

## GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



### Araştırma Makalesi • Research Article

## Koronavirüs Pandemisiyle İlgili Kitle Fonlaması Projelerine İlişkin Betimleyici Bir Çalışma

*A Descriptive Study of Crowdfunding Projects Related Coronavirus Pandemic*

Oytun Boran SEZGİN<sup>a</sup>, Çağatay ORÇUN<sup>b\*</sup>

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, İzmir / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0002-6671-8053.

<sup>b</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, İzmir / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0001-7413-6099.

### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 29 Ağustos 2020

Kabul tarihi: 29 Eylül 2020

*Anahtar Kelimeler:*

Covid-19

Kitle Fonlaması

Girişimcilik

### ARTICLE INFO

*Article History:*

Received August 29, 2020

Accepted September 29, 2020

*Keywords:*

Covid-19

Crowdfunding

Entrepreneurship

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisi ile ilgili bağış ve ödül temelli kitle fonlama projelerini irdelemek ve pandemi ile mücadeleye etkilerini tartışmaktır. Özellikle pandemi süreci ile ortaya çıkan kriz; girişimcilik açısından yeni talepleri yaratması ile fırsat oluştururken girişim için gerekli olan sermayenin elde edilmesini de zorlaştırmaktadır. Covid-19 pandemisi ile ilgili kitle fonlaması projelerinin hem sermaye bulma hem de yeni talepleri karşılama potansiyeli ile önemli bir gelişme göstereceği beklenmektedir. Bu doğrultuda, araştırma örneklemini Kickstarter'daki Covid-19 ile ilgili 196 proje oluşturmaktadır. Projeler; amaçlarına, kategorilerine, kökenlerine göre sınıflandırılmıştır. Covid-19 ile ilgili projeler ile bütün zamanlardaki projeler karşılaştırılmıştır. Analizlere göre, A.B.D. proje sayısı ve toplanan fon açısından en başarılı ülkedir. Pandemi ile ilgili yayın, teknoloji ve oyun kategorilerinde projeler yoğunlukta, teknoloji projelerinin çok düşük başarı oranı bulunmaktadır. Amerika kıtası ülkelerinin pandemi ile ilgili doğrudan ve dolaylı mücadele amaçlı projelere yöneldiği, Avrupa Birliği üyelerinin ise Covid-19 temalı ürün ve yardım talebi ile ilgili projelere yöneldiği görülmektedir. Çalışma sonuçlarının, Kickstarter platformunda pandemi ile ilgili kitle fonlaması projesi yürütecek olan girişimcilere, mevcut durumun (başarılı projelerin amaçları, menşeleri ve kategorileri) eğilimlerini ortaya koyarak yol göstermesi umulmaktadır.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to examine donation and reward-based crowdfunding projects related to the Covid-19 pandemic and to discuss their effects on combating the pandemic. The crisis that is related to the pandemic creates an opportunity by creating new demands in terms of entrepreneurship however, it also makes it difficult to obtain the capital required for the enterprise. It is expected that crowdfunding projects related to the Covid-19 pandemic will show significant development. Accordingly, 196 projects related to Covid-19 in Kickstarter were selected in the research sample. Projects were classified according to their purpose, categories, and origins. Covid-19 related projects and all time projects were compared. According to the analysis, the U.S.A is the most successful country in terms of the number of projects and funds collected. While projects related to the pandemic are concentrated in the categories of publications, technology and, games; technology projects have a very low success rate. It is seen that the projects from countries of the American continent are mostly aimed at direct and indirect combating pandemic, while projects from the European Union members mainly purpose Covid-19 themed products and aid/help requests. It is thought that the results of the study will guide the entrepreneurs who will be starting a project related to the pandemic on the Kickstarter platform by revealing the current trends (goals, origins and categories of successful projects).

\* Sorumlu yazar/Corresponding author.  
e-posta: [caगतay.orcun@deu.edu.tr](mailto:caगतay.orcun@deu.edu.tr)

## EXTENDED ABSTRACT

The Covid-19 virus, which emerged in China in December 2019 and is now acknowledged to spread all over the world in April 2020, has turned into an unprecedented problem (Alon, Farrell and Li, 2020). According to the latest data published by the World Health Organization (WHO) (06.08.2020), the coronavirus epidemic, which infects 18.4 million people and caused 700 thousand deaths, has turned into a large-scale economic crisis today (Akçiğit and Akgündüz, 2020; Kraus, Clauss, Breier, Gast, Zardini and Tiberius, 2020). The process, which started with legal restrictions and demand shrinkage, continued with the disruption of supply chains, decrease in capacity utilization rates, financing problems, and eventually reached a social dimension with business closures, postponement of enterprises and increased unemployment.

McKibbin and Fernando (2020) are argued that the Covid-19 outbreak may cause a significant economic recession in the short term. An entrepreneurial understanding is required due to the significant changes in individual lifestyle, culture and social interaction during the pandemic process (Ratten, 2020a). Because it is thought that innovative start-ups will be more ready than other businesses for these changes (Kuckertz et al., 2020). When it is considered the risk-taking, innovative and proactive characteristics of entrepreneurs, Covid-19 also creates an environment that can meet new demands due to pandemic (Maritz, Perenyi, de Waal and Buck, 2020; Ratten, 2020b). In particular, creativity will play an important role in dealing with the Covid-19 crisis, as it offers methods that can gain a competitive advantage in the global market (Ratten, 2020b).

However, crises such as the Covid-19 pandemic can create a "financial distance" between entrepreneurs and investors (Howell, Lerner, Nanda and Townsend, 2020). Especially when physical meetings of entrepreneurs and investors do not take place during the pandemic; the process of entrepreneurial activities can be ease off because of venture capital (Brown and Rocha, 2020).

The failure of an early stage enterprises is largely explained by the inability to find sufficient funds (Longenecker, Simonetti and Sharkey 1999; Manchanda and Muralidharan, 2014). Therefore, while the Covid-19 pandemic created entrepreneurial opportunities, the problem of venture capital has turned into a more serious threat. Although entrepreneurs tend to use traditional financial instruments such as bank loans, venture capital or angel funds (Mitra, 2012, p.67), these options make difficulties for various reasons such as high cost or long procedures.

The emergence of opportunities as the coronavirus pandemic related new demands, rise in unemployment which is a driving force to entrepreneurship, and crowdfunding as a method that can solve the "financial distance" problem that may arise during the crisis period is expected to increase the interest in crowdfunding projects related to the pandemic. In this respect, the focus of the study is to understand how crowdfunding projects related to the pandemic tend to trend according to the general situation. This study provides insights into understanding how demands are differentiated locally and how backers approach relevant projects globally. It is also expected to shed light on how to develop pandemic related projects.

Crowdfunding is defined as the joint cooperation of those who gather their funds to support the efforts initiated by entrepreneurs (Bernardino and Santos, 2016). The main trinity of crowdfunding, which mediates large financial outputs by collecting large numbers of small funds, is technology orientation, financing of capital and the power of crowds (Beaulieu, Sarker and Sarker 2015).

The data collection technique of the study, which was designed with a quantitative approach, was written sources. The sample of the study consists of projects related to the pandemic in the Kickstarter crowdfunding platform. 332 projects were identified as a result of searches on the Kickstarter with the keywords "Covid", "Pandemic" and "Corona Virus". With 136 projects excluded for various reasons, the remaining 196 projects were the research sample.

Approximately 18,000 projects have been successful since January 2020, and 400 million dollars have been donated/backed to projects from backers. 330 million dollars were collected between January and July 19, 2019 (statista.com). In the same period of 2020, there is an increase in the amount of support collected. However, the number of projects related to the "Covid-19 pandemic" remained only 232 projects. Since the impact of the pandemic was strengthened in March, only 196 of the 12,000 projects (1.63%) were related to the pandemic, indicating that entrepreneurs did not produce many projects in this direction on the Kickstarter platform. Even considering the projects that only mention the Covid-19 pandemic (232 projects), the rate did not exceed 2 percent.

The success rate of the projects related to the pandemic (38.78%) and the all time successful project rates (37%) are very close to each other. The small difference is thought to be due to the desire for more support towards projects seeking assistance/help. The fact that the USA constitutes 53% of all projects related to the pandemic is approximately 20% short when looking at all time project rates since 2009. 73% of the collected fund is in the USA origin projects which are thought to be a natural result, especially since a significant portion of the backers are in the USA.

Considering the aims of the projects, the failure of the projects aimed at direct support to pandemic situation draws attention. It is seen that especially technology, craft and design projects aimed at direct support do not find enough funds. The tendency of technology-based projects to prefer the Indiegogo platform over the Kickstarter platform is thought to be influential in these results. It is predicted that the projects that contain such innovative products in Kickstarter did not create trust among backers due to the fact that they could not complete a serious preparation for this rapidly developing epidemic.

When comparisons are made between countries, it is seen that the American continent countries such as the USA, Canada and Mexico have 90% of the projects related to direct support and indirect support. It is observed that the member countries of the European Union, including the UK, Italy, Germany and France, focus more on projects based on Covid-19 themed products, help requests or the slogan of "stay at home". It is believed that the result is related to the policies of these countries. Especially in countries such as the UK, Italy and Spain, the epidemic was not taken seriously at first. Any special measures were not taken early days in these countries. Moreover, the UK determined "herd immunity" policy. It is believed that these approaches caused that entrepreneurs to prefer projects based on Covid-19 themed products or assistance/help instead of projects that prevent or reduce the epidemic effect. On the other hand, it is thought that the lack of projects from the EU is due to the fact that European entrepreneurs and backers prefer the platforms in their countries (Indiegogo, KissKissBankBank, Ulele, Leetchi, Crowdfunder etc.) for projects related to the pandemic.

Future researches may examine the issue with different samples from other platforms. By comparing platforms, the purposes and categories where the platforms are concentrated can be discussed. Crowdfunding projects related to Covid-19 can be evaluated by examining other types of crowdfunding other than donation and reward-based crowdfunding. Examining the effects of the Covid-19 pandemic on crowdfunding or the development of crowdfunding projects related to Covid-19 can contribute to the development of entrepreneurship through crowdfunding, which is thought to increase in the future due to the increase in unemployment worldwide. It is believed that the results of the study will guide entrepreneurs who want to carry out donation and award-based crowdfunding projects related to the pandemic in Kickstarter.

## Giriş

2020 yılı özellikle son yıllarda yaşanan küresel ölçekli krizlerin (2008 küresel krizi ve 2015 Avrupa borç krizi) etkilerinin azalacağı ve dünya ekonomisinin tekrardan toparlanacağı yıl olarak öngörülürken, “koronavirüs” salgını ortaya çıkmıştır (Eğri ve Doğaner, 2020, s. 129). Virüsün hızlı yayılımı, küresel ölçekte tedbirler alınmasına ve insanların davranış kalıplarının değişmeye başlamasına sebep olmuştur. Bu durum, gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke ekonomisi fark etmeksizin, tüm dünya ekonomilerini ve neredeyse tüm sektörlerini derinden etkilemektedir. Uluslararası Para Fonu (IMF) Haziran 2020’de “Dünya Ekonomik Görünümü” raporunu “Benzeri Olmayan Kriz, Belirsiz Bir İyileşme” başlığı ile yayınlamış ve özetle 2020 yılında dünya ekonomisinin %4,9 büyüyeceğini tahmin ederek toparlanmanın zaman alacağını belirtmiştir (IMF, 2020, s.1).

Aralık 2019 yılında Çin’de ortaya çıkan ve 2020 Nisan ayında artık tüm dünyaya yayıldığı kabul edilen Covid-19 virüsü, benzeri görülmemiş ciddi bir soruna dönüşmüştür (Alon, Farrell ve Li, 2020). Dünya Sağlık Örgütü (WHO)’nün yayınladığı son verilere göre (06.08.2020), 18,4 milyon kişiye bulaşan ve 700 bin ölüme neden olan koronavirüs salgını, küresel ölçekte sağlık krizi olarak görülse de geldiğimiz noktada büyük çaplı bir ekonomik krize dönüşmüş durumdadır (Akçığıt ve Akgündüz, 2020, s.1; Kraus, Clauss, Breier, Gast, Zardini ve Tiberius, 2020, s. 1068). Yasal kısıtlamalar ve talep daralması ile başlayan süreç, tedarik zincirlerinin bozulması, kapasite kullanım oranlarının düşmesi, finansman sorunları ile devam etmiş ve sonuçta işyeri kapamaları, girişimlerin ertelenmesi ve işsizliğin artması ile toplumsal boyuta ulaşmıştır.

McKibbin ve Fernando (2020) Covid-19 salgınının ekonomik etkilerine dair 7 senaryoyu tartıştıkları çalışmalarında, kısa dönemde önemli bir ekonomik daralmaya neden olabileceğini tartışmaktadırlar. Covid-19 ile ilgili kriz yönetimi bakış açısına ek olarak bireysel yaşam stili, kültür ve sosyal etkileşimdeki önemli değişimlerden dolayı girişimsel anlayışa gereksinim duyulmaktadır (Ratten, 2020a, s. 2). Çünkü pandemi temelli krizin neden olduğu yoğun değişimlere yönelik olarak yenilikçi start-upların diğer işletmelere oranla daha hazır olacağı ve sorunların üstesinden gelebileceği düşünülmektedir (Kuckertz, Brandle, Gaudig, Hinderer, Reyes, Prochotta, Steinbrink ve Berger, 2020, s. 3). Kültürel olarak yaşanan değişim; girişimcilerin risk alan, inovatif ve proaktif gibi özellikleri düşünüldüğünde, Covid-19 gereksinimlerine cevap verebilecek bir çevreyi de yaratmaktadır (Maritz, Perenyi, de Waal ve Buck, 2020, s. 2; Ratten, 2020b, s. 2). Özellikle yaratıcılık küresel pazarda rekabet avantajı getirebilecek yöntemleri sunması açısından Covid-19 krizi ile başa çıkılmasında önemli bir noktada olacaktır (Ratten, 2020b, s. 7).

Fakat, girişimsel faaliyetleri gerçekleştirebilmek için gerekli olan sermaye düşünüldüğünde ise, Covid-19 pandemisi gibi krizler girişimler ile yatırımcılar arasında “finansal mesafeyi” yaratabilmektedir (Howell, Lerner, Nanda ve Townsend, 2020, s. 22). Özellikle pandemi süresince girişimcilerin ve yatırımcıların fiziksel buluşmaları gerçekleşmediğinde; ağ temelli ve ilişkisel olarak şekillenen girişim sermayesi bulma süreci askıya alınarak girişimciliği yavaşlatabilir (Brown ve Rocha, 2020, s. 9).

Mevcut işletmelerin başarısız olması; piyasaya kalitesiz ürün sunulması, yetersiz iletişim kurulması, vizyona sahip olunmaması, iş modelinin zayıf olması, birbiriyle çelişen hedefler belirlenmesi gibi etkenlere bağlıken; piyasaya yeni giriş yapacak bir girişimin başarısız olması büyük ölçüde yeterli fon bulamaması ile açıklanmaktadır (Longenecker, Simonetti ve Sharkey 1999, s. 503-510; Manchanda ve Muralidharan, 2014, s. 369). Dolayısıyla Covid sürecinde yeni girişimler için oluşan çevresel koşullar önemli bir fırsat yaratırken, sermaye bulma sorunsalı da daha ciddi bir tehdit haline dönüşmüştür. Yeni kurulan işletmeler ya da proje fikrine sahip girişimciler, genellikle banka kredileri, risk sermayesi ya da melek

fonları gibi geleneksel finansal araçlardan yararlanma eğiliminde olmalarına rağmen (Mitra, 2012, s. 67), başta yüksek maliyet ve prosedürler olmak üzere çeşitli nedenlerden ötürü gerekli olan fonlara ulaşmada zorluklar yaşamaktadırlar.

Girişimlerin finansman sorunu, ekonomilerin yeniden toparlanmaya başlayabilmesi açısından önem arz etmektedir. Koronavirüs pandemisi ile hayatımıza giren “sosyal mesafe” kavramı, var olan dijital dönüşümün hızlanmasının önünü açmıştır. Bilgisayar ve internet kullanımlarının artması ile başlayan bu dijital dönüşüm, günümüzde, hayatın her alanında önemli değişikliklere yol açtığı gibi girişimcilik ve finans teknolojilerini de etkilemektedir (Ekici, Sırma ve Aytürk, 2019, s. 216). Bu kapsamda ortaya çıkan internet tabanlı kitle fonlaması, dijitalleşmeyle birlikte geleneksel finansman araçlarına alternatif olarak değerlendirilebilmektedir. Finansman kaynağı arayışında olan kesimler için iyi bir alternatif olan kitle fonlaması, Schwienbacher ve Larralde (2010, s. 4) tarafından bir projenin veya bir girişimin profesyonel araçlar (banka, melek yatırımcı vb.) yerine bir grup birey tarafından finanse edilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Koronavirüs pandemisinin yeni gereksinimleri ortaya çıkarmasıyla birlikte fırsatların oluşması, artan işsizliğin girişimciliğe iten bir güç olması ve kriz dönemiyle ortaya çıkabilecek “finansal mesafe” sorununu çözebilecek bir yöntem olarak kitle fonlamasının tercih edilmesi pandemiyle ilgili kitle fonlaması projelerine yönelik ilgiyi arttırması beklenmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın ilgi odağı, pandemiyle ilgili kitle fonlaması projelerinin genel duruma göre nasıl bir eğilim gösterdiğini anlayabilmektir. Bu çalışma, yerel olarak gereksinimlerin nasıl şekillendiğinin, küresel olarak da destekçilerin ilgili projelere nasıl yaklaştıklarının anlaşılmasına ilişkin öngörüler vermektedir. Ayrıca pandemiyle ilgili projelerinde nasıl geliştirileceğine dair ışık tutması beklenmektedir.

### **Kitle Fonlaması**

2000’li yılların başında fon sahibi kitleyi interneti kullanarak bir projeye ya da bir iş fikrine yönlendirebilmek neredeyse mümkün olmayan bir eylem iken, günümüzde projelerin finansmanında internet tabanlı uygulamalar üzerinden milyarlarca dolar toplanabilmektedir (Marom, Robb ve Sade, 2015, s. 3). Bu dönüşümün baş rolünde yer alan kitle fonlaması platformu; girişimcilerin kültürel, sosyal ve kar amacı güden girişimlerini internet vasıtasıyla araçları ortadan kaldırarak finanse etmeye çabalamaktadır (Mollick, 2014, s. 2).

Kitle fonlaması, girişimciler tarafından başlatılan çabaları desteklemek için fonlarını bir araya toplayan kişilerin ortak iş birliği olarak tanımlanmaktadır (Bernardino ve Santos, 2016, s. 173). Çok sayıda küçük fonların toplanarak büyük finansal çıktılarını elde edilmesine aracılık eden kitle fonlamasının ana üçlemi; teknoloji odaklılık, sermayenin finansmanı ve kalabalıkların gücüdür (Beaulieu, Sarker ve Sarker 2015, s. 3). Kitle fonlaması platformları aracılığı ile gerçekleştirilen bu eylemin ulaştığı nokta, bilinen en büyük platformlardan biri olan Kickstarter.com verileri incelendiğinde daha net ortaya çıkmaktadır. Kurulduğu gün olan 28 Nisan 2009’dan bugüne yaklaşık 18 milyon destekçi proje fonlamış, 5,17 milyar \$ fon toplanmış ve 186 bin proje başarıyla fonlanmıştır (kickstarter.com). Toplanan fonların %67,4’ü (3,5 milyar \$) oyun, dizayn ve teknoloji kategorilerindeki projelerinin finansmanı için kullanılmıştır.

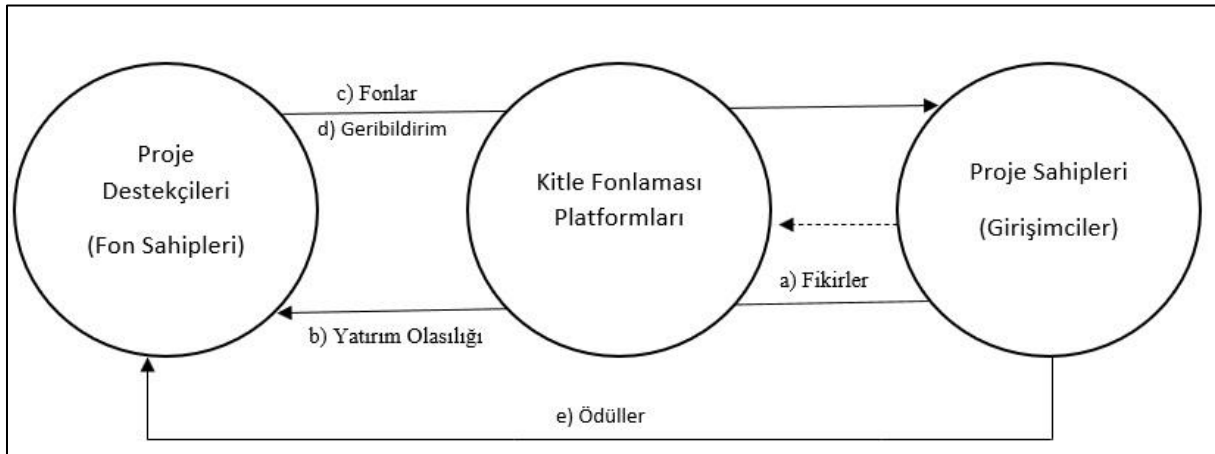
Kitle fonlaması sisteminin çalışma prensiplerini daha iyi anlayabilmek, sistemin oyuncularını ve bu oyuncuların sınırlarını bilmekle mümkün olacaktır. Kitle fonlaması ekosistemi 3 ana oyuncudan oluşmaktadır. Bunlar, proje sahipleri (fon ihtiyacı olanlar), proje destekçileri (fon sahipleri) ve kitle fonlaması platformlarıdır (internet siteleri) (Beaulieu vd., 2015, s. 3-5).

Proje sahibi, iş fikrini ya da projesini ticarileştirmek için fon toplamak amacıyla kitlelere açık çağrıda bulunan girişimcilerdir (Atsan ve Erdoğan, 2015, s. 305). Proje sahiplerinin kitle fonlama platformlarından sermaye tedarikinin yanında, ürünün piyasada karşılık bulup bulamayacağını test edilmesi (Helmer, 2014, s. 88) ve kitleyle iletişime geçmek (Gerber, Hui ve Kuo, 2012, s. 8) gibi beklentileri de bulunmaktadır.

Proje destekçileri; projeleri finansal olarak destekleyen, risk alan ve aldığı riskin karşılığını çeşitli şekillerde geri almayı bekleyen fon sahipleridir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015, s. 490). Kitle olarak da ifade edilen proje destekçileri, halihazırda bir topluluk olarak var olsa bile; birdenbire hepsi bir girişimciyi, projeyi, etkinliği, kampanyayı finanse etmekle ilgilenen dünyanın dört bir yanındaki farklı gruplardan da oluşabilmektedir (Bons, Daams, Neijns, Ottenheim, Segeren ve Van der Sommen, 2010, s. 9). Sistem içerisinde bilinen en önemli özelliği, finansal destek sağlamak olan destekçiler bunun yanında, ürünü piyasada test etmek, bir konseptin takip edilmeye değer olup olmadığını ya da iyi bir fikir olup olmadığını belirlemek özelliklerine de sahiptirler (Beaulieu vd., 2015, s. 5).

Kitle fonlama sisteminin son oyuncusu ise, proje sahipleri ile proje destekçilerini bir araya getiren ve buna karşılık olarak aracılık ücreti alan internet tabanlı kitle fonlaması platformlarıdır. Her ülkenin kendi yasal mevzuatına bağlı olarak faaliyet gösteren kitle fonlaması platformları, kitlelerin küresel çaptaki küçük ya da büyük farketmeksizin fonlarını bir araya getirerek, finansman sorunu çeken girişimlerin hayata geçirilmesine aracılık etmektedirler (Ordanini, Miceli, Pizzetti ve Parasuraman, 2011, s. 445). Sistemin internet tabanlı olması, taraflar arasındaki coğrafi sınırların ortadan kalmasına ve dolayısıyla proje ya da fikirlerin daha yüksek miktarda fon toplamasını olanaklı kılmaktadır (Çağlar, 2019, s. 23).

Yukarıda yer alan üç farklı sistem oyuncusu ve bu oyuncuların aralarındaki etkileşim, kitle fonlaması ekosistemini oluşturmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1: Kitle Fonlaması Sisteminin İşleyişi (Valanciene ve Jegeleviciute, 2014, s. 602).

Şekil 1 incelendiğinde, kitle fonlaması platformlarının varlığı, girişimcilerin proje fikirlerini geniş kitlelere sunmalarına (a) ve buna bağlı olarak fon talep etmelerine olanak sağlamaktadır (Valanciene ve Jegeleviciute, 2014, s. 602). Süreç, girişimcilerin proje fikirlerini hazırlayacakları bir görsel ve/veya metin ile tercih edecekleri bir kitle fonlaması platformuna yüklemeye başlamaktadır (Atsan ve Erdoğan, 2015, s. 306). Platform tarafından kabul edilen projeler için özellikleri paylaşma, destekçilerle iletişim kurma, proje sayfasına ilişkin trafiği analiz etme ve üçüncü parti ödeme sistemleri ile fon transferini sağlama gibi konularda destekler sunulmaktadır (Beaulieu vd., 2015, s. 6). Böylelikle destekçiler için alternatif bir yatırım olasılığı (b) ortaya çıkmış olur. Destekçiler önerilen projeleri analiz eder ve beğendiklerini finanse ederler (c). Ayrıca destekçiler finanse edilen projeyi beğendikleri ve

başarılı olmasını istedikleri için deneyimlerine bağlı olarak tavsiye verme eğilimindedirler (d). Son adımda (e) ise, proje sahipleri başarı ile desteklenen projelerine karşılık destekçilere ödüller sunabilmektedir (Valanciene ve Jegeleviciute, 2014, s. 602).

Kitle fonlaması ekosistemi içerisinde yer alan proje destekçilerinin katkıları finansal amaçlar doğrultusunda olacağı gibi finansal olmayan amaçlar doğrultusunda da olabilmektedir. Literatürde kitle fonlaması türleri olarak da kabul edilen bu amaçlar, proje sahiplerinin de sistem içerisindeki etkileşimlerini ifade etmektedir. Bradford (2012, s. 14) kitle fonlamasını beş ayrı başlığa (bağış, ödül, ön sipariş, borç verme ve ortaklık) ayırmıştır. Ancak uygulamada ödül ve ön sipariş modelinin tek bir internet sitesi üzerinden birlikte uygulandığını da ifade etmiştir.

Finansal olmayan kitle fonlaması, ödül ve bağış bazlı olmak üzere iki farklı türe sahiptir. Ödül bazlı kitle fonlaması, finansal bir getiri içermeyen ancak sembolik olarak ödüller verilen ya da ürünü piyasaya sürülecek olan satış fiyatından ve tarihinden hem daha ucuza hem de daha önceden tedarik etmeye olanak sağlayan bir kitle fonlaması türüdür (Vural ve Doğan, 2019, s. 92). Bağış bazlı kitle fonlaması, proje destekçilerinin yaptıkları fon aktarımları karşılığında herhangi bir finansal içerikli beklentilerinin olmadığı bir kitle fonlaması türüdür (Bradford, 2012, s. 15). Buradaki temel amaç, destekçilerin başta sosyal projeler olmak üzere, beğendikleri ve hayata geçmesini istedikleri projelere karşılıksız katkı sunmalarınıdır. Dünya üzerinde bilinen en etkin başta ödül olmak üzere hem ödül hem de bağış bazlı kitle fonlaması platformu, Kickstarter.com internet sitesidir (493.895 toplam proje sayısı).

Ortaklık ve borç verme içerikli kitle fonlaması ise, finansal amaçlı kitle fonlamasının türleri arasındadır. Ortaklık bazlı kitle fonlaması modelinde, proje sahiplerinin ihtiyaç duyulan tutar karşılığında işletmenin hisselerinin bir kısmı devredilerek ya da temettü hakkı sunularak finansman sağlanmaktadır. Bu modelin uygulanması durumunda fonun toplanacağı platform aracılığıyla destekçilere, işletmeye, işletmenin değerlemesine, iş planına, toplanacak fonun olası kullanım şekline ve işletmenin hisselerinin ne kadarının satışa sunulduğuna ilişkin çeşitli bilgiler sunulmaktadır (Onur ve Değirmenci, 2015, s. 3). Borç verme bazlı kitle fonlaması modelinde ise, proje sahibi, fikrini gerçekleştirebilmek için gerekli olan fonları sistemden borç yoluyla tedarik etmektedir. Bu borç, belirli bir faiz oranı üzerinden olacağı gibi düşük faizli ya da faizsiz kredi şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir (Açıkgöz, 2018, s. 257).

Avrupa Kitle Fonlama Ağı'nın Nisan ayında açıklanan araştırmasına göre (2020) Covid-19 pandemisinin kitle fonlama sektörü üzerinde çeşitli etkileri olacaktır. Üyeleri ile gerçekleştirdikleri çalışma sonuçları, özellikle ödül ve bağış temelli kitle fonlama platformlarında mevcut projelere yönelik Covid-19 pandemisinin olumsuz etkisi olmayacağı inancına sahip olduklarını göstermektedir. Ek olarak, yeni projelerin başarısı üzerindeki etkilerinin olumlu ya da olumsuz olacağı konusunda fikir birliğinin bulunmamasına karşın sayılarının azalacağı beklentisi bulunmaktadır. Rapora göre, platformlar pandemiye yönelik olarak söz konusu dönemde başarılı olabilecek projelere ilişkin bilgilendirme ve eğitim gibi önlemler almaktadır. Ayrıca orta vadede işlerini kaybedenler açısından kitle fonlamanın önemli bir tercih nedeni haline gelebileceği ifade edilirken, kitle fonlama yönelik ilginin yüksek risk algısı ve belirsiz getiri yüzünden azalabileceğine değinilmektedir. Özellikle yatırım yapılabilir projelerin azalacağı ve 12 aylık dönemde projeler üzerinde orta dereceli olumsuz bir etkinin oluşabileceği öngörülmektedir.

Diğer taraftan, Moine ve Papiasse'niye göre (2020) bağış ve ödül temelli 3 Fransız kitle fonlama platformunda (Leetchi, KissKissBankBank ve Ulule) pandeminin erken dönemindeki 2 günde (21-22 Nisan) projelerin topladığı bağış miktarı, tüm 2020 yılının %23'ünü oluşturmaktadır. Yazarlar söz konusu projelerin fonlarını (1) hastane, sağlık personeli ve acil servise destek olmak, (2) dezavantajlı bireylere (çocuklar, yaşlılar, evsizler, mülteciler vb.)

destek olmak ve (3) zor duruma düşen örgütlere ekonomik yardım amacı taşıdığını belirtmektedirler.

### Method

Araştırma merakı doğrultusunda araştırma tasarımı betimleyici olarak belirlenmiştir. Nicel araştırma yöntemiyle ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak toplanan bu çalışmanın verileri için Kickstarter platformundan yararlanılmıştır. Kitle fonlama platformu olarak çeşitli (Indiegogo, Patreon, Gofundme vb.) seçenekler bulunmasına karşın Kickstarter platformunun tercih nedeni, 2009 yılındaki başlangıcından itibaren 186.000 başarılı projede toplam 5,2 milyar \$ civarında fon toplanmasına destek olarak küresel kitle fonlama platformları arasında kabul edilen en iyi platform olmasıdır. Araştırma örneklemini Kickstarter platformundaki pandemi ile ilgili kitle fonlaması projeleri oluşturmaktadır. İlgili projelerin tespiti için anahtar kelimeler yardımıyla platformda aramalar gerçekleştirilmiştir.

Kickstarter kitle fonlama sitesinde “Covid”, “Pandemic” ve “Corona Virus” anahtar kelimeleriyle aramalar sonucunda elde edilen 332 proje tespit edilmiştir. 332 projenin içerikleri incelendiğinde 2 projenin farklı zamanlarda tekrar başlatıldığı görülmektedir. Covid öncesi dönemde “Pandemic” anahtar kelimesi içeren 68 proje bulunmaktadır. Farklı anahtar kelimeleri birlikte kullanan 32 mükerrer proje belirlenmiştir. 14 projenin koronavirüs pandemisi ile ilişkisi bulunmamaktadır. 11 proje ise, içeriklerinde sadece zorlu pandemi şartlarına değinmeleri nedeniyle örneklem dışında bırakılmıştır. 9 proje covid nedeniyle projelerini ertelediklerini ya da iptal ettiklerini belirtmektedir. Toplam 136 projenin örneklem dışında bırakılması ile geriye kalan 196 proje, araştırma örneklemini oluşturmaktadır. Elde edilen 196 proje araştırmacılar tarafından tek tek incelenerek; amaçları, menşeleri, başarı yüzdeleri, destekçi sayıları, kategorileri, topladığı fonlar ve proje içerikleri dikkate alınarak kayıt altına alınmıştır. Gerçekleştirilecek değerlendirmeler ile projelerin özelliklerinin değerlendirilmesi, tanımlanması ve bilginin sınıflanması hedeflenmektedir (Dulock, 1993). Söz konusu olguya ilişkin “ne”, “kim”, “ne zaman” ve “nerede” sorularının cevaplarına ulaşılarak gelecek dönemdeki konu ile ilgili nedensellik çalışmalarına temel oluşturulması (Mitchell ve Jolley, 2012) istenmektedir.

### Bulgular

Anahtar kelimeler ile belirlenen 196 projenin 34 tanesi proje süresi sonlanmamasına rağmen analizlere dahil edilmiştir. Söz konusu fon toplamaya devam eden 34 projenin 9 tanesi destek toplamaya devam ederken hedeflenen fona erişme başarısı göstermiştir. Proje için belirlenen süre ve hedeflenen fon miktarı dikkate alındığında, 5 projenin daha başarılı olacağı düşünülerek fon hedefine ulaşan başarılı projeler arasında kabul edilmiştir. Toplam 196 projenin 76 tanesi başarılı, 120 tanesi ise hedeflediği fon miktarına ulaşamamıştır. Bütün projelerde toplanan fon miktarı 1.581.955 \$ olurken, başarısız olan projelerin fonu geri iade edildiği için 1.500.950 \$ girişimcilerin projelerini gerçekleştirme için destekçiler tarafından bağışlanan toplam fon miktarıdır. Söz konusu başarılı projelerin 5 tanesi 100.000 \$ üzerinde fon toplayabilme başarısı gösterirken, 4 tanesi 50.000-100.000 \$ aralığında, 20 tanesi 10.000-49.999 \$, 38 tanesi 1.000-9.999 \$, geriye kalan 9 tanesi ise 999 \$ altında fon toplayabilmiştir. En yüksek toplanan fon 187.549 \$, en düşük miktar ise 221 \$'dır. Başarısız projeler incelendiğinde ise 10.000 doların üzerinde 1, 5.000 doların üzerinde 4 proje olmasına karşın topladıkları fondan daha yüksek hedefleri olması nedeniyle kitle fonlama projesi açısından başarısız olmuşlardır. Başarılı projeleri destekleyen toplam destekçi sayısı 26.731 olarak tespit edilmiştir. Projelerin dağılımı incelendiğinde en fazla projenin oluşturulduğu ülke Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.) olurken, İngiltere ve Kanada takip eden ülkelerdir. A.B.D. toplam başarılı projelerin %65'ini üretirken, desteklenen toplam fonun %73'ünü elde etmiştir. Çok sayıda proje üreten ülkeler arasında başarılı projeler dikkate alındığında Kanada'nın sadece 2

projesinin başarılı olduğu dikkat çekmektedir. Söz konusu projeler, kategorilerine göre ayrıldığında ise, en çok üretilen proje kategorisi teknolojidir (28). Üretilen proje kategorisi açısından lider olan teknoloji projelerinin yalnızca 1 tanesi fonlanmıştır. En çok fonlanan kategori 4 başarılı proje ve toplam 287.607 \$ fon ile oyun kategorisidir. Covid-19 ile ilgili projelere yönelik genel bilgiler, Tablo 1’de görülmektedir.

**Tablo 1:** Covid 19 ile İlgili Projelerin Genel Bilgileri

	Başarılı Projeler	Başarısız Projeler	Tüm Projeler	
<b>Toplam Proje Sayısı</b>	76 (% 38,78)	120 (% 61,22)	196	
<b>Toplanan Destek Miktarı</b>	1.500.950 \$	86.502 \$	1.581.955 \$	
<b>Toplam Destekçi Sayısı</b>	26.731	1.578	28.309	
<b>“Project We Love”</b>	16	-	16	
<b>En Fazla Proje Yürüten Ülke İlk 5</b>				<b>Başarılı Projelerde Toplanan Fon</b>
A.B.D.	49	55	104	1.098.014
İngiltere	8	16	24	45.465
Meksika	3	8	11	17.689
İtalya	3	7	10	8.424
Kanada	2	12	14	22.453
<b>Proje Konuları</b>				
Karikatür	3	2	5	7.025
Yiyecek	1	1	2	78.852
Zanaat	4	3	7	200.991
Yayın	12	19	31	234.205
Sanat	10	7	17	67.131
Tasarım	8	14	22	142.892
Moda	2	6	8	33.879
Teknoloji	1	29	30	32.098
Oyun	12	11	23	287.607
Gazetecilik	2	4	6	8.802
Film	7	13	20	48.909
Dans	1	-	1	30.467
Fotoğraf	6	5	11	166.554
Müzik	7	5	12	161.538
Tiyatro	-	1	1	-

Kaynak: Kickstarter verilerinden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.



Covid-19 konusunda girişimcilerin çeşitli amaçlar ile (Moine ve Papiasse, 2020; www.gofundme.com) projeler oluşturdukları görülmektedir. Söz konusu projelerin amaçları incelendiğinde, projelerin 5 ana tema etrafında toplandıkları düşünülmektedir. İlk tema, hastalığın yayılmasını azaltma amaçlı koruyucu önlemlere yönelik ürünler (maske, dezenfektan, koruyucu kit, hava temizleyici, yüze ya da şüpheli yüzeylere teması azaltacak ürünler, covid takibini kolaylaştıran mobil uygulama vb.) ile doğrudan pandemi ile mücadeleye destek verecek projeleri kapsamaktadır. 196 projenin 30'u (%15) bu amaçla hareket ederken, sadece 6 tanesi (bu amaçla oluşturulan projelerin %20'si) hedeflediği fonu toplayabilmiş ve toplam 79 bin dolar ile girişimlerine destek bulmuştur. Başarılı olan projelerin içinde %7,89'luk pay bu tema altındaki projelerdir.

Bir grup proje ise doğrudan pandeminin yayılmasına engel olmasa da dolaylı olarak destek vermekte veya pandeminin neden olduğu farklı sorunlara çözüm üretmeyi hedeflemektedir. 3 ayrı başlık altında incelenen bu temada elde edilen fonun pandemi ile mücadele eden kuruluşlara yardım amaçlı bağışlanması (hepsinin ya da belli bir bölümünün) ilk alt temadır. Bütün proje amaçları arasında en düşük orana sahip (%4,08) tema olan ilgili kuruluşlara yardımı hedefleyen 8 projeye rastlanırken, yarısının başarılı olduğu görülmektedir. Başarılı projelerin %5,26'sı ilgili kuruluşlara destek olmak amaçlı 8.555 \$ fon toplamıştır. Dolaylı destek sağlayan diğer alt tema ise, pandemi ile ilgili bilgilendirme (çocuklara yönelik oyun ve kitaplar, yetişkinlere yönelik oyun) amacı güderken 16 proje (bütün projelerin %8,16'sı) içinden 6'sının (%37,50) başarılı olduğu görülmektedir. Bu amaçla girişimciler, 90 bin doların üzerinde destek toplamıştır. Dolaylı destek teması altında değerlendirilen son alt tema ise Covid-19 nedeniyle ortaya çıkan çeşitli sorunların çözümüne yönelik projelerdir (uzaktan çalışma sürecinde daha fazla bilgisayar başında süre geçiren çalışanların yaşayacağı ergonomi, internet erişimi, internet üzerinden etkili iletişim gibi zorlukların çözümü olacak ürünler, işsiz kalanlara ve uzaktan eğitim alan öğrencilere psikolojik destek vb.). Pandemi ile ilgili projelerin %7'sini oluşturan (14 adet) bu projelerin başarı oranı %21,43 olarak belirlenmiştir. Toplanan fon miktarı ise 42 bine yaklaşmaktadır.

Temalar arasında 884.573 \$ ve 105 proje ile üretilen proje sayısı ve toplanan fon miktarı açısından en çok öne çıkan tema; pandemiye sunduğu ürün ya da hizmetinin odağına yerleştiren projeler (Covid-19 masa üstü oyunları, iskambil kağıtları, stickerlar, metal paralar, pandemi sürecindeki şehir fotoğrafları, pandemi ile ilgili film, kitap, müzik gibi sanatsal çıktılar vb.) bulunmaktadır. Başarılı projelerin yarısından fazlası (%53,57) bu temayla ilgiliyken başarısız olan projelerin de çoğunluğunu (%52,50) yine bu tema oluşturmaktadır.

Girişimciler tarafından fon desteği istenen 13 projenin 11'inin başarılı olmasıyla başarı açısından en yüksek orana (%84,62) sahip olan tema, yardım çağrısında bulunan bireyler/gruplar/topluluklardır. Özellikle pandemi sürecinde ertelenen çeşitli organizasyonlar ya da talebin azalması sonucunda yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle ile devamlılığı tehlikeye girenlerin (iş yeri, müzik/dans grubu, kar amacı gütmeyen kuruluşlar vb.) yardım isteği 251.783 \$ destek toplayabilmiştir.

Son tema ise, pandemi sürecinde ortaya çıkan "evde kal" sloganını benimseyen bazı girişimcilerin kişilerin evde zaman geçirmelerini destekleyecek ürünleri/hizmetleri veya kendisi zaman geçirirken ürettiği ürünleri için fon talep etmelerini kapsamaktadır. İlgili projeler arasında dil veya müzik enstrümanı öğrenmek için materyal ve sanatı sonucunda çıkan ürün (antoloji, katalog vb.) bulunmaktadır. Söz konusu temayla ilgili 10 proje (bütün projeler içinde %5,10) tespit edilirken sadece 4'ü (%40) hedeflediği desteği bulmasına karşın elde edilen toplam 140.766 dolarlık destek ile proje başına en çok gelir elde eden (35.192 \$) tema olmuştur. Covid-19 ile ilgili Kickstarter projelerinin amaçlarına göre dağılımları ve her amaca göre başarılı ve başarısız projelerin istatistikleri Tablo 2'de bulunmaktadır.

**Tablo 2:** Covid 19 ile İlgili Projelerin Nedenleri

Covid 19 ile İlgili Kitle Fonlama Projesi Amacı	Bütün Projeler		Başarılı Olan Projeler		Başarısız Olan Projeler		Amaçlara Göre Dağılmış Projelerin Başarı Oranları	Başarılı Olan Projelerde Toplanan Fon (\$)
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)		
<b>Koruyucu önlemler ile doğrudan Covid 19 ile mücadele</b>	30	15,31	6	7,89	24	20,00	20,00	79.733
<b>Dolaylı destek*</b>	38	19,39	13	17,11	25	20,83	34,21	144.095
<i>İlgili kuruluşlara yardım</i>	8	4,08	4	5,26	4	3,33	50,00	8.555
<i>Bilgilendirme</i>	16	8,16	6	7,89	10	8,33	37,50	93.561
<i>İkincil sorunlara çözüm</i>	14	7,14	3	3,95	11	9,17	21,43	41.979
<b>Covid 19 teması ilgili ürün</b>	105	53,57	42	55,27	63	52,50	40,00	884.573
<b>Covid 19'dan dolayı yaşanan aksaklıklara ilişkin yardım isteği</b>	13	6,63	11	14,47	2	1,67	84,62	251.783
<b>“Stay home” ile ilgili ürünler</b>	10	5,10	4	5,26	6	5,00	40,00	140.766

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

\*Dolaylı destek temasının tüm değerleri, 3 alt temasının ilgili değerlerinin toplamından oluşmaktadır.

Kickstarter’da 2009 yılındaki kuruluşundan itibaren kitle fonlama projelerinin ülkelere göre dağılımı ile “Covid”, “Pandemic” ve “Corona Virus” anahtar kelimeleri ile belirlenen 196 projenin ülkelere göre dağılımları karşılaştırılmıştır. Bugüne kadar Kickstarter platformunda önerilen projelerin %71,12’sinin A.B.D. menşesine sahip olduğu görülürken bu oranın Covid-19 ile ilgili projelerde %53,06’ya gerilediği görülmektedir. Covid-19 ile ilgili proje üreten ülkeler arasında A.B.D.’nin payı dışında sadece Avustralya’nın proje önerilerinde normal döneme göre belirgin bir pay azalması olduğu görülmektedir. Proje sayısı ile doğru orantılı olarak, bugüne kadarki başarılı projelerin de %73’ü A.B.D. kökenli projelerdir. Pandemi ile ilgili projelerinde ise A.B.D.’nin yine beklenildiği gibi başarı oranının normal döneme göre azaldığı görülse de üretilen projelerdeki kadar bir azalma olmadığı fark edilmektedir (Bknz. Tablo 3). Başarısız proje dağılımlarında ise özellikle A.B.D. kökenli projelerin başarısızlığı önemli ölçüde (%70’ten %45’e) normal döneme göre azalma göstermektedir. Diğer taraftan özellikle çok sayıda proje üreten Meksika’nın Covid ile ilgili başarısız projelerinin başarısız projeler içindeki oranının normal döneme göre yaklaşık 5 kat (%1,20’den, %6,67’ye), Kanada’nın da 2,5 kat (%4,46’dan %10,00’a) arttığı gözlenmektedir.

Şimdiye kadar bütün projelerin başarı oranı %37 civarındadır. Fon istenen kitle fonlama projelerinin ülkelere göre başarılı olma oranları incelendiğinde bu oranın üstünde bir oran yakalayan Amerika Birleşik Devletleri’nin %47,11’lik başarısı dikkat çekicidir. Hem proje sayısındaki yoğunluk hem de yüksek kabul oranı pandemi ile ilgili dönemin yarattığı belirsizliklerden en başarılı sonuçlar üreten ülkenin A.B.D. olduğunu göstermektedir. Diğer ülkeler dikkate alındığında en çok proje öneren ülkelerde kabul edilebilir farklılıklar bulunmazken, yürüttüğü tek projenin destek aldığı 7 farklı ülke (Belçika, Japonya, Türkiye, Litvanya, Danimarka, Yeni Zelanda, Hong Kong) belirlenmiştir. Diğer taraftan pandemiyle ilgili başarısız projeler arasında oranı yüksek olan Kanada menşeli projelerin beklenildiği gibi başarı oranı normal döneme göre belirgin bir azalma göstermiştir (%34,62’den %7,69’a).

**Tablo 3:** Kickstarter Genel Durum ve Covid-19 Projeleri Ülkeler Arası Karşılaştırma Sonuçları

Menşei	Bütün Projeler		Başarılı Projelerin Ülkelere Göre Dağılımı		Başarısız Projelerin Ülkelere Göre Dağılımı		Projelerin Ülkelere Göre Başarı Oranı	
	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı
A.B.D.	71,12	53,06	72,67	64,47	70,14	45,83	38,86	47,11
İngiltere	9,46	12,24	10,16	10,53	9,04	13,33	40,80	33,33
Meksika	1,02	5,61	0,73	3,95	1,20	6,67	27,22	27,27
İtalya	1,16	5,10	0,72	3,95	1,43	5,83	23,56	30,00
Fransa	1,16	1,53	1,14	2,63	1,18	0,83	37,35	50,00
İspanya	0,97	2,04	0,76	1,32	1,10	2,50	29,84	25,00
Kanada	4,22	7,14	3,85	2,63	4,46	10,00	34,62	7,69
Belçika	0,21	0,51	0,18	1,32	0,23	-	31,65	100,00
Almanya	1,49	2,55	1,19	1,32	1,67	3,33	30,41	25,00
Japonya	0,30	0,51	0,38	1,32	0,25	-	47,65	100,00
Türkiye	0,04	0,51	0,04	1,32	0,04	-	37,50	100,00
Litvanya	0,03	0,51	0,02	1,32	0,03	-	35,00	100,00
Danimarka	0,35	0,51	0,36	1,32	0,35	-	39,16	100,00
Hong Kong	0,47	0,51	0,60	1,32	0,38	-	49,14	100,00
Yeni Zelanda	0,42	0,51	0,41	1,32	0,43	-	36,78	100,00
Hollanda	0,77	1,02	0,55	-	0,90	1,67	27,43	-
Avusturya	0,21	1,53	0,15	-	0,25	2,50	26,68	-
Avustralya	2,16	0,51	1,74	-	2,42	0,83	30,66	-
Çin	0,15	0,51	0,19	-	0,13	0,83	46,18	-
İrlanda	0,27	0,51	0,22	-	0,30	0,83	30,84	-
İsveç	0,59	0,51	0,57	-	0,60	0,83	36,92	-
İsviçre	0,27	0,51	0,23	-	0,30	0,83	32,17	-
İzlanda	0,03	0,51	0,05	-	0,02	0,83	55,77	-
Singapur	0,33	0,51	0,33	-	0,33	0,83	38,31	-
Rusya	0,06	0,51	0,05	-	0,06	0,83	33,45	-

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. (sonuçlar yüzde olarak verilmektedir)

Kickstarter platformunda projeler kategorilerine göre ayrılmaktadır. Karikatür, yiyecek, zanaat, yayın, sanat, tasarım, moda, teknoloji, oyun, gazetecilik, film, tiyatro, fotoğraf, müzik ve dans olmak üzere 15 farklı kategori bulunmaktadır. Tablo 4'te gösterildiği gibi, bütün

Kickstarter projeleri içinde film (%15,25), müzik (%12,81), oyun (%10,91) en çok proje üretilen ilk 3 kategoridir. Pandemi ile ilgili yürütülen projelerin kategori sıralaması değerlendirildiğinde ise ilk 3 kategori yayın (%15,82) teknoloji (%15,31), ve tasarım (%11,22) olarak farklılaşmaktadır. Başarılı projelerin oranları irdelendiğinde de bütün projelerin içinde üretilen proje sayısının da etkili olduğu görülmektedir. Müzik (%16,91), film (%15,14) ve oyun (%11,90) desteklenmiş projeler açısından en yüksek oranlara sahip ilk 3 kategoridir. Pandemiye yönelik başarılı projelerin dağılımı ise yürütülen proje sayısından bağımsız olarak ilerlemektedir. Özellikle en çok proje yürütülen 2. kategori olan teknoloji projelerinin sadece 1'i desteklenmiştir. Desteklenen projeler kategorilerine göre değerlendirildiğinde yayın (%15,79) ve oyun (%15,79) kategorileri öne çıkarken, sanat (%13,16) takip eden kategoridir. Özellikle bütün projeler kapsamında yürütülen ile başarılı olan projelerin oranları birbirine yakın seyrederken, pandemi ile ilgili projelerde sanat, fotoğraf, teknoloji kategorilerindeki oranlar arasındaki fark belirgindir. Özellikle başarısız projelerin neredeyse 4'te 1'i (%24) teknoloji projeleridir. Proje sayıları ile başarılı olan projelerin oranları değerlendirildiğinde söz konusu farklılık çok net ortaya çıkmaktadır. Yiyecek, zanaat, fotoğraf, sanat gibi kategorilerde proje desteklenme oranı 1,5-2 kat artarken, teknoloji projelerinin desteklenme oranı neredeyse 6'da 1'ine gerilemiştir.

**Tablo 4:** Kickstarter Genel Durum ve Covid-19 Projeleri Karşılaştırma Sonuçları

Kategori	Bütün Projeler		Başarılı Projelerin Kategorilere Göre Dağılımı (Yüzde)		Başarısız Projelerin Kategorilere Göre Dağılımı (Yüzde)		Projelerin Kategorilere Göre Başarı Oranı	
	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı	Genel Durum Oranı	Covid-19 Oranı
Karikatür	3,38	2,55	5,25	3,95	2,23	1,67	59,12	60,00
Yiyecek	6,04	1,02	4,10	1,32	7,23	0,83	25,81	50,00
Zanaat	2,34	3,57	1,56	5,26	2,82	2,50	25,35	57,14
Yayın	10,33	15,82	9,08	15,79	11,09	15,83	33,41	38,71
Sanat	8,08	8,67	9,49	13,16	7,22	5,83	44,63	58,82
Tasarım	8,48	11,22	8,63	10,53	8,39	11,67	38,70	36,36
Moda	6,50	4,08	4,86	2,63	7,50	5,00	28,45	25,00
Teknoloji	8,71	15,31	4,80	1,32	11,10	24,17	20,95	3,33
Oyun	10,91	11,73	11,90	15,79	10,31	9,17	41,45	52,17
Gazetecilik	1,16	3,06	0,71	2,63	1,44	3,33	23,11	33,33
Film	15,25	10,20	15,14	9,21	15,31	10,83	37,75	35,00
Tiyatro	2,51	0,51	3,98	-	1,61	0,83	60,25	-
Fotoğraf	2,53	5,61	2,18	7,89	2,75	4,17	32,68	54,55
Müzik	12,81	6,12	16,91	9,21	10,29	4,17	50,19	58,33
Dans	0,87	0,51	1,42	3,95	0,53	1,67	62,07	100,00

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. (sonuçlar yüzde olarak verilmektedir)

Yürütülen projeler, 10 ve daha fazla proje üreten ülkelerin menşesine göre ayrıştırılarak değerlendirilmiş ve sonuçlar Tablo 5’te paylaşılmıştır. Pandemi ile ilgili bütün projelerin %53’ünü üreten A.B.D.’nin “Evde Kal” sloganını temel alan proje amacı dışında her proje amacında söz konusu orana yakın değerler elde ettiği görülmektedir. A.B.D.’nin projelerinin kategorik dağılımında da bütün pandemi projelerinin dağılımına benzer bir dağılım gösterdiği; tasarım, yayın, teknoloji ve oyun kategorilerinin %50’den fazlasına sahip olduğu görülmektedir. Başarılı projeler dikkate alındığında sadece “Evde Kal” sloganı amacını taşıyan projelerin başarı oranının %50’nin altında olduğu görülmektedir. İkincil sorunların çözümünü amaçlayan başarılı projelerin tamamının, bilgilendirme ve kuruluşlara destek amaçlı projelerin de %5’inin kökeninin A.B.D olduğu görülmektedir. Ayrıca Covid-19 pandemisinin etkilerini azaltacak doğrudan mücadele amaçlı projelerin de yine %83,33’ü A.B.D.’nden yürütülmüştür. Yardım isteği ve “Evde Kal” sloganını benimsemiş proje amaçları dışında bütün proje amaçlarına yönelik oranların başarılı proje dağılımında da yükseldiği görülmektedir. Doğrudan mücadele, dolaylı mücadele ve Covid temalı ürün/hizmet amaçlarına yönelik A.B.D. kökenli projelerin bütün ve başarılı proje oranları incelendiğinde diğer ülkelere oranla daha yüksek oranda hedeflerine ulaştıkları anlaşılmaktadır. A.B.D., kategori temelli diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında gazetecilik, tiyatro, müzik kategorileri dışında bütün kategorilerde ürettiği proje oranından daha yüksek başarılı proje oranlarına sahiptir. Özellikle diğer ülkelerin belli proje kategorilerine odaklanmasından ötürü (sayıca olan proje eksikliğinin de etkisiyle) belli başlı kategorilerde A.B.D.’nin farklılaşmasına neden olmaktadır. Tiyatro ve yiyecek kategorilerinde proje üreten tek ülke konumundayken; yiyecek, moda, dans ve teknoloji kategorilerinde başarılı olan bütün projeler A.B.D. ülkesinden oluşturulmuştur. Özellikle toplam 30 teknoloji projesinde başarılı olan sadece 1 projenin kökeni A.B.D.’dir. Proje üretimi ve başarılı proje oranları açısından ülkenin en zayıf kategorisi fotoğrafçılıktır.

İngiltere’nin ise amaç olarak Covid teması ile ilgili ürüne/hizmete daha çok yönelen projelere ağırlık verdiği görülmektedir. Bütün projelerin yaklaşık %12’sini üreten İngiliz projelerinin amaçlarına göre dağılımları dikkate alındığında “Evde Kal” sloganı teması çerçevesindeki projelerin 5’te 1’i ve Covid teması ile ilgili projelerin %16’sına sahip olduğu gözlenmektedir. Bütün kategorilere yönelik projesi bulunmayan İngiltere’nin özellikle yayın, sanat, film ve fotoğraf (yaklaşık 3’te 2’si) kategorilerine yöneldiği gözlenmektedir. Başarılı projeler bağlamında, İngiliz projelerinin sadece ilgili kuruluşlara yardım sağlayarak dolaylı destek gösterdiği ve Covid-19 temalı ürünler geliştirdiği görülmektedir. Başarılı olunan kategoriler ise gazetecilik, fotoğraf, film, sanat ve yayındır.

Meksika ülkesinde projelerin amaçları doğrudan mücadele ve ilgili ürünler üzerine odaklanmaktadır. Pandemiyle ilgili bütün projelerin %6’sının kaynağı olan ülkenin doğrudan mücadele ve yardım isteği ile ilgili projelerin %15’inden daha fazlasının menşesi olduğu görülmektedir. Doğrudan mücadele amacı güden projelerin %15’e yakın bir kısmı Meksika kökenlidir. Ek olarak, zanaat ve teknoloji kategorisindeki projeler, Meksika projelerinin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Yardım isteğinde bulunan projeler açısından başarılı olan 11 projenin 2’si Meksika kökenlidir. Kategoriler açısından başarılı projeleri incelendiğinde ise zanaat (craft) kategorisinde başarı yakalanırken, bu kategoride başarılı olan 4 projenin 2’si Meksika orijinlidir.

Bütün projelerin %8’inin kökeni olan Kanada’nın, çeşitli amaçlar ve çeşitli kategorilerde proje üretmesine rağmen başarı oranı çok düşük kalmıştır. Üretilen projelerin dağılımı açısından pandemi ile ilgili ürün projelerine ağırlık verdiği görülmektedir. Özellikle genel dağılıma farklı olacak şekilde teknoloji, moda, sanat, oyun ve film kategorilerinde yoğun bir proje üretimi olduğu görülmektedir. Projelerin sadece %8’inin kökeni olan ülkenin, moda kategorisindeki projelerin 4’te 1’inin, teknoloji alanında ise 6’da 1’inin kaynağı olması ilgi çekicidir. Başarılı olan projeler Covid-19 temalı ürünleri içermektedir. Doğrudan ya da dolaylı

destek amacı güden hiçbir projesi destek almazken, başarılı olan 2 projeden biri sanat diğeri de oyun kategorisindedir.

Toplam 10 proje üreten İtalya ise, dolaylı destek projesi üretmemiştir. Doğrudan mücadele amacı taşıyan sadece 1 proje üreten İtalya; ağırlığını Covid temalı ürünler, yardım isteği ve “Evde Kal” sloganı amacı taşıyan projelere vererek söz konusu amaçlarda ortalamanın üzerinde seyretmektedir. Projelerin %80’i sanat, film, fotoğraf ve müzik kategorilerine aittir. Az sayıdaki projeye rağmen müzik ve fotoğraf kategorilerinde üretilen proje oranından çok daha yüksek başarı oranı elde edilmiştir.



Film	8,65	45,00	10,20	71,43	12,50	16,67	12,50	14,29	-	-	-	-	14,29	10,00	-	-	20,00	10,00	-	-
Tiyatro	0,96	100,0	-	-	-	15,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fotoğraf	2,88	27,27	4,08	33,33	8,33	-	12,50	16,67	9,09	9,09	-	-	-	-	-	-	20,00	18,18	33,33	16,67
Müzik	7,69	66,67	8,16	57,14	-	18,18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20,00	16,67	66,67	28,57
Dans	0,96	100,0	2,04	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. ÜKD: Ülkenin Kendi İçinde Değerlendirmesi, BPİD: Bütün Projeler İçinde Değerlendirme (sonuçlar yüzde olarak verilmektedir)



## Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, Covid-19 salgını sürecinde pandemi ile ilgili kitle fonlama projelerini incelemek, pandemi öncesi dönem ile karşılaştırmaları yaparak pandemi ile ilgili kitle fonlama projelerinin iç yüzünü anlamaya çalışmaktadır. Özellikle, pandemi gibi çevresel belirsizlikler ekonomiyi olumsuz yönde etkilerken aynı zamanda bu tip belirsizlikler girişimciler için bir fırsata da dönüşebilmektedir. Özellikle pandemi dönemi ile toplumun dijitalleşmeye yönelik faaliyetlerini artırması beklenmektedir. Diğer taraftan dünyayı etkisi altına alan pandeminin yeni gereksinimler ortaya çıkartmasıyla oluşan fırsatlardan, dijital girişimcilik kapsamında da değerlendirilen kitle fonlama aracılığıyla faydalanan girişimcilik faaliyetlerinin gelişeceği düşünülmektedir.

Pandeminin kitle fonlama açısından pandemi ile ilgili girişimcilik faaliyetlerini nasıl etkilediği ve söz konusu projelerin genel durumu, araştırmanın temel odağını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda dijital kitle fonlama platformlarının en önemlilerinden biri olarak kabul edilen Kickstarter’da, pandemi ile ilgili projeler araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma örneklemini Kickstarter’da “Covid”, “Pandemic” ve “Corona Virus” anahtar kelimeleri ile yapılan tarama sonucunda mükerrer ve ilgisiz olan çalışmaların çıkartılarak elde edilen 196 proje oluşturmaktadır.

Ocak 2020’den beri yaklaşık 18.000 proje başarılı olmuş ve 400 milyon dolar bu projelerde fon olarak destekçilerden girişimler için bağışlanmıştır. 2019 yılı Ocak-Temmuz 19 aralığında 330 milyon dolar toplanmıştır (statista.com). 2020 yılının aynı döneminde, toplanan destek miktarında artış görülmektedir. Fakat, “pandemi” ile ilgili proje sayısı sadece 232 projeye sınırlı kalmıştır. Pandemi ile ilişkisi sadece ifade edilmesi ya da iptal/erteleme gibi güncellemeler dışında kalan proje sayısı 196’dır. Pandeminin etkisinin güçlendiği mart ayından beri ise yaklaşık 12.000 projenin sadece 196’sının (%1,63) pandemi ile ilişkili olması girişimcilerin Kickstarter platformunda bu yönde fazla proje üretmediğini göstermektedir. Bu sonuç yazında ilgili alanda rastlanılan tek çalışma olan Moine & Papiasse (2020) ile farklılık göstermektedir. Fransız platformlarında Covid ile ilgili projelerin ve toplanan fonun oranı Kickstarter’a göre çok daha yüksek düzeydedir. Kickstarter’da Covid pandemisinden sadece bahseden projeler bile dikkate alındığında (232 proje) oran yüzde 2’yi aşmamaktadır.

Pandemi ile ilgili üretilen projelerin başarı oranı (%38,78) ile şimdiye kadar başarılı proje oranları (%37) birbirine çok yakındır. Aradaki küçük farkta yardım isteğinde bulunan projelere yönelik daha fazla destek olma isteğinin yattığı düşünülmektedir. A.B.D.’nin pandemi ile ilgili bütün projelerin %53’ünü oluşturması, 2009’dan beri bütün proje üretimi oranlarına bakıldığında yaklaşık %20 eksik kalmaktadır. Söz konusu farkın nedenini, ilk yıllarda sıklıkla A.B.D. kökenli projeler olmasına karşın özellikle son dönemde platformun küreselleşmesi açıklamaktadır. Dolayısıyla projelerin kökeni açısından Covid pandemisine bağlı önemli bir farklılık olmadığı düşünülmektedir. Toplanan fonun %73’ünün A.B.D. kökenli projelere dağılmasının, özellikle destekçilerin önemli bir kısmının A.B.D.’de olmasından ötürü doğal bir sonuç olduğu düşünülmektedir.

Pandemi ile ilgili projelerin amaçlarının; koruyucu önlemler ile doğrudan Covid-19 ile mücadele, dolaylı destek, Covid-19 teması ilgili ürün, Covid-19’dan dolayı yaşanan aksaklıklara ilişkin yardım isteği, “Stay home” ile ilgili ürünler olmak üzere 5 başlıkta toplandığı görülmektedir. Bu sonuç yazında ilgili alanda rastlanılan tek çalışma olan Moine ve Papiasse (2020) ile tutarlıdır. Doğrudan mücadeleye yönelik projelerin başarısızlığı dikkat çekmektedir. Özellikle teknoloji, zanaat ve tasarım temelli doğrudan mücadele projelerinin destek bulmadığı görülmektedir. Teknoloji temelli projelerin Kickstarter platformu yerine Indiegogo platformunu tercih etme eğilimlerinin de bu sonuçlar da etkili olduğu düşünülmektedir. Kickstarter’da bu tip inovatif ürünleri barındıran projelerin hızlı gelişen bu

salgına yönelik ciddi bir hazırlığı tamamlayamamasından ötürü destekçilerde bir güven oluşturamamasının sonucun bu şekilde çıkmasına neden olduğu öngörülmektedir.

Ülkeler arası kıyaslamalar yapıldığında ise A.B.D., Kanada ve Meksika gibi Amerika kıtası ülkelerinin doğrudan mücadele ve dolaylı destek ile ilgili projelerin %90'lık kısmına sahip olduğu görülmektedir. İngiltere, İtalya, Almanya ve Fransa ülkelerinin içinde bulunduğu Avrupa Birliği (A.B.) üye ülkelerinin ise daha çok Covid-19 temalı ürünleri temel alan projelere, yardım isteklerine ya da “evde kal” sloganına odaklandığı görülmektedir. Özellikle İngiltere, İtalya ve İspanya gibi ülkelerde salgının başlarda çok önemsenmemesi hatta İngiltere’de “sürü bağışıklığı” politikası ile özel bir önlem alınmaması gibi yaklaşımların, girişimcilerin de salgını önleyici ya da azaltıcı projeler yerine ilgili ürünleri ya da yardımı temel alan projeleri tercih etmelerine yol açtığı düşünülmektedir. Diğer taraftan A.B. kökenli projelerin az olmasının Avrupalı girişimciler ve destekçilerin pandemi ile ilgili projelerde kendi ülkelerindeki platformları (Indiegogo, KissKissBankBank, Ulele, Leetchi, Crowdfunder vb.) tercih etmelerinin etkisi olduğu düşünülmektedir.

Kategori temelli sınıflandırma dikkate alındığında, genel durum ile Covid-19 ile ilgili projelerin ağırlıklı olarak yayın, teknoloji, tasarım ve film üzerine odaklandığı görülmektedir. Film dışında diğer 3 kategoride genel duruma göre önemli bir artış gözlenmektedir. Diğer yandan bu 3 kategori için başarısızlık oranının da genel duruma göre daha yüksek olduğu bulgulanmıştır. Kısacası; pandemi ile ilgili özellikle teknoloji olmak üzere, yayın ve tasarım kategorili projelerin başarısızlığı da dikkat çekmektedir. Covid ile ilgili başarılı projelerin neredeyse yarısı (%47) sanatsal faaliyet (Yayın, sanat, film, müzik, fotoğraf, karikatür) kategorisindedir. Bir tek sanatsal faaliyetler içerisinde yer alan tiyatro kategorisinde bir araya gelme zorunluluğundan ötürü başarılı proje üretilememiştir. Sanatsal projelerin bu denli başarılı olma nedeninin, çevresel gelişmelere yönelik sanatçıların hızlı cevap verebilme yetkinliklerinin olduğu düşünülmektedir. Bir başka yönden, teknoloji ve tasarım kategorilerinin başarısız projelerin yaklaşık 3'te 1'ini (%35) oluşturduğu görülmektedir. Ar-Ge sürecinin sanatsal faaliyetlere görece uzun olmasının, söz konusu başarısızlığın altında yatan temel sorun olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın kısıtları arasında veriler için bağış ve ödül temelli kitle fonlama platformu olarak sadece Kickstarter sitesinden faydalanılmıştır. Kickstarter platformunun tercih edilmesinin nedeni küresel anlamda en önemli bağış ve ödül temelli platform olarak kabul edilmesi bulunmaktadır. Ek olarak, Kickstarter platformunda girişimciler; bazen vatandaşı olduğu ülkeyi çeşitli nedenlerle (bazı ülkelerden proje başlatılamaması, fon aktarma zorluğu, Kickstarter politikaları vb.) değiştirerek başka ülke kökenli projeyi başlatmaktadırlar. Söz konusu istisnai durumları ayıklamak için gerekli verilere erişim olanağının bulunmaması nedeniyle proje köken olarak neresi görünüyorsa veri olarak o kabul edilmiştir.

Gelecek araştırmalar, Kickstarter platformu dışında kalan diğer platformları da örneklem olarak kabul ederek konuyu irdeleyebilir. Platformlar arası karşılaştırmalar yapılarak, platformların yoğunlaştığı amaç ve alanlar tartışabilir. Bağış ve ödül temelli kitle fonlama dışında diğer kitle fonlama türleri de incelenerek Covid-19 ile ilgili kitle fonlama projeleri değerlendirilebilir. Konu ile ilgili yapılacak çalışmalar ile Covid-19 pandemisinin kitle fonlamaya etkileri ya da Covid-19 ile ilgili kitle fonlama projelerinin gelişimini incelemek özellikle gelecek dönemde dünya genelinde işsizliğin artmasından ötürü artacağı düşünülen kitle fonlama üzerinden girişimciliğin gelişmesine katkı sağlayabilir.

Özellikle proje amaçlarının, proje menşeleri dikkate alınarak sınıflandırıldığında farklı dağılımların olduğu gözlemlenmektedir. Ülkelere göre proje kategorilerinde de dağılım farklılıkları tespit edilmiştir. Amerika kıtası dışındaki doğrudan mücadele ya da dolaylı destek projelerinin fon gereksinimi için yerel kitle fonlama platformlarının da dikkate alınması

sonuçlar doğrultusunda önerilmektedir. Ayrıca, tüm kategorilerdeki pandemi ile ilgili başarısız projelerden yola çıkılarak, girişimcinin, hızlı fon toplayabilmek adına platforma sunduğu olgunlaşmamış ya da fon sahibinde karşılık bulmayan projelere dikkat edilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Teknoloji kategorili projelerin başarısındaki genel duruma oranla yüksek düşüşün (%21→%3), bu durumu desteklediği ve mevcut talebin tam anlamıyla karşılanmadığı düşünülmektedir. Dolayısıyla teknoloji ve tasarım gibi alanlarda, sunulan ürüne yönelik gereksinimin ve uygunluğun çeşitli pazar araştırması yöntemleriyle tespit edilmesi projenin başarısı açısından önerilmektedir. Ek olarak, sadece başarılı 1 yiyecek projesinin 78.852\$ fon toplaması ve %50 başarı oranına sahip olması, bu kategoride iyi bir projenin parlak sonuçlar elde edebileceğinin bir göstergesidir. Benzer şekilde, oyun (23.967\$ - %52,17), fotoğraf (27.759\$ - % 54,55) ve zanaat (50.247\$ - %57,14) kategorileri de hem proje başına toplanan fon hem de proje başarı oranları olarak yüksek değerlere ulaşmıştır. Bu anlamda, Kickstarter’da bu kategorilerin girişimciler tarafından dikkate alınmasının başarıya götüren etmenlerden olacağına inanılmaktadır.

Bütün bu değerlendirmeler ışığında, pandemi ile ilgili proje yönetecek olan girişimcilerin; projelerinin amacı, menşei ve kategorilerini bütüncül bir şekilde değerlendirerek hareket etmelerinin proje başarılarını etkileyebileceği düşünülmektedir. Çalışmanın sonuçlarının, pandemi ile ilgili bağış ve ödül temelli kitle fonlama projelerini Kickstarter’da yürütmek isteyen girişimcilere yol gösterici olacağı umulmaktadır.

### Kaynakça

- Açıkgöz, B. (2018). Girişimciler için bir finansman aracı olarak kitle fonlaması: III. Uluslararası Bozok Sempozyumu içinde (256-262. s.). Yozgat: Türkiye. [https://www.researchgate.net/profile/Betul\\_Acikgoz/publication/335543475\\_Girisimciler\\_icin\\_Bir\\_Finansman\\_Araci\\_Olarak\\_Kitle\\_Fonlamasi/links/5d6cf248a6fdcc547d722de3/Girisimciler-icin-Bir-Finansman-Araci-Olarak-Kitle-Fonlamasi.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Betul_Acikgoz/publication/335543475_Girisimciler_icin_Bir_Finansman_Araci_Olarak_Kitle_Fonlamasi/links/5d6cf248a6fdcc547d722de3/Girisimciler-icin-Bir-Finansman-Araci-Olarak-Kitle-Fonlamasi.pdf)
- Akçığıt, U. ve Akgündüz, Y.E. (2020). Türkiye’de Covid-19 odaklı talep şoklarının coğrafi ve sektörel yayılımı. 07.08.2020, [https://static1.squarespace.com/static/5ea248ab088c8a2eba15d2d1/t/5ec375af9a04bf2fff61c09c/1589867957715/Covid\\_Turkiye\\_19Mayis.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5ea248ab088c8a2eba15d2d1/t/5ec375af9a04bf2fff61c09c/1589867957715/Covid_Turkiye_19Mayis.pdf)
- Alon, I., Farrell, M., ve Li, S. (2020). Regime type and Covid-19 response. *FIIB Business Review*, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2319714520928884>
- Atsan, N. ve Erdoğan E. (2015). Girişimciler için alternatif bir finansman yöntemi: Kitlesele fonlama (crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 297-320.
- Beaulieu, T., Sarker, S. ve Sarker, S. (2015). A conceptual framework for understanding crowdfunding. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(1), 1-31.
- Bernardino, S. ve Santos, J.F. (2016). Financing social ventures by crowdfunding: The influence of entrepreneurs’ personality traits. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(3), 173-183.
- Bons, E., Daams, M., Neijnsens, E., Ottenheim, D., Segeren, M., ve Van der Sommen, G. (2010). Open innovation: the benefits of crowdsourcing. 06.06.2020, <https://www.emilebons.nl/publicFiles/100110openInnovationtheBenefitsOfCrowdsourcing.pdf>
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and the federal securities laws. *Colum. Bus. L. Rev.*, 1.

- Brown, R., ve Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the Covid-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352673420300305?casa\\_token=cC8F1KiaAsAAAAAA:-wFuozDLor22BDP8tKkUx\\_t3AzcWx3V4nXmOTEEP0rA2Bn6T4ZwdyXKtgQ4DM8edtXixPIerbbB](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352673420300305?casa_token=cC8F1KiaAsAAAAAA:-wFuozDLor22BDP8tKkUx_t3AzcWx3V4nXmOTEEP0rA2Bn6T4ZwdyXKtgQ4DM8edtXixPIerbbB)
- Çağlar, M. T. (2019). Yeni nesil alternatif finansman yöntemi olarak kitlesel fonlama: Dünya ve Türkiye uygulaması. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 18-34.
- Dulock, H. L. (1993). Research design: Descriptive research. *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, 10(4), 154-157.
- Eğri, T ve Doğaner, A. (2020). Covid-19 ve ekonomik kriz: Kobiler özelinde bir değerlendirme ve politika önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 128-145.
- Ekici, O., Sırma, İ. ve Aytürk, Y. (2019). Alternatif finansman yöntemi olarak kitle fonlaması ve yenilikçilik ilişkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 13(2), 215-230.
- Gerber, E. M., Hui, J. S. ve Kuo, P. (2012). Crowdfunding: why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms, 05.05.2020, <https://pdfs.semanticscholar.org/c1e2/a1068f0af1c3120c62be5943340518860ecb.pdf>
- Helmer, J. (2014). 8 ways to cut through the crowdfunding clutter. *Entrepreneur*, 42(6), 86-90.
- Howell, S., Lerner, J., Nanda, R. ve Townsend, R., (2020). Financial distancing: How venture capital follows the economy down and curtails innovation. *Harvard Business School Working Paper*, <https://www.nber.org/papers/w27150.pdf>
- International Monetary Fund (2020). World Economic Outlook Update, June 2020, 06.08.2020, <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>
- Karaarslan, M. H. ve Altuntaş, B. (2015). Sosyal pazarlamanın yeni aracı: kitle fonlaması: 20. Ulusal Pazarlama Kongresi içinde (487-497. s.). Anadolu Üniversitesi: Eskişehir.
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., ve Tiberius, V. (2020). The economics of Covid-19: Initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1067-1092.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., ve Berger, E. S. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the Covid-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2352673420300251?token=541CF984B7F7DEA250C54183130BD12D3E6213528C0F82B0876223A77201157AEF76F7ABDA5F677030105E024CF4CDF6>
- Longenecker, C.O., Simonetti, J.L. ve Sharkey, T.W. (1999). Why organizations fail: the view from the front-line. *Management Decision*, 37(6), 503-513.
- Manchanda, K. ve Muralidharan, P. (2014) Crowdfunding: A new paradigm in startup financing. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 9(1), 369-374.
- Maritz, A., Perenyi, A., de Waal, G., ve Buck, C. (2020). Entrepreneurship as the unsung hero during the current Covid-19 economic crisis: Australian perspectives. *Sustainability*, 12(11), 4612, <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/11/4612>

- Marom, D., Robb, A. ve Sade, O. (2015). Gender dynamics in crowdfunding (Kickstarter): Evidence on entrepreneurs, investors, deals and taste-based discrimination, *SSRN Work. Pap*, 2442954.
- McKibbin, W. J., ve Fernando, R. (2020). The global macroeconomic impacts of Covid-19: Seven scenarios. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3547729](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3547729)
- Mitchell, M. L., ve Jolley, J. M. (2012). *Research design explained*. Cengage Learning.
- Mitra, D. (2012). The role of crowdfunding in entrepreneurial finance. *Delhi Business Review*, 13(2), 67-72.
- Moine, A., ve Papiasse, D. (2020). Evidence from France: How crowdfunding is being used to support the response to Covid-19. [http://eprints.lse.ac.uk/105226/1/europpblog\\_2020\\_04\\_24\\_evidence\\_from\\_france\\_how\\_crowdfunding\\_is\\_being.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/105226/1/europpblog_2020_04_24_evidence_from_france_how_crowdfunding_is_being.pdf)
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Onur, M. N., ve Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding-kitle fonlaması. *T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları*, 7, 1-18.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M. ve Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, 22(4), 443-470.
- Ratten, V. (2020a). Coronavirus disease (Covid-19) and sport entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEER-06-2020-0387/full/html>
- Ratten, V. (2020b). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-14.
- Schwienbacher, A. ve Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *SSRN Electronic Journal*, 1-23.
- The European Crowdfunding Network (2020). Early impact of Covid-19 on the European crowdfunding sector, 07.08.2020, <https://eurocrowd.org/2020/04/14/early-impact-of-covid19-on-the-european-crowdfunding-sector/>
- Valančienė, L., ve Jegelevičiūtė, S. (2014). Crowdfunding for creating value: stakeholder approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 599-604.
- Vural, A. ve Doğan, D. U. (2019). Girişimcilik finansmanında yeni bir model: Kitle fonlaması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 88-100.
- <https://www.gofundme.com/c/blog/fundraising-for-coronavirus>
- <https://www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/>
- <https://www.kickstarter.com/>
-