliği sebebiyle yeterli düzeyde yararlanılmamaktadır. Piyasa araştırmaları düzenli olarak yapılamamaktadır. İşletmeler genelde kısıtlı bir pazar payına sahip olduklarından pazar üzerindeki etkileri düşüktür. Sadece küçük pazarlarda tekeli bir konuma sahip olabilirler. Müşteri ile genellikle işletme sahibi doğrudan ilişki kurmaktadır. Müşterilerin özel arzu ve isteklerine cevap verebilmeleri küçük işletmelerin avantajlı oldukları noktadır. Dolayısıyla işletmelerde sipariş tarzı üretim önemlidir (İskender, 2009, s.12; Uludağ ve Serin, 1991, ss. 55-56).

d) Tedarik işlevine ilişkin nitel özellikler: İşletmeler sipariş üzerine üretim yaptıkları için ihtiyaç duydukları malzemeler siparişlere göre değişiklik göstermektedir. Sürekli şekilde aynı malzemeye ihtiyaçları olmadığı için uzun vadeli kapsayan malzeme tedarikinde bulunmazlar. Genellikle finansal durumları büyük miktarda alım

yapmalarına müsaade etmemektedir. Dolayısıyla işletmede ihtiyaç duyulan malzemenin istenilen miktarlarda ve zamanda tedarikinde sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Yaşanan sıkıntıların giderilmesi ancak malzemeye yüksek fiyat ödemekle ya da malzemenin kalitesine ilişkin konularda taviz vermekle mümkün olabilmektedir. Bu durumda da finansal ve malzeme kalitesi açısından fedakarlık yapılmış olunacak ve işletmenin rekabet gücü azalacaktır(Uludağ ve Serin, 1991, ss.57-58).

e) Üretim işlevine ait nitel özellikler: Genel olarak emek-yoğun üretim teknikleri kullanıldığından işçilik maliyetleri düşük olan bölgelerde avantaj sağlayabilmektedirler. İşletme ölçeği küçüldükçe sipariş tarzı üretim biçimi önem kazanmaktadır. Personeller arasında iş bölümü düşük, her işçi üretimin her aşamasında yer alabilmektedir. En önemli üretim problemlerinden biri de araştırma geliştirme faaliyetlerine gereğince kaynak ayırılamamasıdır (İskender, 2009, s. 13; Mecek, 2019, s.9).

f) Personel yönetimi işlevine ilişkin nitel özellikler: KOBİ'lerde insan faktörü büyük işletmelere göre daha büyük önem taşır. Bu özellik esas itibariyle emek-yoğun teknolojilerin önemli olmasının doğal bir sonucudur. Çalışan personel genellikle nitelikli iş gücünden oluşur. Sipariş tarzı üretim yapan farklı siparişlere farklı işlemlerin uygulandığı ve özel isteklerin yerine getirildiği KOBİ'ler nitelikli iş gücü çalıştırmak zorundadır. Yönetim ile personel arasında doğrudan bir ilişki vardır. İşletme sahibi her gün en azından bir defa işletmeyi dolaşmakta faaliyetleri denetlenmektedir. Hatta küçük işletmelerde çoğu zaman işletme sahibi ile personel birlikte çalışır. Böylece yönetimle personel arasındaki ilişki kişiselleşip samimi bir hal almaktadır. Sendikalaşma oranı büyük işletmelere göre daha düşük olduğu için işçi yönetim ile iletişim kurmak için aracıya ihtiyaç duymamaktadır. Herhangi bir sorun ile karşı karşıya kaldıklarında işletme sahibi ile direkt ilişki kurabilmektedirler. Bu işletmelerde işletme sahibinin personel üzerindeki otoritesi yüksektir(İskender, 2009, s.13; Uludağ ve Serin, 1991, ss.63-66).

4.3. KOBİ'lerin Avantajları ve Dezavantajları

4.3.1. KOBİ'lerin Avantajları

KOBİ'ler küçük esnek yapıya sahip olmaları nedeniyle büyük işletmelere göre birçok avantaja sahiptirler. Faaliyet gösterdikleri sektörü yakından takip etme, personel ile daha yakın ve sağlıklı iletişim kurabilme, müşterilerin isteklerine hızlı cevap verebilme imkânına sahip işletmelerdir. KOBİ'lerin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Düzce, 2007, ss.27-28; Gök, 2012, s.20):

- Üretim, pazarlama ve hizmet fonksiyonları açısından büyük ölçekli işletmelere göre daha esnektirler. Dolayısıyla meydana gelebilecek herhangi bir değişikliğe karşın zamanında uyum sağlayabilme kabiliyetine sahip oldukları için olumsuz bir durum ortaya çıktığında daha az maliyetle söz konusu zorluklardan kurtulabileceklerdir.
- Müşteri sayısı az olduğu için müşterilerle ilişkileri iyi ve kişisel ilişkilerin geliştirilmesi daha kolay, işçi-işveren ilişkisi daha samimidir.
- Mülkiyet ve yönetimde bağımsızlık söz konusu olduğu için yönetimde çoğunlukla “sahip-yönetici” anlayışı vardır. Dolayısıyla bürokratik işlemlerin sayısı az olup daha hızlı karar verme ve pazar fırsatlarını yakalama daha kolay olabilmektedir.
- Emek yoğun teknolojilerle çalışarak ve genelde düşük vasıflı eleman istihdam ederek işsizliğin aşağı çekilmesine katkıda bulunmaktadır.
- Ağırlıklı olarak aile şirketleri olduklarından karar alma mekanizmaları hızlıdır.
- Ülke içinde bölgelerarası dengeli büyümeye ve çevrenin korunmasına katkıda bulunurlar. Bölgelerarası dengeli büyümeye yardımcı olurken aynı zamanda da gelir dağılımındaki dengesizlikleri azaltırlar.
- Gelir dağılımındaki dengesizlikleri azaltılmasında, bireysel tasarrufların artırılmasında teşvik edici rol üstlenirler.
- Büyük ölçekli işletmeleri tamamlama özelliğine sahiptirler. Büyük işletmeler tarafından cazip gelmeyen küçük pazar birimlerini hedef kabul ederek bu alanlarda daha yüksek karlılığa ulaşabilirler.

4.3.1.1. Esnek ve dinamik yapı

KOBİ'ler büyük işletmelere göre daha küçük olan yapılarıyla değişen piyasa koşullarına daha hızlı adapte olabilmektedir. Tüketici ya da müşteri ile daha yakın

ilişki halinde olan ve daha yoğun şekilde müşteriye yönelik çalışan KOBİ'ler üretilen mal veya hizmet ile ilgili tercihlerinde meydana gelen değişiklikleri zamanında fark ederek gereken önlemleri alıp muhtemel bir zarardan veya kar azalması riskinden korunabilmektedirler (Yalçın, 2006, s.24). Bu avantaj dinamik yapı, yüksek hareket kabiliyeti ve esneklik ile birleşince işletmeye ürün çeşitliliğini arttırma, ürün kalite ve stilinde revizyon, yeni ürün geliştirme gibi birçok alanda avantaj sağlamaktadır (Koncuk, 2019, s.25).

KOBİ'ler büyük yatırım gerektirmeyen mal/hizmet üretiminde esnekliğe sahip olduklarından müşterilerin isteklerine göre üretim değişikliği yapabilmektedirler. Müşterilerin gelirlerindeki artışa göre mal/hizmette tercih ettikleri stil, ambalaj ve kaliteye uygun üretim süresi büyük işletmelere göre daha kısadır (Düzce, 2007, s.27).

4.3.1.2. Hızlı karar alma süreci ve yenilik yaratma

Küçük organizasyon yapıları ile yönetim ve sahipliliğin genelde aynı kişi veya kişilere ait olması nedeniyle KOBİ'lerin karar alıp uygulama süreci daha hızlıdır. Böylece gelişmeler hızlanmakta ve zaman kaybı nedeniyle uğranılan maliyetlerde minimum seviyeye inmektedir.

KOBİ'ler dinamik ve esnek yapılarının bir sonucu olarak çok önemli bir yenilik yaratma avantajına sahiptir. Müşteri ve pazarlara yakın bulunmaları, talep boşlukları ile talep değişimlerini zamanında görüp bunları fırsata dönüştürmelerine olanak sağlamaktadır.

Günümüzde bilgi kaynaklı ekonomiler, parasal sermayenin yanında beşeri sermayenin de önemini artırmış ve KOBİ yenilikçiliğine önemli katkılar sağlamıştır (Yalçın, 2006, ss.24-27). KOBİ'ler sahip oldukları esnek yapıyla teknolojik gelişmelere de kolayca uyum sağlayabilmektedirler. Büyük bir yatırıma gitmeden yeni bir fikir ya da buluşa pazarın tepkisinin ölçme yetisine sahip olduklarından büyük işletmelere göre daha avantajlıdırlar (İskender, 2009, s.24).

4.3.1.3. Etkin kaynak kullanımı

Sınırlı kaynaklara sahip küçük işletmeler kaynaklarını en etkin şekilde kullanmak zorundadırlar. Küçük yapıları gereği işletmede doğrudan bir iletişim söz konusudur ve verimsiz bürokratik süreç ve maliyetlerden kaçınılmaktadır. Büyük ölçekteki

işletmelere göre KOBİ'lerin sahipleri/yöneticileri işyerinde işçi-işveren ayrımı yapmayıp personelle yakın ilişki içerisindeyler. Dolayısıyla aralarındaki iletişim kuvvetlenip karşılıklı güven gelişmekte ve kararlar genelde ortak alınarak birlikte uygulanmaktadır. Motive olan çalışanlar daha etkin ve verimli şekilde çalışmaktadır. Büyük işletmelerde üretilmesi daha maliyetli olan veya karlı görülmeyen faaliyetleri KOBİ'ler üstlenerek atıl kaynaklar ekonomiye kazandırılarak israfın önüne geçilmektedir (Yalçın, 2006, s.27; Düzce, 2007, s.30).

4.3.1.4. Büyük işletmelerin tamamlayıcısı olma

KOBİ'ler genel olarak büyük işletmelerin tamamlayıcısıdır. Günümüzde büyük işletmeler, maliyeti yüksek ve idare etmesi zor entegre tesisler kurmak yerine yan sanayiden yararlanarak üretimlerini gerçekleştirmektedirler. Mal/hizmet piyasasında KOBİ'lerin sayısının artması sonucu büyük işletmelerin piyasadaki payları ve güçlerini azaltmakta, rekabetin ise artmaktadır. Rekabetin artması ile birlikte kalite ve verimlilik de yükselmekte, teknik yenilikler hızlanmakta, kaynaklar etkin kullanılmakta ve özgünlükler artmaktadır. KOBİ'lerin üretimlerinin göreceli olarak az olması ve sipariş tarzı üretim yapmaları sebebiyle depolamadan ve satıştan doğan problemleri büyük işletmelere nazaran azdır (İskender, 2009, s.25).

4.3.1.5. Bireysel tasarrufların teşviki ve istihdama katkı sağlama

KOBİ'lerin kaynak finansmanında yabancı kaynak yerine öz sermayeye başvurmaları, işlerini büyütürken öz sermayelerini artırmaları üretim sonucu elde edilen net karlarında tüketim yerine yatırım harcaması yapmalarına yardımcı olmaktadır. KOBİ'lerde bir kişi istihdam etmek için gereken yatırım harcaması büyük ölçekteki işletmelere göre üçte biri kadar daha az olduğundan KOBİ'lerin desteklenmesi ülkedeki işsizliği azaltmakta faydalı olabilir (Düzce, 2007, s.30).

4.3.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin dezavantajları genel itibariyle şunlardır: (Kaya, 2019, s.25; Gök, 2012, s.21):

- Kaynak yetersizliği, finansman sıkıntısı, düşük kar marjı gibi nedenlerle rekabet güçleri düşüktür.

- Küçük ölçekli ve dağınık yapıda olmaları verimlilik düzeylerini düşürmektedir. Bu durum atıl kapasite oluşumuna neden olabilmektedir. Diğer yandan da büyük işletmelerin faydalandığı ölçek ekonomisi avantajından yararlanamazlar.
- Pazarlarla ilgili bilgi toplama olanakları kısıtlıdır. Pek çok KOBİ genç işletmeler olduğu için sektörel ve teknik bilgi ve tecrübeleri düşük seviyededir.
- Kurumsallaşma seviyeleri düşük olması nedeniyle sermaye piyasalarına girmeleri de zordur.
- Finansman sıkıntıları nedeniyle yeni teknolojileri üretim süreçlerine uygulamada zorlanırlar, bu durum da hem üretim maliyetlerini artırır hem de ürün ve hizmet kalitesinde büyük işletmelerin gerisinde kalmalarına yol açar.
- Pek çok KOBİ aile işletmesi niteliğindedir. Bu durumun sağladığı avantajlar olduğu gibi, aile üyelerinin hepsinin aynı ölçüde profesyonelleşememesi, ailede oluşan sorunların KOBİ'leri olumsuz yönde etkileyebilmesi gibi riskleri de barındırmaktadır.
- KOBİ'ler kredi temininde karşılaştıkları zorluk devam etmektedir. Verilen toplam banka kredilerinden aldıkları pay düşük seviyelerde seyretmektedir. Banka kredisi bulamayan bu işletmeler yatırımlarını ya ertelemekte ya da kısıtlı öz kaynaklar ile kısmi olarak gerçekleştirmek zorunda kalmaktadırlar.
- Teşviklerden yararlanabilme imkânları ve bilgileri düşük seviyededir. Ayrıca teşvik mevzuatının karmaşık ve çelişkili olmasının da etkisiyle mevzuatın iyi bilinmemesi yatırım finansmanında maliyeti yüksek yöntemlerin seçilmesine neden olabilmektedir.
- Banka ve diğer finansal kurumlardan kredi alamayan bu işletmelerin alternatif finansman teknikleri hakkında da yeterli bilgiye sahip olmamaları, bu tekniklerden yararlanma düzeyini düşürmektedir.
- İhtiyaç duyulan kalifiyeli insan kaynağına ulaşmakta sıkıntı çekmektedirler.
- KOBİ'lerin özsermayeleri yetersiz olduğu gibi hem borçlanma yoluyla finansman hem de halka arz yoluyla finansman bulmaları daha zordur. KOBİ'ler bankalardan kredi almakta zorlanırlar, kredi için teminat gösterecekleri varlıkları yetersizdir. Ekonomik faaliyetleri toplamda büyük seviyelerde olmasına rağmen KOBİ'lere verilen kredilerin toplam krediler içindeki payı düşük kalmaktadır.

- KOBİ'lerde ar-ge faaliyetleri ya hiç yoktur ya da çok düşük seviyededir. Yeni ürün ve hizmetler geliştirmek için yeterli donanım ve maddi imkânlara sahip değildirler.
- Finansman sıkıntıları nedeniyle yeni teknolojileri üretim süreçlerine uygulamada zorlanırlar, bu durum da hem üretim maliyetlerini artırır hem de ürün ve hizmet kalitesinde büyük işletmelerin gerisinde kalmalarına yol açar.

4.3.2.1. Finansman, yönetim ve organizasyon bakımından

KOBİ'lerin karşılaştıkları birçok sorunun temelinde sermaye faktörü yer almaktadır. KOBİ'ler sermaye yapıları açısından narin bir yapıya sahiptirler. Finans kaynaklarına yeteri kadar teminat veremediklerinden dış kaynak (kredi-borç) bulmakta sıkıntı yaşamaktadırlar. Sermaye yetersizliği nedeniyle kapasitelerini artırma yoluna gitme imkanları da sınırlıdır. İşletme yöneticisini aynı zamanda işletme sahibi olması nedeniyle bütün sorunlarla işletme sahibi ilgilenmektedir. Bu durum ise işletme sorunlarının çözümünü güçleştirip gecikmelere neden olmaktadır (İşkender, 2009, s.28). Genel olarak KOBİ'ler otofinansman konusunda dezavantajlıdır ve sermaye yoğunlukları düşüktür. Kuruluş itibarıyla yetersiz sermaye ile faaliyet gösteren işletmeler nakit akışı ve benzeri konularda sorun yaşamaktadırlar. Özsermaye enflasyon sebebiyle erozyona uğramaktadır. Bu yolla artan maliyetlerin satış fiyatlarına yansıtılamaması da finansal sorun yaratmaktadır. KOBİ'lerde ayrı bir finansman bölümü yoktur. Finansman bilgisi kısıtlı, finansal planlama yetersiz düzeydedir. Sahip olunan sermaye ve alınan fonların rasyonel kullanılmasında sıkıntılar yaşanmaktadır (Koncuk, 2019, s.30).

KOBİ'lerin genel olarak profesyonel bir organizasyon ve yönetim yapıları mevcut değildir. Faaliyetlerin küçüklüğü profesyonel bir organizasyon yapısını ekonomik kılmamaktadır. Tek elden ya da farklı kişilerin sorumluluğunda ilgili fonksiyonlar yerine getirilmektedir. Organizasyon ve yönetim yapısı ile uzmanlaşma sağlanamadığından, söz konusu faaliyetlerin etkinliği istenilen düzeyde gerçekleşmemektedir (Yalçın, 2006, s.28).

Yönetimden kaynaklı problemleri işletmenin yapısı ile ilgili olduğundan yaşanan her türlü aksaklık işletmenin üretim, finans, pazarlama gibi fonksiyonlarını da etkileyerek yeni sorunlara sebep olmaktadır. KOBİ'lerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin

aynı kişi/kişilerde toplanması yönetim sorunlarına yol açabilmektedir (İskender, 2009, s.28).

İşletme sahibinin aynı zamanda yönetici olması hızlı karar alarak değişikliklere kolay uyum sağlamayı kolaylaştırmaktadır. Fakat yönetici pazar ve yenilikler hakkında teknik ve mesleki bilgi sahibi ve yeniliklere açık bir yapıda değilse bu hızla uyum geręekleřememektedir. Yöneticideki bilgi eksikliği sebebiyle pazardan gelen veriler doğru değerlendirilememekte, bu noktada uzman ęalıřan yer almaması ile birlikte işletmenin rekabet gücü düşmektedir. İşletme sahibinin ikinci bir yönetici istihdam etmemesi ve kısıtlı yetki devri, işletmenin esnekliğini yitirmesine sebep olmaktadır. Yönetimin tek elde toplanması keyfi uygulamaları da beraberinde getirmekte, yapılan aktivitelerin sistematik bakış açısıyla geręekleřememesine sebep olmaktadır. KOBİ'lerde işverenin şahsi özellikleri direkt olarak işletmenin genel yapısına sirayet edebilmektedir. KOBİ'lerde şirket içi örgütlenmenin gelişmemiş / az gelişmiş düzeyde olması ve buna bağlı olarak hiyerarşik basamakların az olması, ęalıřanın kendisini sürekli kontrol ve baskı altında hissetmesine sebebiyet verebilmektedir. Tüm KOBİ'ler aile işletmesi olmasa da, işletme sahibi ve yöneticinin aynı kişi olması, işletmede ailenin diğer üyelerinin de ęalıřıyor oluşu gibi özellikler sebebiyle, genelde KOBİ'ler aile işletmesine dair özellikler barındırmaktadır. Buna bağlı olarak KOBİ'ler aile işletmesi olmanın yönetim alanındaki, kuşaklar arası düşünce yapısı farkları, işletme sahibi ęalıřamayacak duruma gelince yerine kimin geğeceği ile ilgili huzursuzlukların işletmeye yansımaları gibi sorunları yaşamaktadır. KOBİ'lerde görev alacak aile bireylerinin yetenek ve deneyimleri dikkate alınmadan herhangi bir pozisyona getirilmesi de işletme içindeki faaliyet alanlarında ęeřitli sorunlara yol açmaktadır. İşletme sahibi ve yöneticinin aynı kişi olması ya da aile bireylerinin yer aldığı bilgi ve tecrübe eksikliği yaşanan bir yönetim kadrosunun olması, yönetimde profesyonel kişilerin yer alamaması veya yetki alanlarının işletme sahibinin / sahiplerinin nihai kararları ile sınırlı olması sonucunu doğurmaktadır. Bu da işletmeyi profesyonel bakış açısından uzaklaştırma ve biręok konuda olumsuz yönde etkilemektedir. KOBİ'lerde işletme yönetiminde stratejik inovasyon eksikliği mevcuttur. Stratejik inovasyon; büyüme stratejisi oluşturma, rekabet edebilirlik, yeni iş modelleri ve yeni ürün konularında işletmeye değer katacak ve işletmenin rekabet gücünü önemli ölçüde arttıracak bir olgudur. KOBİ'lerin stratejik inovasyon

yapmaları, pazarda etkin konumda, hatta pazar lideri olmaları için son derece gereklidir (Koncuk, 2009, ss.28-30).

4.3.2.2. Pazarlama ve üretim bakımından

KOBİ sahipleri, genelde teknik ve mesleki bilgi/beceriye sahip oldukları kadar ticari ve pazarlama bilgisine sahip olamamaktadırlar. Çağımızda pazarlama faaliyetlerinin; müşterilerin talep veya ihtiyaçlarının devamlı olarak araştırılıp gereğinin yerine getirilmesine bağlı olduğunu anlayamayan birçok KOBİ, faaliyetlerine son vermek zorunda kalmaktadır. Yabancı kaynak finansmanında yaşadığı sıkıntılarla birlikte özkaynakların da iş hacmine kıyasla yetersiz olması, KOBİ'lerin kredis alarak yüksek fiyatla girdi temin etmelerine ve üretim maliyetlerinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Yüksek enflasyon dönemlerinde yeterli ham madde stokuna sahip olmayan işletmeler istenilen üretim hacmine ulaşarak yüksek satış gelirine ulaşamadıklarından sürekli güç kaybetmektedirler. Diğer yandan içinde bulundukları finansal zorluklar nedeniyle modern makinelere sahip olamamaları, hammaddeye ulaşma zorlukları, kalifiye eleman ve altyapı yetersizliği gibi nedenlerden kaliteli ve verimli üretim yapamamaktadırlar (Düzce, 2007, s.32). KOBİ'lerde uzman kişilerin istihdam edildiği bir pazarlama bölümü yoktur ve bu görevi işletme sahibi yerine getirmektedir. Genellikle reklam, satış sonrası hizmetler, kredili satış gibi pazarlama araçlarından maddi yetersizlikler nedeniyle yararlanılamaz. Düzenli piyasa araştırması yapılmadığı için geleceğe yönelik talep tahminleri yapılamaz. Pazarlama kararları genellikle işletme yöneticisinin tecrübelerinden yararlanılarak alınır (İskender, 2009, s.31).

KOBİ'lerde üretim alanındaki sorunların önemli bir kısmı, üretim için gerekli olan hammadde ve çeşitli üretim girdilerinin tedarik edilmesi ile ilgilidir. Tedariklemede üretim girdilerinin istenilen özellikleri sağlanması, niceliği, ihtiyaç anında bulunabilirliği, fiyat ve ödeme konuları ile ilgili sorunlar yaşanmaktadır. Üretim girdilerinin geç ya da gerektiğinden fazla tedarik edilmesi de problem yaratmaktadır. Geç tedarik ve hammadde stokunun bulunmaması, üretimde gecikmeye ve buna bağlı olarak ürünlerin müşteriye geç ulaşmasına, hatta sipariş iptaline yol açmaktadır. Buna ek olarak, çeşitli sebeplerle oluşan hammadde eksikliği, düşük kapasiteli üretime zemin oluşturmaktadır. Gerektiğinden fazla miktarda hammadde temini ise, hammadde stoğu oluşturmakta ve kaynakların doğru kullanılamamasına yol

açmaktadır. Özellikle enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde fazla temin, öngörülen satış hacmini yakalayamayan işletmelerin güç kaybetmelerine sebep olmaktadır. KOBİ'ler, esnek üretimleri sebebiyle farklı girdiler kullanmaktadır. Bundan dolayı aynı girdiden çok miktarda almak yerine, farklı girdilerden daha az miktarlarda alım yapmakta ve büyük ölçekli işletmelere oranla iskontolardan daha az faydalanmaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerde üretim hacminin yüksek olmaması da yine ölçek ekonomisinin işletilmesi karşısında bir engeldir, birim maliyetler yüksek olmaktadır. Emek – yoğun teknoloji kullanımı üretim maliyetini arttırmaktadır. KOBİ'lerde üretimde teknik bilgi yetersizliği de önemli bir dezavantajdır. Buna ek olarak, kullanılan üretim teknolojisinde seviye düşük ve yeniliklerden uzaktır, verimsiz üretim metotları kullanılmaktadır (Koncuk, 2019, s.32).

KOBİ'lerin pazarlama konusundaki eksiklikleri şunlardır:

- KOBİ'ler genellikle pazar oluşturma ile ilgili faaliyetlerde bulunmamaktadır. Bu nedenle hedef pazarların araştırılıp değerlendirilmesinde noksanlıklar meydana gelmektedir.
- KOBİ'lerde uzmanlaşmış pazarlama personeli istihdam edilememektedir. Bu durumun sebebini genelde maddi konular oluşturur.
- Satış, ürün geliştirme, reklam ve pazarlama faaliyetlerinde aksaklıklar mevcuttur.
- Fiyat tespitinde birtakım zorluklarla karşılaşmaktadır. Küçük ölçekli olmanın olumsuz etkileri nedeniyle maliyetler artmakta ve bunun fiyatlara yansıtılamaması, KOBİ'lerin istenen oranda kar elde edememelerine sebep olmaktadır (Alural, 2019, s.23).

4.3.2.3. Personel, muhasebe bakımından

KOBİ'lerde temel işletme fonksiyonlarını gerçekleştirecek personelin eksik olması ve genelde ucuz işgücüne yönelmeleri uzman personelin istihdam edilmemesine neden olmaktadır. İşletme sahibi/yöneticisinin kendinden başka yönetici istememesi ve yetki devredememeleri işletme faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir (İskender, 2009, s.29). KOBİ'ler genelde emek-yoğun olarak çalışmakta bu da işgücü ilgili problemleri arttırmaktadır. Problemlerin başında nitelikli eleman bulmada yaşanan sıkıntılar gelmektedir. Halihazırda eğitimli ara eleman açığı olan KOBİ'ler, ülkede mesleki-teknik eğitimin de giderek zayıflaması ile daha da güç durumlarda kalmaktadır.

Personellerini kendi imkânları ile eğitmeyen bu alana yatırımlarını yapamayan KOBİ'ler, ihtiyaç duydukları personelleri işe alma konusunda büyük işletmelerle rekabet edememekte ve yetişmiş kalifiye elemanlarını da daha büyük işletmelere kaptırmaktadırlar. Küçük işletmelerin yetenekli ve deneyimli personeli iş yerine çekmede ve bunları iş yerinde tutabilmede karşılaştıkları zorluklar üç temel sebeple açıklanabilir: Bunlar;

- Daha yetenekli personellerin daha büyük işletmelerde çalışmayı tercih etmeleri,
- Kalifiye ve yetkin personellerin de kendi işini kurma arzusunda olmaları,
- Küçük işletmelerin personellerine büyük işletmelerin sağladığı ücret ve sosyal hakları sağlayamaması (Alural, 2019, ss.21-22).

KOBİ'lerde temel işletme fonksiyonları için uzman personelin olmaması yeni ürün ve teknoloji karşısında mevcut personelin yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Finansman, üretim, pazarlama gibi temel işletme fonksiyonlarının eksik bir şekilde yerine getirilebilmesi işletmelerin sağlıklı muhasebe/hesap işleri sistemine sahip olmalarına bağlıdır. Fakat KOBİ'ler bu konuyu ihmal etmekte muhasebe sistemine sadece devlete karşı olan yükümlülüğün yerine getirilmesi anlayışı ile yaklaşmaktadırlar. Muhasebe verilerinin incelenip ilgili işletme için değerlendirilmesi yapılmamakta, muhasebe ile ilgili vergi ve diğer mevzuatlar takip edilmediği için hatalar yapılmakta, piyasa değişikliklerinin gerisinde kalınmaktadır (Düzce, 2007, s.33).

4.3.2.4. Teknoloji ve bilgi akışı bakımından

Günümüzde KOBİ'lerin, tüketici taleplerini istenilen nitelik ve kalitede karşılayabilmeleri için gerekli düzeyde teknoloji kullanmaları zorunluluk haline gelmiştir. Fakat Türkiye'de işletme ölçeği ile teknoloji kullanımı arasında aynı yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Küçük işletmeler daha çok emek-yoğun, büyük işletmeler ise teknoloji-yoğun olarak faaliyet göstermektedirler. KOBİ'lerin teknoloji kullanımı konusunda karşılarına çıkan en önemli engel, ileri teknolojiye sahip makinaların maliyetinin çok yüksek olmasıdır. Bunun yanında, ileri teknolojiye uyum sürecinde işletmelerin yaptığı yatırımın geri dönüşü gecikmekte, işletme finansal sorunlar yaşamaya başlamaktadır. İşletme, yeni teknolojiyi tam kapasiteyle kullanana kadar finansal yükü taşımakta zorlanmaktadır (Alural, 2019, ss.23-24). Büyük ölçekli işletmelere göre KOBİ'lerin müşteriye/ tüketiciye daha yakın olmaları, sorunlarını

fark edip teknik yeniliklerde bulunma ihtimalini yükseltmektedir. Fakat bu potansiyelin harekete geçirilmesi için hızlı, doğru, açık ve zamanında verilere ulaşılabilinmeli diğer yandan da bu veriler işlenip işletme için değerlendirilmelidir. Uygulamaya bakıldığında ise birçok KOBİ için söz konusu bilgilerin yeterli ölçüde ve zamanında sağlanamadığı, piyasa verilerindeki değişikliklere karşı tepki ve esneklik derecesinin yeterli olmadığı; bilginin önemli bir üretim girdisi değeri olarak değerlendirilmediği görülmektedir (Düzce, 2007, s.34). Finansman imkânlarının sınırlılığı ve yetişmiş personel istihdamında yaşadıkları sorunlar nedeniyle KOBİ’ler teknolojik gelişmeleri takip ve temin etmede büyük zorluklarla karşılaşmaktadır. “Ölçek ekonomileri” dediğimiz, ortalama birim maliyetin, üretim miktarı ile ters orantılı bir gelişme gösterdiği üretim faaliyetleri genelde KOBİ ölçeğini aşan ekonomik faaliyetlerdir. KOBİ’lerle ilişkilendirdiğimiz teknolojinin boyut ve maliyetleri görece daha düşük olmasına rağmen temininde zorluklar yaşanmaktadır (Yalçın, 2006, s.31).

4.4. KOBİ’lerin Finansman Sorunları

Ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ’lerin üretim, örgütlenme, yönetim, pazarlama, istihdam, sermaye, finansman yapısı gibi birçok kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. KOBİ’lerin yapısal, yönetsel, teknolojik yetersizlik, düşük kapasiteli üretim, tedarik ve stoklama, yasal düzenlemelerde eksiklik, bürokratik engeller ve kalifiye işgücü yetersizliği gibi sorunlarının temelinde finansman sorunu yer almaktadır (Apan ve İslamoğlu, 2014, s.211). Kuruluş aşamasından itibaren en önemli kısıt parasal durumdur. Dolaylı veya dolaysız genelde tüm işletme faaliyet ve kararlarının mali sonuçları olmaktadır. İşletme faaliyetlerinin “mali” özelliği nedeniyle tüm işletme sorunlarını finansman sorunu ile ilişkilendirmek mümkündür. KOBİ finansman sorunu işletmelerin karakteristik özellikleri nedeniyle finansman olanaklarına ulaşmada büyük firmalar ile karşılaştırıldığında sahip oldukları dezavantajlar ile ilgilidir. KOBİ’ler genelde daha küçük, faaliyetlerindeki belirsizlikler fazla, kaynakları sınırlı ancak karlılık potansiyeli yüksek olan işletmelerdir. KOBİ’ler, yenilikçi doğaları gereği faaliyetlerinde çok fazla belirsizlik barındırırlar. Taşıdıkları yüksek riskler, KOBİ’leri bankalar gibi muhafazakâr kredi kuruluşları için cazip müşteri grubu olmaktan uzaklaştırmaktadır. Özellikle kuruluş aşamasında KOBİ’lerin değerliliği, mali verilerinde değil beşeri sermayelerinde (girişimci yeteneği) ifadesini

bulmaktadır. Formel bir şekilde raporlanamayan varlıkların, profesyonel kredi kuruluşları nezdinde kabul görmesi ise son derece güçtür. Çoğu zaman kredi kuruluşları, bu şekil bir değerlendirme yeteneğinden, hem organizasyon hem de teknik kapasite olarak yoksundurlar. Kurumsallaşma eksikleri nedeniyle, KOBİ'lerin sermaye piyasalarında, hisse senedi satışıyla finansman sağlamaları da son derece güçtür (Yalçın, 2006, ss.52-53).

KOBİ'lerin finansman kaynaklarını kullanım özellikleri şöyle sıralanabilir (Met, 2011, s.132):

- Yüksek oranda öz kaynak kullanmaktadırlar.
- Karlarının çoğunu oto finansmanda kullanmaktadırlar.
- Yabancı kaynak kullanım oranları düşüktür.
- Öz kaynaklardan sonra en çok yararlanılan kaynak kısa vadeli ticari banka kredileridir.
- Uzun vadeli krediler pek kullanılmamaktadır.
- Risk sermayesi, leasing, factoring vb. modern finansman teknikleri pek kullanılmamaktadır.

Finansman sorunu KOBİ'ler açısından temel sorun niteliğindedir. KOBİ'lerin işlevlerinde var olabilecek herhangi bir sorun kaynağını oluşturabileceği söylenebilir. KOBİ'lerin karşılaştığı temel finansman sorunlarının temel nedenleri şunlardır (Demir, 2018, ss.42-43):

- Finansal yönetim konusunda yeterli bilgi ve deneyime sahip olmayan işletme yöneticileri,
- Büyük işletmelerde karşılaşılan ayrı finans bölümünün, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde yüksek maliyet gerektirmesi nedeniyle olmaması ve finansman sorunlarının, muhasebe bölümü sorumluları tarafından çözülmeye çalışılması,
- Emek yoğun üretim faaliyetleri, sermayelerin düşük olması ve emeğe yönelik teknolojinin kullanımı nedeniyle, amortismanların kapasiteyi genişletici etkisinden yararlanılmaması,
- Kuruluş aşamasında var olan öz sermayenin tüketilerek sonraki süreçte daha maliyetli olan dış kaynaklara başvurulması,

- Bankaların kredi sağlarken büyük işletmelere sağladıkları öncelik imk nını KOB 'lere sağlamaması ve KOB 'lere az miktarda ve kısa vadeli kredi sağlamaları,
- Enflasyon rakamlarındaki artış nedeniyle, yatırım yapmayı düşünen işletmelerin, ithal edilen ve ülke içerisinde sağlamaya çalıştıkları girdilerin fiyatlarının artması, bu nedenle de finansal sıkıntı içerisine girmeleri,
- İhtiyaç duyulan tutarın kredi yoluyla bankadan temin edilmesi sırasında bankaların uyguladıkları prosedür ve formaliteler,
- Kredinin sağlanabilmesi için bankaların ipotek olarak istedikleri arsa, bina, belirli miktarda varlık gibi teminatlar,
- Hukuki yapısı itibariyle menkul kıymet ihraç etmek isteyen işletmelerin anonim şirket olması gerekirken, KOB 'ler ya tek kişi işletmesi ya da limited şirketler olması nedeniyle sermaye piyasasından faydalanamamalarıdır.

4.4.1.  zsermaye / İşletme Sermayesi Yetersizliğinden Kaynaklanan Sorunlar

İşletme sahipleri ve hissedarları tarafından konulan sermaye, geçmiş dönemlerde elde edilen karın işletmeye kalan kısmı (yedekler) ile sermaye ve kar yedekleri toplamı işletmenin öz sermayesini ifade etmektedir. KOB 'ler genellikle işletme sahibinin ya da ailesinin şahsi tasarrufuna dayanan sermayeler ile kurulduklarından, likidite olarak büyük görülen rakamlar, yatırıma dönüştürülmeye çalışıldığında yetersiz kalabilmektedir. KOB 'ler başlangıçta faaliyetlerini yürütmek üzere ne kadar sermayeye sahip olmaları gerektiğini bilmemekle birlikte bilgi sahibi kişi/kurumlara başvurma konusunda istekli değillerdir. Dolayısıyla gerekli devlet desteği alamayan ve altyapı problemi yaşayan KOB 'lerin finansman sorunları yatırım esnasında başlamış olmaktadır (Dağtan, 2016, s.31). KOB 'lerin yeterli öz kaynağının olmaması borçlanma ihtiyacını doğurmakta ve borç karşılığı yüksek faiz ödemeleri işletmelerin karını azaltmaktadır. Bunun sonucunda “oto finansman” olarak adlandırılan, elde edilen k rların dağıtılmadan işletme sermayesine eklenmesiyle finansman elde etme yönteminden KOB 'ler, büyük ölçekli işletmelere nazaran daha kısıtlı faydalanmaktadırlar. Ayrıca KOB 'ler girdi fiyatlarının yükselmesine bağlı olarak maliyet artışını fiyatlarına yansıtamadıklarından enflasyon karşısında zaman içinde erimektedir. Özellikle konjonktürel dalgalanmanın olduğu dönemlerde öz kaynak yetersizliği, dış kaynağın bulunmasıyla karşılaşılan güçlüklerle bir araya geldiğinde

yeni yatırımların yapılmasına ve ileri teknoloji kullanımına engel olmaktadır. Öz kaynak kullanımı düşük, yabancı kaynak kullanımı yüksek olan işletmelerin yüksek faiz oranlarıyla borç yüklerini karşılaması oldukça zordur. Enflasyonun düşüşü ile birlikte inen faiz oranları ile biraz rahatlayan işletmeler yeni bir parasal kriz ile birlikte artan kredi faiz oranları nedeniyle tekrar mali zorluklarla karşı karşıya kalmışlardır. KOBİ'ler kaynak maliyeti sorununun aşılmasında borçlanmak ve sermaye artırımına giderek finansman sağlamaya çalışırlar. Fakat finansman alternatif finansman kaynaklarından yararlanma konusunda da sorunlarla karşılaşılır (Yaşar, Çolak, 2018, s.39). KOBİ'lerin faaliyetlerini devam ettirebilmek için borçlanmaya yönelmesi borç/özkaynak dengesini bozarak öz kaynak payını düşürmektedir. Öz sermaye artışının sınırlı olması finansman sorunlarına yol açmaktadır (İskender, 2009, s.34).

İşletmenin faaliyete başlayıp devam ettirebilmesi için kullanılan ve bir hesap döneminde kısa sürede nakde çevrilebilir niteliğe sahip değerlere yapılan harcamaları ifade eden işletme sermayesi, özellikle öz sermaye ağırlıklı kurulan KOBİ'ler için önemli bir kavramdır. Bilhassa bilançonun aktifindeki varlıklar içindeki dönen varlıkların oranının önemi düşünüldüğünde; varlıklar içinde yer alan hesap kalemlerinin daha dikkatli yönetilmesi, işletmenin sürekliliği açısından önemlidir. Ekonomik istikrarsızlığın yaşandığı enflasyonist ortamlarda yabancı kaynak kullanmak yerine varlıklarını özkaynaklarıyla finanse eden işletmeler nakit, alacak ve stoklarında daha fazla fona ihtiyaç duyacaklardır. Yapılan kredili satışlarda tahsilâtların gecikmesi, işletmelerin alacak devir hızlarını yavaşlatıp işletme sermayesi yetersizliğine neden olacaktır. Yabancı kaynaklara ulaşmakta ortaya çıkan sorunlar, KOBİ'leri işletme sermayesi yetersizliği sorunuyla karşılaştıracaktır(Gök, 2012, s.32). KOBİ'lerde kuruluş aşamasında yapılan önemli hatalardan biri de yatırım tutarı belirlenirken gerekli işletme sermayesi tutarının ihmal edilmesidir. Genellikle sağlanabilen sınırlı sermayenin önemli bir kısmı, sabit varlıklara bağlanmakta, işletme faaliyetinin devamı için gerekli işletme sermayesi, yeterince önemslenmemektedir. Ancak yatırımın başarısı açısından yatırım tutarının sağlıklı bir şekilde belirlenmesi kadar, sabit ve dönen varlıklar arasında dengeli bir şekilde dağıtılması da büyük önem taşır (Dağtan, 2016, s.32).

Ülkede yaşanan yüksek enflasyon ve ekonomik istikrarsızlık durumlarının oluşmasıyla, KOBİ'lerin işletme sermayeleri giderek azalmakta ve sıkıntıya sebep

olmaktadır. Enflasyonun yükselmesiyle üretim nedeniyle sağlanan girdilerin maliyetlerinde artış olmakta ve daha fazla miktarlarda işlem sermayesine ihtiyaç olmaktadır. Maddi duran varlık yatırımları yoğun şekilde yapılan ve belirli üretim ve satış kapasitesine ulaşan işletmeler enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde daha yüksek işletme sermayesine gerek duymaktadırlar. Bu ihtiyacın karşılanma durumu var olan sınırlı kaynaklar ile çözülemediğinden, KOBİ'ler çeşitli kaynaklardan borçlanma yolu denemekte fakat ağır banka teminatları ve yüksek maliyetler nedeniyle yeterli kaynağa ulaşamamaktadırlar. İşletmenin kuruluşu aşamasında yeterli sermayesi bulunmayan ve farklı kaynaklar bulmakta zorluk yaşayan KOBİ'lerin, modernize olabilmesi ve kapasitesini artırabilmesi için yeterli atılımları yapabilmesi oldukça zorlu olduğu görülmektedir (Demir, 2018, s.44). Sermaye yetersizliğinin çözümünde, KOBİ yöneticisinin finansman bilgisinin yetersiz olması ve nitelikli elemanların olmaması gibi etkenler bu sorunu büyötmektedir. Sonuçta, bankalardan teminat karşılığı ve yüksek faiz ödeyerek fon kullanan işletmeler mevcut yatırımlarındaki dönüş hızını ayarlayamadıklarından iflas edebilmektedirler (Hacıevliyagil, 2016, s.36).

4.4.2. Kredi Temin Edilmesinde Yaşanan Sorunlar

KOBİ'ler bankacılık sistemi içerisinde girdiklerinde yüksek faiz oranlar, zor ödeme koşulları, yatırım sonucunda yeterli getirinin sağlanamadığı kısa vadeler, kamusal engeller, teminat unsurlarıyla ilgili yaşanan sıkıntılarla karşılaşmaktadır. KOBİ'lerin kredi değerleri tespit edilirken muhasebe sisteminde var olan sorunlar, kayıt dışı satışlarının yüksek olması, gerçek performansları ile bilanço değerlerinin arasında uyum olmaması, bankalar açısından sorun yaşanmasına sebep olmaktadır. Kısa vadeli kaynaklar sayesinde kendine fon sağlayan bankalar, KOBİ'lerin aslında ihtiyacı olan orta ve uzun vadeli kredi ihtiyacını giderememekte ve KOBİ'ler finansmana erişemeyerek taleplerinin karşılanması noktasında sıkıntılar ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Demir, 2018, s.44).

KOBİ'ler genel olarak kuruluş aşamasında yeterli öz sermaye ile kurulmadıklarından riski yüksek ticari kredilerle finansman ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Bankalar ise kredi verirken daha yüksek miktarda kredi talep eden büyük işletmeleri tercih etmektedirler. Çünkü banka açısından yüksek miktarda kredi maliyeti daha düşük olmaktadır. KOBİ'lerin kredi finansmanında karşılaştığı bir başka sorun da kredi

teminatlarıdır. Riski tamamen bertaraf etme eğilimi içinde olan bankaların kimi zaman kredinin birkaç katı teminat talep ettiği görülmektedir. Büyük işletmeler teminat olarak işletme varlıklarını gösterirken, küçük işletmeler ise genelde işletme sahibinin kişisel mal varlıklarını teminat olarak göstermektedir. İflas halinde ise küçük işletme sahibi tüm varlığını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum küçük işletmeleri kredi yolu ile finansman konusunda çekimser davranmasına neden olmaktadır (İskender, 2009, ss.35-36).

Kredilerle ilgili en önemli sorunlardan biri de yüksek faiz sorunudur. Büyük işletmelere oranla daha fazla faiz oranıyla karşı karşıya kalan KOBİ'lerin, var olan yapı itibarıyla krediden faydalanma imkânları sınırlıdır (Demir, 2018, s.45). Kredi temin edilmesinde karşılaşılan bir diğer güçlük ise KOBİ sahiplerinin finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, kredi almak için gerekli fizibilite etüdü, finansal plan, maliyet gibi işlemler yapamamaları ve bunları yapabilecek uzmanları kısıtlı bütçeleri nedeniyle istihdam edememeleridir (Yörük, 2001, s.191).

Bankaların KOBİ'lere kredi verme konusunda isteksiz olmalarının sebeplerini genel olarak şöyle sıralayabiliriz (Gök, 2012, ss.33-34):

a) Küçük hacimli kredilerde ortaya çıkan yüksek yönetim maliyetleri: Riskli yapıya sahip olan KOBİ'lere verilen kredilerin miktarı artıkça, birim maliyetlerin tutarı da yükselmektedir. Buna göre kredi başvurularını değerlendirme esnasında işletmenin sahip olduğu varlıkları görme/inceleme amacıyla yapılan ziyaretler ile kredi onayı/kredi tahsisinden sonraki süreci takip etme gibi işlemler kredi maliyetlerinde yer alan yönetim maliyetlerini yükseltmektedir..

b) Finansal piyasalarda ortaya çıkan asimetrik bilgi: Finansal piyasaların fonksiyonlarını etkin olarak yerine getirmesinde önemli etkenlerden biri de asimetrik bilgidir. Asimetrik bilgi, kredilendirme sürecinde taraflardan birisi olan banka ile müşterisi arasında bir tarafın diğerine göre daha fazla bilgiye sahip olması sonucunda ortaya çıkmaktadır.

c) Yüksek risk algılaması: Piyasadaki belirsizliklerin ve kayıt dışı oranının yüksek olması, işletmelerin kurumsallaşamamış olması kredilerin yüksek risk grubunda olmasına neden olmaktadır.

d) Teminat Eksikliği: KOBİ'lerin genel olarak finansman kaynaklarına ulaşmada karşılaştıkları sorunlardan birisi teminat yetersizliğidir.

4.4.3. Mali Yapının Zayıflığından Kaynaklanan Sorunlar

KOBİ'ler, muhasebe denetim ve yönetim sistemi bağlamında mali yapıları açısından da birtakım eksiklikler içerisinde olmaları durumunda birtakım sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu bağlamda, KOBİ'lerin de her işletmede olması gerektiği gibi sağlıklı işleyen bir muhasebe denetim ve yönetim sistemine sahip olmaları gerekmektedir.

Ancak Türkiye'de birçok işletme tarafından gözetilmediği gibi KOBİ'lerin büyük çoğunluğu tarafından da bu husus ihmal edilmekte ve muhasebe sistemine, sadece devlete karşı olan yükümlülüğün yerine getirilmesi gözü ile bakılmaktadır. Oysa muhasebe denetimi ve yönetimi sürecinin gereği gibi işletilmemesi, işletme ile ilgili değerlendirmelerin doğru yapılamamasına ve ilgili mevzuatın kapsamında doğru belirlemelerde bulunulmamasına neden olmakta ve bu durum da birçok sorunu beraberinde getirmektedir. KOBİ'lerin mali yapılarına yönelik doğru değerlendirmelerde bulunamamalarına neden olan bu durum, maliyet muhasebesine de gereken önemin verilmemesinde neden olduğundan, gerek müşterilere sunulan fiyatların olması gereken düzeyde belirlenememiş olması ve gerekse de işletme maliyetlerinin gereği gibi hesaplanamaması dolayısıyla sorunlar yaşanmaktadır (Yurtsever, 2018, ss.41-42).

Ekonomideki dalgalanmaların sonucu olarak devlet yüksek miktarda iç borçlanma gereksinimi duymaktadır. Bunun neticesinde finansal piyasaların önemli aktörlerinden olan bankalar, üretim gerçekleştiren işletmelere kaynak finanse etmek yerine faiz getirisi yüksek olan devlete kaynak tahsis etmeyi tercih ederler. Üretim sektörü için sağlanan fonların maliyetlerinin yüksek olduğu için KOBİ'ler de ödeme sıkıntısı yaşayacaklarından bu fonlardan faydalanamamaktadırlar. Ülkede mali piyasalarında yeteri düzeyde gelişmemiş olması KOBİ'leri finansman sağlamak için alternatif yollara yöneltmektedir. En çok kullanılan finansal araç banka kredilerinde bile KOBİ'lere aktarılan miktar oldukça düşüktür (Gök, 2012, ss.38-39).

KOBİ'lerin mali yapıları güçlü olmadığı için finans kurumları tarafından iyi bir müşteri olarak görülmemektedirler. Dolayısıyla yatırım ve büyümeleri için gerekli

olan kaynaklara kolay ulaşamamakta ulaşsalar bile maliyetleri yüksek olmaktadır. Bu nedenle KOBİ'ler para ve sermaye piyasalarından gerektiği gibi yararlanamamaktadır. Mali yapılarının zayıf olması finansal kurumların kaynaklarının büyük işletmelere aktarılmasına neden olmakta, KOBİ'lere fazla ilgi duyulmamasına ve de KOBİ'leri kendilerini başka finansman yöntemleri bulmaya zorlamaktadır. KOBİ'lerin uzmanlaşmamış kişiler tarafından tutulan muhasebe kayıtları ve kayıt dışı faaliyetleri bankaların işletmeleri değerlendirmelerini zorlaştıran bir etkidir (Doğan, 2007, s.99).

4.4.4. Finansal Yönetimdeki Yetersizliklerden Kaynaklanan Sorunlar

İşletmeler arasında şahıs işletmelerinde finansman yönetimi sahip kişi tarafından yapılmaktadır. Orta düzeydeki işletmelerde ise finansman yönetimi, muhasebe Yöneticisi tarafından yerine getirilmektedir. Artan rekabetin getirdiği fırsatlardan faydalanabilecek olan KOBİ'lerin çoğunda ayrı bir finansman bölümü bulunmamaktadır. Ayrıca KOBİ sahiplerinin finansman konusunda uzman personel çalıştırmaması da finansal yönetim yetersizliği olarak bilinmektedir. Böylece KOBİ'ler, finansal piyasalardan sağlayabilecekleri ucuz maliyetli fonları bulmada ve şirketin fon ihtiyacı ile finansal yükümlülüklerini yönetmede yetersiz kalmaktadır (Apan ve İslamoğlu, 2014, ss.212-213).

KOBİ'ler, profesyonel finansal yöneticiler kiralamak istememektedirler. Yeni finansman yöntemleri hakkında bilgi ve deneyimi olan finansal işlerini yabancı bir kişiye bırakmak istemediklerinden dolayı bu yöneticilere yüksek ücretler ödemekten kaçınılmaktadırlar. Yönetimle ilgili bir diğer sorun ise eğitim ve personelle ilgilidir. Hızla değişen ve gelişen teknolojinin piyasa koşulları karşısında uzman desteğini ve sürekli eğitimi her zaman ilke olarak kabul etmek gerekmektedir. Eğitim sorunlarına ek olarak, şirket çalışanları uzmanlık ve enformasyon (bilgi) eksikliği konusunda olumsuz yönde etkilenecektirler. Finansal yönetim eksikliği, alacak hesaplarının, stokların, gelirlerin ve giderlerin düzensiz ve plansız hesaplanmasına neden olmaktadır. Ayrıca, mal sahipleri bu konuda yeterli eğitim ve deneyime sahip değilse, etkin finansman planlama yapamazlar. Finansal kaynaklarını sezgilerine dayanarak kullanırlar ve kaynaklarını yetersiz ve verimsiz kullanmaktadırlar (Günaydın, 2020, ss.23-24).

KOBİ'lerin finansal yönetimdeki yetersizlik sorunları (İskender, 2009, ss.41-42):

- Gerek işletme çalışanları gerekse diğer çalışanların finansman konusundaki bilgi yetersizliklerinden dolayı finansal analizler düzgün olarak yapılamamakta ve bu nedenle işletmelerin finansal durumu net olarak görülememektedir. Ayrıca bu işletmelerde sağlıklı bir muhasebe düzeni de yoktur.
- KOBİ'lerde özellikle devlete karşı yükümlü bulundukları vergilerin, mahalli idarelere karşı olan yükümlülüklerin, bağlı odalara karşı ödenmesi gereken aidatların, sosyal güvenlik kurumuna olan primlerin ödenmesi ile ilgili yetersizlikler ve bu ödemelerin gecikmesi nedeniyle, borçlar daha yüksek tutarlara ulaşmakta ve ek mali yükümlülükler neden olmaktadır.
- İşletme planları içinde yer almayan ek yükler karşılanamadığında yabancı kaynaklara ulaşmadaki zorluklar nedeniyle genellikle öz kaynaklardan ya da akraba ve arkadaşlardan alınan borçlardan yararlanılmaktadır. Ancak uzun dönemde şirketin öz sermayesi azaldığından finansal sorunlar daha da artmaktadır. Bu aşamada kredi mekanizmasına gecikmeli olarak başvurulmakta; ancak beklenen yarar yerine borç miktarının artması ile birlikte girişimcilerin işi terk etmesine kadar uzanan sağlıklı bir dönem başlamaktadır.
- KOBİ'lerin tasarrufların doğru yere yönlendirmede bilinçsiz davranışları ayrı bir sorun oluşturmaktadır. Girişimciler, elde ettikleri karları, yatırımlar yerine ölü yatırım olarak değerlendirilen gayrimenkul alımları gibi özel varlıklarını arttırmada kullanmaktadırlar. Bu gibi durumlar, dolaylı yollarla işletmelerin büyümelerini engellemektedir.

4.4.5. Sermaye Piyasasından Fon Temin Etmede Yaşanan Sorunlar

Sermaye piyasaları, işletmelere fon sağlayarak riskli projeleri finanse eder, işletmeleri piyasalara tanıtarak reel sektörün gelişmesini destekler ve işletmeler üzerinde denetim işlevini gerçekleştirir (İskender, 2009, s.38). KOBİ'ler bankacılık piyasasında sorun yaşadıklarında bir diğer finansman seçeneği olan sermaye piyasasından faydalanma yoluna gidebilmektedirler. Ancak KOBİ'lerin sermaye piyasasından fon temin etmelerinde yaşadıkları sorunlar söz konusudur. İşletmelerin sermaye piyasasından faydalanabilmeleri ve bu piyasanın sunduğu halka açılarak fon sağlama olanaklarını kullanabilmeleri için, hukuki ve idari bazı şartları gerçekleştirmeleri ve bazı niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Örneğin; ortak sayısı 100'den fazla ve ödenmiş

sermayesinin en az % 15'inin halka arz edilmiş olması, kuruluşundan itibaren en az 3 yıl geçmiş olması, sermayesinin en az % 25'inin 100'den fazla kişi elinde bulunduğunun belirlenmesi halinde 2 yıl geçmiş olması, finansman yapısına yönelik faaliyetlerin sağlıklı bir şekilde yürütülebilecek düzeyde olduğunun borsa yönetimi tarafından tespit ve tecil ettirilmiş olması, menkul kıymetin piyasada mevcut ve muhtemel tedavül hacmi açısından borsa yönetimi tarafından önceden belirlenmiş olan kriterlere uygunluk taşınması talep edilen şartlardan bazılarını ifade etmektedir (Yurtsever, 2018, ss.39-40).

Halka açılma yöntemi ile finansman sağlanabilmesi söz konusu yöntemin avantajlarının ve dezavantajlarının iyi bir şekilde analiz edilmesine bağlıdır. Halka açılma yönteminin avantajları ve dezavantajları aşağıda sıralanmaktadır (Çetin, 2007, ss.70-71):

Halka açılma yönteminin avantajları

- Daha düşük maliyetli sermaye sağlama olanağı;
- Borçlanma imkanlarını artırma olanağı;
- İşletme değerini artırma olanağı;
- Prestij sağlama olanağı;
- Likiditenin artırılması olanağı;

Halka açılma yönteminin dezavantajları

- Kontrol kaybı olasılığı;
- Şirket içi bilgilerin ortaya çıkması;
- Ortakları sürekli memnun etme çabası içinde olunması;
- Devamlı gelişme için baskılar
- Masraflar.

KOBİ'lerden bazıları sermaye piyasasının sağladığı avantajlardan yararlanmak isterken bazıları isteksizlerdir. Çünkü işletme sahipleri, işletmedeki hâkimiyet ve otoritelerini paylaşmayı düşünmezler. Bununla birlikte hâkimiyetlerini korumak şartıyla yeni ortakların alınmasını kabul ederek finans imkânlarını değerlendirmeye çalışmaktadırlar (Düzce, 2007, s.50).

KOBİ'lerin sermaye piyasalarından faydalanma konusunda isteksiz olmalarının nedenleri şunlardır (Dülger, 2019, s.28):

- Çoğunlukla şahıs/aile şirketleri tarafından yönetilen işletmelerin yönetim hâkimiyetini kaybetme korkuları,
- Borsaya açılma maliyetlerinin yüksek görülmesi,
- Küçük ölçekli işletmelerin ölçek büyüklüğünün yeterli olmaması,
- Organizasyon yapılarının ve muhasebe sistemlerinin uygun olmayışı,
- Borsaya açılmaları sonucunda kayıt altına alınmaları isteksizliğe yöneltmekte ve KOBİ'ler küçük ölçekte olmanın avantajlarından vazgeçmek istememektedir.

Sermaye piyasalarına girmekten çekinmelerine neden olan negatif faktörlerle birlikte KOBİ'lerin halka arz edilmelerinin ve paylarının borsada işlem görmesinin getirdiği çok sayıda fayda da söz konusudur. Faydaları şöyledir (Gök, 2012, ss.35-36):

- Hisse senetlerinin halka arz edilmesiyle beraber işletmeler kalıcı olarak fon kaynağına kavuşmuş olacaktırlar.
- Borsaya açılan işletmenin mali yapısının güçlenecek ve kaynak talebinde söz konusu olduğunda yeterli miktarda ve uygun maliyetle yabancı kaynak sağlamak kolaylaşmış olacaktır.
- İşletmeler halka açılma kararı verirken vergi kanunları önemli bir role sahiptir. Genelde halka açılan şirketlere bazı vergi avantajları sağlandığı görülmektedir.
- Halka açılarak borsada işlem gören şirketler, ortaklarına ve yatırımcılarına şirketin paylarını, mümkün olan en kısa sürede arz ve talebe göre belirlenen fiyat üzerinden alma ve satma imkânından yararlanılabilmektedirler. Yani, halka açılmak suretiyle firmalar ortaklarına likidite imkânı sağlamış olurlar.
- Halka açık şirketlerin hisse senetlerinin borsada işlem görmesi, gerek şirkete gerekse şirket ürünlerine piyasada tanınma ve prestij avantajı sağlamaktadır. İstikrarlı ve güven verici bir görünüm arz etmesi sonucu şirketin nitelikli işgücü çekebilmesi, ürettiği mal ve hizmetleri minimum maliyetle yurtiçi ve yurtdışı piyasalarda pazarlayabilmesi mümkün olabilmektedir.
- Halka açılmayla birlikte şirketlerin kurumsallaşma süreci hızlanmakta ve böylece KOBİ modern yönetim tekniklerine daha kısa süre içinde kavuşabilmektedir. Özellikle neredeyse tamamına yakını aile şirketlerinden oluşan KOBİ'lerin halka açık hale gelmesi, mülkiyet ve yönetimin ayrılmasıyla şirketin profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmesini ve gerek düzenleyici kurumların gerekse

piyasanın denetim mekanizmaları ile şirketlerin kurumsallaşmasını kolaylaştırabilmektedir.

- Uluslararası piyasalardan fon toplanması kolaylaşmaktadır.
- Hisse senetlerinin borsada işlem görmesi ile birlikte şirketlerin hisse senetleri bankalar ve benzeri kurumlarca teminat olarak kabul edilebildiğinden, piyasadan daha fazla kaynak temini mümkün hale gelmektedir.

4.4.6. Alternatif Finansman Tekniklerinin Yeterince Kullanılmamasından Kaynaklanan Sorunlar

KOBİ'ler, finansman ihtiyaçlarını büyük oranda kendi öz kaynaklarından karşılamakla birlikte, finansman desteğine ihtiyaç duyduklarında genellikle kredi kuruluşlarının ya da bankaların sundukları kredi olanaklarından faydalanma yoluna gitmektedirler. Bununla birlikte KOBİ'lerin büyük bir bölümü; ya alternatif finansman tekniklerinden haberdar olmadıklarından ya da bu teknikleri kullanmada yetersiz kaldıklarından, Eximbank ya da Avrupa Yatırım Bankası tarafından da sunulan leasing ve factoring alternatif finansman temini yollarını kullanamamaktadırlar (Yurtsever, 2018, s.41).

5. TÜRKİYE'DE PAYA DAYALI KİTLE FONLAMASI VE KOBİ FİNANSMANI

5.1. Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Problemleri ve İmkânları

KOBİ'lerin ilk girişim sermayesinin temin edilmesi, Türkiye'de, özellikle teknoloji sektöründeki finansman sağlayıcı kurumlara bakıldığında bunların girişimlerin ilerleyen aşamalarında finansman sağladığını; yatırımın ilk evrelerinde sermayeye ihtiyaç duyan girişimcilerin ise KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kuruluşlardan hibe almaya çalıştıklarını; fakat oldukça zor olan bu süreçlerin yönetilmesi konusunda herkesin başarılı olamadığını, bundan dolayı da çevrelerindeki kişilere yöneldikleri gözlemlenmektedir.

Girişimcilik ekosisteminin temelde iki grup oyuncudan oluşmakta; bir tarafta girişimcilerin, diğer tarafta ise melek yatırımcı, risk sermayesi fonları ve TÜBİTAK, KOSGEB gibi finansman sağlayan kurumların olduğu görülmekte, böyle bir ekosistemde kitlesel fonlama sisteminin girişimcinin ilk sermayeye ulaştığı evre olması beklenmektedir. Türkiye'deki sermaye ve finansman sağlayan kuruluşların ve yatırımcıların sayıca az olması ve bu kişilerin/ kurumların, kendini kanıtlamış girişimlerin geç safhalarına yatırım yapmayı tercih etmelerinden ötürü, ilk girişim sermayesi bulma konusunda zorluk yaşayan girişimciler için, kitle fonlaması sisteminin, yardımcı olabileceği öngörülmektedir.

Kitle fonlaması sistemine, banka kredilerinin yükü altına girmekten çekinen ve devletin uzun bürokratik süreçler sonucu verdiği fonları tercih etmeyen KOBİ'lerin yönelmesi beklenmektedir. Türkiye'de kamu kurumlarının verdiği destekler çok uzun bir süreç ve meşakkatli bir dosya oluşturma gerekmesinden ötürü, ilgili süreçler herkes tarafından tamamlanamamakta; süreç tamamlansa dahi alınan fonlar yeterli miktarda olmayabilmektedir. Bu sebeple kitle fonlaması yöntemi, yatırım öncesi çekirdek sermaye sağlayacak bir platform olarak görülmektedir. Proje sahiplerinin risk sermayesi firmalarından büyük ölçekli yatırım alabilmenin öncesinde onlara ekiplerini kurabilecek ve genel işletme giderlerini karşılayabilecek bir miktarda fonlama sağlamayı amaçladıklarını belirtmektedir. Proje sahipleri, projelerine sponsor veya yatırımcılardan destek buldukları zamanlarda onların koşullarına tabi kalmak zorundadırlar. Kitlesel fonlama ise, herhangi bir sponsora bağlı kalma zorunluluğu

olmaksızın bağımsız bir şekilde yaratıcı projeler hayata geçirilebilme olanağı sunmaktadır.

Kitle fonlamassistemi, girişimci ya da işletmenin gerçekleştirmek istediği projelerin tek başına etki oluşturamayacak çok sayıda kişi tarafından yetkilendirilmiş platformlar aracılığıyla küçük yardımlar ile desteklenmesidir. Gerçekleştirilmek istenen fikir herhangi bir şey olabileceği gibi uygulamada inovatif fikirlerin kullanıcılar tarafından daha çok desteklendiği görülmektedir. Yeni bir iş fikrine ya da projeye sahip işletmeler, kendilerini ve projelerini anlatan video ve benzeri materyalleri kullanıcıların erişebilecekleri online platformlara yükleyerek, ilgililerden finansal destek talep etmektedir. Destek talebinde bulunan girişimci, tanıtıcı videolarla birlikte, sahip olduğu fikri hayata geçirebilmek için ihtiyaç duyduğu sermaye miktarını ve sermayenin 47 toplanacağı süreyi belirtmek suretiyle ilgililerden fon toplamaya başlamaktadır (Zengin, Yüksel ve Kartal, 2017, s.22).

Toplanan destek, başlangıçta belirtilen süre içinde ihtiyaç duyulan sermayeye eriştiğinde, platforma yüklenen proje başarılı sayılır ve kitle fonlama platformunun aracılık komisyonu kesildikten sonra toplanan destek tutarı proje sahibine aktarılır. Buna karşın, eğer proje kapsamında ihtiyaç duyulan sermaye tutarı başlangıçta belirtilen sürede toplanamazsa, toplanan destek tutarları destekçilere herhangi bir kesinti olmaksızın iade edilir. Proje başarılı sayılıp toplanan destekler girişimciye aktarıldıktan sonra, girişimci tarafından projeye destek verenlere, verilen destek karşılığı olarak çeşitli ödüller verilebileceği gibi, hayata geçen iş fikrinden hisse veya ortaklıkta söz konusu olabilmektedir. İlgililerin projeye yaptıkları destek karşılığında girişimci tarafından vaat edilen ödül ya da maddi karşılıkların verilmemesi durumunda platformların herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. İçerik sahiplerinin fikirlerini ya da gerçekleştirmek istedikleri projelerini yükledikleri ve ilgililerden sermaye ihtiyaçlarını karşıladıkları kitle fonlama platformları ülke uygulamalarında farklılık gösterse de ana hatlarında büyük benzerlik taşımaktadır (Ünsal, 2017, s.7).

Bu çerçevede bazı platformlar, projenin hayata geçirilebilmesi için başlangıçta belirtilen sermaye ihtiyacının tamamının toplanması durumunda girişimciye bu sermayeyi aktarırken, bazı uygulamalarda toplanan rakam ne olursa olsun belirlenen komisyon kesintisi yapıldıktan sonra girişimciye sermaye aktarımı yapılmaktadır. Bazı platformlar içerik sahipleri için ülke sınırlaması olmaksızın dünya genelinden destek

toplarken, bazı platformlar sadece bulundukları ülkeden ya da belirli ülkelerden destek kabul etmektedir. Bazı platformlara vatandaşlık önemli olmaksızın içerik yüklenebilirken, bazılarında vatandaşlık esası gözetilmektedir. Bazı platformlar sadece yenilik içerikli teknolojik fikir ve içerikleri kabul ederken bazıları herhangi bir kistas olmaksızın her türlü içeriği kabul edebilmektedir. Platformlar genellikle toplanan destek tutarı üzerinden %4-%9 oranında komisyon ücreti almakla birlikte bazı platformlar aracılık komisyonu almayabilmektedir (Fettahoğlu ve Khusayan, 2017, s.501)

Hisseye dayalı kitle fonlaması modelinde, gereksinim duyulan finansman tutarı karşılığı işletmenin paylarının bir kısmının satışa sunulması veya kâr paylaşımı hakkı tanınması ile finansman ihtiyacı giderilmeye çalışılmaktadır (OECD, 2013, s.49).

Günümüz ekonomi koşulları altında, girişimciler ya da yeni kurulan işletmeler sermaye ihtiyaçlarını geleneksel finans kurumlarından sağlamakta güçlük çekmektedir. Hisse bazlı kitle fonlaması sistemi, ortaklık modeline dayanmakla birlikte sermaye piyasalarında geleneksel halka arz sistemlerinden farklı olarak, yetkilendirilmiş online platformlar aracılığıyla halka arz anlamına gelmektedir. Yeni kurulan işletmelerin sermaye piyasalarında halka arzın gerektirdiği koşulları yerine getirememesi, bunun sonucu olarak finansmana erişim imkanlarının kısıtlanması sebebiyle hisse bazlı kitlesel fonlama modeli bu işletmelere online platformlarda hisselerini satarak sermaye ihtiyacını karşılama imkanı sunmaktadır.

Yılmaz (2019, s.79) KOBİ'lerin alternatif finansman kaynakları kullanımıyla ilgili olarak sorulan soruların cevaplarına göre KOBİ'ler tarafından en fazla kullanılan alternatif finansman kaynağının devlet teşvikleri olduğu tespit edilmiştir. KOBİ'lerin devlet teşviklerinden sonra kullandığı alternatif kaynaklar; Kredi Garanti Fonu destekleri, finansal kiralama, factoring ve girişim/risk sermayesidir. Anket kapsamındaki KOBİ'lerin Ar-Ge çalışmaları yapmasına ve finansman sıkıntısı yaşamasına rağmen genel olarak forfaiting, franchising, barter, sermaye piyasası/KOBİ borsası ve kitle fonlama sistemini alternatif finansman kaynağı olarak kullanmamışlardır.

5.2. Türkiye’de Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformları

5.2.1. Paya Dayalı Kitle Fonlaması Platformuna İlişkin Mevzuat

“Paya Dayalı Kitle Fonlanması” Tebliği, 3 Ekim 2019 tarihinde Resmi Gazete de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu Tebliğin amacı, paya dayalı kitle fonlamasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, paya dayalı kitle fonlamasına, kitle fonlama platformlarının SPK listesine alınmalarına ve faaliyetlerine, paya dayalı kitle fonlaması yoluyla halktan para toplanmasına ve toplanan fonların ilan edilen amacına uygun olarak kullanıldığının kontrolü ve denetimine ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. Herhangi bir pay karşılığı olmaksızın kitle fonlama platformları tarafından ödül veya bağış karşılığında fon toplanması faaliyetleri bu Tebliğ’in hükümlerine tabi değildir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 1-3).

5.2.1.1. Paya dayalı kitle fonlaması platformlarının kurul listesine alınması

Kitle fonlama platformlarının faaliyet gösterebilmelerinin koşulu SPK tarafından listeye alınmaları sonrasında mümkün olmaktadır (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 5-1) Platformun, listeye alınabilmesi için gerekli belgelerle beraber SPK’ya başvurması gerekmektedir. Platformun SOK listesine alınabilmesi için aşağıdaki şartları taşıyor olması gerekir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 5-3):

- a) Anonim ortaklık şeklinde kurulmuş olmaları,
- b) Asgari sermayesinin 1.000.000 TL’den az olmaması, sermayesinin tamamının nakden ödenmiş olması ve ödenmiş sermayesi ile özsermayesinin bu tutardan az olmaması (asgari özsermaye koşulu, platformun SPK tarafından listeye alınmasını takip eden 2 yıl boyunca yarısı oranında uygulanır),
- c) Paylarının tümünün nama yazılı olması,
- ç) Ticaret unvanlarında “Kitle Fonlama Platformu” ifadesinin olması,
- d) Ana sözleşmesinin Tebliğ hükümlerine uyumlu olması ve ana sözleşmesinin faaliyetlere ilişkin maddesinde platformun münhasıran kitle fonlaması faaliyetlerinde bulunacağının açıkça ifade edilmesi,
- e) Ortaklarının ve yönetim kurulunun üyelerinin aranan gerekli koşulları taşımaları,

- f) Platformun yönetim kurulunun en az üç kişiden oluşturulması,
- g) Yatırım komitesi kurmuş olmaları,
- ğ) İç kontrol sistemini, risk yönetimi sistemini ve muhasebe ile operasyon biriminin oluşturulmuş olması,
- h) SPK'nın bilgi sistemleri yönetimi düzenlemelerinde dar yetkili aracı kurumlar için istenen bilgi sistemleri altyapısını oluşturmuş ve faaliyete geçirmiş olmaları,
- ı) Belge, kayıt ve muhasebeyi yürütecek sorumlu birimde yeterli sayıda personel istihdam etmiş olmaları,
- i) Paya dayalı kitle fonlaması faaliyetlerinin operasyonel işlemlerinin yerine getirilmesini sağlamak üzere MKK ve emanet yetkilisi ile sözleşme imzalanmış olması ve bilgi işlem sistemleri ile teknolojik altyapılarını bu kuruluşların saptadığı ilkeler kapsamında uyumlu hale getirmiş olmaları,
- j) Üyelerin, girişim şirketi yetkilileri ve/veya girişimciyle elektronik ortamda iletişim sağlayabilecekleri altyapının platform bünyesinde oluşturulması,
- k) Kendi personeli arasında, personeli ile hizmet verdiği kişiler arasında veya hizmet verdiği kişilerin kendileri arasında meydana gelebilecek çıkar çatışmalarını tanımlamaları, çıkar çatışmalarını önlemek için alınabilecek önlemleri ve çıkar çatışmalarının önlenememesi halinde takip edilecek prosedürleri kapsayan yazılı bir çıkar çatışması politikası oluşturmaları ve bu politikayı yönetim kurulu kararına bağlamaları gerekmektedir.

5.2.1.2. Platformun ortaklık yapısı değişiklikleri

SPK Listesine alındıktan sonra ortaklık yapısının değiştirilmesinde platformun ortağı olan gerçek ve tüzel kişilerle platformların önemli etkiye sahip tüzel kişi ortaklarının önemli etkiye sahip ortakları için platform ortaklarına ilişkin öngörülen koşullar aranır. Platformların ortaklık yapısında meydana gelen değişiklikleri, yeni ortakların Tebliğ'deki koşulları taşıdıklarını ispatlayıcı vesikaları kapsayacak biçimde değişikliğin yapıldığı tarihten itibaren 5 işgünü içerisinde SPK'ya bildirir. Ayrıca platformun ortaklık yapısının şeffaf ve açık olmasının sağlanması ve güncel ortaklık yapısı bilgilerinin platform bünyesinde daima incelenmeye açık bulundurulması gerekmektedir. Tebliğdeki hükümlere aykırı şekilde yapılan pay devirleri platforma ait pay defterine kaydedilemez. Pay defterine bu hüküme aykırı şekilde

gerçekleştirilen kayıtlar hüküm ifade etmez (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 8)

5.2.1.3. Yatırım komitesi

Paya Dayalı kitle Fonlaması Platformları Tebliği göre yatırım komitesi kurmak zorundadırlar. Yatırım komitesi kurma göre platformun yönetim kurulundadır. Buna göre platforma ait yatırım komitesinin aşağıdaki koşulları taşıması gerekir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 9-1):

- a) Komite en az üç üyeden oluşmalıdır.
- b) Komitedeki üye sayısının çoğunluğunun finansman, işletme, girişimcilik, hukuki danışmanlık, teknoloji, sanayi ve ticaret gibi alanlarda en az 5 yıllık tecrübesi olan kişilerden oluşması gerekir.
- c) Sadece bir üyesinin platformun yönetim kurulu üyesi olması ve bu üyenin kurucularda aranan şartlara sahip olması gerekir.
- ç) En az bir üyenin Sermaye Piyasası Faaliyetleri Düzey 3 Lisansı sahibi bulunması gerekir.
- d) Üyelerinin tümünün kurucularda aranan şartları sağlaması gerekir.

Yukarıdaki koşullardan bir tanesinin kaybedilmesi durumunda platform yönetim kurulu en geç 10 işgünü içerisinde bu koşulların tekrar sağlandığını ispatlayan bilgileri ve vesikaları SPK'ya iletmelidir. Yatırım komitesi üyeliklerinden herhangi bir tanesinin boşalması halinde, bu halin gerekçesi platform tarafından yazılı şekilde 2 işgünü içerisinde SPK'ya bildirilir. Yatırım komitesinin görev ve sorumluluklarına ilişkin ilkeler aşağıdaki şekildedir (Paya Dayalı Kitlen Fonlaması Tebliği, Madde 9/5-9)

- Yatırım komitesinin görevi, bilgi formunun onaylanması ve asgari unsurları belirlenen fizibilite raporunun incelenmesi için objektif değerlendirme ölçülerini ve metodlarını kapsayan değerlendirme politikaları oluşturmaktır. Belirlenen bu politikalar platformun yönetim kurulunca karara bağlanarak platform ile kamuoyuna duyurulur.
- Yatırım komitesinin kitle fonlaması bilgi formunu onaylaması üye tamsayısının çoğunluğunun bu iradeyle karar vermesiyle mümkün olmaktadır. Formun

onaylanması için platform tarafından daha ağır bir oranın saptanması mümkündür.

- Yatırım komitesi üyeleri; kendilerinin, eşlerinin, alt ve üstsoylarının sermayesi, denetimi ve yönetimi bakımından doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili oldukları projelere veya girişim şirketlerine ait kampanya başvurularının değerlendirilmesi sırasında oy kullanamazlar.
- Yatırım komitesi üyelerinden herhangi birinin bir girişim şirketinin veya projenin kampanyasının platformda yayımlanma kararına karşı şerh koyması durumunda, bu şerhe ve şerhin gerekçesine ilişkin ilgili girişim şirketinin ya da projenin kampanya sayfasında açıklama yapılması gerekir.
- Yatırım komitesi üyeleri bu faaliyetleri karşılığında girişim şirketlerinden ya da girişimcilerden herhangi bir ekonomik menfaat sağlayamazlar ve değerlendirdikleri kampanyalara fon temin edemezler.

5.2.1.4. Platformun listeden çıkarılması

Tebliğ’de paya dayalı kitle fonlaması platformlarının listeden çıkarılmasına ilişkin hükümler aşağıdaki gibidir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 10/1-5).

- Platformun, kuruluşunda istenen koşullardan herhangi birini kaybetmesi durumunda bu hali 2 işgünü içinde SPK’ye bildirmelidir. SPK’nın verdiği uygun süre içerisinde listeye alınma koşullarını tekrar sağlayamayan platform, SPK tarafından listeden çıkartılabilir.
- Tebliğ gereğince SPK’na gönderilen finansal tablo ve raporlardan asgari sermaye şartını kaybettiğinin saptanması durumunda SPK ilgili koşulun sağlanması için platforma makul bir süre verir. SPK tarafından verilen süre içinde koşulun sağlanamaması durumunda platform SPK tarafından listeden çıkarılabilir.
- SPK düzenlemelerine ters fiilleri saptanan platformlar ile faaliyetlerine geçici olarak ara verilen ya da faaliyet izinleri iptal edilen katılım bankaları ve geniş yetkili aracı kurumlar SPK’ca re’sen listeden çıkartılabilir.
- SPK re’sen ya da başvuru üzerine listeden çıkartılan platformlar, listeden çıkarılmaya ait SPK karar tarihinden itibaren 1 yıl süre ile kitle fonlaması faaliyetinde bulunmak için tekrar listeye alınmak üzere SPK’ya başvuru yapamaz. SPK tarafından re’sen listeden çıkartılan platformun ortakları 1 yıl süreyle kitle fonlaması faaliyetlerinde bulunmak üzere SPK’ya listeye alınmak için başvuru

yapan başka bir platformda ya da SPK listesinde bulunan bir platformda herhangi bir unvan altında görev alamazlar ve ortak olamazlar.

- Platformların, listeden çıkarılmaya ait SPK kararı kendilerine tebliğ edildiği tarihten başlayarak en geç 3 ay içerisinde fesih kararı almaları ya da ana sözleşmelerini ticaret ünvanı ile amaç ve faaliyet konuları da dâhil paya dayalı kitle fonlaması faaliyetlerini içermeyecek biçimde değiştirmeleri zorunludur. Bu değişikliklerin yayımlandığı Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, ilanı izleyen on (10) işgünü içinde SPK'ya gönderilmelidir. Listedен çıkarılmalarına ait SPK kararının kendilerine tebliğ edildiği tarihte platformların para toplama yetkileri sonlanmaktadır.

5.2.1.5. Platformların yapabilecekleri ve yapamayacakları faaliyetler

Platformlar münhasıran kitle fonlaması faaliyeti yürütebilirler. Kitle fonlaması faaliyeti yürütülürken uyulması gerekli esasların, girişim şirketi ya da girişimci ile platform arasında yapılacak ve asgari unsurları kapsayan yazılı bir kitle fonlaması sözleşmesine bağlanması zorunludur. Platformlar (Madde 11/1-3):

- a) Fon toplayan, her bir girişim şirketi ya da proje için kampanya sayfası oluşturarak, kampanya süreci ve kampanyanın gerçekleştiği takvim yılını izleyen 5 yıl süresince girişim şirketine ilişkin dönemsel açıklamaların bu sayfa üzerinden yapılmasını teminen gerekli altyapının kurulmasıyla yükümlüdür.
- b) Yatırım komitesi tarafından onay edilen bilgi formunun kampanya sayfasında yayımlanması, bilgi formu ve kampanyaya ilişkin yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyebilecek her türlü bilginin kampanya boyunca ve kampanyanın yapıldığı takvim yılını izleyen 5 yıl süresince bu sayfada yatırımcıların incelemesine açık tutulmasıyla yükümlüdür.
- c) Yatırımcılardan toplanan fonların emanet yetkilisi nezdinde kampanyanın vadesi bitene kadar platform adına, kampanya süresinin hedeflenen fon tutarına ulaşarak tamamlanması sonrasında girişim şirketi adına açılan hesaplarda bloke edilerek girişim şirketine aktarılmasını ya da Tebliğde ifade edilen ilkeler kapsamında yatırımcılara iadesini sağlamakla yükümlüdürler.
- ç) Payların MKK bünyesinde kayden oluşturulma sürecine kadar yapılacak işlemleri yerine getirmek ya da bir yatırım kuruluşu aracılığıyla yerine getirilmesini sağlamakla yükümlüdürler.

- d) Yatırımcıların haklarının ve menfaatlerinin korunmasını ve olası hak kayıplarını ve suistimalleri önleyecek tedbirlerin alınmasıyla yükümlüdürler.
- e) Yatırımcılara, girişim şirketlerine ve girişimcilere ilişkin bilgilerin gizliliğini sağlamak ve bu bilgilerin gizliliğini sağlamayı teminen gereken her türlü tedbiri almakla sorumludurlar.
- f) Emanet yetkilisinin toplanılan fonu nemalandırıp nemalandırmayacağını, alınacak ücretler, komisyonlar ve kesintilerin internet sitesinde ilan edilmesiyle sorumludur.

Platformlar aşağıdaki faaliyetlerini yürütürken aşağıdakilere dikkat etmek durumundadırlar (Madde 11/4-12):

- Platformlar, her bir kampanyanın değerlendirilmesinde ve yayınlanmasında adaletli ve şeffaf olarak; tarafların arasındaki çıkar çatışmalarına neden olmamakla yükümlüdür.
- Platformlar, girişim şirketlerinin ya da proje sahibi girişimcilerin kampanya başvurularını yatırım komitesine sunmadan önce reddedebilirler. Reddedilmiş başvuruların reddedilmesinin gerekçesinin platformca başvuru sahiplerine bilgilendirme yapılmalıdır.
- Yatırım komitesine sunulan kampanya başvurularının platformda yayınlanması yatırım komitesinin onaylamasıyla mümkün olmaktadır. Bu onay, yatırım komitesinin oluşturduğu değerlendirme politikalarında yer alan her bir kriter açısından yatırım komitesi tarafından yapılan değerlendirmeleri kapsayan bir rapora bağlanmalıdır.
- Platformlar, kampanyalarını yürüttükleri girişim şirketlerini ya da projelerin girişimcilerini Tebliğ çerçevesindeki yükümlülükleri konusunda bilgilendirme yapmak zorundadırlar. Platformların bu yükümlülüğü yerine getirdiklerine ilişkin ispatlama yükü platformundur.
- Platformların, yatırım komitesinin kitle fonlaması bilgi formunu onaylamasına ait değerlendirme sürecinde girişim şirketlerinden ya da girişimcilerden yeterince bilgiyi ve belgeyi sağlamaları ve yatırım komitesinin kararına esas olan belgeleri, kayıtları ve raporları saklamaları zorunludur.
- Platformlar, her bir kampanya için hedeflenmiş olan ve toplanan fon tutarını, fon sağlayan yatırımcıların sayısını ve geriye kalan kampanya süresini platformdan

anlık olarak açıklamalıdır. Fonlamanın gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmadan, her bir kampanya için kampanya süresinin sona ermesini izleyen işgünü fonlama sonuçları platform üstünden kamuoyuna duyurulmalıdır.

- Platformlar, kendilerine ve yürüttükleri faaliyetlere ait tanıtımlarda ve reklamlarda sadece kampanya sürecini tamamlamış girişim şirketlerinden ve projelerden faydalanabilirler.
- Platformlar, 6 aylık ve yıllık takvim dönemleri itibariyle asgari olarak fonlaması gerçekleşen, gerçekleşmeyen ve iptal edilen toplam kampanya sayılarını, fonlaması gerçekleşen kampanyalara üyelerce temin edilen toplam fon tutarına ait bilgileri içeren rapor hazırlanır. Rapor ilgili dönemin sona ermesini izleyen 30 gün içerisinde elektronik olarak SPK'ya iletilir ve platformdan kamuoyuna açıklanır.
- Geniş yetkili aracı kurumlar hariç platformlar, Türk Ticaret Kanunu gereğince hazırlamış oldukları finansal tablolarını ve raporlarını ya da VUK gereğince hazırlamış oldukları yıllık finansal tablolarıyla faaliyet raporlarını takvim yılını takip eden 4. ayın sonuna kadar SPK'ya gönderir ve internet sitesinde kamuoyuna duyurur.

Platformların gerçekleştiremeyecekleri faaliyetler ise aşağıdaki gibidir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 12):

- Katılım bankalarına ait mevzuattaki özel hükümler saklı kalmak koşuluyla kitle fonlaması platformları, faiz ya da her ne isimle olursa olsun bir ivaz karşılığı ya da rehin olarak kredi ya da ödünç para verme işlemlerine aracılıkta bulunamazlar. Paya dayalı kitle fonlaması haricinde herhangi bir sermaye piyasası aracının karşılığında kitle fonlaması faaliyetleri yapamazlar.
- Platformlar, yurt dışında yerleşik gerçek kişilere ve tüzel kişilere dönük Türkiye'de yerleşik kişilerden fon toplanması maksadıyla kitle fonlaması faaliyetleri yapamazlar.
- Platformlar, gayrimenkul ve gayrimenkule dayalı hakların alımı-satımı ve gayrimenkul projelerinin geliştirilmesi ile girişim şirketlerine iştirak edilmesine yönelik kitle fonlaması faaliyetleri yürütemezler.
- Platformlar, girişim şirketi ya da projelere ait yatırımcılara dönük olarak yatırım tavsiyesi niteliği taşıyan değerlendirmeler, analizler ve yorumlarda bulunamazlar.

- Platformlar, girişim şirketini ya da kampanya süreci tamamlanmamış projeleri tanıtmaya yönelik basılı ya da elektronik ortamda paylaşılan tanıtıcı bilgilerle platforma veya kampanya sayfasına yönlendirme yapan tanıtımlar dışında kampanyası yürütülen girişim şirketlerine ya da projelere ait ticari ürün ve/veya hizmetlerin tanıtım ve reklamlarını yayınlayamazlar.
- Geniş yetkili aracı kurumlar hariç olmak üzere platformlar, paylara ilişkin olarak ikincil piyasa işlemlerinde aracılık yapamazlar. Platformların internet siteleri üzerinden üyelerinin kendi aralarında iletişim kurmalarına imkân tanınması bu hükme aykırı değildir.

5.2.1.6. Yurt dışında yerleşik platformların faaliyetleri

Türkiye’de yerleşik kişilere dönük tanıtım, reklam ve pazarlama gibi faaliyetler yapılmamış olması koşuluyla, Türkiye’de yerleşik kişilerin tümüyle kendi iradeleri kapsamında, yurt dışında yerleşik platformlar üstünden katıldıkları kitle fonlaması işlemleri, bu gayeyle yurt dışında açtıkları hesaplar, bu hesaplara gönderilen nakit ve diğer kıymetler ile bu hesaplar üzerinden gerçekleştirdikleri işlemler bu Tebliğin kapsamında değildir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 13-1).

Yurt dışında yerleşik platformlar tarafından Türkiye’de iş yeri açılması, Türkçe internet sitesi kurulması, sunulacak kitle fonlaması faaliyetlerine ait olarak doğrudan ve/veya Türkiye’de yerleşik kişi veya kurumlar aracılığıyla tanıtım ve reklam faaliyetlerinde bulunulması hallerinden herhangi birinin olması durumunda faaliyetlerin Türkiye’de yerleşik kişilere yönelik olduğu kabul edilir ve bu Tebliğ’deki hükümlerin uygulanması gerekir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 13-2).

5.2.1.7. Platforma üyeliğe ve kampanya sürecine ilişkin ilkeler

Platforma üye olma işlemleri aşağıdaki gibidir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 14/1-3):

- - Yatırımcıların kitle fonlaması işlemlerinde bulunabilmesi için işlem yapacakları platforma dijital olarak üye olmaları gerekir.
- - Platformlar tarafından üyelik işlemleri çerçevesinde;
 - a) Türkiye’de yerleşik gerçek kişiler ile tüzel kişilerin imza yetkilileri için MKK’nca belirlenen ilkeler kapsamında e-Devlet Hizmetlerinin Yürütülmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte tanımı yapılan

kimlik doğrulama işleminin yapılmasının sağlanması ve bu şekilde kimlik bilgileri belirlenip teyit edilen üyelere ait bilgilerin MKK'na iletilmesi,

- b) Türkiye'de yerleşik olmayan kişiler için bu kişiler adına MKK bünyesinde hesap açıldığının ve bu hesaba ilişkin sicil tanımlama işleminin yapıldığının saptanması ve bu şekilde kimlik bilgileri saptanan ve teyit edilen üyelere ait bilgilerin MKK'ya iletilmesi,
- c) Üyelik sözleşmesinin imzalanması, üyelik sözleşmesinin elektronik ortamda saklanması ve bir örneğinin uygun haberleşme araçlarıyla üyelere gönderilmesi,
- ç) Üyelerden, Paya Dayalı Kitle Fonlaması Faaliyetleri Genel Risk Bildirim Formu'nun okunarak anlaşılmış olduğuna ilişkin yazılı ya da elektronik bir beyan alınması, bu beyanın saklanarak bir örneğinin uygun haberleşme araçlarıyla üyelere gönderilmesi,
- d) Üyelerin kitle fonlaması yatırımlarına ait riskleri anlayabilecek bilgi ve deneyime sahip olduklarının, yatırımlarının tamamını kaybedebileceklerinin ve sahip olacakları payların devir imkânının kısıtlanabileceğini anladıklarının saptanması ve yapılan saptama neticesinde kitlesel fonlama yatırımlarına uygun olmadığı değerlendirilen kişilerin üyelik başvurularının kabul edilmemesi,
- e) Nitelikli yatırımcılara üyelik oluşturulabilmesi için üyelik işlemleri tamamlanmadan önce üyenin MKK nezdinde nitelikli yatırımcı olduğunun belirlenmesi,
- f) Üyelerin varsa yıllık net gelirlerine ait beyanlarının MKK'na iletilmesi ve bu beyanların saklanması, gereklidir.

5.2.1.7.1. Yatırım sınırları

Nitelikli yatırımcı olmayan gerçek kişilerin, bir takvim yılı içinde paya dayalı kitle fonlaması yoluyla en fazla 20.000 TL yatırım yapması mümkündür. Fakat, bu sınır 100.000 TL'yi aşmaması şartıyla yatırımcıların platforma beyan ettiği yıllık net gelirinin %10'u şeklinde uygulanabilir. Yatırım sınırlarının kontrol edilmesi, platformlar tarafından üye bazında MKK'ya iletilen en son tarihli beyan dikkate alınarak MKK tarafından gerçekleştirilir (Paya Dayalı Kitle Fonlama Tebliği, Madde 15/1-2).

5.2.1.7.2. Fon toplamaya ilişkin esaslar

Platforma fon toplamaya ilişkin esaslar aşağıdaki gibidir (Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği, Madde 16/1-10):

- a) Toplanan fonların yatırıma aktarılmasının öncesinde girişim şirketinin kuruluş işlemlerini tamamlamış olması ve bu fonların sadece sermaye artırılması şekliyle çıkarılacak payların karşılığında girişim şirketine aktarılması zorunludur. Girişim şirketlerinin mevcut paylarının satılması suretiyle platforma fon toplanması mümkün değildir. Sermaye artırılması suretiyle çıkarılacak paylar oydan yoksun ihraç edilebilir.
- b) Girişim şirketinin payları karşılığında yatırımcılardan toplanan fonların tümünün nakit olarak ödenmiş olması şarttır.
- c) Yatırımcılara verilecek payların tüm ortaklık hak ve koşullarıyla varsa bu paylara ait imtiyazlar, bilgi formunda açık bir şekilde belirtilmelidir. Nitelikli yatırımcıların haricindeki yatırımcılara verilecek payların arasında imtiyaz farklılığı oluşturulamaz.
- d) Platform bünyesinde kampanya yapılabilmesi için yatırım komitesi tarafından kitle fonlaması bilgi formunun onaylanmış olması ve bu formun kampanyanın web sayfasında yayınlanması zorunluluk arzeder.
- e) Yatırım komitesi tarafından kitle fonlaması bilgi formunun onaylanabilmesi için asgari olarak bilgi formundaki bilgilerin tutarlı, anlaşılabilir ve SPK tarafından belirlenmiş olan kitle fonlaması bilgi formu standartlarına göre noksansız olduğunun tespit edilmesi zorunludur.
- f) Platformlar, her bir kampanyaya ait onaylanmış bilgi formunun, fon sağlama talebinin iletilmesinin öncesinde üye tarafından okunduğunu belirlemekle yükümlüdürler.
- g) Bir girişim şirketi ya da girişimci tarafından herhangi bir 12 aylık dönemde kitle fonlama platformları vasıtasıyla en fazla iki kampanya ile fon toplanabilir. Bu dönemde toplanabilecek fon tutarı, SPK tarafından izahname hazırlama yükümlülüğünden muafiyet tanınan ve her yıl SPK Bülteniyle ilan edilen ihraç sınırını aşamaz. Bilgi formunda açıklanmak ve ihraç sınırını aşmamak koşuluyla talep edilen fon miktarının en fazla %20'si kadar ek fon toplanabilmesi mümkündür.

- h) 1.000.000 TL'sını aşan fon taleplerinde, hedeflenmiş olan fonun en az %10'una karşılık gelen tutarın kampanya süresi içinde nitelikli yatırımcılar tarafından karşılanmış olması gerekir. Bu zorunluluk, toplanan ek fonlara uygulanmamaktadır. Belirlenmiş sınırların altında olmamak şartıyla, girişim şirketi ya da girişimci tarafından bilgi formunda gösterilmek şartıyla nitelikli yatırımcılara tahsis etme oranı saptanabilir.
- i) Yukarıda (g) ve (h) bentlerinde belirtilen yatırımın sınırlarına ait kontroller, MKK'nca yapılır.
- i) Girişimciler ya da girişim şirketinin ortakları, kampanya sürecinin başladığı tarihi takip eden 3 yıl içerisinde miras, mirasın paylaşımı, eşler arasındaki mal rejimi hükümleri ya da cebri icra nedenleriyle yapılacak devirler ile girişimciler veya girişim şirketi ortaklarının nitelikli yatırımcılara ya da kendi aralarında yapacakları devirler hariç olmak üzere paylarını devredemezler.

5.2.1.7.3. Kampanya süreci

Platformların kampanya sürecinin aşağıdaki şekilde yürütülmesi gerekmektedir (Madde 17/1-11):

- 1) Kampanya süreci, bir girişim şirketi veya girişimci tarafından herhangi bir kitle fonlama platformuna fon toplama talebiyle başvurulduğu anda başlamaktadır. Mevcut kampanya süreci tamamlanmadan aynı girişim şirketi ya da girişimci tarafından başka bir kampanya süreci başlatılamaz.
- 2) Kampanyanın süresi, yatırım komitesi tarafından onaylanan bilgi formunun kampanya sayfasında yayımlandığı tarihte başlar ve bu süre 60 günden fazla olamaz. Platform üyeleri tarafından kampanya süresi boyunca ilgili girişim şirketi ya da projeye yönelik fon sağlama talepleri platforma iletilir. Bu taleple eş zamanlı olarak üyeler fon sağlamaya ilişkin ödeme emirlerini kimlik bilgileri ile uyumlu bir ödeme aracı vasıtasıyla yerine getirirler.
- 3) Platformlar, yatırımcıların kendilerine ilettikleri fon sağlamaya ilişkin taleplerini kampanya süresi boyunca anlık olarak MKK'ya ve emanet yetkilisine iletir. Fonların toplanması, toplanan fonların emanet yetkilisi nezdinde platform adına açılan hesapta bloke edilerek girişim şirketine aktarılması ve/veya söz konusu fonların ve varsa nemalarının yatırımcılara iade edilmesi emanet yetkilisi tarafından temin edilir.

- 4) Yatırımcılar, fon sağlamaya ilişkin ödeme emrini verdikleri andan itibaren kırksekiz saat içerisinde cayma hakkına yönelik bildirimin platforma iletilmesi suretiyle hiçbir sebep gösterilmeksizin cayma hakkını kullanabilirler. Cayma hakkının kullanılması durumunda izleyen işgünü içerisinde emanet yetkilisi tarafından fon tutarının iadesi için gerekli işlemler yerine getirilir.
- 5) Varsa ek satış dahil hedeflenen fon tutarının kampanya süresinin bitiş tarihinden önce toplanması halinde, cayma hakkı sürelerinin tüm yatırımcılar açısından sona ermesi şartıyla kampanya süresi erken bitirilebilir.
- 6) Kampanya süresinde, varsa ek satış dahil hedeflenen fon tutarının üzerinde fon toplanması durumunda, platform tarafında bilgi formunda belirtilen usul ve esaslar kapsamında belirlenen dağıtım listesi dikkate alınarak bu tutarı aşan kısmın yatırımcılara iadesi yatırımcılar arasında eşitsizliğe neden olmayacak biçimde yerine getirilmelidir.
- 7) Kampanyanın erken sonlandırılması ya da kampanya süresiyle birlikte cayma hakkı sürelerinin tüm yatırımcılar açısından sona erdiği tarih itibariyle hedeflenen fon tutarının toplanmış olması hallerinde varsa toplanan fon tutarının nemasının yatırımcılara iadesi sonrasında;
 - a) Girişim şirketi tarafından yürütülen kampanyalarda, platform adına emanet yetkilisi nezdinde açılan hesapta bloke edilen fon, girişim şirketinin emanet yetkilisi nezdinde açılan bloke hesabına aktarılır. İlgili girişim şirketi tarafından kampanya süresinin sona ermesini izleyen 30 işgünü içerisinde toplanan fon tutarı kadar sermaye artışı yapılır.
 - b) Girişimci tarafından yürütülen kampanyalarda, kampanya süresinin sona ermesini izleyen 90 gün içerisinde girişim şirketi kurularak emanet yetkilisi nezdinde platform adına açılan hesapta bloke edilen fon, girişim şirketinin emanet yetkilisi nezdinde açılan bloke hesabına aktarılır. En geç kuruluş işleminin ticaret siciline tescilini izleyen 30 işgünü içerisinde ilgili girişim şirketi tarafından toplanan fon tutarı kadar sermaye artışı yapılır.
 - c) Sermaye artışı işlemlerinin tamamlanmasından sonra platform, her bir yatırımcının sağladığı fon tutarını ve bunun karşılığında çıkarılacak payların toplam nominal değerinin bilgisini MKK'na hemen iletir. Girişim şirketi, bütün paylarının MKK uhdesinde kayden oluşturulmasına ve hak

sahiplerinin hesaplarına aktarılmasına dönük işlemlerin gerçekleştirilmesini hemen yapar.

ç) Sermaye artışına ve tüm payların MKK uhdesinde kayden oluşturularak hak sahiplerinin hesaplarına aktarılmasına ve bunu takiben emanet yetkilisi nezdinde girişim şirketi adına bloke edilen fonun girişim şirketine tevdi edilmesine yönelik işlemlerin tamam edilmesiyle beraber kampanya süreci biter.

8) Hedeflenen fon tutarının kampanya süresinin bitiş tarihi ya da kampanya süresi ile birlikte cayma hakkı sürelerinin tüm yatırımcılar açısından sona erdiği tarih itibariyle toplanamamış olması durumunda, ilgili sürenin bitimini izleyen işgünü içinde platform tarafından yapılacak bildirim üzerine emanet yetkilisi nezdinde bloke edilen tutarlar ve varsa neması, bu bildirimi takip eden işgünü içinde emanet yetkilisi tarafından yatırımcılara iade edilir ve bu şekilde kampanya süreci sona erer. İade işlemleri emanet yetkilisi tarafından belirlenen işlemlere göre gerçekleştirilir.

9) Platform yükümlülüklerini, vadesi içerisinde yerine getirememesi durumunda, sürelerin bitimini izleyen işgünü içinde emanet yetkilisi nezdinde bloke edilen tutarlar ve varsa neması yatırımcılara iade edilir ve bu şekilde kampanya süreci sona erer. Bu durumda yatırımcıların özel hukuktan doğan hakları saklıdır.

10) SPK listesinden çıkarılan platformların bünyesinde devam eden kampanya süreçleri sona ermiş kabul edilir. Toplanmış fonlar var ise nemasıyla beraber emanet yetkilisi tarafından saptanan prosedürlere göre yatırımcılara geri verilir.

11) Yatırımcılar tarafından kampanya bazında ilgili platforma iletilen fon sağlama taleplerine ilişkin ödemeler ile emanet yetkilisine intikal eden nakit aktarımlarının eşleştirilmesine ve kampanya süresinin sona ermesinden sonra payların üye bazında dağıtılmasının belirlenmesine yönelik işlemler bilgi formunda ifade edilen usul ve ilkeler ile MKK ve emanet yetkilisi tarafından belirlenen prosedürlere uygun şekilde platform tarafından yerine getirilir.

5.2.1.7.4. Bilgi formu ile açıklanan konulardaki değişiklikler (Madde 18/1-4)

Bilgi formunda açıklanan konulardaki değişikliklere ilişkin olarak aşağıdaki hükümler uygulanır.

- Kampanya süresi içerisinde, yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyebilecek değişikliklerin ya da yeni durumların meydana gelmesi durumunda, bu hal bilgi formunun değiştirilmesi veya yeni eklenmesi planlanan konuları içeren kısımlarıyla beraber girişim şirketi ya da girişimci tarafından hemen platforma bildirilmelidir.
- Bilgi formunun değiştirilmesi veya yeni eklenmesi planlanan konuları içeren kısımları bildirim tarihinden itibaren 2 işgünü içerisinde yatırım komitesi tarafından onaylanarak kampanyanın web sayfasında hemen yayınlanır. Platform, girişim şirketi ya da projeye yönelik fon sağlama talebini iletmiş olan üyelere eşzamanlı şekilde uygun iletişim araçları vasıtasıyla bilgilendirme yapmaktan sorumludur.
- Bilgi formunda yapılan eklemelerin ve değişikliklerin yatırım komitesince onaylanarak yayınlandığı tarihten önce ödeme emri veren yatırımcılar bakımından cayma hakkı süresi bilgilendirme esnasında yeniden başlar.
- Yatırım komitesi ek gelişmelerin niteliğini ve beklenen etkilerini değerlendirmek suretiyle kampanyayı iptal edebilir.

5.2.1.8. Kaydileştirme ve dağıtım esasları (Madde 19/1-4)

Pay bazlı kitle fonlaması yöntemiyle toplanan fonlar karşılığında çıkarılacak paylar da dahil olmak üzere girişim şirketlerinin bütün paylarının MKK nezdinde elektronik ortamda kayden oluşturulması ve bunlara ait hakların hak sahipleri bazında takip edilmesi zorunludur. Girişim şirketi paylarının kaydileştirilmesi ve yatırımcılara dağıtılması amacıyla girişim şirketi ya da girişim şirketi tarafından yetkilendirilen bir yatırım kuruluşu vasıtasıyla MKK'ya başvuruda bulunulur. Kaydileştirme işlemleri, toplanan fonların girişim şirketinin hesaplarına aktarılmasından önce tamamlanmış olmalıdır.

5.2.1.9. Fonların kullanım yerlerine ve girişim şirketlerine ilişkin esaslar

5.2.1.9.1. Fonların kullanım yerleri (Madde 20/1-8)

Bu yöntemle toplanacak fonların hangi amaçlarla kullanılacağına ait girişim şirketi ya da girişimci tarafından bir raporun hazırlanması zorunludur. Bu raporun kampanya süresinin başlangıç tarihi itibarıyla kampanyanın sayfasında yayımlanmış olması gerekir.

Toplanan bu fonlar, doğrudan ya da dolaylı şekilde gayrimenkul, gayrimenkule dayalı haklar ve gayrimenkul projelerinin satın alınması ya da finanse edilmesinde kullanılamaz.

Kampanya süresinin bitiş tarihi ile toplanan fonların tamamının kullanıldığı tarih arasındaki 6 aylık dönemler itibariyle ve her durumda fonların tamamının kullanıldığı tarih itibariyle girişim şirketinin ya da projenin mevcut durumuna ve fonun kullanıldığı yerlere ilişkin bilgiler kampanyaya ait sayfada duyurulmalıdır.

Toplanan fonların bilgi formunda ilan edilen amaca uygun şekilde kullanıldığının kontrolü ve denetimi Kanun gereğince SPK Listesindeki bir bağımsız denetim şirketi tarafından özel amaçlı bağımsız denetim raporu hazırlanmak suretiyle yerine getirilmelidir. Bu bağlamda hazırlanacak özel amaçlı bağımsız denetim raporu 1.000.000 TL'nin üzerinde fon toplayan girişim şirketleri bakımından fonların kendilerine aktarıldığı tarihten itibaren yıllık olarak, bu tutarın altında fon toplayan girişim şirketleri açısından ise bilgi formunda fonların tamamının kullanılacağına ifade edildiği tarih ve her halükarda toplanan fon tutarına bakılmaksızın fonların tamamının kullanıldığı tarih itibarıyla düzenlenmelidir.

Bu raporlar, hazırlama yükümlülüğünün doğduğu tarihi izleyen 30 gün içerisinde hazırlanır: İmzalanma tarihini izleyen 5 işgünü içinde girişim şirketine teslim edilir ve girişim şirketi tarafından teslim alınmasını izleyen 2 işgünü içerisinde kampanya sayfasında ve girişim şirketinin internet sitesinde duyurulur.

Bağımsız denetim kuruluşu tarafından dördüncü fıkrada belirtilen raporda toplanan fonların bilgi formunda ilan edildiği şekilde kullanılmadığının tespit edilmesi veya gerekli incelemelerin yapılmasını engelleyen faaliyetlerde bulunulması durumunda, bağımsız denetim kuruluşu konuya ilişkin olarak derhal Kurula bilgi verir.

Toplanan fonların ilan edilen amaca uygun şekilde kullanılmasından girişim şirketinin yönetim kurulu sorumludur.

Bağımsız denetçi bu raporda toplanan fonların ilan edilen amacına uygun olarak kullanılmadığının tespit edilerek SPK'ya bildirilmesi üzerine SPK'nın 5237 sayılı Kanun hükümleri kapsamında suç duyurusunda bulunması durumu saklıdır.

5.2.1.9.2. Girişim şirketlerinin özellikleri (Madde 21/1-4)

Paya dayalı kitle fonlaması aracılığıyla fon toplayacak girişim şirketlerinin;

- a) Teknoloji faaliyeti ve/veya üretim faaliyetinde bulunmaları,
- b) Bilgi formunun ilan edildiği tarih itibarıyla son 5 yıl içerisinde kurulmuş olmaları,
- c) Tabi oldukları mevzuat gereğince hazırlayacakları en son yıllık ve varsa son güncel ara dönem finansal tablolarında, 30/12/2013 tarihli ve 28867 mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Ortaklıkların Kanun Kapsamından Çıkarılması ve Paylarının Borsada İşlem Görmesi Zorunluluğuna İlişkin Esaslar Tebliği (II-16.1)’nin 8 inci maddesinde finansal tablo kalemleri için öngörülen eşikleri aşmamış olmaları,
- ç) Düzenli olarak takip edilen ve kontrol edilen, tescil edilmiş internet sitesine sahip olmaları,

zorunludur.

Aşağıda yer alan şirketler paya dayalı kitle fonlaması yoluyla fon toplayamayacak şirketlerdir:

- a) Halka açık anonim ortaklıklar,
- b) Yönetiminin kontrolü başka bir tüzel kişiye ait olan şirketler,
- c) Halka açık anonim ortaklıklar ile sermaye piyasası kurumlarının, önemli etkiye sahip ortak konumunda olduğu şirketler.

Borsa tarafından uygun görülen girişim şirketi paylarına ilişkin ikincil piyasa işlemleri, Borsa tarafından hazırlanan ve SPK’na uygun görülmüş usuller ve esaslar kapsamında ilgili pazarda gerçekleştirilebilir.

5.2.1.10. Kamuyu aydınlatma

Girişim şirketleri tarafından aşağıda belirtilen durumlardan herhangi birinin gerçekleşmesi halinde, Tebliğde belirtilen ilkeler kapsamında kamuya açıklama yapılması gerekir:

- a) Girişim şirketinin aleyhine fesih davası açılması, bu davanın sonuçlanması, var ise ana sözleşmede belirlenmiş olan bir fesih sebebinin gerçekleşmiş olması ya da genel kurulda girişim şirketinin fesh edilmesine karar verilmiş olması,

- b) Girişim şirketinin konkordato için başvuruda bulunması, bu başvurunun sonuçlanması,
- c) Girişim şirketinin aleyhine iflas davası açılmış olması, bu davanın sonuçlanması ya da girişim şirketinin tasfiyesi sonucunu doğurabilecek sona erme sebeplerinden birinin gerçekleşmiş olması,
- ç) Girişim şirketinin yönetiminin kontrolünün el değiştirmesi.

Girişim şirketinin TTK gereğince hazırlanmış olan finansal tabloları ve raporları ya da VUK gereğince hazırlanmış olan yıllık finansal tabloları ile faaliyet raporları ilgili takvim yılını takip eden 4. ayın sonuna kadar ilan edilir.

Yapılması gereken açıklamalar Türkçe olarak yapılır. Yalan, yanlış, yanıltıcı, mesnetsiz ve ya eksik açıklama yapılamaz. Bu açıklamalar girişim şirketinin mevcut durumu hakkında yanlış kanaat uyandıracak nitelikte de olamaz.

Bu açıklamalar, kampanyanın gerçekleştiği takvim yılını izleyen 5. yılın sonuna kadar kampanya sayfası ve girişim şirketinin tescil edilen internet sitesi üzerinden gerçekleştirilir. İlgili platformun SPK listesinden çıkarılması durumunda ya da 5 yıllık sürenin sona ermesinden sonra yapılacak açıklamalar girişim şirketinin tescil edilen internet sitesinde gerçekleştirilir.

Açıklamaların, açıklamaya konu durumların ortaya çıktığı ya da öğrenildiği tarihten itibaren 2 işgünü içerisinde yapılması zorunludur.

Girişim şirketlerine ya da projelere ait olarak yapılacak tanıtımlarda ve reklamlarda yer alan bilgiler yalan, yanlış, yanıltıcı, mesnetsiz, abartılı ya da eksik olamaz. Girişim şirketi ya da projenin içerisinde bulunduğu duruma ait olarak yatırımcıların yanlış fikirler edinmelerine neden olabilecek nitelikte olamaz. Açıklanan bu bilgilerin kitle fonlaması bilgi formunda sunulan bilgilerle tutarlı olması zorunludur.

6. SONUÇ

KOBİ'ler Türkiye'de işletmelerin önemli bir çoğunluğunu oluşturmakta, istihdamın ve üretimin tamamına yakınını yürütmekte, gelir dağılımına etki edebilmekte, esnek yapıya sahip olmaları nedeniyle inovatif çözümlere çok hızlı adapte olabilmeleri, mülkiyetin tabana yayılmasına ve dolayısıyla başarılı bir sosyoekonomik yapı kurulabilmesine fayda sağlayan temel ekonomik oluşumlardır. KOBİ'lerin güçlü finansal yapıya sahip olmaları, ekonominin tamamını olumlu etkileyeceğinden, politika yapıcılar KOBİ'leri birbirinden farklı KOSGEB ve TUBİTAK gibi kurum ve destek programlarıyla güçlendirmeye çalışmaktadırlar.

KOBİ'lerin küçük, yenilikçi ve kolay kurulabilir olmaları avantajlı yönleri iken, çeşitli yapısal ve finansman sorunları da bulunmaktadır. KOBİ'lerin belli başlı yapısal sorunları, yönetimle, pazarlamayla, üretimle, tedarikle, ihracatla, insan kaynakları ve finansmanla ilgilidir. KOBİ'lerin başlıca finansal sorunları ise alternatif finansman tekniklerinin kullanılamaması, kredi sağlanmasında karşılaşılan problemler, finansal yönetim eksikliği ve öz sermaye yetersizliği gibi sorunlardır.

KOBİ'lerin finansman kaynakları klasik ve alternatif finansman kaynakları şeklinde ikili sınıflandırılmaktadır. KOBİ'nin sahip ve ortakları tarafından işletmeye konulan sermaye ve bankalardan kredi alınması klasik finansman kaynaklarıdır. Finansal kiralama, faktoring, forfaiting, franchising, barter, melek yatırım, kredi garanti fonu, girişim sermayesi yatırım ortaklığı, joint-venture ve kitle fonlama sistemi gibi finansman kaynakları alternatif finansman kaynaklarıdır.

KOBİ'lerin faaliyetlerini yürütürken en büyük sorunun finansman sorunu olmasından dolayı, nitelikli finansman personeli istihdam edemeyen KOBİ'ler yaptıkları Ar-Ge çalışmaları sonucunda ortaya çıkardıkları/çıkaracakları ürünü hayata geçirme konusunda finansman sorunu yaşamaktadırlar.

Türkiye'deki kitle fonlaması platformlarının bilhassa ABD'de başarılı olan kitle fonlamasının Türkiye'ye de adapte edilebileceği düşüncesiyle, kuruldukları görülmektedir. İlgili platformların çalışma düzenleri kendi aralarında, bazı detayları farklı olsa da, genel manada dünyadaki öncü, ödül bazlı platformların çalışma sistemleriyle büyük benzerlik gösterdiği görülmektedir. Türkiye'deki kitlesel fonlama platformlarında yayınlanan ve finansmanı istenen projeler yoğun olarak müzik, film,

kitap gibi sanatsal projeler ve sosyal sorumluluk projeleridir. Kitle fonlaması sisteminin Türkiye’de gelecekte de bu yönde gelişeceği öngörülmektedir.

Türkiye’de şimdiye kadar en yüksek düzeyde fon toplanan proje, Fongogo adlı platformda fonlanan bir film projesi olmuştur. İlgili platformların kuruluşundan, araştırmanın yapıldığı tarihe kadar geçen sürede, ürün tasarımı kategorisi altında, toplam sekiz adet projenin yayınlandığı; dört tanesinin ise başarıyla fonlamasının tamamlandığı tespit edilmiştir.

Sektörün önde gelen platformu Kickstarter’ın (Forbes, 2014) sitesinde yayınlanan verilere göre, platformun 2009 yılındaki kuruluşundan bu yana, 10000’den fazla tasarım projesi yayınlanmış, 3500’ü aşan sayıda tasarım projesi ise başarıyla fonlanmıştır. Kickstarter, Indiegogo gibi lider kitlesel fonlama platformlarında yayınlanan ürün projelerinin genellikle yenilikçi ve yerleşik işletmelerin ürünleriyle rekabet edebilecek düzeyde olduğu görülmektedir. Türkiye’de yayınlanan ürün tasarımı projelerinin çoğunluğunun zanaat projeleri olduğu ve göreceli olarak düşük teknoloji üretim yöntemlerine gereksinim gösterdiği görülmektedir (Büyükpıllavcı, 2014, s.148).

Yapılan araştırma sonucunda, KOBİ’lerin yaşadığı finansman sorunları için, alternatif finansman kaynakları kullanılarak bu sorunların aşılabileceği düşünülmektedir. KOBİ’lerin yaşamış oldukları finansman sorunlarının karşısında, kullanabilecekleri alternatif finansman kaynakları hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir. Bu bilgi eksikliğinden dolayı paya dayalı kitle fonlaması henüz KOBİ’ler tarafından etkin bir şekilde kullanılmamaktadır. KOBİ’lerin paya dayalı kitle fonlaması sistemi hakkındaki bilgi düzeyleri ile kullanım düzeyi arasında doğru orantı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla KOBİ’lerin alternatif finansman kaynakları hakkında bilgi düzeyleri arttıkça bu kaynakların KOBİ’ler tarafından kullanım düzeylerinin de artması beklenmektedir. Tüm sosyo-ekonomik birimlerin toplantı, seminer, bildiri gibi yöntemlerle KOBİ’lere bilgilendirme hizmeti sunulması gerekmektedir. Diğer taraftan KOSGEB ve TÜBİTAK’ında projelerle KOBİ’leri paya dayalı kitle fonlaması yöntemini desteklerle teşvik etmeleri yerinde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aba, Şenbayram, E.(2019). *Fintek (Fintech) - Finansal Teknoloji, International European Congress On Social Sciences –IV*, 523-533.
- Açıkgöz, B.(2018). *Girişimciler için Bir Finansman Aracı Olarak Kitle Fonlaması*. <https://www.researchgate.net/publication/335543475>, Erişim Tarihi: 12.05.2021.
- Akkan, M. (2018). *Dünya'nın Yükselen Yıldızı: Fintek Uygulamaları ve Türkiye, Konya Ticaret Odası, Ekonomik Araştırmalar Ve Proje Müdürlüğü*, 2-12.
- Aktuğ, S.S.(2020). *Türkiye’de Fintech Sektörünün Gelişimi. Ekonomi Ve İlişkili Çalışmaları Dergisi*, Vol. 2(3), 487-499.
- Akyüz, A. (2016). “*Sosyal Medyada Kitlelerin Gücü: Kitlesele Fonlama*”, *Yeni Medya Araştırmaları-2*, Ed: Mehmet Gökhan Genel, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa, 79-94.
- Alural, B.(2019). *KOSGEB KOBİGEL– KOBİ Gelişim Destek Programı: Bursa İli Özelinde Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 8-20.
- Apan, M., İslamoğlu, M.(2014). *KOBİ’lerde Finans Yönetimi*. Special Issue on the Proceedings of the 3rd ISCS Conference SI(1): 208-218.
- Arner, Barberis , Buckley (2017). *Fintech And Regtech In A Nutshell, And The Future In A Sandbox*. CFA Institute Research Foundation, 2-7.
- Arner, D.W., Barberis, J.N. Ve Buckley, R.P. (2015). *The Evolution Of Fintech: A New Post Crisis Paradigm?*, 3-28.
- Atsan, N., Erdoğan, E.O. (2015). *Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlesele Fonlama(Crowdfunding)*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(1), 297-320.
- Aydın, A.(2018). *İmalat Kobi’lerinde Web Tabanlı E-Ticaretin Kullanımı Ve Etkileri (Trbl Bölgesi İmalat Kobi’leri Araştırması)*. Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Malatya, 34-42.
- Ayhan, F., Ertemsir, E.(2019). *Girişimciler İçin Yeni Bir Finansman Yöntemi Olarak Kitlesele Fonlama*. Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 03, Sayı 02, 221-237.
- Barberis, J. (2014). *Fintech Hong Kong Report*. <https://www.slideshare.net/fintechhk/fintech-hong-kong-report>, Erişim Tarihi: 18.03.2020.
- Bilen, A., Solmaz, H.(2014). *KOBİ’lerin Karşılaştıkları Yapısal Sorunlar Ve Çözüm Önerileri (Diyarbakır Örneği)*, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:4 S:7 Güz 2014, 60-79.
- Bulut, E.(2020). *Fintek Ekosistemi: Yaklaşımlar, Teknolojiler Ve Uygulamalar/İş Modelleri*. Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar –II, Cilt 4, 125-155.
- Canbaz, M.F. ve Çonkar, M.K. (2018). “*Girişimcilere Faizle Borçlanmaya Alternatif İslamî Bir Yöntem: Kitle Fonlaması*”, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, C. 10, 18, 37-55.
- Çağlar, M.T.(2019). *Yeni Nesil Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitlesele Fonlama: Dünya ve Türkiye Uygulaması*. Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, Sayı 2, 18-34.

- Çetin, H.C.(2007). *Türkiye’de Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları Ve Bu Sorunlara Yönelik Politikalar (Kredi Politikaları)*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-70.
- Çubukçu, C. (2017). “*Kitlesel Fonlama: Türkiye’deki Kitlesel Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme*”, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 6 (2), 155-172.
- Dağtan, Ö.(2016).*Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ’lerin) Finansal Sorunlarının Çözümünde Kredi Garanti Fonunun Rolü Ve Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 4-43.
- Deloitte Türkiye (2017). *Türkiye Fintech Ekosistemi*, 4-7.
- Demir, O.(2018). *INOFINANS: Girişimcilik İçin Finansal Yenilik Modelleri Uygulaması. Girişimciliği Destekleyen Yeni Finansal Enstrümanlar*, <https://www.istka.org.tr/media/131456/giri%C5%9Fimcili%C4%9Fi-destekleyen-yeni-finansal-destekler.pdf>, Erişim Tarihi: 15.05.2021.
- Demir, R.(2018). *Turizm Sektöründe KOBİ’lerin Finansman Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Şirince Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 5-48.
- Demirdöğen Y.(2020). *İslami Fintek Ekosistemi Üzerine Bir Değerlendirme*, Gaziantep Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 63-99.
- Doğan, A.(2007). *Türkiye’de Finansal Kiralama Uygulamaları Ve Finansal Kiralamanın Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümündeki Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 39-78.
- Doğuş, B., Aksoy, B. (2019). *Finansal Teknoloji Şirketleri Ve Geleceğin Bankacılığı: Açık Bankacılık*. Avrupa Bilim Ve Teknoloji Dergisi, Sayı 17, 1097-1105.
- Dülger, S.(2019). *Kobi’lerin Finansman Kaynaklarına Erişim Sorunu Ve Gelişen İşletmeler Piyasası (Kobi Borsası)*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-53.
- Düzce, Ç.(2007). *Türkiye’ de KOBİ’lerin Finansal Sorunları Ve Alternatif Finansman İmkanları*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-49.
- Er, B., Şahin, Y.E. ve Mutlu, M. (2015). “*Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler*”, Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, C. 1, S. 1, 31-54.
- Erözel, Durbilmez, S. (2018). *Blockchain Teknolojisinin Finans Sektöründeki Yeri Ve Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-14.
- European Parliament, *Committee On Economic And Monetary Affairs, Report On Fintech: The Influence Of Technology On The Future Of The Financial Sector* (2016/2243(INI)),https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/a-8-2017-0176_en.html, Erişim Tarihi: 05.09.2020.
- EY Building A Better Working World, (2018). *Türkiye Fintek Ekosisteminin Sürdürülebilir Gelişimi İçin 23 Öneri*, Fintek İstanbul, 8-11.
- Fettahoğlu, S., Khusayan, S. (2017), “ *Yeni Finansman Olanağı: Kitle Fonlama*”, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 10, Sayı:4, 97-521.
- Gimpel, H., Rau, D. Ve Röglinger, M. (2017). *Understanding Fintek Start-Ups A*

- Gök, R.(2012).*Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'lerin) Finansman Sorunlarının Çözümünde Kredi Garanti Fonu Uygulaması: Diyarbakır İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır, 3-38.
- Görmez, B.(2017). *Finansal Sektörde Yıkıcı Yenilik: Dağıtılmış Defter Teknolojisi ve Türkiye Sermaye Piyasalarının Durumu*, SPK Aracılık Faaliyetleri Dairesi, Yeterlilik Etüdü, Ankara, 7-12.
- Gülaçtı, S.(2020). *Finansal Teknoloji Kullanıcılarını Etkileyen Faktörlerin Teknoloji Kabul Modeli İle Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane, 3-31.
- Günaydın, M.M.(2020). *KOBİ'lerin Yönetimsel Sorunları: Ampirik Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-32.
- Hacıevliyagil, N.(2016). *KOBİ'lerin Finansman Sorununa Bir Çözüm Önerisi: Milli Ekonomi Modeli (MEM)*. Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - Cilt:14 Sayı:3, 32-50.
- İnternet: <https://arikovani.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi:02.05.2021.
- İnternet: <https://crowdfon.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 02.05.2021.
- İnternet: <https://fintechistanbul.org/2021/03/16/turkiye-fintech-ekosisteminin-anlik-fotografi/>, Erişim Tarihi: 21.02.2021.
- İnternet: <https://fintechistanbul.org/2021/04/11/fonbulucu-com-spkdan-paya-dayali-kitle-fonlamasi-platformu-isletme-lisans-aldi/>, Erişim Tarihi:02.06.2021.
- İnternet: <https://fongogo.com/About>, Erişim Tarihi:02.05.2021.
- İnternet: <https://ideanest.org/>, Erişim Tarihi:02.05.2021.
- İnternet: <https://invest.fonbulucu.com/> , Erişim Tarihi: 06.06.2021.
- İnternet: <https://invest.fonbulucu.com/sayfa/Hakkimizda>, Erişim Tarihi:02.05. 2021.
- İnternet: <https://startupfon.com/about>, Erişim Tarihi:02.05.2021.
- İnternet: <https://www.fongogopro.com/Page/About>, Erişim Tarihi:02.05.2021.
- İnternet: https://www.halkbankkobigelisim.com.tr/resources/sites/57/images/files/4-halkbank_kobi_gelisim-fintech%20nedir_bora_erkmen.pdf, Erişim Tarihi: 12.05.2020.
- İnternet: <https://www.lexico.com/definition/fintech>, Erişim Tarihi: 05.07.2020.
- İnternet: <https://www.rumelihukuk.com/kitle-fonlamasi-crowdfunding/>, Erişim Tarihi: 05.06.2021.
- İnternet:<http://www.kobigirisim.net/2013/06/kobi-ne-demek.html>,Erişim Tarihi:01.02.2021.
- İnternet:<https://baslangicnoktasi.org/dunyada-ve-turkiyede-fintech/>,Erişim Tarihi:12.01.2021.
- İnternet:<https://ceotudent.com/dunu-bugunu-yarini-5-maddede-fintech-finans-teknolojileri-nedir>, Erişim Tarihi:18.06.2020.
- İnternet:<https://fintechistanbul.org/2019/02/04/finansal-teknolojiler-fintech-ekosistem-ve-turkiye/>, Erişim Tarihi: 20.06.2020.
- İnternet:<https://fintechistanbul.org/2019/11/25/2019-fintech100-raporu-listede-2-turk-girisimi-var/>, Erişim Tarihi: 03.02.2020.
- İnternet:<https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2019/10/paya-dayali-kitle-fonlanmasi-tebliği-yururluge-girdi.html>, Erişim Tarihi:04.06.2021.
- İnternet:<https://home.kpmg/tr/tr/home/medya/press-releases/2020/03/girisim-ekosistemi-rekorlarla-buyuyor.html>, Erişim Tarihi:12.03.2020.

- İnternet:<https://www.girisimcigazetesi.com/turkiyenin-ilk-paya-dayali-kitle-fonlama-kampanyasi-basladi-774>, Erişim Tarihi:02.06.2021.
- İskender, B.S.(2009). *Türkiye’de KOBİ’lerin Finansman Sorunları Ve Alternatif Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 8-41.
- İşler, S.T., (2014). “*Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitle Fonlama-Crowdfunding*”, TSPB Gösterge Dergisi, Güz Sayısı, 51-64.
- İzmirli, Ata, F. (2018). “*Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli*”, MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, C. 16, S. 2, 273-296.
- Karaarslan, M. H. ve Altuntaş, B. (2015). *Sosyal Pazarlamanın Yeni Aracı: Kitle Fonlaması*, 20. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Anadolu Üniversitesi-Eskişehir, 487-497.
- Karaköse, S.İ. (2017). *Elektronik Ödemelerde Blok Zinciri Sistematiği ve Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, 4-12.
- Kaya, M.S.(2019). *Kobi Bankacılığı Ve Kobilerin Likidite Yönetiminde Banka Danışmanlarının Etkisi: Çorum İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 3-14.
- Kaymak, O.(2019). *Dijital Bankacılık Kapsamında Türkiye’de Fintech İnovasyonu ve Uygulaması: Rusya Sektör Karşılaştırması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 38-74.
- Kocaoğlu, Ulbrich, Ş. E. (2019). *Avrupa Birliği Ve Türk Banka Hukuku Yönünden Fintek. Yüksek Lisans Tezi*. Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 7-16.
- Koncuk, G.(2019). *KOBİ’lerin Pazarlama Sorunları: Sanayi Ve Hizmet Sektöründeki KOBİ’ler Arasındaki Pazarlama Sorunları Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 5-34.
- Kömürcüoğlu, Ö.F., Akyazı, H.(2020). *Finansal Teknolojilerdeki Gelişmeler: Fırsatlar Ve Riskler*. Karadeniz Ekonomi Araştırmaları Dergisi,1 (1), 35-48.
- KPMG (2017). *Value Of Fintech*. City Of London, 5-22.
- KPMG (2019). *Global Analysis Of Investment İn Fintek*, International (Data Provided By Pitchbook), As Of 31 December.
- Kuo Chuen, D. L. Ve Teo, E. G. S. (2015). *Emergence Of Fintech And The Lasic Principles*. Ssrn, 1–17.
- Lee, I. and Shin,Y.J.(2017). *Fintek: Ecosystem And Business Models, İnvestment Decisions and Challenges*. Kelley School of Business India Unıversity. s.1-12.
- Lee, T.H. Ve Kim, H.W. (2015). *An Exploratory Study On Fintech İndustry İn Korea: Crowdfunding Case*. 2nd International Conference On Innovative Engineering Technologies, Bangkok, 58-64.
- Leong, K.; Sung, A. (2018). *Fintech (Financial Technology): What İs It And How To Use Technologies To Create Business Value İn Fintech Way?*, International Journal Of Innovation, Management And Technology. 9 (2): 74–78.
- Mecek, G. (2019). *KOBİ’lerin Finansal Yönetim Tekniklerini Kullanma Düzeyi Ve Finansal Sorunları Arasındaki İlişki: Afyonkarahisar Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 4-46.
- Met, Ö.(2011). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları: Kırgızistan’da Bir Araştırma*. Sosyo-Ekonomi Ocak-Haziran, 2011-1, 110106.

- Onur, M.N., Değirmenci, Ö. (2015). *Crowdfunding-Kitle Fonlaması*. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları, Sayı: 2015-7.
- Özel, Akgül, Ş.(2019). *İstanbul’da Finansal Teknoloji Sektörünün Farklılaştırılmış Bilgi Tabanı Ve Yakınlık Tartışmaları Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 41-53.
- Resmi Gazete-11828 Sayılı *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik*, Tarih:23.03.2018.
- Resmi Gazete, “Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları, Numara: 6493, Tarih: 27.06.2013.
- Resmi Gazete-KOBİ Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, Karar Sayısı:9617, Tarih:19.10.2005.
- Ryu, H.S. (2017). *What Makes Users Willing Or Hesitant To Use Fintech?: The Moderating Effect Of User Type*. Industrial Management & Data Systems, 118(3), 541-569.
- Sakarya, Ş. ve Bezirgân, E. (2018). “*Kitlesel Fonlama Platformları: Türkiye ve Yurtdışı Karşılaştırması*”, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 8, S. 2, 18-33.
- Sakızlı E.(2018). *Alternatif bir finansman yöntemi: Kitlesel Fonlama, İktisadi Kalkınma Vakfı Değerlendirme Notu*, İstanbul, Mart.
- Schueffel, P. (2016). *Taming The Beast: A Scientific Definition Of Fintek*. Journal Of Innovation Management, Vol:4, Iss:4, 32-54.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2005) *Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği (III – 35/A.1)* 3 Ekim 2019 Perşembe Resmî Gazete Sayı: 30907.
- Sezal, L.(2020). *Fintek Hizmetlerinin Finans Sektörüne Etkileri Ve Sağlanan Devlet Teşvikleri*, Ekonomi, İşletme Ve Maliye Araştırmaları Dergisi, Cilt 2, Sayı 3, 233-248.
- Softtech Teknoloji Raporu(2019), 163-187.
- SPK. (2019). *Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğ Taslağı III–35/A.1*.
- Şahinoğlu, E.(2019). *Kitlesel Fonlamada Başarı Faktörleri: Türkiye’de Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Projelerinin Durumu*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli, 10-32.
- Taştan, S. Ve Uralcan, G. Ş. (2019), *Küresel Finansal Teknoloji Sektöründe Ortaya Çıkan Yeni Girişimlerin Ekonomik Ve Teknolojik Belirleyicileri*, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1): 41-6.
- Taştan, S.(2019). *Küresel Finansal Teknoloji Sektöründe Ortaya Çıkan Yeni Girişimlerin Ekonomik Ve Teknolojik Belirleyicileri*. Doktora Tezi. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 3-71.
- Taxonomy Of Consumer-Oriented Service Offerings*. Electron Markets, Vol:28, Iss:3, 245-264.
- TCMB, *Finansal İstikrar Raporu*, Sayı 23, Ankara, Kasım 2016.
- TCMB, *Finansal İstikrar Raporu*, Sayı: 28, Ankara, Mayıs 2019.
- TheWorldBank. (2013). *Crowdfunding’s Potential for the Developing World*. Washington, DC: Information for Development Program (infoDev)/The World Bank, 8-20.
- Türkiye’de ve Dünya’da Fintech Raporu(2019). *Türkiye’de ve Dünya’da Fintech 2019 Raporu*, 4-17.
- Uludağ, İ. ve Serin, V. (1991). *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler*. İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 25.

- Ünsal, S. (2017). *Kitlesel Fonlama – İş Yapma Yöntemini Değiştirecek Yeni Sistem*. İstanbul: Ceres Yayınları.
- Valanciene, L., Jegeleviciute, S.(2014). *Crowdfunding for Creating Value: Stakeholder Approach*. Procedia - Social and Behavioral Sciences 156, 599- 604.
- Vural, A. ve Doğan, D.U. (2019). “*Girişimcilik Finansmanında Yeni Bir Model: Kitle Fonlaması*”, İşletme Araştırmaları Dergisi, C. 11, S. 1, 88-100.
- Vural, A.(2019). *Girişimciler İçin Yeni Nesil Bir Finansman Modeli Kitle Fonlaması Crowdfunding: Dünya Ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme Ve Model Önerisi*. Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s.54-73, s. 140-165.
- Yalçın, İ.(2006). *Türkiye’de Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin Sorunları Çerçevesinde Finansman Sorunu Ve Çözümüne Katkı Olarak Kredi Garanti Fonları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 3-64.
- Yaşar, Çolak, S.(2018). *KOBİ’lerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Bankaların Yeri Ve Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas, 3-41.
- Yatbaz, A.(2013). *Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Halka Arz Yoluyla Finansmanı: Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 3-29.
- Yaylagül, Ülke, S.(2019). *Kitlesel Fonlama Uygulamalarının Finansal Piyasalara Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 8-27.
- Yıldırım, U.(2019). *Finansal Teknolojiler Ve Tüketici Yenilikçiliği Kapsamında Finansal Teknolojilere Uyum*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 3-77.
- Yılmaz Muhammet Emre (2019). *Ar-Ge Kobilerinin Alternatif Finansman Kaynaklarını Kullanmasına İlişkin Bir Araştırma; İstanbul Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalı, İstanbul.
- Yörük, N.(2011). *KOBİ’lerin Kredi Yoluyla Finansmanında Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama*. SÜ İİBF Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 187-204.
- Yurtsever, M.A.(2018). *Son 5 Yılda KOBİ’lerin Yaşadığı Finansal Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 4-41.
- Yüksel, Akbaş, S.(2019). *Girişimciler Ve Yatırımcıları Buluşturan Alternatif Finansman Yöntemi: Kitlesel Fonlama*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 34-88.
- Zengin, S., Yüksel, S. ve Kartal, M.T. (2017). “*Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye’ye Faydaları*”, Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi, C. 1, S. 2, 22-32.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : YÜCEL, Nihal

Uyruğu : T.C.

Doğum yeri ve tarihi :

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / İşletme Anabilim Dalı / Finansman Bilim Dalı	Devam ediyor
Lisans	Gazi Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / İşletme Bölümü	2016



