

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK BİR KİTLESEL FONLAMA MODEL ÖNERİSİ¹

Özkan ŞAHİN²,

Engin ÇAVUŞ³

Öz

Son yıllarda sosyal girişimcilik konusu, gerek akademik alanda gerekse reel ekonomide giderek önem kazanmaya başlamıştır. Sosyal, ekonomik ve çevresel problemlere yönelik çözüm üretilmesinde önemli bir yere sahip olan sosyal girişimciliğin gelişmesinin önünde bazı temel engeller mevcuttur. Bu engellerin başında finansal kaynak yetersizliği gelmektedir. Bu araştırmanın amacı da Türkiye’de sosyal girişimcilerin alternatif finansal kaynaklara erişimine ve sosyal girişimciliğin geliştirilmesine katkıda bulunmak adına bir kitlesel fonlama model önerisi geliştirmektir.

Çalışmanın amacı çerçevesinde nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi tekniği uygulanarak; literatürde girişimcilik, sosyal girişimcilik ve kitlesel fonlama alanlarında yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Gerçekleştirilen doküman incelemesi ile elde edilen veriler doğrultusunda kitlesel fonlamanın gelişimine katkı sağlayacağı düşünülen ‘X Kitlesel Fonlama Platformu’ adında bir kitlesel fonlama modeli geliştirilmiştir. Önerilen model, Türkiye’deki mevcut platformlardan özellikle, sosyal işletme olarak faaliyet göstermesi, sosyal girişim olması, aracılık komisyonlarından elde ettiği kâr ile kendi hibe programını oluşturması boyutlarında farklılık göstermektedir.

Model, Türkiye’de sosyal girişimciler için alternatif bir fon kaynağı olmanın yanında, sosyal girişimlere yatırım yapmak ya da sosyal girişimcileri finansal olarak desteklemek isteyen kişi ve/veya kurum ve kuruluşların sayısının artmasına katkı sağlayabilecek sürdürülebilir bir model durumundadır. Geliştirilen modelin Türkiye’deki sosyal girişimcilerin fırsatlara erişiminin önünü açacağı ve böylece Türkiye’de sosyal, çevresel ve ekonomik alanlarda yaşanan problemlerin çözümüne katkı sunulabileceği de araştırmada elde edilen diğer önemli bulgular arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik, Kitlesel Fonlama, Model Önerisi

A CROWD FUNDING MODEL PROPOSAL TO DEVELOP SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY

Abstract

In recent years, social entrepreneurship issue has gained importance both in academic field and in real economy. There are some basic obstacles to the development of social entrepreneurship, which holds an important place in coming up with solutions to such problems as social, economic or environmental issues. ‘Lack of financial resources’ can be considered as the paramount obstacle. The aim of this study is to develop a crowd funding model proposal with a view to contribution to reaching alternative financial resources of social entrepreneurs and development of social entrepreneurship in Turkey.

¹ Bu bölümün bir kısmı, Çavuş, E. (2020). Türkiye’de sosyal girişimciliğin finansmanında alternatif bir yöntem: Kitlesel fonlama model önerisi, başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından oluşturulmuştur.

² Doç. Dr./Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü/ ozkansahin@duzce.edu.tr/ ORCID: 0000-0001-5341-1274

³ Girişimcilik ABD Uzmanı/Düzce Teknopark/engin@konrapa.eu/ ORCID: 0000-0003-2223-4687

Within the framework of the aim of the study, by applying the document analysis technique from qualitative research methods; studies in the relevant literature on entrepreneurship, social entrepreneurship and crowd funding were investigated in this study. With the view of data gained thanks to analysis, in this study, a crowd funding model called 'X Crowd Funding Platform', which is thought to contribute to the development of crowd funding, was developed. The model proposed in this study especially differs from already existing platforms in Turkey in that it functions as a social business, it is a social enterprise, and it creates its own grant program through the profit obtained from finder's fees.

Besides serving as an alternative source of fund for social entrepreneurs in Turkey, the model was also found to contribute to a rise in the number of people and/or institutions and organizations willing to invest in social enterprise or support social entrepreneurs financially as a sustainable model. This model could facilitate social entrepreneurs' chances of access to opportunities, and thus contribute to the solution of social, environmental, and economic problems in Turkey, which could be considered among the important findings of this study.

Keywords: Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Crowd Funding, Model Proposal

1. Giriş

Teknolojide meydana gelen hızlı gelişmeler ve küreselleşmenin, her ne kadar dünyaya olumlu yansımaları olsa da eğitim, sağlık, kültür, spor, doğa başta olmak üzere pek çok alanda çevresel, sosyal, ekonomik vb. problemleri de beraberinde getirdiği bilinmektedir. Ortaya çıkan büyük çaplı problemlere sürdürülebilir çözümler bulmak adına kamu, özel sektör ve kâr amacı gütmeyen sektörlerden yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve hatta uluslar üstü paydaşlar bir araya gelerek ortak çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Artan toplum ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları karşılama talepleri, sosyal girişimcilik terimi şemsiyesi altında, yeni toplumsal eğilimler, örgütsel yapılar ve bireysel inisiyatiflerin ortaya çıkmasına da vesile olmuştur (Besler, 2010: 3).

Türkiye'de de son yıllarda gerek uygulamada gerekse akademik alanda sosyal girişimcilik önemli bir olgu haline gelmiştir; fakat Türkiye'de sosyal girişimcilik faaliyetlerine yönelik birtakım eksiklikler söz konusudur. British Council, Türkiye (2019) tarafından yayımlanan 'Türkiye'de Sosyal Girişimcilerin Durumu' adlı rapora göre; Türkiye'de sosyal girişimlerin örgütlenme şekline bağlı yasal sorunların başında %42,6 ile finansmana erişime ilişkin sorunlar yer almaktadır. Raporda Türkiye'de sosyal girişimlerin en çok %69 ile kişisel finans kaynaklarından faydalandıkları belirtilmiştir. Belirli oranlarda diğer kaynaklardan faydalanan sosyal girişimler için küresel yaygınlığına rağmen kitlesel fonlamanın bir finansman kaynağı olarak yer almadığı ve katılımcıların %88'inin kitlesel fonlama araçlarına başvurmadıkları raporda yer alan diğer verilerdendir.

Konunun bir başka boyutunu ise; sosyo-ekonomik faktörler oluşturmaktadır. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de çözülmeyi bekleyen problemler, daha iyiye yöneltilmesi gereken durumlar ve giderilmesi gereken ihtiyaçlar vardır. TÜİK'in 2020 yılı verilerine göre Türkiye'deki işsizlik oranı %12,9 kayıt dışı çalışanların oranı ise %29,7'dir (TÜİK, 2020a). TÜİK'in kadına yönelik aile içi şiddet istatistiklerinde eşi veya birlikte olduğu kişi(ler)den, yaşamının herhangi bir döneminde, fiziksel şiddet yaşamış kadınların yüzdesi; Türkiye'deki kadın nüfusuna oranla %39,3 olarak belirtilmiştir (TÜİK, 2020b). Göç İdaresi Genel Müdürlüğü 2019 yılı verilerine göre Türkiye'de yakalanan düzensiz göçmen sayısı 454.662'dir

(www.goc.gov.tr). Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2020)'nün 2020 yılı Nisan ayı verilerine göre Türkiye'de evde bakım yardımından faydalanan engelli sayısı ise 535.805'tir. Burada yer alan veya benzer nitelikteki istatistikler göz önünde bulundurulduğunda; Türkiye'de var olan problemlerin çözümü ve ihtiyaçların giderilmesi noktasında sosyal girişimcilere daha fazla ihtiyaç duyulduğu-duyulacağı anlaşılmaktadır.

Mevcut durum göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'de sosyal girişimciliğin desteklenmesine yönelik alternatif fon kaynaklarının geliştirilmesine ihtiyaç olduğu ve kitlesel fonlamanın sosyal girişimciler arasında yaygınlaştırılmasının gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmada, hâlihazırdaki kitlesel fonlama araçlarının dışında yeni bir model geliştirilerek, sosyal girişimciliğin daha verimli bir biçimde desteklenebileceğini ortaya koyan bir kitlesel fonlama model önerisi tasarlanmıştır.

Ele alınan bu çalışmada öncelikli olarak literatürde girişimcilik, sosyal girişimcilik ve kitlesel fonlama alanlarında yapılan çalışmalar incelenerek konuya ilişkin kavramsal çerçeve açıklanmıştır. Literatür taramasından elde edilen verilerden hareketle sosyal girişimcilerin fonlanmasında daha etkin yapı sunmak adına bir kitlesel fonlama model önerisi geliştirilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise; önerilen modelin işleyişi ve diğer modellere göre avantaj ve dezavantajları sunulmuştur.

2. Literatür

2.1. Girişimciliğin Tanımı ve Girişimcilik Türleri

Girişimciliği kavramsal olarak tanımlama çabaları her ne kadar günümüze yakın bir tarihte başlamış olsa da pratikte girişimcilik tarih öncesi çağlardan beri var olan ve uygulanan bir olgudur. Tarih boyunca girişimcilik bir çok kişi tarafından insan doğasının gizemli bir gücü olarak ele alınmıştır (Austin vd., 2006: 4). Tarihsel süreçte girişimcilik farklı disiplinlerden kişilerin ilgisini çekmiş; kimisi girişimciliğin topluma yansımalarıyla ilgilenmiş, kimisi ekonomiye yansımalarıyla ilgilenmiş, kimisi de girişimciliğin tanımı üzerinde durmuştur. Ancak mutabık olunan ortak noktalardan birisi, girişimciliğin iş yaşamına, ekonomiye, istihdama, topluma ve ülke kalkınmasına olumlu etkilerinin olduğu fikri olmuştur (Yıldız, 2007: 2).

Pek çok alana nüfuz etmiş geniş kapsamlı bir konu olmasına rağmen hala girişimciliğin sadece ticari amaçları olan bir alan olduğu yönünde yanılgılar da vardır. Oysa ki literatür incelendiğinde girişimciliğin pek çok türünün olduğunu ve bu türler ile ilgili farklı sınıflandırmaların yapıldığını görmek mümkündür. Örneğin; Şekerler (2006) girişimcilik türlerini açıklarken girişimciliği 'Klasik Anlamda Girişimcilik', 'Küresel Anlamda Girişimcilik' ve 'Güncel Anlamda Girişimcilik' olmak üzere üç başlıkta toplamıştır. Kırmızı (2016) ise girişimciliği 'Mülkiyet Açısından Girişimcilik', 'Büyükölçek Açısından Girişimcilik', 'Nitelikleri Açısından Girişimcilik' biçiminde kategorize etmiştir. Bazı kaynaklarda ise herhangi bir sınıflandırmaya başvurulmadan girişimcilik türlerinin tanımlarının yapıldığı saptanmıştır. Örneğin Şeker (2012), Gusseinova (2015), Çakanel (2018) çalışmalarında girişimcilik türlerini kategorize etmeden tanımlama yapmışlardır.

Bahsedilen kaynaklar incelendiğinde literatürde girişimciliğin; *Ticari Girişimcilik*, *İç Girişimcilik*, *Kadın Girişimciliği*, *Akademik Girişimcilik*, *Psikolojik Girişimcilik*, *Sanat Girişimciliği*, *Sosyal-Toplumsal Girişimcilik*, *Stratejik Girişimcilik*, *Kurumsal Girişimcilik*, *Bağımsız Girişimcilik*, *Yenilikçi Girişimcilik*, *Fırsat Girişimciliği*, *Yerel Girişimcilik*, *Bölgesel*

Girişimcilik, Uluslararası Girişimcilik, Kamu Girişimciliği, Özel Girişimcilik, Orijinal Girişimcilik, Profesyonel Girişimcilik, Teknik Girişimcilik, Girişim Girişimciliği, Çevreci Girişimcilik, Yaratıcı Girişimcilik gibi pek çok türünün olduğu görülmektedir.

Girişimcilik türleri arasında en yaygın bilinen tür olan ticari/geleneksel girişimcilik ise şöyle tanımlanmaktadır: “*Girişimcilik, ortaya çıkan sorun ve ihtiyaçların giderilmesi için risk unsurlarını da dikkate alarak, tüm üretim faktörlerinin bir araya getirilmesiyle, ticarileştirilebilecek ürün ve hizmetlerin oluşturulmasına yönelik fırsatların öngörülmesi ve değerlendirilmesidir*” (Ürper vd., 2012: 5). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere ticari girişimciliğin en belirgin özelliklerinin başında ticarileştirilebilecek ürün ya da hizmetlerin oluşturulması gelmektedir; dolayısıyla ticari girişimcilikte girişimci finansal kâr maksimizasyonunu ve kişisel refahı ön planda tutmaktadır (Estrin vd., 2016).

2.2. Sosyal Girişimcilik

Çalışmanın bu bölümünde sosyal girişimciliğin tanımı, kapsamı ve önemi üzerinde durulmuş; sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasındaki farklara değinilmiş ve Türkiye’de sosyal girişimciliğin finansman kaynaklarından bahsedilmiştir.

2.2.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı, Kapsamı ve Önemi

Küresel gelişmeler nedeniyle devletlerin, milli gelirlerini ve istihdam oranlarını artırarak diğer devletlerle ekonomik olarak rekabet edebilirliklerini yükseltme çabaları, inovasyon ve girişimciliğe daha fazla önem verilmesinin önünü açmıştır (Ercan, 2016: 7). Girişimcilik ve inovasyon konularına verilen önem arttıkça girişimcilik, yalnızca iktisadi bir eylem olmaktan çıkmış aynı zamanda sosyal bir faaliyet olarak da değerlendirilmeye başlanmıştır (Kümbül Güler, 2008: 65). Kavramsal olarak ele alındığında sosyal girişimcilik olgusunun da ilk etapta işletme disiplini çatısı altında bir girişimcilik türü biçiminde değerlendirildiği gözlemlenmektedir (Bansal vd., 2019: 7). Dünyada sosyal, ekonomik, çevresel vb. problemlerde meydana gelen artış ve bu problemlere yönelik yapılan yardımların yetersizliği sosyal girişimcilik kavramının öneminin artmasına vesile olmuştur (Çakanel, 2018: 32). Böylece sosyal girişimcilik; sosyoloji, psikoloji, ekonomi, hukuk, maliye ve politika gibi pek çok disiplinle ilişkisi olan bir alana dönüşmüştür (Ateş, 2018: 15-16).

‘Sosyal girişim’ terimi, ‘girişim’ ve ‘sosyal’ kavramlarının bir araya gelmesi ile oluşmuştur (Ersen vd., 2010: 7). Sosyal girişimcilik konusunu daha iyi anlamak için bu kavramların bir araya gelerek sosyal girişimcilik alanına kattığı anlamları ele almak faydalı bir yöntem olarak görülmektedir (Mengü, 2016: 19). Sosyal girişimcilik; ***Sosyal çıktılarının olması, sosyal sermaye oluşturmaları, sosyal amaçlı örgütsel yapısının olması, toplumsal hizmet sunması ve sosyal sektörde yer alması*** bakımlarından ‘sosyal’ kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Sosyal girişimciliğin ‘girişim’ kavramı ile özdeşleşmesinin sebebi ise; ticari girişimcilikte var olan ***ihtiyaç odaklılık, girişimci kişilik özellikleri*** ve ***inovasyon*** gibi özellikleri bünyesinde barındırmasıdır (Kümbül Güler, 2008: 66-67).

Sosyal ve girişimcilik kavramlarının bir araya gelmesiyle oluşmuş olması, hem tarihsel süreçte değişim göstermesi, hem de farklı disiplinlerin ilgi alanına girmesi sebepleriyle literatürde sosyal girişimciliğin üzerinde uzlaşa sağlanan bir tanımlamasına rastlamak güçtür; fakat sosyal girişimcilik genel hatlarıyla; “*Toplumun kamu yönetimi tarafından yeterince karşılanmamış ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla sosyal amaçlı, yenilikçi, kâr amacına*

dayanmayan veya elde edilen kârın belirli dezavantajlı gruplara harcanılmasını esas alan faaliyetler” olarak ifade edilebilir (Biçerli, 2010: 55).

Literatür incelendiğinde, özel sektördeki sosyal sorumluluk faaliyetlerinin artmasının, çalışma yaşamındaki değişimlerin, sivil toplum kuruluşlarındaki artışın ve toplumdaki hayırseverlik algısındaki değişimin sosyal girişimciliğe önem kazandıran etmenler arasında yer aldığı gözlemlenmektedir (Şeker, 2012: 54-67; Kırmızı, 2016: 32-36;).

Sosyal girişimciliğe verilen önemin artması sosyal ekonomiyi de olumlu yönde etkilemektedir. Piyasada oluşturulan sosyal girişimcilik faaliyetleri, ekonomik aktörlerin birbirine güven duymasında aracılık edebilmektedir. Ekonomideki güven arttıkça sosyal girişimcilerin çalışmaları daha rahat ilerleyebileceği gibi sosyal girişimciliğin gelişmesi de ekonomide güveni artırabilir (Kara, 2010: 119-132). Sosyal girişimcilik, işsizlerin ve dezavantajlı grupların istihdama katılımlarına yönelik sorunların çözümü açısından ve işgücünün daha donanımlı hale getirilmesi açısından önemli bir yere sahiptir (Biçerli, 2010: 85). Türkiye’de işsizlikle mücadele ve dezavantajlı grupların topluma entegrasyonu konularında sosyal girişimcilik projelerinin yürütülmesi ülkenin istihdam oranının artışına katkı sağlayabilir. Ekonomik göstergelerin başında gelen ‘kalkınma’ sadece finansal açıdan değil, aynı zamanda farklı toplumlardan her kesimi ve herkesi ilgilendiren sosyal bir boyutu olduğundan, belirli çevresel sermaye stoklarının gelecek nesillere aktarılması gerekliliğini de ifade etmektedir. Bu kapsamda sosyal girişimcilik sürdürülebilir kalkınmaya da destek olmaktadır (Özdemir, 2010: 93). Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişmesi ülke ekonomisinde güven ortamının oluşmasına katkı sağlayacaktır.

2.2.2. Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar

Sosyal girişimciler ile ticari girişimciler arasında benzerlikler olsa da başta kişilik özellikleri olmak üzere bazı temel farklar vardır. Sosyal girişimci ile ticari girişimci kişilik özellikleri arasındaki başlıca farklar şöyledir:

Tablo 1. Ticari Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Farklılıklar

Ticari Girişimci	Sosyal Girişimci
Yeni ihtiyaçlara odaklanma eğilimindedirler.	Uzun vadeli hedeflere en etkili biçimde erişebilmek için yeni yaklaşımlar geliştirerek hizmet ederler.
Pay sahipleri veya kendi adlarına risk alırlar.	Paydaşlar adına risk üstlenirler.
İş/İşletme kurmaya çalışırlar.	Değişim yaratmaya çalışırlar.
Girişimci yeni bir iş kurma ve kurduğu işten finansal kazanç elde etme düşüncesiyle motive olur.	Asıl amaçları kâr elde etmektense sosyal değişim oluşturmaktır.
Ticari girişimciler finansal kazanç ve saygınlık edinmeye dönük riskler üstlenirler.	Sosyal girişimciler toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmak adına sorumluluk ve risk üstlenirler.
Temel amacı kârdır.	Kâr amacı güden faaliyetler yürütebilirler; fakat elde edilen kârı sosyal değer oluşturma sürecindeki araç olarak değerlendirirler.

Kaynak: Kırmızı, C. (2016). *Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Tablodan da anlaşılacağı gibi sosyal girişimleri ticari girişimlerden ayıran en belirgin özellik; sahipleri ya da paydaşları için finansal kâr oluşturmaları değil toplumun geneli için mal ve hizmet sunmasıdır (European Commission, 2013: 7). Sosyal girişimciler yürüttükleri

faaliyetlerle dezavantajlı kesimlere yönelik sosyal, çevresel ve ekonomik değerler oluşturarak istihdama katkı sağlarlar. Toplumdaki eşitsizlikleri azaltmak için yenilikçi yaklaşımlar ve modeller geliştirirler (Catherall ve Richardson, 2017: 4).

Ticari girişimcilerin başarıları niceliksel olarak ölçülürken, sosyal girişimcilerin başarıları niteliksel verilerle değerlendirilir ve bu değerlendirmeler daha çok gözleme dayalıdır (Ercan, 2016: 24). Ticari girişimci ve sosyal girişimci kişileri birbirinden ayıran en temel özelliklerden bir tanesi de; ticari girişimcinin kâr elde etmek için, sosyal girişimcinin ise sosyal bir probleme çözüm getirmek için organizasyon oluşturmasıdır (Gusseanova, 2015: 22). Kişilik özelliklerinin bazılarını doğuştan bazılarını ise deneyim ve eğitimle sonradan elde edebilecek olan sosyal girişimciler (Kümbül Güler, 2010: 188); kadın hakları, cinsiyet eşitliği, eğitim, sağlık ve beslenme, toplum güvenliği, yoksullukla mücadele, çevresel sorunlar, insan hakları, açlık, toplumsal adalet, işsizlikle mücadele gibi sosyal konularda çalışma yürütürler (Çakanel, 2018: 40-41).

Ayrıca bir girişimin yapısal olarak sosyal girişim olabilmesi için bazı bileşenleri bünyesinde barındırması gerekmektedir. Bu bileşenler: sosyal misyon ve vizyon sahibi olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, yenilikçi olma (inovasyon), sürdürülebilir olma/kaynak yaratma ve sosyal ağları kullanma şeklinde belirtilebilir (Kırmızı, 2016: 23; Çakanel, 2018: 37; Denizalp, 2007: 7; Austin vd., 2006: 22; Kılıç Kırılmaz, 2014: 66; Dees, 1998: 58; Çakanel, 2018: 38).

2.2.3. Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Finansman Kaynakları

Türkiye’de sosyal girişimciliğin önemini artırdığını Türkiye’de faaliyette bulunan ve son yıllarda artış gösteren kuluçkalara, hızlandırıcılara, ortak çalışma alanlarına, destek programlarına ve önemli aktörlere bakarak görmek de mümkündür. Ankara Kalkınma Ajansı’nın ödül ve destek programı, Ashoka Türkiye’nin destek programları, İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü (ödül programı), İnogar (kuluçka merkezi), Sosyal Girişimci Liderler Akademisi (destek programı) Türkiye’de sosyal girişimcilere yönelik finansman sağlayan yapılardan bazıları olarak örnek gösterilebilir (British Council, Türkiye, 2019: 40-42)

British Council, Türkiye’nin ‘Türkiye’de Sosyal Girişimcilerin Durumu’ (2019) raporunda Türkiye’de sosyal girişimciler tarafından kullanılan finansman kaynakları ve düzenlenen ankete katılım sağlayan sosyal girişimcilerin fon kaynaklarından faydalanma oranları da verilmiştir. Rapora göre; Türkiye’deki sosyal girişimler öncelikli olarak iç kaynaklardan faydalanmaktadır. Sosyal girişimlerin %69 ile kişisel finans kaynaklarından ve %40 ile arkadaşlarının veya aile üyelerinin desteğinden faydalandıkları görülmektedir. Bazı sosyal girişimlerin ise dış kaynak olarak uluslararası kurumlardan, vakıflardan veya kamu kaynaklarından (%37), aynı bağışlardan (%32), sponsorluklardan (%28), aynı ödül ya da nakdi para yardımlarından (%20) faydalandıkları anlaşılmaktadır. Ankette, geleneksel finans yöntemlerinden olan finansal kredilerden faydalanmadığını belirten katılımcıların oranı ise %86’dır. Küresel bağlamda yaygın olarak kullanılmasına rağmen Türkiye’deki sosyal girişimlerin kitlesel fonlama yöntemine pek başvurmadıkları anlaşılmaktadır. Katılımcıların %88’i kitlesel fonlama yöntemine başvurmadıklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılım sağlayan sosyal girişimcilerin çoğunluğu (%76), sosyal girişimlerinde finansal engellerle karşılaştıklarını belirtmişler ve sosyal girişimlere yatırım yapan kişilerin ya

da kurumların azlığını en öncelikli problem olarak belirtmişlerdir. Fonlara/bağışlara/kitlesele fonlamaya erişim konusunda karşılaşılan güçlüklerin ikinci öncelik sırasında geldiği anket sonuçlarına göre; Türkiye’deki sosyal girişimciler sırasıyla uluslararası finansman kaynaklarına erişimde, yatırımcıların yüksek kâr beklentilerinin oluşundan kaynaklı ve fon sağlayıcılar ve sosyal girişimciler arasında ortak bir dilin bulunmamasından kaynaklı güçlükler olduğunu belirtmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin durumunu ortaya koyan bu rapor göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’de sosyal girişimcilere yönelik çeşitli fon kaynaklarının olduğu; fakat bu fon kaynaklarının sosyal girişimciliğin gelişmesi için yetersiz olduğu, sosyal girişimcilerin finansmana erişim noktasında ciddi sıkıntılar yaşadığı sonuçlarına varılmaktadır. Çalışmada mevcut durumdan hareketle, Türkiye’de finans kısıtlarının azaltılması yoluyla, sosyal girişimciliğin gelişimine katkı sağlayacak bir kitlesele fonlama model önerisinin alternatif bir fon kaynağı olup olamayacağı tartışılacaktır.

2.3. Kitlesele Fonlama

Çalışmanın bu bölümünde kitlesele fonlamanın tanımı yapılarak kapsamı açıklanmış; Dünya’dan ve Türkiye’den kitlesele fonlama platformu örneklerine de yer verilerek kitlesele fonlamanın çalışma şekliinden bahsedilmiştir.

2.3.1. Kitlesele Fonlamanın Tanımı ve Kapsamı

Kitle fonlaması/kitlesele fonlama, ticari veya sosyal girişimcilerin en çok zorlandıkları ‘borç bulma’ ya da ‘girişim sermayesi oluşturma’ konularında yaşadıkları sıkıntıların giderilmesine yönelik alternatif bir finansman yöntemidir (Çonkar ve Canbaz, 2018: 120). Kitlesele fonlamayla ilgili çeşitli tanımlar olmakla birlikte Şahinoğlu (2019)’nun yapmış olduğu şu tanımın daha önceki tanımlamaların büyük bir kısmını içinde barındıran, kapsayıcı ve isabetli bir tanım olduğu saptanmıştır: “*Kitlesele fonlama, yeni bir iş fikrini hayata geçirebilmek üzere, çekirdek sermayesini elde etmek veya var olan sermayesini arttırmak isteyen ticari veya sosyal girişimcilerin yanında, bireysel veya toplumsal fayda sağlayacak projelerini gerçekleştirmek isteyen fikir sahiplerinin, çeşitli nedenlerle geleneksel finansman yöntemlerine ulaşamamaları veya onları tercih etmemeleri durumunda, her kesimden yatırımcının finansal veya finansal olmayan motivasyonlarla destekte bulunmaya ikna edilebilir veya istekli olduğu çevrim içi platformlar üzerinden yapılan fonlama desteği çağrısıdır*” (Şahinoğlu, 2019: 16).

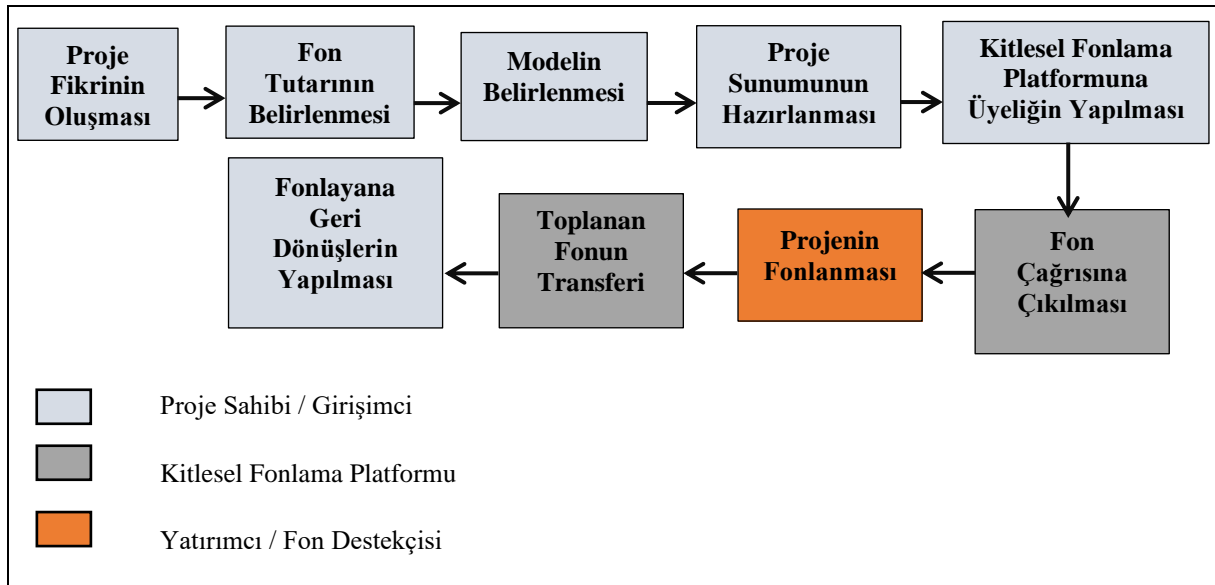
Kitlesele fonlama platformları, geleneksel finansman kaynaklarının arasında yer alan bankaların daha çok kurumsal firmaları finansal açıdan desteklemelerinden dolayı, henüz başlangıç aşamasındaki ticari ve sosyal inovasyonlar için alternatif bir finansman modeli olarak ortaya çıkmıştır (Ryu ve Kim, 2018: 350). Kitlesele fonlamanın kitle kaynaktan farkı ise kitle kaynaktaki gibi insanlarla bilgi, düşünce ve/veya enerjilerini paylaşarak bunun karşılığında insanlardan bilgi ve düşüncelerini almak yerine, onlardan finansal destek almayı hedeflemesi olmuştur (Kirel ve Aktaş, 2016: 107). Alternatif bir fon kaynağı olması ve sosyo-ekonomik gelişime yadsınamaz bir katkı sağlaması kitlesele fonlamanın popüleritesini artırmıştır (Moleskis vd., 2019: 552-553).

2.3.2. Kitlesele Fonlama Sisteminin Çalışma Şekli

Kitlesel fonlama sisteminde gerek kampanya yürütücülerin gerekse destekçilerin ihtiyaçları ve beklentileri değişkenlik göstermektedir. Beklenti ve ihtiyaçlar doğrultusunda farklı kitlesel fonlama modelleri doğmuştur. Bu modeller; bağış/hibe, ödül, borçlanma, hisse/ortaklık, telif hakkı ve hibrit modeller şeklindedir (Massolution, 2015). Çalışmanın konusunu oluşturan bağış/hibe ve ödül temelli kitlesel fonlama modelleri şöyledir:

Bağış/Hibe (Donations) temelli kitlesel fonlama: Fon destekçilerinin, bir bakıma gönüllülük anlayışıyla hareket eden bağışçılar olarak kabul edilebildiği bu modelde (İşler, 2014: 56), projeler fon destekçileri tarafından finansal bir karşılık beklenmeksizin fonlanmaktadır. Projelere aktarılan fonlar bağış veya hediye olarak kabul edildiği için de bu tür fonlama modeline bağış temelli kitlesel fonlama denilmektedir (Massolution, 2015: 41).

Ödül (Rewards) temelli kitlesel fonlama: Bu modelde fon destekçileri çeşitli faydalar veya ödüller karşılığında proje sahibinin fon oluşturmaya katkıda bulunurlar (Massolution, 2015: 41). Fon destekçileri, verdikleri fon miktarlarının karşılığında ticari getirisi olan değil de genellikle şapka, tişört, anahtarlık, rozet, teşekkür kartı, toplantı daveti gibi ödüller verirler (İzmirli Ata, 2018: 281). Hangi tür fonlama türünde olursa olsun genel hatlarıyla fonlama sisteminin çalışma şekli ortaktır. Şekil 1’de bir kitlesel fonlama modelinin çalışma sistemi sunulmuştur.



sahibinin projesinin modelini belirlediği aşama olarak değerlendirilebilir (Aydın, 2019: 15-16). Hangi modelde fon çağrısına çıkacağına karar veren proje sahibi projesi için bir sunum hazırlar. Proje sahipleri proje sunumları ile bir bakıma projelerinin reklamlarını yaparlar (Şanlıoğlu, 2019: 25). Sunumunu hazırlayan proje sahibi kendisi için uygun olan kitlesel fonlama platformuna üyeliğini yapar ve platforma sunum dosyasını (videolar, akan metinler, sesli anlatımlar, belgeseller vb.) gönderir. Platform projeyi inceler ve uygun bulması halinde fon çağrısını başlatır. Proje, hedef kitle tarafından beğenilir ve fonlanmaya uygun bulunursa, kitleler projeye fon sağlamaya başlarlar (Şanlıoğlu, 2019: 25). Kitlesel fonlama platformlarında yer alan fon çağrılarında ilgilendikleri projelere belirli miktarlarda fon desteğinde bulunan geniş kitlelere yatırımcı / fon destekçisi denilmektedir (İzmirli Ata, 2018: 277). Projede belirtilen sürenin tamamlanmasının ardından, kitlesel fonlama platformu tarafından oluşturulan fon proje sahibine transfer edilir. Proje sahibi de projenin modeli çerçevesinde belirtilmiş olan yöntemlere göre geri dönüşler yapar. Sürecin bu aşamasında fon desteğinde bulunan kitleler de verdikleri desteğin karşılığını fon çağrısında belirtilen çerçevede alırlar (İşler, 2014: 54).

Fon destekçileri ile projelerine fon arayan girişimcilerin iletişime geçmesine ve eşleşmesine aracılık eden internet temelli platformlar olan (Bouncken, 2015: 410) kitlesel fonlama platformları işleyiş bakımından farklılık gösterebilirler. Bazı platformlar ‘**ya hep ya hiç**’ mantığıyla hareket ederken bazıları ‘**olduğu kadar**’ mantığıyla hareket ederler.

‘Ya hep ya hiç’ mantığına göre; belirlenen tarihe kadar projede belirtilen fon hedefine ulaşırsa platform komisyon bedelini ayırdıktan sonra geriye kalan miktarı proje sahibine aktarır. Belirlenen fon hedefine ulaşılamazsa toplanan fon yatırımcılara iade edilir. ‘Olduğu kadar’ mantığına göre ise; belirlenen tarihe kadar projede belirtilen fon hedefine ulaşılsın ya da ulaşılsın, platformun komisyon bedelleri düşüldükten sonra toplanıldığı kadarıyla fon proje sahibine aktarılır. (Şanlıoğlu, 2019: 26).

2.3.3. Dünya’da ve Türkiye’de Kitlesel Fonlama Platformu Örnekleri

Dünya genelinde özellikle 2008 yılından sonra hızla gelişmeye başlayan kitlesel fonlama (Aydın, 2019: 34), Türkiye’de dünyadaki yaygın kullanımına rağmen beklenen oranda gelişme kat edememiştir (Sakarya ve Bezirgan, 2018). Türkiye’de; Ar-Ge harcamaları için kullanılan bütçenin kısıtlılığı (İzmirli Ata, 2018: 289), sistemin henüz yeni yeni tanınıyor olması (İşler, 2014: 62), kitlesel fonlama ile ilgili yasal düzenlemelerdeki gecikme (Şahinoğlu, 2019: 33), STK’ların kendi projelerini bu platformlarda duyurmak istememeleri gibi sebepler kitlesel fonlamanın Türkiye’de gelişim hızını yavaşlatmıştır (Aydın, 2019: 34).

2017 yılında ‘6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’ da dâhil birçok kanunda değişiklik içeren ‘7061 Sayılı Bazı Vergi Kanunları ile Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un 30261 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmasıyla kitlesel fonlama, Türkiye’de yasallaşmıştır (Şahinoğlu, 2019: 33). Atılan bu yasal adımlar kitlesel fonlama alanının gelişmesi adına umut vadeden gelişmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki Türkiye’de kitlesel fonlamanın, gelecek vadeden alternatif bir finansman yöntemi olarak, 2023 yılında 1 Milyar \$ fon miktarına ulaşacağı öngörülmektedir (Aydın, 2019: 35). Bu kapsamda dünyada ve Türkiye’de faaliyet gösteren kitlesel fonlama örneklerinden bazıları şu şekildedir;

Kickstarter: 2009 yılında ABD’de kurulmuş olan bu platform 2012 yılında Akıllı saat (*Pepple Watch*) projesine 10,2 Milyon \$ destek sağlanmasına aracılık ederek küresel boyuttaki

tanınırlığını artırmış ve dünyanın lider kitlesel fonlama platformları arasındaki yerini almıştır. ‘Ya hep ya hiç’ mantığıyla hareket eden platform misyonunu ‘yaratıcı projelerin hayata geçirilmesine yardım etmek’ olarak tarif etmiştir (www.kickstarter.com).

Gofundme: Kitlesel fonlamanın dünya çapındaki lider platformlarından biridir. 120 milyondan fazla bağışçısı olan Gofundme kurulduğu yıldan günümüze kadar 9 milyar \$’ın üzerinde fon miktarına ulaşmıştır (www.gofundme.com). ‘Olduğu kadar’ mantığıyla hareket eden bir platform olarak sağlık başta olmak üzere kâr amacı gütmeyen faaliyetlere yönelik pek çok alanda proje sahiplerine destek sağlamaktadır (Aydın, 2019: 33).

CrowdFon: Daha önce farklı bir isimle kurulmuş olan ve 2013 yılında isim ve yönetim değişikliğine giderek, Mustafa Savaş Ünsal tarafından faaliyetlerini yürütmeye devam eden bu platform, Türkiye’nin ilk kitlesel fonlama platformudur. Bağış ve ödül bazlı bir modelde faaliyet gösteren platform ‘Ya hep Ya Hiç’ mantığıyla hareket etmektedir (www.crowdfon.com).

Fongogo: Fongogo, projelerin hayata geçirilmesi noktasında ihtiyaç duyulan sermayenin, kitlelerin desteğiyle oluşturulmasına aracılık eden ve Türkiye’de faaliyet gösteren ödül ve bağış bazlı bir kitlesel fonlama platformudur. Genelde ‘Ya Hep Ya Hiç’ prensibini uygulayan platform STK’lar için ise ‘Olduğu Kadar’ mantığıyla hareket etmektedir (www.fongogo.com).

3. Yöntem

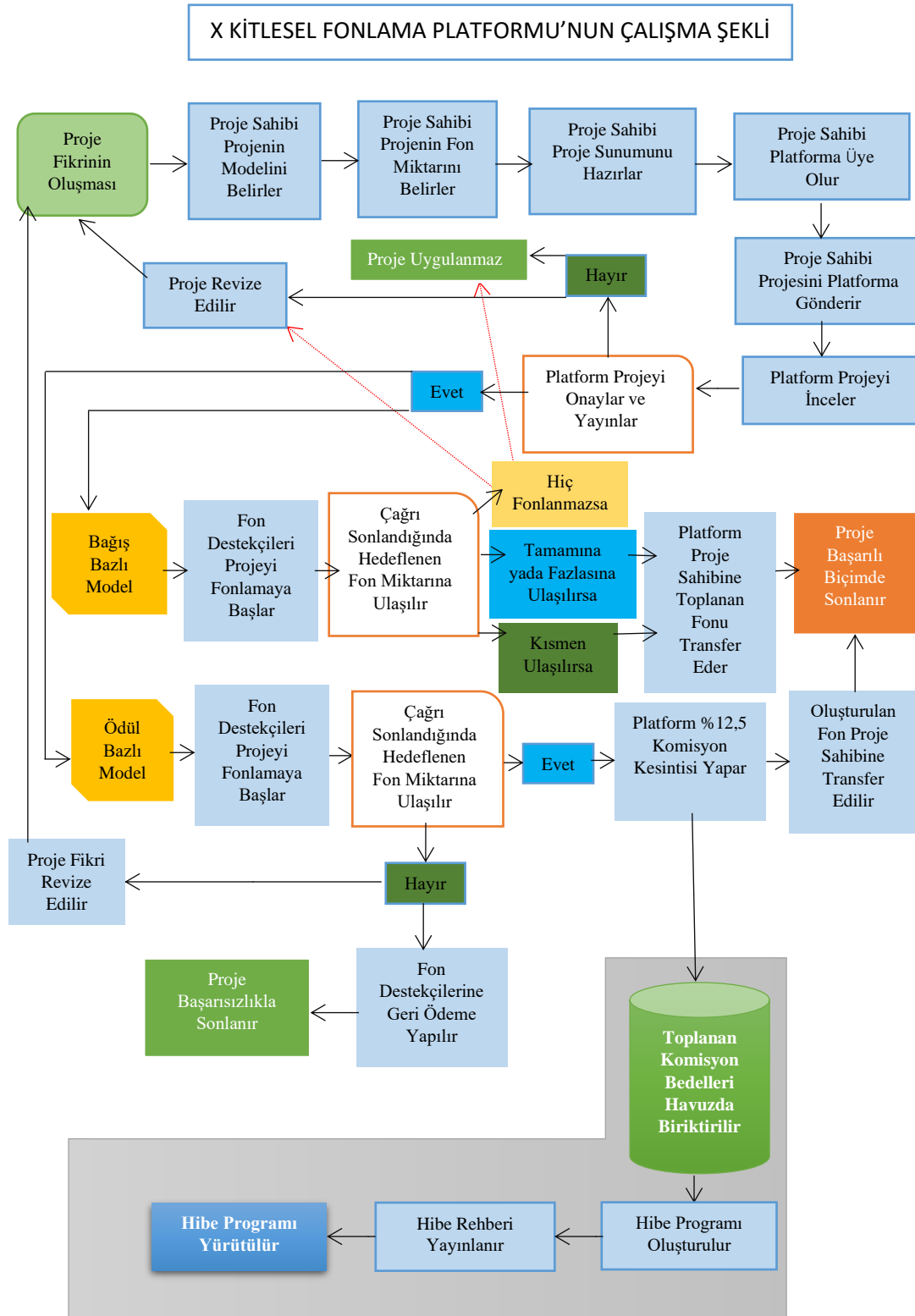
Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan doküman incelemesi tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılan doküman incelemesi tekniği sayesinde girişimcilik, sosyal girişimcilik ve kitlesel fonlama ile ilgili bilgi içeren yazılı materyallere ulaşılmış ve literatürdeki benzer çalışmaların analizi yapılmıştır. Türkiye’de sosyal girişimcilik alanında yapılmış güncel çalışmalara ve yayımlanmış raporlara ulaşılarak Türkiye’de sosyal girişimciliğin mevcut durumu tespit edilmiş ve sosyal girişimciliğin gelişiminin önündeki engeller güncel çalışmalardan elde edilen veriler ışığında değerlendirilmiştir. Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişiminin önündeki finansal engeller ile ilgili ulaşılan istatistiksel veriler, kitlesel fonlama ile ilgili ulaşılan istatistiksel veriler çerçevesinde analiz edilmiştir. Dünya’da ve Türkiye’de faaliyet gösteren kitlesel fonlama platformlarının çalışma şekilleri ve platformlardaki örnek projeler de araştırma kapsamında incelenmiş olup; sosyal girişimciliğin kitlesel fonlama ile ilişkisi değerlendirilmiş ve bu veriler ışığında Türkiye’de sosyal girişimcilik ekosisteminin gelişimine katkı sağlayacak bir model önerisi geliştirilmiştir.

4. Model Önerisi

Çalışmanın bu bölümünde literatür incelemesinden elde edilen veriler doğrultusunda geliştirilen kitlesel fonlama platformu model önerisi sunulmuştur. Modele ait kitlesel fonlama platformunun adı ‘X Kitlesel Fonlama Platformu’ olarak anılacaktır. Platform, ‘bağış ve ödül’ bazlı bir modelde faaliyet gösterecek şekilde tasarlanmıştır.

4.1. X Kitlesel Fonlama Platformu’nun Çalışma Şekli

Tüm kitlesel fonlama platformlarında olduğu gibi X Kitlesel Fonlama Platformu’nun da kendine ait bir çalışma şekli olacaktır. **Bu çalışma biçimi şekil 2’de sunulmuştur.**



Şekil 2. X Kitleseel Fonlama Platformu'nun Çalışma Şekli

X Kitleseel Fonlama Platformu'nda fon çağrısına çıkacak olanlar öncelikle bir proje fikri belirlemektedirler. Proje fikrinin olgunlaşıp, proje formatına dönüşmesi safhasında projelerinin bağış bazlı modelde mi yoksa ödül bazlı modelde mi fonlanacağına karar verilmektedir.

Belirlenen model doğrultusunda projenin fon miktarının da netleştirilmesinin ardından proje sahibi proje sunumunu hazırlamaktadır. Proje sahiplerinin projelerini platforma gönderebilmeleri için platform üyeliği gerçekleştirilmesi gerekecektir. Bu aşamada proje sahibi platforma üyeliğini gerçekleştirecek ve hazırlamış olduğu sunumu çevrimiçi olarak platforma yükleyecektir. Platform projeyi uygunluk kriterleri çerçevesinde inceleyecek ve proje için fon çağrısına çıkılıp çıkılmayacağına karar verecektir. Proje, platform tarafından onaylanmaz ise projenin fon çağrısı platformda yayınlanmayacaktır. Bu durumda proje uygulanmayacak olup proje sahipleri diledikleri takdirde projelerini revize ederek tekrar başvuru yapma haklarına da sahip olacaklardır. Projenin platform tarafından onaylanması durumunda ise bağış bazlı veya ödül bazlı model için farklı işleyişler söz konusu olacaktır.

Bağış bazlı modelde; proje için fon çağrısına çıkılması ile birlikte projenin ilanda kalma süresi devreye girecek ve fon destekçileri projeyi fonlamaya başlayacaklardır. Bu model içerisinde projelerin ilanda kalma süreleri asgari 15 gün, azami 30 gün ile sınırlı tutulacaktır. Proje sahipleri proje sunumlarında belirtmiş oldukları süre zarfında fon destekçilerinden destek almaya devam edeceklerdir. Belirlenen süre tamamlandığında hedeflenen fon miktarına ulaşılsa da ulaşılmassa da toplanan fon proje sahibine, platform komisyon kesintisi olmaksızın, transfer edilecektir. Bağış bazlı modelde proje sahibinin hiç fon toplayamama ihtimali de vardır. Böyle bir durumda yani kampanya süresi dolduğunda toplanan fon miktarı ‘sıfır (0) TL’ olduğunda proje hiç uygulanmayacak ya da proje sahibi projesini revize ederek tekrar başvuru yapabilecektir.

Ödül bazlı modelde; proje için fon çağrısına çıkılması ile birlikte projenin ilanda kalma süresi devreye girecek ve fon destekçileri projeyi fonlamaya başlayacaklardır. Bu model içerisinde projelerin ilanda kalma süreleri asgari 30 gün, azami 90 gün ile sınırlı tutulacaktır. Proje sahipleri proje sunumlarında belirtmiş oldukları süre zarfında fon destekçilerinden destek almaya devam edeceklerdir. Belirlenen süre tamamlandığında hedeflenen fon miktarına ulaşılmazsa proje sahibi platform ile görüşerek ek süre talep edebilecek ve platform uygun gördüğü takdirde proje için fonlama devam edecektir. Proje kapsamında platform tarafından uygun görülen sürelerin sonuna gelindiğinde projede hedeflenen fon miktarına ulaşılamaması durumunda fon destekçilerine destek sağladıkları miktarlar oranında geri ödemeler yapılacak ve proje başarısız bir biçimde sonlanmış olacaktır. Projenin başarısızlıkla sonlanması durumunda proje sahibi projesini revize ederek platforma tekrar başvuru yapma hakkına da sahip olacaktır. Eğer belirlenen süre zarfında proje hedeflenen miktara ya da hedeflenen miktarın fazlasına ulaşırsa platform fon miktarı üzerinden belirlenen %12,5 oranındaki komisyon kesintisinden sonra proje sahiplerine toplanan fon miktarını transfer edecektir. Bu durumda proje başarılı bir biçimde sonlandırılmış olarak kabul edilecektir.

Çalışmanın bu kısmındaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere X Kitlesele fonlama platformu bağış bazlı proje çağrılarında ‘*olduğu kadar*’ mantığıyla; ödül bazlı proje çağrılarında ise ‘*ya hep ya hiç*’ mantığıyla faaliyet gösterecektir. X Kitlesele Fonlama Platformu’nun amacı mümkün olduğu kadar başarılı biçimde sonlanmış projelerin fonlanmasına aracılık etmektir. Çünkü başarılı projelerden elde edilen komisyon gelirleri platform tarafından oluşturulan fon havuzunda biriktirilecektir. Başarılı bir biçimde sonlandırılmış ödül bazlı projelerin fonlanmasından elde edilen aracılık komisyonu miktarı, sosyal girişimcilik hibe programının çağrıya çıkacağı fon miktarını da belirleyecektir.

Platform yöneticileri sosyal girişimcilik hibe programını yürütmek adına her yıl düzenli olarak Türkiye’deki sosyal, çevresel, ekonomik vb. problem ve ihtiyaçlara yönelik araştırmalar

yapacaktır. Yapılan araştırmalar neticesinde, havuzda biriken fon miktarı da göz önünde bulundurularak, çağrıya çıkılacak olan hibe programının çerçevesi kararlaştırılacak, programın yıllık öncelikleri belirlenecek ve bu çerçevede proje çağrısına çıkılacaktır. İlgili uzman kadro tarafından projelerin şeffaf bir biçimde değerlendirilmesi yapılacak ve projesi onaylanan kişi, kurum ve kuruluşlara program bütçesine göre hibe ödemeleri gerçekleştirilecektir. Uygulanmaya başlayan projelerden ara rapor ve final raporu talep edilerek platform tarafından projelerin izleme ve değerlendirilmesi yapılacaktır. Hibe programı, havuzda biriken fon miktarı ve belirlenen yıllık öncelikler uyarınca, her yıl tekrarlanacaktır.

4.2. X Kitlesele Fonlama Platformu'nun Diğer Platformlardan Farklı Yönleri, Avantajları ve Dezavantajları

X Kitlesele Fonlama Platformu da bir kitlesele fonlama platformu olması sebebiyle Türkiye'de faaliyet gösteren diğer platformlarla benzer ve ortak özelliklere sahiptir; fakat X Kitlesele Fonlama Platformu'nun mevcut platformlardan farklı pek çok yönü de vardır. Bu yönleri ortaya çıkarmak için çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de faaliyet gösteren fonbulucu, fongogo ve crowdfon platformları ile X Kitlesele Fonlama Platformu karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2 .X Kitlesele Fonlama Platformu'nun Diğer Platformlarla Karşılaştırılması

Benzer ve Ortak Yönler	Farklı Yönler
<ul style="list-style-type: none"> •Kitlesele fonlama faaliyeti yürütmesi •Proje sahipleri ile fon destekçilerinin buluşmasına aracılık etmesi •Fon ihtiyacı olanlarla bağışçıların buluşmasına aracılık etmesi •Proje bazlı başvuru alması •Üye kayıt sisteminin olması •Proje ön değerlendirme ve onay sisteminin olması •Kitlesele fonlama faaliyetlerini internet aracılığı ile yürütmesi •Ödül ve Bağış bazlı modellere başvuruyor olması •‘Ya hep ya hiç’ ve ‘olduğu kadar’ yöntemlerine başvurması •Ya hep ya hiç yönteminde proje çağrı süresi kısıtlılığının olması •Ticari ve sosyal girişimciler için alternatif bir fon kaynağı olması •Çağrıya çıkan projelerden aracılık komisyonu talep etmesi 	<ul style="list-style-type: none"> •Sosyal girişim olması •Sosyal işletme olması •Aracılık komisyonlarından elde ettiği kârı bir fon havuzunda biriktirmesi •Sosyal girişimciler için hibe programı yürütmesi •Türkiye'deki problemler ve ihtiyaçlara yönelik araştırmalar yapması •Kitlesele fonlama ve sosyal girişimcilik ekosistemlerinin geliştirilmesine yönelik yayınlar yapması •Çifte destek modelinde faaliyet göstermesi •Akademik bir çalışma ile ortaya çıkmış olması •Proje fikirlerinin koruma altına almak için danışmanlık desteği vermesi •Proje sahiplerine endüstri bilgisi pazarlama ve network vb. konularda danışmanlık ve eğitim faaliyetleri yürütmesi •Kamu, sivil toplum ve özel sektör alanlarında işbirliğini teşvik etmesi

X Kitlesele Fonlama Platformu'nu Türkiye'deki diğer platformlardan ayıran en belirgin özelliklerden bir tanesi platformun sosyal işletme olarak faaliyet gösterecek olmasıdır. Sosyal

işletmeler zarar etmeyen, temettü dağıtmayan, tamamen sosyal bir hedefin gerçekleşmesi amacıyla kurulmuş yapılara sahiptirler (Göktepe, 2014).

X Kitlesele Fonlama Platformu'nun diğer platformlardan farklı olan bir diğer özelliği de aracılık komisyonlarından elde ettiği kârı bir fon havuzunda biriktirmesidir. Diğer kitlesele fonlama platformlarında proje sahiplerinin projeleri başarılı bir biçimde tamamlandığında platformun üstlendiği görev de tamamlanmış olur; fakat X Kitlesele Fonlama Platformu'nun kitlesele fonlama modelinde projelerin başarılı bir biçimde tamamlanması süreci sonlandırmayacaktır. Platform projelerin başarılı bir biçimde sonlanmasından elde ettiği kârı fon havuzunda biriktirerek yeni bir süreç başlatacaktır.

X Kitlesele Fonlama Platformu'nun kendi hibe programını yürütecek olması diğer platformlardan farklı faaliyet alanları oluşmasına da sebebiyet verecektir. Bu aşamada X Kitlesele Fonlama Platformu diğer platformlardan farklı olarak, Türkiye'deki problemleri ve ihtiyaçları tespit etmek amacıyla, araştırmalar gerçekleştirip, raporlar hazırlayacaktır. Bu araştırmalar için uzman ve gönüllü kişi, kurum ve kuruluşlardan faydalanılacaktır. Araştırmalar esnasında ilgili paydaşların sürece dahil edilmesiyle X Kitlesele Fonlama Platformu diğer platformlardan farklı olarak kamu, özel sektör ve sivil toplum alanlarında işbirliğinin pekişmesine katkıda bulunan bir misyon da üstlenmiş olacaktır. Platformun sektörler arası işbirliği geliştirilebilecek bir yapıya sahip olması gücünü ve etki alanını artıracaktır. Bu yapı içerisinde platform diğer platformlara göre avantajlı konumda olacaktır.

Ayrıca, diğer kitlesele fonlama platformları dünyada var olan kitlesele fonlama platformlarına benzer yapılarda faaliyet göstermektedir. X Kitlesele Fonlama Platformu diğer platformlardan farklı olarak hibe programı yürütmesiyle birlikte kitlesele fonlama alanına Türkiye'de daha önce uygulanmamış yenilikçi bir yaklaşım getirecektir. Türkiye'deki sosyal girişimciler için yeni ve sürdürülebilir bir hibe kaynağı da oluşmuş olacaktır. Dolayısıyla kendisinin de bir sosyal girişim olması platformun sosyal girişimciler tarafından desteklenmesini sağlayacağı ve bu durumun platformda çağrıya çıkan proje sayısını ve projeleri desteklemek isteyen fon destekçilerin sayısını artıracığı öngörülmektedir. Böylece X Kitlesele Fonlama Platformu fon çağrısına çıkılan proje adedi açısından diğer platformlardan daha avantajlı bir konuma gelecektir.

X Kitlesele Fonlama Platformu'nun en önemli farklarından bir tanesi de platformun 'çifte destek' unsuru barındırıyor olmasıdır. Önerilen modelde hem proje sahipleri kendi projelerini hayata geçirirken hem de destekçiler projelere fon desteğinde bulunurken başka sosyal girişimlerin de hayata geçmesine dolaylı olarak finansal destekte bulunmuş olacaklardır. Böylece X Kitlesele Fonlama Platformu'nun aktörleri her başarılı projede birden fazla projenin fon bulmasına aracılık ederek çifte destekte bulunmuş olacaklardır. Çifte destek yaklaşımının platformun fon destek oranlarında artış sağlayacağı öngörülmektedir.

Kitlesele fonlama sisteminde girişimciler proje fikirlerini kamuoyuyla paylaşırlar. Bu durumda fikrin çalınması kitlesele fonlamadan faydalanmak isteyen proje sahipleri için risk oluştururken, kitlesele fonlama platformları için de bir dezavantaj niteliği taşımaktadır. Bir diğer mesele de kitlesele fonlama platformlarının melek yatırımcılar ve girişim sermayedarlarının sunduğu endüstri bilgisi, network, pazarlama ve mentorluk olanaklarını barındırmamasıdır. Bu durum da kitlesele fonlamada genel anlamda bir dezavantaj olarak nitelendirilmektedir (www.startupnedir.com). X Kitlesele Fonlama Platformu bahsedilen dezavantajları avantaja dönüştürerek diğer kitlesele fonlama platformlarından avantajlı konuma geçecektir. X Kitlesele

Fonlama Platformu'nda projeler çağrıya çıkmadan önce proje fikrinin çalınmasına karşı risk değerlendirmesinde bulunarak proje sahibine danışmanlık desteği sağlanacaktır. Bu yöntem ile proje sahibinin hakları güvence altına alınacaktır. X Kitlesele Fonlama Platformu'nun bir diğer özelliği de proje sahiplerine yönelik talebe bağılı olarak pazarlama ve endüstri bilgisi eğitimleri ile network ve mentorluk hizmetleri sunması olacaktır. Bu hizmetler sayesinde X Kitlesele Fonlama Platformu diğer platformlara göre daha avantajlı bir yapıya sahip olacaktır.

4.3. X Kitlesele Fonlama Platformu'nun Karşılaşabileceği Tehditler ve Tehditlere Yönelik Alınabilecek Önlemler

X Kitlesele Fonlama Platformu'nun erken aşama bir sosyal girişim olması ve denenmemiş bir model sunması çeşitli riskleri ve tehditleri beraberinde getirecektir. Özellikle kitlesele fonlamanın da yapısından kaynaklı olarak; başta yatırımın başarısızlığı, kara para aklama ve dolandırıcılık olmak üzere çeşitli tehditlerle karşılaşabilir. Bu noktada söz konusu tehditlere karşı alınan önlemleri şu şekilde belirtebiliriz;

Yatırımın başarısızlığı: Küresel veriler 'startup' olarak da bilinen erken aşama firmaların yaklaşık olarak %50'sinin kuruluşlarını takip eden beş yılda iflas ettiklerini göstermektedir (Onur ve Değirmenci, 2015). X Kitlesele Fonlama Platformu tecrübe eksikliğinden kaynaklanabilecek risklere yönelik danışmanlık ve mentorluk desteği sunarak bu tehdidi ortadan kaldıracaktır. Gelecekte karşılaşılma ihtimali olan sorunların henüz oluşmadan tedbirini alarak, sistematik biçimde düşünme süreci olarak tarif edilen finansal planlama çerçevesinde kısa süreli ve uzun süreli olmak üzere finansal planlar oluşturulacaktır (Öncü vd., 2016). Böylece platform ileride oluşabilecek finansman sorunlarına yönelik de tedbirli olacaktır.

Dolandırıcılık: Kitlesele fonlama alanında nitelikli dolandırıcılık çok sık rastlanan bir durum değildir. Her ne kadar kitlesele fonlama ortamında çok sık dolandırıcılık olaylarına rastlanmasa da var olmayan firmalar veya dolandırıcı firmalar için fon toplanması bu alanda en çok rastlanan dolandırıcılık örnekleri arasında yer almaktadır. Yine de dolandırıcılık riskini aza indirmek için; proje sahiplerinin önceki faaliyetlerinin araştırılmasına mecburi denetleme getirilebilir, finansal gözlem raporları tertip edilebilir, finansman teklifi ile ilgili sosyal medya iletişimine sınırlamalar getirilip süreç gözetlenebilir. Ayrıca 'Ya hep ya hiç' finansman modelinin teşvik edilmesi, geçmişte yapılan dolandırıcılık örnekleri hakkında yatırımcıların bilgilendirilmesi ve farkındalıklarının artırılması, sürecin bu yapı çerçevesinde yetkilendirilmiş platformlar vasıtasıyla yürütülmesi ve fon miktarının bloke süresine dair kısıtlar belirlenmesi de (Onur ve Değirmenci, 2015) etkili tedbirler olarak belirlenmiştir.

Kara Para Aklama: X Kitlesele Fonlama Platformu'nda elektronik ödeme sisteminin uygulanacak olması bu riski aza indirebilecek tedbirlerden birisi olacaktır. Yine Türkiye'de kitlesele fonlama sisteminin yasallaşması ve konuyla ilgili yasaların etkin bir biçimde uygulanmaya başlanması bu riski neredeyse tamamen ortadan kaldıracaktır.

5. Sonuç

Çalışmada kitlesele fonlamanın Türkiye'de sosyal girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırabilecek alternatif bir fon kaynağı olabileceği saptanarak yenilikçi bir kitlesele fonlama modelinin Türkiye'deki pek çok problemin çözümüne katkı sağlayacağı ortaya koyulmuştur. Çalışmada ortaya çıkan 'X Kitlesele Fonlama Platformu' Türkiye'deki diğer

kitlesel fonlama platformlarıyla ortaklıklar ve benzerlikler göstermekle birlikte önemli düzeyde çeşitli farklar ve yenilikler de bünyesinde barındırmaktadır. X Kitlesel Fonlama Platformu'nun diğer platformlardan farklı olan en temel özelliklerinden birisi platformda başarılı biçimde sonlandırılmış projelerin aracılık komisyonlarından elde ettiği kârı bir fon havuzunda biriktirerek kendisine ait bir sosyal girişimcilik hibe programı yürütecek olmasıdır. Böylece yapının kendisi Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sağlamayı hedefleyen bir sosyal girişim olacaktır. X kitlesel fonlama platformu, platform üzerinden projelerin fonlanması sürecinde elde edilen, komisyon gelirlerini toplumda meydana gelen problemlerin çözümüne katkıda bulunmak için kullanacaktır. Platform, bu açıdan sosyal misyon ve vizyona sahip olma özelliği taşımaktadır. Platform, sosyal işletme olarak faaliyet gösterecek; elde ettiği kârı hibe programı aracılığıyla sosyal değere dönüştürecektir.

Dünya genelinde sosyal girişimciler için alternatif bir fon kaynağı olmasına rağmen, kitlesel fonlama sisteminin Türkiye'de yaygın kullanılmaması bu alanda bir boşluk olduğunu göstermektedir. X kitlesel fonlama platformu bu durumun bir girişim fırsatı olarak değerlendirilmesi neticesinde ortaya çıkmış bir modele sahiptir. Böylece model sosyal girişimcilik bileşenlerinden sosyal girişim fırsatlarını görme özelliğini de taşıyacaktır. Her ne kadar Türkiye'deki mevcut kitlesel fonlama platformları sosyal girişimciler için alternatif birer fon kaynağı aracı olsalar da platformlardan elde edilen gelirlerden sosyal girişimciler için hibe programı aracılığıyla yeni bir kaynak oluşturma yaklaşımı barındırmamaktadırlar. X kitlesel fonlama platformu bu açıdan sosyal girişimciliğin yenilikçi olma bileşeniyle de örtüşmektedir. Bir sosyal girişimi sosyal hizmet sunumlarından ve aktivizmden ayıran temel özelliklerinden bir tanesi de sosyal sorunlara sürdürülebilir çözümler getirme özelliğidir. Model, hem modelin kendi yapısı açısından hem de platformdan faydalanan sosyal girişimler açısından sürdürülebilir çözümler ortaya koyan bir fon kaynağı oluşturacaktır. Bu kaynak Türkiye'de sosyal girişimlere yönelik hibe desteği veren kurum ve kuruluşlara alternatif bir fon kaynağı olarak devreye girecektir. Bu açıdan model, sürdürülebilir olma ve kaynak yaratma özelliği taşımaktadır.

Sosyal girişimlerin ve kitlesel fonlamanın ortak özelliklerinden biri de kitlelerin gücünden faydalanmalarıdır. X kitlesel fonlama platformu sosyal medya araçlarını sosyal girişimcileri bir araya getirmek için aktif bir biçimde kullanacaktır. Bu da modelin sosyal girişimcilik bileşenlerinden olan sosyal ağları kullanma bileşeni ile örtüşmektedir. Bu bağlamda önerilen modelin Türkiye'deki sosyal girişimler için alternatif bir fon kaynağı olacağı, sosyal girişimcilerin finansmana erişimini kolaylaştırabileceği, sosyal girişimlere yatırım yapan kişi ve/veya kuruluşların artmasına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Hedef kitlelerini Türkiye'deki sosyal girişimciler olarak belirleyen bu model, bahsedilen unsurlar göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'de kitlesel fonlama ve sosyal girişimcilik ekosistemlerinin gelişimine katkı sağlayacak bir platform ve sosyal girişim olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ateş, Y. (2018). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin ve Eleştirel Düşünme Eğilimlerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Austin, J., Stevenson, H., ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship: Theory and Practice Journal* (30), 1-22.
- Aydın, C. İ. (2019). *Kitlesel Fonlama Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Kitlesel Fonlama Platformlarında Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bansal, S., Garg, I., ve Sharma, G. D. (2019). Social Entrepreneurship as a Path for Social Change and Driver of Sustainable Development: A Systematic Review and Research Agenda. *Sustainability* (11), 1-28.
- Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik. (Editör: Senem Besler). *Sosyal Girişimcilik*. içinde İstanbul: Beta Yayınevi, 3-28.
- Biçerli, K. (2010). Sosyal Girişimcilik ve İstihdam. (Editör: Senem Besler). *Sosyal Girişimcilik*. içinde İstanbul: Beta Yayınevi, 55-89.
- Bouncken, R. B. (2015). Crowdfunding: The Current State Of Research. *International Business & Economics Research Journal*, 14 (3), 407-416.
- British Council, Türkiye (2019). *Türkiye'de sosyal girişimcilerin durumu raporu*, https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_tr_single_page.pdf
- Catherall, R., ve Richardson, M. (2017). *Social Entrepreneurship in Education*. British Council, https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_social_entrepreneurship_in_education_web_final.pdf.
- Çakanel, Z. (2018). *Duygusal Zekâ, Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- 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.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*(76), 55-67.
- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını.
- Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2020). *Engelli ve yaşlı istatistik bülteni*, <https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/51832/mayis-istatistik-bulteni.pdf>
- Ercan, S. (2016). *Türkiye'de Sosyal Girişimcilik ve Yarattığı Etkilerin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Ersen, T. B., Kaya, D., ve Meydanoğlu, Z. (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., ve Stephan, U. (2016). Human Capital in Social and Commercial Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* (31), 449-467.
- European Commission (Ed.). (2013). *Social Economy and Social Entrepreneurship*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Göktepe, H. (2014). Sosyal İşletmeler ve Sosyal İşletmelerin Hukuki Yapısı. *International Conference on Eurasian Economies 2014* (s. 1020-1028). Skopje - Macedonia: 1-2 July 2014. Beykent University .
- Gusseanova, D. (2015). *Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- İşler, S. T. (2014). Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitlese Fonlama - Crowdfunding. *Gösterge Dergisi, Sonbahar*, 50-65.
- İzmirli Ata, F. (2018). Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 273-295.
- Kara, F. Z. (2010). Ekonomide Güven Etkisi ve Sosyal Girişimcilik. (Editör: Senem Besler). *Sosyal Girişimcilik*. içinde İstanbul: Beta Yayınevi, 119-136.
- Kılıç Kırılmaz, S. (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 55-74.
- Kırel, S., ve Aktaş, S. (2016). Seyirci ve Film Üretim İlişkisinde Yeni Yaklaşımlar: Kitlese Fonlama Uygulamaları ve Türkiye'deki Deneyimler. *Sinecine*, 7 (1), 103-137.
- Kırmızı, C. (2016). *Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kümbül Güler, B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Massolution. (2015). *2015CF The Crowdfunding Industry Report*. Los Angeles: Massolution.
- Mengü, E. (2016). *Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Grameen Mikro kredi Modeli*. Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova.
- Moleskis, M., Alegre, I., ve Canela, M. A. (2019). Crowdfunding Entrepreneurial or Humanitarian Needs? The Influence of Signals and Biases on Decisions. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48 (3), 552-571.
- Onur, M. N., ve Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding – Kitle Fonlaması. *T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları*, Ankara.
- Öncü, M. A., Şahin, Ö., ve Kutukız, D. (2016). Girişimciliğin Finansmanı. (Editör: Kahraman Çatı). *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi*. içinde İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., 245-272.

- Özdemir, B. K. (2010). Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma. (Editör: Senem Besler). *Sosyal Girişimcilik*. içinde İstanbul: Beta Yayınevi, 93-116.
- Ryu, S., ve Kim, Y. -G. (2018). Money is not Everything: A Typology of Crowdfunding Project Creators. *Journal of Strategic Information Systems* (27), 350-368.
- Sakarya, Ş., ve Bezirgan, E. (2018). Kitlesele Fonlama Platformları: Türkiye ve Yurtdışı Karşılaştırması. *Düzce Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü Dergisi*, 8 (2), 18-33.
- Şahinoğlu, E. (2019). *Kitlesele Fonlamada Başarı Faktörleri: Türkiye'de Ödül Bazlı Kitlesele Fonlama Projelerinin Durumu*. Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Şanlıoğlu, D. (2019). *Bir Kitlesele Fonlama Türü Olarak ICO (Initial Coin Offering): Hukuksal Alt Yapı Açısından Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şeker, M. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şekerler, H. (2006). *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- TÜİK (2020a). *İşgücü istatistikleri*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC-%C4%B0statistikleri-Ekim-2020-37485&dil=1>
- TÜİK (2020b). *Aile içi şiddet istatistikleri*, <http://rapory.tuik.gov.tr/12-08-2020-11:48:36-196819918816298922551310600847.html?>
- Ürper, Y., Tosunoğlu, B. T., ve Kağmcıoğlu, C. H. (2012). (Editör: Yılmaz Ürper). *Girişimcilik ve İş Kurma*. içinde Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Yıldız, S. (2007). *Girişimcilik*. Yüksek Lisans Projesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

İnternet Kaynakları

- <https://www.crowdfon.com/hakkimizda>, E.T.: 26.02.2020
- <https://fongogo.com/Faq>, E.T.: 26.02.2020
- <https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-istatistikler>, E.T.:21.01.2021.
- <https://www.gofundme.com/c/about-us>, E.T.: 26.02.2020
- <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>, E.T.: 26.02.2020
- <https://www.startupnedir.com/?s=kitlesele>, E.T.: 16.08.2021