

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI



TÜRKİYE'DE KİTLE FONLAMA PROJELERİNE YÖNELİK
YATIRIMCI DAVRANIŞLARI

BANKACILIK VE FİNANS YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAMDİ ÇATAL

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Muhammet Fatih CANBAZ

BOLU, TEMMUZ 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

Hamdi ÇATAL tarafından hazırlanan “**TÜRKİYE'DE KİTLE FONLAMA PROJELERİNE YÖNELİK YATIRIMCI DAVRANIŞLARI**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Bankacılık ve Finans Ana Bilim Dalı Bankacılık ve Finans Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir. 28/07/2025

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman
Doç. Dr. Muhammet Fatih CANBAZ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Dr. Öğr. Üyesi Hakan ÇAMBEL
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Dr. Öğr. Üyesi Doğan ÖZTÜRK
Afyon Kocatepe Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- 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 çalışmada 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.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için AİBÜ İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2025/ sayısı ile etik izin alınmıştır.

.....

HAMDİ ÇATAL

ÖNSÖZ

Günümüzde bir girişimin hayata geçirilip, tanıtılması ve sürdürülmesi için gerekli olan finansmanın sağlanmasında kitle fonlamanın önemi giderek artmaktadır. Kitle fonlama, geleneksel finansman yöntemlerine göre girişimci ile küçük yatırımcıyı buluşturarak hem girişimin toplum tarafından bilinirliğinin artırılması hem de faiz yükü olmadan bir girişimin hayata tutunması açısından önemlidir. Yeni girişimlerin kitle fonlama yoluyla desteklenmesi hem küçük yatırımcılar için farklı ve kârlı olabilecek yatırım fırsatları sağlamakta, hem de faizsiz bir yatırım aracı olarak hayata yeni başlayan küçük işletmeler üzerindeki finansal yükü oldukça hafifletmektedir. Bütün bunlara ek olarak ülkemizde yeni girişimlere hayat fırsatı sunarak üretimi ve milli sermayeyi desteklemektedir. Bu noktada ülkemizdeki kitle fonlaması yatırımcılarının yatırım yaparken dikkat ettiği hususların ve kitle fonlamasından beklentilerinin tespit edilmesinin giderek yaygınlaşan kitle fonlaması sistemine önemli bir katkı sunacağını ümit ediyorum.

Tez sürecinde kolayca ulaşabildiğim, yalnızca bir danışman değil, aynı zamanda bir abi, bir dost gibi yanımda olan, her zorlukta desteğini ve bilgi birikimini esirgemedi sunan değerli hocam Doç. Dr. Muhammet Fatih CANBAZ'a en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Yol göstericiliğiniz ve güven veren yaklaşımınız bu süreci benim için çok daha anlamlı kıldı.

Ayrıca süreç boyunca derdimle dertlenen, elinden geldiğince desteğini esirgemeyen sevgili eşim Havva'ya ve çocukluğunun ilk yıllarında sürecime dahil olmak zorunda kalan tatlı kızım Ayşe Feza'ya teşekkürlerimi ve tüm sevgimi sunarım.

Hamdi ÇATAL

28.07.2025

ÖZET

**TÜRKİYE'DE KİTLE FONLAMA PROJELERİNE YÖNELİK
YATIRIMCI DAVRANIŞLARI
YÜKSEK LİSANS TEZİ
HAMDİ ÇATAL
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANA BİLİM DALI
BANKACILIK VE FİNANS YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. MUHAMMET FATİH CANBAZ)**

BOLU, TEMMUZ - 2025

XIII + 127 sayfa

Bu tez çalışması, Türkiye’de kitle fonlama projelerine yatırım yapan bireylerin davranışlarını, motivasyonlarını ve karar alma süreçlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Geleneksel finansman yöntemlerine alternatif olarak gelişen kitle fonlaması modeli, dijitalleşmenin etkisiyle girişimcilik ekosisteminde önemli bir yer edinmiştir. Bu bağlamda çalışmada, yatırımcıların kitle fonlamasına yönelmesinde etkili olan güven, finansal getiri, sosyal etki ve ideolojik motivasyon gibi faktörler analiz edilmiştir.

Araştırmanın veri kaynağını, Google Forms aracılığıyla çevrim içi olarak uygulanan anket yöntemi oluşturmaktadır. Anket yalnızca kitle fonlamasına en az bir kez yatırım yapmış bireyleri kapsamış ve 139 katılımcının verileri analiz edilmiştir. İstatistiksel analizlerde betimsel istatistiklerin yanı sıra, faktör analizi, güvenilirlik analizi (Cronbach’s Alpha) ve ki-kare testleri kullanılmıştır.

Analizler sonucunda yatırımcı davranışlarının dört temel boyutta toplandığı belirlenmiştir: Finansal getiri ve risk algısı, platform ve girişimci güveni, sosyal/ideolojik motivasyonlar ve dışsal sosyal etkiler (sürü davranışı). Katılımcıların yatırım kararlarında güven unsuru belirleyici olurken, İslami finans ilkelerine uygunluk ve yerli/milli üretim gibi değer temelli faktörlerin de önemli rol oynadığı görülmüştür. Buna karşılık, sosyal medya ve çevresel yönlendirme gibi dışsal etkilerin daha sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışma, Türkiye’de hızla gelişen kitle fonlama sisteminin yatırımcı profiline dair derinlemesine bir bakış sunmakta ve hem akademik hem de uygulayıcılar açısından yol gösterici nitelik taşımaktadır.

ANAHTAR KELİMELEER: Kitle fonlaması, Yatırımcı davranışı, Alternatif finansman, Güven algısı, Dijital girişimcilik

ABSTRACT

INVESTOR BEHAVIOR TOWARDS CROWDFUNDING PROJECTS IN TURKEY

MASTER THESIS

HAMDİ ÇATAL

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF BANKING AND FINANCE

(SUPERVISOR: ASSOC. PROF. DR. MUHAMMET FATİH CANBAZ)

BOLU, JULY 2025

XIII + 127 pages

This thesis aims to examine the behaviors, motivations, and decision-making processes of individuals who invest in crowdfunding projects in Turkey. The crowdfunding model, which has emerged as an alternative to traditional financing methods, has gained significant importance in the entrepreneurial ecosystem with the influence of digitalization. In this context, the study analyzes factors such as trust, financial return expectations, social impact, and ideological motivations that influence investors' decisions.

The research is based on data collected through an online questionnaire administered via Google Forms. The survey targeted individuals who had previously invested in at least one crowdfunding project, and 139 valid responses were analyzed. Descriptive statistics, factor analysis, reliability tests (Cronbach's Alpha), and chi-square tests were utilized in the statistical analysis process.

The results reveal four primary dimensions of investor behavior: perceived financial return and risk, trust in platform and entrepreneur, social/ideological motivations, and external social influence (herd behavior). Trust in both the platform and entrepreneur emerged as the most critical determinant in investment decisions, while value-based criteria such as compliance with Islamic finance principles and support for domestic production were also influential. Conversely, social media and peer influence were found to have limited effect.

This study offers an in-depth perspective on the investor profile within Turkey's rapidly developing crowdfunding ecosystem and provides valuable insights for both academic researchers and practitioners.

KEYWORDS: Crowdfunding, Investor behavior, Alternative finance, Trust perception, Digital entrepreneurship

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
TABLO LİSTESİ	xii
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	xiii
1. GİRİŞ.....	1
2. BİRİNCİ BÖLÜM: FİNANSMAN KAVRAMI VE FİNANSMAN İHTİYACI.....	7
2.1 Finansmanda Temel Kurumlar ve Araçlar	10
2.1.1 Bankalar ve Kredi Kuruluşları.....	10
2.1.2 Sermaye Piyasası Kurumları	12
2.1.3 Leasing ve Faktöring Şirketleri	13
2.1.4 Kamu Destekli Kurumlar.....	15
2.1.5 Katılım Finans Kurumları.....	16
2.1.6 Mikro Finans Kurumları.....	18
2.1.7 Melek Yatırımcılar ve Girişim Sermayesi Fonları	19
2.2 Bankacılık Dışı Alternatif Finansman Yöntemleri	21
2.2.1 Mikro Finans	23
2.2.2 Melek Yatırımcılık	24
2.2.3 Risk Sermayesi	25
2.2.4 Kitle Fonlaması	27
2.2.5 Leasing (Finansal Kiralama)	28
2.2.6 Faktöring.....	30
2.2.7 Aile, Arkadaş ve Sosyal Ağlar	31
2.2.8 Kamusal Destekler ve Hibeler.....	33
2.2.9 Katılım Finansı ve İslami Yöntemler	34
3. İKİNCİ BÖLÜM: KİTLE FONLAMASI VE TARİHÇESİ.....	37
3.1 Kitle Fonlamasının Temel Prensipleri	40
3.1.1 Girişimcilik Ekosistemi	42
3.1.2 Kitle (Crowd) Prensibi	43
3.1.3 Dijital Platform Prensibi.....	45
3.1.4 Şeffaflık ve Güven.....	46
3.1.5 Kolektif Değer Oluşturma	48
3.2 Kitle Fonlamasının İşleyişi	50
3.3 Kitle Fonlamasının Temel Tarafları	52

3.4 Kitle Fonlaması Modelleri	53
3.4.1 Bağış Temelli Kitle Fonlaması	54
3.4.2 Ödül Temelli Kitle Fonlaması	55
3.4.3 Borç Temelli Kitle Fonlaması	56
3.4.4 Paya Dayalı Kitle Fonlaması	57
3.5 Kitle Fonlaması ve İktisadi Etkileri	58
4. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE KİTLE FONLAMA PROJELERİNE YÖNELİK YATIRIMCI DAVRANIŞLARI ANKET BULGULARI.....	62
4.1 Tüm Katılımcıların Tanımlayıcı Frekans Analizi.....	62
4.2 Cinsiyet ile Kitle Fonlama Yatırımı Deneyimi Arasındaki İlişki: Ki-Kare Analizi Sonuçları ve Yorumlanması	67
4.3 Yaş ile Kitle Fonlaması Yatırımı Arasındaki İlişkinin İstatistiksel Analizi.....	68
4.4 Eğitim Düzeyi ile Kitle Fonlama Yatırımı Deneyimi Arasındaki İlişki: Ki-Kare Analizi Sonuçları ve Yorum	70
4.5 Gelir Düzeyi ile Kitle Fonlaması Yatırımı Deneyimi Arasındaki İlişki.....	71
4.6 Kitle Fonlaması Yatırımcılarının Profili ve Yatırım Davranışlarının Betimsel Değerlendirmesi	73
4.6.1 Yatırım Aracı Tercihleri	75
4.7 Katılımcıların Kitle Fonlamasına Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular..	77
4.7.1 Güven ve Şeffaflık Temelli Yatırım Yaklaşımı	79
4.7.2 Girişimci Özellikleri ve Proje Sunum Kalitesi	80
4.7.3 Etik ve İnanç Temelli Değerlendirme	80
4.7.4 Yerli Üretim ve Sosyal Etki	81
4.7.5 Risk, Getiri ve Finansal Davranış.....	81
4.7.6 Sosyal Etki ve Grup Davranışı	82
4.7.7 Deneyim, Alışkanlık ve Kişisel Eğilimler	82
4.7.8 Genel Değerlendirme.....	83
4.8 Katılımcıların Yatırımcı Algılarına İlişkin Frekans Dağılımları	83
4.8.1 Güven, Şeffaflık ve Platform Temelli Yatırım Algısı	83
4.8.2 Etik, Değer ve İnanç Temelli Yatırım Motivasyonları.....	85
4.8.3 Girişimci ve Proje Niteliğine Yönelik Hassasiyet.....	87
4.8.4 Sosyal Etki, Yerellik ve Duygusal Bağlar	89
4.8.5 Grup Davranışı, Sosyal Medya ve Dışsal Etkiler	91
4.8.6 Getiri-Risk Dengesi ve Davranışsal Eğilimler	93
4.8.7 Genel Sonuç.....	96
4.9 Faktör Analizi	96
4.9.1 Veri Setinin Faktör Analizine Uygunluğunun Değerlendirilmesi.....	96
4.9.2 Açıklanan Toplam Varyans	97
4.9.3 Faktör Sayısının Belirlenmesine İlişkin Yamaç Birikinti Grafiği (Scree Plot)	99
4.9.4 Kitle Fonlamasına Yönelik Yatırımcı Davranışlarının Faktör Analizi Sonuçları	100
4.9.5 Faktörlere Göre Yatırımcı Tutumlarının Ortalama Dağılımı	105

5. SONUÇ VE ÖNERİLER	107
5.1 Uygulayıcılara Yönelik Öneriler:	109
5.2 Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler.....	110
5.3 Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler	110
KAYNAKLAR	113
EKLER.....	117



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1. Kitle Fonlaması Süreci (Canbaz & Çonkar, 2018).....	51
Şekil 4. 1. Katılımcıların Yaş Dağılımı	64
Şekil 4. 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	65
Şekil 4. 3. Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımı	65
Şekil 4. 4. Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımı	66
Şekil 4. 5. Katılımcıların Coğrafi Bölge Dağılımı	66
Şekil 4. 6. Cinsiyete Göre Kitle Fonlamasına Yatırım Oranları	67
Şekil 4. 7. Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Yatırım Durumları	69
Şekil 4. 8. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Eğitim Durumları	70
Şekil 4. 9. Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Yatırım Durumları	72
Şekil 4. 10. Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararında etkilidir	84
Şekil 4. 11. Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararında etkilidir	84
Şekil 4. 12. Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm	85
Şekil 4. 13. Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararımı etkiler.	86
Şekil 4. 14. İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir.....	86
Şekil 4. 15. Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararında etkilidir. .	87
Şekil 4. 16. Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma isteğimi artırır.	88
Şekil 4. 17. Proje sunumunun kalitesi yatırım kararımı etkiler.	88
Şekil 4. 18. Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler	89
Şekil 4. 19. Projenin sosyal etkisi benim için önemlidir.....	90
Şekil 4. 20. Bazen yatırımdan kazanç beklemeden kitle fonlama sistemini ve/veya projeyi desteklemek için kazanç beklemeden yatırım yaparım	90
Şekil 4. 21. Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.....	91
Şekil 4. 22. Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.	91
Şekil 4. 23. Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım kararımı etkiler.	92
Şekil 4. 24. Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.	92
Şekil 4. 25. Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.....	93
Şekil 4. 26. Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum.	94
Şekil 4. 27. Kitle Fonlamasında yatırıma kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.	94
Şekil 4. 28. Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme yönlendiriyor.	95
Şekil 4. 29. Kitle fonlamasında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.....	95

Şekil 4. 30. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	97
Şekil 4. 31. Faktörlerin Açıkladığı Varyans Yüzdeleri	98
Şekil 4. 32. Faktörlerin Toplam Varyansa Katkı Oranları.....	99
Şekil 4. 33. Faktör Sayısının Belirlenmesine İlişkin Yamaç Birikinti Grafiği (Scree Plot).....	99
Şekil 4. 34. Faktörlere Göre Ortalama Değerler	105



TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1. SPK Lisanslı Platformlar.....	5
Tablo 4.1. Demografik Özellikler	63
Tablo 4.2. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Kitle Fonlama Projelerine Yatırım Yapma İstatistikleri	67
Tablo 4.4. Ki-Kare Testi Sonuçları	69
Tablo 4.5. Ki-Kare Testi Sonuçları	71
Tablo 4.7. Kitle Fonlaması Yatırımcılarının Demografik Özellikleri.....	73
Tablo 4.8. Yatırımcıların Diğer Finansal Araçlara Yönelik Tercihleri	75
Tablo 4.9. Katılımcıların Yatırım Davranışlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	77
Tablo 4.10. Faktör 1: Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler	100
Tablo 4.11. Faktör 2: İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler	101
Tablo 4.12. Faktör 3: Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Faktörler	102
Tablo 4.13. Faktör 4: Finansal Beklentiye İlişkin Faktörler	102
Tablo 4.14. Faktör 5: Riske İlişkin Faktörler	103
Tablo 4.15. Faktör 6: Diğer Faktörler	104
Tablo 4.16. Faktörlere Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	104

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

BAİBÜ	: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
BİGG	: Bireysel Genç Girişimci Programı
BKY	: Bireysel Katılım Yatırımcısı
GSYF	: Girişim Sermayesi Yatırım Fonu
GSYİH	: Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
GSYO	: Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı
KF	: Kitle Fonlaması
KFP	: Kitle Fonlaması Platformu
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
TTGV	: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

1. GİRİŞ

Son yıllarda teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte geleneksel finansman yöntemleri dönüşüme uğramış, yatırım ve fonlama süreçlerinde yeni modeller ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kitle fonlaması, girişimcilerle yatırımcıları doğrudan buluşturan yenilikçi bir finansman yöntemi olarak ön plana çıkmaktadır. Kitle fonlaması, bireylerin küçük sermaye katkılarıyla büyük projeleri hayata geçirmesine imkân tanıyan ve geniş katılımlı bir finansman modeliyken hem girişimciler hem de yatırımcılar açısından çeşitli avantajlar sunmaktadır.

Kitle fonlaması, bir girişim, proje veya işletme için gerekli finansmanın, geniş bir kitle tarafından küçük veya orta ölçekli katkılar yoluyla sağlandığı alternatif bir finansman yöntemidir. Genellikle internet tabanlı platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen bu yöntem, yatırımcılar, bağışçılar veya destekçiler tarafından sağlanan fonlarla projelerin hayata geçirilmesine olanak tanır. Kitle fonlaması, destekçilerin katkılarına göre ödül, bağış, borç veya paya dayalı olmak üzere farklı türlere ayrılabilir. Bu yöntem, girişimcilerin geleneksel finansal araçlardan (bankalar, risk sermayedarları vb.) bağımsız olarak doğrudan kitleye ulaşmasını ve finansman ihtiyacını karşılamasını sağlar.

Girişimcilik ekosisteminin gelişiminde önemli bir yere sahip olan kitle fonlaması, özellikle sermaye erişiminde zorluk yaşayan girişimciler için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Geleneksel finansman yöntemlerine kıyasla daha erişilebilir ve esnek yapısıyla girişimcilerin projelerini hayata geçirme sürecinde etkili bir alternatif olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda yatırımcılar açısından da farklı yatırım fırsatlarına erişim imkânı sunarak finansal çeşitlilik sağlamaktadır. Kitle fonlaması, yalnızca finansal katkı sağlamakla kalmayıp projelerin toplum tarafından desteklenmesine, müşteri tabanının erken oluşturulmasına ve inovatif fikirlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına da olanak tanımaktadır. Ayrıca, girişimcilerin pazarlama ve tanıtım süreçlerini destekleyerek marka bilinirliğini artırmalarına yardımcı olmaktadır. Büyük yatırımcılar yerine birçok bireysel yatırımcının sürece katılması, yatırımcı olmanın tabana yayılmasına, finansal riskin dağıtılmasına ve daha demokratik bir yatırım ortamının oluşmasına vesile olmaktadır.

Kitle fonlaması, aslında kökenlerini daha eski zamanlara dayanan bir yaklaşımdan almaktadır. İlk örnekleri, toplulukların büyük projelere katkı sağlama geleneğiyle şekillenmiş, dijitalleşme ve internetin gelişimiyle birlikte bu kavram küresel bir finansal model haline dönüşmüştür. Kitle fonlamasının finansal bir araç olarak ortaya çıkışı ve hızlı gelişimi, birçok farklı etkenin birleşimiyle mümkün olmuştur. Bu faktörlerden belki de en önemlisi, piyasalardan borç temin etmekte zorluk çeken girişimcilerin, özellikle başlangıç aşamasındaki fikir sahiplerinin ve kredi güvenilirliği konusunda eksiklik yaşayan firmaların, bu yeni finansman modeline yönelmeleridir.

Kitle fonlaması, kitlelerin gücünden faydalanan bir yöntem olarak tanımlansa da gerçekte uzun bir geçmişe sahip olan, adı konmamış bir uygulamanın modern halidir. Bu tarihi süreci daha iyi anlamak için şu örnek önemlidir: 1885 yılında Fransa tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ne yüzüncü yıl hediyesi olarak gönderilen Özgürlük Heykeli, New York'a ulaştığında, heykelin kaidesinin finansmanı için Amerikan hükümetinin bütçesi yetersiz kalmıştır. Bu durum karşısında, New York'ta yaşayan gazeteci ve yayıncı Joseph Pulitzer, sahip olduğu "World" gazetesini kullanarak, heykelin kaidesi için 100.000\$ bağış yapılacağını duyurmuş ve herkesi, küçük de olsa bağış yapmaya davet etmiştir. Bu çağrı, bugün kitle fonlaması olarak bildiğimiz yöntemin erken bir örneği ve temel işleyiş biçiminin ilk uygulamalarından biri olarak değerlendirilmektedir. Pulitzer, bu girişimiyle sadece bir kamu yararı sağlamakla kalmamış, aynı zamanda ilerleyen yıllarda kendi ismiyle anılacak olan prestijli 'Pulitzer' ödülünün de temellerini atmıştır (Best & Neiss, 2014).

Sermaye eksikliği yaşayan bireylerin yanı sıra, kitle fonlamasının işlediğini gören birçok girişimci de yüksek faiz oranları ve geleneksel kredi şartlarına alternatif olarak, bu finansman modelini düşük faizli veya faizsiz fon temin etmek amacıyla bu yöntemi tercih etmiştir. 1990'ların sonlarından itibaren, internetin yaygınlaşması ve dijital ödeme sistemlerinin gelişmesiyle birlikte bireysel yatırımcıların projelere katkı sunmasını mümkün kılan ilk platformlar ortaya çıkmıştır. Bu alandaki ilk büyük platformlardan biri, 2000 yılında kurulan ArtistShare'dir; müzik sanatçılarının albümlerini finanse etmek amacıyla sanatçılarla yatırımcıları bir araya getiren bu platform, kitle fonlamasının kültürel üretim alanındaki ilk örneklerinden birini teşkil etmiştir.

Kitle fonlamanın daha geniş popülarite kazanması ise, 2008 krizinin ardından geleneksel finansman kaynaklarına erişim konusunda zorluklar yaşayan girişimcilerin alternatif finansman modellerine yönelmesiyle olmuştur. Kickstarter ve Indiegogo gibi platformlar, 2010’lu yılların başında küresel ölçekte dikkat çekmiş ve kitle fonlamanın sadece sanat ve kültür projeleriyle sınırlı kalmayıp teknoloji, çevre, sağlık gibi pek çok sektörde de kullanılabileceğini göstermiştir. Özellikle Kickstarter, 2009 yılında bir video oyun projesi için yapılan 2,5 milyon dolarlık fonlama ile büyük bir başarıya imza atarak kitle fonlamanın potansiyelini tüm dünyaya göstermiştir.

Dijitalleşme ile beraber kitle fonlaması, yalnızca fon sağlama aracı olmaktan çıkıp, projelere topluluk desteği kazandırma, marka bilinirliği yaratma ve erken kullanıcı kitlesi oluşturma gibi ek avantajlar sağlamıştır. Bu dönemde, kitle fonlaması platformları, yalnızca finansal katkıyı değil aynı zamanda projelere olan toplumsal ilgiyi ölçen ve destekleyen bir mecra olarak önemli bir rol üstlenmeye başlamıştır.

Türkiye’de kitle fonlaması, 2010’lu yılların ortalarına kadar büyük bir yaygınlık kazanmamışken 2017 yılında Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından çıkarılan düzenlemelerle hukuki bir çerçeveye kavuşturulmuş ve böylece bu finansman modelinin gelişimi hızlanmıştır. SPK’nın düzenlemeleri, yatırımcıların korunmasını sağlayarak, girişimcilerin projelerini güvenli bir ortamda fonlamasına imkân tanımıştır. Türkiye’deki kitle fonlaması platformları, son yıllarda pek çok sektörden projeye ev sahipliği yaparak bu modelin yaygınlaşmasını sağlamış ve girişimcilik ekosisteminin önemli bir bileşeni haline gelmiştir.

Son yıllarda, yatırımcılar arasında kitle fonlamasına olan ilgi hızla artmıştır. Bu ilginin artmasının başlıca sebepleri arasında; düşük tutarlarda yatırım yapma imkânı ve yüksek büyüme potansiyeline sahip projelere erken aşamalarda katılma fırsatı yer almaktadır. Ayrıca dijital platformların yaygınlaşması ve finansal okuryazarlık düzeyindeki artış, yatırımcıları bu alana yönlendiren diğer önemli faktörler arasında yer almaktadır. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, geleneksel finansman yöntemlerine alternatif arayışlar, kitle fonlaması projelerinin yaygınlaşmasında önemli rol oynamaktadır. Özellikle genç ve teknolojiyle iç içe olan nüfusun dijital yatırımlara olan ilgisi, bu talebi daha da artırmaktadır. Yatırımcılar, yalnızca finansal getiri sağlayan değil; aynı zamanda toplumsal fayda

üreten projelere de yönelmekte ve bu durum sosyal etki motivasyonunu ön plana çıkarmaktadır.

Kitle fonlaması, yatırımcıları yalnızca finansal destekçi olarak konumlandırmaz. Onları aynı zamanda projelerin sosyal ortağı hâline getirir. Bu özelliği, yatırımcıların projelerle daha yakın bir bağ kurmalarını sağlamaktadır. Düşük yatırım eşikleri sayesinde daha geniş kitlelerin sürece katılımı mümkün olmakta böylece kitle fonlaması, girişimciler için hem demokratik hem de erişilebilir bir finansman kaynağı sunmaktadır.

İslami finans perspektifinden bakıldığında, kitle fonlamasında oluşturulan ortaklık yapısı, faizsiz finansman (riba) ve belirsizliğin (garar) ortadan kaldırılması ilkeleriyle uyumlu bir şekilde işleyişini sürdürmektedir. İslami finans, yatırımcılar ve girişimciler arasındaki ilişkiyi adil ve şeffaf bir temele dayandırmayı amaçlar. Bu bağlamda, yatırımcılar sadece finansal kazanç değil, aynı zamanda projelerin toplumsal fayda yaratma potansiyelini de gözeterek yatırım kararları alırlar. Kar ve zarar paylaşımına dayalı ortaklıklar, bu tür bir yatırım ilişkisini destekler ve taraflar arasındaki eşitlik ilkesini pekiştirir. Kitle fonlamasında ortaklık ilişkileri, yalnızca finansal kazancın değil aynı zamanda toplumsal sorumlulukların da göz önünde bulundurulmasını teşvik etmektedir. Bu doğrultuda, kitle fonlaması hem ekonomik hem de toplumsal açıdan sürdürülebilir bir yatırım modeline dönüşmektedir.

Kitle fonlama modeli, özellikle son yıllarda Türkiye'de de artan bir ilgi görmüş ve düzenleyici çerçevede önemli adımlar atılmıştır. Türkiye'de kitle fonlama süreci, 2017 yılında yürürlüğe giren Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) düzenlemeleri ile yasal bir çerçeveye oturtulmuş, bu sayede yatırımcıların korunması ve girişimcilerin desteklenmesi amaçlanmıştır. Ortaklığa dayalı kitle fonlama modellerinin yaygınlaşması, yatırımcıların projelere doğrudan ortak olabilmesine ve girişimcilik ekosisteminin daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren çeşitli kitle fonlama platformları, farklı sektörlerden projeleri destekleyerek bu finansman modelinin yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır.

Tablo 1.1. de Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından listeye alınan kitle fonlama platformları ve ilgili listeye alınma tarihleri gösterilmektedir.

Tablo 1.1. SPK Lisanslı Platformlar

Platform Adı	Şirket Adı	Türü	Liste Tarihi
Vakıf	Vakıf Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	1.04.2021
FonBulucu	Global Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	8.04.2021
FonlaBüyüsün	Halk Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	30.09.2021
Startup Burada	İnfo Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	25.11.2021
Fongogo	Fongogo Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	6.01.2022
Fonangels	Girişim Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	24.02.2022
Ecofolio	Ecofolio Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	13.04.2023
Nar Fon	Nar Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	5.05.2023
Startupfon	Startupfon Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	28.09.2023
Fon TR	Forte Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	22.11.2023
valÜ	Mag Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	21.12.2023
Birikim Fon	Birikim Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	9.01.2024
Dinamik	Dinamik Yatırım Menkul Değerler A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	18.01.2024
Adventure	Ardventure Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	21.03.2024
Startupcentrum	Startupcentrum Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	19.09.2024
Trinkfon	Trinkfon Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	28.11.2024
Tohum	Tohum Kitle Fonlama Platformu A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	05.12.2024
Misyon	Misyon Yatırım Bankası A.Ş.	Paya dayalı kitle fonlaması	27.03.2025

(Sermaye Piyasası Kurulu- SPK, 2025)

Bu tez çalışması, Türkiye'de kitle fonlama projelerine yönelik yatırımcı davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Yatırımcıların kitle fonlama projelerine yönelik motivasyonları, karar alma süreçlerinde etkili olan faktörler ve risk algıları

ele alınarak, Türkiye'deki kitle fonlama ekosisteminin gelişimine yönelik çıkarımlarda bulunulacaktır. Ayrıca, çalışmada yatırımcıların kitle fonlama sürecine bakış açıları değerlendirilerek, sektörün geleceği üzerine öngörüler sunulacaktır.

Çalışma belirli kısıtlar içermektedir. Öncelikle, analiz kapsamında yalnızca Türkiye'de faaliyet gösteren kitle fonlama platformları ve yatırımcılar ele alınacaktır. Ayrıca, veri toplama sürecinde anket yöntemi kullanıldığından katılımcıların yanıtlarına dayalı olarak elde edilen bulgular belirli subjektif sınırlamalar içerebilir. Bununla birlikte, çalışma kapsamında incelenen yatırımcı grubu belirli demografik ve sektörel özelliklere sahiptir. Bu nedenle elde edilen sonuçların genelleştirilmesi sınırlı olabilir. Tüm bu kısıtlar göz önünde bulundurularak çalışma Türkiye'de kitle fonlaması yoluyla yapılan yatırımların dinamiklerini anlamaya yönelik önemli bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

2. BİRİNCİ BÖLÜM: FİNANSMAN KAVRAMI VE FİNANSMAN İHTİYACI

Finansman; bir işletmenin ya da girişimcinin üretim faaliyetlerini sürdürebilmesi, yatırım yapabilmesi veya operasyonel faaliyetlerini yürütebilmesi için ihtiyaç duyduğu parasal kaynakların temini sürecidir. Bir girişimin işleyip gelişebilmesi için gerekli olan para ve kredinin sağlanması süreci finansman olarak adlandırılır. Finansman, girişimcilik ekosisteminin ve işletmelerin sürdürülebilir gelişiminin temel yapı taşıdır. Finansman girişimcinin işletmeyi hayata geçirebilmesi için ihtiyaç duyduğu sermayeyi çeşitli yollardan sağlayabilme süreci olarak tanımlanır ve bu sürecin hem geleneksel hem de alternatif kanallardan yürütülebileceğini ifade eder. Girişimcilik toplumun ihtiyaçlarını analiz edip yeni pazar, yeni ürün veya yeni süreç fırsatlarını belirleyerek bunu yatırıma dönüştürüp kâr elde etmeyi amaçlayarak yapılan iktisadi faaliyetler ve bu süreçteki çaba olarak tanımlanmaktadır (Er ve diğerleri, 2015).

Finansman ihtiyacı, yalnızca kuruluş aşamasında değil; işletmenin yaşam döngüsünün her evresinde süreklilik göstermektedir. Kuruluş maliyetlerinden tanıtım giderlerine, Ar-Ge harcamalarından büyüme ve halka arz süreçlerine kadar uzanan kesintisiz bir fon ihtiyacı zinciridir. Girişimcilik bağlamında finansman, bir fikrin sürdürülebilir bir işletmeye dönüşmesinde kritik bir unsur olup doğrudan girişimin başarısını belirleyen etkenlerden biridir (Vural, 2019).

Finansman kaynakları, farklı akademik çalışmalarda kimi zaman “iç kaynaklar ve dış kaynaklar” ya da “biçimsel ve biçimsel olmayan kaynaklar” şeklinde sınıflandırılrsa da bu ayrımlar temelde benzer kategorilere işaret etmektedir. Biçimsel olmayan finansman kaynakları; genellikle profesyonel bir meslek çerçevesinde değil, kişisel ilişkilere dayalı olarak sağlanan destekleri ifade eder. Buna karşın biçimsel kaynaklar ise profesyonel kuruluşlardan sağlanan fonlardır ve erişim süreçleri daha kurumsaldır (Günay, 2024). İç kaynaklar ya da biçimsel olmayan finansman araçları arasında girişimcinin kendi birikimi ile aile ve arkadaş çevresinden sağlanan destekler yer alırken; dış kaynaklar ya da biçimsel finansman yöntemleri, banka ve ticari krediler, melek yatırımcılar ile risk sermayesi fonları gibi kurumsal finansman araçlarını kapsamaktadır (Özdemir, 2020)

Türkiye’de girişimlerin yaklaşık %78’i girişimlerini aile ve yakın çevreden elde edilen finansmanla başlatmaktadır (Er ve diğerleri, 2015). Bu durum,

geleneksel finansman yöntemlerinin hâlâ yaygın şekilde kullanıldığını göstermektedir. Ancak bu tür kaynaklar belirli bir ölçeğe kadar yeterli olmakta; işletmeler büyüdükçe dış finansman araçlarına yönelme gerekliliği doğmaktadır.

Girişimcilerin finansman ihtiyaçları, işletmenin içinde bulunduğu evreye göre farklılık göstermektedir. Kuruluş aşamasında sabit yatırım ve başlangıç sermayesi öne çıkarken; büyüme ve olgunlaşma evrelerinde ihtiyaçlar, işletme sermayesi, pazarlama giderleri ve ihracat finansmanı gibi alanlara kaymaktadır (Vural, 2019).

Girişim sermayesi finansmanı, bir girişimin fikir aşamasından kurumsallaşmasına kadar farklı evrelerde ihtiyaç duyduğu kaynaklara göre çeşitlenmektedir. İlk aşama olan çekirdek (tohum) finansmanı, henüz ürün veya hizmetin ortaya çıkmadığı Ar-Ge projelerinin şirkete dönüşebilmesi için sağlanır; belirsizlik çok yüksek olduğundan risk de en yoğun seviyededir. Başlangıç finansmanı, şirketin kurulmuş veya kuruluş aşamasında olduğu, iş planının hazırlandığı dönemde; ofis, personel ve temel işletme giderlerinin karşılanmasına yönelik sağlanır ve riski hâlâ yüksektir. Birinci devre ya da erken aşama finansmanı, ürünün veya hizmetin geliştirildiği, ancak satış gelirlerinin düşük seyrettiği noktada pazarlama, satış ve markalaşma faaliyetlerini desteklemek amacıyla sağlanır; risk önceki evrelere göre daha düşük olsa da geleneksel banka kredileri hâlâ erişilebilir değildir. Büyüme finansmanı, kâr elde etmeye başlayan girişimlerin yeni tesisler kurması, üretim hattını genişletmesi, ürününü geliştirmesi ya da teknolojik ilerlemeler sağlaması için kullanılır; bu aşamada şirketin piyasa değeri oluştuğu için risk azalmıştır. Köprü finansmanı, halka arz veya birleşme-devralma sürecine giren ve özkaynak-borç dengesini sağlamaya çalışan şirketler için kısa vadeli bir geçiş kaynağıdır; yatırımcı açısından en büyük avantajı kısa vadede (6–12 ay) geri dönüş beklentisi sunmasıdır. Yerine koyma sermayesi, şirketin belirli bir olgunluğa ulaşmasının ardından stratejik yönetim değişiklikleri, pay sahipleri arasındaki uyuşmazlıkların çözümü veya halka arz süreçlerinde kullanılan bir kaynaktır ve riskleri büyük ölçüde piyasa koşullarına bağlıdır. Kurtarma finansmanı ise iflasa sürüklenen şirketlerin yeniden yapılandırılması, finansal performanslarının iyileştirilmesi ve kredibilitelerinin yeniden sağlanması için kullanılan en riskli finansman türüdür (Günay, 2024). Tüm bu aşamalar, girişimlerin fikirden kurumsal yapıya evrilirken her adımda farklı düzeyde finansmana ihtiyaç duyduğunu göstermekte; özellikle erken evrelerde yüksek

riskler nedeniyle banka kredilerinden çok özsermaye, aile desteği, hibe, teşvik ve kitle fonlaması gibi alternatif kaynakların öne çıktığını ortaya koymaktadır.

Yeni girişimler genellikle yeterli teminata sahip olmadıklarından dolayı banka kredilerine erişmekte zorlanırlar. Bu nedenle ilk etapta ticari krediler, satıcı kredileri ya da mikro finansman gibi daha esnek yapılar tercih edilmektedir (Özdemir, 2020). Bu bağlamda kitle fonlaması gibi alternatif yöntemlerin önemi artmaktadır. Geleneksel finansman yöntemlerinin maliyetli ve yetersiz kaldığı durumlarda, alternatif finansman yöntemleri ön plana çıkmaktadır. Özellikle girişimcilerin öz kaynaklarının sınırlı olması, onları melek yatırımcılar, risk sermayesi fonları ve kitle fonlaması gibi daha yenilikçi kaynaklara yönlendirmektedir (Büyükmert, 2024).

Teknolojik gelişmelerin finansal sisteme etkisiyle birlikte FinTech (finansal teknolojiler) tabanlı çözümler, klasik bankacılık sistemine göre daha düşük maliyetli, hızlı ve kullanıcı dostu yapılar sunmaktadır. Fintek uygulamaları ve dijital finansal sistemler, küresel ölçekte finansmana erişimi demokratikleştirmiştir (Özdemir, 2020). Melek yatırımcılar ve girişim sermayesi fonları gibi geleneksel olmayan kaynaklar girişimciler için sadece finansal değil aynı zamanda stratejik destek de sunar. Bu yatırımcılar, bilgi, network ve yönetim desteği sağlayarak girişimin ölçeklenmesine katkı sunmaktadır (Günay, 2024).

Finansman ihtiyacının nasıl ve hangi kaynaklardan karşılanacağı, yalnızca teknik bir seçim değil aynı zamanda stratejik bir karardır. Girişimcinin seçeceği finansman türü; şirketin yönetim yapısını, kârlılık hedeflerini, risk profilini ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini doğrudan etkiler. Yanlış finansman modeli seçimi başarılı bir fikrin hayata geçmesini engelleyebileceği gibi, doğru model seçimi de sınırlı kaynakla büyük başarılar elde edilmesini sağlayabilir (Vural, 2019).

Finansman kavramı, girişimciliğin ve işletme yönetiminin temel taşlarından biri olup; yalnızca kuruluş aşamasında değil, tüm büyüme ve olgunlaşma süreçlerinde yaşamsal öneme sahiptir. Günümüzde geleneksel kaynaklara olan erişimin zorlaşması, girişimcileri daha yaratıcı ve teknoloji destekli finansman modellerine yönlendirmektedir. Bu bağlamda finansman ihtiyacının doğru tanımlanması ve uygun modelin seçilmesi, girişimlerin başarısını doğrudan etkilemektedir. Finansman yalnızca bir ekonomik kaynak değil, aynı zamanda stratejik bir karar ve rekabet avantajı oluşturma aracıdır.

2.1 Finansmanda Temel Kurumlar ve Araçlar

Finansman, ekonomik faaliyetlerin sürekliliği ve gelişimi açısından hayati öneme sahiptir. Bu sürecin gerçekleştirilmesinde çeşitli kurumlar ve finansal araçlar işlevsel roller üstlenmektedir. Finansal kurumlar, fon ihtiyacı olan birimler ile fon fazlası olan birimler arasında aracılık faaliyeti yürüten yapılardır ve bunlar yalnızca bankalarla sınırlı kalmaz, daha geniş bir kurumsal çeşitliliğe sahiptir.

Finansman sağlayan temel kurumlar; geleneksel finansal kuruluşlar (bankalar, kredi kuruluşları), sermaye piyasası aktörleri (aracı kurumlar, yatırım ortaklıkları, borsalar), kamu destekli fon sağlayıcılar (KOSGEB, TÜBİTAK, kalkınma ajansları), alternatif finansman sağlayıcılar (mikro finans kuruluşları, leasing ve faktöring şirketleri), katılım finans kurumları ve son yıllarda hızla önem kazanan kitle fonlama platformları olarak sınıflandırılabilir.

2.1.1 Bankalar ve Kredi Kuruluşları

Finansal sistemin temel direklerinden biri olan bankalar, fon arz edenler ile fon talep edenler arasında aracılık görevini üstlenerek klasik finansman yapısının merkezinde yer almaktadır. Klasik finansman araçları arasında yer alan banka kredileri, işletmelerin en sık başvurduğu dış finansman yöntemidir. Özellikle kısa ve orta vadeli kredi türleri, işletmelerin nakit akışı ihtiyacını karşılamada etkin bir çözüm sunar. Banka kredileri girişimciler için risk değerlendirmesine dayalı olarak teminat ve kredi notu üzerinden belirlenir (Boztaş, 2023). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, bankaların sağladığı kredilerin GSYİH içindeki payı düşük kalmakta ve küçük işletmelere yönelik verilen krediler genellikle kısa vadeli olmaktadır. Bu durum, işletmelerin özellikle başlangıç aşamasındaki finansman ihtiyaçlarını karşılamakta önemli bir yetersizlik doğurur. Girişimcilerin banka kredilerine erişiminde karşılaştığı başlıca engeller arasında kredibilitenin belirsizliği, yeterli teminatların sunulamaması ve gelecekteki nakit akışlarının öngörülemezliği yer almaktadır. Dolayısıyla bankalar, bu riskleri minimize etmek adına çoğunlukla büyük ve kurumsal firmalara kredi vermeyi tercih etmekte, yeni girişimlere ise yüksek faizli ve kısa vadeli krediler sunmaktadırlar. Bu da finansman boşluğu (financing gap) olarak literatüre geçmiş yapısal bir sorunun sürekliliğine işaret eder (Özdemir, 2020).

Türkiye’de girişimciler ilk aşamada banka kredilerine erişim konusunda ciddi güçlükler yaşamakta, bu nedenle kredi dışı araçlara yönelmek zorunda

kalmaktadır. Bankaların kredi verme sürecinde öncelikli olarak talepte bulunan işletmenin finansal durumunu, borç ödeme kapasitesini ve ticari geçmişini analiz ettikleri bilinmektedir. Bu nedenle, henüz kâr etmeye başlamamış veya ticari geçmişi zayıf olan işletmeler için kredi almak neredeyse imkânsızdır. Türkiye özelinde, küçük işletmelere kredi sağlanırken tüm pay sahiplerinin krediye müteselsil kefil yapılması ya da güçlü teminatlar (örneğin ipotek) istenmesi yaygın bir uygulama haline gelmiştir (Ocaklı, 2023).

Bankalar tarafından sunulan kredi türleri, niteliklerine ve vadelerine göre sınıflandırılmaktadır. Nakdi krediler doğrudan para transferi içerirken; gayrinakdi krediler teminat mektupları, kefaletler gibi doğrudan nakit çıkışı gerektirmeyen işlemlerden oluşur. Kısa vadeli spot krediler, rotatif krediler ve iskonto/iştirak kredileri gibi birçok farklı finansman aracı da bankacılık ürün gamında yer almaktadır. Katılım bankaları gibi faizsiz bankacılık modelleri de Türkiye finansal sisteminde yer almakta, bu bankalar fon kullandırılmalarını İslami esaslara dayalı olarak gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda karz-ı hasen gibi faizsiz kredi modelleri önerilmekte, ancak bu tür uygulamaların kurumsal seviyede henüz yaygınlaştırılmadığı görülmektedir (Canbaz, 2019).

Bankacılık sisteminin geleneksel yapısı içerisinde bu finansman araçları büyük işletmelere göre yapılandırılmıştır. Dolayısıyla erken aşama girişimciler, özellikle de genç bireylerin kurduğu girişimler, bankaların talep ettiği teminatlara ve finansal göstergelere sahip olamadıkları için bu kaynaklardan yeterince yararlanamamaktadır (Şekkel, 2023)

Tüm bu sınırlamalara rağmen, banka kredileri hâlâ finansal sistemin en kurumsallaşmış ve yaygın kullanılan dış finansman aracı olmaya devam etmektedir. Ancak günümüzde bu yapı, fintech çözümler, kitle fonlaması, melek yatırım gibi alternatif finansman modellerinin yükselişiyle sorgulanır hale gelmiştir. Girişimciler için finansal kapsayıcılığı artırmak adına hem bankacılık sisteminde reformlara hem de alternatif çözümlerin desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle bilgi asimetrisi, ters seçim (adverse selection) ve teminat yetersizliği gibi faktörler, geleneksel kredi sisteminin yapısal sorunlarını daha da görünür kılmaktadır (Canbaz, 2019; Özdemir, 2020).

2.1.2 Sermaye Piyasası Kurumları

Sermaye piyasaları, ekonomik sistemde tasarruf sahiplerinden fon toplayarak bunu yatırımcı kuruluşlara aktaran mekanizmalar bütünüdür. Bu piyasalarda fon akışı, pay senetleri, tahviller, varlığa dayalı menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları aracılığıyla gerçekleşir. Bu işleyişin düzenlenmesi, gözetimi ve etkinliğinin sağlanması amacıyla çeşitli sermaye piyasası kurumları oluşturulmuştur. Bu kurumlar hem düzenleyici hem de uygulayıcı bir yapıya sahiptir. Sermaye piyasası kurumları, 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun 35. maddesinde düzenlenmiştir. Kanuna göre, yatırım kuruluşları, kolektif yatırım kuruluşları, portföy yönetim şirketleri, ipotek finansmanı kuruluşları, varlık kiralama şirketleri, merkezi takas ve merkezi saklama kuruluşları gibi yapılar bu kapsamdadır. Ayrıca Kurulca kuruluş ve faaliyet esasları belirlenen diğer yapılar da sermaye piyasası kurumu olarak kabul edilmektedir (Koru, 2024).

Bu kurumlar arasında en temel aktörlerden biri Sermaye Piyasası Kurulu'dur (SPK). SPK, sermaye piyasalarının denetiminden ve katılımcıların haklarının korunmasından sorumludur. Kurul, ihraç edilecek sermaye piyasası araçlarının kayda alınması, yatırımcıların korunmasına yönelik düzenlemeler yapılması ve piyasa bozucu eylemlerle mücadele gibi görevleri yerine getirir. Bu bağlamda, sermaye piyasasının şeffaf, adil ve etkin işlemlerini sağlamayı hedeflemektedir (Boztaş, 2023).

Sermaye piyasaları esas itibarıyla büyük ölçekli ve kurumsallaşmış işletmeler için ideal finansman kaynakları sunmaktadır. Pay senedi ve borçlanma aracı ihraçları bu yolla gerçekleştirilirken, halka arz süreçleriyle işletmeler doğrudan yatırımcı kitlesinden fon sağlayabilmektedir. Ancak bu yöntemler erken aşama girişimler için çeşitli zorluklar içermektedir. Özellikle bilgi asimetrisi, ihraç maliyetlerinin yüksekliği ve düzenleyici yükümlülüklerin fazlalığı, yeni ve küçük işletmelerin bu alana erişimini sınırlamaktadır (Özdemir, 2020).

Sermaye piyasaları, daha çok orta ve büyük ölçekli işletmelerin fon ihtiyaçlarını karşılamada etkin olan araçlar sunar. Pay veya borçlanma araçları ihracı gibi yöntemlerle fon temin edilir. Bu tür araçlar kurumsal finansman çerçevesinde menkul kıymetler piyasasında işlem görebilecek şekilde yapılandırılmıştır (Günay, 2024).

Pay ve tahvil ihracı yoluyla sermaye piyasalarından doğrudan fon sağlanmasının erken aşama girişimler için ölçek ve kurumsallık yetersizliklerinden

ötürü zorlayıcıdır. Erken aşamadaki girişimlerin sermaye piyasası araçlarına başvurması, çoğu zaman kurumsallaşma düzeylerinin yetersizliği, ihrac süreci ve sonrası için gereken organizasyonel yeterliliğin sağlanamaması gibi nedenlerle mümkün olmamaktadır. Bu nedenle yeni girişimler, daha esnek ve işlem maliyetleri düşük olan alternatif finansman yöntemlerine yönelmektedirler (Özdemir, 2020).

Sermaye piyasası kurumları arasında yer alan girişim sermayesi yatırım ortaklıkları (GSYO) da girişimciliğin finansmanında önemli bir yer tutmaktadır. GSYO'lar esas faaliyet konusu olarak girişim şirketlerine yatırım yapmakla yükümlüdür ve halka açık ortaklık statüsündeki kurumsal yapılardır. Ancak GSYO yatırımları da çoğunlukla erken aşama yerine belli bir büyüklüğe ulaşmış girişimlere odaklanmaktadır (Özer, 2022).

Sonuç olarak, sermaye piyasası kurumları modern finansal sistemin kurumsal finansman ihtiyacını karşılamak üzere kurgulanmış karmaşık ve düzenlemeye tabi yapılardır. Ancak bu kurumların sunabildiği finansman olanaklarından, sadece belirli ölçek ve olgunluk düzeyine ulaşmış işletmelerin faydalanabildiği görülmektedir. Bu durum, erken aşama girişimler için alternatif ve daha kapsayıcı modellerin geliştirilmesi gereğini ortaya koymaktadır. Özellikle bilgi asimetrisi, yüksek işlem maliyetleri ve düzenleyici yüklerin ağırlığı bu yapıya erişimi sınırlandıran temel faktörlerdir.

2.1.3 Leasing ve Faktöring Şirketleri

Alternatif finansman aracı olarak sıklıkla kullanılan leasing (finansal kiralama), özellikle üretim makinesi veya araç gibi yüksek maliyetli yatırımlar için tercih edilir. Varlığın ekonomik ömrü boyunca kira ödemesi karşılığı kullanım hakkı sunan, vade sonunda mülkiyet devrine izin veren finansal işlemdir. Faktöring ve forfaiting gibi alacak temelli finansal çözümler ise işletmelerin vadeli satışlardan doğan alacaklarını erken tahsil etmelerine imkân sağlar. Bu araçlar, özellikle ihracat yapan firmalar için likidite yönetimi açısından büyük önem taşır (Şekkel, 2023).

Finansal sistemin önemli alternatif araçları arasında yer alan leasing (finansal kiralama) ve faktöring uygulamaları, özellikle sermaye sıkışıklığı yaşayan küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) ve yeni girişimcilerin likidite ihtiyaçlarını karşılamada önemli rol oynamaktadır. Bu finansman yöntemleri hem doğrudan varlık edinimini kolaylaştırmakta hem de satışlardan doğan alacakların erken tahsil edilmesine olanak sağlamaktadır.

Leasing, bir varlığın belirli bir süre boyunca kiracıya tahsis edilmesi ve vade sonunda söz konusu varlığın mülkiyetinin belirli bir bedel karşılığında kiracıya devredilmesi esasına dayanan bir finansman biçimidir. Bu yöntemde, varlığın kullanım hakkı kiracıda, mülkiyet hakkı ise kiralayanda kalır. Finansal kiralama (financial leasing) ve operasyonel kiralama (operating leasing) olmak üzere iki temel türe ayrılmaktadır. Finansal kiralamada genellikle kira süresi varlığın ekonomik ömrüne yakındır ve kiralama sonunda mülkiyetin devri mümkündür. Operasyonel kiralama ise daha kısa vadeli olup bakım ve sigorta gibi maliyetler kiralayana aittir. Leasing işlemleri, sabit kıymetlerin (örneğin üretim makineleri, taşıtlar, ekipmanlar) edinilmesinde girişimciler için önemli bir avantaj sunar. Bu yöntem, yatırım malı ediniminde işletmenin özkaynaklarını tüketmeden, düzenli kira ödemeleriyle üretim araçlarına erişim sağlar. Aynı zamanda, nakit akışlarına uygun ödeme planları yapılabildiği için finansal esneklik sağlamaktadır. Öte yandan faktöring, işletmelerin kredili satışlarından doğan kısa vadeli alacak haklarını faktöring şirketine devrederek, bu alacakların vadesi gelmeden önce belirli bir iskonto ile nakde çevrilmesini sağlayan bir finansman yöntemidir. Faktöring işlemi üç taraflıdır: satıcı (mal veya hizmeti sunan), alıcı (borçlu) ve faktöring şirketi (alacağı devralan). Faktöring sayesinde girişimciler hem nakit döngüsünü hızlandırmakta hem de alacaklarının tahsilat riskinden korunmaktadırlar. Bu durum özellikle satış hacmi yüksek ancak tahsilat süresi uzun olan sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler açısından önemlidir. Ayrıca faktöring uygulamaları yurtiçi ve uluslararası işlemler olmak üzere ikiye ayrılır ve özellikle ihracat yapan firmalar için kur riski ve ticari risklerin azaltılmasında etkili olmaktadır (Şekkeli, 2023; Vural, 2019)

Leasing ve faktöring şirketlerinin yanı sıra forfaiting yöntemi de benzer biçimde alacakların vadesinden önce tahsil edilmesine olanak tanır. Ancak faktöringden farklı olarak, forfaiting genellikle 6 ay ile 10 yıl arasında değişen vadeli ihracat alacakları için kullanılır ve sabit faizli bir finansman tekniğidir. Bu yöntemde alacaklar, ithalatçıya ait senetli belgeler üzerinden garantör bir banka aracılığıyla forfaiting kuruluşuna devredilir. Bu yapı sayesinde ihracatçı hem risk transferi sağlar hem de uzun vadeli nakit ihtiyacını karşılar (Büyükmert, 2024).

Leasing ve faktöring gibi finansal araçlar, özellikle yatırım mallarına ihtiyaç duyan girişimler ve likidite sıkışıklığı yaşayan KOBİ'ler açısından klasik banka kredilerine göre daha esnek ve ulaşılabilir çözümler sunmaktadır. Leasing, duran

varlık yatırımı yapacak işletmelerin nakit çıkışı yaşamadan yatırım yapmasını sağlarken, faktöring ve forfaiting ise satışlardan doğan nakit dönüş hızını artırarak finansal dengeyi güçlendirmektedir. Bu araçlar, girişimcilik ekosisteminin finansmana erişim sorunlarını azaltmak için kritik önem taşımaktadır.

2.1.4 Kamu Destekli Kurumlar

Türkiye’de girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla KOSGEB, TÜBİTAK, kalkınma ajansları gibi kamu kurumları çeşitli hibe, teşvik ve destek programları yürütmektedir. Bu kurumların girişimcilik ekosistemine sağladığı katkı yalnızca finansal değil, aynı zamanda eğitim ve mentorluk destekleriyle de bütünleşiktir (Boztaş, 2023).

Girişimcilik ekosisteminde finansmana erişimin iyileştirilmesi amacıyla kamu destekli kurumlar, girişimcilere doğrudan ve dolaylı yollarla çeşitli destek mekanizmaları sunmaktadır. Türkiye’de bu alanda ön plana çıkan kurumlar arasında KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi), TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu), Kalkınma Ajansları, TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) ve KGF (Kredi Garanti Fonu) gibi yapılar yer almaktadır.

KOSGEB, girişimcilerin kurduğu yeni işletmelerin hayatta kalma oranlarını artırmayı hedefleyen kapsamlı programlar yürütmektedir. “Geleneksel Girişimci Destek Programı” kapsamında kuruluş, performans ve sertifika destekleri sağlanırken; “İleri Girişimci Destek Programı” ile stratejik sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilere kuruluş desteği, makine-teçhizat ve yazılım desteği, mentorluk ve işletme koçluğu gibi destek unsurları sunulmaktadır. TÜBİTAK, özellikle teknoloji tabanlı girişimler için kritik destek mekanizmaları sunmaktadır. “Bireysel Genç Girişimci Programı (BİGG)” ile fikir aşamasındaki teknoloji girişimlerinin pazara açılmasına kadar olan süreçte danışmanlık, eğitim ve karşılıksız destek verilmektedir. Ayrıca, “Tech-InvesTR” programı ile erken aşama teknoloji şirketlerinin girişim sermayesi fonları aracılığıyla finanse edilmesi amaçlanmaktadır. Bu fonlara Hazine ve Maliye Bakanlığı, Teknoloji Transfer Ofisleri ve özel yatırımcılar ortak olarak katılmaktadır (Günay, 2024).

Kalkınma Ajansları, bölgesel kalkınmayı teşvik etmek amacıyla girişimcilere fiziki altyapı, eğitim ve danışmanlık gibi desteklerin yanı sıra doğrudan mali destek sağlayarak yerel girişimcilik kapasitesini güçlendirmektedir.

Bu ajanslar ayrıca proje bazlı destekleme yapısıyla girişimciliği yerel dinamiklerle buluşturarak ekonomik çeşitlenmeye katkı sunmaktadır.

Kredi Garanti Fonu (KGF) ise teminat yetersizliği nedeniyle bankacılık sistemi dışında kalan işletmelere krediye erişim imkânı sunmaktadır. TOBB, TESK ve KOSGEB'in hissedarları arasında yer aldığı bu anonim şirket, Hazine destekli kefalet sistemiyle bankaların risk algısını düşürmekte ve girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırmaktadır. Bunlara ek olarak, teknokentler ve kuluçka merkezleri kamu destekli yapılarla bütünleşmiş girişimci destek platformlarıdır. Üniversitelerle entegre bu merkezler, sadece mekânsal değil, aynı zamanda bilgi, danışmanlık, ağ oluşturma ve teknik destek sunarak girişimcilerin büyüme ve kurumsallaşma süreçlerine katkı sunmaktadır (Günay, 2024).

Bu kurumların sunduğu desteklerin yalnızca finansal değil, aynı zamanda eğitim, mentorluk, danışmanlık ve altyapı olanaklarıyla da bütüncül bir yapı arz ettiği görülmektedir. Kamu destekli kurumlar girişimcilik ekosistemine sadece finansman sağlayan yapılar değil, aynı zamanda girişimcileri bilgi, beceri ve yönlendirme açısından destekleyen merkezler olarak işlev görmektedir (Boztaş, 2023).

Sonuç olarak, kamu destekli kurumlar Türkiye'de girişimciliğin desteklenmesinde çok yönlü işlevler üstlenmekte, finansal desteklerin yanı sıra girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve sürdürülebilir bir ekosistem kurulmasına da katkı sağlamaktadır. Bu desteklerin etkin bir biçimde planlanması ve erişimin yaygınlaştırılması, girişimcilik faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini artıran temel unsurlardan biridir.

2.1.5 Katılım Finans Kurumları

Katılım finans kurumları, faizsiz bankacılık esaslarına dayalı olarak çalışan ve hem finansal hem de sosyal hedefleri olan kurumlardır. Bu sistemde fon toplama ve kullandırma süreçleri, faiz yerine ticaret, kira ve ortaklık temelli işlemlerle gerçekleştirilir. Katılım finans sistemi yalnızca faizsizlik ilkesi üzerine değil; risk paylaşımı, şeffaflık, sözleşme kutsallığı ve sosyal adalet gibi İslami ekonomik ilkeler üzerine kuruludur. Bu kurumlar; katılım bankacılığı, katılım sigortacılığı, katılım sermaye piyasaları ve sosyal finans birimlerinden oluşur. Baykuş, bu kurumların özellikle risk paylaşımı ve kâr-zarar ortaklığına dayalı modellerle alternatif oluşturduğunu vurgular (Canbaz, 2019).

Türkiye’de katılım finans sistemi dört ana bileşenden oluşmaktadır: katılım bankacılığı, katılım sigortacılığı (tekaful), katılım sermaye piyasaları ve katılım sosyal finans. Bu sistemin bütünsel bir finansal yapı arz ettiği, sadece bankacılık işlemleriyle sınırlı kalmadığı ve toplumun farklı finansal ihtiyaçlarına yönelik bütüncül çözümler sunduğu ifade edilmektedir (Baykuş, 2023)

Katılım bankaları, müşterilerden topladıkları fonları faizsiz esaslara göre değerlendiren kurumlardır. Temel işleyiş şekli, yatırımcı (mudî) ile banka arasında imzalanan kâr-zarar ortaklığına dayalı sözleşmelerdir. Fon toplama araçları arasında özel cari hesaplar ve kâr-zarara katılma hesapları yer alır. Bu bankalar fon kullandırırken murabaha (kâr marjlı satış), icara (kira), müşareke ve mudaraba (ortaklık) gibi İslami finansal sözleşmeleri uygular (Canbaz, 2013).

Tekafül sisteminde sigortalılar, belirli bir katkı payı ile fon havuzuna katılır ve bu havuzdan hasar meydana geldiğinde zararları karşılanır. Bu yapı, klasik sigortacılıktan farklı olarak riskin bir şirket ile değil, katılımcılar arasında paylaşıldığı karşılıklı dayanışma esasına dayanır. Bu piyasalar, faizsiz sermaye araçları aracılığıyla finansmana ulaşmayı sağlar. Öne çıkan ürünler arasında kira sertifikaları (sukuk), katılım endeksine dayalı hisse senetleri ve İslami yatırım fonları yer alır. Bu yapılar hem yurt içinden hem de yurt dışından, özellikle petrol zengini İslam ülkelerinden yatırım çekmekte etkin bir rol oynar. Katılım sosyal finans, toplumun refahını artırmak amacıyla kurumsallaşmış dini ve etik finans kurumlarını kapsar. Zekât, sadaka, karz-ı hasen ve vakıf gibi kurumlar bu alanda yer alır. Bu kurumlar, gelir adaletini sağlamaya ve sosyal dayanışmayı teşvik etmeye hizmet eder. Katılım sosyal finans, infak kavramı çerçevesinde yapılandırılmış ve finansal sistemin sosyal boyutunu temsil eden bileşenidir (Baykuş, 2023).

Katılım finansın en temel ilkelerinden biri, riskin paylaşılmasıdır. Bu sistemde yatırımcı, fon sağlayıcı ve girişimci arasında risk dağılımı yapılmakta; kazanç kadar zarar da taraflar arasında paylaştırılmaktadır. Bu model, girişimciliği teşvik eden, spekülatif olmayan ve reel ekonomiyle bağlantılı bir finansal yapı sunar. Katılım finansın öne çıkan bir diğer özelliği de işlemlerin reel varlıklar üzerinden yürütülmesidir. Her türlü fon kullandırma işleminde dayanak bir varlık bulunmak zorundadır. Bu özellik, sistemi soyut para hareketlerinden ve spekülatif işlemlerden uzak tutar; reel sektöre doğrudan kaynak aktarımını sağlar. Katılım finans kurumları hem ekonomik hem de sosyal yönleriyle alternatif bir finansal

ekosistem sunmaktadır. Risk paylaşımı, faizsiz işlem esasları ve toplumsal dayanışma ilkeleri doğrultusunda çalışan bu kurumlar, özellikle ahlaki ve etik finans anlayışını benimseyen yatırımcılar için güçlü bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Ancak sosyal finans bileşenlerinin henüz yeterince kurumsallaşmadığı ve teknolojik destekle yaygınlaştırılması gerektiği yönünde tespitler de mevcuttur (Canbaz, 2019).

2.1.6 Mikro Finans Kurumları

Mikro finans kurumları, geleneksel bankacılık sisteminden dışlanmış, düşük gelirli bireylerin veya mikro ölçekli girişimcilerin finansal kaynaklara erişimini sağlamak amacıyla oluşturulan kurumlardır. Bu kurumlar, küçük tutarlı kredi, tasarruf, sigorta ve ödeme hizmetleri sunarak, finansal kapsayıcılığı artırmakta ve yoksulluğun azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Mikro finans sistemi, özellikle teminat sunma kapasitesi olmayan bireyler için tasarlanmış olup, genellikle düşük gelirli kadın girişimcilere yöneliktir. Bu yönüyle sadece ekonomik değil, sosyal bir kalkınma aracı olarak da değerlendirilir. Mikro finans resmi finansal hizmetlere erişemeyen bireyler için alternatif bir finansman yöntemidir. Mikro finans yalnızca kredi değil, aynı zamanda mikro tasarruf ve mikro sigorta hizmetleri de sunmaktadır. Bu hizmetlerin amacı yoksul bireylerin gelirlerini koruma altına almak ve onları finansal sisteme entegre etmektir. Mikro finans kuruluşları, düşük gelirli bireylere küçük tutarlı kredi, tasarruf ve sigorta hizmetleri sunarak hem finansal kapsayıcılığı artırmakta hem de sosyal fayda sağlamaktadır (Vural, 2019; Büyükmert, 2024)

Türkiye’de mikro finans sistemi, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından üç ana kategoriye ayrılarak düzenlenmiştir: formal, yarı-formal ve informal yapılar. Formal kurumlar kamu bankaları ve finansman şirketleri gibi resmi yapılardır. Yarı-formal kurumlar ise kooperatifler ve sivil toplum kuruluşlarını kapsamaktadır. İnformal düzeyde ise aile bireyleri, arkadaş çevresi veya yerel dayanışma grupları gibi denetim dışı aktörler yer almaktadır (Vural, 2019).

Dünya çapında tanınan mikro finans modeli olan Grameen Bank, 1970’li yıllarda Bangladeş’te Prof. Muhammed Yunus tarafından geliştirilmiş ve yoksullara 27 dolarlık küçük kredilerle başlamıştır. Bu model, özellikle kırsal kesimde yaşayan, teminat sunamayan bireylerin küçük sermaye ihtiyaçlarını

karşılıyarak üretken faaliyetlere yönlendirilmesini sağlamıştır. Türkiye’deki ilk uygulamalar arasında 2002 yılında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) tarafından başlatılan MAYA ve 2003’te Grameen Trust iş birliğiyle yürütülen Türkiye Grameen Mikro Kredi Programı (TGMP) yer almaktadır. Bu programlar, özellikle kadın girişimcilerin ekonomik hayata entegrasyonunu hedeflemektedir. Mikro finansman sisteminin sunduğu mikro krediler, genellikle işletme sermayesi, hammadde, küçük ölçekli ekipman alımı gibi temel girişimcilik ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. Mikro kredilerde geleneksel teminatlar yerine grup garantisi, sosyal dayanışma ve düzenli ödeme geçmişi gibi alternatif güvence sistemleri kullanılır. Ayrıca kredi tahsisi ve tahsilatı genellikle borçlunun bulunduğu yerleşimde gerçekleştirilerek yerel bağlar güçlendirilir (Büyükmert, 2024)

Mikro finans sisteminde yer alan bir diğer unsur olan mikro sigorta, mikro girişimcilerin beklenmedik riskler karşısında korunmasına yöneliktir. Örneğin, kaza, doğal afet, hastalık gibi durumlara karşı düşük primlerle güvence sunulmakta; bu da girişimcilerin ekonomik olarak savunmasız kalmasını önlemektedir. Aynı şekilde mikro tasarruf sistemleri de bireylerin elde ettikleri gelirleri güvenli ortamlarda biriktirmelerini, böylece sermaye birikimi yapmalarını amaçlar (Canbaz, 2019). Mikro finansın toplumsal etkileri de dikkate değerdir. Mikro finans yardımı alan bölgelerde ekonomik iyileşmenin gözlemlendiği, girişimciliğin yaygınlaştığı, üretim süreçlerinin geliştiği ve dolayısıyla refah seviyesinin arttığı görülmektedir. Bu yönüyle mikro finans, sadece bireylerin ekonomik bağımsızlığını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ülkelerin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) seviyelerine de katkı sunar (Büyükmert, 2024).

Mikro finans kurumları, finansal sistemden dışlanmış kesimlere yönelik düşük maliyetli, esnek ve sosyal temelli finansman çözümleri sunarak yalnızca bireysel değil toplumsal kalkınmayı da destekleyen önemli yapılardır. Bu sistemin güçlendirilmesi, kadın girişimciliği başta olmak üzere ekonomik katılımı teşvik eden ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine hizmet eden stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir.

2.1.7 Melek Yatırımcılar ve Girişim Sermayesi Fonları

Girişimcilik ekosisteminde, özellikle erken aşama işletmelerin finansmana erişiminde önemli rol oynayan unsurlardan biri melek yatırımcılar, diğeri ise

girişim sermayesi fonlarıdır. Bu iki araç, yüksek risk ve yüksek getiri potansiyeline sahip yeni girişimlerin desteklenmesinde kritik işlevler üstlenir. Melek yatırımcılar bireysel düzeyde faaliyet gösterirken, girişim sermayesi fonları kurumsal yapıdadır ve kolektif kaynaklarla yatırım yapar. Erken aşama girişimlere yüksek risk ve yüksek getiri beklentisiyle yatırım yapan bireyler (melek yatırımcılar) ile kurumsal yatırım yapısı olan girişim sermayesi fonları, Türkiye’de gelişmekte olan girişimcilik finansmanı araçlarıdır. Bu yatırımcılar yalnızca finansal değil, aynı zamanda stratejik ve operasyonel destek sunar (Özdemir, 2020).

Melek yatırımcılar, kendi öz sermayelerini kullanarak genellikle erken aşama girişimlere yatırım yapan bireylerdir. Bu yatırımcılar sadece finansal destek sağlamakla kalmaz; aynı zamanda girişimcinin iş geliştirme sürecinde bilgi, deneyim ve ağlarını da sunarlar. Özellikle iş dünyasında tecrübe sahibi kişilerden oluşan melek yatırımcılar, projeye sağladıkları danışmanlık ve mentorluk katkısıyla girişimin büyümesine stratejik destek sağlarlar (Boztaş, 2023).

Türkiye’de melek yatırımcılık, 2013 yılında yürürlüğe giren “Bireysel Katılım Sermayesi (BKS) Hakkında Yönetmelik” ile yasal çerçeveye kavuşturulmuştur. Bu yönetmelikle lisanslı melek yatırımcılara vergi avantajları sunulmuş, girişimcilik finansmanının özendirilmesi amaçlanmıştır. Örneğin, BKS lisansına sahip yatırımcılar, nitelikli girişim şirketlerine yaptıkları yatırımların %75’ini yıllık gelir vergisi matrahından düşebilmektedir (Baştuğ, 2024).

Melek yatırımcılar bireysel olarak hareket edebilecekleri gibi, melek yatırımcı ağları aracılığıyla da faaliyet gösterebilirler. Bu ağlar, yatırımcıların kolektif kararlar alarak daha büyük ölçekli projelere fon sağlamalarına olanak verir. Türkiye’de Galata Business Angels, Keiretsu Forum ve Startupfon gibi birçok lisanslı melek yatırım ağı faaliyet göstermektedir. Bu ağlar yatırımcıları ve girişimcileri sistemli bir biçimde bir araya getirerek yatırım kararlarının etkinliğini artırmaktadır (Günay, 2024).

Girişim sermayesi fonları, büyüme potansiyeli taşıyan ancak henüz ticari başarıyı ispatlamamış işletmelere, uzun vadeli ve ortaklık temelli yatırım yapmayı amaçlayan kurumsal finansman mekanizmalarıdır. Türkiye’de bu yapı, 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu çerçevesinde düzenlenmiş ve “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (GSYO)” ve “Girişim Sermayesi Yatırım Fonu (GSYF)” olmak üzere iki şekilde örgütlenmiştir. Girişim sermayesi fonlarının temel işleyişi, profesyonel fon yöneticileri aracılığıyla belirli kriterleri sağlayan girişimlere

yatırım yapılmasıdır. Bu kriterler arasında iş fikrinin yenilikçi olması, pazar potansiyelinin yüksekliği, ekibin niteliği ve iş modelinin sürdürülebilirliği yer alır. Bu yatırımlar genellikle 5-10 yıllık uzun vadelerle gerçekleştirilir ve yatırımcılar girişimin büyümesi ile birlikte sermaye kazancı hedefler (Baştuğ, 2024).

Girişim sermayesi fonları, çoğunlukla büyüme aşamasındaki girişimlere yatırım yaparken, melek yatırımcılar ise daha çok tohum ve erken aşamadaki girişimlere odaklanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, melek yatırım ve girişim sermayesi finansmanı birbirini tamamlayan iki kademeli yapı olarak değerlendirilebilir (Şekkeli, 2023).

Melek yatırımcılar ve girişim sermayesi fonları, geleneksel kredi sistemlerinin dışında kalan erken ve büyüme aşamasındaki girişimlerin finansman ihtiyacını karşılayan alternatif ve stratejik kaynaklardır. Bu yapıların sadece finansal destek değil, aynı zamanda yönetsel ve stratejik katkı sunduğu unutulmamalıdır. Bu yatırımcı türleri girişimcilik finansmanında yalnızca kaynak sağlayıcı değil, aynı zamanda mentorluk, danışmanlık ve ağ desteği sunan birer “stratejik ortak” işlevi görmektedir.

2.2 Bankacılık Dışı Alternatif Finansman Yöntemleri

Geleneksel bankacılık sistemine dayalı finansman yöntemleri, özellikle erken aşama girişimler ve düşük teminatlı yatırımcılar için çoğu zaman erişilebilir değildir. Bu durum, işletmelerin ve bireylerin banka dışındaki finansman kaynaklarına yönelmesine neden olmuştur. Bu kaynaklar bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri olarak tanımlanmakta ve günümüzde giderek çeşitlenen bir yapı içinde değerlendirilmektedir. Bu finansal araçlar, geleneksel bankacılık sistemine erişimde yaşanan yapısal ve ekonomik engeller karşısında hem bireyler hem de işletmeler için giderek daha hayati hale gelmektedir. Bu yöntemler, klasik kredi ve sermaye piyasası dışındaki kaynaklardan fon temin etme imkânı sunmakta ve finansal sistemin kapsayıcılığını arttırmaktadır. Bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri; bankacılık sistemi ve sermaye piyasaları gibi alışagelmış kaynaklar dışındaki finansman imkanlarının genel adı olarak kullanılmaktadır.

Bu yöntemler; mikro finans, melek yatırımcılık, risk sermayesi, kitle fonlaması, leasing, faktöring, aile ve arkadaş çevresinden borçlanma gibi çeşitli biçimlerde sınıflandırılabilir. Bu yapıların temel ortak noktası, formel bankacılık sisteminin dışında yer almaları ve çoğu zaman daha esnek, hızlı ve yenilikçi

özmler sunmalarıdır. Girişimciler, bu tür yöntemler aracılığıyla klasik bankacılığın gerektirdiği yüksek teminat ve kredi geçmişi gibi engelleri açarak fon temin edebilmektedirler (Canbaz, 2019).

Bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri, girişimcilik ekosisteminin gelişmesi, finansal kapsayıcılığın artması ve ekonomik çeşitliliğin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu yöntemler, geleneksel finansal yapıya erişemeyen girişimciler için hem sermaye kaynağı hem de stratejik destek aracı olarak rol oynamaktadır. Mikro finansın yoksullukla mücadeledeki önemi, melek yatırımcılığın erken aşama destekleyiciliği, kitle fonlamasının demokratik yapısı ve katılım finansının faizsiz model sunması, alternatif yöntemlerin sunduğu çeşitliliğin başlıca göstergeleridir.

Bu yöntemlerin yaygınlaşmasındaki temel etkenlerden biri, teknolojik gelişmelerdir. Özellikle internet tabanlı platformlar, girişimcilerin fon talebinde bulunmasını, yatırımcıların ise bu talepleri değerlendirmesini kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda, kitle fonlaması platformları, küçük yatırımcıların bile yatırım yapmasını mümkün kılarak finansmanın demokratikleşmesine katkı sunmaktadır (Büyükmert, 2024).

Türkiye özelinde bakıldığında, bu yöntemlerin henüz erken gelişim aşamasında olduğu, ancak farkındalık düzeyinin arttırılmasıyla birlikte daha geniş kitlelerce benimsenecektir. Türkiye’de mikro finans, melek yatırım ve kitle fonlaması gibi yöntemlere yönelik farkındalık yetersizdir, ancak bu yöntemlerin yaygınlaşmasının finansal kapsayıcılığı ciddi biçimde artırabilecektir (Canbaz, 2019).

Genel olarak görülmektedir ki; Türkiye’de bu yöntemlerin yasal altyapıları güçlenmekte, farkındalık düzeyi artmakta ve dijitalleşmenin de etkisiyle daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu nedenle alternatif finansman sistemleri artık bir seçenek değil; yeni ekonomik düzende bir gereklilik haline gelmiştir. Bunlar sadece sermaye ihtiyacını karşılayan araçlar değil; aynı zamanda girişimciliği destekleyen, sosyal yatırım olanaklarını genişleten ve finansal sistemin daha kapsayıcı hale gelmesini sağlayan stratejik enstrümanlardır. Bu yöntemlerin etkili biçimde işleyebilmesi için hem hukuki altyapının güçlendirilmesi hem de kamuoyunun bu konudaki farkındalığının artırılması gerekmektedir.

2.2.1 Mikro Finans

Mikro finans, modern finansal sistemin dışında kalan düşük gelirli bireyler ve küçük ölçekli girişimciler için geliştirilen kapsayıcı bir finansal araç olarak, yoksulluğun azaltılması, girişimciliğin teşvik edilmesi ve ekonomik eşitsizliklerin giderilmesi gibi çok yönlü hedeflere hizmet etmektedir. Geleneksel bankacılık sisteminin yüksek teminat, sabit gelir ve kredi geçmişi gibi katı koşulları, özellikle kırsal ve ekonomik olarak dezavantajlı kesimler için önemli bir engel oluşturmaktadır. Bu bağlamda mikro finans, formel bankacılığın dışladığı gruplar için düşük miktarlarda ancak yüksek etki potansiyeline sahip kredi, sigorta ve tasarruf ürünleri sunarak hem bireysel hem de toplumsal düzeyde dönüşüm yaratma potansiyeline sahiptir.

Mikro finansın yapısı üç temel unsur üzerine kuruludur: mikro kredi, mikro sigorta ve mikro tasarruf. Yoksulluğu azaltmak amacıyla geliştirilen, özellikle kadın girişimcileri destekleyen bir sistemdir; mikro finans sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal bir dönüşüm aracıdır. Kadınların ekonomik hayata dahil edilmesi, aile gelirlerinin artırılması ve yerel ekonomilerin canlandırılması gibi pek çok olumlu etkisi olan mikro finans, aynı zamanda kadınların sosyal statülerini güçlendirmekte ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sunmaktadır (Canbaz, 2019).

Mikro finans uygulamaları, Türkiye’de özellikle Türkiye Grameen Mikro Finans Programı (TGMP) aracılığıyla yaygınlık kazanmıştır. TGMP'nin 67 ilde 111 şube ile faaliyet göstermiştir. 2024 yılı itibarıyla 441 milyon TL'nin üzerinde kredi kullandırmış ve bu hizmet büyük oranda kadın girişimcilere ulaştırılmıştır. TGMP'nin benimsediği grup temelli kredi modeli, bireyler arasında sosyal sorumluluk temelli bir güven mekanizması inşa etmekte; böylece teminatsız kredi sisteminin işleyişi güçlenmektedir (Büyükmert, 2024).

Bu sistemin sosyoekonomik etkileri daha geniş perspektiflerle ele alındığında, yalnızca bireysel girişimcilik değil, aynı zamanda sosyal sermaye ve toplumsal dayanışma duygusunun da güçlendiği görülmektedir. Mikro finans bu yönüyle sosyoekonomik dönüştürücü bir model olarak değerlendirilirken; geleneksel para vakıflarının günümüzdeki bir izdüşümü olarak vakıf temelli, sosyal etki yatırımı odaklı mikro finans modellerinin geliştirilebileceği ve bu yapıların özellikle İslami finans ilkeleriyle de uyumlu bir alternatif oluşturabileceği savunulmaktadır (Şekkeli, 2023; Canbaz, 2019).

Sonuç olarak mikro finans, yalnızca finansman temin eden bir yapı değil, aynı zamanda ekonomik adaletin sağlanması ve toplumsal refahın artırılması yönünde işlev gören bütüncül bir kalkınma aracıdır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bu modelin yaygınlaştırılması hem bireylerin yaşam standartlarını yükseltecek hem de yerel ekonomilerin sürdürülebilir kalkınmasına ciddi katkılar sunacaktır. Bunun için mikro finans uygulamalarının mevzuatla desteklenmesi, dijital finans teknolojileriyle entegre edilmesi ve kamuoyu nezdinde farkındalığın artırılması büyük önem taşımaktadır. Bu sayede mikro finans, sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal bir dönüşümün aracı haline gelebilecektir.

2.2.2 Melek Yatırımcılık

Melek yatırımcılık, bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri arasında girişimcilik ekosistemine sunduğu özgün katkılar nedeniyle dikkat çeken bir modeldir. Bu finansman yöntemi, yüksek riskli ancak potansiyel olarak yüksek getirili iş fikirlerine yatırım yapan bireysel yatırımcıların, yalnızca sermaye desteği sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bilgi, deneyim ve sosyal ağlarını da girişimcilerle paylaşmaları esasına dayanmaktadır. Melek yatırım, girişim konusunda uzmanlaşmış yatırımcıların, yeterli sermaye ve bilgi birikimine sahip olmayan start-up girişimcilere hem finansal destek hem de danışmanlık hizmeti sunarak onların iş fikirlerini hayata geçirmelerini sağlayan bir modeldir (Canbaz, 2019).

Melek yatırımcılar, bireysel olarak yüksek riskli erken aşama girişimlere finansal kaynak sağlayan kişilerdir. Melek yatırımcılar; biçimsel olmayan ama profesyonel rehberlik ve danışmanlık hizmeti de sunabilen bireyler olarak tanımlanmaktadır (Günay, 2024). Bu tanım, melek yatırımcıların sadece birer finansör olmadığını; aynı zamanda girişimcinin stratejik gelişimine katkı sağlayan rehber aktörler olduğunu göstermektedir. Bu yaklaşım, yatırımcıyı pasif bir rol oyuncusundan çıkararak girişim sürecinin aktif bir bileşeni haline getirmektedir.

Melek yatırımcılar çoğunlukla yatırım yaptıkları girişimlere sadece fon değil, aynı zamanda sosyal ve entelektüel sermaye de aktarmaktadırlar. Bu yatırımcılar, girişimcilerin heyecanına ve motivasyonuna ortak olmakta, manevi tatmin beklentisiyle hareket etmektedirler. Girişimcinin vizyonu ile yatırımcının vizyonunun uyumu, yatırım kararında belirleyici bir etken olabilmektedir. Melek yatırımcılar çoğu zaman girişimcinin ilk dış yatırım kaynağıdır ve özellikle finansal

getiri kadar girişime olan inanç ve sosyal etki motivasyonları da yatırım kararlarında etkilidir (Boztaş, 2023).

Türkiye’de melek yatırımcılığın kurumsallaşması, 15 Şubat 2013 tarihinde yayımlanan “Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik” ile başlamıştır. Bu düzenleme ile “Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY)” kavramı yasal bir statü kazanmış ve yatırımcılara vergi avantajları gibi teşvikler sunulmuştur. Melek yatırımcı olabilmek için belirli mali ve deneyim kriterlerini karşılamak gerekmektedir. Bu kriterler arasında yıllık 200.000 TL’den fazla gelir ya da 1.000.000 TL’nin üzerinde servete sahip olma şartı yer almakta, aynı zamanda finansal yöneticilik veya yatırım deneyimi gibi profesyonel geçmiş şartı aranmaktadır (Canbaz, 2019).

Melek yatırımcıların sağladığı katkı sadece ekonomik değil; aynı zamanda stratejik, yönetsel ve kültürel düzeydedir. Özellikle erken evre işletmelere sağlanan bu destek, girişimlerin büyüme süreçlerini hızlandırmakta ve risk sermayesi gibi daha kurumsal finansman kaynaklarına erişim öncesinde kritik bir köprü işlevi görmektedir (Şekkeli, 2023).

Türkiye’de melek yatırımcılığın hukuki altyapısının belirli bir düzeye gelmiş, ancak hâlâ girişimcilerin bu yatırımcı ağlarına ulaşmakta zorluklar yaşadığı görülmektedir. Girişimcilerin özellikle coğrafi sınırlara bağlı olarak fon arayışlarında dezavantajlı konumda kalmaları, melek yatırım ağlarının dijital platformlar aracılığıyla yaygınlaştırılması ihtiyacını ortaya koymaktadır (Baştuğ, 2024).

Melek yatırımcılık modeli, girişimciliğin erken aşamalarında kritik bir boşluğu doldurarak hem finansal hem de yönetsel destek sunmakta; girişimcilik ekosistemine stratejik bir katkı sağlamaktadır. Türkiye’de bu alanda mevzuat desteğiyle birlikte önemli bir ivme kazanılmış olsa da yatırımcı sayısının artırılması, melek yatırım ağlarının profesyonelleştirilmesi ve kamuoyunda farkındalığın yükseltilmesi yönünde yapılacak çalışmalar, modelin etkinliğini daha da güçlendirecektir.

2.2.3 Risk Sermayesi

Risk sermayesi yatırım ortaklıkları, yüksek büyüme potansiyeli olan ama yüksek risk içeren girişimlere kurumsal düzeyde yatırım yapan yapılardır. Bu fonlar, yatırım yaptıkları girişimin belirli bir süre içinde değer kazanmasıyla birlikte

ıkış yapmayı hedefler (Özdemir, 2020). Risk sermayesi, yüksek risk içermesine rağmen yüksek getiri potansiyeline sahip, özellikle teknoloji ve inovasyon odaklı girişimlerin finansmanında kullanılan kurumsal bir yatırım modelidir. Bu yöntem, bankacılık dışı alternatif finansman araçları arasında öne çıkan ve girişimcilik ekosistemine stratejik katkı sunan yapısıyla dikkat çekmektedir. Girişimcilik faaliyetleri genellikle erken aşamalarda büyük sermaye ihtiyaçları doğurmakta, ancak bu aşamalarda geleneksel finansman araçlarına erişim güçleşmektedir. İşte bu noktada, risk sermayesi yatırımcıları devreye girerek girişimlere öz kaynak temelli, ortaklık yapısına dayalı uzun vadeli finansman sunmaktadır.

Risk sermayesi, yaratıcı ve parlak fikirlere sahip ancak yeterli finansal kaynağa ulaşamayan girişimcilerin iş fikirlerini gerçekleştirmelerine olanak tanıyan bir finansman modeli olarak tanımlanır. Bu modelin temel amacı, yatırımın yapıldığı girişimin başarılı olması durumunda elde edilecek yüksek getiridir. Riskin yüksek olması nedeniyle, yatırımcılar genellikle detaylı fizibilite çalışmaları yapar ve girişimcinin inovatif kapasitesine odaklanır (Boztaş, 2023).

Risk sermayesi yatırım fonları, yatırım yaptıkları girişimin belirli bir süre içinde büyüyerek değer kazanmasını ve yatırımcının bu süreç sonunda şirketteki payını satarak çıkış yapmasını hedefler. Bu stratejik çıkış, genellikle halka arz ya da büyük bir şirket tarafından satın alma yoluyla gerçekleştirilir (Özdemir, 2020).

Girişim sermayesi yatırım ortaklıkları (GSYO), bu sistemin Türkiye’deki kurumsal çerçevesini oluşturmaktadır. Türkiye’de risk sermayesi yatırımlarının yasal altyapısını 1993 tarihli SPK Tebliği ile oluşturulmuş ve günümüzde bu yapının 2013 tarihli “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği” ile düzenlenmiştir. 2024 yılı itibarıyla SPK’ya bağlı olarak faaliyet gösteren GSYO sayısı 11’e ulaşmış ve bunların yedisi Borsa İstanbul’da işlem görmektedir. Bu yapılar girişimcilerin kurumsal düzeyde sermayeye erişimini kolaylaştırmakta, aynı zamanda yatırımcıya da vergi avantajları sağlamaktadır (Günay, 2024).

Risk sermayesi Türkiye’de fintech ve teknoloji temelli girişimler başta olmak üzere belirli sektörlerde yaygınlaşmaya başlamıştır. Ancak bu yatırım modeli henüz girişimcilik ekosisteminde istenilen seviyeye ulaşmamıştır, bunun başlıca nedenleri arasında sermaye piyasasının derinliğinin sınırlı oluşu, girişimcilik kültürünün yeterince gelişmemesi ve yatırımcı koruma mekanizmalarının eksikliğidir. Türkiye’de girişim sermayesine olan ilginin artması

için ekonomik göstergelerin iyileştirilmesi, yatırım ortamının güçlendirilmesi ve hukuki altyapının daha da sağlamlaştırılması gerekmektedir (Büyükmert, 2024).

Risk sermayesi yatırımlarının en temel farkı, faizli kredi mekanizmalarının aksine girişimciyle bir ortaklık kurulması ve başarının girişimle birlikte paylaşılmasıdır. Risk sermayesi şirketleri, yatırım sürecinde aktif rol alarak girişimin büyüme stratejilerinde yönlendirici bir etkiye sahip olurlar (Baştuğ, 2024).

Sonuç olarak, risk sermayesi; yüksek risk barındıran ama yüksek potansiyele sahip girişimlerin desteklenmesinde önemli bir işlev üstlenmektedir. Türkiye’de bu yapının gelişimi açısından son yıllarda önemli adımlar atılmış olsa da halen sistemin yaygınlaştırılması ve kurumsal kapasitesinin artırılması gerekmektedir. Girişimcilik kültürünün güçlendirilmesi, sermaye piyasasının derinleştirilmesi ve yatırımcı-girişimci ilişkisini düzenleyen mekanizmaların profesyonelleştirilmesi bu alanda atılacak başlıca adımlardır. Risk sermayesi, bu yönüyle sadece bir finansman yöntemi değil, aynı zamanda stratejik bir kalkınma aracı olarak da değerlendirilmektedir.

2.2.4 Kitle Fonlaması

Kitle fonlaması (crowdfunding), internet tabanlı platformlar aracılığıyla küçük katkıların bir araya getirilmesiyle girişimlerin finanse edilmesidir. Kitle fonlaması, günümüzde bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri arasında hızla yükselen ve dijitalleşmenin sunduğu olanaklarla geniş kesimlere hitap eden çağdaş bir finansman biçimidir. Bu sistem, geleneksel finansal araçlara erişimi kısıtlı bireylerin ve girişimcilerin, internet tabanlı platformlar aracılığıyla doğrudan geniş kitlelere ulaşarak fon talep etmelerini sağlar. Özdemir’e göre kitle fonlaması, “fintek temelli alternatif finansın en bilinen türüdür” ve bu yönüyle hem teknolojik gelişmelerin hem de toplumsal katılımın önemli bir tezahürüdür (Özdemir, 2020).

Kitle fonlamasının temel yapısı; fon talep eden girişimciler, fon arz eden yatırımcılar ve sürece aracılık eden dijital platformlar olmak üzere üç ana unsurdan oluşur. Bu sistemde yatırımcılar, küçük tutarlarda sermaye sunarak bir projeye ortak olabilirken; girişimciler, geleneksel yatırımcı ilişkilerine veya bankalara bağımlı olmadan yenilikçi fikirlerini hayata geçirme imkânı bulurlar. Bu özellikleri sayesinde kitle fonlaması hem finansal erişimi demokratikleştirir hem de girişimcilik ekosistemini canlı tutar.

Türkiye'de kitle fonlaması 2017 yılı itibarıyla Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından düzenlenerek yasal bir çerçeveye kavuşturulmuştur. Bu düzenlemeler, özellikle paya dayalı kitle fonlaması modeli üzerinden yapılmış ve platformların kurulması, denetlenmesi ve yatırımcı haklarının korunması gibi hususları kapsamıştır. Bu çerçevede fon talep eden girişimciler, halka açık ortaklık statüsünde olmadan yatırımcılarla buluşabilmekte, bu da sistemin esnekliğini artırmaktadır.

Yatırımcıların kitle fonlamasına katılım niyetlerini etkileyen unsurlar yalnızca maddi beklentilerle sınırlı değildir. Yatırımcıların öz yeterlilik düzeyi, duygusal motivasyonları, girişimciye duyulan güven ve platformun etkinliği gibi faktörler karar alma süreçlerinde önemli rol oynamaktadır. Örneğin, yatırımcıların kampanya bilgilerini yeterli bulmaları ve girişim ekibine duydukları güven, katılım niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Kitle fonlaması, İslami finans ilkeleriyle de örtüşen bir yapıya sahiptir. Bu modelin karz-ı hasen, mudaraba ve müşareke gibi faizsiz finans teknikleriyle entegre edilerek İslami finans sistemine uyarlanabilir. Bu tür bir entegrasyon hem etik finans ilkelerini güçlendirecek hem de kitle fonlamasının toplumun daha geniş kesimlerinde kabul görmesini kolaylaştıracaktır (Canbaz, 2023).

Sonuç olarak, kitle fonlaması Türkiye'de yeni yeni kurumsallaşan ancak potansiyeli oldukça yüksek bir finansman modelidir. Girişimcilik kültürünün gelişmesi, alternatif finansman kanallarının yaygınlaşması ve toplumsal yatırım bilincinin artması açısından kitle fonlamasının desteklenmesi büyük önem arz etmektedir. Gerek teknolojik altyapının güçlendirilmesi gerekse hukuki ve mali düzenlemelerin netleştirilmesiyle bu yöntemin daha geniş kitleler tarafından benimsenmesi mümkündür. Özellikle yatırımcı motivasyonlarının çok boyutlu analiz edilmesi ve platformların güvenilirliğinin artırılması, bu sistemin sürdürülebilirliğinde belirleyici olacaktır.

2.2.5 Leasing (Finansal Kiralama)

Leasing, girişimcilerin büyük yatırım harcamaları yapmaksızın üretim araçları, makineler gibi ekipmanları kullanabilmesini sağlayan finansman yöntemidir. Leasing (finansal kiralama), girişimcilerin sermaye yoğun üretim araçlarına doğrudan sahip olmak zorunda kalmaksızın bu varlıkları kullanım hakkı elde etmelerine olanak tanıyan, banka kredilerine alternatif olarak geliştirilen bir

finansman yöntemidir. Bu yöntem, özellikle üretim kapasitesini artırmak, yeni teknolojilere erişmek veya sabit kıymet yatırımlarını gerçekleştirmek isteyen ancak yeterli öz sermayeye sahip olmayan işletmeler için büyük avantajlar sunmaktadır. Leasing teminat sorunu yaşayan girişimciler için sermaye kullanımına olanak tanıyan etkili bir araçtır. Özellikle erken aşama girişimler, leasing sayesinde faaliyetlerine hızla başlayabilmekte ve yatırımlarını aşamalı olarak finanse edebilmektedir (Şekkeli, 2023).

Leasing işlemi, kiracı, kiralayan ve satıcı olmak üzere üç taraf arasında gerçekleşir. Kiracı, ihtiyacı olan sabit varlığı belirler; kiralayan şirket bu varlığı satın alarak kiracıya belirli bir kira bedeli karşılığında kullanım hakkı tanır. Sözleşme süresi boyunca kiracı, belirlenen taksitleri öder ve bu sürecin sonunda genellikle düşük bir bedel karşılığında varlığın mülkiyeti kendisine devredilir. Bu yönüyle leasing, satın alma yerine uzun vadeli kiralama ile finansal yükün zamana yayılmasını sağlayarak nakit akışı üzerinde olumlu bir etki yaratır (Vural, 2019).

Leasing işlemleri üretim odaklı girişimlerde makineler, ekipmanlar ve teçhizat gibi duran varlıkların ediniminde kritik bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin öz sermaye yerine leasing yöntemini tercih etmeleri hem başlangıç maliyetlerini azaltmakta hem de borçlanma düzeylerini düşük tutarak mali esnekliklerini korumalarına olanak tanımaktadır. Ayrıca leasing, özellikle yatırım mallarına yönelik olduğu için üretken sermaye yatırımlarını artırıcı bir etkiye sahiptir (Büyükmert, 2024).

Türkiye’de leasing uygulamaları 1985 yılında çıkarılan 3226 sayılı Finansal Kiralama Kanunu ile yasal bir zemine oturtulmuştur. Daha sonra, 6361 sayılı Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu ile sistem daha da kurumsallaşmış, sektörün işleyişi denetlenebilir ve şeffaf hale getirilmiştir. Türkiye leasing pazarı 2023 yılı itibarıyla %25 oranında büyümüş, işlem hacmi ise bir önceki yıla göre %51 artarak 1 milyon 146 bin dolara ulaşmıştır (Büyükmert, 2024).

Leasing türleri temelde ikiye ayrılmaktadır: finansal kiralama ve operasyonel kiralama. Finansal kiralama, uzun süreli ve sabit kıymetin mülkiyetinin kiralama süresi sonunda devredildiği bir modeldir. Bu model, genellikle sabit kıymet yatırımlarında tercih edilir. Operasyonel kiralama ise daha kısa süreli, mülkiyetin kiralayanda kaldığı ve kiralanan varlığın bakım masraflarının kiralayan tarafından karşılandığı bir modeldir. Küçük ölçekli işletmeler için kısa vadeli ihtiyaçlara cevap vermekte etkilidir (Şekkeli, 2023; Vural, 2019).

Leasing, küresel anlamda da yaygın bir uygulamadır. Avrupa’da 9 milyondan fazla KOBİ’nin leasing yoluyla toplam 104 milyar avroluk yatırıma erişmiştir. Bu model, gelişmiş ülkelerde banka kredisinden sonra en çok tercih edilen finansman yöntemi haline gelmiştir. Türkiye’de ise leasing sektörü, üretim ve yatırım malları için KDV oranlarının %1 olarak belirlenmesiyle teşvik edilmiştir (Büyükmert, 2024).

Sonuç olarak leasing, girişimcilerin sabit kıymet ihtiyaçlarını karşılamada etkili, maliyet avantajı sunan, nakit akışına uygun esnek bir finansman yöntemi olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel borçlanma veya öz sermaye yöntemlerine alternatif olarak, girişimcilerin yatırım süreçlerini hızlandırmakta ve ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki yaratmaktadır. Türkiye’de leasing sektörünün gelişimi hem finansal kapsayıcılığın artması hem de girişimcilik faaliyetlerinin teşviki açısından büyük önem arz etmektedir.

2.2.6 Faktöring

Faktöring, işletmelerin vadeli mal veya hizmet satışlarından doğan alacaklarını belirli bir iskonto oranı karşılığında finansal bir kuruluşa (faktör) devrederek erken vadede nakit elde etmesini sağlayan bir finansman yöntemidir. Bu yöntem, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) likidite ihtiyaçlarını karşılamaları, tahsilat sürelerini kısaltmaları ve nakit akışlarını düzenlemeleri açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Faktöring sayesinde işletmeler satışlardan kaynaklanan alacaklarının vadesini beklemeksizin nakde kavuşmakta, böylece hem likiditelerini artırmakta hem de tahsilat risklerini minimize etmektedirler (Şekkeli, 2023).

Faktöring işlemi, satıcı (alacaklı), borçlu (müşteri) ve faktöring şirketi olmak üzere üç taraf arasında gerçekleşir. İşletme, henüz tahsil etmediği alacaklarını fatura ve diğer belgelerle birlikte faktöring şirketine devreder. Faktöring şirketi, bu alacakları belirli bir iskonto oranıyla satın alarak satıcıya peşin ödeme yapar. Faktöring hizmetleri üç ana başlıkta sınıflandırılmaktadır: finansman sağlama, alacakların yönetimi ve risk üstlenme. Finansman sağlama, alacakların belli bir kısmının önceden nakde çevrilmesini ifade ederken; alacakların yönetimi, tahsilat sürecinin faktöring şirketi tarafından yürütülmesini; risk üstlenme ise borçlunun ödeme yapmaması durumunda riskin faktör tarafından karşılanmasını ifade etmektedir. Faktöring uygulamaları hizmet türüne ve coğrafi yapısına göre

farklılık göstermektedir. Hizmet türüne göre kabili rücu (geri dönüşlü) faktöringde, borçlunun ödememe riski satıcıya aittir. Gayri kabili rücu (geri dönüşsüz) faktöringde ise bu risk faktöring şirketi tarafından üstlenilir. Coğrafi konuma göre ise yurtiçi faktöring, aynı ülke içindeki alacaklara yönelik işlemleri kapsarken; uluslararası faktöring, ihracat veya ithalat gibi sınır ötesi ticaretten doğan alacakların devrini içermektedir (Vural, 2019).

Faktöringın tarihsel kökenine bakıldığında, bu yöntemin Mezopotamya'dan bu yana kullanılan bir ticaret uygulaması olduğu, ancak modern formunun 20. yüzyılın ortalarında geliştiği belirtilmektedir. Bugün faktöring, işletmelerin rekabet avantajını artırmada önemli bir rol üstlenmekte; özellikle düşük teminat kapasitesine sahip girişimler için etkili bir çözüm sunmaktadır. Ayrıca dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte, faktöring şirketleri alacakların takibini ve tahsilatını daha etkin bir şekilde gerçekleştirebilmekte, bu da işletmelere operasyonel verimlilik kazandırmaktadır (Büyükmert, 2024).

Faktöring, özellikle bankacılık kredilerine erişimi sınırlı olan veya teminat sunamayan girişimciler için önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Faktöring şirketleri, sadece finansman sağlamamakta, aynı zamanda işletmelerin finansal yönetim süreçlerine katkı sunarak stratejik destek rolü de üstlenmektedir. Bu yönüyle faktöring, klasik kredi ilişkisinden farklı olarak daha entegre ve yönlendirici bir finansal hizmet modeli sunmaktadır.

2.2.7 Aile, Arkadaş ve Sosyal Ağlar

Girişimciliğin ilk aşamalarında karşılaşılan en temel engellerden biri, dış finansman kaynaklarına erişimde yaşanan zorluklardır. Bu dönemde çoğu girişimci, bankalardan kredi alabilecek yeterli teminata ya da kurumsal yatırımcılara hitap edecek ölçek ve altyapıya sahip olmadığından dolayı finansman ihtiyaçlarını öncelikle kişisel kaynaklarından ve yakın çevresinden temin etmeye yönelir. Bu bağlamda aile, arkadaş ve sosyal ağlar yoluyla sağlanan destekler, girişimciliğin en yaygın ve erişilebilir finansman yöntemlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu yöntem kişisel ilişki temelli finansman olarak da tanımlanabilir ve bu tür destekler hem ekonomik hem de psikolojik açıdan girişimciyi motive edici bir rol oynamaktadır (Günay, 2024).

Aile ve arkadaşlardan sağlanan finansman genellikle gayriresmî nitelik taşır; kredi, bağış veya ortaklık şeklinde olabilir. Bu finansman türünün en temel

avantajı, genellikle faiz talep edilmemesi, bürokratik süreçlere gerek duyulmaması ve esnek geri ödeme koşullarıdır. Bununla birlikte bu tür destekler çoğu zaman girişimcinin karakterine, ilişkisine ve güven ilişkisine dayandığı için kurumsal bir yapıdan çok sosyal bir zeminde şekillenir. Girişimciler ilk finansman ihtiyacını karşılamak için genellikle önce kendi tasarruflarını, ardından aile ve arkadaşlarının maddi desteklerini kullanmaktadır. Ancak bu kaynakların sınırlı olması nedeniyle sürdürülebilir büyüme için girişimcilerin zamanla dış finansman kaynaklarına yönelmesi gerekir (Özdemir, 2020).

Bu yöntem, girişimci ile destek veren kişi arasındaki güvene dayalı bir finansman ilişkisi kurmaktadır ve özellikle çekirdek aile yapılarında oldukça yaygındır. Aile veya yakın çevreden sağlanan fonlar yalnızca maddi değil, aynı zamanda manevi motivasyon unsuru da taşır. Bununla birlikte, finansman sağlayan kişinin girişimin başarısına olan inancı ve girişimciyle olan duygusal bağı, bu süreçteki en belirleyici etkenler arasında yer alır. Fakat bu tür finansmanın dezavantajı, destek sağlayan kişi ile girişimci arasında yaşanabilecek anlaşmazlıkların kişisel ilişkilere zarar verme riskidir. Ayrıca, sağlanan kaynakların sınırlı olması nedeniyle bu yöntem yalnızca girişimin en erken aşamalarında işlevseldir (Büyükmert, 2024).

Aile ve arkadaşlardan sağlanan finansman genellikle çekirdek yatırım döneminde işe yaramakta, ancak başarısızlık durumunda geri ödemelerin gecikmesi ya da yapılmaması halinde kişisel ilişkileri zedeleyebilir. Bu nedenle girişimcilerin bu tür destekleri mümkün olduğunca kısa sürede geri ödeme niyetiyle kullanmaları hem kişisel hem de iş ilişkilerini koruma açısından önem arz etmektedir (Vural, 2019).

Fon sağlayan aile üyesi ya da arkadaşın kararı finansal analizlerden çok kişisel ilişkilere dayanmaktadır. Bankalar gibi kurumsal aktörler kredi verirken girişimcinin ödeme kapasitesini, geçmişini ve ticari potansiyelini incelerken; yakın çevre bu kararları daha çok duygusal bağ, sadakat ve güven ilişkisi çerçevesinde verir. Bu durum, finansmanın kolay ulaşılabilir olmasını sağlasa da profesyonel yönetim süreçlerinden uzaklaşılmasına yol açabilir (Ocaklı, 2023).

Bu bağlamda aile, arkadaş ve sosyal ağlar aracılığıyla sağlanan finansman, özellikle girişimin “çekirdek aşaması” olarak da adlandırılan ilk dönemlerinde hayati önem taşır. Bu aşama, girişimin henüz ürününü ticarileştirmede, gelir üretmediği ve dış finansman sağlayıcılarının ilgisini çekemediği dönemi kapsar. Bu

dönem, aynı zamanda girişimlerin en kırılgan olduğu “ölüm vadisi” aşamasıdır ve çoğu girişim bu dönemi aşamadığı için başarısızlığa uğrar. Dolayısıyla bu kritik evrede sağlanan aile ve arkadaş desteği, sadece finansal değil; girişimin hayatta kalmasını sağlayacak stratejik bir destek işlevi de görmektedir (Baştuğ, 2024).

2.2.8 Kamusal Destekler ve Hibeler

KOSGEB, TÜBİTAK gibi kurumların sağladığı hibeler ve teşvik programları da banka dışı önemli kaynaklar arasında yer almaktadır. Bu tür destekler çoğu zaman teknik yeterlilik, proje hazırlama ve süreklilik gibi kriterlere bağlıdır. Özellikle teknoloji tabanlı girişimler için hibe programları önemli bir başlangıç fonlaması sağlamaktadır. Kamusal destekler ve hibeler, bankacılık dışı alternatif finansman yöntemleri arasında, özellikle girişimcilik ve yenilikçilik ekseninde stratejik önem taşıyan bir yapıdadır. Bu destekler, doğrudan devlet kurumları veya kamu kaynaklarını yöneten kuruluşlar aracılığıyla girişimcilere, KOBİ'lere ve yenilikçi iş modellerine yöneltilen mali kaynak transferlerini ifade eder. Kamu destekleri yalnızca finansal kaynak sağlamaktan ibaret olmayıp; başvuru süreçlerinde teknik yeterlilik, proje hazırlama kabiliyeti ve sürdürülebilirlik kriterlerini esas alarak girişimciliğin kurumsallaşmasına katkıda bulunmaktadır (Canbaz, 2019).

Türkiye'de kamusal desteklerin en kurumsallaşmış örneklerinden biri, KOSGEB'in uygulamaya koyduğu çeşitli hibe ve teşvik programlarıdır. Bu programlar kapsamında girişimcilere karşılıksız kuruluş desteği, performans desteği, makine-teçhizat alımı, yazılım, danışmanlık ve işletme koçluğu gibi birçok kalemden geri ödemesiz veya faizsiz destek sağlanmaktadır. Özellikle İleri Girişimcilik Destek Programı, stratejik önceliklere sahip sektörlerdeki girişimlerin desteklenmesini amaçlamakta; girişimcilere yalnızca sermaye değil, aynı zamanda mentorluk ve teknik rehberlik de sunmaktadır. TÜBİTAK ise teknoloji tabanlı girişimler için kritik rol oynayan destek sağlayıcılardan biridir. Örneğin, 1512 BiGG Girişimcilik Destek Programı, yenilikçi iş fikirlerini hayata geçirmeyi hedefleyen bireylere fikirden ürüne dönüşüm sürecinde destek olmakta ve bu süreci fonlamaktadır. Ayrıca, Tech-InvesTR gibi girişim sermayesi fonlarını destekleyen programlar, erken aşama teknoloji firmalarının yatırım alma şansını artırmakta ve ticarileşme süreçlerini hızlandırmaktadır (Günay, 2024).

KOSGEB tarafından uygulanan sıfır faizli destek programlarının toplum nezdinde oldukça ilgi görmüş ve özellikle 2017 yılında başlatılan “Sıfır Faizle İşletme Kredisi” kampanyası kapsamında 460 bin KOBİ’nin bu teşvikten faydalanmıştır. Ayrıca, KOBİGEL Destek Programı ile 300.000 TL’si hibe olmak üzere toplamda 1 milyon TL’lik teşvik sağlanmış, bu fonlama mekanizmasının herhangi bir faiz yükü taşımadığı vurgulanmıştır (Canbaz, 2019).

Kamu destekleri yalnızca hibe ve faizsiz kredilerle sınırlı değildir. Kredi Garanti Fonu (KGF), bankalardan kredi almakta zorlanan işletmelere teminat sağlayarak finansmana erişimi kolaylaştırmaktadır. KGF, teminat yetersizliği nedeniyle finansal sistem dışında kalan işletmelere kefil olarak, risk paylaşımı mekanizması üzerinden dolaylı bir destek sunar. Bu yapı, özellikle küçük işletmelerin krediye erişimini mümkün kılmakta ve bankacılık dışı finansman sürecine entegre olmalarını sağlamaktadır (Günay, 2024).

Kamusal desteklerin girişimcilik üzerindeki etkisi çok boyutludur. Bir yandan başlangıç aşamasındaki finansal yükü hafifletirken, diğer yandan girişimcileri disiplinli iş planı hazırlamaya, düzenli raporlama yapmaya ve sürdürülebilirlik ilkelerini gözetmeye teşvik eder. Ancak bu desteklerden faydalanmak, çoğu zaman karmaşık başvuru süreçleri, detaylı proje sunumları ve performans kriterlerine bağlılık gibi şartlara tabidir. Dolayısıyla bu desteklerin gerçek anlamda faydalı olabilmesi, girişimcilerin kurumsal kapasiteye sahip olmasıyla doğrudan ilişkilidir. Ayrıca, kamu desteklerinin şeffaflık, erişilebilirlik ve sürdürülebilirlik ilkelerine uygun biçimde tasarlanması, bu modellerin etkinliğini artıracak başlıca unsurlardandır.

2.2.9 Katılım Finansı ve İslami Yöntemler

Katılım finansı, İslami iktisat ilkelerine dayanan ve faizsiz bir mali sistem anlayışı çerçevesinde geliştirilen alternatif bir finansman yaklaşımıdır. Bu sistem, yalnızca faiz yasağına değil, aynı zamanda risk paylaşımı, mülkiyet hakkı, sözleşme etiği ve sosyal adalet gibi temel ilkelere de dayanır. Katılım finansı yalnızca bankacılıkla sınırlı değil; katılım bankacılığı, katılım sigortacılığı (tekaful), katılım sermaye piyasaları ve katılım sosyal finansı olmak üzere dört temel sektörü kapsayan bütünsel bir sistemdir. Bu yapı hem bireysel hem de kurumsal aktörlere

faizsiz ve etik değerlere dayalı finansal çözümler sunmayı amaçlamaktadır (Baykuş, 2023).

Katılım finans sisteminde en yaygın kullanılan yöntemlerden biri karz-ı hasendir. Bu yöntem, ihtiyaç sahibine herhangi bir karşılık beklenmeksizin verilen borç türüdür ve sosyal yardımlaşmayı esas alır. Diğer önemli yöntemler arasında mudaraba (emek-sermaye ortaklığı), müşareke (ortak sermaye ile girişim) ve icare (kira temelli finansman) yer alır. Bu yöntemler katılım esaslı finansman modelleriyle özellikle dijital kitle fonlama platformları üzerinden entegre edilerek “İslami kitle fonlama” yapıları gelişmiştir. Bu yeni hibrit modeller hem teknolojik altyapıya hem de İslami finans ilkelerine dayalı özgün çözümler üretmektedir (Baştuğ, 2024).

İslami kitle fonlama sistemleri; bağış, ödöl, pay ve borç temelli klasik crowdfunding modellerine alternatif olarak, karz-ı hasen, mudaraba, müşareke, icare, murabaha, selem gibi İslami sözleşmelere dayalı biçimlerde yapılandırılmaktadır. Bu modeller İslam hukukunun ticaret, paylaşım, dayanışma ve helal kazanç gibi ilkeleriyle doğrudan örtüşmektedir. Özellikle bağış ve ödöl bazlı modellerin infak, zekât ve sadaka gibi uygulamalarla birleşmesi; hisse temelli modellerin ise mudaraba ve müşareke sözleşmeleriyle uyum içinde olması dikkat çekicidir. Böylece girişimcilik finansmanında hem etik hassasiyet hem de sosyal kapsayıcılık sağlanmaktadır (Canbaz, 2020).

Türkiye’de katılım finans yapıları, 1985’te Albaraka Türk ve Faisal Finans Kurumu ile başlamış, 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile bu kurumlara “katılım bankası” statüsü verilmiştir. Katılım bankaları, topladıkları fonları faizsiz finansman prensipleriyle ticaret ve sanayi sektörlerine yönlendirerek oluşan kâr veya zararı yatırımcılarla paylaşmaktadır. Bu sistemde sermaye paraya değil, ticari faaliyetlere yöneltilir; böylece ekonomik döngü reel sektörle desteklenir (Canbaz, 2013).

Katılım finansın en dikkat çekici yönlerinden biri, maddi ve manevi değerlere aynı anda hitap eden bir model sunmasıdır. Bu sistem sadece ekonomik refahı değil, aynı zamanda sosyal adalet, eşitlik ve ahlaki sorumluluğu da öncelemektedir. Katılım finans kurumları, ticari kârın yanı sıra toplumsal fayda üretme amacı taşıyan yapılar olarak işlev görmektedir. Bu yönüyle, İslami finans yalnızca bir finansal sistem değil; aynı zamanda bir yaşam felsefesi ve değerler bütünüdür (Baykuş, 2023).

İslami finansman yöntemlerinin dijitalleşen dünyaya entegrasyonu, sadece kitle fonlaması değil, genel anlamda katılım finans sisteminin geleceği açısından da kritik bir dönüşümü temsil etmektedir. Yeni nesil girişimciler için etik, şeffaf ve toplumsal faydaya duyarlı finansman kaynaklarının varlığı, finansal sistemlerin daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir yapıya evrilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda katılım finansı hem bireysel inançlara saygı duyan hem de sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden alternatif bir ekonomik paradigma sunmaktadır.



3. İKİNCİ BÖLÜM: KİTLE FONLAMASI VE TARİHÇESİ

Kitle fonlaması internet üzerinden kitle fonlaması platformları aracılığıyla çok sayıda kişinin küçük miktarda paralarla girişim veya projelere yatırım sağlamasıdır. Girişimciler için hızlı bir şekilde kaynak oluşturması, yatırımcılar için ise çeşitli girişimlere erken aşamada dahil olma fırsatı sunmasıyla geleneksel finansman yöntemlerinden ayrılmaktadır (World Bank, 2013). Kitle fonlama, kültürel, sosyal ya da kâr amacı güden girişimci kişi veya grupların, geleneksel finansal araçlara başvurmaksızın, internet kullanımıyla, nispeten küçük katkılarda bulunan çok sayıda bireyin desteğiyle kaynak oluşturma sürecidir (Mollick, 2014).

Kitle fonlaması, bir projenin veya girişimin ihtiyaç duyduğu finansmanı sağlamak amacıyla, SPK'nın belirlediği kurallara uygun olarak çeşitli kitle fonlaması platformları üzerinden halktan para toplanması sürecini ifade eder (Resmi Gazete, 2017). Özünde çok sayıda bireyin küçük tutarlarla katkı sunduğu, internet tabanlı platformlar aracılığıyla yürütülen bir finansman modelidir.

Kitle fonlamasının bir finansal araç olarak ortaya çıkışı ve hızlı biçimde yaygınlaşmasında çeşitli etkenler rol oynamaktadır. Bu etkenlerin başında, geleneksel piyasalardan borç bulmakta zorlanan girişimciler, fikirlerini hayata geçirmek isteyen başlangıç aşamasındaki bireyler ve kredi geri ödemelerinde güven sorunu yaşayan firmaların, kitlelerin desteğini bir kaynak olarak görmeleri yer almaktadır. Fonlamanın bankalar ya da diğer finansal kuruluşlar aracılığıyla borçluya aktarıldığı klasik yöntemlerden ayrıldığı temel nokta, kaynağın bir topluluk tarafından sağlanıyor olmasıdır. Bu yönüyle, araçların bulunmadığı; borç verenin hangi projeyi ya da girişimi desteklediğini açıkça bildiği ve en önemlisi kime fon sağlayacağına özgürce karar verebildiği bir model olarak geleneksel borçlanma biçimlerinden farklılaşmaktadır (Çonkar & Canbaz, 2018).

Bu yöntem, teknolojik gelişmeler ve dijital platformların yaygınlaşmasıyla ivme kazanmış, günümüzde klasik finansman yöntemlerine güçlü bir alternatif haline gelmiştir. Ancak tarihsel kökenleri incelendiğinde, bu yaklaşımın oldukça eskiye dayandığı görülmektedir.

Kitle fonlaması, finans dünyasında devrim niteliğinde bir değişimin göstergesi olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel bankacılık sisteminin kısıtlayıcı yapısına alternatif olarak doğan bu model, girişimciler ve sosyal projeler için yenilikçi bir finansman kapısı aralamıştır. Kitle fonlaması; mikro finans, kitle

kaynak ve dijital iletişim teknolojilerinden ilham alarak şekillenmiş çok boyutlu bir finansman modelidir (Baykuş, Katılım Finans İçin Bir Fintek Uygulaması: Kitlesel Fonlama İş Modeli Önerisi, 2023).

Kitle fonlamanın kökenleri Orta Çağ'a kadar uzanmaktadır. Özellikle Avrupa'da tüccarların, seyyahların ve sanatçıların finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla toplumdan küçük katkılar topladığı örnekler bu bağlamda değerlendirilebilir. 1200–1800 yılları arasında deniz ticareti yapan nakliyeciler ile tüccarlar arasında yapılan garanti sözleşmeleri, riskin paylaşıldığı erken dönem kolektif finansman uygulamaları olarak yorumlanabilir. Bu uygulamalar, temel olarak günümüz borç temelli kitle fonlamanın ilkel biçimleri olarak değerlendirilebilir. Ayrıca Jonathan Swift'in 1700'lerde kurduğu İrlanda Kredi Fonu da, düşük gelirli bireylerin kolektif olarak desteklenmesine yönelik bir ilk modeldir. Bu yapı, kırsalda yaşayan bireylerin küçük sermayelerle ekonomik sürece dahil edilmesini hedeflemiştir ve modern mikro finans anlayışının ilk adımı sayılmıştır (Kallio & Vuola, 2020).

Modern anlamda ilk büyük kitle fonlaması kampanyası, 1876 yılında Amerika'daki Özgürlük Heykeli'nin finansmanı için başlatılan bağış toplama kampanyaları olarak kabul edilmektedir. Heykeli Fransız halkı, kaidesini ise Amerikalı halk finanse etti. Bu kapsamda para toplamak için; tiyatrolar, toplantılar, sanat sergileri, mitingler ve boks maçları düzenlendi. Heykelin mimarı küçük heykelticilerin üzerine isim yazarak bağışçılara veriyordu. Bunun günümüzdeki ödül tabanlı kitlesel fonlamanın bir örneği olduğunu söyleyebiliriz. Kalan paranın karşılanması için Joseph Pulitzer'in gazetesi aracılığıyla yapılan kampanya, halktan toplanan küçük tutarlarla büyük bir kamu projesinin finanse edildiği en dikkat çekici örneklerden biridir. Bağışçıların isimleri gazetede duyurulmuştur. ABD'de büyük bir katılım sağlanmıştır. Bunun sebebi olarak halkın projeye inanması ve bunun parçası olmak istemesi gösterilmekte ve bu yönüyle günümüz kitle fonlaması mantığıyla birebir uyduğu ifade edilmektedir. Toplumun doğrudan katılımıyla gerçekleştirilen büyük ölçekli ilk finansman örneklerinden biri olmuştur. (Best & Neiss, 2014).

20.yüzyılın sonlarında ise kitle fonlamanın bir örneği bireysel projelerde görülmüştür. İlk dijital tabanlı örnek 1997 yılında İngiliz rock grubu Marillion'un turnesi için hayranlarından internet üzerinden bağış toplanmasıyla gerçekleşmiştir. Bu kampanya, topluluk desteğiyle bireysel projelerin nasıl hayata geçirilebileceğini

göstermiştir. 2003 yılında müzisyen Brian Camelio'nun kurduğu ArtistShare, ilk çevrimiçi kitle fonlama platformu olarak kabul edilmektedir. Bu model, sanatçıların projeleri için hayranlarından destek almasını sağlıyordu (Aktaş, 2016).

2008 yılındaki mali kriz sonrası erken aşamadaki küçük işletmelerin yaşadığı zorluklara bir cevap olarak ortaya çıkmış, internet tabanlı olması sebebiyle çok kısa zamanda dünyaya yayılmış ve gelişmekte olan ülkelerde büyük bir ilgiyle karşılanmıştır. İlk ortaya çıkışı aile ve arkadaş çevresinden sağlanan finansman iken toplulukların çevrimiçi olarak fikirlere bağış yapmasıyla devam etmiş ve nihayetinde de yüksek oranda büyüme potansiyeli barındıran girişimcilere borç verme ve hisse sahibi olarak ortak olmaya evrilmiştir (World Bank, 2013).

21.yüzyılın başlarında internetin yaygınlaşması, kitle fonlamasını dijital bir forma dönüştürmüştür. 2003 yılında kurulan ArtistShare, ilk dijital kitle fonlama platformudur. Sanatçılar bu sistem aracılığıyla müzik kayıt süreçlerinin finansmanını sağlamak için destekçilerden kaynak toplayabilmiştir. Fon sağlayan katılımcılar ise karşılığında, proje tamamlandığında albüm veya şarkıları indirme hakkına sahip olmuşlardır (Kallio & Vuola, 2020). 2008 yılında kurulan Indiegogo ve 2009'da faaliyete geçen Kickstarter, modern kitle fonlamasının yaygınlaşmasında dönüm noktaları olmuştur. ABD ve dünya çapında pek çok projeyi destekleyen iki şirket; kısa sürede global ölçekte projelere milyarlarca dolar aktarımını sağlamıştır. Ödül tabanlı kitle fonlaması platformlarında dünya çapında lider olarak görülmektedirler (Dix & Luzar, 2014).

ABD'de kitle fonlaması, 5 Nisan 2012'de yürürlüğe giren “The JOBS Act” ile yasal olarak geçerlilik kazanmıştır. Bu yasa sayesinde küçük yatırımcılar ilk defa internet üzerinden sermaye yatırımı yapma hakkı kazanmış, küçük şirketlerin kitle fonlaması platformları aracılığıyla sermaye toplaması kolaylaştırılmıştır (JOBS Act, 2012).

Kitle fonlaması, tarihsel süreç içinde toplulukların küçük katkılarla büyük hedeflere ulaşma arzusunun dijital teknolojiyle yeniden şekillendirilmiş halidir. 1200'lü yıllardaki denizcilik sözleşmelerinden Özgürlük Heykeli kampanyasına, Marillion'un turnesinden Kickstarter platformuna uzanan bu yolculuk, girişimciliğin ve sosyal değişimin kitlelerle birlikte nasıl dönüşebileceğini göstermektedir.

Günümüzde kitle fonlaması, küresel finans sisteminin önemli bir bileşeni haline gelmiş; sadece finansal değil, toplumsal ve teknolojik dönüşümün de aracı

olmuştur. Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomiler için, bu model sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu, demokratik ve katılımcı bir finansman alternatifi sunmaktadır.

Türkiye’deki ilk resmi stratejik belgelerde kitle fonlamasına “2015–2018 Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı” yer vermektedir. Girişimciler için finansman erişiminin kolaylaştırılması kapsamında yeni alternatif finansman araçlarının geliştirilmesi kapsamında kitle fonlamasının Türkiye’de uygulanabilirliği konusunda analizler yapılarak rapor hazırlanması planlanmıştır (Resmi Gazete, 2015).

Türkiye’de kitle fonlaması sisteminin 2015–2018 Girişimcilik Stratejisi ile devlet nezdinde ilk defa stratejik belgelerde yer bulmuştur (Resmi Gazete, 2015). Türkiye’de kitle fonlaması süreci, 2017 yılında 7061 sayılı Kanun ile 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’nda yapılan değişikliklerle başlamıştır (Resmi Gazete, 2017) . 2019 yılında Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği ile yasal altyapı oluşturulmuştur (Resmi Gazete, 2019). 2021’de Borçlanmaya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2021). Bu düzenlemelerde, yatırımcıların yıllık gelirine göre yatırım limiti belirlenmiş, toplanan fonların kullanım amacının belirlenen kriterlere uygun olup olmadığını denetleyecek mekanizmalar kurulmuştur. Örneğin, projelerin en az %5’lik kısmının nitelikli yatırımcı tarafından fonlanması şartı, yatırımcı korumasını temin eden önemli bir düzenleme olarak ön plana çıkmaktadır (Boztaş, 2023). Bu tebliğler ile platformlar için lisans alma, girişimciler için kampanya kuralları, yatırımcılar için limitler belirlenmiştir. Ülkemizde kitle fonlaması yasal olarak bir temele oturmadan önceki dönemlerde “ödül temelli kitle fonlaması modeli” olarak uygulanırken; kanunda yapılan değişiklikler sonrası “paya dayalı kitle fonlaması modeli” ve “borçlanma temelli kitle fonlaması modeli” olarak uygulanmaktadır.

3.1 Kitle Fonlamasının Temel Prensipleri

Kitle fonlaması, finansman süreçlerini merkezi yapılardan bağımsızlaştırarak bireylerin kolektif katkısıyla sermaye oluşturmayı mümkün kılan yenilikçi bir finansal modeldir. Bu sistem, geleneksel bankacılık ve yatırım yöntemlerine alternatif olarak, özellikle girişimciler, yenilikçi projeler ve sosyal inisiyatifler için erişilebilir, hızlı ve demokratik bir kaynak sunar. Kitle fonlamasının başarısı ve sürdürülebilirliği, arkasında yatan temel prensiplerin etkin

biçimde işlemesine bağlıdır. Bu prensipler; girişimcilik, kolektif katılım, şeffaflık, güven, sosyal etkileşim ve dijitalleşme, kolektif değer üretimi gibi çok boyutlu dinamiklere dayanır.

Kitle fonlaması, girişimciler ile yatırımcıları dijital platformlar aracılığıyla doğrudan buluşturan, merkeziyetsiz ve katılımcı bir finansman modelidir. Bu modelin etkin ve sürdürülebilir biçimde işlemesi, belirli temel prensiplere dayanır. Kitle fonlamasının özü, yalnızca fon transferi değil; aynı zamanda şeffaflık, güven, sosyal etkileşim ve kolektif karar alma gibi değerlerin bir araya geldiği bütüncül bir yapının oluşturulmasıdır.

Genel kabul gören yaklaşıma göre, kitle fonlaması beş temel prensip üzerine inşa edilmiştir: girişimcilik ekosistemi, kitle (crowd) prensibi, şeffaflık ve güvenilirlik, dijital etkileşim ve kolektif değer oluşturma. Bu ilkeler hem fon sağlayan yatırımcıların hem de fon talep eden girişimcilerin sistemde etkin ve etik biçimde yer alabilmesini mümkün kılar. Kitle Fonlaması yönteminin girişimcilik ekosistemi oluşturmaya geleneksel finansman yöntemlerinden yararlanmak için çok erken aşamalarda bulunan girişim fikirlerinin hayata geçebilmesi için önemli bir destek sistemidir. Fonlamanın geniş bir kitleye yayılması (kitle prensibi), yatırım kararlarının demokratikleşmesini sağlarken; şeffaflık ve güven ilkeleri, taraflar arasındaki bilgi akışını ve sorumluluk bilincini güçlendirir.

Dijital etkileşim ve topluluk katılımı ise, kitle fonlamasını yalnızca ekonomik bir araç olmaktan çıkarıp, sosyal bir etkileşim alanına dönüştürür. Son olarak, sistemin nihai amacı olan kolektif değer yaratımı, sadece maddi kazanç değil; sosyal fayda, yenilikçilik ve toplumsal katkı gibi daha geniş hedefleri de içermektedir. Bu temel prensipler, kitle fonlamasının hem kuramsal temellerini hem de uygulamadaki başarısını belirleyen ana eksenleri oluşturur.

Girişimcilik günümüzde önemini artıran bir iş modelidir. Ancak akla gelen parlak fikrin bir projeye ve sonrasında bir girişime dönüşmesi ve şirketleşmesi girişimciliğe yeni adım atanlar için zorlayıcı aşamalardan oluşmaktadır ve finansal yük oluşturmaktadır. Bu zorluklar kitle fonlaması sistemiyle kolay ulaşılabilir rehberlik hizmeti ve hızlı ulaşılabilen yatırım sayesinde bir nebze aşılarak girişimcilik ekosistemine büyük bir destek sağlanmaktadır.

En temel ilke olan “kitle (crowd) prensibi”, fonlamanın tek bir büyük yatırımcıya değil, çok sayıda bireysel katılımcıya dayanmasını ifade eder. Bu sayede hem risk dağılımı sağlanır hem de projeye yönelik toplumsal sahiplenme

artar. Yatırımcıların büyük bir kısmı küçük meblağlarla katkı sunsa da toplamda anlamlı bir sermaye oluşturulabilir. Bu model hem fon arayan girişimciler hem de küçük tasarruf sahibi bireyler için karşılıklı fayda üretir.

Kitle fonlamasının bir diğer temel prensibi olan şeffaflık ve güvenilirlik, sürecin sağlıklı ilerleyebilmesi için kritik öneme sahiptir. Dijital platformlar aracılığıyla yürütülen bu süreçte yatırımcılar, projenin içeriği, hedefi, kullanım alanı ve riskleri hakkında açık ve sürekli bilgi talep etmektedir. Bu noktada girişimcilerin hesap verebilirlik ilkesine uygun hareket etmesi, yatırımcıların kararlarını doğrudan etkiler. Şeffaf bilgi paylaşımı, yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda sosyal güven ilişkisini de besleyen temel bir ilkedir.

Kitle fonlamasının işleyişinde sosyal etkileşim ve dijital toplulukların rolü de göz ardı edilemez. Projelerin tanıtımı, yatırımcılarla kurulan iletişim, yorumlar ve sosyal medya etkileşimleri, fonlama başarısını doğrudan etkileyen faktörlerdir. Bu süreç, sadece yatırım ilişkisiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda bir topluluk inşası işlevi de görür. Böylece kitle fonlaması, ekonomik bir araç olmanın ötesine geçerek, dijital çağın sosyal dayanışma ve katılım temelli yeni finansal mimarisinin temelini oluşturur.

Kolektif değer üretimi; topluluğun desteği ile yol alan parlak girişim fikrinin sahiplenilmesini ve devlete mali yük oluşturmadan kamu yararına yeni girişimlerin hayata geçirilmesini ifade eder.

3.1.1 Girişimcilik Ekosistemi

Girişimcilik, mevcut ya da yaratılan fırsatları değerlendirmek için gerekli kaynakları temin edip bunları üretim ve hizmete dönüştürme sürecidir. Bu süreçte girişimci, inisiyatif alan, liderlik sergileyen, riskleri hesaplayarak yönetebilen, yenilik peşinde koşan ve yalnızca müşteri beklentilerine cevap vermekle kalmayıp aynı zamanda yeni beklentiler de oluşturabilen bir aktör olarak öne çıkar. Girişimciliğin, refahın artırılması ve toplumsal adaletin sağlanmasında temel bir unsur olduğu küresel ölçekte kabul görmektedir. Girişimcilik; yeni iş alanlarının yaratılması, yenilikçi faaliyetlerin teşvik edilmesi, üretkenliğin yükseltilmesi ve ekonomik büyümeye katkı sağlaması bakımından çok yönlü faydalar sunmaktadır. Bu nedenle, pek çok hükümet girişimciliğin desteklenmesini öncelikli politika hedeflerinden biri olarak benimsemektedir. Bu bağlamda girişimciliğe ilişkin politikaların genel olarak iki düzeyde ele alındığı görülmektedir: makro düzeyde

rekabet politikası, göç politikası, vergi sistemi ve düzenleyici çerçeve; mikro düzeyde ise eğitim, bilgilendirme faaliyetleri, danışmanlık ve mentorluk hizmetleri, değişim programları ile finansmana erişimin kolaylaştırılması gibi unsurlar öne çıkmaktadır (Resmi Gazete, 2015).

Kitle fonlamanın uygulanması bir ülkedeki girişimciliğin varlığına bağlıdır. Bu noktada girişimcilerin ve girişimcilik ekosisteminin kamu kurumlarının rehberliğinde çalışma alanları oluşturularak desteklenmesi gerekmektedir. Ülkenin düzenleyici otoriteleri yeni finansal araçların ya da yeni iş girişimlerinin risk algısını biçimlendirerek girişimciliğin gelişimini destekleyebileceği gibi, onun önünde engel de oluşturabilmektedir (Onur & Değirmenci, 2015).

Girişimcilik ekosisteminin oluşturulması kitle fonlama sisteminin sürdürülebilirliği için gereklidir. Geçmiş dönemlerde ülkemizdeki kişilerin üretkenliği ve girişim arzı oluşturma konusunda sorunlar varken, son 20 yılda girişimcilik konusu bilimsel çalışmalarda, yasal düzenlemelerde ve mesleki kariyer yolculuğunda kendine yer edinerek ülkemizdeki varlığını pekiştirmektedir. Girişimcilerin önündeki engellerin aşılması için girişimcilere rehberlik edilmesi ve düşük maliyetli yatırım sağlanması bu noktada temel ihtiyaçları karşılayarak girişimcilik ekosisteminin gelişimini temin etmektedir (Canbaz & Çonkar, Yatırımcılara Faizle Borçlanmaya Alternatif İslamî Bir Yöntem: Kitle Fonlaması, 2018).

3.1.2 Kitle (Crowd) Prensibi

Kitle fonlamasında temel prensip, fon temininin tek bir yatırımcıya değil, geniş bir kitleye yayılmasıdır. Bu sayede bireysel risk azalırken, kolektif sorumluluk ve destek ortamı oluşur. Kitle fonlamanın temel yapı taşlarından biri olan “kitle (crowd) prensibi”, bu finansman modelinin özgünlüğünü ve demokratik karakterini şekillendiren en önemli unsurlardan biridir. Bu prensip, fonlamanın birkaç büyük yatırımcıya değil, geniş ve çeşitliliğe sahip bir bireysel yatırımcı kitlesine dayanmasını ifade eder. Böylelikle finansal yük tek bir yatırımcıya değil, çok sayıda kişiye yayıldığı için bireysel riskler azalır, aynı zamanda kolektif sorumluluk bilinci gelişir.

Yatırım konusunda pek deneyimi olmayan ve fonlama açısından bütçesi kısıtlı olan kişileri yatırıma sevk ederek sermayenin tabandan sağlanması ve

dolayısıyla yatırımın tabana yayılması yani yatırım fırsatlarının toplumun tüm kesimlerine açılması konusunda kitle fonlaması en etkili yöntemlerden biridir. Türkiye’de yetersiz sayıdaki “Melek Yatırımcıların” artmasında da etkili olmaktadır. Ayrıca devlet bütçesine ilave yük getirmeden yatırımcıya destek sağlamasıyla toplumsal yardımlaşmayı teşvik etmektedir. Proje, ürün veya hizmet erken aşamalarda halka sunulduğu için talebin ne yönde olacağı konusunda bilgi vermektedir. Böylece projenin gelişiminde alınacak kararları etkileyebilmektedir (Canbaz & Çonkar, Yatırımcılara Faizle Borçlanmaya Alternatif İslamî Bir Yöntem: Kitle Fonlaması, 2018).

Kitle prensibinin arkasında, “kitlenin bilgeliği” (wisdom of the crowd) yaklaşımı yatar. Surowiecki tarafından geliştirilen bu kavramsal çerçeve, bireylerin karar alma süreçlerinde karşılaştıkları bilgi eksikliği ve yanlılıkların, bağımsız kararlar veren kalabalık grupların ortalaması alınarak giderilebileceğini savunur. Bu teorinin kitle fonlaması bağlamında uygulanabilirliğini analiz edilmiş, çeşitlilik, bağımsızlık ve merkeziyetsizlik ilkelerinin başarılı bir fonlama süreci için vazgeçilmez olduğu vurgulanmıştır. Farklı sosyal, kültürel ve bilişsel yapılardan gelen yatırımcılar, bir projenin değerlendirilmesinde daha dengeli, kapsayıcı ve yaratıcı bir karar süreci ortaya koymaktadır (Ocaklı, 2023).

Kitle fonlaması yatırımları kalabalıktan (toplumdan) faydalananak girişimin sermayeye ulaşmasını demokratik bir zeminde genişletmesini sağlamaktadır. Geleneksel finansman yöntemlerinde girişimin finansmana ulaşmasındaki zorluklar, kitle fonlaması yönteminde yatırım fırsatlarını merkezileştiren kitle fonlama şirketleri hızlı veri aktarımıyla girişim bilgilerini potansiyel yatırımcılara aktararak aşılmaktadır. Girişimcilerin hızlı bir şekilde kendini sunup geniş kitlelere ulaşmasına ve yatırım toplamasına olanak veren sistem yatırımcılar için de potansiyel yatırım fırsatlarını araştırıp, bilgi edinmesi ve değerlendirip karar verme sürecini hızlandırır ve yatırımcıya ekonomik katılım imkânı sunar (Onur & Değirmenci, 2015). Dolayısıyla kitle prensibi, finansal kapsayıcılık ve fırsat eşitliği açısından da önemli bir işlev görmektedir.

Sonuç olarak, kitle (crowd) prensibi, kitle fonlamasını yalnızca teknik bir finansman aracı olmaktan çıkarıp, sosyal etkileşim, demokratik katılım ve kolektif akıl temelinde inşa edilen yenilikçi bir ekonomik model haline getirmektedir. Bu prensip sayesinde kitle fonlaması, yatırımcıların yalnızca fon sağlayıcı değil; aynı

zamanda karar verici, destekleyici ve dönüştürücü aktörler haline geldiği çok boyutlu bir yapıya dönüşmektedir.

3.1.3 Dijital Platform Prensibi

Fonlama süreci tamamen çevrimiçi platformlar aracılığıyla yürütülür. Kitle fonlamanın dijitalleşen dünyada hızla yaygınlaşmasının en önemli nedenlerinden biri, tamamen çevrimiçi bir yapıya dayalı olarak işlemesidir. Bu bağlamda “dijital platform prensibi”, kitle fonlamanın teknik ve hukuki omurgasını oluşturan temel unsurlardan biridir. Fonlama süreci, girişimciler ile yatırımcıların fiziksel olarak karşılaşmasına gerek kalmaksızın, tamamen dijital platformlar aracılığıyla yürütülmektedir.

Kitle fonlaması sürecinde; girişimci, yatırımcı ve platform arasında hukuki bağ, elektronik sözleşmeler aracılığıyla kurulmakta; bu durum hem işlem güvenliğini artırmakta hem de süreci hızlandırmaktadır. Dijital platformlar, fonlama sürecine yalnızca teknik bir altyapı sağlamakla kalmaz; aynı zamanda taraflar arasında güven inşası, bilgi paylaşımı, etkileşim ve denetim işlevlerini de üstlenir. Elektronik ortamda kurulan platform sözleşmeleri şekil serbestisine dayanmaktadır ve Türk Borçlar Kanunu'na göre geçerlilik için herhangi bir özel şekil şartı aranmamaktadır. Ancak fiili zorunluluk olarak bu sözleşmelerin yazılı ve elektronik ortamda yapılması gerektiğini ifade eder. Bu durum, elektronik platformun hem hukuki hem de teknik açıdan işlevsel ve bağlayıcı bir alan haline gelmesini sağlamaktadır (Sağır, 2023).

Tüm süreç çevrimiçi platformlar üzerinden yönetildiği için teknolojik altyapının olması ve aktif bir şekilde kullanılabilir olması gerekmektedir. Yatırım toplama başarısı girişim fikri ve kalitesinin yanında nasıl sunulduğuyla da ilgilidir. Veriler açık, anlaşılır, ayrıntılı ve inandırıcı olarak sunulmalıdır. Sunumlarda videoyla sunum teknolojisi ve sosyal ağların kullanılması fonlama sürecinin başarısını etkilemektedir. Yatırımcıların site kullanımında karşılaştığı sorunlar da fonlama başarısını olumsuz etkilemektedir. Site tasarımındaki karışıklık, sayfalar arası geçişlerde yönlendirme hataları, nasıl bağış yapılacağının anlaşılır olmaması, site işleyişini anlamakta zorluk yaşanması, hesap açılmadan yatırım yapılamaması gibi sebepler girişimin başarısını da olumsuz etkileyebilmektedir (Çonkar & Canbaz, 2018). Bu yönüyle dijital platformlar girişimin fonlama başarısını doğrudan etkilemektedir.

Kitle fonlama platformları, aynı zamanda şeffaflık ilkesinin işletildiği, yatırımcıların projeler hakkında yorum yapabildiği, girişimcilerin gelişmeleri güncelleyebildiği etkileşimli alanlar sunar. Her bir proje için ayrı tanıtım sayfaları ve yorum alanları bulunmaktadır. Bu yapı, yalnızca fon aktarımını değil; aynı zamanda katılımı, etkileşimi ve topluluk duygusunu da destekleyen bir sistem üretmektedir (Sağır, 2023).

Bu yönüyle dijital platformlar, kitle fonlamasının temel prensiplerinden olan erişilebilirlik, hız, güven ve topluluk etkileşimini eş zamanlı olarak sağlayan çok işlevli dijital alanlar haline gelmiştir. Hukuki geçerliliğe sahip elektronik sözleşmelerin oluşturulması, kullanıcı sözleşmelerinin genel işlem şartlarına uygun biçimde sunulması ve yatırımcılara açık bilgi paylaşımı yapılması, bu sürecin güvenilirliğini pekiştiren unsurlar arasında yer alır. Dijital platform prensibi, bu bağlamda sadece teknolojik bir gereklilik değil; aynı zamanda kitle fonlamasının meşruiyetini, güvenliğini ve sürdürülebilirliğini sağlayan temel kurucu ilkelere biridir.

3.1.4 Şeffaflık ve Güven

Sağlıklı ve sürdürülebilir bir girişimcilik ekosisteminin temel dayanağı, girişimciler ve yatırımcılar arasında inşa edilen güven ilişkileridir. Güven, bireylerin diğer bireyleri, grupları, işletmeleri veya kurumları algılayış biçimlerine dayalı olarak geliştirdikleri bir inanç ve beklenti sistemini ifade etmektedir. Kitle fonlaması, bireylerin yeni bir girişim başlatmak ya da mevcut faaliyetlerini büyütmek amacıyla sosyal ağlar aracılığıyla sermaye arayışına dayalı bir finansman yöntemi olarak öne çıkmaktadır. Sosyal ağların işlevselliği, büyük ölçüde tarafların kendi iradeleriyle dâhil oldukları ve karşılıklı güven temeli üzerine inşa edilen ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda güven, ağ üyelerinin bilgi paylaşımını kolaylaştıran ve işbirliğini teşvik eden bir unsur niteliği taşımaktadır. Buna karşılık, güven düzeyinin düşük olduğu toplumlarda, bu eksikliği telafi edecek kurumsal düzenlemeler ve mekanizmaların bulunmaması durumunda kitle fonlaması sisteminin gelişmesi oldukça güçtür. Zira güvene dayalı ilişkilerde girişimcilerin taahhütlerini yerine getirmemeleri veya yatırımcıların yatırımlarından geri dönüş alamayacaklarına dair kaygılar, sistemin işlevliliğini ve yaygınlaşmasını ciddi biçimde engellemektedir (Onur & Değirmenci, 2015).

Kitle fonlaması süreçlerinde şeffaflığın tesis edilmesi, yatırımcıların doğru ve güvenilir kararlar alabilmesinin ön koşulu olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda yatırımcıların; iş planları, sağlanan fonların kullanım amaçları, değerlendirme süreçleri ve benzeri unsurlar hakkında standartlaştırılmış ve sistematik biçimde sunulan bilgilere ihtiyaç duydukları açıktır. Girişimcilerin, yatırımcıları ikna edebilmek için hangi bilgileri açıklamakla yükümlü oldukları ve çevrimiçi iş planlama yazılımları gibi dijital teknolojilerin bu açıklama sürecini nasıl kolaylaştırabileceği, şeffaflığın sağlanmasında kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Diğer taraftan, şeffaflık gerekliliği ile şirketlerin ticari sırlarını ve özgün bilgi varlıklarını koruma ihtiyacı arasında hassas bir denge kurulması gerekmektedir. Bu noktada fikri mülkiyet haklarının güvence altına alınması ve etkin şekilde uygulanabilir bir yasal çerçevenin varlığı, girişimcilerin hem yatırımcılarla bilgi paylaşımını yapabilmesini hem de rekabet avantajını sürdürebilmesini mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla, açıklama zorunluluğu ile gizlilik arasındaki dengenin doğru biçimde yönetilmesi, kitle fonlaması ekosisteminde güven ortamının tesis edilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (World Bank, 2013).

Kitle fonlaması süreçlerinde girişimciler, projelerine ilişkin kapsamlı, doğru ve zamanında bilgi sunmak; yatırımcıların karşılaşılabileceği riskler dâhil tüm hususları açık ve doğrulanabilir biçimde açıklamakla yükümlüdür. Bu ilke, yatırımcıların korunması, karar alma süreçlerinin bilinçli ve rasyonel bir temele oturtulması ile platformlara duyulan güvenin tesis edilmesi açısından kritik bir önem taşımaktadır. Şeffaflık ve bilgilendirme ilkesi, yalnızca yatırımcıların sağlıklı kararlar verebilmesine katkı sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda kitle fonlama platformlarının meşruiyetini ve sürdürülebilirliğini güvence altına alan temel bir unsur olarak işlev görmektedir (Ocaklı, 2023).

Paya dayalı kitle fonlamasında, kamuyu aydınlatma yükümlülüğü kapsamında girişimcilerin yatırımcılara sundukları “bilgi formu”, bu ilkenin en temel araçlarından biridir. Korum, bu formun girişimcinin finansal durumu, projenin amacı, kullanım alanları ve potansiyel riskler hakkında açık bilgi vermeyi zorunlu kıldığını ve bu formun yatırımcıların sağlıklı karar vermesini kolaylaştırdığını ifade etmektedir. Bilgi formunun etkili olabilmesi için içerik ve sunumunun standartlaştırılmış, karşılaştırılabilir, erişilebilir ve zamanında güncellenebilir nitelikte olması; kampanya süresince fon kullanımına ilişkin raporlar ile önemli

gelişmelere dair olay bazlı bildirimlerle desteklenmesi gerekir. Mevzuat ve uygulamada platformların genel risk bildirimini yatırımcıya okutup anladığına dair beyanı saklaması, ön inceleme/eleme süreçlerini belgelendirmesi ve bilgilendirmeyi yalın özetler ve ayrıntılı ekler şeklinde katmanlı biçimde sunması şeffaflığı ve güvenilirliği pekiştirir. Bununla birlikte, açıklamaların aşırı ayrıntıya kaçması hem girişimci üzerinde maliyet ve idari yükü artırabilir hem de yatırımcı açısından bilgi aşırı yüklenmesine yol açarak karar kalitesini zayıflatabilir. Bu nedenle düzenleyici tasarımın kamusal bilgilendirme ile girişimci üzerindeki yük arasında orantılı bir denge kurması; doğrulanabilir, amaca uygun ve gerektiğinde güncellenen bilgilerle yatırımcı korunmasını sağlarken piyasanın istikrarını ve platformların meşruiyetini güçlendirmesi beklenir (Koru, 2024).

Platformların şeffaflık ve bilgilendirme sürecinde önemli sorumlulukları vardır. Platformlar, yalnızca teknik bir arayüz sunmakla kalmaz; aynı zamanda projelerin doğruluğunu denetlemek, bilgi formlarının eksiksizliğini kontrol etmek ve kampanyaların adil değerlendirilmesini sağlamakla yükümlüdür. Bu yükümlülük hem yatırımcıyı koruma hem de girişimcinin güvenilirliğini artırma işlevi görmektedir. Bu bağlamda, projelerin onay sürecinde şeffaf kriterlerin uygulanması ve gerekçeli ret kararlarının kamuya açıklanması zorunluluğu da bu ilkenin gereksinimidir (Özer, 2022).

Sonuç olarak, şeffaflık ve bilgilendirme prensibi, yalnızca yasal bir zorunluluk değil; kitle fonlaması ekosisteminin güven temelli işleyişini mümkün kılan yapısal bir unsurdur. Bu ilkenin etkili şekilde uygulanması, yatırımcıların piyasa risklerini doğru anlaması, girişimcilerin ise fon toplama süreçlerini meşru ve sürdürülebilir biçimde yürütmesi açısından belirleyicidir. Kitle fonlamasının güvenilirliği, taraflar arasında sağlıklı bir bilgi akışıyla doğrudan ilişkilidir.

3.1.5 Kolektif Değer Oluşturma

Kitle fonlaması sistemi, yalnızca finansman sağlamanın ötesinde girişimciler ile yatırımcılar arasında bilgi, deneyim ve strateji paylaşımını teşvik ederek kolektif değer üretimine katkı sağlamaktadır. Kampanya sürecinde girişimciler, tüketici ve yatırımcılardan gelen geri bildirimler sayesinde iş modellerini geliştirme, yeni pazarlara yönelme ve stratejik ortaklıklar kurma imkânı bulurlar. Bu süreç, bireysel girişimlerin toplumsal faydaya dönüşmesine aracılık ederken; yatırımcılar için de güvenilirlik, görünürlük ve gelecekte müşteri ya da iş

ortağı olma potansiyeli oluşturmaktadır. Ayrıca girişimcilik kültürünü destekleyen toplumsal organizasyonlar, farklı kesimlerden bireylerin ücretsiz olarak bir araya gelmesini mümkün kılarak sürdürülebilir işletmelerin, yeni istihdam alanlarının ve toplumsal kalkınmanın önünü açmaktadır. Böylece kitle fonlaması, ortak faydaya dayalı bir ekosistem oluşturarak toplumsal düzeyde kolektif değer üretimini güçlendirmektedir (Onur & Değirmenci, 2015).

Canbaz ise kolektif değer oluşturma boyutunu İslami finans perspektifinden yorumlayarak, bağış ve ödül temelli kitle fonlaması türlerinin bireysel faydadan çok toplumsal faydaya odaklandığını ifade eder. İslam'ın sosyal ahlak anlayışında bireyin yalnızca kendi çıkarlarını gözetmeyip toplumsal faydaya yönelmesi esastır. Bu bakış açısı, kitle fonlaması yöntemlerinde de kendini göstermektedir. Özellikle bağış ve ödüle dayalı kitle fonlaması türleri, bireysel kazançtan ziyade toplumsal kazanç düşüncesiyle hareket eden bir finansman modeli olarak öne çıkar. Sosyal yardımlaşma, eğitim veya kültürel projelere yapılan destekler, bireysel faydadan çok kolektif yararı öncelemektedir. Kapitalist sistemin teşvik ettiği bencil birey modeline karşı, kitle fonlaması toplumsal dayanışmayı ve ortak değer üretimini pekiştirmekte; “diğerini düşünme” ihtiyacını yeniden görünür kılarak kolektif değer oluşturma'nın modern bir aracı haline gelmektedir. Projelerin hayata geçmesiyle istihdamın artması, aile gelirlerinin yükselmesi ve toplumsal kalkınmaya katkı sağlanması, bu yöntemin sosyal adaletin gerçekleşmesine aracılık ettiğini göstermektedir. Özellikle bağış ve ödül temelli kitle fonlaması modelleri, bireysel kazançtan bağımsız şekilde toplum yararına işleyen bir dayanışma kültürünü güçlendirerek vahdet anlayışının pratikte karşılık bulmasına katkı sunmaktadır. Bu yaklaşımın modern yansıması olan kitle fonlaması, bağış, ödül ve ortaklık gibi yöntemlerle bireyleri ortak bir amaç etrafında birleştirerek kolektif değer üretmektedir. (Canbaz, 2023).

Sonuç olarak, kitle fonlamasının kolektif değer oluşturma ilkesi; bireylerin küçük katkılarının birleşerek yalnızca girişimcilere finansman sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ortak bir sosyal, kültürel ve ekonomik etki yarattığını göstermektedir. Bu yönüyle kitle fonlaması, “sermaye temini” işlevinin ötesine geçerek toplumda dayanışma, katılım ve yenilikçilik kültürünü pekiştiren kolektif bir değer üretim mekanizması haline gelmektedir.

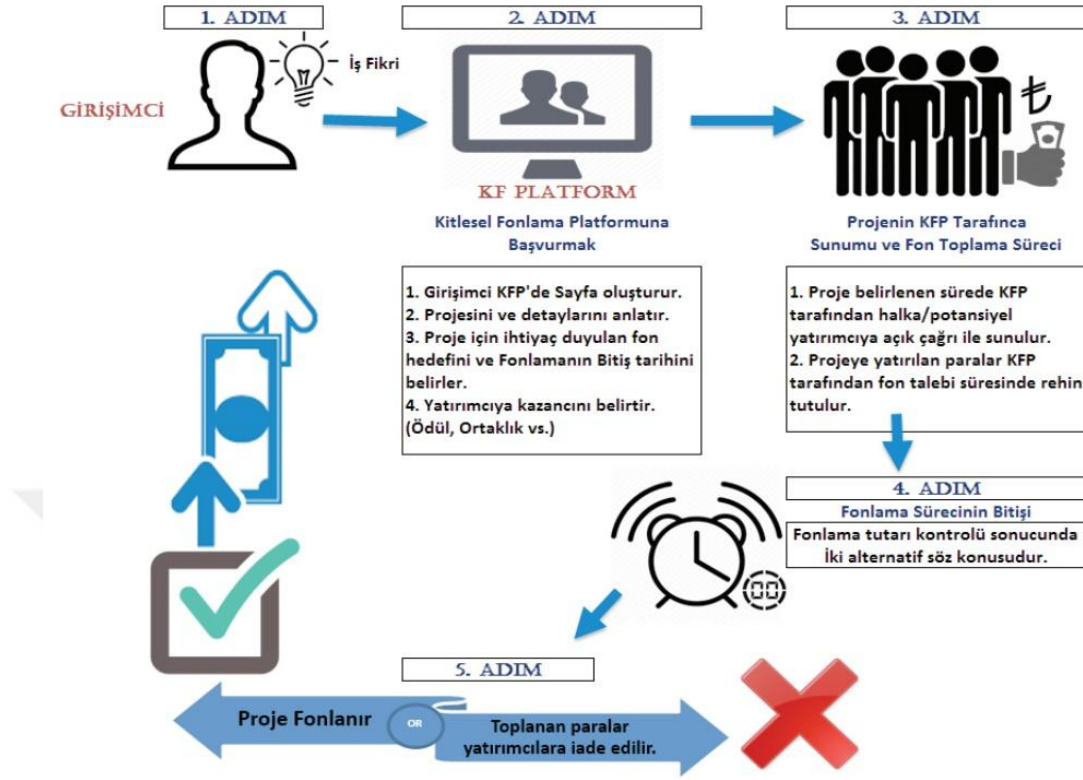
3.2 Kitle Fonlamanın İşleyişı

Kitle fonlaması süreci, belirli aşamalardan oluşan sistematik bir yapıdır. Her kampanya belirli bir mantıkla işler: proje sahipleri platforma projelerini sunar, platform uygun görürse kampanyayı yayına alır, yatırımcılar katkıda bulunur ve hedef fonlama sağlanırsa proje hayata geçer.

Hazırlık süreci girişimcinin projesini tasarlayıp dijital platforma sunması ile başlar. Bu aşamada girişimcinin kampanyanın hedef fon miktarını, kullanım alanlarını, potansiyel getirilerini ve risklerini detaylı biçimde açıklaması gerekmektedir. Bu dönemde sosyal medya araçları, kampanyanın bilinirliğini artırma açısından önemli işleve sahiptir; ayrıca girişimcinin potansiyel destekçilerle iletişim kurarak kampanyasını şekillendirmektedir (Vural, 2019). Aktif kampanya dönemi, yatırımcıların platform aracılığıyla kampanyaya katılım sağladığı süreci ifade eder. Bu süreçte yatırımcılar projeyi inceleyerek karar verir, katkıda bulunur ve sosyal medya gibi mecralarda kampanyayı yaygınlaştırır. Bu aşamada destekçilerin yalnızca fon sağlayıcı değil, aynı zamanda projenin tanıtım elçisi, tüketicisi ve yatırımcısı gibi çoklu roller üstlenmektedir. Dolayısıyla kampanyanın başarısı, yalnızca teknik sunuma değil; toplulukla kurulan etkileşime de bağlıdır. Fon aktarımı ve uygulama aşaması, hedeflenen fon tutarına ulaşıldıktan sonra başlar. Bu noktada platformlar, genellikle belirli bir komisyon kesintisi sonrası toplanan fonu girişimciye aktarır. Girişimcinin, kampanyada vaat ettiği ürün, hizmet, ödül ya da hisseyi sağlama yükümlülüğü başlar. Bu aşamada platformlar sistemin işleyişinden, yasal gerekliliklerin uygulanmasından ve raporlamanın denetlenmesinden sorumludur (Yaman, 2023).

Kitle fonlaması süreci, girişimcinin iş fikri ile platforma başvurmasıyla başlamakta ve ön değerlendirme sonucunda uygun bulunan projeler yatırımcılara sunulmaktadır. Proje sahipleri hedef sermaye tutarını ve kampanya süresini belirleyerek, yatırımcılara ödül, hisse veya diğer kazanımları içeren bilgileri paylaşmaktadır. Yatırımcılar platform üzerinden projeye fon aktarırken, toplanan miktar proje tamamlanana kadar platform havuzunda rehin tutulur. Hedeflenen sermaye tutarına ulaşıldığında fonlar girişimciye, belirlenen komisyon oranı kesildikten sonra transfer edilmektedir. Eğer hedef tutara ulaşılamazsa, çoğunlukla uygulanan “Hepsini iade et” yaklaşımıyla yatırımcıların fonları geri ödenmekte; bazı durumlarda ise “Hepsini tut” modeliyle toplanan tüm meblağ girişimciye aktarılabilmektedir. Bu işleyiş, hem yatırımcı güvenliğini korumakta hem de

girişimcilerin projelerini hayata geçirmesine aracılık etmektedir (Canbaz & Çonkar, 2018).



Şekil 1.1. Kitle Fonlaması Süreci (Canbaz & Çonkar, 2018).

Kitle fonlaması süreci, girişimcinin bir iş fikrini hayata geçirmesi için öncelikle kampanya hazırlığı yaparak, projesinin tanıtımını, finansal hedeflerini ve kullanım amacını içeren belgeleri dijital platforma sunmasıyla başlar. Bu belgeler, ilgili platform tarafından teknik ve etik açılardan değerlendirilir. Proje uygun bulunduğu takdirde platformda yayına alınır. Fon toplama süreci genellikle 60 günlük bir zaman dilimini kapsar. Bu süreçte girişimci, projesini sosyal medya, e-posta kampanyaları ve diğer dijital mecralarla geniş kitlelere ulaştırmaya çalışır. Hedeflenen fon miktarına ulaşılması hâlinde, toplanan fonlar bir emanet hesabı aracılığıyla girişimcinin hesabına aktarılır. Bu noktada platform belirlenen komisyonunu tahsil eder ve fonlama işlemi sonrasında yatırımcılarla girişimci arasında çeşitli sözleşme süreçleri başlar. Süreç yalnızca finansal aktarım ile sınırlı kalmaz; projenin uygulanmasının ardından yatırımcılara sunulan ödül, hisse ya da diğer vaatlerin yerine getirilmesi ve SPK mevzuatına uygun şekilde yıllık raporlamaların yapılması da yasal bir yükümlülüktür (Günay, 2024).

Kitle fonlaması sürecine katılan yatırımcılar, özellikle paya dayalı modellerde çeşitli haklara sahiptir. Bu haklar kampanya süreci, kampanya sonrası ve sistematik koruma olmak üzere üç temel başlıkta incelenebilir. Öncelikle yatırımcılar, kampanya süresi içinde yatırımlarını geri çekme hakkına sahiptir. Cayma hakkı olarak adlandırılan bu hak, yatırımcının karar değiştirme özgürlüğünü korumayı hedefler. Kampanya başarıyla sonuçlandığında ise yatırımcılar, yaptıkları yatırım karşılığında şirketten pay alma hakkına kavuşurlar. Ayrıca, genel kurula katılma, oy kullanma, bilgi alma, azlık haklarını kullanma ve gerektiğinde genel kurul kararlarını dava etme gibi anonim ortaklıklarda tanınan klasik haklar da geçerli hâle gelir. Bu bağlamda, yatırımcıların sistem içerisindeki konumları yalnızca pasif fon sağlayıcısı olmaktan çıkmakta, hukuken tanınan bir dizi aktif hakla donatılmaktadır (Koru, 2024).

Kitle fonlaması, belirli ve sistematik aşamalardan oluşan bir süreç yapısına sahiptir. Bu yapının etkin biçimde işlemesi, sürecin hem hukuki hem de teknik boyutlarıyla doğru şekilde kurgulanmasına bağlıdır. Kitle fonlamasının işleyişi yalnızca bir finansman süreci değil; dijitalleşmenin, topluluk etkileşiminin, şeffaflığın ve hukuki denetimin bir araya geldiği karmaşık ama dinamik bir ekosistemi temsil etmektedir. Her bir aşama, sürecin güvenilirliği ve başarısı açısından kritik rol oynamaktadır.

3.3 Kitle Fonlamasının Temel Tarafları

Kitle fonlaması sistemi, temel olarak üç ana paydaşı içerir; fon arayan (girişimci veya proje sahibi), fon sağlayan (destekçi veya yatırımcı) ve bu iki taraf arasında aracı görevi gören çevrimiçi platform.

Girişimciler, kitle fonlaması sürecinin en temel unsurlarıdır. Proje fikirlerini bir kampanyaya dönüştürüp, yatırımcıya sunan bu taraf, fonlama öncesi birçok hazırlık yapmakla yükümlüdür. Girişimcinin görevleri arasında projenin tanıtımı, maliyet analizi, hedef fon belirlemesi ve platformun teknik gereklerine uyum gibi kalemler yer alır (Sağır, 2023). Girişimciler platformla yatırımcının buluşmasını sağlar, risk analizleri sunar ve kampanya başarılı olursa ödül veya ortaklık tekliflerini yerine getirmekle sorumludur (Yaman, 2023).

Yatırımcılar, destekledikleri projeye göre farklı motivasyonlara sahip olabilirler. Ödül, sosyal etki ya da finansal getiri, yatırımcı tercihlerinde belirleyicidir. Yatırımcının süreç boyunca “fon iadesi hakkı (cayma hakkı)”,

“yatırımı karşılığında pay alma hakkı” ve “genel kurul gibi mali haklar” gibi bir dizi yasal hakka sahiptir. Bu hakların bazıları SPK Tebliğleri kapsamında düzenlenmiş olup, yatırımcıların bilgilendirilmesi zorunlu tutulmuştur (Koru, 2024).

Kitle fonlama platformları, sistemin dijital ve hukuki omurgasını oluşturur. Bu platformlar yalnızca aracı değil, aynı zamanda kampanyaların yasal uygunluğunu kontrol eden, bilgi formlarını toplayan ve dijital sözleşme süreçlerini yöneten aktörlerdir (Sağır, 2023). Türkiye’de platformlar SPK lisansı olarak çalışır, sadece paya dayalı ya da borçlanmaya dayalı kitle fonlaması için yetkilendirilir (Büyükmert, 2024).

3.4 Kitle Fonlaması Modelleri

Kitle fonlaması, yatırımcıların ve girişimcilerin motivasyonları doğrultusunda farklı modellerle yapılandırılmış esnek bir finansman sistemidir. Her modelin amacı, yatırımcının beklentisine ve girişimcinin finansal ihtiyacına göre belirlenmektedir. Yatırımcının beklentileri ile fon talep eden girişimcinin sunabileceği değer arasındaki kesişim noktası, kitle fonlamasının temelini oluşturmaktadır. Bu çerçevede, dört ana model öne çıkmaktadır: bağış temelli, ödül temelli, borç temelli ve paya dayalı kitle fonlaması. Son yıllarda ise, bu dört temel yapıya ek olarak farklı kitle fonlama modelleri de ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında telif hakkına dayalı, gayrimenkul temelli, gelir ya da kâr ortaklığı esasına dayalı kitle fonlaması ile birden fazla modelin aynı anda kullanıldığı karma modeller yer almaktadır (Yaman, 2023).

Kitle fonlaması uygulamaları genel olarak dört kategoride ele alınmaktadır: “bağış temelli kitle fonlaması”, “ödül temelli kitle fonlaması”, “hisse temelli kitle fonlaması” ve “borç temelli kitle fonlaması”. Bu dört model de katılımcılara sunduğu imkanlar bakımından ikiye ayrılmaktadır; “finansal fayda sağlamayan modeller” ve “finansal fayda sağlayan modeller”. Finansal fayda sağlamayan modellerde, fon sağlayan kişiler herhangi bir maddi getiri beklentisi taşımamaktadır. Bu grupta iki yaklaşım öne çıkar: “bağış temelli kitle fonlaması” ve “ödül temelli kitle fonlaması”. İlki, tamamen bağış veya hibe esasına dayalı model; ikincisi ise girişimcinin projesi başarıya ulaştığında fon sağlayanlara belirli bir ödül sunmayı taahhüt ettiği modeldir. Buna karşılık, finansal fayda üreten kitle fonlaması modellerinde ise katılımcılar projeden doğrudan maddi bir karşılık elde

etmeyi amaçlar. Bu iki model ise şunlardır; “hisse temelli kitle fonlaması” ve “borç temelli kitle fonlaması”. Bu kapsamda, yatırımcılar ya projeye ortak olarak pay sahibi olmakta ya da sağladıkları fon karşılığında faiz geliri elde etmektedir (Canbaz, 2020).

Bu dört temel modelin her biri, yatırımcı profili, girişimci ihtiyacı ve proje türü açısından farklı avantaj ve sınırlamalara sahiptir. Bazı kampanyalarda bu modeller birleştirilerek “karma” yapılar oluşturulabilmektedir. Karma modeller, farklı kitle fonlama türlerinin tek bir kampanyada eş zamanlı olarak kullanılmasıyla oluşan yapıları ifade eder. Örneğin küçük destekçilere ödül sunulurken yüksek tutarlı katkılara hisse verilebilmektedir. Karma modellerin temel avantajı farklı profildeki yatırımcı gruplarını aynı projede bir araya getirme potansiyelidir.

Kitle fonlaması modelleri, finansal sistemin demokratikleşmesi yönünde atılmış en önemli adımlardan biridir. Bağış ve ödül temelli sistemler sosyal etkiyi artırırken; borç ve paya dayalı sistemler doğrudan yatırım ortamı oluşturur. Gayrimenkul ve karma modeller ise bu yapıların sınırlarını zorlayarak, kitle fonlamasını daha geniş kitlelere ve daha karmaşık projelere taşıyacak potansiyel sunmaktadır.

3.4.1 Bağış Temelli Kitle Fonlaması

Hiçbir karşılık beklemeden yapılan desteklere dayanan modeldir. Yatırımcının değil destekçinin var olduğu, geri ödeme yükümlülüğünün bulunmadığı, gönüllülük temelli bir katkı yapısıdır. Bu model genellikle sosyal sorumluluk projeleri, yardım kampanyaları ve toplumsal fayda odaklı girişimler için tercih edilmektedir. Bu modelde hayırseverlik, yardımlaşma ve toplumsal fayda sağlama isteği ön plandadır. Özellikle sosyal sorumluluk alanında yoğun olarak kullanılan bu yöntem aracılığıyla birçok proje hayata geçirilmiştir. Bunun en bilinen örneklerinden biri, okullarda kütüphane kurulmasına yönelik çalışmalar olmuştur (Çonkar & Canbaz, 2018).

Bu modelde, bireylerin temel motivasyonu değerli gördükleri bir girişime katkı sunmanın manevi tatminidir. Dolayısıyla bağışçıların beklentisi genellikle manevi doyumla sınırlı kalmaktadır. Ancak bu modelin başarılı olabilmesi için geniş kitlelere ulaşmak kritik bir önem taşır. Destekçilerin içsel motivasyonlarının sürdürülebilmesi açısından sosyal etkileşimlerin artırılması ve sosyal ağların etkin kullanımı gereklidir. Proje düzeyinde başarıya etki eden unsurlar arasında projenin

tanımı, kampanyanın başlığı, süresi, bağış hedefi ve projenin hizmet ettiği amaç ön plana çıkarken; platforma duyulan güven de başarıyı belirleyen önemli faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Büyükmert, 2024).

Türkiye’de yasal düzenlemeler uyarınca, açık çağrı yoluyla bağış toplayabilme yetkisi yalnızca dernekler ve vakıflar gibi hayır kurumlarına tanınmıştır. Türk Ticaret Kanunu’nun 552. maddesi gereğince, girişimcilerin veya işletmelerin şirket kurmak ya da sermaye artırmak amacıyla bu tür bir çağrı yaparak fon sağlamaları hukuken yasaktır. Bu nedenle, ülkemizde bağış temelli kitle fonlaması uygulamaları için açık çağrı yapılması mümkün değildir (Canbaz & Çonkar, 2018).

Türkiye’de SMA hastaları için yapılan kampanyalar, çeşitli afet destek fonları, sokak hayvanları için yapılan kampanyalar bu modelin en bilinen örneklerindendir.

3.4.2 Ödül Temelli Kitle Fonlaması

İkinci olarak öne çıkan ödül temelli kitle fonlaması, bağış modeline kıyasla daha yapılandırılmış bir model olup destekçilere belirli ödüller sunulması esasına dayanır. Bu tür projelerde verilen ödüller; bir filmin jeneriğinde isme yer verilmesi, geliştirilecek bir ürünün yaratım sürecine katkı sağlama olanağı ya da projenin yaratıcı ekibiyle birebir tanışma şansı gibi unsurları içerebilir. Bunun yanı sıra, destekçiler bu modelde çoğu zaman erken dönem kullanıcılar olarak konumlandırılır ve katkıda bulundukları projeden ortaya çıkan ürünlere daha erken erişim, indirimli fiyatlar ya da özel ayrıcalıklar elde edebilirler. Özellikle yazılım, donanım veya son kullanıcıya yönelik ürünler geliştiren projelerde yaygın olarak karşılaşılan bu “ön alım” yaklaşımı, girişimcilik temelli kitlesel fonlama kampanyalarının belirgin bir özelliğidir (Mollick, 2014).

Ödül temelli kitle fonlaması, girişimcinin belirli bir ürün veya hizmeti fonlamak üzere kampanya başlattığı ve destekçilere katkılarına karşılık manevi veya maddi bir ödül sunduğu modeldir. Bu ödüller kimi zaman teşekkür e-postası, tebrik kartı, projeye ilişkin tanıtım materyallerinde isimlerinin yer alması ya da etkinliklere davet edilmek gibi sembolik ve manevi değeri olan unsurlar olabilir. Kimi zaman ise şapka, tişört gibi küçük hediyeler şeklinde maddi nitelik taşıyabilir. Buradaki temel amaç, küçük miktarlarda destek veren yatırımcıların gönlünü hoş tutmak, onları onurlandırmak ve projeye duygusal bir bağ kurmalarını sağlamaktır.

Esasen proje sahibinin asıl hedefi, bu küçük destekler sayesinde projesini hayata geçirebilecek finansmanı elde etmektir (Karaarslan & Altuntaş, 2015). Ödül temelli kitle fonlaması modeli destekçilere sağlanan manevi veya sembolik ödüller sayesinde yatırımcıyı katkıya ikna etme stratejisidir (Açıkgöz ve diğerleri, 2020). Buna ek olarak, ödül temelli kitle fonlamasının bir türü olan ön satış modelinde destekçiler, proje daha hayata geçirilmeden ürün veya hizmeti satın almış olur. Bu durumda destekçiler, ürünün satış bedelini peşin olarak öderler ve proje sahibi bu kaynağı sermaye olarak kullanarak girişimini hayata geçirir. Proje tamamlandığında ise ortaya çıkan ürün ya da hizmet, daha önce ödeme yapan destekçilere teslim edilir. Bu yönüyle ön satış modeli, hem girişimciye erken aşamada finansman sağlamakta hem de destekçilere ürüne ilk erişen kişiler olma avantajını sunmaktadır (Karaarslan & Altuntaş, 2015).

Ödül temelli kitle fonlaması, hem dünyada hem de Türkiye’de en yaygın kullanılan kitle fonlaması yöntemidir. Bu nedenle çoğu zaman “standart kitle fonlaması” olarak da anılmaktadır. Bu modelde destekçiler, projeye yaptıkları katkılar karşılığında genellikle sembolik veya maddi bir ödül elde ederler. Örneğin, kitap yazmak için fon toplayan bir yazarın, belirli bir katkı yapan destekçilerine imzalı kitabını göndermesi tipik bir uygulamadır (Canbaz & Çonkar, 2018).

Türkiye’de kitle fonlamasına ilişkin yasal düzenlemeler yapılmadan önce, ödül temelli model pratikte uygulanabilen tek seçenek olarak öne çıkmıştır. Bunun nedeni, hisse ve borçlanmaya dayalı kitle fonlamasının yasal bir zemine sahip olmaması, bağış temelli kitle fonlamasının ise sadece dernek ve vakıflara tanınmış olmasıdır. Dolayısıyla yasa öncesi dönemde ülkemizde fiilen uygulanabilen tek model ödül temelli kitle fonlaması olmuştur. Bu bağlamda, girişimcilerin projelerini hayata geçirebilmek için başvurabilecekleri en uygun yöntem, destekçilere küçük ödüller sunmayı esas alan bu modeldi. Destekçiler fonladıkları projeler karşısında maddi beklentiden ziyade deneyim, değer veya bağlılık elde etmeyi hedeflemektedir.

3.4.3 Borç Temelli Kitle Fonlaması

Borç temelli kitle fonlaması yatırımcının girişimciye belirli vade içerisinde borç vermesine dayanan bir kitle fonlaması modelidir. Bu yöntem girişimcilere iki farklı biçimde sunulmaktadır. Birincisi, en yaygın olan ve klasik yapıyı temsil eden faiz karşılığında borç verilmesidir. İkincisi ise faizsiz borçlandırma yoluyla

girişimin desteklenmesidir. Borç temelli kitle fonlaması, kitle fonlaması sisteminde karz-ı hasen uygulamasıyla benzerlik gösteren bir finansman modelidir. Bu ikinci uygulama, yalnızca anaparanın geri ödenmesini esas aldığı için İslami finansın önemli araçlarından biri olan karz-ı hasen ile aynı ilkeye dayanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, borç temelli kitle fonlaması modern finansal yapıda karz-ı hasenin kurumsallaşmış bir örneği olarak değerlendirilebilir (Canbaz, 2020).

Yatırımcıların çevrim içi platformlar aracılığıyla faiz getirisi elde etme amacıyla herhangi bir aracı finansal kuruluş olmaksızın çevrim içi platformlar aracılığıyla kredi sağlamasına dayalı bir modeldir. Bu modelde toplanan fon, hedeflenen miktara ulaşıldığında borçlunun kullanımına açılır; vade sonunda ise geri ödemeler faizleriyle birlikte yatırımcılara aktarılır. Başlangıçta doğrudan kişiler arasında gerçekleşen bu sistem, zamanla aracı platformlar üzerinden yürütülmeye başlanmıştır. Platformlar komisyon alırken, düşük kuruluş ve bürokrasi maliyetleri sayesinde bankalara kıyasla daha uygun faiz oranları sunabilmektedir. Borç temelli kitle fonlaması özellikle bankalardan kredi almakta zorlanan bireyler ve küçük işletmeler tarafından tercih edilse de, daha uygun faiz oranlarından yararlanmak isteyen güçlü kredi notuna sahip borçlular için de cazip bir seçenek olmuştur (Onur & Değirmenci, 2015).

3.4.4 Paya Dayalı Kitle Fonlaması

Yatırımcının şirkete sermaye koyarak ortak olduğu, dolayısıyla pay sahibi haline geldiği modeldir. Paya dayalı kitle fonlaması, yatırımcının katkısı karşılığında girişim şirketinden hisse aldığı ve şirketin ortağı olduğu bir modeldir. Bu model klasik halka arz sistemine benzemektedir. Girişimci kurumsal yatırımcı yerine bireysel yatırımcılardan doğrudan sermaye elde etmektedir. Bu modelde yatırımcı, girişim şirketinin gelecekteki başarısından kâr payı, hisse değeri artışı veya tasfiye sonrası sermaye getirisi gibi faydalar elde etmeyi bekler. Bu model yüksek risk-yüksek getiri yapısı nedeniyle özellikle yenilikçi ve teknoloji temelli girişimlerde öne çıkmaktadır.

Bu modelde, işletmenin ihtiyaç duyduğu finansman karşılığında şirket hisselerinin bir bölümünün satışa çıkarılması ya da yatırımcılara kâr payı hakkı tanınması söz konusudur. Genellikle girişimciler, yenilikçi bir iş fikrini hayata geçirmek amacıyla kurdukları işletme için fon arayışına girerler. Bu durumda yatırımcılar yalnızca finansal getiri elde etme amacıyla değil, aynı zamanda bireysel

bir girişimi veya yaratıcı bir fikri destekleme motivasyonu ile de projeye katkıda bulunabilirler. Uygulamada girişimci, ihtiyaç duyduğu yatırım miktarını belirler ve kitle fonlaması platformu aracılığıyla bu tutarın belirlenen süre içinde karşılanması halinde yatırım süreci tamamlanır. Platform üzerinden yatırımcılara, firmanın değerlemesi, iş planı, fonların muhtemel kullanım alanları ve satışa sunulan hisse oranı gibi bilgiler sunulur. Ülkelerin yasal düzenlemelerine bağlı olarak, bu yöntemle fon sağlayan şirketler halka açık şirketlerle aynı mevzuata tabi tutulmaz; özel koşullara göre farklı düzenlemelere tabi olabilirler. Hisse temelli kitle fonlaması sayesinde girişimler geniş yatırımcı kitlelerine ulaşarak yüksek tutarlı fonlara erişebilir. Ancak, işletmenin başarısız olması ya da iflas etmesi halinde yatırımcıların korunmasına yönelik hukuki süreçler karmaşık bir yapıya sahip olabilmektedir (Onur & Değirmenci, 2015).

Ortaklık ya da hisse temelli kitle fonlaması, mevcut modeller arasında yatırımcıya en güçlü imkanları sunan yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu modelin en belirgin özelliği, yatırımcılara yalnızca projeyi destekleme değil, aynı zamanda gerçekten bir girişime ortak olma ve kâr elde etme fırsatı vermesidir. Sermaye yetersizliği nedeniyle hayata geçirilemeyen pek çok parlak iş fikrinin bulunduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Bu sistemde yatırımcılar, gelecek vadeden projelere doğrudan platform üzerinden kaynak aktarır ve girişimin ortağı haline gelirler. Ortaklık ilişkisi kapsamında yatırımcılara hem şirkette pay hakkı hem de yönetim süreçlerinde oy hakkı tanınmaktadır. Modelin en dikkat çekici avantajı ise, başarılı bir iş fikrinin zamanla gelişerek yatırımcısına başlangıç maliyetlerini katbekat aşan kazanç sağlayabilme potansiyelidir (Canbaz & Çonkar, 2018).

3.5 Kitle Fonlaması ve İktisadi Etkileri

Kitle fonlaması, son yıllarda yalnızca alternatif bir finansman yöntemi olarak değil, aynı zamanda ekonomiye doğrudan ve dolaylı katkıları olan bir kalkınma aracı olarak da öne çıkmıştır. Finansal piyasaların merkezileşmesine karşı geliştirilen bu taban odaklı sistem, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin fon bulmasına, girişimciliğin yaygınlaşmasına ve yerel kalkınmanın desteklenmesine önemli katkılar sunmaktadır. Bu modelin istihdamı artırma, sermaye birikimini hızlandırma ve girişimcilik kültürünü tabana yayma gibi çeşitli iktisadi işlevleri vardır (Zengin ve diğerleri, 2017).

Kitle fonlamasının ekonomideki en önemli etkilerinden biri, âtıl fonların üretken projelere yönlendirilmesini sağlayarak sermaye birikimine katkı sunmasıdır. Geleneksel finansal sistemde yer almayan küçük yatırımcıların fonları, kitle fonlaması sayesinde üretken yatırımlara dönüştürülebilmektedir (Ocaklı, 2023). Bu yönüyle sistem, fonların merkezî yapılarda toplanmasına karşı yerel ve taban odaklı bir alternatif sunar.

Bireysel yatırımcıların fonlarını doğrudan girişimcilere yönlendirmesi, ekonomik yapının tabana yayılmasını sağlar ve böylece fonlama açığı olan girişimlerin kaynak bulması kolaylaşır (Yaman, 2023). Bu aynı zamanda sermayenin demokratikleşmesi anlamına da gelir.

Kitle fonlamasının bir diğer önemli makro etkisi, istihdam yaratıcı yönüdür. Yeni kurulan girişimlerin finansmana erişim sağlamaları, faaliyetlerini sürdürmeleri ve ölçeklenmeleri, doğrudan istihdam artışıyla sonuçlanmaktadır. KOBİ'ler yüksek istihdam yaratma kapasitesine sahip oldukları için, bu işletmelerin sermayeye erişebilmesi istihdamın artırılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'lere duyulan ilgi oldukça fazladır. Kitle fonlaması, sağladığı finansman imkânı sayesinde yeni işletmelerin kurulmasına, mevcut işletmelerin ise büyümesine olanak tanımaktadır. Böylece atıl durumdaki fonlar üretken sermayeye dönüşmekte ve istihdama doğrudan katkı sağlanmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak yoksulluk oranı azalırken toplumsal refah düzeyi artmaktadır. Nitekim, kitle fonlamasının bu işletmelere sağladığı sermaye sayesinde dünya genelinde istihdam oranlarını artırmıştır (Koru, 2024).

Kitle fonlaması, iktisadi açıdan yalnızca alternatif bir finansman yöntemi değil, aynı zamanda İslami finansın öne çıkardığı prensiplerle uyumlu bir modeldir. Öncelikle bireysel çıkarın ön planda olduğu bencil anlayışa karşı, toplumsal kazancı önceleyen yapısıyla ekonomik dayanışmayı güçlendirmekte ve İslam iktisadının dayanışma ve paylaşım esasına uygun hareket etmektedir. Bu sistemde fonların, spekülatif işlemlerden ziyade gerçek projelere, somut varlıklara veya hizmetlere yönlendirilmesi, İslami finansın “varlığa dayalı yatırım” ilkesini desteklemekte; kaynakların reel ekonomiye aktarılmasını sağlayarak üretim ve istihdamı teşvik etmektedir. Teminat ve kefalet zorunluluğunun olmayışı, girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırırken aynı zamanda riskin tabana yayılmasına imkân vermekte ve bu durum İslami finansın risk paylaşımı esasına doğrudan karşılık gelmektedir.

Bu yönüyle kitle fonlaması, hem yatırımcı hem de girişimci açısından karşılıklı güven ve paylaşımı esas almaktadır. Ayrıca erişilebilir yapısı, küçük tasarruf sahiplerinden geniş kitlelere kadar farklı grupların katılımına imkân vererek sosyal adalet ilkesini desteklemekte, finansmanın demokratikleşmesini sağlamaktadır. Yatırımlarda kontrolün tamamen fon sağlayıcılarda olması ise şüpheden uzak, şeffaf ve katılımcı bir süreç sunarak İslami finansın “belirsizlikten kaçınma (garar)” ilkesine uyum göstermektedir. Dolayısıyla kitle fonlaması, sermayeyi çoğaltmanın ötesinde, adil paylaşımı, reel üretimi ve toplumsal faydayı önceleyen yapısıyla İslami finansın geleceği açısından güçlü bir potansiyel taşımaktadır (Canbaz, 2023).

Bu yapı aynı zamanda fikir aşamasındaki projelerin test edilmesine, müşteri geri bildirimi alınmasına ve ürün-pazar uyumu gibi temel girişimcilik süreçlerinin gelişmesine katkı sağlar. Ölüm vadisi olarak bilinen erken dönem girişim finansman açığı, kitle fonlaması ile aşılabilmektedir. Bu da girişimciliğin sürdürülebilirliğine doğrudan katkı sağlamaktadır (Baştuğ, 2024).

Kitle fonlaması, teknolojik ve yenilikçi girişimlerin finansmana erişiminde stratejik bir rol oynamaktadır. Bu sistem, fikir aşamasındaki projelerin test edilmesine, kullanıcı geri bildirimi alınmasına ve ürün-pazar uyumunun sağlanmasına katkı sunar. Kitle fonlaması özellikle inovatif projeler için bir “pazar testi aracı” olarak da kullanılmakta ve geleneksel yatırımcıların riskli bulduğu alanlarda önemli bir alternatif sunmaktadır (Vural, 2019).

Kitle fonlaması sisteminin iktisadi etkilerinden biri de riski geniş yatırımcı tabanına yayarak finansal kırılganlığı azaltmasıdır. Bu yöntem özellikle erken aşama girişimlerin riskini merkezi sermayeler yerine binlerce küçük yatırımcıya yaymaktadır. Bu model sayesinde, yatırımcı başına düşen risk azaldığı gibi, girişimcinin üzerinde de aşırı sermaye baskısı oluşmaz. Ayrıca, finansal kapsayıcılık açısından sistemin büyük avantajları vardır. Kitle fonlaması küçük yatırımcılara da yatırım yapma hakkı tanınması sebebiyle geleneksel piyasalardan farklı olarak finansal katılımı artırmaktadır.

Kitle fonlaması, ekonomik sistemin yalnızca merkezî yapılarını değil, mikro düzeyde girişimci davranışlarını, yatırımcı profilini ve sosyal kalkınma unsurlarını da etkilemektedir. İstihdam kapasitesinin geliştirilmesi, sermaye birikimi, girişimcilik destek mekanizması ve bölgesel kalkınma gibi pek çok alanda doğrudan etki üreten bu sistem, aynı zamanda finansal kapsayıcılık ve etik yatırım anlayışının da yayılmasına öncülük etmektedir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde bu model hem yerli girişimlerin desteklenmesinde hem de uluslararası yatırımcı çekilmesinde stratejik araç olarak değerlendirilmektedir. Mevzuatların gelişmesi, platform altyapılarının güçlendirilmesi ve yatırımcı eğitimi ile sistemin potansiyeli daha da genişleyecektir.



4. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRKİYE’DE KİTLE FONLAMA PROJELERİNE YÖNELİK YATIRIMCI DAVRANIŞLARI ANKET BULGULARI

Bu bölümde, anket verilerinin istatistiksel analiz ayrıntılı şekilde sunulmaktadır. Araştırmaya toplam 362 kişi katılmış, ancak bunlardan onam sorusuna “Evet” yanıtı veren 356 katılımcının verileri analiz kapsamına alınmıştır. Öncelikle, tüm örneklem (N=356) üzerinde betimsel istatistikler hesaplanmış ve frekans dağılımları ile Ki-kare (χ^2) testleri uygulanarak katılımcıların genel profili ve değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir.

Analizlerin devamında, “Daha önce herhangi bir kitle fonlama projesine yatırım yaptınız mı?” sorusuna “Evet” cevabı veren, dolayısıyla çalışmanın hedef kitlesini oluşturan 139 katılımcının verileri ayrı olarak değerlendirilmiştir. Bu alt grup üzerinde daha detaylı istatistiksel analizler gerçekleştirilmiş ve kitle fonlaması deneyimi olan yatırımcıların davranışları ile tutumları derinlemesine incelenmiştir. Sonuçlar, öncelikle genel katılımcı kitlesine ilişkin bulgular ve ardından kitle fonlamasına yatırım yapmış katılımcılara ait bulgular şeklinde sıralanarak sunulacaktır.

4.1 Tüm Katılımcıların Tanımlayıcı Frekans Analizi

Bu araştırmaya katılan toplam 356 bireyin demografik özellikleri ve önceki kitle fonlama yatırımı yapma durumları aşağıdaki tabloda detaylandırılmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu 35-44 yaş aralığında (%40,2) yer almakta olup, bunu 25-34 yaş grubu (%32,9) takip etmektedir. En düşük katılım ise 18-24 yaş aralığında (%4,2) gözlemlenmiştir. Bu durum, kitle fonlamasına ilgi gösteren bireylerin ağırlıklı olarak genç yetişkin ve orta yaş grubunda yoğunlaştığını göstermektedir. Benzer şekilde, yaş faktörünün yatırım davranışlarını etkilediğine dair çalışmalar, genç bireylerin teknolojiye daha yatkın olduğunu ve alternatif yatırım araçlarına daha fazla yöneldiğini ortaya koymuştur (Belleflamme ve diğerleri, 2014; Ziegler & Shneor, 2020).

Tablo 4.1. Demografik Özellikler

		Değer	Yüzde %
Yaş	18-24	15	4,2
	25-34	117	32,9
	35-44	143	40,2
	45-54	62	17,4
	55+	19	5,3
	Total	356	100,0
Cinsiyet	Erkek	265	74,4
	Kadın	91	25,6
	Total	356	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	5	1,4
	Lise	28	7,9
	Lisans	231	64,9
	Lisansüstü	92	25,8
	Total	356	100,0
Gelir Aralığı	0 TL - 22.000 TL	30	8,4
	22.001 TL - 35.000 TL	33	9,3
	35.001 TL - 59.999 TL	95	26,7
	60.000 TL - 79.999 TL	86	24,2
	80.000 TL +	112	31,5
	Total	356	100,0
Coğrafi Bölge	Akdeniz Bölgesi	46	12,9
	Doğu Anadolu Bölgesi	10	2,8
	Ege Bölgesi	24	6,7
	Güney Doğu Anadolu	9	2,5
	İç Anadaolu Bölgesi	73	20,5
	Karadeniz Bölgesi	56	15,7
	Marmara Bölgesi	138	38,8
	Total	356	100,0
Daha önce herhangi bir kitle fonlama projesine yatırım yaptınız mı?	Evet	139	39,0
	Hayır	217	61,0
	Total	356	100,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu erkeklerden (%74,4) oluşmaktadır. Kadın katılımcı oranı ise %25,6'dır. Bu durum, Türkiye'deki yatırım dünyasında erkeklerin hâlâ baskın bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Literatürde de erkek bireylerin finansal riskleri üstlenmede daha istekli oldukları vurgulanmaktadır (Croson & Gneezy, 2009).

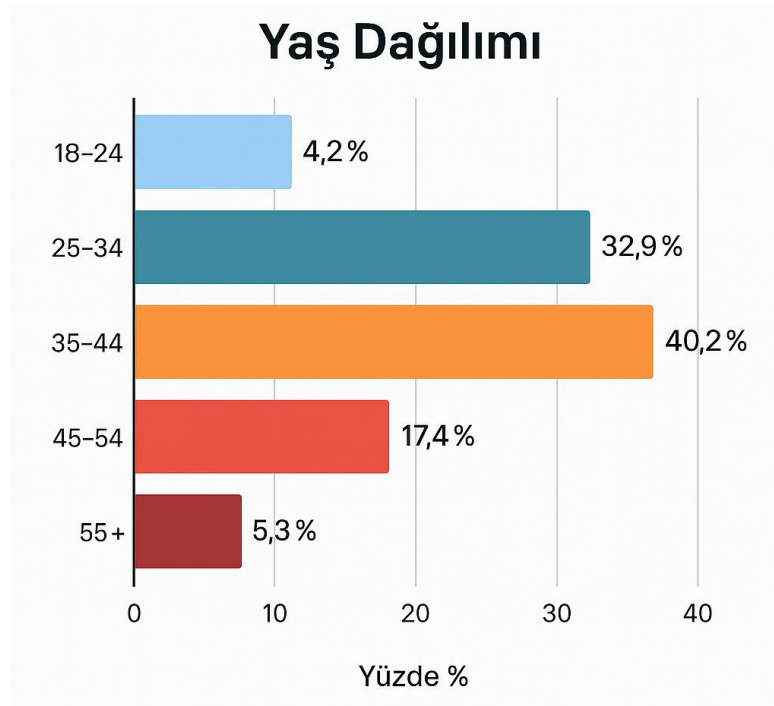
Katılımcıların %64,9'u lisans mezunu, %25,8'i ise lisansüstü düzeyinde eğitime sahiptir. Bu bulgu, kitle fonlamasına yönelik yatırımcıların çoğunlukla yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyinin

artması, bireylerin dijital finansal okuryazarlık düzeylerini artırmakta ve alternatif yatırım biçimlerine ilgilerini güçlendirmektedir (Mollick, 2014).

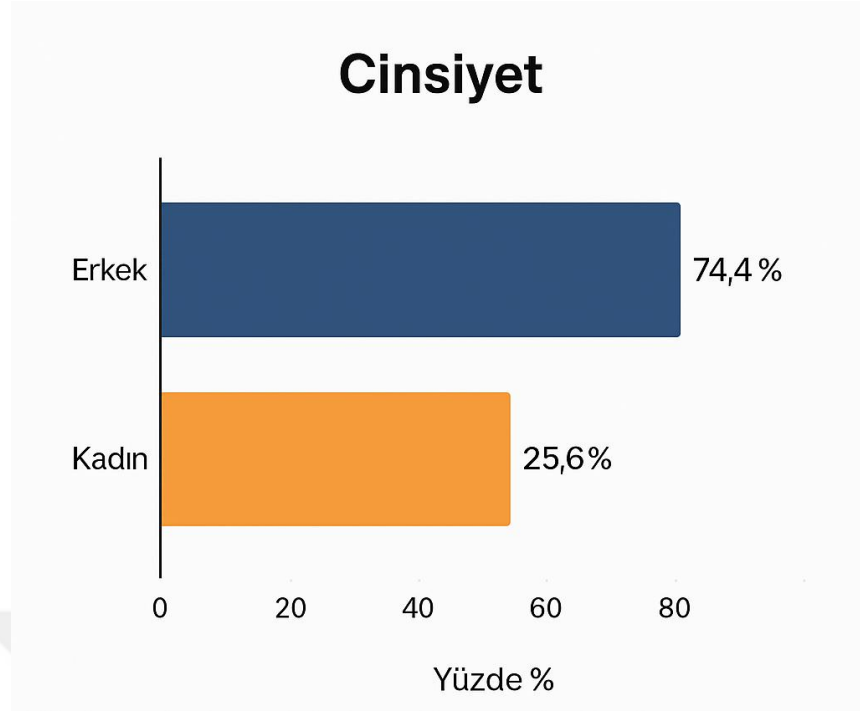
Katılımcıların yaklaşık üçte biri (%31,5) 80.000 TL ve üzeri gelir grubunda yer alırken, %24,2'si 60.000- 79.999 TL aralığındadır. Bu da katılımcıların büyük bir bölümünün orta-üst gelir grubunda olduğunu göstermektedir. Gelir düzeyi, yatırım kararları üzerinde doğrudan etkili olup, literatürde de yüksek gelir grubundaki bireylerin daha yüksek riskli ama getirisi yüksek yatırımlara yönelme eğiliminde olduğu belirtilmektedir (Burtch ve diğerleri, 2013).

Katılımcıların önemli bir bölümü Marmara Bölgesi'nde (%38,8) yer almaktadır. Bunu İç Anadolu (%20,5) ve Karadeniz Bölgesi (%15,7) takip etmektedir. Marmara Bölgesi'nin ağırlıklı olması, İstanbul merkezli dijital girişimlerin ve fintech platformlarının burada yoğunlaşmış olmasıyla açıklanabilir. Bu yoğunluk, bölgedeki bireylerin kitle fonlama gibi yeni finansman modellerine erişimini artırmaktadır.

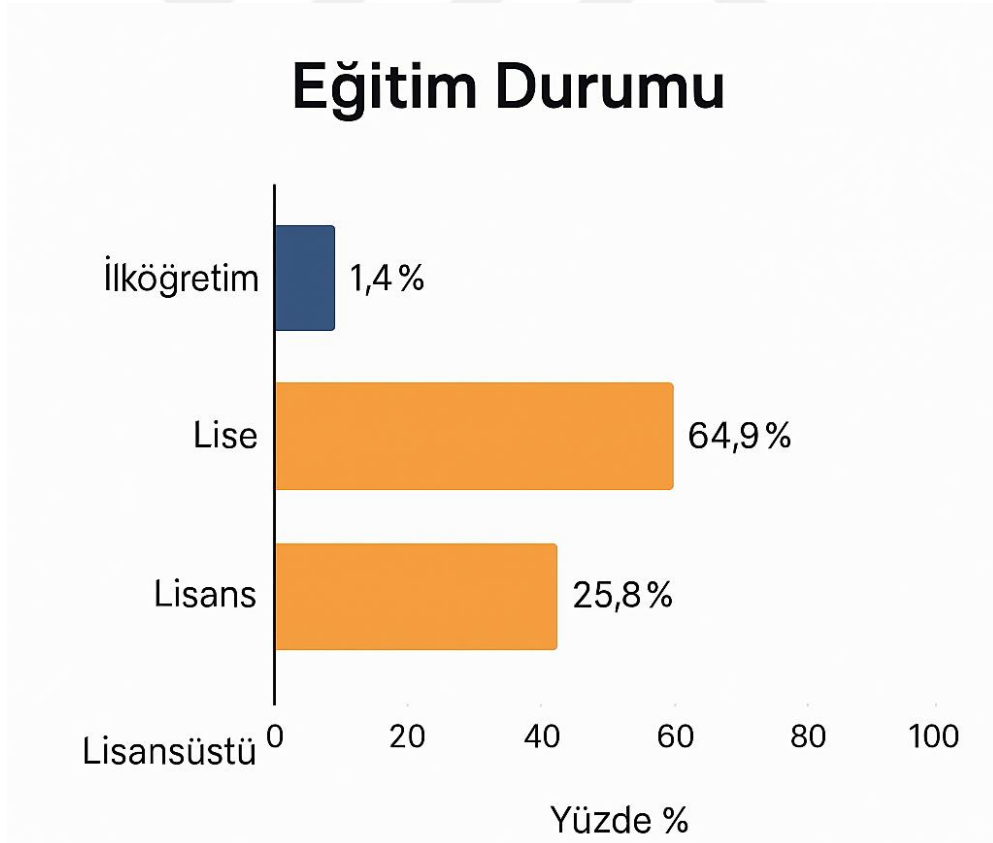
Katılımcıların %39'u daha önce kitle fonlama projelerine yatırım yaptığını, %61'i ise yapmadığını beyan etmiştir. Bu oran, kitle fonlamasının Türkiye'de henüz gelişmekte olan bir yatırım alanı olduğunu göstermektedir. Ancak %39 gibi kayda değer bir yatırımcı kitlesinin varlığı, bu alanın potansiyel büyümesini göstermesi açısından önemlidir (OECD, 2021).



Şekil 4. 1. Katılımcıların Yaş Dağılımı

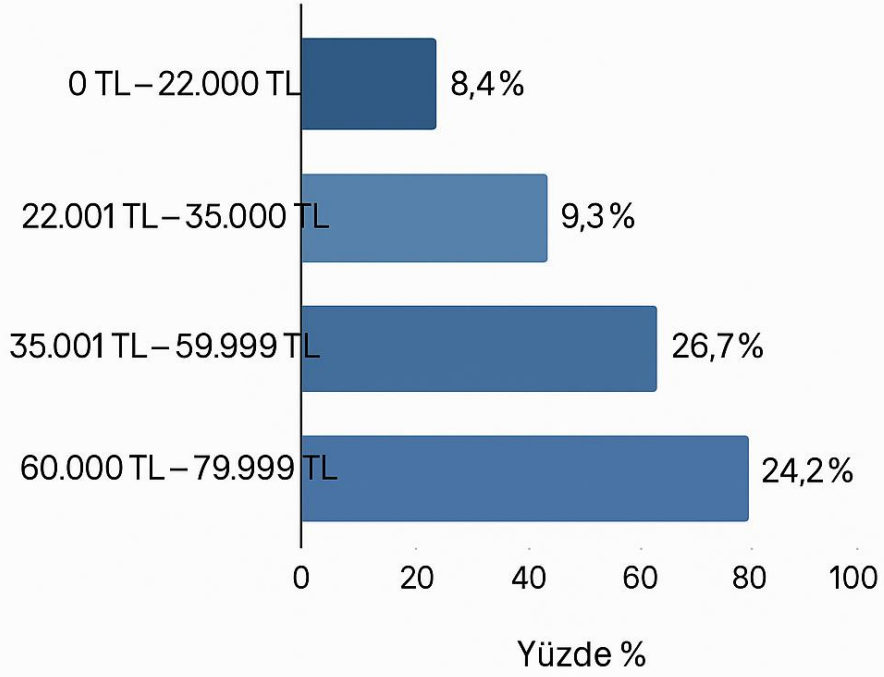


Şekil 4. 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı



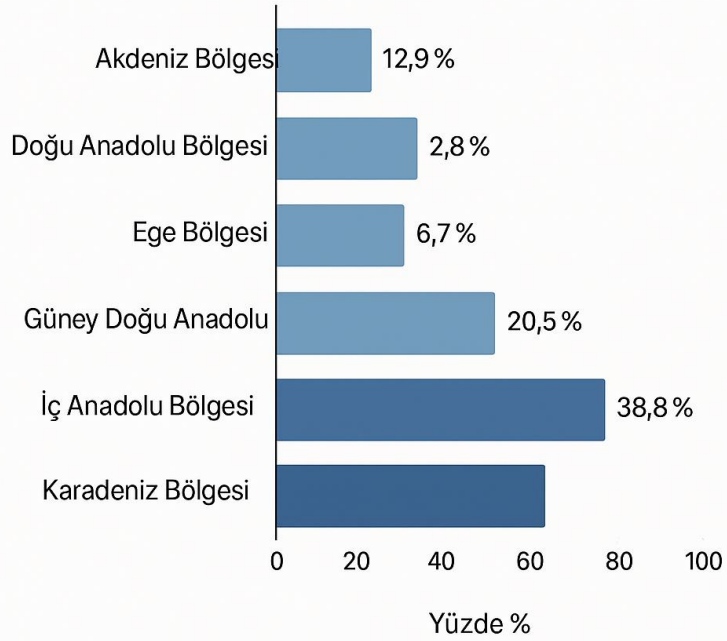
Şekil 4. 3. Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımı

Gelir Aralığı



Şekil 4. 4. Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımı

Coğrafi Bölge



Şekil 4. 5. Katılımcıların Coğrafi Bölge Dağılımı

4.2 Cinsiyet ile Kitle Fonlama Yatırımı Deneyimi Arasındaki

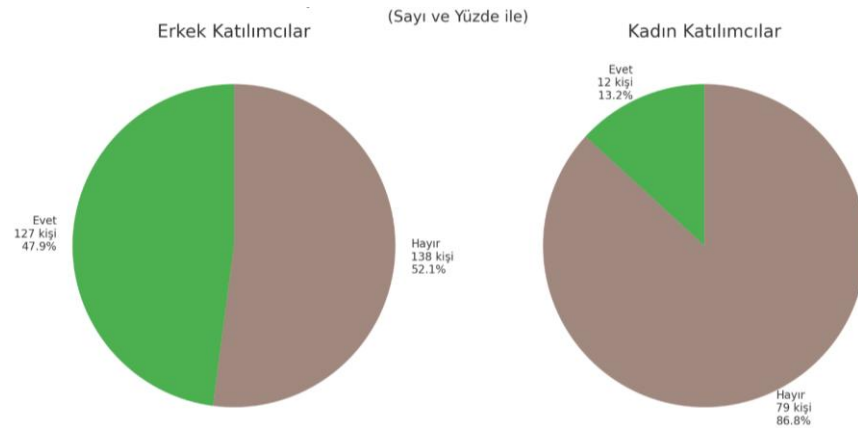
İlişki: Ki-Kare Analizi Sonuçları ve Yorumlanması

Araştırmada yer alan katılımcıların cinsiyeti ile daha önce herhangi bir kitle fonlama (KF) projesine yatırım yapıp yapmadıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla ki-kare testi uygulanmıştır. Analize toplam 356 geçerli yanıt dahil edilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Kitle Fonlama Projelerine Yatırım Yapma İstatistikleri

Daha önce herhangi bir kitle fonlama projesine yatırım yaptınız mı?	Cinsiyet	Frekans	Beklenen Değer	Cinsiyet İçindeki %
Evet	Erkek	127	103,5	%47,9
	Kadın	12	35,5	%13,2
	Toplam	139	-	%39,0
Hayır	Erkek	138	161,5	%52,1
	Kadın	79	55,5	%86,8
	Toplam	217	-	%61,0
Genel Toplam	Erkek	265	265,0	%100,0
	Kadın	91	91,0	%100,0
	Toplam	356	356,0	%100,0

Erkek katılımcıların %47,9'u daha önce en az bir kez KF yatırımında bulunmuştur. Buna karşılık kadın katılımcıların yalnızca %13,2'si böyle bir yatırım yapmıştır. Kadın katılımcıların %86,8'i, erkeklerin ise %52,1'i daha önce KF yatırımında bulunmadıklarını belirtmiştir.



Şekil 4. 6. Cinsiyete Göre Kitle Fonlamasına Yatırım Oranları

Bu veriler, kadın katılımcıların kitle fonlamasına yatırım yapma olasılıklarının erkeklere kıyasla oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.3. Ki-Kare Testi Sonuçları

Test Türü	Değer p-değeri (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,345 ,000
Likelihood Ratio	38,414 ,000
Linear-by-Linear Assoc.	34,249 ,000

Elde edilen Pearson Ki-Kare değeri = 34,345 ve anlamlılık düzeyi $p < .001$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, cinsiyet ile KF yatırım deneyimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($\chi^2(1) = 34,345$; $p < .001$).

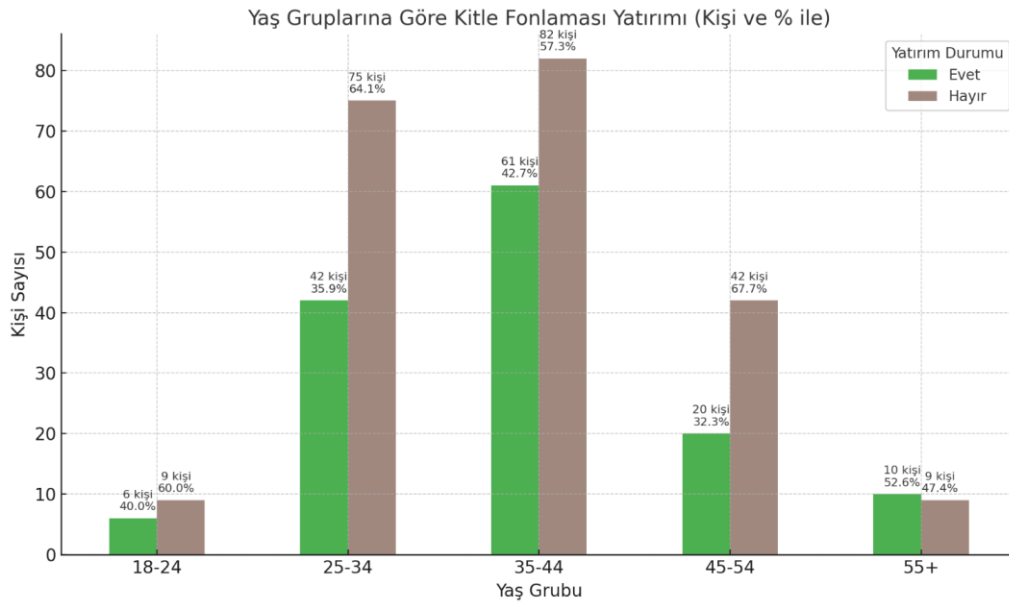
Bu bulgular, cinsiyetin kitle fonlama yatırımı davranışlarında belirleyici bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır. Erkek bireylerin yatırım yapma oranlarının yüksekliği, literatürde sıkça vurgulanan finansal karar alma sürecinde cinsiyet farklılıklarını desteklemektedir. Özellikle Croson ve Gneezy (2009), erkeklerin daha yüksek risk toleransına sahip olduğunu ve yeni yatırım araçlarına daha açık olduklarını belirtmektedir (Croson & Gneezy, 2009). Kadınlar ise yatırım kararlarında genellikle daha temkinli ve güven odaklı davranmaktadır (Jianakoplos & Bernasek, 1998).

Türkiye bağlamında ise bu farkın daha da belirginleştiği, erkeklerin hem sermaye hem de dijital platformlara erişim anlamında daha avantajlı konumda olabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, kitle fonlama platformlarının kadın yatırımcıları teşvik edecek uygulamalar ve farkındalık artırıcı stratejiler geliştirmesi önemli görünmektedir.

4.3 Yaş ile Kitle Fonlaması Yatırımı Arasındaki İlişkinin

İstatistiksel Analizi

Bu bölümde, katılımcıların yaş gruplarına göre daha önce herhangi bir kitle fonlama (KF) projesine yatırım yapıp yapmadıkları incelenmiştir. Amaç, yaş değişkeninin yatırım yapma davranışına etkisini test etmektir.



Şekil 4. 7. Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Yatırım Durumları

En yüksek yatırım oranı 35-44 yaş grubundadır (%43,9). Bu grubu 25-34 yaş aralığı (%30,2) takip etmektedir. 45 yaş ve üzeri gruplar (45-54 ve 55+) kitle fonlamasına yatırım yapma konusunda daha düşük oranlara sahiptir (sırasıyla %14,4 ve %7,2). 18-24 yaş grubunda yatırım yapma oranı oldukça düşük olup yalnızca %4,3'tür. Bu sonuçlar, kitle fonlaması yatırımlarının çoğunlukla genç ve orta yaşlı yetişkinler (25-44 yaş) arasında yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 4.4. Ki-Kare Testi Sonuçları

Test Türü	Değer	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Pearson Ki-Kare	3,950	4	,413
Likelihood Ratio	3,937	4	,415
Linear-by-Linear Assoc.	,257	1	,612

Pearson Ki-Kare testi sonucu ($\chi^2(4) = 3,950$, $p = ,413$) anlamlılık düzeyinin üzerinde çıkmıştır. Bu sonuç, yaş ile kitle fonlama yatırım deneyimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir.

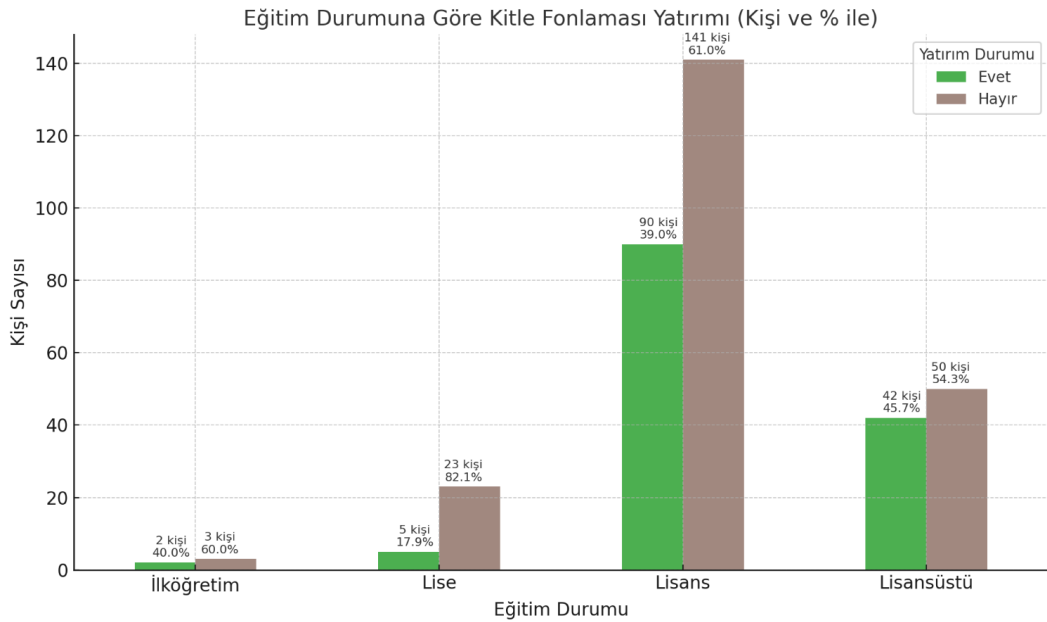
Her ne kadar tanımlayıcı veriler yaş arttıkça yatırım oranlarında bir azalma olduğunu gösterse de istatistiksel olarak bu ilişki anlamlı değildir. Bu bulgu, yaşı tek başına kitle fonlama yatırımı yapma davranışını açıklamada etkili bir değişken olmadığını göstermektedir.

Literatürde yaştın dijital teknolojilere erişim ve kullanma eğilimiyle ilişkili olduğu ifade edilse de (Baeck ve diğerleri, 2014), kitle fonlaması özelinde yatırım kararlarında yaştın doğrudan etkisi yerine finansal okuryazarlık, gelir düzeyi, dijital platformlara güven ve motivasyonel faktörlerin daha belirleyici olduğu görülmektedir (Shneor & Munim, 2019).

Ayrıca, bireylerin yaşına göre yatırım araçlarına olan ilgisi çeşitlenebilmekte, genç bireyler dijital girişimlere ve yenilikçi modellerle yatırım yapmaya daha açık olsalar da bu davranış tutarlı ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değildir.

4.4 Eğitim Düzeyi ile Kitle Fonlama Yatırımı Deneyimi Arasındaki İlişki: Ki-Kare Analizi Sonuçları ve Yorum

Araştırma kapsamında katılımcıların eğitim düzeyleri ile daha önce herhangi bir kitle fonlama (KF) projesine yatırım yapıp yapmadıkları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere ki-kare analizi uygulanmıştır. Amaç, eğitim düzeyinin dijital finansal davranışlar üzerindeki etkisini değerlendirmektir.



Şekil 4. 8. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Eğitim Durumları

Katılımcıların büyük bir bölümü lisans mezunu (%64,9) ve lisansüstü eğitim almış (%25,8) bireylerden oluşmaktadır. Yatırım yapan bireylerin %64,7'si lisans, %30,2'si lisansüstü düzeyindedir. İlköğretim ve lise düzeyindeki katılımcıların

kitle fonlamasına yatırım yapma oranları oldukça düşüktür (toplamda sadece %5). Bu durum, eğitim düzeyi yükseldikçe yatırım yapma olasılığının arttığı yönünde güçlü bir eğilim olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.5. Ki-Kare Testi Sonuçları

Test Türü	Değer	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Pearson Ki-Kare	6,972	3	,073
Likelihood Ratio	7,562	3	,056
Linear-by-Linear Assoc.	4,513	1	,034

Pearson Ki-Kare değeri anlamlılık düzeyinin (%5) biraz üzerindedir ($p = ,073$), bu nedenle istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur diyebiliriz. Ancak, Linear-by-Linear Association testi anlamlı bulunmuştur ($p = ,034$). Bu test özellikle sıralı kategorik değişkenlerde (örneğin eğitim düzeyi gibi) eğilimsel ilişkileri incelemeye uygundur. Bu durumda, eğitim düzeyi ile yatırım yapma davranışı arasında pozitif doğrusal bir ilişki eğilimi olduğu görülmektedir.

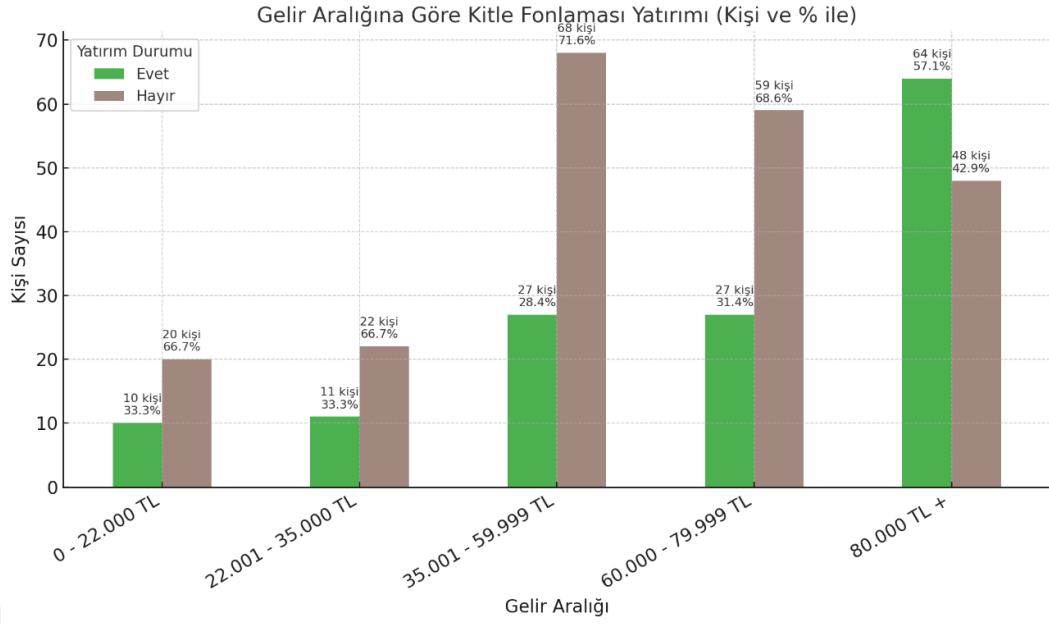
Elde edilen bulgular, eğitim düzeyi arttıkça bireylerin kitle fonlama projelerine yatırım yapma olasılığının da yükseldiğine işaret etmektedir. Özellikle yükseköğrenim gören bireylerin bu alana ilgisinin fazla olması, dijital okuryazarlık, finansal bilgiye erişim, teknolojik güven ve yenilikçi finansman modellerine açıklık gibi etmenlerle açıklanabilir (Mollick, 2014; Shneor & Munim, 2019).

Her ne kadar Pearson Ki-Kare testi %5 anlamlılık düzeyinde kritik sınırdan yer alsada Linear-by-Linear sonucu bu eğilimin istatistiksel olarak kayda değer olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da eğitim düzeyi ile dijital yatırım davranışları arasında doğrusal bir yönelim bulunduğunu desteklemektedir.

Ayrıca, lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerindeki bireylerin aynı zamanda girişimcilik, teknoloji ve alternatif finansman araçlarına daha aşina olmaları da bu sonucu güçlendirmektedir (Belleflamme ve diğerleri, 2014).

4.5 Gelir Düzeyi ile Kitle Fonlaması Yatırımı Deneyimi Arasındaki İlişki

Araştırmanın bu aşamasında, bireylerin gelir düzeylerinin kitle fonlama projelerine yatırım yapma davranışlarını etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Bu amaçla gelir aralığı değişkeni ile “daha önce kitle fonlamasına yatırım yapma” değişkeni arasında ki-kare testi uygulanmıştır.



Şekil 4. 9. Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Kitle Fonlaması Yatırım Durumları

0-22.000 TL ve 22.001-35.000 TL gelir gruplarında yatırım yapanların oranı düşüktür (sırasıyla %7,2 ve %7,9). 35.001 TL - 79.999 TL aralığında yatırım yapma oranı %19,4 düzeyindedir. En yüksek yatırım oranı ise 80.000 TL ve üzeri gelir grubuna aittir: %46,0'lık bu oran, tüm yatırım yapanların neredeyse yarısını oluşturur. Bu bulgular, gelir düzeyi arttıkça kitle fonlaması yatırımı yapma olasılığının da arttığını açıkça göstermektedir.

Tablo 4.6. Ki-Kare Testi Sonuçları

Test Türü	Değer	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık (p)
Pearson Ki-Kare	22,897	4	,000
Likelihood Ratio	22,688	4	,000
Linear-by-Linear Assoc.	11,649	1	,001

Pearson Ki-Kare testi sonucuna göre ($\chi^2(4) = 22,897$; $p < .001$), gelir düzeyi ile yatırım yapma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Ayrıca, Linear-by-Linear Association testi ($p = ,001$), bu ilişkinin doğrusal bir eğilim gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Analiz sonuçlarına göre, gelir düzeyi arttıkça bireylerin kitle fonlaması yatırımı yapma eğilimlerinin de anlamlı biçimde arttığı tespit edilmiştir. Bu durum, literatürde sıkça vurgulanan “gelir-yatırım riski ilişkisi” ile uyumludur. Yüksek

gelir gruplarındaki bireyler, daha fazla tasarruf imkanına sahip oldukları için alternatif yatırım araçlarına yönelmede daha istekli olabilmektedirler (Burtch ve diğerleri, 2013).

Kitle fonlaması, geleneksel yatırım araçlarına kıyasla daha riskli ancak daha yüksek getiri potansiyeli barındıran bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla, bu tür araçlara yatırım yapma kararı genellikle risk toleransı yüksek ve maddi kayıp karşısında daha dayanıklı gruplar tarafından alınmaktadır (Ahlers ve diğerleri, 2015).

Ayrıca, yüksek gelir gruplarındaki bireylerin dijital finansal araçlara erişim imkânı, finansal okuryazarlık düzeyi ve girişimcilik ekosistemine aşinalıkları da yatırım kararlarını destekleyen unsurlar arasında yer almaktadır.

4.6 Kitle Fonlaması Yatırımcılarının Profili ve Yatırım

Davranışlarının Betimsel Değerlendirmesi

Bu çalışmanın ikinci aşamasında, Türkiye’de kitle fonlaması projelerine en az bir kez yatırım yapmış bireylerin (n = 139) demografik özellikleri ve yatırım aracı tercihlerine ilişkin eğilimleri incelenmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan 139 katılımcının verileri, hem örneklemin yapısı hakkında genel bir çerçeve sunmakta hem de ilerleyen bölümlerde yapılacak karşılaştırmalı analizler için referans oluşturmaktadır.

Tablo 4.7. Kitle Fonlaması Yatırımcılarının Demografik Özellikleri

		Değer	Yüzde %
Yaşınız	18-24	6	4,3%
	25-34	42	30,2%
	35-44	61	43,9%
	45-54	20	14,4%
	55+	10	7,2%
	Total	139	100,0%
Cinsiyetiniz	Erkek	127	91,4%
	Kadın	12	8,6%
	Total	139	100,0%
Eğitim Durumunuz	İlköğretim	2	1,4%
	Lise	5	3,6%
	Lisans	90	64,7%
	Lisansüstü	42	30,2%
	Total	139	100,0%

Tablo 4.7. (devam) Kitle Fonlaması Yatırımcılarının Demografik Özellikleri

		Değer	Yüzde %
Gelir aralığınız	0 TL – 22.000 TL	10	7,2%
	22.001 TL – 35.000 TL	11	7,9%
	35.001 TL – 59.999 TL	27	19,4%
	60.000 TL – 79.999 TL	27	19,4%
	80.000 TL +	64	46,0%
	Total	139	100,0%
Hangi bölgemizden katılıyorsunuz	Akdeniz Bölgesi	16	11,5%
	Doğu Anadolu Bölgesi	4	2,9%
	Ege Bölgesi	9	6,5%
	Güney Doğu Anadolu	3	2,2%
	İç Anadaolu Bölgesi	24	17,3%
	Karadeniz Bölgesi	14	10,1%
	Marmara Bölgesi	69	49,6%
	Total	139	100,0%

Katılımcıların demografik özellikleri değerlendirildiğinde, yatırımcıların büyük çoğunluğunun 35-44 yaş grubunda (%43,9) yer aldığı, bunu 25-34 yaş grubunun (%30,2) izlediği görülmektedir. Bu durum, kitle fonlaması yatırımlarının en çok genç ve orta yaşlı yetişkinler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Yaş dağılımına göre katılımcıların %74,1'inin 25–44 yaş aralığında yer almaktadır. Bu yaş grubu, yatırım bilinci oluşmuş, dijital platformları aktif kullanan ve gelir elde eden bireyleri temsil etmektedir. 55 yaş ve üzeri katılımcı oranının sadece %7,2 olması, kitle fonlaması sisteminin genç ve orta yaş gruplarında daha yaygın olarak benimsendiğini göstermektedir.

Cinsiyet açısından örneklemin ağırlıklı olarak erkek bireylerden oluştuğu (%91,4) görülmektedir. Kadın katılımcı oranı %8,6 ile oldukça sınırlı kalmıştır. Bu durum, Türkiye’de kitle fonlaması yatırımlarının toplumsal cinsiyet bağlamında belirgin bir dengesizlik gösterdiğine işaret etmektedir. Erkek yatırımcıların finansal araçlara daha fazla yönelme eğiliminde oldukları; risk alma, teknolojiye adaptasyon ve yatırım farkındalığı gibi unsurlar üzerinden açıklanabilir.

Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, yatırımcıların %64,7’sinin lisans, %30,2’sinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu, kitle fonlaması yatırımcılarının genellikle yüksek eğitim seviyesine sahip, finansal bilgi ve teknoloji kullanımı açısından donanımlı bireyler olduğunu göstermektedir.

Gelir dağılımı incelendiğinde, yatırımcıların %46'sının 80.000 TL ve üzeri gelir grubunda yer aldığı; bunun yanında %19,4'lük oranlarla hem 35.001–59.999 TL hem de 60.000–79.999 TL aralıklarında yer alan grupların takip ettiği görülmektedir. Bu da yatırımcıların çoğunlukla orta-üst ve yüksek gelir düzeyine sahip bireyler olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, yatırım kararlarında gelir düzeyinin belirleyici bir faktör olabileceğini ortaya koymaktadır.

Bölgesel dağılıma göre, yatırımcıların neredeyse yarısı Marmara Bölgesi'nde (%49,6) yer almakta, bunu İç Anadolu (%17,3) ve Akdeniz (%11,5) bölgeleri takip etmektedir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden katılım oldukça düşüktür. Bu dağılım, özellikle dijital platformlara erişimin ve fintech girişimlerinin yoğunlaştığı büyükşehir merkezlerinin, kitle fonlaması yatırımcılığı açısından daha aktif olduğunu göstermektedir.

4.6.1 Yatırım Aracı Tercihleri

Kitle fonlamasına yatırım yapmış bireylerin yatırım alışkanlıklarını daha kapsamlı biçimde değerlendirmek amacıyla, katılımcıların geleneksel ve alternatif finansal araçlara yönelik tercihleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, bu bireylerin sadece kitle fonlamasıyla sınırlı kalmayıp, yatırım portföylerini çeşitli araçlarla genişlettiklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 4.8. Yatırımcıların Diğer Finansal Araçlara Yönelik Tercihleri

		Değer	Yüzde %
Kıymetli Maden (Altın/Gümüş)	Hayır	22	15,8%
	Evet	117	84,2%
	Total	139	100,0%
Hisse Senedi	Hayır	24	17,3%
	Evet	115	82,7%
	Total	139	100,0%
Kripto/Coin	Hayır	90	64,7%
	Evet	49	35,3%
	Total	139	100,0%
Faizsiz Finans Ürünleri	Hayır	65	46,8%
	Evet	74	53,2%
	Total	139	100,0%
Vadeli Mevduat	Hayır	111	79,9%
	Evet	28	20,1%
	Total	139	100,0%

Tablo 4.8. (devam) Yatırımcıların Diğer Finansal Araçlara Yönelik Tercihleri

		Değer	Yüzde %
Döviz	Hayır	67	48,2%
	Evet	72	51,8%
	Total	139	100,0%
Kitle Fonlama	Hayır	0	0,0%
	Evet	139	100,0%
	Total	139	100,0%
BES	Hayır	66	47,5%
	BES	73	52,5%
	Total	139	100,0%
Ev/Araç	Hayır	79	56,8%
	Evet	60	43,2%
	Total	139	100,0%
Arsa/arazi	Hayır	92	66,2%
	Evet	47	33,8%
	Total	139	100,0%
Fonlar	Hayır	59	42,4%
	Evet	80	57,6%
	Total	139	100,0%
Diğer	Hayır	137	98,6%
	Evet	2	1,4%
	Total	139	100,0%
Daha önce herhangi bir KF projesine yatırım yaptınız mı?	Evet	139	100,0%
	Hayır	0	0,0%
	Total	139	100,0%

En yüksek yatırım oranı, %84,2 ile kıymetli madenlere (altın/gümüş) yapılmıştır. Bunu %82,7 ile hisse senedi yatırımı takip etmektedir. Bu durum, yatırımcıların geleneksel güvenli limanlara hâlâ güçlü bir eğilim gösterdiğini yansıtmaktadır. Diğer yandan, kripto paralara yatırım yapanların oranı %35,3 ile daha düşük düzeyde kalmakla birlikte, bu oran kitle fonlaması gibi yeni nesil finansal araçlara ilgi duyan yatırımcılar arasında dijital varlıklara da açık bir kesim bulunduğunu göstermektedir.

Faizsiz finans ürünleri (%53,2) ve Bireysel Emeklilik Sistemi (%52,5) gibi orta vadeli yatırım ve tasarruf modelleri de yatırımcıların yaklaşık yarısı tarafından tercih edilmektedir. Buna karşılık, vadeli mevduat (%20,1) ve gayrimenkul yatırımları (ev/araç %43,2; arsa/arsa %33,8) daha sınırlı düzeyde kullanılmaktadır. Bu sonuç, yüksek gelir grubuna ait olsa da bu yatırımcıların önemli bir kısmının nispeten küçük ölçekli ve dijital tabanlı yatırımları tercih ettiğini düşündürmektedir.

Son olarak, yatırımcıların yalnızca %57,6'sı yatırım fonlarına, %51,8'i dövizle yatırım yaptığını belirtmiştir. Bu oranlar, yatırımcıların klasik yatırım portföyü anlayışının ötesine geçerek, daha fazla çeşitlendirilmiş ve karma yatırım tercihleri benimsediğine işaret etmektedir.

Bu bulgular, kitle fonlamasına yatırım yapan bireylerin genel olarak yüksek gelirli, yüksek eğitilmiş, genç-orta yaşlı erkeklerden oluştuğunu, geleneksel yatırım araçlarına yöneldiklerini ve bölgesel olarak büyük şehirlerde yoğunlaştıklarını göstermektedir. Bu veriler, sonraki bölümlerde yapılacak faktör analizleri, güvenilirlik testleri ve grup karşılaştırmalarına zemin oluşturmakta ve örneklem profilinin sağlamlığını teyit etmektedir.

4.7 Katılımcıların Kitle Fonlamasına Yönelik Tutumlarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcıların kitle fonlamasına yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla hazırlanan 31 maddelik Likert tipi ifadeye ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, yatırımcı davranışlarının hangi faktörler doğrultusunda şekillendiğine dair önemli göstergeler sunmaktadır.

Tablo 4.9. Katılımcıların Yatırım Davranışlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfade	N	Mini mum	Maximum	Ortalama	Std. Sapma
Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.	139	1,00	5,00	3,9640	1,16352
Kitle Fonlamasında yatırıma kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.	139	1,00	5,00	3,9496	1,23549
Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum.	139	1,00	5,00	3,9353	1,16226
Proje sunumunun kalitesi (görseller, videolar, açıklama dili vb.) yatırım kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	4,0000	1,16718
Daha önce yatırım yaptığım girişimcinin projelerine yeniden yatırım yapma eğilimindeyim.	139	1,00	5,00	3,2806	1,11660
Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararında etkilidir.	139	1,00	5,00	4,3597	,90895
Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler.	139	1,00	5,00	4,0576	1,26703

Tablo 4.9. (devam) Katılımcıların Yatırım Davranışlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfade	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Std. Sapma
Projenin sosyal etkisi (istihdam, çevresel katkı vb.) benim için önemlidir.	139	1,00	5,00	3,8777	1,07986
Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,8993	1,62541
İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir.	139	1,00	5,00	3,9065	1,62361
Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararımnda etkilidir.	139	1,00	5,00	4,6835	,63743
Platformun geçmişteki başarıları kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	4,2446	,91558
Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararımnda etkilidir.	139	1,00	5,00	4,6115	,69690
Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma isteğimi artırır.	139	1,00	5,00	4,3957	,85651
Platform tarafından sunulan yatırım koruma mekanizmaları (sigorta, garanti vb.) kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,8993	1,15027
Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm.	139	1,00	5,00	3,9784	,96660
Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,3237	1,09819
Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	2,9353	1,09814
Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,3237	1,06469
Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.	139	1,00	5,00	3,0432	1,26187
Büyük ve kurumsal yatırımcıların bir projeye ilgi göstermesi, benim de yatırım yapma kararımı olumlu etkiler.	139	1,00	5,00	4,0935	1,04182
Daha önce KF yoluyla zarar etmiş olmam, yeni yatırımlarımı etkiler.	139	1,00	5,00	2,9568	1,32354
KF yatırımlarıyla geleneksel yatırımlar (hisse, mevduat vb.) arasında risk farkını önemserim.	139	1,00	5,00	3,6403	1,10340

Tablo 4.9. (devam) Katılımcıların Yatırım Davranışlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfade	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Std. Sapma
Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme daha fazla yönlendiriyor.	139	1,00	5,00	3,8273	1,13526
KFsında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.	139	1,00	5,00	3,6187	1,15718
Yatırım kararlarımı genellikle kısa vadeli kazanç beklentisine göre veririm.	139	1,00	5,00	2,2230	1,10364
Daha önceki yatırım tecrübelerim, yeni projelere olan yaklaşımı etkiler.	139	1,00	5,00	4,0863	,89671
Bazen yatırımdan kazanç beklemeden 7 sistemini ve/veya projeyi desteklemek için yatırım yaparım.	139	1,00	5,00	2,9640	1,42142
Projenin bölgesel/kültürel yakınlığı yatırım kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,0072	1,31047
Erken yatırım sürecinde sunulan fazladan hisse teklifleri yatırım kararımı etkiler.	139	1,00	5,00	3,8849	,98598
Diğer yatırımcıların bir projeye olan ilgisi beni de etkiler.	139	1,00	5,00	3,5108	1,09919
Valid N (listwise)	139				

4.7.1 Güven ve Şeffaflık Temelli Yatırım Yaklaşımı

Katılımcıların yatırım kararlarını en fazla etkileyen unsurların başında güven unsuru gelmektedir.

Aşağıdaki ifadeler, yüksek ortalamalar ve düşük standart sapmalar ile dikkat çekmektedir:

- “Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararında etkilidir.”

$$\bar{x} = 4,68 \mid ss = 0,63$$

- “Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararında etkilidir.”

$$\bar{x} = 4,61 \mid ss = 0,70$$

- “Platformun geçmişteki başarıları kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 4,24 \mid ss = 0,91$$

- “Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm.”

$$\bar{x} = 3,97 \mid ss = 0,96$$

- “Platform tarafından sunulan yatırım koruma mekanizmaları (sigorta, garanti vb.) kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,90 \mid ss = 1,15$$

Bu sonuçlar, yatırımcıların kitle fonlama platformlarının kurumsal yapısına, güvenilirliğine, geçmiş performansına ve yatırımcıyı koruyan mekanizmalarına büyük önem verdiğini göstermektedir. Özellikle düşük standart sapma değerleri, bu konularda katılımcılar arasında güçlü bir görüş birliği olduğunu ortaya koymaktadır.

4.7.2 Girişimci Özellikleri ve Proje Sunum Kalitesi

Yatırımcıların yalnızca projeye değil, projeyi sunan girişimciye ve onun katkı biçimine de önem verdiği gözlenmektedir:

- “Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararımdır.”

$$\bar{x} = 4,35 \mid ss = 0,91$$

- “Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma isteğimi artırır.”

$$\bar{x} = 4,39 \mid ss = 0,85$$

- “Proje sunumunun kalitesi (görseller, videolar, açıklama dili vb.) yatırım kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 4,00 \mid ss = 1,16$$

- “Daha önce yatırım yaptığım girişimcinin projelerine yeniden yatırım yapma eğilimindeyim.”

$$\bar{x} = 3,28 \mid ss = 1,11$$

Yatırımcıların kararlarında girişimcinin deneyimi, sunum kalitesi ve projeye verdiği kişisel katkının etkili olduğu; ancak geçmiş yatırım deneyimlerinin tekrar yatırım davranışına etkisinin daha sınırlı olduğu anlaşılmaktadır.

4.7.3 Etik ve İnanç Temelli Değerlendirme

İslami finans ilkelerine ilişkin iki ayrı ifade üzerinden yatırımcıların değer temelli yaklaşımları ölçülmüştür:

- “Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,89 \mid ss = 1,62$$

•“İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir.”

$$\bar{x} = 3,90 \mid ss = 1,62$$

Her iki ifade de yüksek ortalama değerine sahip olup, katılımcıların büyük çoğunluğunun inanç temelli uyumluluğu yatırım kararlarında önemli bir kriter olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Ancak yüksek standart sapma değerleri, bu konuda bireysel farklılıkların da bulunduğunu göstermektedir.

4.7.4 Yerli Üretim ve Sosyal Etki

•“Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler.”

$$\bar{x} = 4,05 \mid ss = 1,26$$

•“Projenin sosyal etkisi (istihdam, çevresel katkı vb.) benim için önemlidir.”

$$\bar{x} = 3,87 \mid ss = 1,07$$

Bu sonuçlar, yatırımcıların toplumsal fayda ve milli üretim gibi değerleri de önemsediklerini, ancak bu kriterlerin karar sürecinde destekleyici ama ikincil bir rol oynadığını göstermektedir.

4.7.5 Risk, Getiri ve Finansal Davranış

Yatırımcıların getiri ve risk algılarına ilişkin çeşitli ifadelerle yapılan ölçümler şu sonuçları vermiştir:

•“Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.”

$$\bar{x} = 3,96 \mid ss = 1,16$$

•“Kitle Fonlamasında yatırıma kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.”

$$\bar{x} = 3,94 \mid ss = 1,23$$

•“Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum.”

$$\bar{x} = 3,93 \mid ss = 1,16$$

•“Kitle Fonlamasında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.”

$$\bar{x} = 3,61 \mid ss = 1,15$$

•“Yatırım kararlarımı genellikle kısa vadeli kazanç beklentisine göre veririm.”

$$\bar{x} = 2,22 \mid ss = 1,10$$

Bu bulgular, yatırımcıların sistemde risk farkındalığı taşıdığını; ancak kısa vadeli beklentilerden çok uzun vadeli potansiyele odaklandıklarını göstermektedir.

4.7.6 Sosyal Etki ve Grup Davranışı

- “Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,32 \mid ss = 1,09$$

- “Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 2,93 \mid ss = 1,09$$

- “Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,32 \mid ss = 1,06$$

- “Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.”

$$\bar{x} = 3,04 \mid ss = 1,26$$

- “Diğer yatırımcıların bir projeye olan ilgisi beni de etkiler.”

$$\bar{x} = 3,51 \mid ss = 1,09$$

Bu ifadelerde ortalama değerlerin 3 civarında olması, sosyal çevre etkisinin yatırım kararları üzerinde sınırlı olduğunu, ancak tamamen dışlanmadığını göstermektedir.

4.7.7 Deneyim, Alışkanlık ve Kişisel Eğilimler

- “Daha önceki yatırım tecrübelerim, yeni projelere olan yaklaşımımı etkiler.”

$$\bar{x} = 4,08 \mid ss = 0,89$$

- “Daha önce KF yoluyla zarar etmiş olmam, yeni yatırımlarımı etkiler.”

$$\bar{x} = 2,95 \mid ss = 1,32$$

- “KF yatırımlarıyla geleneksel yatırımlar (hisse, mevduat vb.) arasında risk farkını önemserim.”

$$\bar{x} = 3,64 \mid ss = 1,10$$

- “Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme daha fazla yönlendiriyor.”

$$\bar{x} = 3,82 \mid ss = 1,13$$

- “Projenin bölgesel/kültürel yakınlığı yatırım kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,00 \mid ss = 1,31$$

- “Erken yatırım sürecinde sunulan fazladan hisse teklifleri yatırım kararımı etkiler.”

$$\bar{x} = 3,88 \mid ss = 0,98$$

•“Bazen yatırımdan kazanç beklemeden 7 sistemini ve/veya projeyi desteklemek için yatırım yaparım.”

$$\bar{x} = 2,96 \mid ss = 1,42$$

Bu ifadeler yatırımcıların alışkanlık, erişilebilirlik ve özverili destek davranışları konusundaki tutumlarını ortaya koymaktadır. Ortalama değerler farklılık gösterse de genel eğilim, yatırım kararlarında bireysel deneyimin etkili olduğunu göstermektedir.

4.7.8 Genel Değerlendirme

Bu betimsel analiz sonuçları, kitle fonlaması yatırımcılarının karar alma süreçlerinde en belirleyici faktörlerin:

- Güvenilir girişimci ve platform yapısı,
 - Sunum kalitesi ve kişisel katkı,
 - Etik ve inanç temelli değerlendirme,
 - Getiri-riski dengeli algı
- olduğunu ortaya koymaktadır.

Buna karşılık sosyal yönlendirme, grup davranışı ve duygusal motivasyon gibi unsurlar daha zayıf belirleyicilerdir.

Bu bulgular, yatırım kararlarının büyük ölçüde bireysel değerlendirme, bilgiye dayalı analiz ve değer temelli yaklaşım ile şekillendiğini göstermektedir.

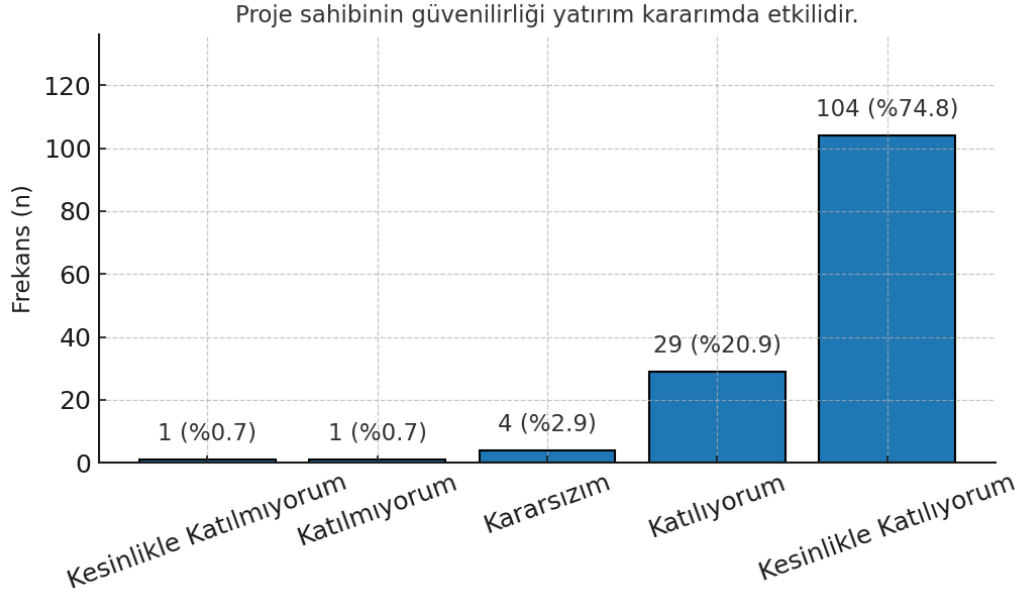
4.8 Katılımcıların Yatırımcı Algılarına İlişkin Frekans Dağılımları

Bu araştırmada kullanılan 31 Likert tipi ifade üzerinden elde edilen frekans dağılımları, yatırımcıların kitle fonlaması süreçlerine ilişkin algılarını çok boyutlu bir şekilde yansıtmaktadır. Yanıt dağılımlarına göre yatırım kararlarında ön plana çıkan temalar; güven ve şeffaflık, proje/girişimci nitelikleri, etik ve değer temelli tercih, sosyal etki ve grup davranışı ve risk-getiri algısı olarak öne çıkmaktadır.

4.8.1 Güven, Şeffaflık ve Platform Temelli Yatırım Algısı

Katılımcıların en yüksek oranda katıldığı ifadelerden biri:

•“Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararında etkilidir.” Bu ifadeye verilen “kesinlikle katılıyorum” oranı %74,8’dir.

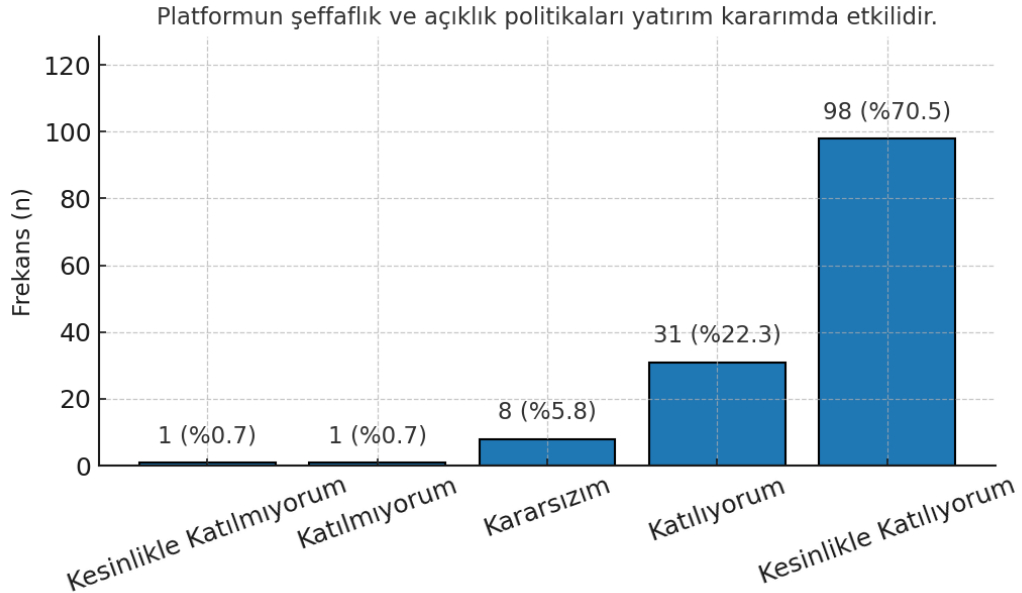


Şekil 4. 10. Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararında etkilidir

Benzer şekilde:

- “Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararında etkilidir.”

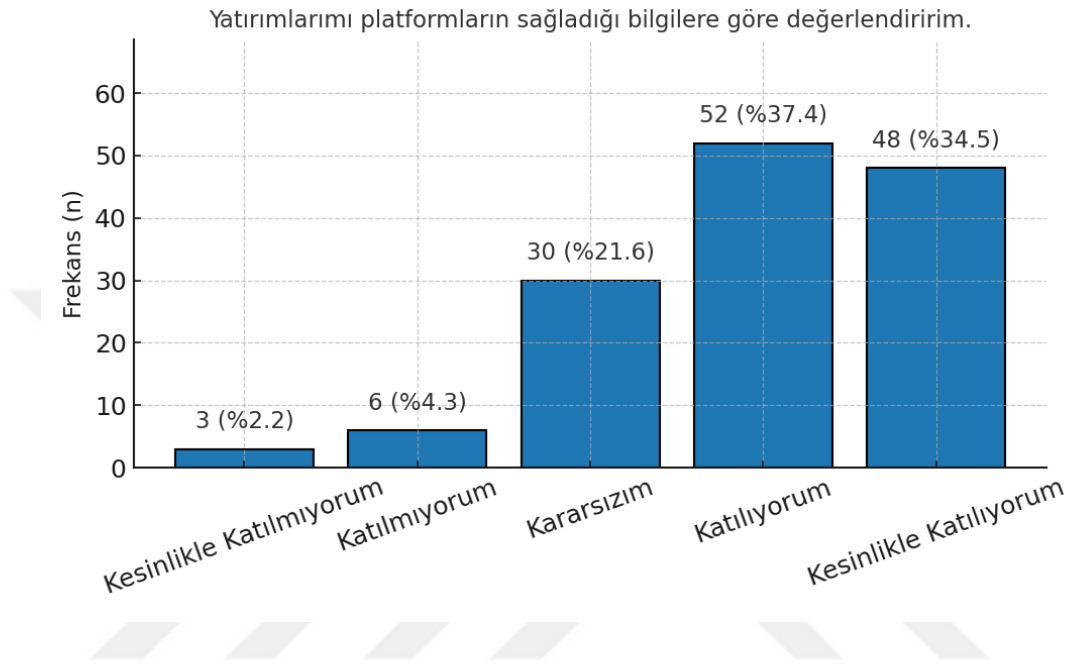
Bu ifadeye verilen “kesinlikle katılıyorum” oranı %70,5’dir.



Şekil 4. 11. Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararında etkilidir

•“Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm.” Bu ifadeye verilen “kesinlikle katılıyorum” oranı %34,5 “katılıyorum” oranı ise %37,4’dür. Bu soruya yanıt veren 139 kişiden 100 kişisi yatırımlarını platformların sağladığı

bilgilere göre yaptıklarını ifade etmektedir. Bu durum kitle fonlama yatırımcılarının yatırım yaptıkları platformlara olan güvenlerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bu ifadeye verilen cevapların “kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” yanıtlarının toplamı dahi soruya cevap veren katılımcıların sadece %6,5’i kadardır.



Şekil 4. 12. Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm

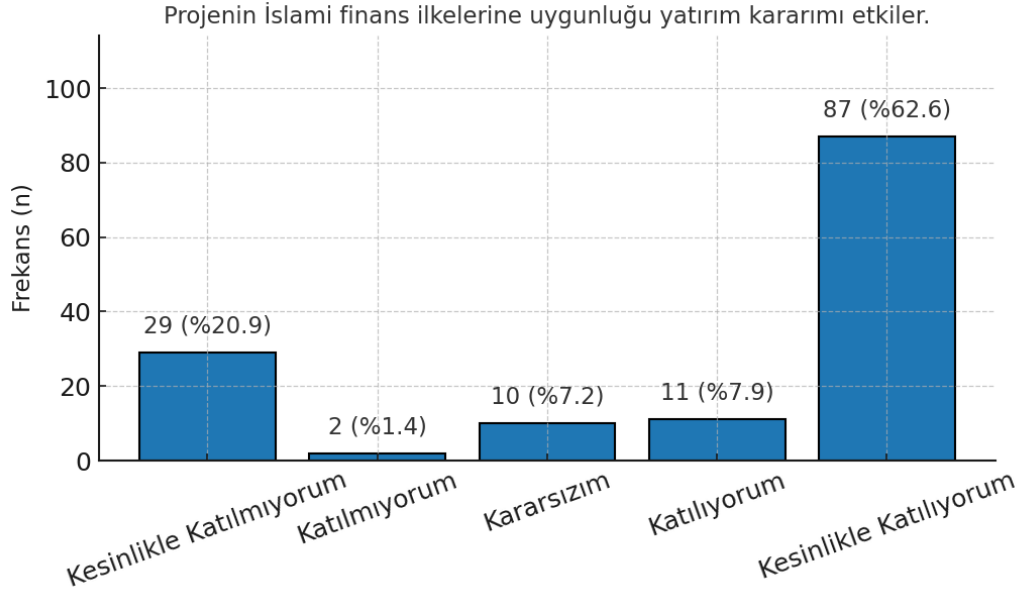
Bu ifadeler, yatırımcıların platformun açıklık, bilgi sunumu ve girişimci güvenilirliğini yatırım kararı açısından vazgeçilmez gördüklerini açıkça ortaya koymaktadır. Sistematik bilgi sunumu ve girişimcinin güven algısı, yatırım sürecinin temel belirleyicileri olarak öne çıkmaktadır.

4.8.2 Etik, Değer ve İnanç Temelli Yatırım Motivasyonları

İki ifade bu boyutu ölçmektedir:

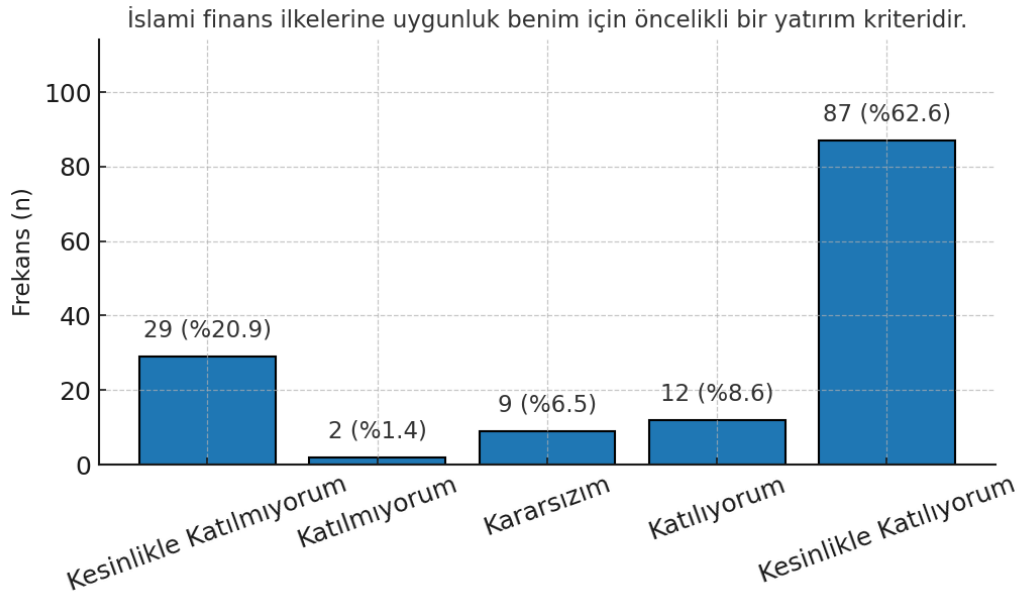
- “Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararımı etkiler.”

ifadesine %62,6 oranında “kesinlikle katılıyorum” yanıtı verilmiştir.



Şekil 4. 13. Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararı etkiler.

•“İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir.” İfadesine de %62,6 oranında “kesinlikle katılıyorum” yanıtı verilmiştir.



Şekil 4. 14. İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir.

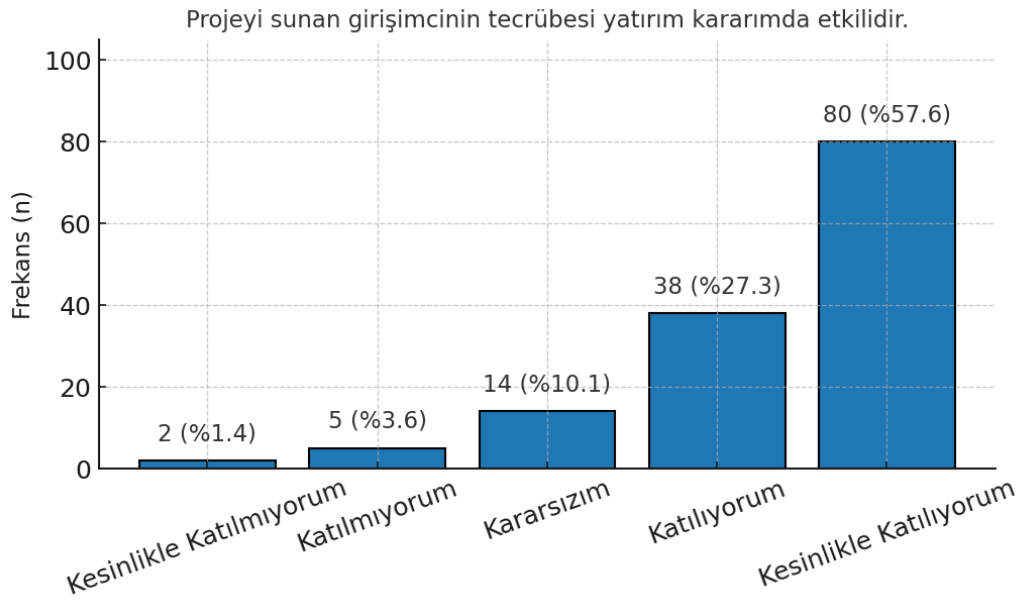
Her iki ifadenin yüksek katılım düzeyi, örnekleimde yer alan yatırımcıların yalnızca finansal değil, aynı zamanda değer temelli ve inanç temelli hassasiyetlere göre yatırım yaptıklarını göstermektedir. Özellikle bu iki madde arasındaki anlam

farkı dikkate değerdir: biri “etkileyici faktör” (ikincil kriter), diğeri ise “ön koşul” (birincil kriter) vurgusu taşır. Bu bağlamda, etik duyarlılığın yalnızca etkileyici değil, bazı yatırımcılar için karar verici düzeyde belirleyici olduğu anlaşılmaktadır.

4.8.3 Girişimci ve Proje Niteliğine Yönelik Hassasiyet

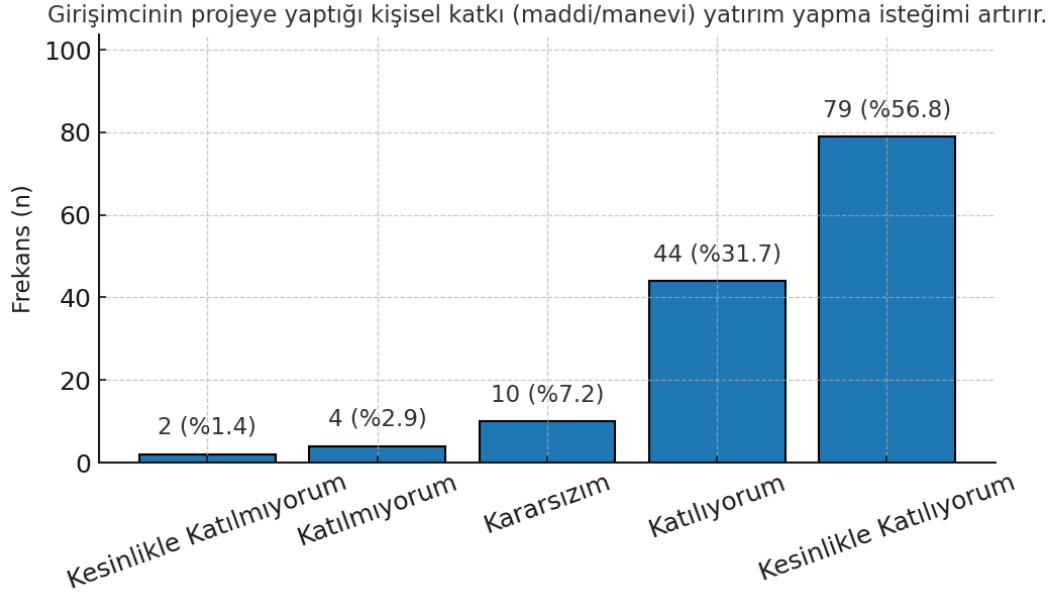
Yatırımcıların, girişimci profili ve proje sunumuna dair değerlendirmeleri de oldukça güçlüdür:

•“Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararında etkilidir.” (%57,6 “kesinlikle katılıyorum”)



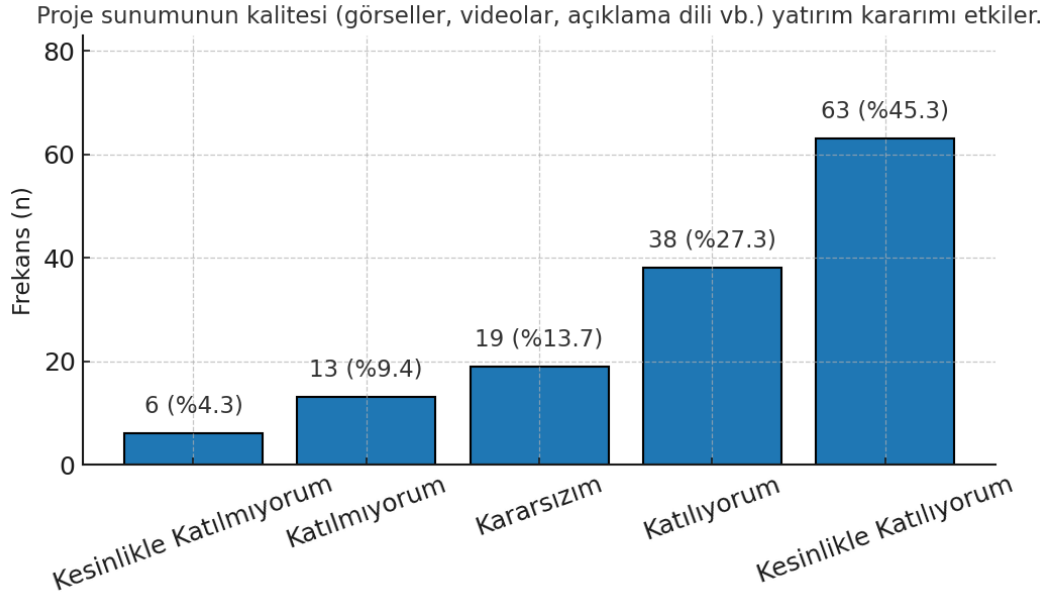
Şekil 4. 15. Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararında etkilidir.

•“Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma isteğini artırır.” (%56,8 “kesinlikle katılıyorum”)



Şekil 4. 16. Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma isteğini artırır.

•“Proje sunumunun kalitesi (görseller, videolar, açıklama dili vb.) yatırım kararımı etkiler.” (%45,3 “kesinlikle katılıyorum”)



Şekil 4. 17. Proje sunumunun kalitesi yatırım kararımı etkiler.

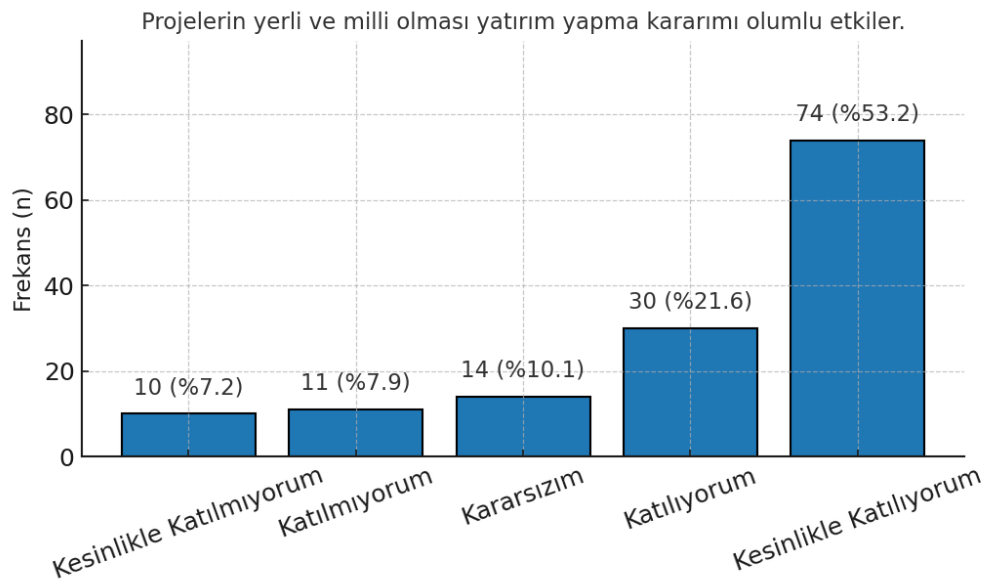
Bu sonuçlar, yatırımcıların yalnızca proje fikrine değil, bu fikri hayata geçiren kişi ve sunum biçimine dair ciddi beklentiler taşıdığını göstermektedir.

Nitelikli sunumlar ve girişimcinin özverisi, yatırımcılar nezdinde önemli bir güven kriteri haline gelmektedir.

4.8.4 Sosyal Etki, Yerellik ve Duygusal Bağlar

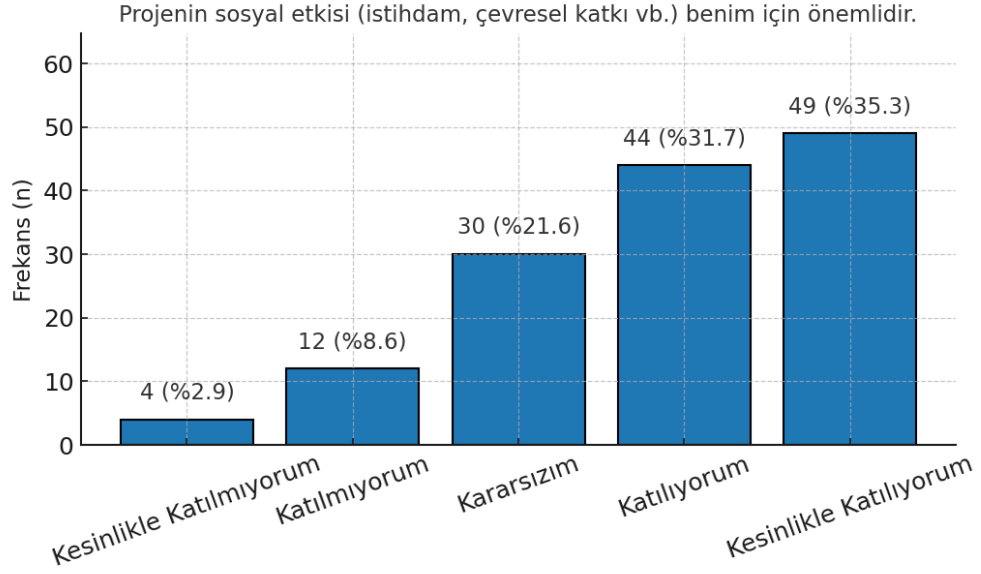
Bu boyutta yer alan bazı ifadelerde olumlu görüşler olmakla birlikte, katılımcıların “kesinlikle katılıyorum” oranları daha düşüktür:

•“Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler.” (%53,2 “kesinlikle katılıyorum”)



Şekil 4. 18. Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler

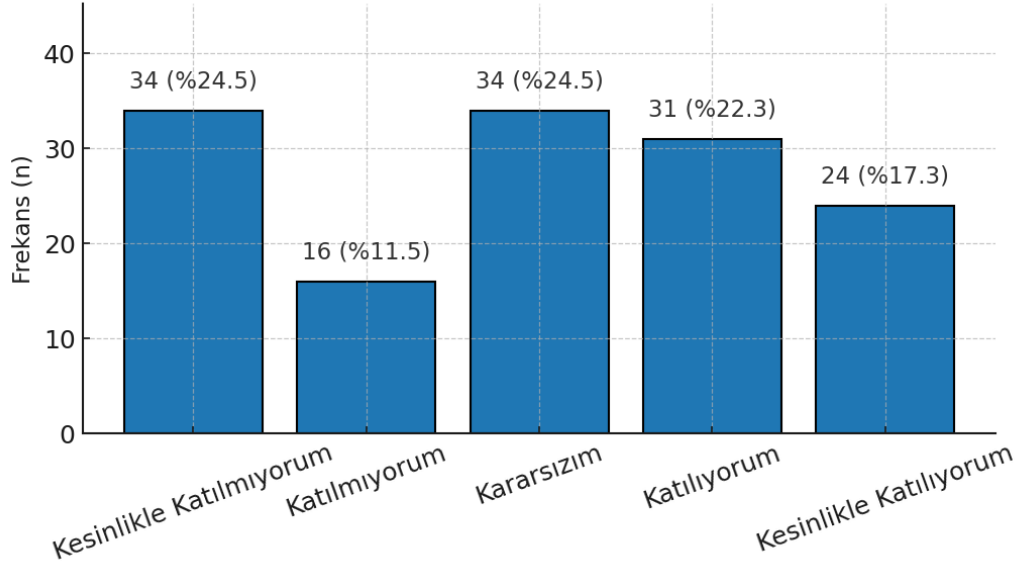
•“Projenin sosyal etkisi (istihdam, çevresel katkı vb.) benim için önemlidir.” (%35,3 “kesinlikle katılıyorum”)



Şekil 4. 19. Projenin sosyal etkisi benim için önemlidir.

•“Bazen yatırımdan kazanç beklemeden kitle fonlama sistemini ve/veya projeyi desteklemek için kazanç beklemeden yatırım yaparım.” ifadesinde kararsızlık ve ılımlı yanıtlar dikkat çekicidir.

zen yatırımdan kazanç beklemeden 7 sistemini ve/veya projeyi desteklemek için yatırım ya

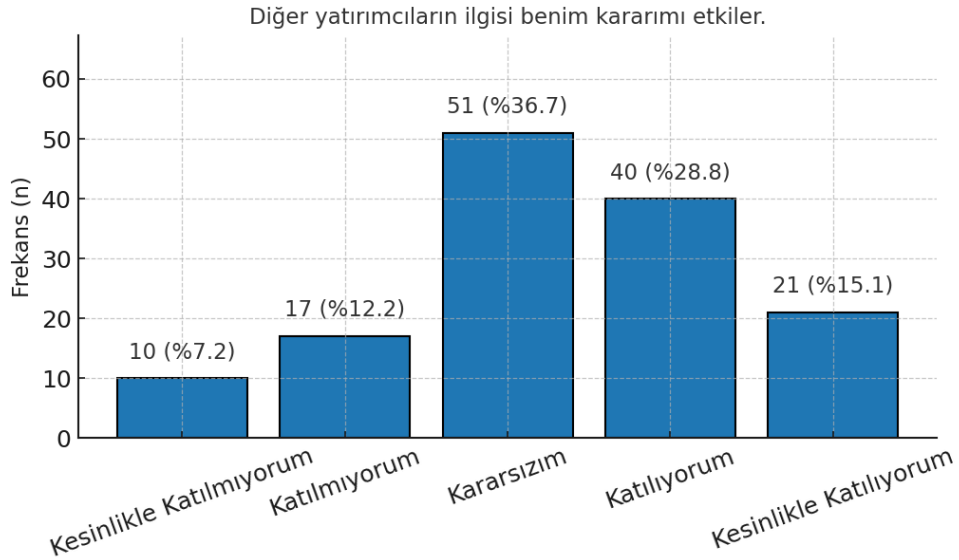


Şekil 4. 20. Bazen yatırımdan kazanç beklemeden kitle fonlama sistemini ve/veya projeyi desteklemek için kazanç beklemeden yatırım yaparım.

Bu veriler, yatırımcıların yerlilik ve sosyal katkıya duyarlı olduklarını ancak yatırım kararlarında bu unsurların belirleyici değil, destekleyici unsur olarak yer aldığını göstermektedir.

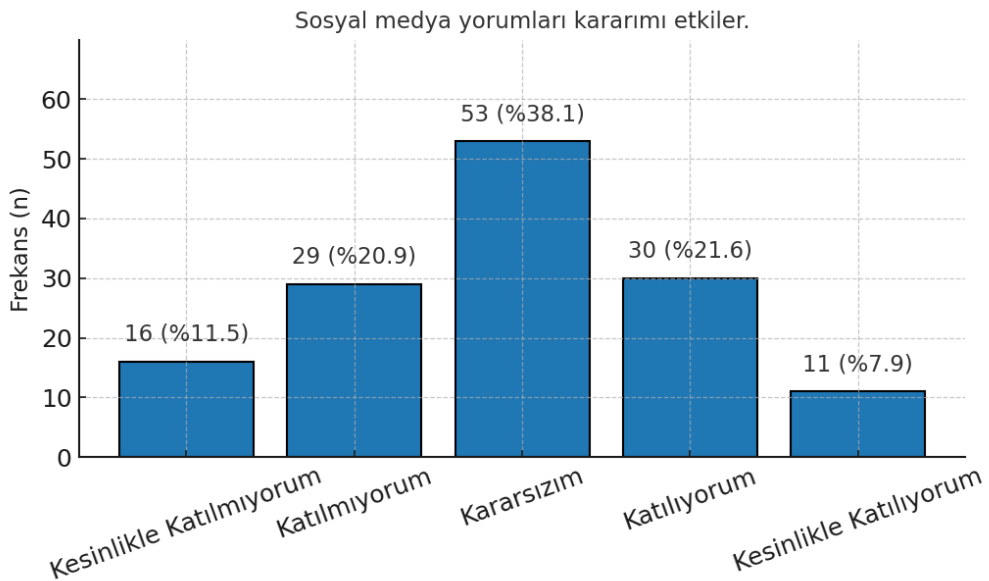
4.8.5 Grup Davranışı, Sosyal Medya ve Dışsal Etkiler

•“Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.”



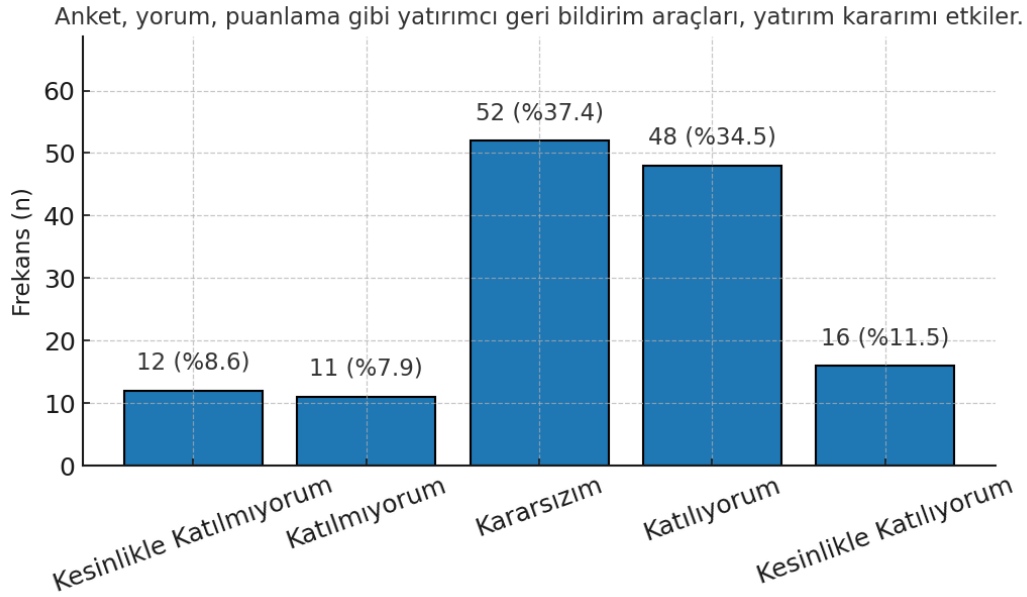
Şekil 4. 21. Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.

•“Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.”,



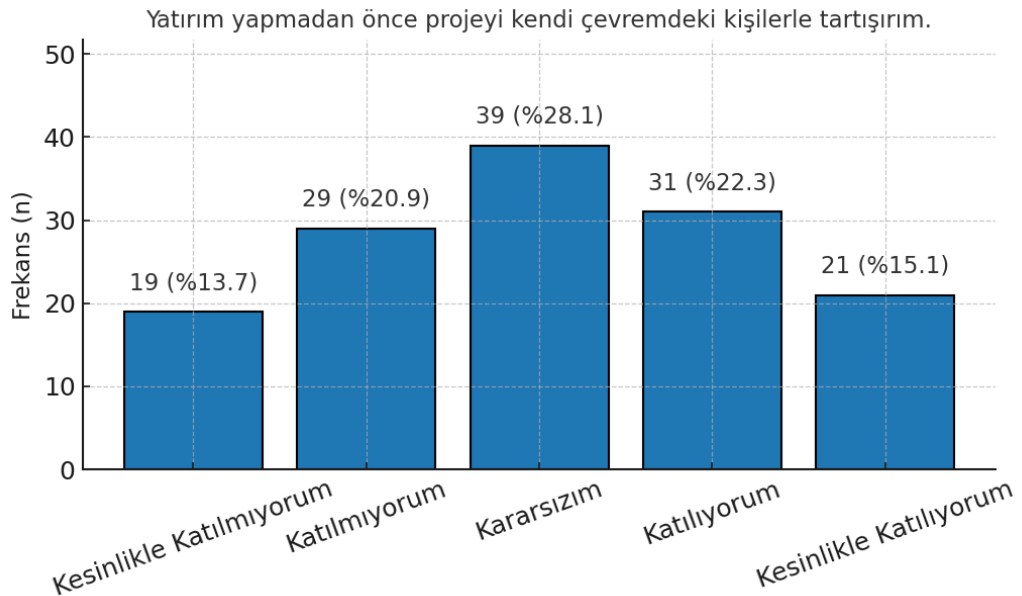
Şekil 4. 22. Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.

•“Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım kararımı etkiler.”,



Şekil 4. 23. Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım kararımı etkiler.

•“Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.”



Şekil 4. 24. Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.

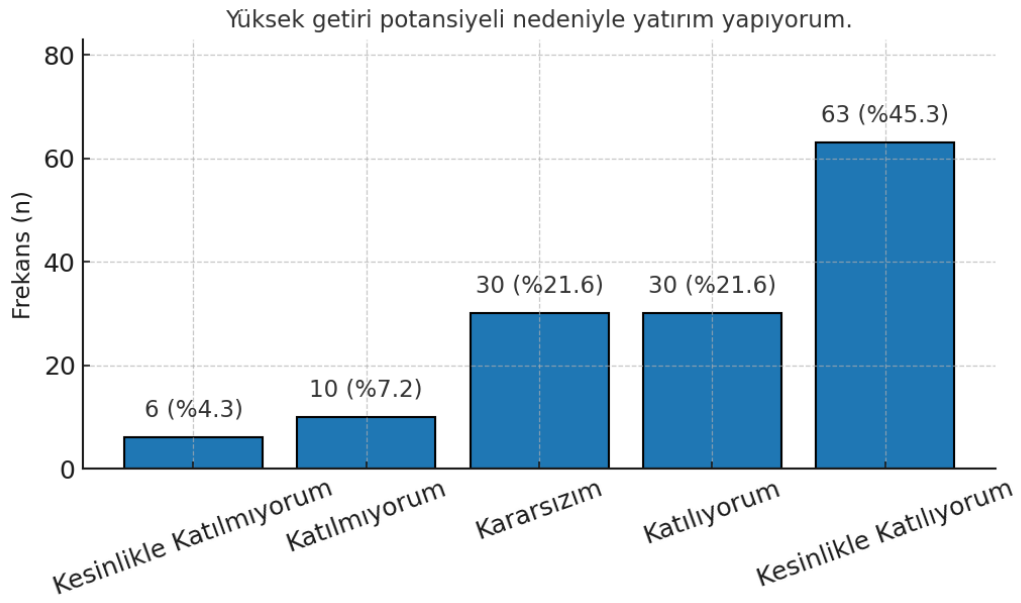
Bu dört ifadeye verilen yanıtlar genel olarak daha dağınıktır; yüksek düzeyde “kararsızım” ve “katılmıyorum” yanıtları dikkat çekmektedir. Bu durum,

yatırımcıların kararlarını bireysel olarak verme eğiliminde olduklarını, sosyal çevre veya dijital kalabalığın etkisinin sınırlı kaldığını düşündürmektedir.

4.8.6 Getiri-Risk Dengesi ve Davranışsal Eğilimler

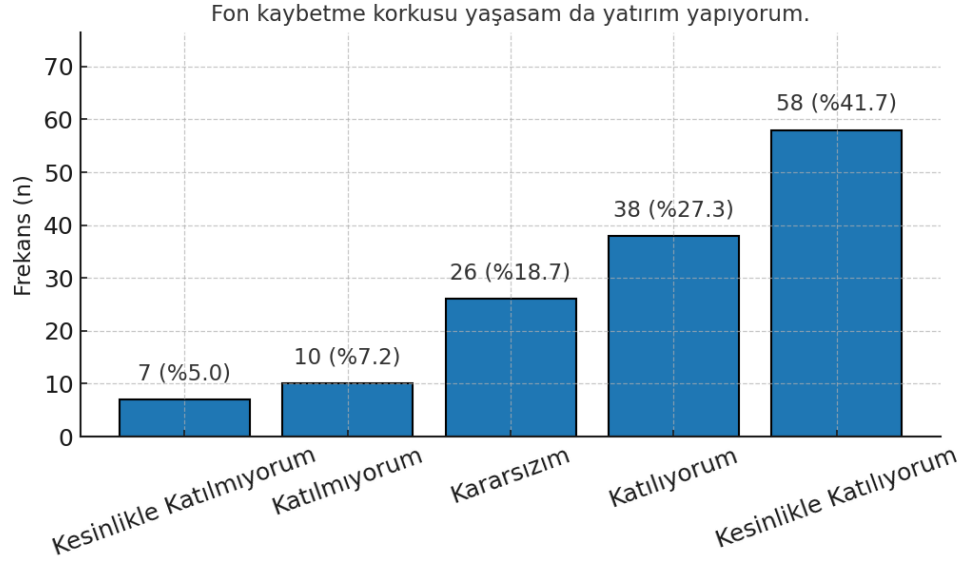
Yatırımcıların getiriden beklentileri ve riske dair tutumları şu ifadelerle ölçülmüştür:

•“Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.” (%45,3 “kesinlikle katılıyorum”)



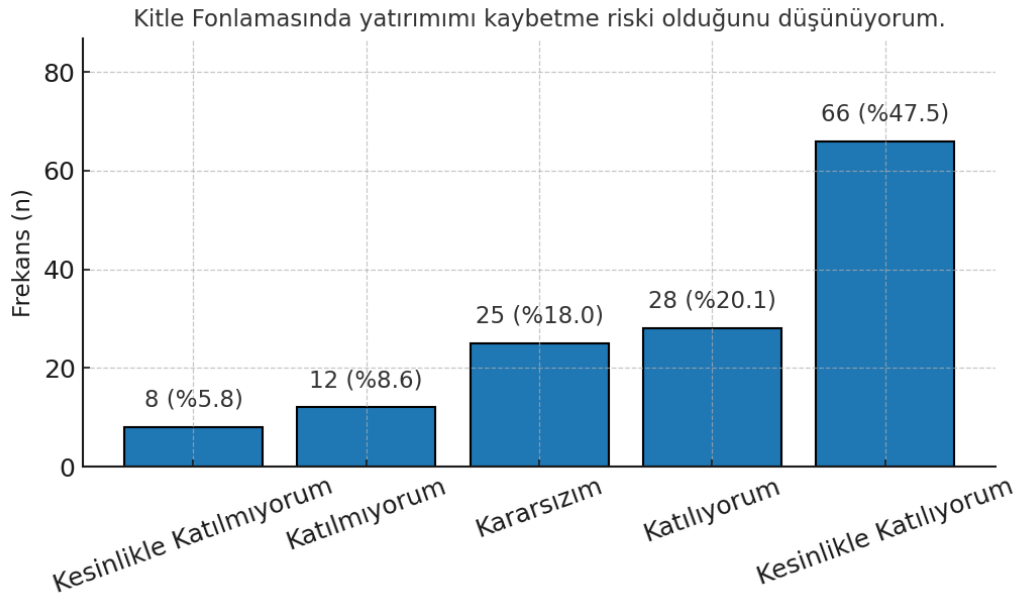
Şekil 4. 25. Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.

•“Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum.” (%41,7 “kesinlikle katılıyorum”)



Şekil 4. 26. Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum.

•“Kitle Fonlamasında yatırımımı kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.” ifadesi ise daha yüksek varyans içermektedir.

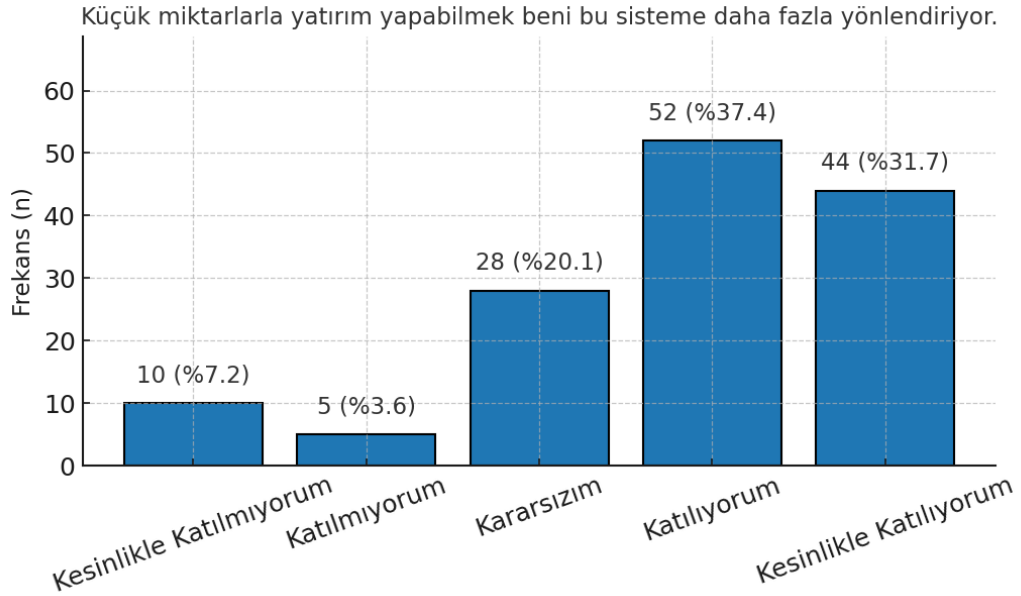


Şekil 4. 27. Kitle Fonlamasında yatırımımı kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.

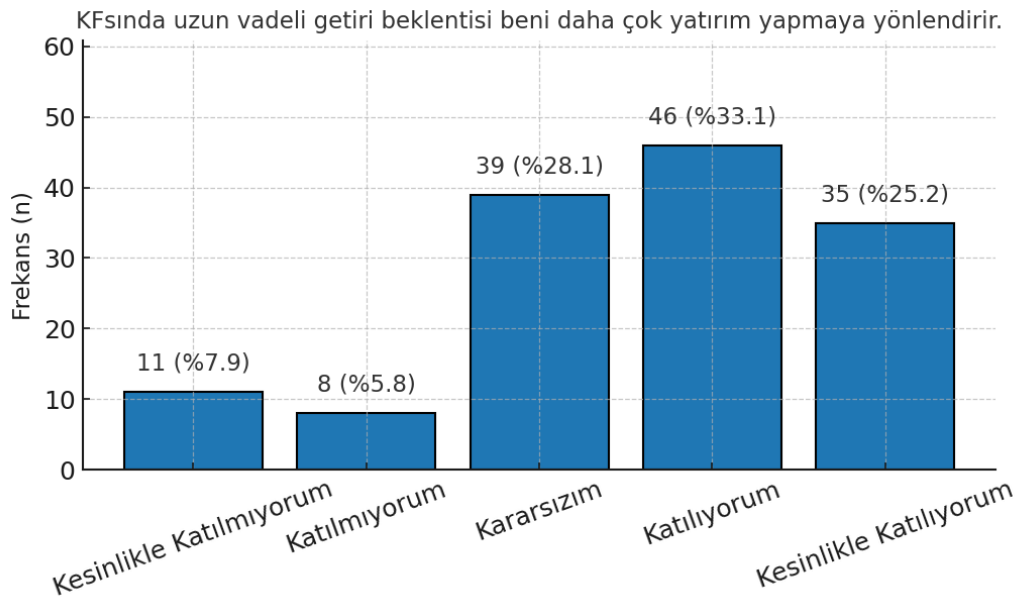
Ayrıca,

•“Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme yönlendiriyor.” ve

•“Kitle fonlamasında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.” gibi ifadeler orta-yüksek düzeyde olumlu yanıt almıştır.



Şekil 4. 28. Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme yönlendiriyor.



Şekil 4. 29. Kitle fonlamasında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.

Bu bulgular, yatırımcıların riskleri fark ettiklerini; ancak yeterli bilgi, güven ve uzun vadeli potansiyel gördüklerinde yatırım yapmaya istekli olduklarını göstermektedir. Kısa vadeli kazanç beklentisi ise düşük düzeyde onay görmüştür.

4.8.7 Genel Sonuç

Frekans dağılımlarına dayalı olarak yapılan bu analiz, kitle fonlaması yatırımcılarının karar alma süreçlerinde en çok önem verdikleri kriterlerin:

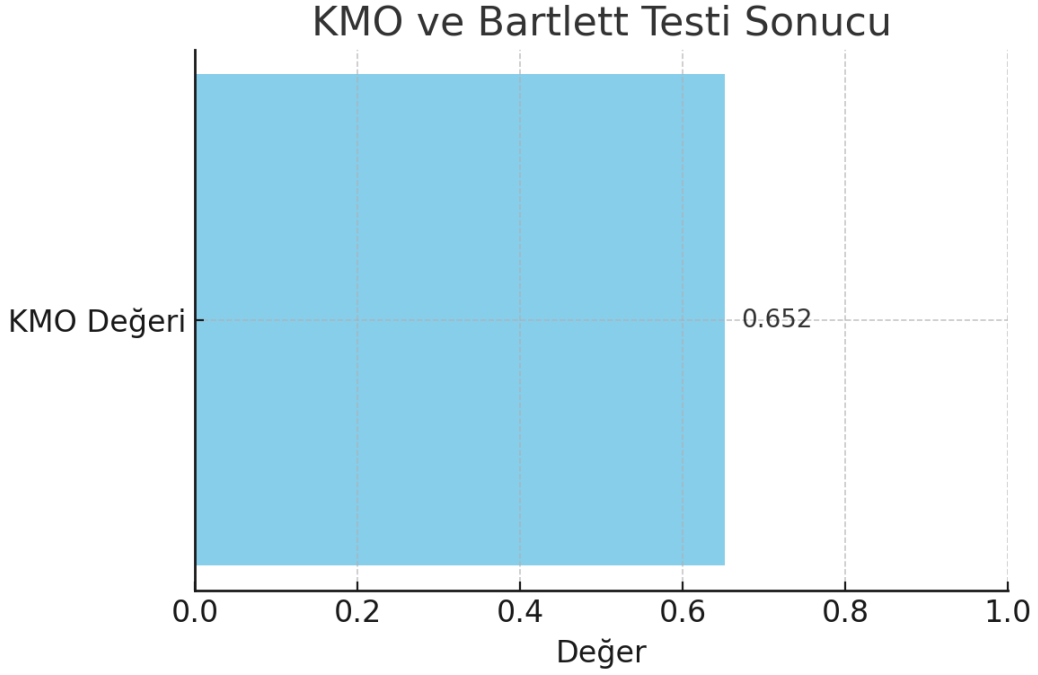
- Girişimci güvenilirliği,
- Platform şeffaflığı,
- Sunulan bilgi düzeyi,
- Değer temelli uygunluk (özellikle İslami finans ilkeleri)

olduğunu göstermektedir. Buna karşın sosyal medya etkisi, çevre görüşü ya da kültürel yakınlık gibi dışsal unsurlar karar sürecinde sınırlı etkiye sahiptir. Yatırımcılar, projelere yatırım yaparken büyük ölçüde bireysel değerlendirme, güven ve uzun vadeli değer algısı temelinde hareket etmektedir.

4.9 Faktör Analizi

4.9.1 Veri Setinin Faktör Analizine Uygunluğunun Değerlendirilmesi

Faktör analizine geçmeden önce veri setinin bu analize uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen KMO değeri **0,652**'dir. Kaiser (1974) tarafından geliştirilen sınıflandırmaya göre KMO değerinin 0,60 ile 0,70 arasında olması "**orta düzeyde**" örneklem yeterliliğini ifade etmektedir. Hutcheson ve Sofroniou (1999) tarafından da belirtildiği üzere, 0,50'nin altında kalan değerler yetersiz, 0,50–0,60 arası düşük, 0,60–0,70 arası orta, 0,70–0,80 arası iyi, 0,80–0,90 arası çok iyi ve 0,90'ın üzerindeki değerler ise mükemmel olarak nitelendirilmektedir (Hutcheson & Sofroniou, 1999).



Şekil 4. 30. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Bartlett küresellik testi sonucu ise $\chi^2(435) = 1628,313$; $p < .001$ olarak bulunmuştur. Bartlett (1954), bu testin anlamlı çıkmasının değişkenler arasında faktör analizine uygun düzeyde korelasyon bulunduğunu gösterdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada elde edilen anlamlı Bartlett testi sonucu, veri setinin faktör analizi için istatistiksel olarak uygun olduğunu ortaya koymaktadır (Bartlett, 1954).

Bu sonuçlar doğrultusunda, veri setinin faktör analizi yapılmasına elverişli olduğu belirlenmiş ve sonraki aşamada temel bileşenler analizi uygulanmıştır.

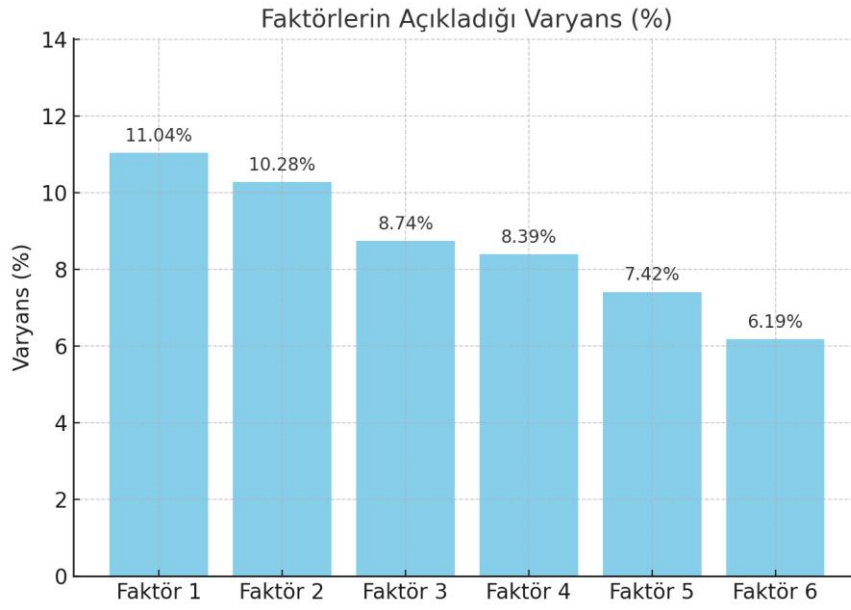
4.9.2 Açıklanan Toplam Varyans

Faktör analizinde özdeğeri 1'in üzerinde olan toplam 10 faktör tespit edilmiştir. Ancak, ölçeğin yorumlanabilirliğini artırmak ve kuramsal anlam bütünlüğünü korumak amacıyla, faktör sayısı yamaç birikinti grafiği (scree plot), açıklanan varyans yüzdeleri ve kuramsal çerçeve dikkate alınarak 6 faktörle sınırlandırılmıştır (Costello & Osborne, 2005).

Varimax döndürme sonrasında elde edilen 6 faktör, toplam varyansın %52,057'sini açıklamaktadır. Faktörlerin açıkladığı varyans oranları sırasıyla Faktör 1: %11,040, Faktör 2: %10,279, Faktör 3: %8,742, Faktör 4: %8,392, Faktör

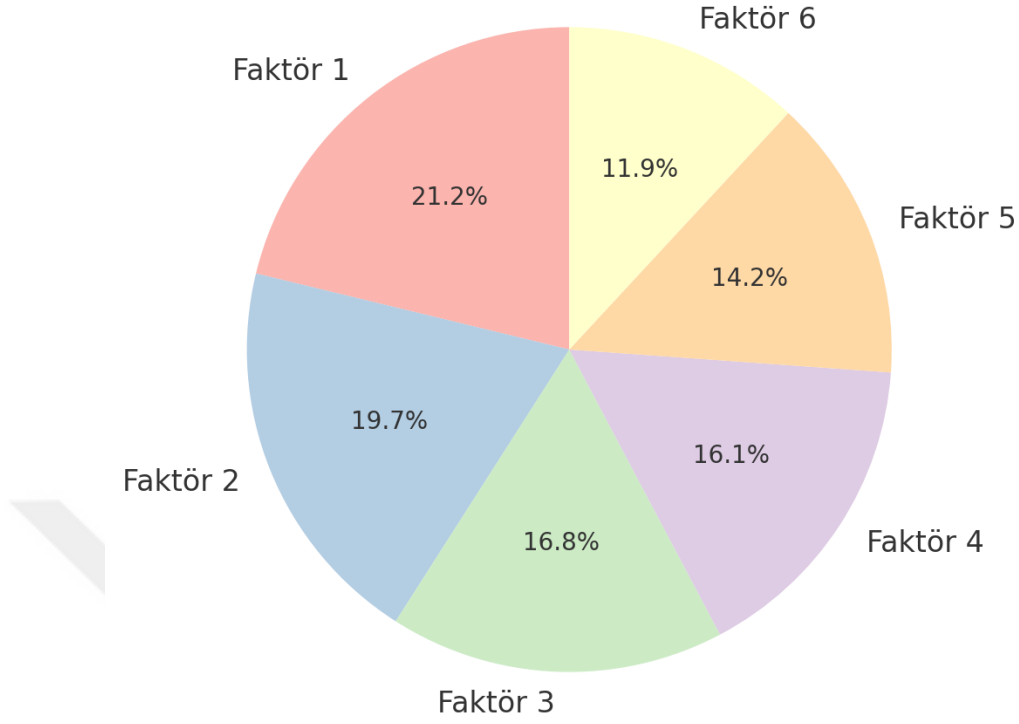
5: %7,416 ve Faktör 6: %6,189'dur. Sosyal bilimlerde, açıklanan toplam varyansın %50 ve üzerinde olması, ölçeğin ölçtüğü kavramları yeterli düzeyde temsil ettiğini göstermektedir (Hair ve diğerleri, 2014). Bu çalışmada elde edilen %52,057'lik toplam varyans oranı, kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur.

Bu sonuçlar, ölçeğin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve belirlenen 6 faktörün, araştırmada incelenen kavramları anlamlı biçimde temsil ettiğini ortaya koymaktadır.



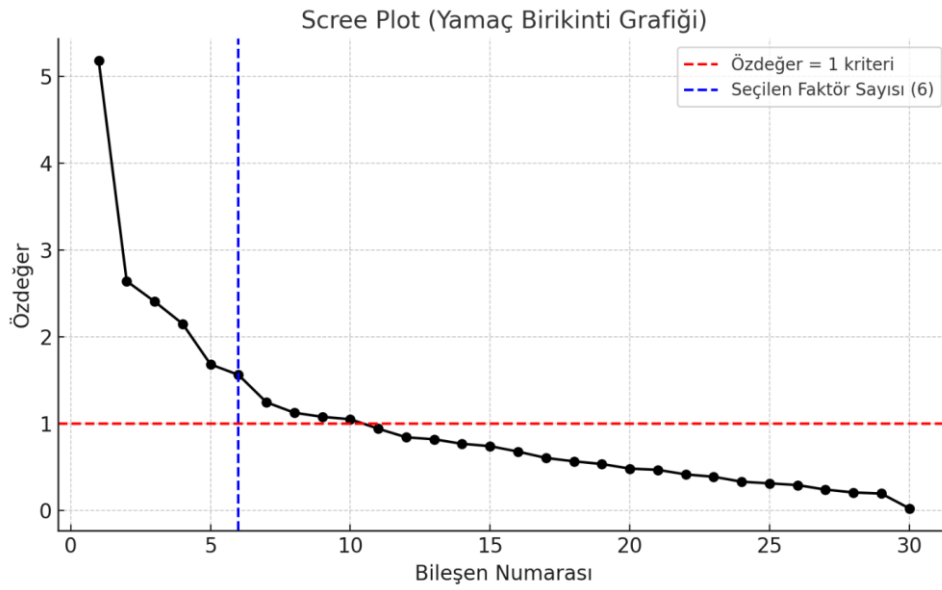
Şekil 4. 31. Faktörlerin Açıkladığı Varyans Yüzdeleri

Faktörlerin Toplam Varyansa Katkısı



Şekil 4. 32. Faktörlerin Toplam Varyansa Katkı Oranları

4.9.3 Faktör Sayısının Belirlenmesine İlişkin Yamaç Birikinti Grafiği (Scree Plot)



Şekil 4. 33. Faktör Sayısının Belirlenmesine İlişkin Yamaç Birikinti Grafiği (Scree Plot)

Faktör sayısının belirlenmesinde kullanılan önemli kriterlerden biri de Scree Plot (Yamaç Birikinti Grafiği)'dur (Cattell, 1966). Şekil'de görüldüğü üzere, özdeğerler incelendiğinde 6. faktörden sonra eğimde belirgin bir kırılma meydana gelmekte ve eğri yatay bir seyir izlemektedir. Bu durum, 6 faktör sonrasında eklenen faktörlerin toplam varyansa katkısının sınırlı olduğunu ve anlamlı bir faktör yapısı oluşturmadığını göstermektedir. Dolayısıyla, Kaiser kriterine ek olarak Scree Plot değerlendirmesi de dikkate alınarak faktör sayısının 6 ile sınırlandırılması uygun bulunmuştur. Bu karar, faktör analizi literatüründe yaygın olarak kabul gören uygulamalarla uyumludur (Costello & Osborne, 2005).

4.9.4 Kitle Fonlamasına Yönelik Yatırımcı Davranışlarının Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 4.10. Faktör 1: Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler

Faktör 1: Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler	Faktör Yüğü
Proje sahibinin güvenilirliğı yatırım kararında etkilidir.	0,643
Büyük ve kurumsal yatırımcıların bir projeye ilgisi benim kararımı olumlu etkiler.	0,618
Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı yatırım yapma isteğimi artırır.	0,611
Platformun geçmişteki başarıları kararımı etkiler.	0,602
Platformun şeffaflık politikaları yatırım kararında etkilidir.	0,591
Proje sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararında etkilidir.	0,576
Diğer yatırımcıların ilgisi beni de etkiler.	0,552
Projenin sosyal etkisi (istihdam, çevresel katkı vb.) benim için önemlidir.	0,55
Proje sunumunun kalitesi (görseller, videolar vb.) kararımı etkiler.	0,499
Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yaparım.	0,475
Yatırım yapmadan önce projeyi çevremle tartışırım.	0,467
Erken yatırım sürecinde sunulan hisse teklifleri yatırım kararımı etkiler.	0,419
Yerli ve milli olması yatırım kararımı olumlu etkiler.	0,414
Projenin bölgesel/kültürel yakınlığı yatırım kararımı etkiler.	0,334

Bu faktör, yatırımcıların karar süreçlerinde girişimcinin güvenilirliği, tecrübesi ve projeye kişisel katkısı gibi özelliklerin belirleyici olduğunu göstermektedir. Ayrıca platformun geçmişteki başarıları, şeffaflık ve açıklık politikaları da yatırım kararını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bunun yanında sosyal etki, kurumsal yatırımcıların ilgisi ve proje sunum kalitesi gibi unsurlar da yatırım motivasyonunu artırmaktadır. Dolayısıyla bu faktör, girişimciye duyulan güven, platformun itibarı ve sosyal katkı boyutlarını içermektedir. Bu faktörün öne çıkması, literatürde de sıkça vurgulanan güven unsuruyla uyumludur. Mollick (2014), kitle fonlamasında girişimcinin güvenilirliğinin ve proje sunumunun yatırım kararlarında kritik rol oynadığını göstermiştir (Mollick, 2014). Ayrıca platformların şeffaflık politikalarının yatırımcı güvenini pekiştirdiği, böylece fonlama başarısını artırdığı belirtilmektedir (Agrawal ve diğerleri, 2015).

Tablo 4.11. Faktör 2: İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler

Faktör 2: İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler	Faktör Yüğü
Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararını etkiler.	0,798
İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir kriterdir.	0,769

İkinci faktör, yatırımcıların projelerin İslami finans ilkelerine uygunluğu konusundaki duyarlılıklarını ortaya koymaktadır. Yatırımcıların bir kısmı için İslami finans prensipleri, yatırım kararlarında öncelikli bir kriterdir. Bu durum, özellikle Türkiye gibi dini hassasiyetlerin yüksek olduğu toplumlarda kitle fonlaması yatırımlarında etik ve dini uyumun önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Türkiye bağlamında ortaya çıkan bu faktör, yatırım kararlarında etik ve dini hassasiyetlerin rolünü göstermektedir. İslami finans ilkelerinin yatırımcı davranışlarını yönlendirdiği, özellikle faizsiz finansman modellerinde yatırımcı ilgisini artırdığı literatürde de vurgulanmaktadır (El-Gamal, 2006; Obaidullah & Khan, 2008). Bu durum, kitle fonlamasının kültürel bağlamda farklı motivasyonlarla şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 4.12. Faktör 3: Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Faktörler

Faktör 3: Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Faktörler	Faktör Yüğü
Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.	0,555
Anket, yorum, puanlama gibi geri bildirim araçları kararımı etkiler.	0,528
Diğer yatırımcıların ilgisi kararımı etkiler.	0,457

Üçüncü faktör, yatırımcıların sosyal çevreden ve diğer yatırımcılardan etkilenme derecesini yansıtmaktadır. Sosyal medya yorumları, anketler, geri bildirim araçları ve diğer yatırımcıların ilgisi yatırım kararlarını şekillendirmektedir. Bu durum, yatırımcı davranışlarının sadece bireysel değil, aynı zamanda sosyal onay, çevresel etki ve topluluk etkisi ile şekillendiğini göstermektedir. Sosyal etkileşim ve çevrenin yatırım kararlarında belirleyici olması, literatürde “sosyal etki” ve “sürü davranışı” kavramlarıyla açıklanmaktadır. Burtch, Ghose ve Wattal (2013), kitle fonlamasında yatırımcıların başkalarının davranışlarından etkilendiğini, sosyal onay mekanizmalarının yatırım kararlarını yönlendirdiğini bulmuştur (Burtch ve diğerleri, 2013). Bu bulgu, çalışmamızdaki faktörle paralellik göstermektedir.

Tablo 4.13. Faktör 4: Finansal Beklentiye İlişkin Faktörler

Faktör 4: Finansal Beklentiye İlişkin Faktörler	Faktör Yüğü
Daha önce KF yoluyla zarar etmiş olmam yeni yatırımlarımı etkiler.	0,625
Yatırım kararlarımı genellikle kısa vadeli kazanç beklentisine göre veririm.	0,62
KF’ında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım yapmaya yönlendirir.	-0,601
Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni sisteme yönlendirir.	-0,361
Geleneksel yatırımlar ile risk farkını önemsemem.	0,306

Dördüncü faktör, yatırımcıların kısa ve uzun vadeli getiri beklentileri ile ilgilidir. Bazı yatırımcılar kısa vadeli kazançlara odaklanırken, bazıları uzun vadeli getiriler doğrultusunda yatırım yapmayı tercih etmektedir. Ayrıca küçük

miktarlarla yatırım yapabilme imkânı yatırımcıları sisteme çekmektedir. Bunun yanında geçmiş yatırım tecrübelerinin de yatırım kararlarını etkilediği görülmektedir. Bu faktör, kitle fonlamasında finansal motivasyon ve yatırımın erişilebilirliği boyutunu öne çıkarmaktadır. Yatırımcıların kısa vadeli kazanç ve uzun vadeli getiri beklentileri doğrultusunda karar vermeleri, literatürde kitle fonlamasının hem finansal getiri hem de erişilebilir yatırım imkânı sağladığına ilişkin bulgularla örtüşmektedir. Ahlers, Cumming, Günther ve Schweizer (2015), yatırımcıların özellikle küçük ölçekli yatırımlar yoluyla portföylerini çeşitlendirdiklerini belirtmektedir (Ahlers ve diğerleri, 2015).

Tablo 4.14. Faktör 5: Riske İlişkin Faktörler

Faktör 5: Riske İlişkin Faktörler	Faktör Yüğü
Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum.	0,598
Bazen yatırımlardan kazanç beklemeden manevi destek amacıyla yatırım yapıyorum.	-0,52
Daha önceki yatırım tecrübelerim, yeni projelere olan yaklaşımımı etkiler.	0,347

Beşinci faktör, yatırımcıların risk algılarını ve risk karşısındaki davranışlarını yansıtmaktadır. Yüksek getiri potansiyeli riski kabul edilebilir kılarken, bazı yatırımcılar için manevi destek amacı da yatırım kararında etkili olmaktadır. Ayrıca önceki yatırım deneyimleri de risk algısını şekillendirmektedir. Bu bağlamda bu faktör, getiri–risk dengesi ve deneyim temelli yatırım davranışları olarak tanımlanabilir. Risk algısı ve getiri beklentisi arasındaki ilişki, yatırım davranışlarını açıklayan temel unsurlardandır. Colombo, Franzoni ve Rossi-Lamastra (2015), kitle fonlamasında önceki yatırım deneyimlerinin yatırımcıların risk algısını etkilediğini vurgulamaktadır (Colombo ve diğerleri, 2015). Çalışmamızda da benzer şekilde risk ve getiri dengesi öne çıkmaktadır.

Tablo 4.15. Faktör 6: Diğer Faktörler

Faktör 6: Diğer Faktörler	Faktör Yüğü
Kitle Fonlamasında yatırım kaybetme riski olduğunu düşünüyorum.	0,591
Platform tarafından sunulan yatırım koruma mekanizmaları (sigorta, garanti vb.) kararımı etkiler.	-0,412
Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm.	-0,396

Altıncı faktör, kitle fonlaması platformlarının sağladığı yatırım koruma mekanizmaları, yatırım kaybetme riski ve platformların sağladığı bilgilerle ilgilidir. Bu faktörde yer alan maddeler, daha çok yatırımcıların güvenlik ve bilgiye dayalı karar alma eğilimlerini yansıtmaktadır. Dolayısıyla bu faktör, diğer ana boyutlara kıyasla daha sınırlı ancak tamamlayıcı bir etkiye sahiptir. Son faktörde yer alan yatırım koruma mekanizmaları ve platformların sunduğu bilgiler, yatırımcıların algılanan güvenlik ihtiyacını yansıtmaktadır. Kim, Viswanathan ve Wan (2016), yatırımcıların platformun sağladığı güvenlik ve bilgi şeffaflığını yatırım kararında belirleyici unsurlar olarak gördüklerini göstermektedir (Kim ve diğerleri, 2016).

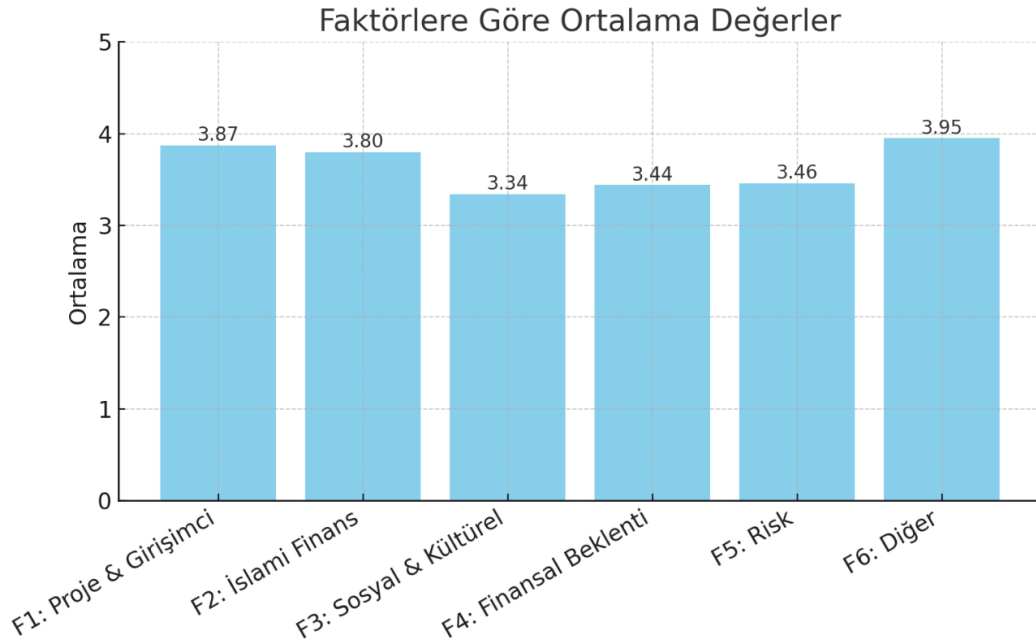
Tablo 4.16. Faktörlere Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Faktör	Ortalama	Standart Sapma	Yorum
F1. Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler	3.87	1.09	Yatırımcıların en yüksek öncelik verdiği boyut. Güven, şeffaflık ve girişimci özellikleri ön planda.
F2. İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler	3.80	1.60	İkinci en yüksek faktör. Etik/dini hassasiyetler yatırım kararlarında belirleyici.
F3. Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Faktörler	3.34	1.07	Orta düzeyde etkili. Sosyal medya ve diğer yatırımcıların görüşleri sınırlı ama mevcut bir etkiye sahip.
F4. Finansal Beklentiye İlişkin Faktörler	3.44	1.19	Orta düzey önem. Kısa/uzun vadeli kazanç beklentileri yatırım kararlarında kısmen rol oynamaktadır.

Tablo 4.16. (devam) Faktörlere Göre Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Faktör	Ortalama	Standart Sapma	Yorum
F5. Riske İlişkin Faktörler	3.46	1.22	Orta düzey önem. Yüksek getiri beklentisi ve önceki deneyimler yatırımcıların risk algısını şekillendirmektedir.
F6. Diğer Faktörler*	3.94-3.98	≈1.10	Yatırımcılar platform bilgisi ve koruma mekanizmalarına yüksek önem atfetmektedir.

4.9.5 Faktörlere Göre Yatırımcı Tutumlarının Ortalama Dağılımı



Şekil 4. 34. Faktörlere Göre Ortalama Değerler

Faktörlere ilişkin ortalamalar incelendiğinde, yatırımcıların en fazla önem verdikleri boyutun “Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler” (Ort.=3.87) olduğu görülmektedir. Bu bulgu, kitle fonlamasında yatırımcı güveninin ve girişimciye duyulan inancın merkezi bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Mollick, 2014). İkinci sırada “İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler” (Ort.=3.80) yer almakta

olup, dini ve etik hassasiyetlerin Türkiye bağlamında yatırım kararlarında güçlü bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır (El-Gamal, 2006).

Diğer faktörler (F3–F5) ise 3.30–3.46 ortalama aralığında yer almakta ve yatırımcıların sosyal etki, finansal beklenti ve risk algılarının karar süreçlerinde orta düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. Özellikle sosyal çevre etkisinin nispeten daha düşük çıkması (Ort.=3.34), yatırımcıların bireysel değerlendirmelere daha çok ağırlık verdiğini göstermektedir.

Buna karşılık “Diğer Faktörler” başlığı altında yer alan güvenlik ve platformun sağladığı bilgi desteğine ilişkin maddeler 3.90–3.98 ortalamalarıyla en yüksek değerlerden birine sahiptir. Bu durum, yatırımcıların karar verirken güvenlik ve şeffaflık mekanizmalarına duydukları ihtiyacı vurgulamaktadır (Kim ve diğerleri, 2016)

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Türkiye’de kitle fonlaması projelerine yönelik yatırımcı davranışlarını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiş ve yatırım kararlarını şekillendiren unsurlar açımlayıcı faktör analizi aracılığıyla ortaya konmuştur. Bulgular, yatırımcıların tercihlerini yalnızca finansal getiri beklentileriyle sınırlı biçimde değerlendirmediklerini; güven, şeffaflık, dini hassasiyetler, sosyal çevre etkisi ve risk algısının da karar alma süreçlerinde önemli rol oynadığını göstermektedir.

Analiz sonucunda yatırımcı davranışlarını açıklayan altı faktör tespit edilmiştir:

Faktör 1: Proje ve Girişimciye İlişkin Faktörler;

Yatırımcıların kararlarında en güçlü belirleyici faktör, proje ve girişimciye ilişkin unsurlar olmuştur. Proje sahibinin güvenilirliği, girişimcinin deneyimi, platformun geçmiş başarıları ve şeffaflık ilkeleri yatırımcıların yatırım yapma eğilimlerini doğrudan etkilemektedir. Literatürde de güven unsurunun yatırımcı davranışında temel belirleyici olduğu vurgulanmaktadır (Mollick, 2014; Colombo ve diğerleri, 2015). Bu bulgu, Türkiye’de de kitle fonlamasında güvenin sistemin sürdürülebilirliği için vazgeçilmez bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Faktör 2: İslami Finans Kaidelerine İlişkin Faktörler;

Araştırmada dikkat çeken bir diğer önemli bulgu, İslami finans kaidelerinin yatırım kararlarında güçlü bir rol üstlenmesidir. Katılımcılar, projelerin dini ve etik ilkelere uyumunu kritik bir değerlendirme ölçütü olarak görmektedir. Literatürde de etik ve dini hassasiyetlerin yatırım tercihlerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Beck ve diğerleri, 2013). Türkiye bağlamında yapılan araştırmalarda, kitle fonlamasının katılım finansı perspektifinden ele alınmasının sistemin etik temellerini güçlendireceği ve yatırımcı tabanının genişlemesine katkı sağlayacağı belirtilmektedir (Canbaz & Çonkar, 2018). Bu bağlamda elde edilen sonuçlar, çalışmanın literatüre yerel ve özgün katkılar sunduğunu göstermektedir.

Faktör 3: Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Faktörler;

Yatırımcılar yalnızca bireysel değerlendirmelerle değil, aynı zamanda sosyal çevre, kültürel değerler ve toplumsal katkı unsurlarını da göz önünde bulundurmaktadır. Sosyal medya yorumları, yakın çevrenin görüşleri ve projelerin topluma sağlayacağı katkılar yatırım kararlarını şekillendiren unsurlar arasında yer

almaktadır. Bu bulgu, sosyal sermayenin ve grup davranışının yatırım kararlarındaki etkisini vurgulayan çalışmalarla uyumludur (Allison ve diğerleri, 2015; Vismara, 2016).

Faktör 4: Finansal Beklentiye İlişkin Faktörler;

Finansal getiri beklentileri yatırımcıların kararlarında önemli olmakla birlikte tek belirleyici değildir. Yatırımcılar, projelerin sunduğu kısa ve uzun vadeli kazanç fırsatlarını değerlendirmekte; aynı zamanda potansiyel getirinin diğer yatırım araçlarıyla karşılaştırmalı değerini de dikkate almaktadır. Daha önceki çalışmalar da yatırımcıların kitle fonlamasında finansal beklentiyle birlikte sosyal ve etik motivasyonları da önemsediklerini ortaya koymaktadır (Belleflamme ve diğerleri, 2014).

Faktör 5: Riske İlişkin Faktörler;

Katılımcılar, kitle fonlamasında yatırım kaybı riskini önemli bir unsur olarak değerlendirmiştir. Daha önce yatırım yapmış olan katılımcıların deneyimleri, risk algılarında belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bulgu, riskin yatırımcı davranışlarında önemli bir sınırlayıcı olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde de risk algısının yatırımcıların kitle fonlaması projelerine katılımında kritik bir faktör olduğu vurgulanmaktadır (Cumming ve diğerleri, 2020).

Faktör 6: Diğer Faktörler;

Son olarak, yatırımcı davranışlarında doğrudan ana kategorilere dâhil edilemeyen, ancak kararları etkileyebilen bazı unsurlar da belirlenmiştir. Bunlar arasında diğer yatırımcıların ilgisi, erken yatırım fırsatları veya sürü davranışına dayalı eğilimler yer almaktadır. Bu faktörler, kitle fonlamasının yatırımcı psikolojisiyle ilişkili yanlarını yansıtmakta ve sistemin çok boyutluluğunu ortaya koymaktadır.

Platformların Rolü ve Bilgi Sağlama İşlevi;

Araştırmada dikkat çeken bulgulardan biri, yatırımcıların yatırımlarını değerlendirme aşamasında platformların sağladığı bilgiye dayalı olarak karar vermeleridir. Bu durum, platformların yalnızca aracılık eden kuruluşlar değil, aynı zamanda güven ve bilgi üreten aktörler olduğunu göstermektedir. Özellikle genç yatırımcıların sisteme daha etkin biçimde katılımını sağlamak için platformların sosyal medya, kitle iletişim araçları ve kurumsal iletişim kanallarını etkin biçimde kullanmaları önem taşımaktadır. Böylece ekosistemin daha geniş kitlelere yayılması ve yatırımcı tabanının çeşitlenmesi mümkün olacaktır.

Araştırmanın demografik bulguları, yatırımcı davranışlarının yaş, cinsiyet ve gelir düzeyine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Yüksek gelir grubundaki yatırımcılar risk-getiri dengesini daha rasyonel biçimde değerlendirirken, genç yatırımcıların sosyal çevre etkisine daha açık oldukları görülmüştür. Bu sonuç, yatırımcı heterojenliğini ortaya koyan literatürle de paralellik göstermektedir (Lukkarinen ve diğerleri, 2016).

Türkiye'de kitle fonlaması sistemine yatırım yapan bireylerin sadece ekonomik kazanç beklentisiyle değil, aynı zamanda güven, sosyal etki ve inanç temelli unsurlarla şekillenen çok boyutlu bir karar süreci yürüttükleri anlaşılmaktadır. Bu bulgular, girişimciler, platform yöneticileri ve politika yapıcılar açısından sistemin sürdürülebilirliği ve yatırımcı ilişkileri yönetimi konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

5.1 Uygulayıcılara Yönelik Öneriler:

Platformlar: Yatırımcı güveninin artırılması amacıyla platformların yalnızca temel aracılık görevini yerine getirmekle kalmayıp, aynı zamanda yatırımcı koruma mekanizmalarını (garanti, sigorta, teminat vb.) daha görünür kılmaları önemlidir. Ayrıca yatırım süreçlerinde şeffaflık sağlanmalı, projelere ilişkin tüm finansal ve operasyonel bilgiler düzenli olarak güncellenerek paylaşılmalıdır. Bu yaklaşım, yatırımcıların bilinçli kararlar almasına katkı sunacak ve ekosistemin sürdürülebilirliğini güçlendirecektir.

Girişimciler: Yatırımcıların en fazla önem verdiği unsurlar arasında girişimcinin güvenilirliği ve şeffaflığı öne çıkmaktadır. Bu bağlamda girişimcilerin projelerini yalnızca ekonomik getirilerle değil, aynı zamanda toplumsal fayda, etik değerler ve kültürel uyum perspektifiyle sunmaları, yatırımcıların ilgisini artıracaktır. Ayrıca girişimcilerin geçmiş deneyimlerini ve projeye sağladıkları kişisel katkıları açıkça ifade etmeleri, güven inşası açısından kritik bir rol üstlenmektedir.

Platform Yöneticileri: Özellikle genç yatırımcıların ilgisini çekebilmek için kitle iletişim araçlarının, sosyal medyanın ve dijital pazarlama yöntemlerinin daha etkin kullanılması gerekmektedir. Bunun yanında yatırımcıların karar alma süreçlerini kolaylaştırmak için kullanıcı dostu arayüzler, mobil uygulamalar ve etkileşimli raporlama sistemleri geliştirilmelidir. Böylece kitle fonlaması ekosisteminin daha geniş kitlelere yayılması mümkün olacaktır.

Politika Yapıcılar: Kitle fonlaması yatırımlarının güvenilirliğini artırmak için yatırımcı haklarını koruyan düzenlemeler geliştirilmelidir. Ayrıca İslami finans prensiplerine uyumlu yatırım araçlarının desteklenmesi, dini ve kültürel hassasiyetleri olan yatırımcıların sisteme daha fazla katılım göstermelerini sağlayacaktır. Vergi teşvikleri, devlet destekleri ve yatırımcı bilgilendirme mekanizmalarıyla sistemin cazibesi artırılabilir.

5.2 Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler

Bu çalışma, Türkiye’de kitle fonlaması projelerine yatırım yapan bireylerin davranışlarını belirlemeye yönelik önemli bulgular sunmakla birlikte, belirli sınırlılıklar da içermektedir.

Öncelikle, araştırmanın örneklemini yalnızca kitle fonlamasına en az bir kez yatırım yapmış bireylerle sınırlıdır. Bu durum, genel nüfustaki potansiyel yatırımcıların veya sisteme mesafeli yaklaşan bireylerin görüşlerinin dışarıda bırakılmasına neden olmuştur. Dolayısıyla bulgular yalnızca “aktif yatırımcı” profili için genellenebilir niteliktedir.

İkinci olarak, veriler çevrim içi anket yoluyla toplanmıştır. Bu yöntem, ulaşılabilirlik açısından avantajlı olsa da, dijital erişimi olmayan bireylerin dışlanmasına ve örnekleme belirli sosyo-demografik grupların (örneğin genç, şehirli, yüksek eğitilmiş) ağırlık kazanmasına neden olabilir.

Üçüncü olarak, araştırmada kullanılan faktör analizine dayalı ölçekler, yalnızca bu çalışmaya özel olarak yapılandırılmıştır. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği bu araştırma bağlamında test edilmiş olmakla birlikte, farklı zaman, örneklem ya da kültürel bağlamlarda tekrar sınanması önerilir.

Ayrıca, çalışmada yatırımcı davranışları sadece kendi beyanları üzerinden değerlendirilmiştir. Davranışsal finans yaklaşımı dikkate alındığında, yatırımcıların gerçek kararları ile verdikleri yanıtlar arasında tutarsızlık olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

5.3 Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu araştırmanın bulguları ışığında gelecekte yapılabilecek akademik çalışmalar için aşağıdaki öneriler sunulabilir:

Nitel araştırmalarla derinleştirme: Bu çalışma nicel veriler üzerinden gerçekleştirilmiş olup, yatırımcı motivasyonlarının daha derinlemesine

anlaşılabilmesi için nitel yöntemlerin (ör. derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları, anlatı analizi) kullanılması önerilmektedir. Böylece yatırımcıların karar alma süreçlerinde öne çıkan bireysel, psikolojik ve kültürel dinamikler daha ayrıntılı biçimde ortaya konabilecektir.

Farklı kitle fonlaması modellerinin karşılaştırılması: Bu araştırma yatırımcı davranışlarını genel bir çerçevede incelemiştir. Gelecek çalışmalarda, farklı kitle fonlama türleri (ödül temelli, bağış temelli, borç temelli, hisse temelli) arasında karşılaştırmalı analizler yapılabilir. Bu tür bir karşılaştırma, yatırımcıların hangi motivasyonlarla hangi tür platformları tercih ettiklerini ve risk-getiri algılarının nasıl farklılaştığını göstermesi bakımından önemlidir.

Uluslararası karşılaştırmalar ve kültürel boyut: Bu çalışmada elde edilen ölçek yapısı, Türkiye özelinde test edilmiştir. Gelecek araştırmalarda, ölçeğin farklı ülkelerde, özellikle gelişmekte olan ekonomiler ile gelişmiş ülkelerde uygulanması, kültürel farklılıkların yatırımcı davranışlarına etkisini ortaya koyacaktır. Ayrıca ölçeğin zaman serili araştırmalarda tekrar edilmesi, yatırımcı davranışlarının ekonomik, teknolojik ve toplumsal gelişmeler karşısında nasıl değiştiğini anlamaya katkı sağlayacaktır.

Kullanıcı deneyimi ve davranışsal etkiler: Platformların kullanıcı arayüzü tasarımı, iletişim dili, şeffaflık düzeyi ve güven mekanizmaları gibi unsurlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkisi gelecekte daha ayrıntılı olarak incelenebilir. Özellikle kullanıcı deneyimi odaklı araştırmalar, yatırımcıların platform seçiminde hangi unsurları öncelikli gördüğünü ortaya çıkarabilir.

Demografik değişkenlerin rolü: Bu araştırmada cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir gibi demografik faktörlerin yatırımcı davranışları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Gelecek araştırmalarda bu değişkenler, yaşam tarzı, değer yönelimleri, dini hassasiyetler ve sosyal sermaye gibi daha derinlemesine değişkenlerle ilişkilendirilerek incelenebilir.

Davranışsal finans perspektifi: Yatırımcıların rasyonel olmayan karar verme eğilimleri, sürü psikolojisi, aşırı güven veya riskten kaçınma gibi davranışsal finans olguları çerçevesinde kitle fonlaması bağlamında araştırılabilir. Bu tür çalışmalar, yatırımcıların yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda psikolojik ve sosyal faktörlerden de etkilendiğini ortaya koyacaktır.

Politika ve regülasyonların etkisi: Kitle fonlaması ekosistemi, ülkelerin uyguladığı düzenleyici çerçevelerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu nedenle,

farklı ÷lkelerdeki reg÷lasyonların yatırımcı davranışlarına ve platformların gelişimine etkisini karşılaştıran çalışmaların yapılması önerilmektedir.



KAYNAKLAR

- Açıkgöz, B., Ayanoğlu, Y., ve Yanık, S. (2020). Muhasebe Bakış Açısından Bağış (Yardım) ve Ödüle Dayalı Kitlese Fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 57-78.
- Agrawal, A., Catalini, C., ve Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions. *Journal of Economics ve Management Strategy*, 24(2), 253-274.
- Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C., ve Schweizer, D. (2015). Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955-980.
- Aktaş, S. (2016). *Dijitalleşme ve Sinema İlişkisi Bağlamında Alternatif Bir Film Üretim Biçimi Olarak Kitlese Fonlama ve Türkiye'de Kitlese Fonlama Uygulamaları*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Allison, T. H., Davis, B. C., Short, J. C., ve Webb, J. W. (2015). Crowdfunding and value creation: The role of social capital in creating an attractive investment opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 161-185.
- Atsan, N., ve Erdoğan, E. O. (2015). Girişimciler için Alternatif bir Finansman Yöntemi: Kitlese Fonlama (Crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 297-320.
- Baeck, P., Collins, L., ve Zhang, B. (2014). *Understanding Alternative Finance; The UK Alternative Finance Industry Report 2014*. Nesta.
- Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various χ^2 approximations. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 16(2), 296-298.
- Baştuğ, S. (2024). *Girişimcilikte Alternatif Finansmana Erişim ve Ortaklığa Dayalı Kitle Fonlama Model Önerisi*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baykuş, O. (2023). *Katılım Finans İçin Bir Fintek Uygulaması: Kitlese Fonlama İş Modeli Önerisi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baykuş, O. (2023). *Katılım Finans İçin Bir FinTek Uygulaması: Kitlese Fonlama İş Modeli Önerisi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., ve Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability. *Journal of Banking ve Finance*, 37(2), 433-447.
- Belleflamme, P., Lambert, T., ve Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Best, J., ve Neiss, S. (2014). Crowdfunding: A Historical Perspective. *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital* (s. 3-14). içinde Wiley-Bloomberg Press.
- Boztaş, H. (2023). *Girişimcilik İçin Yeni Nesil Finansman Aracı: Kitle Fonlaması*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Burtch, G., Ghose, A., ve Wattal, S. (2013). An Empirical Examination of the Antecedents and Consequences of Contribution Patterns in Crowd-Funded Markets. *Information Systems Research*, 24(3), 499-519.
- Büyükmert, N. (2024). *Paya Dayalı Kitle Fonlaması Faaliyetlerine Katılımın Belirleyici Unsurları: Türkiye Örneği*. Diyarbakır: Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canbaz, M. F. (2013). *Katılım Bankacılığının Türk Bankacılık Sistemindeki Yeri, Çalışma Şekli, Enstrümanları Ve Performans Analizi*. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Canbaz, M. F. (2019). *İslâmi Finans Aracı Olarak Karz-ı Hasen ve Katılım Bankaları İçin Bir Model Önerisi*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canbaz, M. F. (2020). *İslâmi Finansman ve Karz-ı Hasen*. İstanbul: Nida Akademi.
- Canbaz, M. F. (2023). Kitle Fonlaması İslami Finansın Geleceği mi? *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 334-351.
- Canbaz, M. F., ve Çonkar, M. K. (2018). Yatırımcılara Faizle Borçlanmaya Alternatif İslamî Bir Yöntem: Kitle Fonlaması. T. Eğri, ve Z. H. Orhan (Dü) içinde, *İslam İktisadi Perspektifinden Faiz* (s. 189-214). İstanbul: İktisat Yayınları.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1(2), 245-276.
- Colombo, M. G., Franzoni, C., ve Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100.
- Costello, A. B., ve Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research ve Evaluation*, 10(7), 1-9.
- Croson, R., ve Gneezy, U. (2009). Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*, 47(2), 448-74.
- Cumming, D., Hornuf, L., Karami, M., ve Schweizer, D. (2020). Disentangling crowdfunding from fraudfunding. *Journal of Business Venturing*, 35(2), 105-133.
- Çonkar, M. K., ve Canbaz, M. F. (2018). Kitle Fonlaması Finansman Yöntemi: Türkiye’de Sistemin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 119-132.
- Dix, A., ve Luzar, C. (2014). Current Market Dynamics. *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet* (s. 47-80). içinde Wiley-Bloomberg Press.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Er, B., Şahin, Y. E., ve Mutlu, M. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 31-54.
- Günay, Y. S. (2024). *Girişim Şirketlerinin Finansmanının Hukuki Çerçevesi*. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Hutcheson, G. D., ve Sofroniou, N. (1999). *The multivariate social scientist: Introductory statistics using generalized linear models*. Sage.
- Jianakoplos, N. A., ve Bernasek, A. (1998). Are Women More Risk Averse? *Economic Inquiry*, 36, 620-30.
- JOBS Act. (2012, 4 5). *The JOBS Act*. 3 8, 2025 tarihinde JOBS Act: <https://jobsact.org/jobs-act/> adresinden alındı
- Kallio, A., ve Vuola, L. (2020). History of Crowdfunding in the Context of Ever-Changing Modern Financial Markets. R. Shneor, L. Zhao, ve B.-T. Flåten (Dü) içinde, *Advances in Crowdfunding - Research and Practice* (s. 209-241). Palgrave Macmillan.
- Karaarslan, M. H., ve Altuntaş, B. (2015). Sosyal Pazarlamanın Yeni Aracı: Kitle Fonlaması. 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi* (s. 487-498). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Kim, K., Viswanathan, S., ve Wan, Z. (2016). *Credibility and trust in crowdfunding markets*. SSRN Electronic Journal.
- Koru, O. (2024). *Türk Hukuku'nda Paya Dayalı Kitle Fonlaması*. İstanbul: İstanbul Okan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Lukkarinen, A., Teich, J. E., Wallenius, H., ve Wallenius, J. (2016). Success drivers of online equity crowdfunding campaigns. *Decision Support Systems*, 87, 26–38.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Obaidullah, M., ve Khan, T. (2008). *Islamic microfinance development: Challenges and initiatives*. Islamic Research and Training Institute.
- Ocaklı, O. (2023). *İyi Regülasyon İlkeleri Çerçevesinde Paya Dayalı Kitle Fonlaması*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- OECD. (2021, 05). *OECD Economic Outlook, Volume 2021 Issue 1*. OECD: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/05/oecd-economic-outlook-volume-2021-issue-1_88e062cf/edfbca02-en.pdf adresinden alındı
- Onur, M. N., ve Değirmenci, Ö. (2015). *Crowdfunding – Kitle Fonlaması*. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı . 02 08, 2025 tarihinde <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2018/11/Crowdfunding-%E2%80%93Kitle-Fonlamas%C4%B1.pdf> adresinden alındı
- Özdemir, C. (2020). *Yeni Finansman Yöntemi Kitle Fonlaması: Paya Dayalı Modelde Kalite Sinyalleri ve Diğer Başarı Faktörleri*. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, Ş. (2022). *6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanununa Göre Kitle Fonlaması*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Resmi Gazete. (2015, 6 18). *Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018*. Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/07/20150701-9-1.pdf> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (2017, 12 5). *30261 Bazı Vergi Kanunları İle Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik*. 02 12, 2025 tarihinde Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171205-12.htm> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (2019, 10 3). *Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği*. 3 8, 2025 tarihinde Resmi Gazete: <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191003-5.htm> adresinden alındı
- Resmi Gazete. (2021, 10 27). *Kitle Fonlaması Tebliği*. 3 8, 2025 tarihinde Resmi Gazete: <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/10/20211027-3.htm> adresinden alındı
- Sağır, A. (2023). *Kitle Fonlaması Sisteminde Platform Sözleşmesi ve Hukuki Sonuçları*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sermaye Piyasası Kurulu- SPK. (2025, 4 10). *Listeye Alınan Platformlar*. Sermaye Piyasası Kurulu: <https://spk.gov.tr/sirketler/kitle-fonlama-platformlari/listeye-alinan-platformlar> adresinden alındı
- Shneor, R., ve Munim, Z. H. (2019). Reward Crowdfunding Contribution As Planned Behaviour: An Extended Framework. *Journal of Business Research*, 103(C), 56-70.
- Şekkeli, F. E. (2023). *Kitle Fonlamasına Dayalı Girişim Sermayesi Vakfı Model Önerisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vismara, S. (2016). Equity retention and social network theory in equity crowdfunding. *Small Business Economics*, 46(4), 579–590.

- Vural, A. (2019). *Girişimciler İçin Yeni Nesil Bir Finansman Modeli "Kitle Fonlaması - Crowdfunding": Dünya ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme ve Model Önerisi*. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- World Bank. (2013). *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. 23, 2025 tarihinde Bank: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/840000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf> adresinden alındı
- Yaman, B. O. (2023). *Muhasebe ve Vergi Düzenlemeleri Çerçevesinde Kitle Fonlama ve Finansal Raporlamaya Yansıması*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zengin, S., Yüksel, S., ve Kartal, M. T. (2017). Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye'ye Faydaları. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi-BSPAD*, 1(2), 22-32.
- Ziegler, T., ve Shneor, R. (2020). Lending Crowdfunding: Principles and Market Development. R. Shneor, B.-T. Flâten, ve L. Zhao (Dü) içinde, *Advances in Crowdfunding: Research and Practice* (s. 63-92). Cham: Palgrave Macmillan.



EKLER

EK 1 Anket Formu

Türkiye’de Kitle Fonlama Projelerine Yönelik Yatırımcı Davranışları

Sizi aşağıda künyesi belirtilen araştırmaya davet ediyoruz.

Araştırmanın Başlığı:

Türkiye’de Kitle Fonlama Projelerine Yönelik

Yatırımcı Davranışları

Araştırmanın Yürütücüsü/Sorumlusu veya Danışmanının Adı Soyadı: **Doç. Dr. Muhammet Fatih Canbaz**

Diğer Araştırmacıların veya Öğrencinin/Öğrencilerin Adı

Soyadı: **Hamdi Çatal**

Araştırmada sizden tahminen ayırmanız istenen tahmini süre: 3 dk

Araştırmaya sizinle birlikte katılacak tahmini kişi sayısı: 400 Bu araştırmanın amacı Türkiye’de kitle fonlama projelerine yönelik yatırımcı davranışlarını incelemektir, veriler anket yöntemi ile toplanacaktır.

Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya

katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz.

Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz **gizli tutulacaktır**; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir. İletişim bilgileriniz ise sadece izninize bağlı olarak ve farklı araştırmacıların sizinle iletişime geçebilmesi için “ortak katılımcı havuzuna” aktarılabilir. Eğer araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında şimdi veya sonra daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız araştırmacıya şimdi sorabilir veya hamdibaibu@gmail.com eposta adresi ve +905303935050 numaralı telefondan ulaşabilirsiniz. Araştırma tamamlandığında genel/size özel sonuçların sizinle paylaşılmasını istiyorsanız lütfen araştırmacıya iletiniz.

Onama

Kişi ve kurumları aşağılayan, rencide eden veya hakaret içeren cevaplar değerlendirilmeye alınmayacaktır. Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce

katılımcıya verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı/araştırmacılar tarafından yapıldı.

Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları da anlatıldı.

Kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda yeterli güven verildi. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Anketin amacı ve gizlilik koşullarını okudum, katılmayı onaylıyorum.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Evet

Katılımcı Bilgileri

Aşağıdaki seçeneklerden size en uygun olanı işaretleyiniz.

1. Yaşınız? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ 18-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-54
☐ 55+

2. Cinsiyetiniz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Erkek
☐ Kadın

3. Eğitim Durumunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ İlköğretim
☐ Lise
☐ Lisans
☐ Lisansüstü

4. Gelir aralığınız? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ 0 TL- 22.000 TL
- ☐ 22.001 TL - 35.000 TL
- ☐ 35.001 TL - 59.999 TL
- ☐ 60.000 TL - 79.999 TL
- ☐ 80.000 TL +

5. Hangi bölgemizden katılıyorsunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Akdeniz Bölgesi
- ☐ Doğu Anadolu Bölgesi
- ☐ Ege Bölgesi
- ☐ Güney Doğu Anadolu
- ☐ İç Anadolu Bölgesi
- ☐ Karadeniz Bölgesi
- ☐ Marmara Bölgesi

Yatırım Tercihleri

7. Hangi yatırım araçlarını kullandınız? *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ☐ Kıymetli Maden(Altın/Gümüş)
- ☐ Hisse Senedi
- ☐ Kripto/Coin
- ☐ Faizsiz Finans Ürünleri
- ☐ Vadeli Mevduat
- ☐ Döviz
- ☐ Kitle Fonlama
- ☐ Bes
- ☐ Ev/Araç
- ☐ Arsa/arazi

Fonlar Diğer:

8. Daha önce herhangi bir kitle fonlama projesine yatırım yaptınız mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Evet

☐ Hayır

Kitle Fonlama Yatırım Tercihleri ve Proje Özellikleri
Aşağıdaki tercihlerden sizin için en uygun olanı seçiniz.

1. En çok hangi tür kitle fonlama projelerine yatırım yaptınız? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Teknoloji

☐ Sağlık

☐ Enerji

☐ Eğitim

☐ Sosyal Girişimcilik

☐ Diğer:

2. Yüksek getiri potansiyeli nedeniyle yatırım yapıyorum. *

Aşağıdaki soruları “1 (Kesinlikle Katılmıyorum)” den “5 (Kesinlikle Katılıyorum)” e kadar olan seçenekler arasında size en uygun olanı işaretleyiniz.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

3. Kitle fonlamasında yatırımımı kaybetme riski olduğunu düşünüyorum. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

4. Fon kaybetme korkusu yaşasam da yatırım yapıyorum. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

5. Proje sunumunun kalitesi (görseller, videolar, açıklama dili vb.) yatırım* kararımı etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

6. Daha önce yatırım yaptığım girişimcinin projelerine yeniden yatırım yapma * eğilimindeyim.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

7. Projeyi sunan girişimcinin tecrübesi yatırım kararımda etkilidir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

8. Projelerin yerli ve milli olması yatırım yapma kararımı olumlu etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

9. Projenin sosyal etkisi (istihdam, çevresel katkı vb.) benim için önemlidir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

10. Projenin İslami finans ilkelerine uygunluğu yatırım kararımı etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

11. İslami finans ilkelerine uygunluk benim için öncelikli bir yatırım kriteridir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

Platform ve Girişimci Güveni

Aşağıdaki soruları “1 (Kesinlikle Katılmıyorum)” den “5 (Kesinlikle Katılıyorum)” e kadar olan seçenekler arasında size en uygun olanı işaretleyiniz.

12. Proje sahibinin güvenilirliği yatırım kararında etkilidir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

13. Platformun geçmişteki başarıları kararımı etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

14. Platformun şeffaflık ve açıklık politikaları yatırım kararında etkilidir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

15. Girişimcinin projeye yaptığı kişisel katkı (maddi/manevi) yatırım yapma* isteğimi artırır.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

16. Platform tarafından sunulan yatırım koruma mekanizmaları (sigorta,* garanti vb.) kararımı etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

17. Yatırımlarımı platformların sağladığı bilgilere göre değerlendiririm.*

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

Sosyal ve Davranışsal Etkiler

Aşağıdaki soruları “1 (Kesinlikle Katılmıyorum)”den “5 (Kesinlikle Katılıyorum)” e kadar olan seçenekler arasında size en uygun olanı işaretleyiniz.

18. Diğer yatırımcıların ilgisi benim kararımı etkiler.*

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

19. Sosyal medya yorumları kararımı etkiler.*

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

20. Anket, yorum, puanlama gibi yatırımcı geri bildirim araçları, yatırım* kararımı etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

21. Yatırım yapmadan önce projeyi kendi çevremdeki kişilerle tartışırım.*

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

22. Büyük ve kurumsal yatırımcıların bir projeye ilgi göstermesi, benim de yatırım yapma kararımı olumlu etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

Kişisel Yatırım Davranışları

Aşağıdaki soruları “1 (Kesinlikle Katılmıyorum)”den “5 (Kesinlikle Katılıyorum)” e kadar olan seçenekler arasında size en uygun olanı işaretleyiniz.

23. Daha önce kitle fonlama yoluyla zarar etmiş olmam, yeni yatırımlarımı* etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

24. Kitle fonlama yatırımlarıyla geleneksel yatırımlar (hisse, mevduat vb.)* arasında risk farkını önemserim.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

25. Küçük miktarlarla yatırım yapabilmek beni bu sisteme daha fazla yönlendiriyor.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

26. Kitle fonlamasında uzun vadeli getiri beklentisi beni daha çok yatırım* yapmaya yönlendirir.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

27. Yatırım kararlarımı genellikle kısa vadeli kazanç beklentisine göre veririm. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

28. Daha önceki yatırım tecrübelerim, yeni projelere olan yaklaşımı etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

29. Bazen yatırımdan kazanç beklemeden kitle fonlama sistemini ve/veya projeyi desteklemek için yatırım yaparım.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

30. Projenin bölgesel/kültürel yakınlığı yatırım kararımı etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

31. Erken yatırım sürecinde sunulan fazladan hisse teklifleri yatırım kararımı* etkiler.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum

32. Diğer yatırımcıların bir projeye olan ilgisi beni de etkiler. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Kesinlikle KatılmıyorumKesinlikle Katılıyorum