

Muhasebe Bakış Açısından Bağış (Yardım) ve Ödüle Dayalı**Kitlesele Fonlama***

Betül AÇIKGÖZ*

Yıldız AYANOGLU**

Serap S. YANIK***

ÖZET

Bazı dönemlerde global krizlerin gölgesinde kalan ekonomilerde, finansman arayışında olan girişimciler ile iş hacmini büyütmek isteyen iş insanları için alternatif bir fonlama aracı olarak ortaya çıkan kitlesele fonlama uygulamasına günümüzde yaygın bir şekilde başvurulmaktadır. Genel anlamda kitlesele fonlama, çeşitli projelerin gerçekleştirilmesi için halktan küçük tutarlı maddi destekler toplama işidir. Geçmişten günümüze süregelen bu yardımlaşma eylemi, gelişen teknoloji sayesinde online platformlara taşınarak, iş hayatında da kendini göstermiş ve kâr amacı gütmeyen, sosyal amaçlı projelerin yanı sıra ticarî projelerin finansmanı için de kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel finansman araçlarına kıyasla daha düşük maliyetli ve uzun vadeli projelerde fon sağlanması için başvuru bu yöntem özellikle ekonominin lokomotifleri olan girişimcilerin ve teknoloji odaklı projelerin desteklenmesinde aktif rol oynamaktadır. Bu çalışmada, kitlesele fonlama araçları teorik olarak incelenmiş, bağış (yardım) ve ödüle dayalı kitlesele fonlama uygulamaları vergi mevzuatı ve muhasebe düzenlemeleri çerçevesinde değerlendirilmiş ve muhasebeleştirilmesine ilişkin örnek olaylara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitlesele fonlaması, muhasebe uygulamaları, vergilendirme, girişimcilik.

JEL Sınıflandırması: M41, M13.

Donation and Reward Based Crowdfunding from the Accounting Perspective**ABSTRACT**

In economies that are affected by the global crises from time to time, crowdfunding application, which has emerged as an alternative funding tool for entrepreneurs seeking finance and business people who seek to expand their business activities, is widely used nowadays. In general, crowdfunding is the task of collecting small amounts of financial support from the public for the realization of various projects. This action of solidarity, which has continued from the past to the present, has moved to online platforms thanks to the developing technology, and has started to be used for the financing of commercial projects as well as non-profit, social-responsibility projects. This method, which is used for funding in lower-cost and long-term projects compared to traditional financing instruments, plays an active role in supporting entrepreneurs and technology-oriented projects, which are the locomotives of the economy. In this study, crowdfunding tools were theoretically analyzed, donation and crowdfunding practices were evaluated within the framework of tax legislation and accounting regulations and case studies related to their accounting were included.

Keywords: Crowdfunding, accounting practices, taxation, entrepreneurship.

Jel Classification: M41, M13.

* **Makale Gönderim Tarihi:** 21.08. 2019, **Makale Kabul Tarihi:** 24.10.2019, **Makale Türü:** Kuramsal

* Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi ve Atılım Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, betul.acikgoz@bozok.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-0140-3461.

** Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, yıldiz.ayanoglu@hbv.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-1024-2105.

*** Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, serap.yanik@hbv.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-7525-8717.

1. GİRİŞ

Yaşanan ekonomik krizlerin en çok etkilediği kesim iş fikirlerini hayata geçirmek isteyen girişimciler olmaktadır. King ve Levine çalışmalarında güçlü finansal sistemlerin yeniliklerin başarıya ulaşma olasılığını arttırdığını ve bundan dolayı da ekonomik büyümeyi hızlandırdığını ortaya koymuşlardır (King and Levine, 1993: 513-514). Modern girişimcilik teorisi ile örtüşen bu yaklaşım ekonomik kalkınmanın temelinde yer alan yenilikçi iş fikirlerinin hayata geçirilmesi için gerekli yatırım ikliminin sağlanmasını öngörmektedir. Yatırım iklimi iş yapılan ülkedeki ekonomik, finansal ve sosyo-politik yapının bireyler, finansal kurumlar ve bankalar tarafından borç vermeye veya yatırım yapmaya elverişli olup olmadığını nitelendirmek için kullanılan bir terimdir (Dollar vd., 2005: 1). Düşük maliyetli ve uzun vadeli finansman arayışında olan girişimciler için geliştirilen en yenilikçi uygulamalardan birisi kitlesel fonlama aracıdır.

Kitlesel fonlama özellikle 2008 yılında küresel olarak yaşanan krizlerin ardından girişimcilerin finansman ihtiyacını karşılamak üzere geliştirilmiş alternatif bir fon temin etme aracıdır. Ekonomik kalkınmanın öncüsü olan ticarî işletmeler ile henüz iş hayatına atılmakta olan girişimcilerin fon ihtiyaçlarını karşılamaları için başvurabilecekleri kaynaklar arasında banka kredileri, risk sermayesi, melek yatırımcılar veya iş ortaklıkları yer almaktadır. “Melek yatırımcılar, başlangıç ve büyüme aşamasındaki girişimlere yatırım yapan ve onların daha hızlı büyümeleri için fon sağlayan kişilerdir” (<https://www.iyzico.com/> 2020).

Krizlerin getirdiği belirsizlik ile artan borçlanma maliyetleri ve mevcut pozisyonunu korumak için yatırım yapmaktan kaçınan melek yatırımcılar domino etkisiyle ekonominin küçülmesine sebep olmaktadır. Bu sarmalı kırmak için halka yönelen iş insanları ve girişimciler ile kitlesel fonlama aracı gündeme gelmiştir. İleride kârlı bir yatırıma dönüşme potansiyeli olan projelere, halktan küçük tutarlı fonlar toplanmasıyla ekonomik krizin etkileri giderilmeye çalışılmakta ve işletmelerin büyümesine katkı sağlanmaktadır. Teknolojilerdeki gelişmelerin de etkisiyle, online platformlar üzerinden girişimci ile yatırımcıyı bir araya getiren bu alternatif finansman aracı kısa sürede tüm dünyaya yayılmış ve halktan küçük tutarlı destekler toplanarak projeler hayata geçirilmeye başlanmıştır.

Çalışmada kitlesel fonlama uygulaması teorik açıdan ele alınarak, bağış (yardım) ve ödüle dayalı kitlesel fonlama muhasebe uygulamalarına yer verilmiştir. Ayrıca ülkemizde doğrudan konuya ilişkin vergisel düzenlemeler henüz hazırlanmadığından, konu mevcut yasalar açısından tartışılmıştır.

2. KİTLESEL FONLAMA KAVRAMI VE TÜRLERİ

Kitlesel fonlama, geleneksel fon bulma yöntemlerine alternatif herkesin erişimine açık bir finansman aracıdır. Halkın küçük tutarda finansal katkılar sağlayarak projeleri, ürünleri ve iş fikirlerini desteklemesidir. Bu sürece internet üzerinden faaliyet gösteren online platformlar da aracılık etmektedir. Kitlesel fonlamanın temelleri ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık'ta atılmıştır. Dolayısıyla “kitlesel fonlama platformlarının ve bu platformlar üzerinden yaratılan fon miktarının en fazla ABD’de olduğu, İngiltere’nin ise ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Ülkemizde ise ağırlıklı olarak bağış ve ödüle dayalı eşitli platformlar faaliyet göstermektedir” (İşler, 2014: 64).

Kitle fonlaması aslında yeni bir kavram değildir. 18.yüzyılda yazarlar ve müzisyenler eserlerini dünya çapında yayabilmek için birçok yatırımcıdan para toplamaktaydı. Sivil toplum kuruluşları okul kurmak ya da toplumsal bir proje yapmak için yardım toplamasına benzer biçimde, günümüzde internetin de katkısı ile bu gibi yerel topluluklar artık daha büyük bir kitleye ulaşabilmektedir. Geleneksel bağış toplama sürecinin güncellenmiş versiyonudur denilebilir. Konsept yakın zamanda, küçük işletmelere ve yatırım sermayesi arayan girişimcilere yardım etmenin bir yolu olarak tanıtılmıştır (<https://medium.com/@halkyatirim>, 2020).

Başlarda hukukî düzenlemesi olmadan daha ziyade bağış yoluyla sosyal amaçlı proje finansmanı şeklinde yürütülen kampanyalar daha sonra sermaye piyasaları tarafından yapılan yasal düzenlemeler ışığında güvence altına alınmıştır. ABD’de 2012 yılında Amerikan Kongresi tarafından imzalanan JOBS Kanunu (Jumpstart Our Business Startups Act) ile kitlesel fonlama aracı hukukî zemine oturtulmuştur. Benzer şekilde Birleşik Krallık’ta da Finansal Yürütme Kurumu (Financial Conduct Authority) tarafından alınan kararlar nezdinde kitlesel fonlama uygulamaları yasal hale gelmiştir. Kıta Avrupası’nda kitlesel fonlama Almanya ve Fransa’da yaygın bir kullanım ağına sahiptir. Sürecin etkin bir şekilde işlemesi, güvenli bir yatırım ikliminin tesis edilmesi ile orantılı olduğu için öncelikle yasal mevzuatın hazırlanması ve uygulamaya konması önem teşkil etmektedir.

Dünyada gelişmiş ülke ekonomilerinde girişimcinin finansmanının önemi ve ülke ekonomisine olan katkısı erken süreçte fark edilmiş ve yasal mevzuatın hazırlanması konusunda hızlı hareket edilmiştir. Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin gibi gelişmekte olan ülkelerde hukukî düzenlemelerin tamamlanamamasından dolayı kitlesel fonlama aracı etkin bir şekilde hizmet edememektedir (Torkanovski, 2016: 116-118; Zheng vd., 2014: 493-495).

Türkiye’de ise kitlesel fonlama ile ilgili ilk yasal düzenleme 5 Aralık 2017 tarihinde 7061 sayılı “Bazı Vergi Kanunları ile Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa ek düzenlemeler getirilmiştir. Daha sonra Sermaye Piyasası Kurulu tarafından hazırlanan “Paya Dayalı Kitlesel Fonlaması Tebliği” ile ilgili mevzuat 3 Ekim 2019 tarihinde yürürlüğe konulmuştur. Bu tebliğde sadece paya dayalı kitle fonlamasına yönelik işleyiş açıklanmış, diğer kitlesel fonlama türleri ile ilgili hâlihazırda ülkemizde henüz bir düzenleme geliştirilmemiştir.

2.1. Kitlesel Fonlama Türleri

Kitlesel fonlama uygulanış biçimi açısından doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki gruba ayrılmıştır (Bouncken vd., 2015: 410; Tomczak ve Brem, 2013: 342). Doğrudan kitlesel fonlama uygulamasında aracılık hizmeti sunan internet tabanlı online platformların yer almadığı onların yerine proje sahiplerinin hedef kitesine bizzat kendisinin ulaşabileceği kanalları kullandığı kabul edilmektedir. Dolaylı kitlesel fonlama uygulamasında ise çok geniş bir coğrafyadaki destek verenlere ulaşmayı kolaylaştıracak aracı online platformlar yer almaktadır (Belleflamme vd., 2010: 29).

Diğer taraftan fon toplama şekline göre kitlesel fonlama temelde dört başlık altında incelenmektedir. Bunlar: Bağış (yardım) yoluyla, ödüle dayalı, borca dayalı ve paya dayalı kitlesel fonlamadır. “Projeyi gerçekleştirmek için gereken finansman ihtiyacının tutarı hangi

kitlesel fonlama türüne başvurulacağı konusundaki kararı doğrudan etkilemektedir” (Belleflamme vd., 2014: 588). Nitekim proje sahipleri sosyal amaçlı bir projenin finansmanı için bağış yoluyla kitlesel fonlamaya başvururken, tasarımı henüz tamamlanmış yeni bir ürünün seri üretime geçebilmesi için ise ödüle dayalı kitlesel fonlama ile kampanyalarını yürütebilirler. Bu sayede hem üretim maliyetlerinin finansmanı sağlanırken aynı zamanda ürün piyasaya sunulmadan önce tanıtım faaliyetleri de yapılmış olur. Bunların yanı sıra, çok büyük tutarlı yatırım gerektiren projelerin gerçekleştirilmesi için borca dayalı ya da paya dayalı kitlesel fonlama araçları tercih edilmektedir.

2.1.1. Bağış (Yardım) Yoluyla Kitlesel Fonlama

Bağış (yardım) yoluyla kitlesel fonlama kâr amacı gütmeyen, sosyal amaçlı projelerin finansmanı için başvurulmuş bir araçtır. Bu kitlesel fonlama, bir yazarın kitabını yayımlaması, bir yönetmenin bağımsız sinema filmi çekmesi, fotoğraf sanatçısının eserlerini sergilenmesi gibi kültür ve sanat faaliyetleri ile doğal afetler sonucu meydana gelen zararın tazmin edilmesi, savaş sonrası yaraların sarılması gibi sosyal projelerin finansmanı için halktan doğrudan maddi destek toplanmasıdır.

Türkiye’de 24 Ocak 2020 tarihinde meydana gelen 6,8 şiddetindeki Elazığ depreminden sonra TV8’de depremzedeler için yürütülen #TekYürek# kampanyası ile toplanan yardımlar bu fonlama türüne güncel bir örnek olarak verilebilir. Toplanan fonlar karşılığında destekçilere teşekkür notu/mesajı gönderilmektedir. Türkiye’de crowdfon.com, ideanest.com, fongogo.com gibi bazı platformlarda bağış (yardım) yoluyla kitlesel fonlama kampanyaları yürütülmektedir.

Türkiye’de tekerlekli sandalye ve medikal ihtiyaçlarını karşılamak üzere fongogo.com online platformu üzerinden kitlesel fonlama kampanyası başlatan bir kişi aldığı yardımlar karşılığında:

- 50 TL için sosyal medya üzerinden teşekkür kartı
- 200 TL için bir fidan dikimi fotoğrafı
- 1.000 TL için isme özel bir fidan dikimi ve teşekkür videosu CD’si

göndermesi, bağış (yardım) yoluyla kitlesel fonlamaya bir başka örnek olarak verilebilir.

2.1.2. Ödüle Dayalı Kitlesel Fonlama

Bu fonlama türü, yaratıcı iş fikirlerinin hayata geçirilmesi için son yıllarda sıklıkla kullanılan bir modeldir. Bağış (yardım) yoluyla elde edilebilecek fonların projenin finansmanı için yetmeyeceği durumlarda, destekçileri cezbetmek adına yaptıkları katkılar ile orantılı olarak: ürün satışa sunulmadan önce ön sipariş verme hakkı, indirimli satın alma imkânı veya ürünle ilgili hediyeler şeklinde ödüller verilmesi yolları tercih edilebilir. Hedeflenen bütçeye ulaşılmasında etkili olan bu yöntem kitlesel fonlama pazarında en büyük paya sahiptir.

2009 yılında ABD’de kurulan kickstarter.com adlı site ödüle dayalı kitlesel fonlama platformlarının öncüsüdür. Kickstarter şirketi faaliyete geçtiği 2009 yılından, Mayıs 2019 tarihine kadar 445 bin adet proje için 16 milyondan fazla kişinin maddi desteğini alarak 4

milyar dolarlık fon toplanmasına aracılık etmiştir (<https://www.kickstarter.com/2019>). Türkiye’de ise arikovani.com, crowdfon.com, fonbulucu.com ile fongogo.com isimli online platformlarda projesini gerçekleştirmek isteyen girişimciler için cüzî miktarda ücret karşılığı internet üzerinden fon toplanmaktadır.

Ödüle dayalı kitlesel fonlama modeline arikovani.com’da mobil cihazları şart etmek için kullanılan USB girişi olan ve LED aydınlatma desteği sağlayan Swenna akıllı çanta projesi için Ekim 2018’de başlatılan ve 2019 yılı Nisan ayında hedeflediği bütçeye ulaşan kampanyanın başarıyla tamamlanması örnek olarak verilebilir. Swenna akıllı sırt çantasına 349 TL tutarında destekte bulunanlara 14 inç büyüklüğünde, 399 TL tutarında destekte bulunanlara ise 15 inç büyüklüğünde çantaların ödül olarak gönderimi 2019 yılı Eylül ayında gerçekleştirilmiştir.

Bir başka ödüle dayalı kitlesel fonlama örneğinde ise otizimli çocukların konuşmasını kolaylaştırmak için geliştirilen kişiselleştirilmiş Talkido kart uygulamasında 50 TL tutarında katkıda bulunanlara Talkido eğitim kartı, 590 TL tutarında katkıda bulunanlara ise 20 adet görsel eğitim kartı ile 5 adet etiketten oluşan aile paketi gönderimi yapılmıştır.

2.1.3. Borca Dayalı Kitlesel Fonlama

Banka gibi kredi veren finansal kuruluşların devreden çıkarıldığı, bu sayede işlem ücretlerinin de minimize edilerek borçlanma maliyetlerinin düşürüldüğü borca dayalı kitlesel fonlama türünde online platform, girişimcinin kredi geçmişine bakarak borçlanacağı faiz oranını belirler. Bu faiz oranları üzerinden borçlanma senetleri düzenlenir ve kitlesel fonlama kampanyasında borç vereceklere bu senetler devredilir. ABD menşeli Lending Club ve Prosper Marketplace adlı platformlarda proje sahiplerinin 1.000 dolar ile 35.000 dolar arası borçlanabileceği finansal bir sistem kurulmuştur. P2P (Peer-to-Peer) yani denkler arası borçlanma olarak anılan modele de benzeyen borca dayalı kitlesel fonlamada ticari projelerin yanı sıra mikro kredi yoluyla finansmana ihtiyaç duyan çok küçük ölçekli girişimciler de faizsiz veya düşük faizli krediler ile fon toplayabilmektedir.

Kiva.org dünyanın birçok ülkesinde tarlasına ekmek için tohum veya sütünü satıp aile bütçesine katkıda bulunmak için inek almak isteyen ihtiyaç sahiplerini, kredi verenlerle buluşturan kâr amacı gütmeyen bir organizasyondur. Platformda proje başarıya ulaştıktan sonra toplanan fonların geri ödenme oranı %96 ile %97 arasındadır (<https://www.kiva.org>, 2019). Türkiye’de ise borca dayalı kitlesel fonlama yasal düzenlemenin henüz yürürlükte olmamasından dolayı uygulanmamaktadır. Vural ve Doğan (2019: 95) çalışmalarında ülkemizde girişimciliğin artması, girişimcilerin gereksinimleri olan fona kolay kavuşabilmeleri için dünyada en çok uygulanan ve en yüksek fonu sağlayan model olan Borca Dayalı Kitle Fonlaması modeli uygulanmasının gerekliliğine vurgu yapmışlardır.

Borca dayalı kitlesel fonlama için son teknoloji kullanılarak üretilen yeni nesil plakaların üretimi için girişimci şirketin ihtiyaç duyduğu fonu bu yolla karşılaması örnek olarak verilebilir. Söz konusu tasarımın tamamlanabilmesi amacıyla, ses teknolojisi uzmanlarının ilgili testleri yapması ve onay vermesi gerektiğinden, girişimci firma ödeme yapacaktır. 300.000 TL tutarında fon temin etmek için borca dayalı kitle fonlaması yoluna başvurmuştur. Borç kitle fonlaması platformunda girişimcinin kredi notu dikkate alınarak uygulanacak faiz oranı hesaplanmış ve yıllık %12 faizle borç alması uygun görülmüştür. Girişimci üç yıl

içerisinde, her yılsonunda kitle fonlaması yoluyla edindiği borcu faiziyle birlikte borç veren katılımcılara nakden geri ödemiştir. Bu sayede yüksek faizli banka kredisi oranlarından ve işlem maliyetlerinden kaçınabilmiştir.

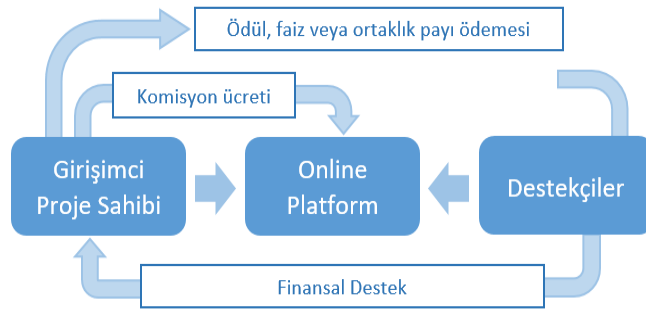
2.1.4. Paya Dayalı Kitlesele Fonlama

Paya dayalı kitlesele fonlama projelerini hayata geçirmek isteyen girişimciler ile iş hacimlerini büyütmeyi planlayan iş insanları, ortaklıklar kurarak fon temin etme yoluna gitmeyi seçebilirler. Özellikle büyük bütçeli finansman gerektiren yatırımlar için başvuru paya dayalı kitlesele fonlama kampanyalarını startup şirketler (yeni ve yükselen girişimci) yürütmektedir. Bu uygulamada hisse senetleri çok sayıda yatırımcıya online platform üzerinden satışa sunulduğu için kontrol gücü halen girişimci şirketin elinde kalmakta, bu yönüyle de işletme birleşmelerinden ayrılmaktadır. Bu uygulamaya yönelik olarak, Türkiye’de SPK “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği”ni Ekim 2019’da yayınlamıştır. Dolayısıyla ülkemizde izleyen dönemlerde bu fonlama türünün kullanım alanının gelişeceği düşünülmektedir.

Paya dayalı kitlesele fonlama örneği olarak, çiftçiler için gübre üreten Turner firması verilebilir. Firma tarlaları otomatik olarak gübreleyecek insansız hava aracı geliştirmek amacıyla işlerini büyütme istemektedir. Fikri genişletmek ve bu araçları ticari olarak satılan bir ürüne dönüştürmeyi planlamaktadır. Ürünü geliştirmek için yeterli fonu olmadığından 50.000 \$ tutarında dış kaynağa ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacı paya dayalı kitlesele fonlama aracıyla karşılamaya karar vermiştir. Katılımcılarla yapılan sözleşmede firma yatırılan miktara göre paydaşlara kendi hisse senetlerinden verecektir. Toplanan fonlar Turner firması için bir gelir unsuru sayılmayacak, ancak firmanın sermayesinin bir kısmını oluşturacaktır. Katkıda bulunanların getirisi elde edecekleri temettüleri olacaktır (www.ato.gov.au/business/, 2020).

2.2. Kitlesele Fonlamada Yer Alan Taraflar

Alternatif bir finansman aracı olan kitlesele fonlamada teknik olarak üç taraf yer almaktadır. Bu taraflar, projelerini finanse etmek için kaynak arayışında olan girişimciler ile küçük tutarlı tasarruflarını kârlı projelerle yatırıma dönüştürmek isteyen destekçiler ve bu iki tarafı internet ortamında bir araya getiren online platformlardır. Taraflar arasındaki finansal açıdan ilişki Şekil 1’de gösterildiği gibidir:



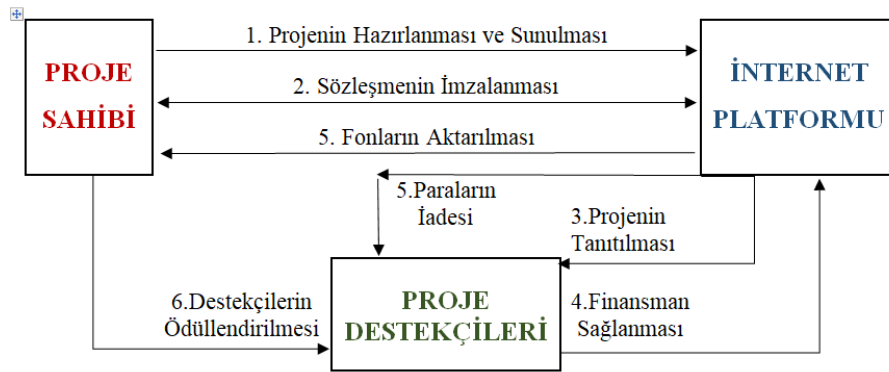
Şekil 1. Kitlesele Fonlamadaki Taraflar

Girişimci veya proje sahibi olarak ifade ettiğimiz grupta sosyal sorumluluk projesini veya ticari amaçlı iş modelini hayata geçirmek isteyen finansman arayışında olan iş insanları veya işletmeler yer almaktadır. Proje fikirlerini tanıtarak arzuladıkları finansmana ulaşmayı amaçlayan girişimciler online platformlar üzerinden başlattıkları kampanyalar karşılığında platformlara komisyon ücreti ödemektedirler. Proje sahibi topladığı fonlar ile projesini gerçekleştirdikten sonra taahhüt ettiği sorumluluğunu ödül, faiz veya ortaklık payı ödemesi şeklinde yerine getirmektedir.

Destekçiler (yatırımcılar veya sponsorlar) ise başarılı olacağını düşündükleri projelere finansal destek sağlamaktadır. Sponsorlar da benzer şekilde bağış aracılığıyla kâr amacı gütmeyen kültür-sanat projeleri ile sosyal projelere kaynak aktarabildikleri gibi tamamıyla yatırım odaklı fon transferi de gerçekleştirebilirler.

Online platformlarda ise projenin görsel medya ile tanıtımı yapılmakta ve sağladıkları mecra karşılığında proje sahibi/girişimciden komisyon ücreti almaktadırlar. Aracılık hizmeti sunan bu platformlar sadece proje sahiplerine komisyon ücreti işletirken, finansal katkı sağlayan yatırımcılardan her hangi bir aracılık ücreti talep etmemektedirler (Bouncken vd. 2015: 409). Online platformlar “ya hep, ya hiç” ya da “esnek fonlama” modeli ile çalışmaktadır. “Ya hep, ya hiç” modelinde arzulanan bütçeye ulaşmış proje için toplanan fonlar kampanya süreci sonunda proje sahibine aktarılmaktadır. Eğer projede belirlenen süre içerisinde hedeflenen fon tutarına ulaşılmadıysa, kampanya süresi sonunda toplanan fonlar destekçilere iade edilmektedir. “Esnek fonlama” modelinde ise proje hedeflenen bütçeye ulaşamamış olsa bile kampanya süresi sonunda toplanan tutar proje sahibine aktarılır. Bu modelde online platformun talep ettiği komisyon ücreti oranı daha yüksektir.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda kitlesel fonlamanın tarafları arasındaki işleyiş Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Kitle Fonlamanın İşleyişi

Kaynak: <https://scloud.ru/blog/>, 2020

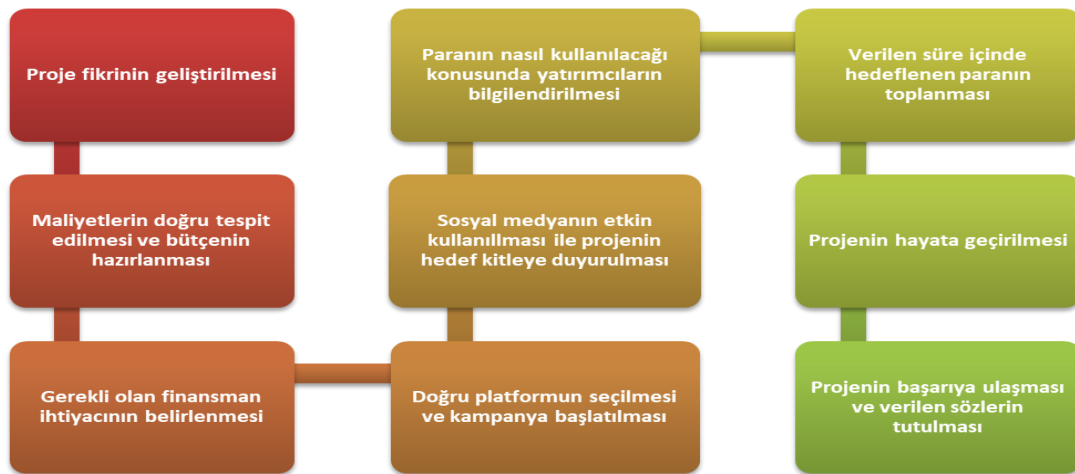
2.3. Kitlesel Fonlama Süreci

Kitlesel fonlama platformlarında çok sayıda çeşitli projeler sunulmakta ve arzulanan bütçeye ulaşmak amaçlanmaktadır. Bu platformlarda sosyal içerikli, kâr amacı gütmeyen projeler sunulabileceği gibi ticari amaçlı projeler de bulunmaktadır. Sunulan her projenin

hedeflenen bütçeye ulaşma olasılığı ise kampanyanın nasıl planlandığı ve yürütüldüğü ile doğrudan ilgilidir. Farklı türde başlatılan kitlesel fonlama kampanyaları için standart bir yol haritası izlemek proje sahiplerini başarıya götürmeyebilir. Sunulan her bir projenin veya iş modelinin, kampanya için gereksinim duyulan fon tutarının, hedef kitlenin, iş yapılan coğrafyanın ve yasal mevzuatın iç dinamikleri birbirinden farklı olduğundan her bir proje için standart bir işleyiş reçetesi önerilemez.

Öncelikle girişimcinin projesine fon sağlamak için başvuracağı kitlesel fonlama aracı ile ilgili yeterince donanımına sahip olması gerekmektedir. Kitlesel fonlama platformlarında hangi tür projelerin desteklendiği, destekleyenlerin beklentileri ve ilgili projenin bu beklentileri karşılayıp karşılayamayacağı gibi hususların önceden göz önünde bulundurularak titizlikle planlanması, sürecin başarılı olmasında etkilidir. Özellikle ticari amaçlı projelerde girişimcinin kitlesel fonlama ile ilgili kurallara, yasal mevzuata ve düzenlemelere de hâkim olması kritik öneme sahiptir. Kampanyanın başarıya ulaşması açısından diğer önemli bir husus öngörülen bütçenin maliyet unsurları dikkate alınarak hazırlanmasıdır. Maliyet kalemlerinin altında kalan bütçe, projenin daha hayata geçirilmeden zarar etmesi ile sonuçlanabilir. Yüksek bütçeli projeler ise potansiyel destekçiler/yatırımcılar açısından ulaşması güç bir hedef olarak algılanıp kampanyayı başarısızlığa götürebilir.

İsminden de anlaşıldığı gibi kitle fonlaması kampanyası başlatmak ve bunun başarı ile sonuçlanmasını görmek doğru zamanda, doğru kitleye, doğru mesajlarla ulaşmaktan geçmektedir. Hedeflenen kitleye ulaşmanın en düşük maliyetli ve en etkili yolu ise sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktır. Etkin bir kitlesel fonlama kampanyası başlatmak için her şeyden önce proje için belirlenmiş bütçeyi karşılayabilecek etkiye sahip çok sayıda destekçinin tercih ettiği online platformun seçilmesidir. Bununla birlikte ürün için arzulan bütçeye ulaşmak için gerekli zamanın uzunluğu da planlama yapılırken hesaba katılması gereken bir diğer unsurdur. “Kampanya sürecinde projeye dair vaat edilen sözlerin arzulan fon desteği tamamlandıktan sonra yerine getirilmesi daha sonraki projelerin başarısı için de bir güven ortamı sağlayacaktır (Mollick, 2014: 13).” Proje sahibi ile internet platformu arasında imzalanan sözleşmede belirtilen süre içinde hedeflenen bütçeye ulaştıktan sonra proje gerçekleştirilmeli ve verilen taahhütler yerine getirilmelidir. Projenin işleyiş süreci Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Kitlesel fonlama süreci adımları

2.4. Türkiye’de Kitlesele Fonlama Uygulamaları

Türkiye’de ticari anlamda kitlesele fonlama uygulamalarının ilk adımı 2014 yılında Borsa İstanbul tarafından kurulan yeni ve yükselen girişimleri lisanslı melek yatırımcılar ve nitelikli yatırımcılarla buluşturan Özel Pazar’da atılmıştır. Bu platform sayesinde, girişimci şirketler Sermaye Piyasası Kanunu’na tabi olmak zorunda kalmadan ve halka açılmadan hisselerini yatırımcılara sunabilir, stratejik ortaklıklara imza atabilir ve finansman ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Özel Pazar’da yatırımcılar ve girişimcilerin yanı sıra aracı ve denetim, değerlendirme, mali ve hukukî danışmanlık veren servis sağlayıcı kurumlar da yer almaktadır. İnternet ortamı üzerinden üyelik sistemi ile çalışan bu pazarda girişimcilerin alabileceği ortak sayısı 499’u geçmemektedir. Bu sayı aşıldığı takdirde girişimci şirketlerin Sermaye Piyasası Kanununa tabi olması durumu ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle kitlesele fonlama uygulamasından ayrılan Özel Pazar yine de web tabanlı bir platform sunmasıyla girişimciler için alternatif bir finansman aracı sağlamaktadır.

Kitlesele fonlama ile ilgili mevzuatımızdaki ilk düzenleme 2017 yılının Aralık ayında yürürlüğe konulan 7061 sayılı “Bazı Vergi Kanunları İle Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”da yer almıştır. Bu kanunun 107.– 111. maddelerinde kitle fonlaması, sürecin işleyişi, tarafları ile online platformlar tanımlanmıştır. Kanunun yürürlüğe girmesinden 2 yıl sonra ise SPK 2019 yılı Ekim ayında “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliğ”ini yayımlamıştır. Tebliğde paya dayalı kitle fonlamasına, kitle fonlama platformlarının faaliyetlerine, paya dayalı kitle fonlaması yoluyla halktan para toplanmasına ve toplanan fonların ilan edilen amacına uygun olarak kullanıldığının kontrolü ve denetimine ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir. Bu tebliğ hükümleri sadece pay karşılığı fon toplanması faaliyetlerinde uygulanacağından çalışmamızda ayrıntılarına yer verilmemiştir.

2.5. Kitlesele Fonlamanın Vergileme Boyutu

Kitlesele fon toplama işleminin vergisel sonuçları öngörülen projenin niteliğine, talep edilen katkının miktarına göre farklılık göstermektedir. Bu süreçte elde edilen fonların vergilendirilmesi öncelikle bu tutarın gelir unsuru olup olmadığına göre değişmektedir. “Karşılığında belli bir menfaat öngörülerek fon kabul edilmesi, birçok durumda gelecekte yapılacak bir mal ya da hizmet teslimi karşılığında avans temini olarak değerlendirilmektedir. Bu durumda toplanan fonların gelir vergisine tabi tutulması, ancak gelir vergisi açısından vergiyi doğuran olayın gerçekleştiği dönemde beyan edilmesi gerekecektir” (<https://www.ey.com/tr/>, 2019)

Diğer taraftan vergilendirme boyutu fonu sağlayan (bağışçı), fonu alan (proje sahibi) ve işlemin gerçekleştiği aracılık hizmetini sunan taraflar açısından da incelenmelidir. Mevcut yasal düzenlemelerde konuya ilişkin mevzuat henüz geliştirilmediğinden, yürürlükte olan vergi düzenlemeleri esas alınarak konu değerlendirilmeye çalışılmıştır. Platformu oluşturanlar gerçek kişi ise Gelir Vergisi Kanununa, tüzel kişi ise ülkedeki ilgili yasal düzenlemelere tabi olacaktır. Platformu oluşturanların faaliyet konuları farklı, tabi oldukları vergi düzenlemeleri farklı olabileceğinden çalışmada platform açısından vergisel boyutuna değinilememiştir.

2.5.1. Bağış (Yardım) Yoluyla Kitlesele Fonlamanın Vergileme Boyutu

İngilizce isminden (donation-based crowdfunding) dolayı bağış yoluyla kitlesele fonlama olarak Türkçe literatüre gezen bu alternatif finansman aracının vergisele boyutuna değinmeden önce bağış ve yardım kelimeleri arasındaki farka bakmak gerekir. Her ne kadar Türk Dil Kurumu yardımı “kendi gücünü ve imkânlarını başka birinin iyiliğı için kullanma” şeklinde tanımlasa ve bağış kelimesini eş anlamlılarından biri olarak gösterse de (<https://sozluk.gov.tr/>) katılımcıların vergilemesinde farklılaşmaya neden olmaktadır.

Yabancı literatürde bağış ve yardım kavramları ülkemizde olduğu gibi farklı anlamlarda kullanılsa da hem toplanma şekli hem de sonuçları açısından farklılık göstermektedir. “Mevzuat bu konuda çok açıklayıcı olmasa ve bazı durumlarda kafa karıştııcı olsa da şunlar söylenebilir:

- Bağış; onu alan kişi veya kurumlarca bir talep olmaksızın ve bir amaca yönelik olup olmadığı araştırılmaksızın verilmektedir (www.probono.bilgi.edu.tr/, 2019).
- Yardım; ise kişi ya da kurumun doğrudan veya dolaylı talepleri üzerine ve belirli bir amaca yönelik olarak verilmektedir.
- Diğer taraftan yardım toplama faaliyetinin bağış toplama faaliyetinden sonuçları bakımından da farkı bulunmaktadır. Bağış toplama faaliyetleri herhangi bir izne tabi değil iken, yardım toplama faaliyetleri belirli izin ve prosedürlere tabidir.

2860 Sayılı Yardım Toplama Kanunu'nun 3.maddesine göre kamu yararına uygun olarak, amaçlarını gerçekleştirmek, muhtaç kişilere yardım sağlamak ve kamu hizmetlerinden bir veya birkaçını gerçekleştirmek veya destek olmak üzere gerçek kişiler, dernekler, kurumlar, vakıflar, spor kulüpleri, gazete ve dergilerin yardım toplayabilecekleri belirtilmektedir. Söz konusu kanunda verilen maddi veya parasal destekler yardım olarak ifade edilirken, bağış kelimesi sadece dernekler ve vakıflar tarafından alınan yardımlar için kullanılmıştır.

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle bağış (yardım) ve ödüle dayalı kitle fonlamanın projesini geliştiren girişimcinin gerçek veya tüzel kişilerin göz önünde bulundurulması gereken husus doğrudan bağış adı altında fon toplamanın mümkün olmamasıdır. Ancak 5253 sayılı Dernek Kanununa göre dernek statüsündeki tüzel kişiler ile 5737 sayılı Vakıflar Kanununa tabi vakıf tüzel kişileri bağış toplayabilir. Diğer kişi ve kuruluşlar ancak yardım toplama kampanyaları düzenleyebilirler.

Bağış (yardım) amaçlı kitlesele fonlamanın vergisele boyutunu fonu sağlayan (bağışlayan) ve fonu alan (proje sahibi) açısından ayrı ayrı değerlendirmek gerekir. Bağış yapan gerçek kişi ise herhangi bir vergi indiriminden yararlanamamaktadır. Ancak bağış yapan kurum ise Kurumlar Vergisi ve Gelir Vergisi istisnalarından faydalanabilmektedir.

Kurumlar Vergisi Kanunu'nun “Diğer İndirimler” başlıklı 10.maddesine göre “Ar-Ge indirimi, sponsorluk harcamaları ile bağış ve yardımlar Kurumlar Vergisi beyannamesinde gösterilmek şartıyla sırasıyla kurum kazancından indirilebilecektir” ifadesi yer almaktadır. Kazancın yetersiz olması durumunda bu indirimler sonraki yıllara devredilemeyecektir. Ancak bu bağış ve yardımlar Kanunda belirtilen kurum ve kuruluşlar dışındaki işletmelere yapıldığında bağış yapanın indirimden faydalanması söz konusu olamayacaktır (www.gib.gov.tr, 2020).

Gelir Vergisi Kanununun 89. maddesindeki “Diğer İndirimler” başlığı altında belirtilen kurumlara yapılan bağışlar da matrahtan indirilir. Kitlesele fon temin eden proje sahipleri sayılan kurumlar arasında yer almadığından, bağışı yapan açısından Gelir Vergisi Kanunu hükümleri uygulanamayacaktır. Diğer taraftan bağışların miktarı yüksek olmadığından bağışın kurumlar vergi matrahından indirilememesinin, bağışlayana yüksek tutarda bir vergi yükü getirmeyecektir.

Türkiye’deki kurumlara yapılan bağışlardaki genel yaklaşım kurum kazancı şeklinde olması ve katma değer vergisine tabi olmamasıdır (Yalçın, 2019). Katma Değer Vergisi Kanunu’nun 7.maddesinde sayılan kurum ve kuruluşlara bedelsiz olarak yapılan her türlü mal teslimi ve hizmet ifalarının KDV’den istisna olduğu hükmü yer almaktadır. Bu kurum ve kuruluşlara yapılan insani, dini veya sosyal amaçlı mal teslimi veya hizmet ifası şeklindeki bağışlar KDV’ye tabii olmadığı gibi bu işlemler için bir üst sınır da öngörülmemiştir. Ancak kanunda belirtilen kurum ve kuruluşlara bedel karşılığında yapılan teslim ve hizmetler KDV’ye tabiidir (Şeker, 1993).

Bağışı alan ister gerçek ister tüzel kişi olsun elde edeceği fon sürekli bir kazanç olmadığından, Gelir Vergisi Genel Tebliği Seri No: 310 “Diğer Kazanç ve İratlarda Uygulanan İstisnalar” kapsamında değerlendirilecektir. 2020 yılı için arazi kazançlarda uygulanan 40.000 TL’lik tutara ulaşmaya kadar söz konusu fon vergiden istisna olabilecektir.

2.5.2. Ödül Amaçlı Kitlesele Fonlamanın Vergileme Boyutu

Kitlesele fon toplama işleminin vergisel sonuçları öngörülen projeye, vaat edilen ödüllere, talep edilen katkının niteliğine ve miktarına göre farklılık göstermektedir. Hangi vergilerin ne zaman uygulanacağını tespiti için her bir olayın kendi içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir (<https://www.ey.com/tr/>, 2019) Ödül odaklı kitlesele fonlama modelinde toplanan finansman arazi nitelikte gelir olarak sınıflandırılmaktadır. Gelir vergisi açısından vergiyi doğuran olayın gerçekleştiği dönemde beyan edilmesi gerekecektir. Bu modelde projeye finansman sağlayanlara buldukları destek karşılığı verilen indirimler, hediyeler ve ödüllerin maddi karşılığı gider olarak matrahtan düşülebilmektedir. Örneğin bağımsız fotoğraf sanatçısı fotoğraf sergisi açmak amacıyla destekçilerinden küçük tutarlı katkılar toplayarak çektiği fotoğrafların albümünü kendilerine gönderileceğini vaat etmiştir. Albümdeki fotoğrafların yüksek çözünürlüklü baskı giderleri, sergi salonuna ödeyeceği kira ve diğer giderler, sergi açıldıktan sonra faturalandırılıp gider yazılacak, destekçilerden ve sergiyi ziyaret edenlerden elde edilen gelir kaydedilip beyan edilecektir.

Mevcut ya da gelecekte üreteceği ürünlerin satışını internet portalları aracılığıyla satan kişilerin faaliyetlerini ticari organizasyon içerisinde ya da süreklilik arz edecek şekilde yapmaları halinde, bu kişiler adına mükellefiyet tesis edilerek elde ettikleri gelirin gerçek usulde ticari kazancın tespiti çerçevesinde vergilendirilmesi gerekir. Aynı şekilde süreklilik arz eden ve satıcılara tacir sıfatını kazandıracak boyuttaki satışlar ile sürekli serbest meslek faaliyeti niteliğindeki teslim ve hizmetler KDV’ye tabi olacak iken arazi şeklinde yapılan ticari, zirai ve serbest meslek faaliyetleri KDV’ye tabi tutulmamalıdır (www.ey.com/tr/, 2019; www.gib.gov.tr/, 2020).

Örneğin Rusya’da yapılan bir düzenlemeye göre KOBİ sınıfındaki işletmelerin geliştirilmesini teşvik etmek amacıyla özellikle de yüksek teknoloji alanında, 2030’a kadar yapılacak kitle fonlaması destekleri hem girişimciye hem de destekçiye vergi avantajları sunulmuştur (Dirkova, 2017).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Kitlesel fonlamanın finansman boyutuna ilişkin literatürde birçok çalışma olmasına rağmen, muhasebeleştirilmesine dair gerek dünyada gerekse ülkemizde çok az sayıda araştırma bulunmaktadır. Türkiye’deki bazı çalışmalarda ise kitlesel fonlama türlerinin avantajları ve dezavantajları açıklandıktan sonra kitlesel fonlama platformların proje içerik analizi yapılmış, projelerin konularına ve başarı oranlarına yer verilmiştir.

Örneğin Çubukçu (2017: 155-172) ülkemizde aktif olan Crowdfon, Fonlabeni, Fongogo, Arıkovanı ve Buluşum kitlesel fonlama platformlarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Çalışmanın sonucuna göre Türkiye’de beğendiği projenin gerçekleşmesini isteyen bir destekçinin bir projeye ortalama 215 TL destek verdiği ve başarılı proje başına da ortalama 44.463 TL fon düştüğü ortaya çıkmıştır. Ayrıca toplam 485 projeden sadece 144 tanesinin yani %30’unun başarıyla sonuçlandığı görülmüştür.

Sarıkaya ve Bezirgan (2018: 18-33) Türkiye’de faaliyet gösteren Crowdfon, Fongogo ve Fonlabeni sitelerini dünyada kitlesel fonlama alanında en çok bilinen site olan Kickstarter sitesiyle içerik analizi yöntemi uygulayarak karşılaştırmışlar. Elde edilen sonuca göre Türkiye’de 2018 yılına kadar 103 projenin başarıyla tamamlandığı, yurtdışındaki örnek sitesinde ise 138.823 projenin tamamlandığı; Türkiye’de başarılı proje başına düşen ortalama tutarın 144 dolar, yurtdışı örneğinde ise bu tutarın 7.967 dolar olduğu ortaya konulmuştur.

Dietrich ve Amrein (2016) İsviçre’deki finans platformları aracılığıyla kitlesel fonlamanın türlerini, vergisel boyutunu ve kullanımına yönelik diğer ülkelerle karşılaştırmasını yapmışlardır. İsviçre’deki 2015 yılı verilerine göre bağış ve ödüle dayalı kitlesel fonlamanın oranı %45, borca dayalı kitlesel fonlama %29, paya dayalı kitlesel fonlamanın oranı ise %26’dır. Yine aynı çalışmada, Avrupa’daki en büyük kitlesel fonlama pazarının İngiltere’de olduğu vurgulanmıştır.

Dünyada dört büyük olarak adlandırılan denetim şirketlerinin, bu konuda danışmanlık yapan işletmelerin ve kitlesel fonlama platformlarının web sayfalarında konunun özellikle vergisel boyutunun tartışıldığı görülmektedir. Muhasebeleştirmeyi konu alan çalışmaların içerisinde daha ziyade paya dayalı kitlesel fonlama modeline rastlanmaktadır. Çünkü bu konudaki ilgili yasal düzenlemeler birçok ülkede geliştirilmiştir.

Nicolaescu ve diğerleri (2016: 165-168) Romanya’da uygulanan kitlesel fonlama işlemlerinin hukukî altyapısı ile mevcut yasalar altında muhasebeleştirilmesini ele almışlardır. Yazdıkları örnek olay çerçevesinde paya dayalı kitlesel fonlama modeli ile online platform üzerinde başlattıkları kampanyanın olumlu sonuçlanması ile elde edilen finansal kaynağın “Ödenmiş Sermaye” hesabına kaydedilmesi, bununla birlikte komisyon ücreti ve katma değer vergisinin de muhasebeleştirilmesi sürecini işlemişlerdir.

Dirkova, Rusya’da 2017 yılında yayınladığı “Muhasebecilerin Gözünden Kitlesele Fonlama” isimli makalesinde bağış ve ödül bazlı projelere destek veren katılımcıların kesinlikle yatırımcı olarak değerlendirilmemesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Gerekçe olarak bu destekçilerin projenin kar/zararına ortak olmamasını sunmaktadır. Ayrıca internet platformu için komisyonların gelir; proje sahibi için fonların avans olarak kaydedilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Rusya hesap planında “Hedeflenen Fonlar” adında bir hesap bulunduğundan avans tutarının bu hesabın alacağında izlenmesinin uygun olacağını belirtmektedir.

4. KİTLESEL FONLAMA MUHASEBE UYGULAMALARI

Türkiye’deki ekonomik faaliyetlere ilişkin muhasebe uygulamaları Türk Ticaret Kanunu, ilgili vergi kanunları, Maliye Bakanlığı Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğleri ve Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu düzenlemelerinde yer alan esaslar çerçevesinde düzenlenmekte ve bu doğrultuda hazırlanan finansal raporlar bilgi kullanıcılarına sunulmaktadır. Örnek uygulamaların çözümünde bu düzenlemeler dikkate alınmış, ancak bağış (yardım) ve ödüle dayalı kitlesele fonlamada konuya ilişkin ülkemizde yasal düzenlemeler henüz hazırlanmadığından, muhasebeleştirme işlemlerinde tekdüzen hesap planı dikkate alınmıştır.

4.1. Bağış (Yardım) Yoluyla Kitlesele Fonlamanın Muhasebe Uygulamaları

Bağış (yardım) yoluyla fon toplanmasına ve muhasebeleştirilmesine ilişkin tarafımızca geliştirilen örnekler aşağıda verilmiştir.

Uygulama 1: Hobi olarak farklı cins tavşanları yetiştiren bir veteriner hekim, bu hayvanlar için bir sergi açmak ve fotoğraf albümü hazırlamak istemektedir. Sergi ve albüm masraflarını karşılamak için bağış (yardım) yoluyla kitlesele fonlamaya başvurmuş ve 15.000 TL fon tutarını bu sayede toplamaya karar vermiştir.

Fongogo.com adlı online platformda kampanyasını başlatarak bağışçılardan en az 10 TL ile katılmalarını talep etmiş ve serginin ziyaretçilere ücretsiz olacağını açıklamıştır. Online platform ile yapılan sözleşme gereği kampanyanın başarıya ulaşması durumunda toplanan tutar üzerinden KDV hariç %5 oranında komisyon kesilecektir. Ayrıca abonelik (üyelik) niteliğindeki bu sözleşme, bedeli üzerinden %9,48 oranında damga vergisine tabii olacaktır.

2 aylık kampanya süreci sonunda hedeflenen fon tutarına ulaşılmış ve kampanya başarı ile sonuçlanmıştır. Toplanan yardımdan internet platformu KDV dahil komisyonunu ve damga vergisi tutarını kestikten sonra 13.973 TL’yi veteriner hekimin banka hesabına yatırmıştır.

Sergi düzenlenmiş ve hazırlanan fotoğraf albümü internet ortamında bağışçılarla paylaşılmıştır. KDV dahil 11.800 TL’si sergi ve albüm masrafları için harcanmış, kalan tutar ise tavşanların daha sonraki bakımları için kullanılmak üzere banka hesabında bırakılmıştır.

A) Projeye Destek Verenler Açısından

Proje sahibi serbest meslek erbabı olduğundan, bağışçıların gerçek kişi olması durumunda bir vergi mükellefiyeti doğmayacak ve herhangi bir muhasebe kaydı yapmalarına gerek kalmayacaktır. Diğer taraftan bağışçıların kurum, kuruluş, dernek veya vakıf olması durumunda bağış tutarını gider yazabilirler, ancak vergi matrahından düşemezler.

B) İnternet Platformu Açısından

Fonlar Toplandığında Yapılacak Kayıt

102 BANKALAR	15.000	
329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR		15.000

Fonlar Proje Sahibine Aktarıldığında Yapılacak Kayıt

329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR	15.000	
600 YURTIÇİ SATIŞLAR		750
391 HESAPLANAN KDV		135
360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR(*)		142
102 BANKALAR		13.973

(*)Küsurat ihmal edilmiştir.

İnternet platformu, aracılık işleminden dolayı elde ettiği komisyonu, faaliyetinin esas konusu olan hizmet sunumundan sağladığı için 600 Yurtiçi Satışlar hesabına kaydedecektir. Yine aynı sebepten dolayı toplanan fonların, proje sahibine aktarıncaya kadar 32 Ticari Borçlar grubunun içerisinde izlenmesi uygun görülmüştür.

C) Proje Sahibi Açısından

Fonları Aldığında Proje Sahibi Tarafından Yapılacak Kayıt

102 BANKALAR	13.973	
780 FİNANSMAN GİDERLERİ	750	
191 İNDİRİLECEK KDV	135	
193 PEŞİN ÖDENEN VERGİ VE FONLAR	142	
679 DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR		12.712
391 HESAPLANAN KDV(*)		.288

(*)Küsurat ihmal edilmiştir.

Sergi ve Fotoğraf Albümü Masrafları Karşılandığında Yapılacak Kayıt:

689 DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR			
191 İNDİRİLECEK KDV		10.000	
		1.180	
	102 BANKALAR		11.800

Proje sahibi veteriner hekim için yardımlardan sağladığı gelir, veteriner kliniğinde hasta hayvanların tedavisinden sağladığı kazançtan çok farklı ve arızı nitelikte bir gelirdir. Tek sefer için sağlanacak bu gelirin ve dolayısıyla yapılacak masrafların Tekdüzen Hesap Planına göre “olağandışı” olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Ancak olaya muhasebe standartları açısından bakıldığında; TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu Standardının 87.maddesindeki “tablolarda ya da dipnotlarda herhangi bir gelir veya gider kalemi olağandışı kalem olarak sunulmaz” ifadesinden hareketle, söz konusu proje sahibi muhasebe standartlarına göre raporlama yapsaydı, olayın muhasebeleştirilmesinde 649 Diğer Olağan Gelir ve Karlar ile 689 Diğer Olağan Gider ve Zararlar hesaplarını kullanması gerekecektir.

Uygulama 2: ALS hastası bir kişi, ALS-MNH’li Çocuklara Umut Vakfına başvurarak solunum ve aspiratör cihazının yenilenmesi ve ihtiyaç malzemelerinin karşılanması talebinde bulunmuştur. İhtiyacın acil olması sebebiyle Vakıf, ideanest.org online platformuna başvurarak, 30.000 TL’lik bir bağış (yardım) kampanyası başlatmıştır. Destekçiler için bağışlanacak tutarla ilgili alt ve üst limit belirtilmemiştir.

30 günlük sürede “esnek fonlama” modelinde toplanacak paranın tamamı, %7 komisyon kesildikten sonra derneğin hesabına yatırılacaktır. Bozok A.Ş. 20.000 TL’lik yardımda bulunmuş, kampanya süresinin sonuna kadar çeşitli gerçek kişi destekçilerden toplamda 8.000 TL sağlanmıştır.

Vakfın iktisadi işletmesi bulunmadığından, komisyon tutarı için online platforma gider makbuzu, elde ettiği fonlar için destekçilere gelir makbuzu kesilecektir.

A) Projeye Destek Verenler Açısından

Gerçek kişi bağışçılar, bu işlem için bir kayıt yapmazken, Bozok A.Ş. yaptığı bağış gider yazıp, vergi matrahından indirebilecektir.

B) İnternet Platformu Açısından

Fonlar Toplandığında Yapılacak Kayıt

102 BANKALAR		28.000	
	329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR		28.000

(*)Küsurat ihmal edilmiştir.

Toplanan Fonlar Derneğe Aktarıldığında Yapılacak Kayıt

329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR		28.000	
	600 YURTIÇİ SATIŞLAR		1.960
	102 BANKALAR		26.040

Söz konusu vakfın iktisadi işletmesi bulunmuş olsaydı, işlemlerin karşılığında fatura kesilecek ve KDV doğacaktı. Ancak örneğimizdeki vakfın iktisadi işletmesi bulunmadığından, platforma ödeyeceği komisyon tutarı için gider makbuzu kesecek ve bu işlemde KDV doğmayacaktır. Uygulama 1 ile farkı bu noktada ortaya çıkmaktadır.

C) Vakıf (Proje Sahibi) Açısından

Fonları Aldığında Vakfın Yapacağı Kayıt

102 BANKALAR		26.040	
653 KOMİSYON GİDERLERİ		1.960	
	603 BAĞIŞ VE YARDIMLAR		28.000

Toplanan fonlar karşılığında vakıf destekçilere bağış makbuzu kesecek ve KDV'den muaf olduğu için KDV yükümlülüğü meydana gelmeyecektir.

Fonları Hastaya Aktardığında Vakıf Tarafından Yapılacak Kayıt

633 AMACA YÖNELİK GİDERLER		26.040	
	102 BANKALAR		26.040

4.2. Ödüle Dayalı Kitlesele Fonlamanın Muhasebe Uygulamaları

Uygulama 3: Isındığında sayfalarının silinebilir özelliğe sahip olan ajanda ile 01.04.2019 tarihinde kitlesele fonlama kampanyası başlatan ABC Notebook firması, ulaşmayı hedeflediği bütçeyi 250.000 TL olarak açıklamıştır. Kampanyada her bir 250 TL'lik destek için katılımcılara bir ajanda hediye edileceği belirtilmiştir. Ancak bir katılımcının 500 TL'den fazla fon sağlama durumu kendisine en fazla iki ajanda hediye edileceği de vurgulanmıştır.

ABC firması kampanyasını arikovani.com üzerinden yürütmektedir. Arıkovani, platform üzerinde başlatılan ve başarıyla sonuçlanan her kampanyada toplanan tutar üzerinden %4 komisyon + KDV alacağını müşterileriyle yaptığı sözleşmede belirtmiştir. Kampanya süresi 60 gün olarak açıklanmıştır.

Sözleşmede öngörülen 60 günlük süre içinde 620 destekçiden 155.000 TL (620*250TL), 340 destekçiden de 170.000 TL (340*500TL) olmak üzere 325.000 TL toplanmıştır. Kampanya bitiminde arikovani.com komisyon ve sözleşmeyle ilgili damga vergisi tutarını kestikten sonra kalan tutarı 06.06.2019 tarihinde ABC firmasının banka hesabına havale etmiştir.

Notebook firması gerekli finansmanı sağlayınca, ajandaların üretimine geçmiş ve bir ajandanın maliyetini 50 TL olarak hesaplanmıştır. Firma 2019 yılının sonuna kadar 5.000 adet isındığında sayfaları silinebilir ajanda üretmiş ve destekçilere gönderdiklerinden sonra kalan ajandalardan 3.000 adedini KDV dahil 88,50 TL fiyattan satmıştır. Ajandalara olan talebin devam etmesi durumunda firma izleyen yılda seri üretime geçmeyi planlamaktadır.

Hesaplamalar:

KDV dahil komisyon tutarı $325.000 * 0,04 = 13.000$ TL * 1,18 = 15.340 TL

Damga vergisi sözleşme bedeli üzerinden %9,48 = $250.000 * 0,00948 = 2.370$ TL

Elde edilen net fon tutarı: $325.000 - (15.340 + 2.370) = 307.290$ TL

Destekçilere hediye edilecek ajandaların sayısı ve maliyeti: $(620 * 1 \text{ adet}) + (340 * 2 \text{ adet}) = 1.300 \text{ adet} * 50 \text{ TL/ad.} = 65.000 \text{ TL} * 1,18 = 76.700 \text{ TL}$ KDV dahil toplam maliyet.

Ödül maliyetleri hariç, notebook firmasına kalan fon tutarı: $307.290 - 76.700 = 230.590$ TL, $230.590 / 1,18 = 195.415$ KDV hariç tutar (Not: küsurat dikkate alınmamıştır.)

Bu örneğin muhasebeleştirilmesinde Online Platformun kayıtlarına yer verilmemiştir. Çünkü kayıtlar uygulama 1'de gösterildiği gibi olacaktır. Ayrıca destekçiler için uygulama 1'de yapılan açıklama burada da geçerli olduğundan, sadece proje sahibinin kayıtlarına yer verilmiştir.

Fonları Aldığında Proje Sahibi Tarafından Yapılacak Kayıt

102 BANKALAR		307.290	
780 FİNANSMAN GİDERLERİ			
191 İNDİRİLECEK KDV		13.000	
193 PEŞİN ÖDENEN VERGİ VE FONLAR		2.340	
		2.370	
	349 ALINAN DİĞER AVANSLAR		
	649 DİĞER OLAĞAN GELİR VE KARLAR		76.700
	391 HESAPLANAN KDV(*)		195.415
			35.175

(*)Küsurat ihmal edilmiştir.

Proje sahibi ABC notebook firması, ödül olarak dağıtacağı ajandaların tutarını alınan avans olarak değerlendirmelidir. Bu avanslar işletmenin esas faaliyet konusu ile ilgili olmadığından 349 Alınan Diğer Avanslar hesabında izlenmesi uygundur. Ancak proje bu ajandaların seri üretimine geçilmesi amacıyla başlatılmış olsaydı avansların 340 Alınan Sipariş Avansları hesabında izlenmesi daha doğru olurdu. Dolayısıyla bu durumda ödül maliyetleri haricinde elde edilen gelirin de 649 nolu hesap yerine “mali (finansal) yardım” yaklaşımıyla 602 Diğer Gelirler hesabına alınması da doğru kabul edilebilir. Yine söz konusu fonun sağlanması bir kereye mahsus bir uygulama olduğu düşünülerek “olağandışı gelir” olarak kaydedilmesi Tekdüzen Muhasebe Sistemi açısından yanlıştır.

Ajandanın üretim sürecinin muhasebeleştirilmesi maliyet muhasebesi kuralları çerçevesinde yapıldığından ve kitlesel fonlama ile doğrudan ilgili olmadığından burada verilmemiştir.

623 DİĞER SATIŞLARIN MALİYETİ		65.000	
	152 MAMULLER		65.000
349 ALINAN DİĞER AVANSLAR		76.700	
	602 DİĞER GELİRLER		65.000
	391 HESAPLANAN KDV		11.700

Notebook firması, destekçilerine vaat ettiği ajandaları gönderdiğinde, avans hesabı kapatılır ve mamul maliyetleri ile satış geliri, işletmenin esas faaliyet konusu ürünlerin satışından sağlanmadığı için “diğer” gelir ve maliyet olarak kaydedilmiştir. Diğer üretilen ajandaların satışından elde edilecek gelir ile ajanda maliyetleri yine 602 Diğer Gelirler ve 623 Diğer Satışların Maliyeti hesaplarına alınmalıdır. Ancak seri üretime geçilmesi durumunda elde edilecek gelir 600 Yurtiçi Satışlar hesabına, maliyetler 620 Satılan Mamullerin Maliyeti hesaplarında muhasebeleştirilecektir.

4.3. Kampanyaların Başarısızlıkla Sonuçlanma Durumunda Muhasebe Uygulamaları

Uygulama 4: Kodlanabilir akıllı saat tasarlayan ve prototipini üreten Düş Zamanı isimli şirket seri üretime geçmek için gerekli finansman ihtiyacını kitle fonlaması yoluyla karşılamaya karar vermiştir. Crowdfon.com online platformda ürüne dair bilgiler verilmiş ve görsel medya araçları kullanılarak tanıtım zenginleştirilmiştir. Hedeflenen bütçe 100.000 TL olarak belirlenmiş, ancak 2 aylık kampanya süreci sonunda, hedeflenen bütçenin sadece %45’i toplanabilmiştir. “Ya hep, ya hiç” modeliyle çalışan online platform, Düş Zamanı Şirketinin hedeflediği finansman tutarına ulaşamamasından dolayı toplanan fonları destek veren yatırımcılarına iade etmiştir.

Bu proje başarısızlıkla sonuçlandığından platform herhangi bir komisyon kesmeden toplanan fonları destekçilere iade edecektir. Dolayısıyla tarafların yapması gereken herhangi bir muhasebe kaydı da olmayacaktır. Ancak internet platformları proje süresince toplanan fonları nazım hesaplarda takip edebilirler. Bu durumda nazım hesapların kapatılması gerekecektir. Diğer taraftan nadiren de olsa platform ile banka arasındaki anlaşmaya göre fon toplama süresince, açılan hesaba banka tarafından faiz işletilirse, platformun bunu gelir olarak kaydetmesi gerekecektir.

5. SONUÇ

Kitle fonlaması uygulaması, sermaye gereksinimi içinde olan girişimcilerin, işlem maliyetleri düşük kaynak bulmak, başka bir ifadeyle finansal açıdan desteklemek amacıyla başlatılmıştır. Küresel kriz dönemlerinde ekonomilerin canlanması için çeşitli projeleri desteklemek üzere finansal ve hukukî altyapı çalışmaları yapılmış ve yaratıcı fikirlerin hayata geçmesi sağlanmıştır. Özellikle ABD ve İngiltere bu uygulamanın öncüsü olmuş, daha sonra diğer ülkelere de yayılmıştır. Ülkemizde atılan adımlar ise oldukça yenidir. “Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği (III – 35/A.1)” ile Ekim 2019 yılında SPK sadece paya dayalı kitlesel fonlama platformları ve uygulama alanlarını hukuki olarak tanımlanmıştır. Borca dayalı kitle fonlaması ile ilgili ülkemizde henüz bir düzenleme getirilmemiş olmasının yanı sıra ödül veya bağış (yardım) yoluyla toplanan fonların vergilendirilmesi de tartışma konusudur.

Bağış (yardım) yoluyla başlatılan kitlesel fonlama kampanyalarının daha çok yaygınlaşması için konuya ilişkin Türkiye’de yapılacak yasal düzenlemelerde toplanan tutarların, her açıdan vergiye tabi olmaması önerilmektedir. Diğer taraftan yaptıkları yardımları gider kaydedip, matrahtan düşebilmeleri durumunda destekçileri de bu tür kampanyalara fon sağlamaya teşvik edeceği düşünülmektedir.

Ticari kazanç amacı gütmeyen ödüle dayalı kitlesel fonlama uygulaması için de aynı vergisel teşviklerin getirilmesi de isabetli olacaktır. Ödüle dayalı kitlesel fonlama uygulamasının içeriğinde ticari kazanç olduğunda, vergi düzenlemeleri açısından durumun daha belirgin olmasına rağmen uygulamanın teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması özellikle de küçük girişimciler için bazı istisnaların getirilmesi de önerilebilir.

Özellikle bağış (yardım) ve ödül yoluyla sağlanan kitlesel fonların vergilendirilmesiyle doğrudan ilgili bir yasal düzenleme bulunmadığından, mevcut kanunlar çerçevesinde konu tartışılmış ve muhasebeleştirilmesinde göz önünde bulundurulmuştur. Ulusal literatürde uygulamanın muhasebeleştirilmesi ile ilgili herhangi bir yayına rastlanmadığından, bu çalışmanın konuya ilgili duyanlara ışık tutacağı kanısındayız. Bu alanda ileride yapılacak çalışmalarda konunun Türkiye Finansal Raporlama Standartları perspektifinden incelenmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Belleflamme, Paul - Lambert, Thomas - Schwienbacher, Armin (2010), “Crowdfunding: An industrial organization perspective”, https://www.researchgate.net/publication/228468454_Crowdfunding_An_Industrial_Organization_Perspective, (12.12.2019).
- Belleflamme, Paul - Lambert, Thomas - Schwienbacher, Armin (2014), “Crowdfunding: Tapping the right crowd”, *Journal of Business Venturing*, 29(5), pp.585–609.
- Bouncken, Ricarda B. - Komorek, Malvine - Kraus, Sascha (2015), “Crowdfunding: The current state of research”, *International Business & Economics Research Journal*, 14(3), pp.407-416.
- Çubukçu, Ceren (2017), “Kitlesel Fonlama: Türkiye’deki Kitlesel Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, Cilt 6, S.2, ss.155-172.
- Dietrich, Andreas - Amrein, Simon (2016), “Crowdfunding monitoring Switzerland 2016”, *Institute of Financial Services Zug IFZ*. https://blog.hslu.ch/retailbanking/files/2016/05/Crowdfunding_Monitoring16_english.pdf, (02.02.2020).
- Dollar, David – Hallward, Driemeier, Mary - Mengistae Taye (2005), “Investment climate and firm performance in developing economies”, *Economic Development and Cultural Change*, 54(1), pp.1-31.
- Dirkova, Elena, (2017), “Краудфандинг глазами бухгалтера”, www.buhgalteria.ru/article/kraudfanding-glazami-bukhgaltera © Бухгалтерия.ру, (01.02.2020).
- İşler, Serhat T. (2014), “Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitlesel Fonlama–Crowdfunding”, https://www.tspb.org.tr/wp-content/uploads/2015/07/TSPB-GOSTERGE-GUZ_opt.pdf, (10.02.2020).
- King, Robert G. - Levine, Ross (1993), “Finance, entrepreneurship and growth”, *Journal of Monetary economics*, 32(3), pp.513-542.
- Mollick, Ethan (2014), “The dynamics of crowdfunding: An exploratory study”, *Journal of Business Venturing*, 29(1), pp.1-16.
- Nicolaescu, Cristina - Tăgăduan, Diana - David, Delia (2016), “Accounting and Legal Aspects regarding the Online Romanian Crowdfunding Platforms' Operations”, *Journal of Economics & Business Research*, 22(2), pp.585-609

- Sarıkaya, Şakir - Bezirgan Elif (2018), “Kitlesele Fonlama Platformları: Türkiye Ve Yurtdışı Karşılaştırması”, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 8, S.2, ss.18-33.
- Şeker, Sakıp (1993), “Bedelsiz Teslim Ve Hizmet (Bağışlama) İşlemlerinde KDV Uygulaması”, <https://www.kanitymm.com.tr/makale/1993-07%20YAKLASIM%20-%20BEDELSIZ%20TESLIM%20VE%20HIZMET%20ISLEMLERINDE%20KDV%200 UYGULAMASI.pdf>, (06.02.2020).
- Tomczak, Alan - Brem, Alexander (2013), “A conceptualized investment model of crowdfunding”, *Venture Capital*, 15(4), pp.335-359.
- Torkanovskiy, Evgeny (2015), “Non-equity Crowdfunding as a National Phenomenon in a Global Industry: The Case of Russia”, *Crowdfunding in Europe: State of the Art in Theory and Practice*, Editörler: Brüntje, Dennis - Gajda Oliver, pp.115-124.
- Vural, Aslı – Doğan, Deniz U. (2019), “Girişimcilik Finansmanında Yeni Bir Model: Kitle Fonlaması”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), ss.88-100.
- Yalçın, Barış (2019), “Yabancı Bir Para Birimiyle Alınan Ya Da Verilen Avanslar Parasal Kalem Olarak Muhasebeleştirilebilir Mi?”, <https://www.pwc.com.tr/tr/medya/kose-yazilari/baris-yalcin/yeni-bir-fonlama-araci-kitle-fonlamasi-crowd-funding.html>, (15.1.2020).
- Zheng, Haichao - Li, Dahui - Wu, Jing - Xu, Yun (2014), “The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US”, *Information & Management*, 51(4), pp.488-496.
- www.alomaliye.com/2015/09/02/vakiflar-tek-duzen-hesap-plani-2/, (12.12.2019)
- www.ato.gov.au/business/income-and-deductions-for-business/indetail/crowdfunding, (20.01.2020)
- www.ey.com/tr/tr/services/tax/dijital-vergi-kitlesele-fonlama, (15.12.2019).
- www.gib.gov.tr/taxonomy/term/83070, (2020).
- www.kickstarter.com/about?ref=global-footer, (12.12.2019).
- www.kiva.org, 812.12.2019)
- www.probono.bilgi.edu.tr/media/document/2018/09/17/Pro_Bono_Agi-STK-Rehber-Bagis-Yardim.pdf, 828.12.2019)
- sozluk.gov.tr, 811.02.2020)
- https://scloud.ru/blog/kak_vesti_bukhgalterskiy_uchet_v_kraudfandingovoy_kompanii/, (27.01.2020)
- <https://www.iyzico.com/blog/melek-yatirimcilar-girisimcilik-dunyasinin-merak-edilen-isimleri/>, (15.02.2020)
- 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu Ve İlgili Tebliğler
2860 Sayılı Yardım Toplama Kanunu Ve İlgili Tebliğler
5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu Ve İlgili Tebliğler
7061 Sayılı Bazı Vergi Kanunları İle Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun
- Sermaye Piyasası Kurulu “Paya Dayalı Kitlesele Fonlaması Tebliği” 3 Ekim 2019 Tarihli ve 30907 Sayılı Resmî Gazete

