

GİRİŞİM FONLAMASINDA SOSYAL SERMAYENİN ÇEVİRİMİÇİ ROLÜ: KİTLESEL FONLAMA ÜZERİNE BİR ARAŐTIRMA¹

THE ONLINE ROLE OF SOCIAL CAPITAL IN VENTURE FUNDING: A RESEARCH ON CROWDFUNDING

Artür Yetvart MUMCU * Göksel ATAMAN **

*Araştırma Makalesi / Geliş Tarihi: 03.05.2021
Kabul Tarihi: 30.06.2021*

Öz

İşletmelerin kurulum sürecinde ihtiyaç duyulan fonun temini, girişimciler için önemli bir sınırlılık oluşturmaktadır. Bu soruna alternatif bir çözüm olarak ortaya çıkan ve yakın gelecekte önemli bir fonlama sistemi olma potansiyeline sahip kitlesel fonlama, bu araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Araştırmada hem sosyal hem de ekonomik girişimlerin fonlanması için yeni bir yöntem olan kitlesel fonlamanın başarısında, sosyal sermayenin etkileri incelenmiştir. Çalışma yazında konuyla ilgili nitel ağırlıkta olan sonuçların, nicel olarak test edilmesi temeline dayanmaktadır. Bu kapsamda Türkiye’de girişimi için ihtiyaç duyduğu fonu toplamak amacıyla proje yayınlamış ödül ve bağış bazlı 251 kitlesel fonlama proje sahibine anket uygulanmıştır. Hedef fonuna ulaşabilen projeler başarılı, ulaşamayanlar ise başarısız olarak kodlanmıştır. Çevrimiçi bir girişim fonlaması süreci olan kitlesel fonlama, sosyal sermayenin yine çevrimiçi boyutuna odaklanan çevrimiçi sosyal sermaye kapsamında ele alınmıştır. Bağımsız değişken olarak ele alınan çevrimiçi sosyal sermayenin aracı ve dayanışmacı boyutlarının, başarıyı yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca cinsiyet ve eğitim durumunun da kitlesel fonlama başarısı üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, çevrimiçi sosyal sermaye, kitlesel fonlama.

JEL Sınıflaması: L26, G21, O16

Abstract

The provision of funds needed in the establishment process of businesses creates an important limitation for entrepreneurs. Crowdfunding, which emerged as an alternative solution to this problem and has the potential to become an important funding system in the near future, has been the subject of this study. In the research, the effects of social capital on the success of crowdfunding, which is a new method for funding both social and economic enterprises, were examined. This study is based on the quantitative testing of qualitatively weighted results on the subject. In this context, a questionnaire was applied to 251 award and donation-based crowdfunding project owners who have published projects in Turkey to collect the funds they need for their initiative. Projects that could reach the target fund were coded as successful and those that could not, as unsuccessful. Crowdfunding, an online venture funding process, is considered within the scope of online social capital, which also focuses on the online dimension of social capital. It was concluded that the mediator and solidarity dimensions of online social capital, which is considered as an independent variable, predict success. In addition, it has been observed that gender and educational status have an effect on crowdfunding success.

Keywords: Entrepreneurship, Online Social Capital, Crowdfunding.

JEL Classification: L26, G21, O16

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2021; 6(2) ,359-372 / DOI: 10.29106/fesa.931075

* Dr., Öğr.Görevlisi, T.C.İstanbul Arel Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Programı, İstanbul – Türkiye, arturmumcu@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2276-0145,

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

1. Giriş

lke ekonomilerinin ve toplumların refah seviyelerinin en önemli kaynaklarından ve de belirleyicilerinden biri olan işletmelerin, hem kurulum hem de yönetim süreçleri birçok araştırmaya kaynak oluşturmaktadır. İşlemelerin de ilk kurulum aşamasında karşılaştıkları en büyük sorunlardan biri olan fon bulma süreci geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemini korumaktadır. İş melekleri, bankalar ve finans kurumları gibi kaynaklardan fon ihtiyacının giderilmesinin önkoşulları ve sınırlılıkları, alternatif finans kaynaklarına ihtiyacı her geçen gün arttırmaktadır (Lehner, Grabmann, ve Ennsgraber 2015 S. 171–89).

Topluluklardan fon toplama geleneği, ülkemizde düğünlerde altın/para yardımı yapmak, öğrencilere burs vermek, hasta kişilere maddi manevi yardımda bulunmak, ihtiyaç sahiplerine gıda yardımı yapmak, hastaların tedavilerine destek olmak ya da yeni iş kuracaklara destek olmak şeklinde karşımıza çıkmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişimi ve internet kullanımının artmasıyla bu süreçlerin dijitalleştiği ve de desteklerin web platformları tarafından gerçekleştirildiği kitlesel fonlama sistemi her geçen gün daha fazla kullanım alanı bulmakta ve bilinirliğini arttırmaktadır.

Topluluklardan fon toplamak sadece ülkemizde değil birçok ülkede ve kültürde karşımıza çıkmaktadır. 18. Yüzyılda Avrupa’ da Mozart ve Beethoven, sanatsever soylulara abonelik sistemi yaratarak konser ve yeni bestelerini henüz gerçekeştirmeden satma yoluyla fon sağlamışlardır. Bunun dışında Amerika Birleşik Devletlerinin en önemli sembollerinden biri olan zgrlk Anıtının tamamlanması için yönetimin bütçe ayıramaması sebebiyle, 1885 yılında yenilenme çalışmaları için A.B.D. ve Fransız halkından yardım toplanmıştır. (Hemer 2011). Pulitzer dlnn kurucusu ve modern gazeteciliğin yaratıcısı olarak anılan Macar asıllı Joseph Pulitzer, sahibi olduğu New York World gazetesi aracılığıyla bu kampanyayı gerçekeştirilmiş olup, 250.000 \$ toplanarak anıt bugünkü halinin temellerine kavuşmuştur (Historydaily 2020; Pulitzer 2020).

Fon toplama süreçlerinin dijitalleştiği ve ticari bir kapsamda ele alındığı kitlesel fonlama platformu tanımıyla ilk web sitesi 2001 yılında ABD de “www.artistshare.com” ismiyle kurulmuştur. Tüm dünyada hizmet veren ve en ünlü kitlesel fonlama sitelerinden biri olan Kickstarter ise 2009 yılında kurulmuş ve ilk projesi olan pebble akıllı saat projesi ile ismini duyurmuştur. Kickstarter 2011 yılında 100 milyon \$, 2012 yılında ise 300 milyon \$ fon toplamış, 2014 yılında bu rakam 1 milyar \$’ a ulaşmıştır (Davidson ve Poor 2015 S. 289–307; Steinberg ve Demaria 2012). Bugün ise (2020) toplamda 493705 proje fonlamaya sunulmuş ve toplamda 5,16 milyar \$ toplanmıştır. Platformda projelerin başarılı olma oranı ise %37,89 olarak belirtilmiştir. Kickstarter’ ın ilk uygulayıcılarından biri olan Scott Wilson, Fast Company firmasıyla yenilikçi tasarımı olan Apple’ ın iPod Nanowatch projesin için sadece 30 günde yaklaşık 1 milyon dolar toplamıştır (Kickstarter 2019; Scott 2020).

Çevrimiçi bir girişimcilik fon toplama sistemi olan kitlesel fonlamanın karakteri gereği yeni ve güncel yöntemlerle ele alınması gerekliliğinden yola çıkarak, birçok çalışmada ve de girişimcilerin başarisında çok kritik bir role sahip olan sosyal sermayenin de günümüz koşullarında evrimii bir boyutla ele alınması gerekliliği çalışmamızın da altyapısını oluşturmaktadır.

Günümüzde sosyal sermayenin oluşturulması ve korunmasına destek olduğu ifade edilen ve akıllı telefonlar vb. birçok cihaz üzerinden kullanılan sosyal medya uygulamaları, sesli aramalar, oyunlar vb. Çevrimiçi etkileşimler ile insanları doğrudan veya dolaylı olarak birbirine bağlayarak belirli topluluklara avantajlar ve fırsatlar sunmaktadır (Tan vd. 2018 S. 255–66). Bu yeni iletişim yöntemleri çerçevesinde Faucher 2018 yılındaki eserinde evrimii sosyal sermayeyi (SS) açık bir dille tanımlamış; kullanıcıların dijital olarak bağlı olduğu ağ topluluğunda, kişinin algıladığı ve sayısal olarak da belirtilebilecek bir değer olarak ifade etmiştir.

Çevrimiçi ağların SS ile ele alınıp kitlesel fonlama başarisına olan ilişkisinin ortaya konulması hem kitlesel fonlama süreçlerine hem de SS’ nin öneminin ortaya konulması açısından önem teşkil etmektedir. Özellikle tüm dünyayı olumsuz yönde etkileyen Covid-19 Pandemisi sürecinin yaşattığı zorlukların ve olumsuzlukların üstesinden gelebilmek adına, iş hayatının ve sosyalleşme şekillerinin değişmesi de bu önemi destekler niteliktedir (Nugroho 2020 S. 74–78). Bu kapsamda kitlesel fonlama gibi proje odaklı ve evrimii erişimiyle ne çıkan fonlama benzeri birçok sistem gelişime açıktır. Ayrıca yine pandemi sebebiyle gerçekeşteki sosyalleşme yöntemlerinden farklı şekillerde iş görüşmeleri, her seviyede eğitim-ğretim, akraba ziyaretleri, bayramlaşmalar, kongreler, toplantılar vb. birçok etkinliğin dijitalleşmesi, sosyal sermayenin de buna uygun şekilde ele alınması zaruretini doğurmaktadır.

Bu araştırma “kişilik özelliklerinin kitlesel fonlama üzerine etkisinde evrimii sosyal sermayenin aracılık rolünün incelenmesi” konulu doktora tezinden türetilmiştir.

2. Literatür Taraması

2.1. Kitlesele Fonlama

Kredi masraflarının artması, borçlanma koşullarının ağırlaştırılması, yatırımcı bulmada yaşanan zorluklar vb. sebeplerden dolayı birçok girişimci; iş melekleri, bankalar ya da girişim sermayesi fonları gibi finansal araçlar yerine internet aracılığıyla, finansman kaynağı aramaya başlamıştır (Lehner vd. 2015 S. 171–89). Toplumda bu girişimlere destek olma motivasyonuna sahip kişilerin de sayısının artması sonucunda başlangıç aşamasındaki yeni girişimlere sermaye sağlayan kitlesele fonlama, yeni bir yatırım yaklaşımı olarak ortaya çıkmıştır. En basit haliyle, kitlesele fonlama bir proje ya da girişimin bir grup insan tarafından internet aracılığı ile finanse edilmesidir (Bradford 2012 S. 1; Onur ve Değirmenci 2015 S. 1–18).

Bir diğere ifadeyle kitlesele fonlama; yeni girişimlerde ihtiyaç duyulan başlangıç sermayesi için topluluktan fon isteme sürecidir. Kitlesele fonlama sayesinde girişimciler ve küçük işletme sahipleri, girişim sermaye arayışlarına alternatif çözümler üretebilmektedirler. Girişim fonlamalarında melek yatırımcılar ve kurumlardan tahsis edilen kredilere alternatif bir çözüm olarak ortaya çıkan kitlesele fonlama, projeleri internet kullanıcılarına ve ilgililere ulaştırmaktadır (Steinberg ve Demaria 2012).

Kitlesele fonlama sisteminde dört önemli aktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki fonu temin eden yani maddi desteği veren kişiler olan kitlesele fonlama destekçileridir. İnternet üzerinden projelere ulaşarak, istedikleri projeyi destekleyip toplumsal bir fon kaynağı oluşturmaktadırlar. Bu süreçteki bir diğere aktör ise projeyi ortaya koyan ve yöneten kişiler olan kitlesele fonlama proje sahipleridir. Bu aktörler sosyal veya ekonomik girişimleri için proje oluşturup, fon arayışını kitlesele fonlama platformlarında gerçekleştirmektedirler. Bu sürecin bir diğere aktörü ise kitlesele fonlama platformlarıdır. Destekçileri ve proje yaratıcılarını bir web sitesi üzerinden buluşturan kurumlar olarak hizmet vermektedirler (Mitra 2012 S. 67–72). Ayrıca düzenleyici kurumlar da süreci yönetmek ve hukuki altyapının oluşturulması ve takip edilmesi sürecinde önemli rol oynamaktadır. Ülkemizde kitlesele fonlama düzenlemeleri SPK tarafından gerçekleştirilmekte ve denetlenmektedir (SPK 2019).

Kitlesele fonlama ödül ve bağış bazlı çeşitlerinin yanı sıra ülkemizde henüz fiilen faaliyete geçmemiş olan paya dayalı ve borçlanma bazlı çeşitleri de birçok ülkede kullanılmaktadır. (Çubukçu 2017 S. 155–72; T.C. Resmi Gazete 2019).

2.2. Çevrimiçi Sosyal Sermaye

ÇSS, sosyal sermayeyi oluşturan birçok unsurdan sadece biridir. Tek başına bir kişinin veya kurumun sosyal sermayesini temsil edecek bir kavram olmasa da, her geçen gün önemi ve gücü artmaktadır. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve bunların kişisel ve kurumsal iletişim kültürüne yansımaları sonucu sosyal sermayenin çevrimiçi boyutunun belirgin bir forma girmeye başladığı da gözlemlenmektedir (Ellison, Steinfield, ve Lampe 2007 S. 1143–68; Kobayashi, Ikeda, ve Miyata 2006 S. 582–611).

Teknolojinin hayatımızın her boyutuna dâhil olması sonucu sosyal sermayenin yeni bir boyut kazanmaya başlaması, çevrimiçi unsurunu ortaya çıkartan en önemli unsurlardan biridir. Özellikle büyük şehirlerde ve iş hayatında, geçmişte sadece yüz yüze ve telefon, mektup vb. iletişim cihazlarıyla olan iletişimimizin yerini birçok farklı cihazla kullandığımız internet almıştır (Wellman vd. 1996 S. 213–38). Bu gelişmeler ışığında internet kullanımının hiç olmadığı dönem ile internetin kullanımının yeni başladığı 1990’lı yıllar arasındaki sosyal sermaye kavramlarıyla ilgili ayrımların ortaya konulduğu görülmektedir. Bu ayrımlar neticesinde internet kullanımına ve bu çevrimiçi mecrada meydana gelen sosyal sermaye formuyla ilgili “çevrimiçi sosyal sermaye” kavramı karşımıza çıkmaya başlamıştır (Haythornwaite 2002 S. 385–401; Skoric, Ying, ve Ng 2009 S. 414–33; Williams 2006 S. 593–628). İnternet kullanımının hayatımızın önemli bir parçası olmasından önce, sosyal sermaye kavramında çevrimiçi/çevrimdışı ayrımı bulunmamaktaydı. Bu yüzden bu ayrım ÇSS kavramının ortaya konulması ve yaygınlaşmasından sonra ayrımın gerekliliği anlaşılmış ve ÇSS ile ilgili araştırmalar ortaya konulmaya başlamıştır (Ko, Hwang, ve Ji 2010 S. 103–18; Skoric vd. 2009 S. 414–33; Williams 2007 S. 398–406).

Özellikle öncü çalışmalardan ilk defa ÇSS kavramına değinen Wellman ve arkadaşları 1996 yılındaki araştırmalarında; ağlarının insanları makinelere bağladığı gibi, insanları birbirine de bağladığını ve sosyal ağlar haline getirdiğini ifade etmişlerdir (Williams 2006 S. 593–628). Bu tür bilgisayar destekli sosyal ağların ve sanal toplulukların, bilgisayar destekli ortak çalışma gruplarının ve tele-çalışmanın da temellerini oluşturduklarını ifade

etmişlerdir. Ayrıca bilgisayar destekli sosyal ağlar kavramını ilk kez ortaya koymuşlardır (Wellman vd. 1996 S. 213–38).

Sonraki çalışmalarda da internetin ve özellikle de sosyal medya kullanımının, farklı sosyal sermaye türlerinin oluşturulmasını ve kullanılmasını kolaylaştıran farklı etkinlikleri içerdđđi ortaya konulmuştur (Burke, Marlow, ve Lento 2010 S. 1909–12). Çevrimiçi aktiviteler, kullanıcıların hayatlarında tanışma ve iletişim kurma olasılığı düşük zayıf bağlarla ilişkiler kurmalarına ve sürdürmelerine izin vererek kullanıcıların aracı sosyal sermaye kurmasını sağladığı da ifade edilmektedir (Ellison vd. 2007 S. 1143–68).

Sosyal medya kullanımı, ağ boyutu veya arkadaş sayısı, kullanıcıların zayıf bağlarıyla oluşturdukları aracı sosyal sermayeleri ile ilişkilidir (Burke vd. 2010 S. 1909–12). Çevrimiçi kullanıcılarının ağlarının çoğu zayıf bağlardır ve zayıf bağların sayısı kullanım arttıkça hızlı bir şekilde büyümektedir (Manago, Taylor, ve Greenfield 2012 S. 369). Geniş ve çeşitli sosyal ağların mevcudiyeti, daha geniş bir iletişim grubu ile daha fazla ve sık mesaj alışverişine izin vererek, aracı sosyal sermayeyi geliştirmekte ve de kullanıcıların yeni bilgilere ulaşma şansını arttırmaktadır (Ellison vd. 2007 S. 1143–68; Tong ve Walther 2011 S. 98–118). Bu açıklamalar ışığında sosyal ağ siteleri kullanıcıların güçlü bağlarla oluşturdukları dayanışmacı ÇSS'sini de geliştirmesinde yardımcı olabileceđđi görüşü doğmaktadır. Mevcut birçok aktivite arasında, özel mesajlaşma, yorum yapma ve fotoğraf etiketleri gibi tanıdıklar arasında gelişen iletişim de dayanışmacı sosyal sermayenin destekçisidir. (Burke vd. 2010 S. 1909–12; Ellison vd. 2007 S. 1143–68; Kim ve Shen 2020 S. 106222)

Bir diğer öncü çalışma olan Haythornthwaite'ın 2002 yılındaki çalışmasında da çevrimiçi ve çevrimdışı ağlar, sosyal sermayenin güçlü ve zayıf bağları kapsamında ele alınmıştır. Güçlü ve zayıf bağ özelliklerinin, çevrimdışı ortamlarda olduğu gibi çevrimiçi ortamlarda da bulunduğunu ifade etmişlerdir (Haythornthwaite 2002 S. 385–401). Öncü çalışmalardan bir diğer olan Norris' in 2002 yılındaki araştırmasında ise çevrimiçi farklı özellikteki grupların (etnik, demografik, politik vb.) sosyal sermayenin dayanışmacı ve aracı boyutlarına olan etkilerini ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda çevrimiçi katılımın sanal bir topluluk olarak hizmet etmenin yanı sıra, benzer görüş ve inançları paylaşanlar arasındaki bağlantıları derinleştirme kapasitesine de sahip olduğunu ifade etmiştir (Norris 2002).

Kaynağını Putnam'dan alarak günümüze kadar evrilmiş olan zayıf bağlardan oluşan aracı, güçlü bağlardan oluşan dayanışmacı boyutlar Williams'ın aracı ÇSS ve dayanışmacı ÇSS kavramlarına kadar ulaşmıştır (Williams 2006 S. 593–628). Biz de çalışmamızda Williams'ın sosyal sermayenin bu boyutlarını kullanarak yine çevrimiçi süreci temel alan bir girişim fonlama çeşidi olan kitlesel fonlama' yı inceleyeceğiz.

2.3. Kavramlar Arası İlişkiler

Araştırmamıza konu olan kitlesel fonlama ve sosyal sermaye ilişkisinin ele alındığı birçok çalışma literatürde yer almaktadır. Bu çalışmalardan Zheng ve arkadaşları Amerika ve Çin' de bulunan kitlesel fonlama platformlarını kıyaslama ile sosyal sermayede kültürel farklılıkları incelemişlerdir. Çin ve ABD proje sahiplerinin internet kullanımları ile ölçülen sosyal ağlarının, hem Çin hem de ABD'deki kitlesel fonlama performansı üzerinde pozitif yönde önemli etkileri olduğu, fakat ağları kullanma yöntemlerinde farklılıklar bulunduğu sonucuna ulaşmıştır (Zheng vd. 2014 S. 488–96). Bir diğer çalışmada projelerin yaratıldığı ülkeden alınan destek ile uzak bölgelerden toplanan fonlar kıyaslanmış, proje ile fon sağlayıcı arasındaki coğrafî mesafe ilişkisinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca proje sahiplerinin yakın çevrelerinden toplayabildikleri fonların az olduğu, fonun asıl kaynağının proje sahibinin tanımadığı kişiler tarafından toplandığı tespit edilmiştir. Geçmiş çalışmalarda elde edilen; geleneksel girişimci ile yatırımcının mekansal yakınlığının, finansal desteđđi arttırması sonucunun aksine, bu araştırmada bağlılığın eski öneminin kalmadığı, iletişimin dijitalleşmesi ve kitlesel fonlama sayesinde coğrafî mesafenin eski önemini yitirdiđđi sonucuna ulaşmıştır (Agrawal, Catalini, ve Goldfarb 2015 S. 253–74). Araştırmalarda birkaç teori çerçevesinde yoğunlaştığı görülmekte olup, geçmiş çalışmalardan da yola çıkarak sosyal sermayenin başarı durumuna etkisinin sinyal teorisi kapsamında ele alınabileceđđi kanaati oluşmuştur (Lin, Boh, ve Goh 2014 S. 13309).

Temelde taraflar arası bilgi asimetrisinin oluşturduğu olumsuzlukların giderilmesine odaklanan sinyal teorisi bakış açısı (Busenitz, Fiet, ve Moesel 2005 S. 1–12; Spence 1978 S. 281–306) kitle fonlamasının dinamiklerini anlamada yararlı olabilecektir (Beugre 2014 S. 10611–10611). Başarı durumuna etki edebilecek bir unsur olarak ele aldığımız sosyal sermayenin, hem Kitlesel Fonlamayı destekleyecek hem de çevrimiçi boyutun önemini ortaya koyabilecek potansiyeli, birçok çalışmada olduğu gibi bizim çalışmamızda da sinyal teorisi kapsamında ele alınmıştır (Beugre 2014 S. 10611–10611; Chan ve Parhankangas 2017 S. 237–63; Lin vd. 2014 S. 13309).

Bu kavramsal altyapıdan yola çıkararak kitlesel fonlama başarisını etkileyen unsurlardan sosyal sermayenin önemi doğrultusunda, ülkemizde de sosyal ağların kitlesel fonlamada başarı durumunu ne yönde etkilediği araştırmamızın konusunu oluşturmuştur. Mevcut alışmalarda Başarılı projelere odaklanmasından farklı olarak da çalışmamızda hem başarılı hem de başarisız projeler ele alınmış ve aralarındaki anlamlı farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sinyal teorisi kapsamında kitlesel fonlamada sosyal sermayenin başarıya etkisinin ne yönde olacağını ortaya koyma amacıyla hipotezimiz aşağıda sunulmuştur.

H¹:evrimii sosyal sermayenin kitlesel fonlama başarisı üzerinde etkisi vardır.

Araştırma sorusu: Demografik zelliklerin kitlesel fonlama başarisı üzerinde etkisi var mıdır?

3. Yöntem

Araştırmada nicel bir araştırma yöntemi olan anket kullanılmıştır. Türkiye’deki Kitlesel Fonlama proje yaratıcıları çalışmamızın evrenini, bu proje sahipleri içerisinden projesinin fonlanma süreci birmiş ödül ve Bağış bazlı projesi olanlar ise örnekleme oluşturmuştur. Bu rneklem dahilinde Türkiye’de Kitlesel Fonlama projesine sahip, projesi yayımlanmış ve fonlama sürecini tamamlamış başarılı ve başarisız proje sahipleri incelenmiştir. Çalışmada Türkiye’de bilimsel araştırmalarda en çok tercih edilen kolayda örnekleme kullanılmıştır. (Kurtuluş 2004). Araştırma kapsamında bugüne kadar Türkiye’de kitlesel fonlama projesi yayımlanmış olan toplam 1549 proje tespit edilmiş olup, bu sayı araştırmanın örneklem sayısını oluşturmuştur. Verilerin toplanması amacıyla anket, toplanan verilerin istatistiksel analizi için ise SPSS programı kullanılmıştır. Anket formu iki farklı ölçek kullanılarak oluşturulmuştur (SS, başarı durumu).Toplam 442 anket yanıtlanmış, bunların içerisinden tüm soruları tamamlanmamış ve şüpheli (182 örnek) olan, ayrıca 18 yaşından kk katılımcı (9 örnek) elendikten sonra toplam 251 geçerli ankete ulaşılmıştır. Araştırmanın rnek sayısı 251 olarak belirlenmiş ve bu örnekler üzerinden analizler geçekleştirilmiştir.

Araştırmada kişilik zelliklerinin, Kitlesel Fonlama başarisı üzerindeki etkisinde, evrimii Sosyal Sermayenin aracı etkisi incelenmiştir. SS, dayanışmacı ve aracı boyutlarıyla ele alınmış ve 5’li likert ile lmlştr. Bağımlı değişken olan başarı durumu ise projesi fonlanmış olanlar başarılı, projesi hedef fona ulaşmamış olanlar ise başarisız olarak (binary) ele alınmıştır. Analizler SPSS programında geçekleştirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın ncelikli amacı dünyada ekonomik istikrarın ve gücün önemli aktörlerinden olan girişimcilerin projelerini hayata geçirmek için ihtiyaç duydukları fona ulaşabilmelerine olanak sağlayan, özellikle son 10 yıldır uygulanan kitlesel fonlama sisteminin tanımlanması, öncüllerinin tespiti ve en nihayetinde başarıya ulaşmak için bir öngörü oluştırmaya katkı sağlamaktır. Ayrıca dijitalleşmenin çok hızlı bir şekilde arttığı ve tüm ilişkilerin ve iletişimin hızla dijital medya üzerinden geekleştirildiği göz önüne bulundurulduğunda, sosyal sermayenin de bu değişime uygun kapsamda ele alınması kritik öneme sahiptir. Ayrıca Covid-19 pandemisinin sosyalleşme ve iş yapma şeklini değiştirmiş olması, alternatif ve dijital girişimcilik modellerinin gelişmesi gerekliliğini de destekler niteliktedir.

Bu amaç doğrultusunda kitlesel fonlama proje sahiplerinin başarılarında sosyal sermayenin yerinin ortaya konulması ve hangi çeşit sosyal sermayenin ne yönde etkisi olduğu incelenmiştir. Bu amaçla ülkemizde ödül ve bağış bazlı kitlesel fonlama projesi hazırlamış ve fonlamaya çalışmış 251 kişi incelenmiştir. Bu şekilde kitlesel fonlama proje yaratıcıları, çalışmamızın örneklemini oluşturmuştur. Kitlesel fonlama proje sahiplerine olan Fongogo, Fonbulucu, Crowdfon, Arıkovanı, Kickstarter, Indiegogo, Ideanest, Gogetfunding kitlesel fonlama platformlarındaki profillerinden ve de sosyal medya hesaplarından ulaşılmıştır. Proje sahibinin Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olup, projesinin Türkiye’de olması kapsamında anketler uygulanmıştır.

3.2. Ölçekler

SS leği olarak Willims’ın 2006 yılında geliştirdiği 20 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu lek aracı (bridging) SS (10 soru) ve dayanışmacı (bonding) SS (10 soru) olarak iki boyutludur. Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan alpha değerleri; aracı sosyal sermaye için 0.896, dayanışmacı sosyal sermaye için 0.841’dir (Williams 2006 S. 593–628). Ölçek lkemizde ilk kez bu çalışmada kullanılması sebebiyle Türkçe’ye tercüme edilmiştir. Öncelikle Türkçe’den İngilizce’ye, daha sonra da farklı tercümanlar ile İngilizce’den tekrar Türkçe’ye vrilmiş, en sonda ise tercüme sürecinde hiç yer almamış 3 kişilik bir komisyon tarafından farklılıklar üzerinde tartışılıp ölçeğin son haline ulaşılmıştır. Süreçte kr eviri yapılmış, tercümenin her sürecinde farklı tercümanlar kullanılmıştır. Tercmanların niteliği de anadili seviyesinde İngilizceye hakim, orijinal dil kültürü

hakkında bilgi sahibi, tercüme konusunda lisans ve lisansüstü eğitim almış öğretim üyeleri kullanılmış, son adımda ise İngilizce bilgisinin yanı sıra işletme bilim dalında öğretim üyesi olan kişiler kıyaslamaları tamamlayıp ölçeğin son halini oluşturmuştur (Acar Güvendir ve Özer Özkan 2015 S. 23–33; Brislin 1986 S. 137–64; Çapık, Gözüm, ve Aksayan 2018 S. 199–210; Coster ve Mancini 2015 S. 50; Hall, Wilson, ve Frankenfield 2003 S. 159–68; WHO 2017).

Kontrol değişken olarak da cinsiyet (1=kadın, 2= erkek, 3= diğer), yaş(1=18-22, 2=23-28, 3=29-40, 4=41-60), eğitim durumu (1=İlköğretim, 2=lise, 3=önlisans, 4=lisans, 5=yüksek lisans, 6=doktora), kitlesel fonlama platformu (1=Arıkovanı, 2=Fongogo, 3=Fonbulucu, 4=Crowdfon, 5=Kickstarter, 6=Indiegogo, 7=Gogetfunding, 8=Ideanest, 9=Diğer), kitlesel fonlama türü (1=bağış, 2=ödül) kullanılmıştır.

4. Bulgular

Aşağıda araştırmamızda ele aldığımız değişkenler arası ilişkilerle ilgili topladığımız verilerin analizi sonucu elde ettiğimiz bulgular sunulmuştur.

Araştırmamız kapsamında elde ettiğimiz 251 örneğin 130' u başarılı, 121'i ise başarısız projelerden oluşmuştur. Projelerin 149'u ödül bazlı, 102' si ise bağış bazlıdır. Ödül bazlı projelerin başarılı olma oranı %63,1, bağış bazlı ise %47' dir. Platform seçiminde 147 proje sahibinin Fongogo' yu, 35'i Fonbulucu, 16' sının ise Arıkovanı' nı tercih ettiği görölmüştür. Proje sahiplerinin 169' u erkek, 75' i kadın olup, 7' si ise cinsiyetini belirtmek istememiştir. Kadınların başarı oranı %68, erkeklerin ise %45' dir. Doğrulayıcı faktör analizi gerçekteştirilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Faktör Analizi

Değişkenler	Faktör Yüğü	Cronbach	CR	AVE
Dayanışmacı Çevrimiçi Sosyal Sermaye				
DÇSS_01	,711			
DÇSS_02	,770			
DÇSS_03	-,767			
DÇSS_05	,705	,839	0,90	0,55
DÇSS_07	,801			
DÇSS_09	-,781			
DÇSS_10	,669			
Aracı Çevrimiçi Sosyal Sermaye				
AÇSS_12	,820			
AÇSS_14	,786	,922	0,89	0,67
AÇSS_19	,856			
AÇSS_20	,813			

Not: DÇSS: Dayanışmacı Çevrimiçi Sosyal Sermaye; AÇSS: Aracı Çevrimiçi Sosyal Sermaye

Faktör analizi sonucu 0,6 seviyesine ulaşamayan yükteki sorular analizden çıkartılmıştır. Çıkartılan sorular neticesinde, Aracı ÇSS' nin (KMO=839; Varyans=%55,469) ve dayanışmacı ÇSS' nin (KMO=693; Varyans=%67) faktör analizleri sonucu orijinal ölçeğin iki boyutuna ulaşılmıştır. Güvenirlik testlerinde de Cronbach alfa değerleri Dayanışmacı (0,839) ve Aracı (0,922) Çevrimiçi Sosyal Sermaye için ölçeğin orijinaline yakın değerler olarak tespit edilmiştir.

Ayrıca, tüm gizli yapıların bileşik güvenilirlik (CR), 0.89 ile 0.90 arasında olup 0.7 sınırını aşmıştır. Tüm yapıların ortalama çıkarılan varyans (AVE) puanları, 0,55 ile 0,67 puanları arasında olduğundan yapının yakınsak geçerliliği yeterli seviyede görölmüştür (Fornell ve Larcker 1981 S. 39–50).

Değişkenler arası Korelasyon analizi aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7
1 Cinsiyet	1						
2 Yaş	,059	1					
3 Eğitim	-,077	-,024	1				
4 KF Türü	,022	,003	,070	1			
5 KF Platformu	,072	,001	,091	-,069	1		
6 Aracı SS	,060	-,129*	-,130*	-,123	,110	1	
7 Dayanışmacı SS	-,057	-,029	-,015	-,045	,099	,536**	1
8 KF Başarı Durumu	-,218**	,110	,259**	,078	,012	-,168**	,170**

SS=evrimii sosyal sermaye, KF=Kitlesele Fonlama, *=p<0,05, **=p<0,01

Yukarıda yer alan korelasyon tablosunda görüldüğü üzere; kitlesele fonlama başarı ile eğitim durumu arasında pozitif yönlü; başarı durumu ile cinsiyet, aracı SS, dayanışmacı SS arasında ise negatif yönde düşük seviyede korelasyon görülmektedir (p<0,01). Çevrimiçi sosyal sermayenin aracı ve dayanışmacı boyutlarının da pozitif yönde orta seviyede korelasyonları tespit edilmiştir (p<0,01). Yaş ve eğitim durumu ilişkisinde de aracı SS ile negatif yönde düşük seviyede korelasyon görülmektedir. Anket formunda cinsiyet kategorik olarak kodlanmış olduğundan, cinsiyetle ilgili korelasyonların yn ile ilgili bir tespitte bulunulmayacaktır.

Yukarıda yer alan korelasyon analizi sonucu başarı durumu ile ilişkili olduğu tespit edilen cinsiyet, eğitim durumu, aracı ve dayanışmacı SS değişkenlerinin ilişkilerini gösterir analiz aşağıda sunulmuştur. Bu analizler bağımlı değişken olan başarı durumunun ikili (başarılı/başarısız) olması sebebiyle Lojistik regresyon kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İkili değişkenlerin sürekli bir değişken olmaması sebebiyle araştırmada logaritmik bir hesaplama olan ve ön koşul gerektirmeyen lojistik regresyon kullanılmıştır (Li vd. 2016 S. 126–38; Zhou vd. 2019 S. 0898264319839594).

Tablo 3.Değişkenler arası Lojistik Regresyon Analizi

	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	95% EXP(B)	
						Lower	Upper
Aracı SS	-,741	,176	17,794	,000	,477	,338	,673
Dayanışmacı SS	1,672	,373	20,077	,000	5,322	2,561	11,057
Cinsiyet	-,843	,292	8,361	,004	,430	,243	,762
Eğitim Durumu	,697	,198	12,422	,000	2,008	1,363	2,959

Bağımlı Değişken= Başarı Durumu

Yukarıda yer alan tabloda görülüğü üzere aracı ve dayanışmacı SS, cinsiyet ve eğitim durumu ile birlikte kitlesele fonlama başarısını etkilemektedir. Lojistik regresyon analizinde yer alan Hosmer ve Lemeshow testi, modelin iyi bir model olup olmadığı hakkında bilgi verir. Model için iyi denebilmesi için ‘‘p’’ değerinin 0.05’den büyük olması gerekmektedir (Hosmer Jr, ve diğerleri, 2013). Yaptığımız testler sonucu tüm ilişkilerde Hosmer ve Lomeshow katsayılarının p>0.05 olduğu ve model uyumun mevcut olduğu grlmştr. Ayrıca Omnibus testi ile modelin anlamlılık seviyesi (p<0,05) oraya konulmaktadır. Omnibus değerı doğrusal regresyonda yer alan F değerinin karşılığıdır (Leech, Barrett ve Morgan, 2014). Tabloda verilen %95 güven aralığı (CI) değerleri benzer gruplarda çalışma 100 kez tekrarlandığında çalışmaların 95’inde elde edilecek bağımlı değişkendeki değişimi gösterir Odds Ratio (OR) değerlerini verir. Exp (B) stnunda bulunan OR değerı lineer regresyondaki Beta katsayısı ile benzer nitelikte bir değerdir. İlişkilerin yorumlandığı ‘‘Variables in the Equation’’ başlığı altındaki bu tablolarda değişkenler arası ilişkilerin anlamlılık seviyesi, güven aralığı (95% C.I. ÜST (B)) stnunda yer alan düşük/yüksek değerleri içerisinde ‘‘1’’ rakamının bulunması durumunda, anlamlılık stnunun p>0,05 olması beklenmektedir. Anlamlılık stnunun p<0,05 olması durumunda ise güven aralığı stnunda ‘‘1’’ rakamının bulunmaması beklenmektedir (Kiliç, 2015). Araştırmada tüm ilişkiler güven aralığı referansları da göz önünde bulundurulmuştur.

Dayanışmacı SS’ nin (OR=5,322; GA=2,561-11,057; p<0,001) ve aracı SS’ nin (OR=–0,477; GA=0,338-0,673; p<0,001) bağımlı değişken üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu grlmştr. Ayrıca cinsiyet (OR=–0,430; GA=0,243-0,762,p<0,005) ve eğitim durumu (OR=2,008; GA=1,363-2,959; p<0,001) da kitlesele fonlama

başarisının yordayıcısıdır. Başarı üzerinde en yüksek ve pozitif etkiye sahip değişken ise dayanışmacı ÇSS'dir. Dayanışmacı ÇSS'deki bir birimlik artış, başarı durumunu 5,32 kat arttırabilecek olasılığa sahiptir. Eğitim durumu da başarı üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir. Eğitim durumundaki bir birimlik artış ise başarı durumunu 2 kat arttırabilecek olasılıktadır. Aracı ÇSS ve cinsiyet ise başarı durumu üzerinde negatif yönde bir etkiye sahip olsa da, düşük beta değerleri bu etkinin asgari seviyede olduğunu göstermektedir.

Modelin anlamlılığı ve model uyumu Hosmer ve Omnibus testleriyle incelenmiştir (Hosmer= $p>0,05$; Omnibus= $p<0,001$). Modelin açıklayıcılığı da $R^2=16,4$ olarak görülmüştür. Ayrıca başarı durumunun tahmin edilebilirliğinde de $16,3$ ' lük bir artış gözlenmiştir (Tahmin= $51,8-68,1$). H^1 kabul edilmiştir.

Cinsiyetin başarıya etkisinin incelenmesi amacıyla başarı durumunu cinsiyete göre dağılımlarını gösterir tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 4.Cinsiyetin Başarı Durumuna Göre Dağılımı

		Kadın	Erkek	Diğer	Toplam
Başarisız	Proje sayısı	24	92	5	121
	%	19,8%	76,0%	4,1%	100,0%
Başarılı	Proje sayısı	51	77	2	130
	%	39,2%	59,2%	1,5%	100,0%
Toplam	Proje sayısı	75	169	7	251
	%	29,9%	67,3%	2,8%	100,0%

Yukarıda yer alan tabloda görüldüğü üzere 251 projenin 169' u erkek, 75' i kadın girişimci adaylarına aittir. Cinsiyetini belirtmek istemeyen katılımcılar ise 7 kişidir. Erkeklerin tüm projeler içerisindeki başarı oranı $59,2$, kadınların ise $39,2$ olarak tespit edilmiştir. Fakat kadınların toplam 75 projesinde 51 projesi başarıya ulaşarak, kadın örnekleminde başarı oranı 68 ' dir. Erkeklerde ise 77 başarılı, 92 başarisız proje ile kendi örnekleminde 46 başarı oranı görülmektedir.

Tablo 5.Cinsiyetin Aracı Çevrimiçi Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi

		B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	95%C.I.EXP (B)	
							Lower	Upper
Kadın	AÇSS	-,589	,263	5,019	,025	,555	,332	,929
Erkek	AÇSS	-,206	,153	1,810	,179	,814	,603	1,099

AÇSS=Aracı çevrimiçi sosyal sermaye,
Bağımlı Değişken=Başarı Durumu
 $R^2=0,099$; Omnibus (F)= 5,520; 0,05

Tablo 6.Cinsiyetin Dayanışmacı Çevrimiçi Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi

		B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	95%C.I.EXP (B)	
							Lower	Upper
Kadın	DÇSS	,344	,493	,487	,485	1,410	,537	3,706
Erkek	DÇSS	,796	,317	6,294	,012	2,217	1,190	4,131

DÇSS= Dayanışmacı çevrimiçi sosyal sermaye,
Bağımlı Değişken=Başarı Durumu
 $R^2=0,051$; Omnibus (F)= 6,600; $p=0,01$

Yukarıda yer alan tablolarda görüldüğü üzere aracı çevrimiçi sosyal sermayenin başarı durumuna etkisinde kadınlar anlamlı ($p<0,05$), erkekler anlamsız; dayanışmacı sosyal sermayenin başarı durumuna etkisinde tam tersi bir etkiyle erkeklerde anlamlı ($p<0,05$), kadınlarda ise anlamsız olduğu görülmüştür. Kadınların aracı ÇSS ile ilişkisinde negatif yönde düşük beta katsayısı bu anlamlılığın asgari seviyede olduğunu göstermektedir. Erkeklerin dayanışmacı ÇSS ile olan ilişkisinde ise yüksek beta katsayısı; dayanışmacı ÇSS'nin erkeklerin başarı durumunu 2,22 oranında arttırabilecek güce sahip olduğunu ifade etmektedir.

5. Tartışma

Çalışmamızda girişimlerin kurulum aşamasında en önemli sorunlardan biri olan fon temini için bankalar, iş melekleri, finans kurumlar vb. kaynaklara alternatif olabilecek bir sistem olan kitlesel fonlamanın, başarı durumunu etkileyen öncüller incelenmiştir. Bu öncüllerden kontrol değişkenler olan yaş, cinsiyet, eğitim durumu, kullanılan kitlesel fonlama platformu, kitlesel fonlama türü, bağımsız değişken olarak da sosyal sermayenin çevrimiçi boyutları ele alınmıştır. ÇSS; Williams' ın 2006 yılındaki çalışmasından yola çıkarak Türkçeleştirdiğimiz ölçek ile aracı ve dayanışmacı boyutlar altında kitlesel fonlama başarıları ölçülmüştür. Çalışmamızda elde ettiğimiz bulgulardan Tablo 1' de görüldüğü üzere eğitim durumu, cinsiyet ve ÇSS' nin her iki boyutunun da başarı durumuna etkisi görülmüştür.

ÇSS'nin başarı durumuna etkisini incelerken elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda ise; aracı ÇSS' nin negatif yönde, dayanışmacı ÇSS' nin ise pozitif yönde, etkili olduğu görülmüştür. Negatif yönde ve düşük beta katsayısıyla (-0,477) olması sebebiyle zayıf bağlardan oluşan aracı çevrimiçi sosyal sermayenin başarı durumu üzerinde etkisinin düşük olduğu, daha fazla dayanışmacı çevrimiçi sosyal sermaye olan güçlü bağların başarı durumunu etkilediği görülmüştür. Ülkemizde geleneksel bir toplumsal yapıya sahip olmamız sebebiyle tanıdıklar ve akrabalarından oluşan dayanışmacı ÇSS'nin daha fazla aktif olarak kullanıldığı, birçok araştırmada da finansal başarının zayıf bağların gücü olduğu ve bu sebeple de başarıyı daha fazla etkilediği görüşü doğmuştur (Sarı 2015 S. 55–72). Ayrıca beta katsayısından yola çıkarak dayanışmacı çevrimiçi sosyal sermayenin başarı durumunu 5,32 kat daha fazla arttırabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Her ne kadar dijital bir fonlama sistemi de olsa ülkemizde kitlesel fonlamada yakın tanıdıklar ve akrabalar bu sürecin önemli aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Projenin başarısının yüksek oranda bu güçlü bağların desteğine bağlı olduğu görülmektedir. Yerel ve küçük projelerde bu destek yeterli gibi görünse de, yüksek bütçeli projelerde güçlü bağların desteklerinin yeterli olması mümkün görülmemektedir. Girişimcilerin veya proje yaratıcılarının güçlü bağları tanıdık kişilerle sınırlıyken, zayıf bağların gücü dünyanın birçok ülkesini kapsayan bir yapıdadır. Bu yüzden zayıf bağları harekete geçirebilecek projelerin geliştirilmesi kritik bir öneme sahiptir (Agrawal vd. 2015 S. 253–74). Güçlü bağlarla fon toplamak için kitlesel fonlama vb. bir sisteme gerek bile olmadan projeye fonlama yapılabilir. Bu yüzden yapılması gereken zayıf bağları ikna edebilecek ve harekete geçirecek projelerin ortaya konulmasıdır.

Aracı sosyal sermayenin desteğine ulaşabilmek için profesyonelleşmenin yanı sıra iletişim kanallarının doğru ve etkin bir şekilde kullanılması kritik bir öneme sahiptir. Çevrimiçi paylaşımlar ve profesyonelleşme yoluyla aracı çevrimiçi sosyal sermayeyi ulaşabilmenin kitlesel fonlama başarısını önemli ölçüde etkilemesi sebebiyle (Borst, Moser, ve Ferguson 2018 S. 1396–1414), aracı çevrimiçi sosyal sermayenin geliştirilmesi için proje tanıtımlarının sosyal medya kullanımı ile desteklenmesi gerekmektedir (Moore ve Mcelroy 2012 S. 267–74). Bu sonuçlardan yola çıkarak aracı çevrimiçi sosyal sermayenin gelişiminin desteklenmesi başarı durumunda daha fazla artış sağlayabileceği görüşünü doğurmaktadır. Aracı ÇSS'nin gelişimi için ise projelerin daha profesyonel hazırlanıp, tanıdık olmayan potansiyel destekçi üçüncü kişileri de sürece dahil edip ikna edebilecek niteliklere ulaşmasının sağlanması da göz önünde bulundurulması gereken önemli bir husustur (Leone ve Schiavone 2019 S. 803–16). Yurtdışındaki örneklere baktığımızda başarılı projelerin tüm dünyadan fon alabildiği ve çok yüksek miktarlarda desteklere ulaşabildiği görülmektedir (Klempt vd. 2009). Ülkemizde de projelerin daha nitelikli hale getirilerek başarı oranlarının arttırılmasının yanı sıra yüksek bütçeli fonlamalara ulaşabilmek için eğitimlerin ve desteklerin arttırılması hususu kritik bir önem arz etmektedir. Birçok özel ve kamu kurumunda girişimcilikle ve projelendirmelerle ilgili eğitimler ve destekler olmasına rağmen, çevrimiçi tanıtımlar ve iletişim kanallarının doğru şekilde kullanımı ile ilgili desteklerin sınırlı olduğu görülmektedir. Günümüzde devlet başkanları, yöneticiler, global firma sahipleri/yöneticileri, kurumlar, kişiler toplumuyla paylaşmak istedikleri bilgileri ve mesajları sosyal medya kanalları üzerinden yayınlarken, incelediğimiz projelerin veya proje sahiplerinin sosyal medya hesabı hiç olmadan veya aktif olarak kullanmadan süreçleri yaşıyor olması, çevrimiçi süreçlerin aslında ne kadar fazla geliştirilmeye açık olduğunun bir göstergesidir. Sosyal medya paylaşımlarının özellikle kitlesel fonlama üzerindeki etkisi birçok araştırmada ele alınmış ve de başarıyı önemli ölçüde etkilediği de ortaya konulmuştur (Borst vd. 2018 S. 1396–1414; Moissejev 2013; Yozgat ve Güngörmez 2015 S. 462–71).

Kontrol değişken olan cinsiyetin başarı durumuna olan etkisi incelendiğinde ise; aracı ÇSS' nin başarı durumuna etkisinde kadınlar anlamlı ($p<0,05$), erkekler anlamsız; dayanışmacı sosyal sermayenin başarı durumuna etkisinde tam tersi bir etkiyle erkeklerde anlamlı ($p<0,05$), kadınlarda ise anlamsız olduğu görülmüştür (Tablo 4). Kadınların aracı bağlardan oluşan ve daha fazla projenin niteliğine odaklanarak destek almalarını sağlayan aracı ÇSS' lerinin erkeklere oranla daha yüksek olması, kadınların başarı durumunu olumlu yönde etkilemiştir. Kadınların aracı ÇSS' yi daha fazla kullanabildiklerinden yola çıkarak; kadınların projelerinde daha profesyonel bir yaklaşıma sahip

oldukları görüşü doğmaktadırdır. Ataerkil toplumlarda erkeklere iş kurarken mali destek olunması durumu, erkeklerin dayanışmacı SS üzerinden başarıya ulaşmalarını destekler niteliktedir. Kitlesele fonlama sisteminin uygulamasında ve başarıya ulaşmasında farklı kültürlerde farklı uygulamalara rastlandığı görülmektedir (Hrisch 2015 S. 636–45; Zheng vd. 2014 S. 488–96). Hofstede kültürel boyut ayırımında Türkiye’ nin kültürel boyutları erkek girişimci adaylarına güçlü bağlar yoluyla destek olunmasına açıklık getirebilecek bir yaklaşımdır (Dursun 2013; Hofstede 1984). Özellikle Türkiye’ de girişimcilerin belirsizlikten kaçınma boyutunda da ele alındığı çalışmalardan da yola çıkararak (ncl, Deniz, ve İnce 2016 S. 255–69), bu boyutun da kitlesele fonlama girişimcilerinin cinsiyeti yönünden incelenmesi, gelecek çalışmalarda ele alınabilecek konular arasındadır.

Tablo 2’ de yer alan regresyon analizi sonucunda elde ettiğimiz veriler, başarı durumunu etkileyen unsurları %16,3’ lk oranda tespitinin istatistiki olarak açıkladığını göstermektedir. Bu oran her ne kadar bağımlı değişkenin açıklanmasında çok yüksek bir seviyede olmasa da, başarı durumu gibi çok kritik ve tespiti g bir kavramın açıklanmasında sonraki çalışmalara ve de sürecin aktörlerine fayda yaratabilecek bir seviyededir. Başarıyı etkileyen diğer unsurlar da gelecekteki çalışmalarda ele alınabilecektir.

6. Sonuç

Araştırmamız neticesinde elde ettiğimiz veriler doğrultusunda ülke ekonomilerinin gelişimine de katkı sağlayabileceği düşünülen Kitlesele Fonlama sisteminin, kanun koyucuların düzenlemeleri başta olmak üzere, girişimcilerin ve sürecin tüm aktörlerinin bilinçlenmesiyle kısa dönemde girişimler için çok önemli bir fon kaynağı olabileceği görüşü doğmaktadırdır. Bu yüzden hukuki altyapının geliştirilmesi, ayrıca bilimsel çalışmaların nicelik ve kapsam bakımından geliştirilmesi hem Kitlesele Fonlamanın gelişimine hem de ülke ekonomilerine katkı sağlayabileceği görüşü doğmuştur. Fakat unutulmaması gereken bir konu olarak kitlesele fonlamanın girişimlerin kurulum finansını temin etmekle sınırlı olduğu unutulmamalıdır. İşletmenin ekonomik sürdürülebilirliğinde girişimcinin işletmecilik bilgisi, işletmenin ömrünü ve karlılığını belirleyecek önemli bir faktördür. Özellikle sektör tecrbesi, mevzuat, muhasebe, yönetim ve finans bilgisi ve birikimi projenin uzun dönem başarısını etkileyecek birincil konulardır (Gökçen ve Ataman 2020).

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar doğrultusunda Kitlesele fonlamada kadınların, erkeklere oranla daha az proje ortaya koymalarına rağmen, projelerinde daha yüksek oranda başarılı oldukları grlmştr. Bunun sebepleri olarak da kadın girişimci adaylarının süreçte daha fazla engelle karşılamış oldukları ve bunun sonucu olarak da daha nitelikli ve daha yüksek motivasyona sahip oldukları kanaatine ulaşılmıştır. Ayrıca Kitlesele Fonlama sisteminde başarıda kilit role sahip Aracı evrimii Sosyal Sermayeyi erkeklere oranla daha etkin kullanabildikleri grlmştr. Kitlesele fonlama her ne kadar dijital bir süreç gibi görünce de ülkemizde erkek proje sahiplerinin yakın çevrelerinden aldıkları desteklerle projelerini hayata geçirebildikleri grlmştr. Zayıf bağların gücü henüz Türkiye’de başarı durumunu etkileyebilecek seviyeye ulaşamamıştır. Yüksek miktarlı geniş projelerin hayata geçirilmesi için çok büyük öneme sahip aracı sosyal sermayeye ulaşabilmenin gerekliliklerinin tespiti ve uygulanması hem kişisel hem de ülke ekonomisinin gelişimi açısından da üzerinde durulması gereken bir husustur.

Araştırmamızda Putnam’ ın Sosyal Sermayenin Aracı boyutunu aıklarırken ortaya koyduğu zayıf bağların bazı olumsuz yönlerinden farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Putnam’ ın ve Kim ve Shen’ in çalışmalarında zayıf bağlar; seyrek etkileşimler içeren sosyal ilişkiler ve düşük duygusal yakınlık seviyeleri olarak ifade edilmiş, ayrıca duygusal destek sağlayamadıkları ifade edilmiştir. Kitlesele Fonlama evreninde ise evrimii Aracı Sosyal Sermayede internet üzerinden yüz yüze iletişimden daha fazla sıklıkta bir iletişim süreci görülmekte, ayrıca bu sık iletişimler ile duygusal destek de sağlanabileceği öngörüsüyle Putnam’ ın grşlerden farklı bir zayıf bağ etkisi olduğu kanaati doğmuştur. Fakat Putnam’ ın zayıf bağların, güçlü bağlardan çok daha fazla yeni bilgilere maruz kalabileceği, zayıf bağlar tarafından yeni bilgiler aktarıldıkça, diğer zayıf bağları olan bireylerin yeni teknolojileri benimseme ve iş bilgisi alma olasılıklarının da daha yüksek olacağı (Centola ve Macy 2007 S. 702–34; Granovetter 1973 S. 347–67; Rogers 1995 S. 25–38) görüşü de çalışmamız dahilinde desteklenmiştir.

Araştırmamızda anketin pandemi döneminde yapılmış olması sebebiyle, pandemi öncesi veya sonrası dönem ile farklı sonuçlar oluşabileceği önemli bir kısıt olarak karışımıza çıkmıştır. Ayrıca kitlesele fonlamanın sadece ödül ve bağış bazlı türlerinin ülkemizde kullanılabilmesi, sadece bu iki tür kitlesele fonlamanın incelenebilmiş olması, proje sahiplerine sadece evrimii kanallardan ulaşılabilmış olması da bir diğer sınırlılıktır. Projelerin çoğunun bir platformda yoğunlaşmış olması (Fongogo), erkek proje sahiplerinin çoğunlukta olması, sosyal sermayenin sadece evrimii boyutunun ele alınması ve SS’ nin sadece ölçek kapsamında ele alınmış olması da çalışmamız diğer sınırlılıklarını oluşturmuştur.

Gelecekteki çalışmalarda SS, ölçeklerle birlikte sosyal medya kullanım frekanslarının ve kullanım çeşitliliği, niteliği ile birlikte ele alınması, her geçen gün önemi artan evrimii süreçlerin daha ayrıntılı bir şekilde ortaya konulabilmesi yönünde katkı sağlayabilecektir. Ayrıca farklı girişim fonlama sistemlerinin ve girişimin kurulum aşamasından sonraki evrimii süreçlerin, girişimi ne yönde etkileyeceği hususu da ele alınabilecek konular arasındadır. Ayrıca lkemizde başarı durumunu güçlü bağlardan oluşan dayanışmacı sosyal sermaye ile elde edilebildiği, fakat aracı SS kullanımının arttırılması ile başarı oranlarının daha yüksek seviyeler taşınabileceği hususuna odaklanarak yeni çalışmaların kurgulanması önem arz etmektedir.

EK : Çevrimiçi Sosyal Sermaye leği

Dayanışmacı evrimii Sosyal Sermaye (Güçlü Bağlar)

1. Sorunlarımı zözmeye yardımcı olması için internette güvendiğim birileri var.
2. Çok önemli kararlar verme konusunda internette tavsiye alacağım birileri var.
3. Özel kişisel sorunlarım hakkında internette konuşurken rahat hissettiğim birileri var.
4. Yalnız hissettiğimde internette konuşabileceğim birileri var.
5. Acil olarak 500 TL' ye ihtiyaım olursa internette yardım isteyebileceğim birini tanıyorum.
6. İnternette etkileşim kurduğum insanlar benim için itibarlarımı tehlikeye atarlar.
7. İnternette etkileşim kurduğum insanlar benim için iyi bir iş referansı olurlar.
8. İnternette etkileşim kurduğum insanlar benimle son kuruşlarını paylaşırlar.
9. İnternette etkileşim kurduğum insanları onlara önemli bir Őey yaptırabilecek kadar iyi tanıyorum.
10. İnternette etkileşim kurduğum insanlar, bir adaletsizlikle savaşmama yardımcı olurlar.

Aracı evrimii Sosyal Sermaye (Zayıf Bağlar)

1. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, yaşadığım Őehrin dışında gerçekleşen olaylara ilgi duymamı sağlar.
2. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, yeni Őeyler deneme isteği yaratır.
3. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, kendimden farklı insanların ne düşündüğü ile ilgilenmemi sağlar.
4. İnsanlarla internette konuşmak, dünyadaki diğer Őehirleri merak etmemi sağlar.
5. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, beni daha büyük bir topluluğa ait hissettirir.
6. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, bana kendimi büyük resmin bir parasıymışım gibi hissettirir.
7. İnsanlarla internette etkileşim kurmak, bana dünyadaki herkesin birbirine bağlı olduğunu hatırlatır.
8. İnternette düzenlenen etkinlikleri desteklemek için zaman harcarım.
9. İnsanlarla internette etkileşim kurarak konuşabileceğim yeni kişilere ulaşırım.
10. İnternette her zaman yeni insanlarla iletişim kurarım.

Kaynakça

ACAR GÜVENDİR, Meltem, ve Yeşim ÖZER ÖZKAN. 2015. "Türkiye'deki Eğitim Alanında Yayınlanan Bilimsel Dergilerde lek Geliştirme ve Uyarlama Konulu Makalelerin İncelenmesi."

AGRAWAL, Ajay, Christian CATALINI, ve Avi GOLDFARB. 2015. "Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions." *Journal of Economics & Management Strategy* 24(2):253–74.

BEUGRE, Constant D. 2014. "The Legitimacy of Crowdfunding: An Institutional Theory Perspective." P. 1–28 in *Academy of management proceedings*. Vol. 2014. Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510.

BORST, Irma, Christine MOSER, ve Julie FERGUSON. 2018. "From Friendfunding to Crowdfunding: Relevance of Relationships, Social Media, and Platform Activities to Crowdfunding Performance." *New Media & Society* 20(4):1396–1414.

BRADFORD, C. Steven. 2012. "Crowdfunding and the Federal Securities Laws." *Columbia Business Law Review* 1.

BRISLIN, Richard W. 1986. "The Wording and Translation of Research Instruments." *Cross-Cultural Research and Methodology Series* 8.

BURKE, Moira, Cameron MARLOW, ve Thomas LENTO. 2010. "Social Network Activity and Social Well-Being." P. 1909–12 in *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*.

- BUSENITZ, Lowell W., James O. FIET, ve Douglas D. MOESEL. 2005. "Signaling in Venture Capitalist—New Venture Team Funding Decisions: Does It Indicate Long-Term Venture Outcomes?" *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(1):1–12.
- ÇAPIK, Cantürk, Sebahat GÖZÜM, ve Seçil AKSAYAN. 2018. "Kültürlerarası Ölçek Uyarlama Aşamaları, Dil ve Kültür Uyarlaması: Güncellenmiş Rehber." *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi* 26(3):199–210.
- CENTOLA, Damon, ve Michael MACY. 2007. "Complex Contagions and the Weakness of Long Ties." *American Journal of Sociology* 113(3):702–34.
- CHAN, C. S. Richard, ve Annaleena PARHANKANGAS. 2017. "Crowdfunding Innovative Ideas: How Incremental and Radical Innovativeness Influence Funding Outcomes." *Entrepreneurship Theory and Practice* 41(2):237–63.
- COSTER, Wendy Jane, ve Marisa Cotta MANCINI. 2015. "Recommendations for Translation and Cross-Cultural Adaptation of Instruments for Occupational Therapy Research and Practice." *Revista de Terapia Ocupacional Da Universidade de São Paulo* 26(1):50–57.
- CROSETTO, Paolo, ve Tobias REGNER. 2014. *Crowdfunding: Determinants of Success and Funding Dynamics*. Jena Economic Research Papers.
- ÇUBUKÇU, Ceren. 2017. "Kitlesele Fonlama: Türkiye'deki Kitlesele Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 6(2):155–72.
- DAVIDSON, Roci, ve Nathaniel POOR. 2015. "The Barriers Facing Artists' Use of Crowdfunding Platforms: Personality, Emotional Labor, and Going to the Well One Too Many Times." *New Media & Society* 17(2):289–307.
- DURSUN, İbrahim Taha. 2013. "Örgüt Kültürü ve Strateji İlişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme." *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 1(4).
- ELLISON, Nicole B., Charles STEINFELD, ve Cliff LAMPE. 2007. "The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4):1143–68.
- FORNELL, Claes, ve David F. LARCKER. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research* 18(1):39–50.
- GÖKÇEN, Gürbüz, ve Başak ATAMAN. 2020. *Türkiye Finansal Raporlama Standartları Uygulamaları*. Türkmen Kitabevi.
- GRANOVETTER, Mark S. 1973. "The Strength of Weak Ties." *The American Journal of Sociology* 78(16):347–67.
- HALL, Elisabeth O. C., Margaret E. WILSON, ve Joanne A. FRANKENFIELD. 2003. "Translation and Restandardization of an Instrument: The Early Infant Temperament Questionnaire." *Journal of Advanced Nursing* 42(2):159–68.
- HAYTHORNTHWAITE, Caroline. 2002. "Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media." *The Information Society* 18(5):385–401.
- HEMER, Joachim. 2011. *A Snapshot on Crowdfunding*. Arbeitspapiere Unternehmen und Region.
- HISTORYDAILY. 2020. "Historydaily.Org." Retrieved March 2, 2020 (<https://historydaily.org/how-1885-crowdsourcing-saved-the-statue-of-liberty>).
- HOFSTEDE, Geert. 1984. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Vol. 5. sage.
- HÖRISCH, Jacob. 2015. "Crowdfunding for Environmental Ventures: An Empirical Analysis of the Influence of Environmental Orientation on the Success of Crowdfunding Initiatives." *Journal of Cleaner Production* 107:636–45.
- KICKSTARTER. 2019. "Kickstarter." Retrieved December 19, 2020 (<https://www.kickstarter.com>).
- KIM, Chelsea, ve Cuihua SHEN. 2020. "Connecting Activities on Social Network Sites and Life Satisfaction: A Comparison of Older and Younger Users." *Computers in Human Behavior* 105:106222.
- KO, Sang-Min, Bo-Hwan HWANG, ve Yong-Gu JI. 2010. "A Study on Social Network Service and Online Social Capital: Focusing on a Korean and Chinese Case." *The Journal of Society for E-Business Studies* 15(1):103–18.

- KOBAYASHI, Tetsuro, Ken'ichi IKEDA, ve Kakuko MIYATA. 2006. "Social Capital Online: Collective Use of the Internet and Reciprocity as Lubricants of Democracy." *Information, Community & Society* 9(5):582–611.
- KURTULUŐ, Kemal. 2004. "Pazarlama Araştırmaları, Genişletilmiş 7." Basım, Literatür Yayınevi, İstanbul.
- LEHNER, Othmar M., Elisabeth GRABMANN, ve Carina ENNSGRABER. 2015. "Entrepreneurial Implications of Crowdfunding as Alternative Funding Source for Innovations." *Venture Capital* 17(1–2):171–89.
- LEONE, Daniele, ve Francesco SCHIAVONE. 2019. "Innovation and Knowledge Sharing in Crowdfunding: How Social Dynamics Affect Project Success." *Technology Analysis & Strategic Management* 31(7):803–16.
- LI, Carrie K. W., Thomas J. HOLT, Adam M. BOSSLER, ve David C. MAY. 2016. "Examining the Mediating Effects of Social Learning on the Low Self-Control—Cyberbullying Relationship in a Youth Sample." *Deviant Behavior* 37(2):126–38.
- LIN, Yan, Wai Fong BOH, ve Kim Huat GOH. 2014. "How Different Are Crowdfunders? Examining Archetypes of Crowdfunders and Their Choice of Projects." P. 13309 in *Academy of Management Proceedings*. Vol. 2014. Academy of Management Briarcliff Manor, NY 10510.
- MANAGO, Adriana M., Tamara TAYLOR, ve Patricia M. GREENFIELD. 2012. "Me and My 400 Friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being." *Developmental Psychology* 48(2):369.
- MITRA, Devashis. 2012. "The Role of Crowdfunding in Entrepreneurial Finance." *Delhi Business Review* 13(2):67–72.
- MOISSEYEV, Alexey. 2013. "Effect of Social Media on Crowdfunding Project Results."
- MOORE, Kelly, ve James C. MCELROY. 2012. "The Influence of Personality on Facebook Usage, Wall Postings, and Regret." *Computers in Human Behavior* 28(1):267–74.
- NORRIS, Pippa. 2002. "The Bridging and Bonding Role of Online Communities."
- NUGROHO, Iwan. 2020. "Fostering Online Social Capital during the COVID-19 Pandemic and New Normal." *Journal of Socioeconomics and Development* 3(2):74–78.
- ÖNCÜL, Mehmet Sadık, Mehmet DENİZ, ve Ali Rıza İNCE. 2016. "Hofstede'nin Örgüt Kültürü Modelinin Potansiyel Girişimcilerin Yetiştiği Çevresel Özellikler Kapsamında Değerlendirilmesi." *Akademik Yaklaşımlar Dergisi* 7(1):255–69.
- ONUR, M. N., ve Ö. DEĞİRMENCİ. 2015. "Crowdfunding-Kitle Fonlaması." *TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları (2015–7)*:1–18.
- PULITZER. 2020. "Pulitzer." Retrieved April 25, 2020 (<https://www.pulitzer.org/page/biography-joseph-pulitzer>).
- ROGERS, Everett M. 1995. "Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications." P. 25–38 in *Die diffusion von innovationen in der telekommunikation*. Springer.
- SARI, Selcen. 2015. "Bağlamın Etkisinde şekillenen Örgütler Arası Bağların Finansal Performans Üzerindeki Etkileri: Türkiye'deki İşletme Grupları Örneği." *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi* 1(1):55–72.
- SCOTT, Wilson. 2020. "Fast Company." Retrieved February 12, 2020 (<https://www.fastcompany.com/1662743/scott-wilsons-ipod-nano-watch-breaks-kickstarter-records-raises-nearly-1-million>).
- SKORIC, Marko M., Deborah YING, ve Ying NG. 2009. "Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Political Participation in Singapore." *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2):414–33.
- SPENCE, Michael. 1978. "Job Market Signaling." P. 281–306 in *Uncertainty in economics*. Elsevier.
- SPK. 2019. "Sermaye Piyasası Kurulu." Retrieved December 27, 2019 (<https://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/1292>).
- STEINBERG, Scott, ve Rusel DEMARIA. 2012. "The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project."
- T.C. RESMİ GAZETE. 2019. Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği. Türkiye, Türkiye: T.C. Resmi Gazete.

- TAN, Wee-Kheng, Yung-Jen HSIAO, Shu-Fen TSENG, ve Chien-Lung CHAN. 2018. "Smartphone Application Personality and Its Relationship to Personalities of Smartphone Users and Social Capital Accrued through Use of Smartphone Social Applications." *Telematics and Informatics* 35(1):255–66.
- TONG, S., ve Joseph B. WALTHER. 2011. "Relational Maintenance and CMC." *Computer-Mediated Communication in Personal Relationships* 53:98–118.
- WELLMAN, Barry, Janet SALAFF, Dimitrina DIMITROVA, Laura GARTON, Milena GULIA, ve Caroline HAYTHORNTHWAITE. 1996. "Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community." *Annual Review of Sociology* 22(1):213–38.
- WHO, World Health Organization. 2017. "Management of Substance Abuse: Process of Translation and Adaptation of Instruments." 2013-02-09[2018-01-02]. [Http://Www. Who. Int/Substance Abuse/Research Tools/Translation/En.](http://www.who.int/substance_abuse/research_tools/translation/en) Retrieved March 30, 2020 (https://www.who.int/substance_abuse/research_tools/translation/en/).
- WILLIAMS, Dmitri. 2006. "On and off the'Net: Scales for Social Capital in an Online Era." *Journal of Computer-Mediated Communication* 11(2):593–628.
- WILLIAMS, Dmitri. 2007. "The Impact of Time Online: Social Capital and Cyberbalkanization." *CyberPsychology & Behavior* 10(3):398–406.
- YOZGAT, Uğur, ve Dilek GÜNGÖRMEZ. 2015. "The Mediating Role of Social Integration on the Effect of Proactive Socialization Tactics Applied by Newcomers on Their Organizational Commitment." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 207:462–71.
- ZHENG, Haichao, Dahui LI, Jing WU, ve Yun XU. 2014. "The Role of Multidimensional Social Capital in Crowdfunding: A Comparative Study in China and US." *Information & Management* 51(4):488–96.
- ZHOU, Zi, Fanzhen MAO, Yaofeng HAN, Jian FU, ve Ya FANG. 2019. "Social Engagement and Cognitive Impairment in Older Chinese Adults: The Mediating Role of Psychological Well-Being." *Journal of Aging and Health* 0898264319839594.