

**Araştırma Makalesi**

**Ödül Bazlı Kitlesele Fonlama Ölçeği<sup>1</sup>**

*Reward-Based Crowdfunding Scale*

<b>Hatice BAHÇE</b> Öğr. Gör. Dr., Kayseri Üniversitesi Bünyan Meslek Yüksekokulu Ulaştırma Hizmetleri Bölümü <a href="mailto:haticebahce@kayseri.edu.tr">haticebahce@kayseri.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-4358-4400">https://orcid.org/0000-0002-4358-4400</a>	<b>Metehan TOLON</b> Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü <a href="mailto:metehan.tolon@hbv.edu.tr">metehan.tolon@hbv.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0003-0832-3632">https://orcid.org/0000-0003-0832-3632</a>
---	---

<b>Makale Geliş Tarihi</b>	<b>Makale Kabul Tarihi</b>
<b>16.01.2023</b>	<b>10.03.2023</b>

**Öz**

*Girişimcilerin fikirlerini hayata geçirebilme yolunda karşılaştıkları en büyük problemlerin başında finansal kaynak temini gelmektedir. 2008 ekonomik krizin etkileriyle bu finansal kaynakların temini zorlaşmış, girişimciler alternatif kaynak arayışına yönelmişlerdir. Bilgisayar ve internet teknolojisindeki gelişmeler bu alternatif fon arayışına etki ederek, her alanda olduğu gibi finans alanında da birçok önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bu önemli değişikliklerden biri olan kitlesele fonlama, yeni girişimlerin meydana getirilmesinde finansal kaynak elde etmeyi mümkün kılan internet ve kitle tabanlı girişim finansmanı modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni ve inovatif girişimlere fon sağlamak amacıyla tercih edilen kitlesele fonlama, proje sahibi girişimcilerle projelere fon sağlayan destekçileri internet tabanlı platformlarda bir araya getirmektedir. Araştırmada, kitlesele fonlama ile ödül temelli projelere fon sağlayan destekçileri motive eden nedenlerin neler olduğunun ortaya çıkarılması yaklaşımıyla yeni bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada literatür taraması sonucunda madde havuzu oluşturularak uzman görüşlerine sunulmuştur. Elde edilen taslak ölçek, kolayda örnekleme yöntemi ile kitlesele fonlama platformlarında ödül tabanlı projelere fon sağlayan destekçilere uygulanmıştır. Araştırmada tanımlayıcı istatistikler, geçerlik ve güvenilirlik analizi, açıklayıcı (keşfedici) ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanarak geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış 15 sorudan oluşan bir ölçek geliştirilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Kitlesele Fonlama, Girişim Finansmanı, İnovasyon, Girişimcilik, Ölçek Geliştirme

**Abstract**

*One of the biggest problems faced by entrepreneurs in realizing their ideas is the supply of financial resources. With the effects of the 2008 economic crisis, the supply of these financial resources became difficult, and the entrepreneurs turned to the search for alternative resources. The developments in computer and internet technology have influenced this search for alternative funds, and have brought*

<sup>1</sup> Bu çalışma, "Ödül bazlı kitlesele fonlama için destekçilerin motivasyonlarını belirlemeye yönelik ölçek geliştirme çalışması" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

**Önerilen Atf /Suggested Citation**

Bahçe, H. & Tolon, M., 2023 Ödül Bazlı Kitlesele Fonlama Ölçeği, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(1), 783-798

*many important changes in the field of finance as well as in every field. Crowdfunding, one of these important changes, emerges as an internet and crowd-based venture finance model that makes it possible to obtain financial resources for the creation of new ventures. Crowdfunding, which is preferred to fund new and innovative initiatives, brings together project owner entrepreneurs and supporters who fund projects on internet-based platforms. In the research, it is aimed to develop a new scale with the approach of revealing the reasons that motivate the supporters who fund crowdfunding and reward-based projects. In line with the purpose, an item pool was created as a result of the literature review and presented to expert opinions. The resulting draft scale was applied to supporters who fund award-based projects on crowdfunding platforms with convenience sampling method. In the research, a scale consisting of 15 questions, the validity and reliability of which was proven, was developed by applying descriptive statistics, validity and reliability analysis, exploratory (exploratory) and confirmatory factor analysis.*

**Keywords:** Crowdfunding, Venture Finance, Innovation, Entrepreneurship, Scale Development

## 1. Giriş

Günümüzde hem bireyler hem işletmeler ihtiyaçlarını karşılamak adına sermayeye ihtiyaç duyarlar. İhtiyaç duyulan bu sermaye temini dünya genelinde bankalar ya da finans kuruluşları aracılığıyla elde edilmektedir. 2008 yılında yaşanan büyük ekonomik kriz finans sektörünü temelden sarsarak, bankalardan ve finans kuruluşlarından elde edilen sermayeye ket vurmuştur. Büyük kriz sonrası hem ülkeler hem de finans kuruluşları sektörü ve finansal piyasaları toparlamak ve tekrar yaşanmasını önlemek adına bazı tedbirler almışlardır. Finansal kaynağa erişimin sınırlandırılması ve yüksek maliyetle fon sağlayan bankaların maliyetlerini artırmaları bu tedbirlerden bazılarıdır. Bu tedbirler özellikle kuruluş aşamasında olan işletmelerle, sermayesi yetersiz olan bireyleri büyük ölçüde etkilemiştir. Krizin getirdiği sermayeye ulaşım yolunun zorluğu hem işletmeleri hem bireyleri sermayeye ulaşma noktasında farklı yollar aramaya zorlamıştır.

Riske katlanarak sorumluluk alabilen, yeni bir fikre sahip girişimciler de finansal kaynak temin etme aşamasında bazı zorluklar yaşayan bireyler arasında yer almaktadır. Geleneksel finans kaynaklarının sunduğu krediler prosedür işlemlerinin uzunluğu, maliyetlerinin ve faiz oranlarının yüksekliği gibi nedenlerden kaynaklı inovatif fikirlerini ticarileştirmek isteyen girişimciler için cazibesini kaybetmiştir. Bankalar ve finans kuruluşları dışında kendi sermayelerinden, aile, akraba ve arkadaş yardımlarından fon elde etmeye çalışan girişimcilerin alternatif olarak daha cazip fon kaynağı arayışına girdiğini söylemek mümkündür. Bilgisayar ve internet teknolojisindeki gelişmeler bu alternatif fon arayışına etki ederek, her alanda olduğu gibi finans alanında da birçok önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Geleneksel finans metodlarına ek olarak kitle kavramı ve kalabalıkların bir araya getirdiği ekonomi konuşulmaya başlanmıştır. Bu yenilikler arasında kendine yer bulan kitlesel fonlama, finansal destekte bilgisayar ve internet tabanlı platformlardan faydalanmaktadır. Günümüzde bu platformlar sayesinde artık fonların elde edilmesinde bankalar veya diğer finans şirketlerine bağlı kalınmadığını söylemek mümkündür. Kitlesel fonlama ile bir projeyi/girişimi finanse etme noktasında artık bankadan ya da diğer finans şirketlerinden ziyade toplum fon sağlama faaliyeti içerisinde yer almaktadır.

Türkiye’de ilk kez 2010 yılında uygulanmaya başlanan kitlesel fonlama uygulamaları gün geçtikçe yaygınlığını artırmıştır. Yeni bir fikre sahip olan girişimcilerle, sermayeye sahip olan destekçileri platformlar aracılığıyla bir araya getiren ve günümüz literatüründe modern hayırseverlik olarak adlandırılan kitlesel fonlama uygulamaları bir fikre sahip olup sermayesi olmayan girişimcilere katkı sağlamaktadır. Destekçilerin yardımlarıyla girişimcilerin sahip olduğu fikirler hayata geçirilmektedir. Araştırmanın hareket noktasını “Türkiye’de girişimciler tarafından sunulan ödül temelli kitlesel fonlama projelerine yatırımcıların destek vermesinin altında yatan nedenler nelerdir?” sorusu oluşturmaktadır. Araştırmanın temel amacı, kitlesel fonlama projelerine finansal katkı sağlayan destekçileri harekete geçiren nedenleri bir diğer ifadeyle motivasyon kaynaklarını belirlemek adına sonuçları geçerli ve güvenilir “Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Ölçeği” geliştirmektir.

## 2. Kitlesel Fonlama

Üretim faktörlerini bir araya getiren girişimcinin mal ve hizmet üretmeye yönelik bir fikrinin mevcudiyeti ve bu fikri hayata geçirecek sermayeye sahip olması gerekmektedir (Topaç, 2014: 18). Girişim fikrinin hayata geçirilmesi noktasında, riskin yüksek ve girişimcinin tanınırlığının düşük

olması geleneksel finans kaynaklarına erişmede engel teşkil etmektedir. Ancak günümüzde start-up olarak ifade edilen başlangıç aşamasındaki işletmelerin varlığı girişimcilerin tanınırlılığını nispeten artırmış olsa da, finans kaynağına duyulan ihtiyaç günden güne artmaktadır (Göker, 2019: 48).

Girişimciler karşılaştıkları problemlerin içerisinde en çok finansal kaynağı elde etmede sorun yaşamaktadırlar (Bahçe ve Tolon, 2022:125). Bu sorun karşısında girişimcilerin fikirlerini gerçekleştirebilmeleri fon bulabilmelerine bağlıdır. Gerekli olan bu fon; risk sermayesi, kredi kuruluşları, bankalar ile devlet gibi üçüncü kişilere borçlanma yoluyla elde edilebilen biçimsel fon kaynaklarından elde edilebileceği gibi (Karasioğlu ve Duman, 2006: 151); özkaynak, aile, arkadaş, akraba yardımları, melek yatırımcılar ile kitlesel fonlama platformlarından sağlanan biçimsel olmayan fon kaynaklarından da elde edilebilmektedir (Er, Şahin ve Mutlu, 2015: 32).

Geleneksel bir diğer ifadeyle biçimsel finansman kaynaklarından olan bankalar, kredi kuruluşları vb. yapılar kurumsal işletmelere finansal destek sağladıklarından, kitlesel fonlama platformları henüz giriş aşamasında yer alan ticari ve sosyal inovasyonlar için alternatif bir finansman modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Ryu ve Kim, 2018: 350). Kitlesel fonlamanın ticari girişimlerin yanında sosyal girişimlere de fon sağlaması popülaritesini artırmış olmasına rağmen, kitlesel fonlama kavramsal açıdan üzerinde durulması gereken bir konu olarak görülmektedir (Moleskis, Alegre ve Canela, 2019: 552-553). Devlet, aile, arkadaşlar, risk sermayesi, melek yatırımcılar, kredi kuruluşları, bankalar gibi finansal fon sağlama yolları (Şahinoğlu, 2019: 5-9) ile kıyaslandığında kitlesel fonlama yeni ve inovatif projelerin fonlanmasına yönelik ortaya çıkmış bir yöntemdir (Janku ve Kucerova, 2018: 351).

Yeni girişimler/projeler başarılı olmak için kaynaklara ihtiyaç duyarlar ve bu kaynakların en kritiklerinden biri finansmandır (Gorman ve Sahlman, 1989: 234; Kortum ve Lerner, 2000: 676; Gompers ve Lerner, 2004: 274). Son yıllarda kitle fonlaması, girişimcilerin risk sermayesi veya diğer geleneksel girişim finansmanı kaynaklarını aramak zorunda kalmadan fon sağlamaları için yeni bir yol olarak ortaya çıkmıştır. Mikro finans (Morduch, 1999: 1606) ve kitle kaynak kullanımı (Poetz ve Schreier, 2012: 246) kavramlarını temel alan kitlesel fonlama, kendine has internet sitesi aracılığıyla farklı bir fon yaratma kategorisi sunmaktadır. Mollick, kitlesel fonlamayı girişimcilerin ticari projelerini, geleneksel finansal araç olmadan internet aracılığıyla büyük bireylerin küçük katkılarıyla finanse etme çabası (Mollick, 2014:2) şeklinde ifade ederek literatüre genel bir tanım kazandırmıştır. Ünsal'a göre kitlesel fonlama, bir proje veya girişimin bir grup insan tarafından internet aracılığı ile finanse edilmesidir (Ünsal, 2017: 21). Açıklamalar çerçevesinde kavramı kısaca ifade edecek olursak, "kitlesel fonlama yenilikçi projelerin/girişimlerin profesyonel taraflardan ziyade bir grup insan tarafından platformlar aracılığıyla desteklenmesinde alternatif bir finansman yoludur" şeklinde literatüre katkıda bulunulabilir. Konuya ilişkin sunulan birkaç genel görüşten birinde Schwienbacher ve Larralde, kitlesel fonlamayı bağış şeklinde yahut bir ödül karşılığında finansal kaynakların elde edilmesi için internet aracılığıyla gerçekleştirilen açık bir çağrı olarak tanımlamışlardır (Schwienbacher ve Larralde, 2010: 4). Bu tanımdan hareketle kitlesel fonlama uygulamalarının farklı türlerde (ödül, bağış, borç, hisse vb.) gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Hayırseverlik anlayışına dayanan ve kitlesel fonlama uygulamalarının ortaya çıkışının temelini oluşturan bağış bazlı model türler arasında yaygın olarak kullanılan ve en bilinen modeldir (Zengin, Yüksel ve Kartal, 2017: 5). Bağış temelli kitlesel fonlamada süreç, kitlesel fonlama platformları aracılığıyla çağrısı yapılan projelerin bağışçılar tarafından fonlanması ve toplanan fonların proje sahibine ulaştırılması şeklinde işlemektedir (Twintangibles, 2013: 9; Gulati, 2014: 4). Bağışçıların yaptıkları bağış karşılığında beklentileri kişisel ve içseldir, mutluluk duyma, yardımlaşma duygusunu tatmin etme, toplumun bir parçasına ait olma ya da yardım etme hissiyatı dışında herhangi bir maddi/fiziksel getiri elde etmemektedirler (Ergen, Lau ve Bilginoğlu, 2013: 5; İşler, 2014: 56). Bağışçıların maddi/fiziksel beklentileri olmamasına karşın proje sahipleri, bir teşekkür yazısı ya da bir teşekkür e-postası gibi küçük jestlerle karşılık verebilmektedirler (Hemer, 2011: 13; Gürlü, 2016: 6).

Ödül bazlı kitlesel fonlama modeli diğer kitlesel fonlama türlerinden farklı olarak hisse, kar, ortaklık, faiz gibi maddi kazanç getirisi sağlamamakta, girişimcinin projeyi sunarken vaat ettiği ödüller proje destekçisine iletilmektedir (Gulati, 2014: 4; De Buysere vd., 2012: 11; Twintangibles, 2013: 8; Onur ve Değirmenci, 2015: 3; Atsan ve Oruç Erdoğan, 2015: 302). Ödül bazlı kitlesel fonlama yönteminde proje destekçilerine vaat edilen ödüller; kahve, şapka, t-shirt, rozet, hediyeelik eşya, sticker, müzik

albümü, film gösterimi, kitap, teşekkür yazısı, tebrik kartı, destek olduğuna dair sertifika, platformda destekçinin ismine yer vermek, ürün ya da hizmete indirimli fiyattan sahip olmak, ön sipariş verebilme hakkı ya da ürün ya da hizmete ücretsiz elde etmek şeklindedir (Karaarslan ve Altuntaş, 2015: 491; De Buysere vd., 2012: 14; İzmirli Ata, 2018: 281; Gleasure ve Feller, 2016: 104; Mitra, 2012: 69).

Borçlanma bazlı kitlesel fonlama, ödül olarak faiz getirisinin vaat edildiği, platform aracılığıyla bireylere borçlanma işlemidir (İşler, 2014: 58). Kitlesel fonlamanın bu modelinde proje sahipleri ihtiyaç duydukları fonu bankalar yerine platform aracılığıyla bir araya geldikleri fon sağlayanlardan belirledikleri tarihte faiziyle ödemek koşuluyla elde ederler (Ergen vd.,2013: 5; Atsan ve Oruç Erdoğan, 2015: 303). Borçlanma bazlı kitlesel fonlamada süreç platformun proje sahiplerinin projelerini hayata geçirebilmek amacıyla ihtiyaç duydukları sermayeyi yatırımcılardan sağlayarak gerekli miktar elde edildiğinde proje sahiplerine aktarması ve belirlenen ödeme zamanı geldiğinde miktarın proje sahiplerinden tahsil edilerek yatırımcılara ödenmesi şeklinde işlemektedir (De Buysere vd., 2012: 16). Yapılan bu aracılık faaliyeti karşılığı olarak kitlesel fonlama platformu komisyon elde etmektedir (Onur ve Değirmenci, 2015: 4).

Hisse bazlı modelde projelere fon sağlayan yatırımcılar karşılığında ortaklık ya da oy hakkı elde ederler (Fettahoğlu ve Khusayan, 2016: 506; Atsan ve Oruç Erdoğan, 2015: 303; İmrek ve Kartal, 2019: 8). Diğer modellerden farklı olarak projeye sağlanan fon direkt girişimci hesabına aktarılmamaktadır. Öncelikle projeye aktarılan fon kitlesel fonlama platformunun bankada açtığı emanet hesaba geçmekte, işlem tamamlanıp hisse sözleşmesi imzalandığında platform işlemin tamamlandığını bankaya bildirerek fonu girişimciye aktarmaktadır (Atsan ve Oruç Erdoğan, 2015: 303).

### 3. Amaç ve Yöntem

Çalışma, finansal kaynağa ulaşamayan girişimcilerin projelerine fon sağlayan veya sağlayabilecek destekçilerin kararlarında etkili olan faktörlerin belirlenebilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, kitlesel fonlama platformlarını kullanan destekçilerin motivasyon kaynaklarını belirleyebilecek bir ölçek geliştirilmiştir. Henüz çok yeni olan kitlesel fonlama kavramıyla ilgili literatürde, ülkemizdeki yatırımcıların kararlarında etkili olan motivasyon kaynaklarını belirlemeye yönelik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın bulgularından elde edilen sonuçların, reel sektörde faaliyet gösteren girişimcilerden yatırımcılara kadar geniş yelpazedeki paydaşlara ve bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Evrenin temsil edilmesinde, ölçeğin uygulandığı grubun etkisi önemlidir. Çalışmanın amacı doğrultusunda belirlenen hedef kitle içerisinde yeterli sayıda katılımcıya anket uygulaması yapılmalıdır (Delice ve Ergene, 2015: 64). Ölçek oluşturma ile ilgili literatürde, örnekleme oluşturan katılımcı sayısının yeterliliği ile ilgili farklı görüşler yer almaktadır. Ölçekte kullanılan madde sayısına göre; Bryman ve Cramer (2001) bu sayının en az beş katı, Nunually (1978) 10 katı, Gorusch (1983) 15 katı kişiye uygulama yapılması gerektiği şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bununla birlikte Comrey ve Lee (1992) katılımcı sayısına yönelik doğrudan; 100 kişinin zayıf, 200 kişinin orta, 300 kişinin iyi, 500 kişinin çok iyi ve 1000 kişinin mükemmel olduğunu ifade etmişlerdir. Literatürde ayrıca değişkenlerden daha fazla katılımcı olması gerektiği konusunda fikir birliği vardır. Örneğin değişken başına mutlak minimum beş katılımcı ve analiz başına en az 100 kişi önerilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlamak için bundan daha küçük örnekler üzerinde faktör analizi yapılabilse dahi, aynı faktörlerin ikinci bir örnekleme ortaya çıkacağına fazla güvenilmemelidir (Bryman ve Cramer, 2002: 263).

Çalışmanın evrenini kitlesel fonlama platformu aracılığı ile projeleri fonlayan destekçiler oluşturmaktadır. Zaman ve maliyet açısından evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için evreni niteliksel ve niceliksel olarak temsil edebilecek örneklem üzerinden çalışma yürütülmüştür. Verilerin elde edilmesi sürecinde ilk olarak kitlesel fonlama alanındaki literatür derinlemesine taranmıştır. Yapılan incelemelerde çalışmalarda genellikle nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğinin kullanıldığı görülmüştür. Alanda çalışma konusu ile ilgili kullanılan geçerli bir ölçeğe rastlanmamıştır. Araştırmanın hareket noktasını “Türkiye’de girişimciler tarafından sunulan kitlesel fonlama projelerine yatırımcıların destek vermesinin altında yatan nedenler nelerdir?” sorusu oluşturmaktadır. Bu sorunun cevabını ortaya çıkarmak adına kitlesel fonlamada destekçi davranışlarının altında yatan nedenlere yönelik 50 sorudan meydana gelen bir önerme havuzu oluşturulmuş beş destekçi ve yedi akademisyen olmak üzere 12 uzmanın görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda gerekli düzenleme ve

değişiklikler yapılarak maddelere ilişkin kapsam geçerlilik oranları hesaplanmıştır. Hesaplanan kapsam geçerlilik oranları neticesinde 13 önerme ölçek taslağından çıkarılmıştır. Hesaplama sonucunda maddeler son halini almış ve 37 maddelik bir ölçek hazırlanmıştır. Son aşamada ise oluşturulan ölçek taslağı bir dilbilimci görüşüne sunulmuş, cümle ve dilbilgisi yapıları bütün katılımcılar tarafından aynı şekilde anlaşılabilir hale getirilmiştir. Bu süreçte öncelikle 30 katılımcıya ön anket çalışması yapılmış ve anket formunun uygulanabilir olduğuna karar verilmiştir.

Hazırlanan ölçek taslağının hedef kitleye yüzyüze uygulanmasında, yukarıda belirtilen kısıtlar ve özellikle de Covid-19 pandemisi nedeniyle büyük zorluklarla karşılaşmıştır. Bu zorluk, elektronik posta gibi bazı iletişim yollarının kullanılması ile aşmaya çalışılmıştır. Öncelikle kitlesel fonlama platformlarının info@... uzantılı e-posta adreslerine mail gönderilmiş, dönüş sağlayan platformlara ölçek taslağı iletilmiş ve platformların haber bültenlerinde yayınlanması sağlanmıştır. Sonrasında platformlardan rastgele seçilen girişimcilerle hem elektronik posta hem de sosyal medya aracılığıyla iletişim sağlanarak, projelerini destekleyen yatırımcılara taslağın iletilmesi istenmiştir. İletişim bilgilerine doğrudan ulaşılabilen destekçiler ile de iletişime geçilerek ölçek taslağını cevaplandırmaları istenmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları sebebiyle toplamda 406 destekçiden kullanılabilir veri toplanarak veri toplama süreci tamamlanmıştır. Verilerin elde edilmesinde kullanılan anket formu Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurulunca 22.06.2022 tarih ve 08 sayılı toplantısında görüşülerek onaylanmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcıların önermeleri doğru anlayarak, sorulara gerçek düşüncelerini yansıtan, samimi ve doğru cevap verdikleri varsayılmıştır. Çalışma verilerinin elde edilmesi sürecinde karşılaşılan sınırlılıklar ise aşağıda verilmiştir;

- Araştırma verilerinin elde edilmesi sürecinde Covid-19 pandemisinin ortaya çıkması hedef kitleye ulaşmayı güç hale getirmiştir,
- Destekçilerin ankete katılmak için zaman ayırmak istememeleri hedeflenen örneklem sayısına ulaşma noktasında süreci uzatmıştır,
- Araştırmanın belli bir süreyi kapsamaması dolayısıyla tüm destekçilere ulaşmanın bu süre zarfı içerisinde oldukça zor olması bir diğer kısıt olarak belirlenmiştir,
- Destekçilere ulaşmak için herhangi bir iletişim adreslerinin olmaması veri toplama sürecini uzatmıştır,
- Kitlesel fonlama platformlarının ve proje sahiplerinin, destekçilere ait iletişim bilgilerini yasal zorunluluklar sebebiyle paylaşamamaları, verilerin toplanması adına hedef kitleye ulaşmayı zorlaştırmıştır.
- Kitlesel fonlama uygulamalarının ülkemizde yeni olması, destekçilerin konu ile ilgili çalışmalara fazla rastlamamaları, görüş ve düşüncelerini paylaşmaları konusunda isteksiz davranmalarına neden olmuştur.

Ön uygulama ve alınan uzman görüşleri neticesinde gerekli düzeltmelerle nihai haline ulaşan 37 önermeden meydana gelen taslak ölçeğin faktör yüklerinin belirlenmesi için toplam 216 katılımcı yanıtları kullanılarak açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Bu analizin gerçekleştirilmesi için SPSS 23 paket programı kullanılmıştır. AFA sonucu elde edilen ölçeğin geçerliliğini ispat etmek için ise doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) faydalanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi için 190 katılımcı yanıtları kullanılarak AMOS 26 paket programından faydalanılmıştır. Analiz süresince önermeler madde numaraları ile ifade edilmiştir.

Ölçek geliştirme sürecinde uygulanacak analizlerde “Kitlesel fonlama destekçilerinin motivasyonlarını belirlemeye yönelik oluşturulan ölçek boyutları (faktörleri) nelerdir?” ve “Kitlesel fonlama destekçilerinin motivasyonlarını belirlemeye yönelik oluşturulan ölçek geçerli midir?” gibi alt problemlere yanıt aranmıştır.

Ölçek taslağının faktörlerini, yapısal geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmek için 406 katılımcıdan oluşan genel veri seti rassal olarak ikiye bölünmüştür (Stuart ve Scott, 2020:1). Genel veri seti ile benzer özelliklere sahip katılımcılardan oluşan yeni veri setleri elde edilmiştir. Bu yeni veri setlerinden birincisine (N=216) Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), ikincisine (N=190) ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Yeni oluşturulan veri setlerinin örneklem sayılarının daha önce

bahsedilen evren ve örneklem sayılarına ilişkin literatür kapsamında faktör analizi uygulamak için yeterli olduğu söylenebilir.

#### 4. Bulgular

Araştırmanın ilk aşamasında katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sonuçlar değerlendirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi için elde edilen geri dönüşlerden 216 adet katılımcı bilgilerine ait demografik verilere göre, açımlayıcı faktör analizine dahil edilecek katılımcıların yaklaşık %51'i (n=110) erkek, %49,1'i (n=106) kadındır. Aynı şekilde katılımcıların yine yaklaşık %51'i (n=110) bekar, %49,1'i (n=106) evlidir. Eğitim durumuna baktığımızda katılımcıların yarısına yakını %44,4'lük bir oranla (n=96) lisans, %7,4'ü (n=16) lise, %20,4'ü (n=44) önlisans ve %27,8'i (n=60) lisansüstü eğitim mezunudur. Yaş dağılımına baktığımızda, katılımcıların %15,3'ü (n=33) 25 yaş ve altında, %26,4'ü (n=57) 26 - 30 yaş arasında, %24,1'i (n=52) 31 - 35 yaş arasında, %17,6'sı (n=38) 36 - 40 yaş arasında ve %16,7'si ise 41 yaş ve üstündedir. Katılımcıların aylık gelir durumları incelendiğinde, %8,3'ü (n=18) 3000TL ve altında, %19,9'u (n=43) 3001 - 5000TL arasında, %24,5'i (n=53) 5001 - 7000TL arasında, %27,8'i (n=60) 7001 - 9000TL arasında ve son olarak %19,4'ü (n=42) 9001TL ve üzerindedir.

Araştırmanın ikinci aşamasında uzman görüşleri ışığında nihai halini alan 37 önermeden oluşan taslak ölçeğin boyutlarının belirlenmesi amacıyla SPSS 23 paket programı kullanılarak açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri, örneklemin yeterli olup olmadığı ise Barlett Küresellik testi ile belirlenmiş. KMO değerinin 0,88 ile çok iyi düzeyde ve Barlett Küresellik testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmüştür. Böylelikle veri seti ve örneklem sayısının faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 37 önermenin kaç boyutta toplandığını görmek amacıyla özdeğer istatistiği ve faktör analizi çizgi grafiği sonuçlarına bakılmıştır. Neticede 37 önermenin toplam varyansın yaklaşık %70'ini açıklayan altı boyut altında toplandığı görülmüştür. Oluşan boyutlar içerisinde bir önermenin birden fazla boyuta ağırlık vermesinin ortadan kaldırılması sebebiyle rotasyon (döndürme) işlemi uygulanmıştır. Rotasyon sonucunda gözlem sayısına bağlı olarak faktör yükü 0,40'ın altında olanlar ile bulunduğu faktör ile en yüksek ağırlık verdiği faktör arasında 0,15'den az fark olan önermeler analizden çıkarılarak açımlayıcı faktör analizi tekrarlanmıştır. Bu aşamada 1, 19, 21, 28, 30, 34, 36 ve 37 numaralı önermeler ölçek taslağından çıkarılmış, neticede 29 önermenin toplam varyansın %68'ini açıklayan beş boyut altında toplandığı görülmüştür. Önermelerde birden fazla faktöre çapraz yükleme olmayana kadar çıkarma işlemleri tekrarlanmıştır. 10, 29, 32 ve 35 numaralı önermelerde ölçek taslağından çıkarılarak kalan 25 önermenin beş boyut altında kaldığı ancak toplam varyansın %71'ini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Faktör yükleri uyumlu olmasına rağmen kavramsal açıdan 17 ve 33 numaralı önermelerin alakasız faktörler altında yer aldığı görülmüş ve ilgili önermeler analizden çıkarılmış ve analizler tekrarlanmıştır. Kalan 23 önermenin 5 boyutta toplandığı ve toplam varyansın %74'ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Birinci boyut 7 önerme, ikinci boyut 7 önerme, üçüncü boyut 4 önerme, dördüncü boyut üç önerme ve beşinci boyut iki önermeden meydana gelmiştir. Faktör maddelerine ilişkin literatürde faktör başına en az üç madde olması gerektiğini savunan görüşler (Baumgartner ve Homburg, 1996: 144; Carpenter, 2018: 29) doğrultusunda beşinci boyut dördüncü boyutla birleştirilmiştir.

**Tablo 1. Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Aşama	KMO Değeri	Bartlett Küresellik Testi		Faktör Sayısı	Faktör Yükleri		Açıklanan Toplam Varyans
		$\chi^2$	p		En Düşük	En Yüksek	
1	,884	6786,681	,000	6	,446	,901	69,845
2*	,864	4928,762	,000	5	,419	,884	68,581
3**	,860	4196,245	,000	5	,522	,892	71,689
4***	,851	3911,989	,000	5	,619	,894	74,026

\* 1, 19, 21, 28, 30, 34, 36 ve 37 numaralı önermeler çıkarıldıktan sonra

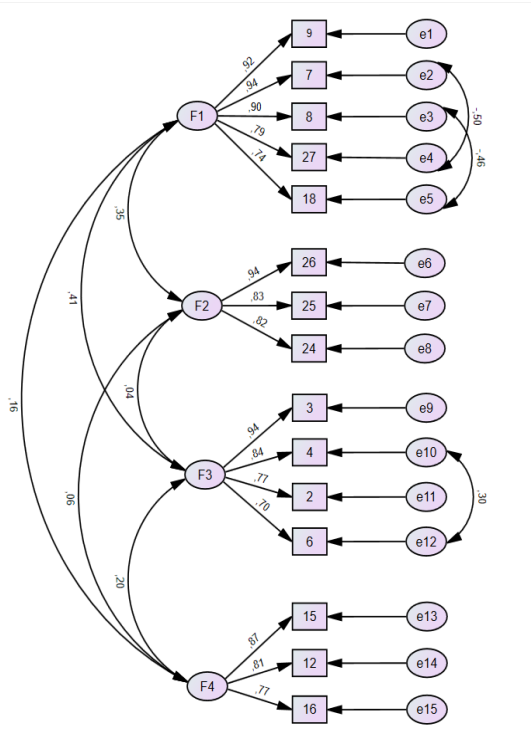
\*\* 10, 29, 32 ve 35 numaralı önermeler çıkarıldıktan sonra

\*\*\* 17 ve 33 numaralı önermeler çıkarıldıktan sonra

Araştırmanın üçüncü aşamasında; açımlayıcı faktör analizi sonucu dört faktör ve 23 önerme şeklinde belirlenen ölçek taslağının yapı geçerliliği test edilmiş ve ölçek taslağının doğrulanması için AMOS 26 paket programı kullanılarak farklı bir veri seti üzerinden doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçek taslağının hem genel yapısının hem de faktörlerin kendi içerisindeki yapılarının doğrulanması gerekmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen birinci uyum indeksleri sonuçlarından bazı değerlerin kabul edilebilir değerler dışında yer alması sebebiyle düzeltme işlemine gidilmiştir. Modelin iyileştirilebilmesi adına Standartlaştırılmış Regresyon Ağırlıkları tablosunda değeri 0,7'nin altında olan 5,11,13,14,20,22,23 ve 31 numaralı önermeler en küçük değerden başlayarak tek tek analiz dışı bırakılmıştır. Önerme çıkarma işlemi tamamlandıktan sonra elde edilen ikinci uyum indeksleri sonucunda uyumsuzluğun devam etmesi nedeniyle hata terimleri arasında kovaryanslar oluşturulmuştur. İyileştirmeler neticesinde uyum indeksleri değerleri kabul edilebilir değerlere ulaşılmış ve bu değerler Tablo 2'de gösterilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda dört faktörden oluşan toplam 15 soruluk ölçek doğrulanmıştır. Doğrulan dört faktörlü ölçeğe ilişkin modelin diyagramı Şekil 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksi Sonuçları**

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum İndeksleri	Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Çalışmadan Elde Edilen İkinci İyileştirilmiş Uyum İndeksleri
CMIN ( $x^2$ )	p > 0,05		174,017
CMIN/DF	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	2,148
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1,00$	$0,90 \leq CFI < 0,95$	0,960
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,929
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,905
RMSEA	$0,00 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,80$	0,073



**Şekil 1. Doğrulan Ölçeğe İlişkin Model Diyagramı**

Tablo 3'e göre, faktör yüklerinin 0,70 – 0,94 arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Verilerin normal dağılım gösterdiğini gösteren ve yaygın bir kural olan çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınmaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin hangi aralıkta olması gerektiği ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Ancak genel kuralın +2 ile -2 aralığında olması gerektiği iken, bazı araştırmacılar normalliğin kritik noktada olması durumu söz konusu ise değerlerin +1 ile -1 aralığında olabileceğini, ayrıca yalnızca basıklık değerinin +3 ile -3 aralığında yer almasının normal dağılım kriteri için yeterli olduğu görüşünü savunmaktadırlar (Garson, 2012: 18-19). Tablo 3'te her bir önerme için çarpıklık ve basıklık değerlerinin olması gereken aralıkta yer aldığı görülmektedir. Tüm bu değerlendirmeler neticesinde verilerin normal dağılım gösterdiğini söylemek mümkündür.

**Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar**

Faktörler	Önermeler	Faktör Yükleri*	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal ve Manevi Tatmin	9	0,92	-1,071	-0,852
	7	0,94	-0,663	-1,560
	8	0,90	-0,844	-1,287
	27	0,79	-1,340	1,794
	18	0,74	-1,087	0,436
Projenin Tanıtımı ve Bilgilendirmeler	26	0,94	-1,129	0,284
	25	0,83	-1,007	0,123
	24	0,82	-0,149	-1,978
Proje Girişimcisinin Özellikleri	3	0,94	-0,478	-0,799
	4	0,84	-0,567	-0,769
	2	0,77	-0,230	-1,133
	6	0,70	0,081	-1,484
Kitlesele Fonlama Platformunun Güvenilirlik ve Erişilebilirlik	15	0,87	-0,492	-0,984
	12	0,81	-0,220	-1,183
	16	0,77	-0,132	-1,343

Ölçeğin yapı geçerliliği uyum indeksleri, faktör yükleri, basıklık ve çarpıklık katsayılarının uygunluğu ile sağlanmıştır. Ancak ölçeğin tamamen doğrulanabilmesi için birleşim ve ayrışım geçerliliğinin de sağlanması gerekmektedir. Birleşim geçerliliği ya da diğer bir ifadeyle yakınsak geçerlilik, önermelerin hem birbirleriyle hem de içerisinde buldukları faktör ile ne derece ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Birleşim geçerliliğinin test edilmesinde birleşik güvenilirlik (composite reliability; CR) ile ortalama açıklanan varyans (average variance extracted; AVE) değerlerinin hesaplanması gerekmektedir. CR değeri faktör yüklerinin karelerinin, ifade sayılarının karesi ile hata varyansları toplamına bölünmesi ile hesaplanmaktadır. CR değerinin hem 0,7'den hem de AVE değerinden büyük olması beklenmektedir. AVE değeri ise faktör yüklerinin ifade sayılarına bölünmesiyle hesaplanmaktadır. AVE değerinin ise 0,5'ten büyük olması beklenmektedir. Ayrışım geçerliliği ya da diğer bir ifadeyle iraksak geçerlilik her bir önermenin içerisinde bulunduğu faktör dışında oluşan diğer faktörlerle daha az ilişkili olmasını ifade etmektedir. Iraksak geçerliliğin test edilmesinde maksimum paylaşılan varyansın karesi (Maximum Squared Variance; MSV) değerinin hesaplanması gerekmektedir. MSV değeri en yüksek korelasyonlu faktörlerin karesi alınarak hesaplanmaktadır. Iraksak geçerliliğin sağlanabilmesi için MSV değerlerinin AVE değerlerinden küçük olması ve AVE değerlerinin kareköklerinin faktörler arası ilişki değerlerinden büyük olması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 82-83). Yakınsak ve iraksak geçerliliğine ilişkin değerler Tablo 4'de gösterilmiştir.



**Tablo 4. Ölçeğe İlişkin Yakınsak ve İraksak Geçerlilik Sonuçları**

Faktörler	Ort.	SS	CR	AVE	$\sqrt{AVE}$	MSV	1	2	3	4
F1	3,3769	1,1211	0,9266	0,7182	0,8475	0,1592	1			
F2	3,9873	0,9292	0,9141	0,7270	0,8527	0,0268	0,399**	1		
F3	4,5123	0,4895	0,9184	0,7898	0,8887	0,0077	0,350**	0,083	1	
F4	4,6960	0,4062	0,9097	0,7706	0,8779	0,0077	0,139*	0,164*	0,088	1

Tablo 4 incelendiğinde; faktörlere ilişkin AVE değerlerinin 0,5'ten büyük olduğu ve CR değerlerinin hem 0,7'den hem de AVE değerlerinden büyük olduğu görülmektedir. Önermelerin hem kendi içinde hem de buldukları faktör ile ilişkili olduklarını söylemek mümkündür. MSV değerlerine baktığımızda AVE değerlerinden küçük ve AVE değerinin kareköklerinin faktörler arası ilişki değerlerinden büyük olduğu görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle önermelerin içerisinde buldukları faktörler dışında yer alan diğer faktörlerle daha az ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yakınsak ve iraksak geçerlilik sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde modelin ayrışım ve birleşim geçerliliğine sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Faktör analizi sonucunda bir araya getirilen önermelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadıklarının belirlenmesi amacıyla iç tutarlılık analizinin bir diğer adıyla güvenilirlik analizinin yapılması gerekmektedir (Nunnally, 1979: 159). İç tutarlılığın test edilmesi noktasında en yaygın kullanılan değer Cronbach Alpha (CA) katsayısıdır (Yaşlıoğlu, 2017: 78). Cronbach Alpha katsayısının yorumlanmasına ilişkin değer aralıkları ise;  $0,00 \leq CA < 0,40$  aralığında güvenilir değil,  $0,40 \leq CA < 0,60$  aralığında ise düşük güvenilirlik,  $0,60 \leq CA < 0,80$  aralığında ise güvenilir ve  $0,80 \leq CA < 1,00$  aralığında ise yüksek güvenilirliğe sahip olduğu şeklindedir (Karagöz, 2017: 26). Genel kanı Cronbach Alfa katsayısının öncelikli olarak her faktör için ayrı ayrı hesaplanması, sonrasında ise ölçeğin bütününe ele alınmasıdır (Eymen, 2007: 74-80). Araştırmada geliştirilen ölçeğe ilişkin hem faktörlerin hemde ölçeğin bütününe iç tutarlılık katsayıları Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Faktörler	Cronbach Alfa	Madde Sayısı
F1	0,924	5 madde
F2	0,893	3 madde
F3	0,896	4 madde
F4	0,859	3 madde
Toplam	0,870	15 madde

Tablo 5'e bakıldığında hem faktörlerin kendi aralarında hem de ölçeğin tamamının ve  $0,80 \leq CA < 1,00$  aralığında yer alması sebebiyle yüksek güvenilirliğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## 5. Sonuç

Günümüzde yeniliğin önünde fikir, teknoloji vb. pek çok engel olduğu, bu engellerin başında da bir projeyi yürütmek için gerekli olan finansal kaynakların bulunma zorluğunun geldiği düşünülmektedir. İnovatif projeler hayat eğrilerinin başında olduklarından doğal olarak risk içermektedirler. Birçoğu finansal destek elde edip hayata geçirilemediğinden hedeflerine ulaşamamaktadır. Bu noktada kitlesel fonlama platformlar aracılığıyla insanlardan fon talep ederek projelerin yaşamlarına en büyük katkıyı sağlamaktadır.

Yenilikçi projelerin/girişimlerin profesyonel taraflardan ziyade bir grup insan tarafından platformlar aracılığıyla desteklenmesinde alternatif bir finansman yolu olarak karşımıza çıkan kitlesel fonlama, karşılığında, fon sağlayıcılara, genellikle, maddi ya da maddi olmayan ödül sunan bir sistemdir.

Ülkemizde kitlesel fonlama uygulamalarının köklü bir geçmişe sahip olmaması, bu konudaki çalışmaların henüz devam ediyor olması, ülkenin ekonomik yapısı, girişimcilerin ve yatırımcıların güveni kitlesel fonlamanın gelişmesinde ket oluşturmaktadır. Kitlesel fonlamanın bilinirliğinin artırılması ve gelişimi için işletmelerin, teknokentlerin, kongre ve sempozyumların etkisinin büyük olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın temel amacı, kitlesel fonlama projelerine finansal katkı sağlayan destekçileri harekete geçiren nedenleri bir diğer ifadeyle motivasyon kaynaklarını belirlemek adına sonuçları geçerli ve güvenilir “Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Ölçeği” geliştirmektir. Çalışma, ölçek geliştirme çalışması olması sebebiyle temel ölçek geliştirme aşamaları izlenerek araştırma gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada geliştirilen ölçeğin yapı geçerliliği için ise, öncelikle açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Ölçeği 4 faktör ve 15 önerme altında toplanmıştır. Son olarak ölçeğin yakınsak ve iraksak geçerliliğe de sahip olduğu sonucuna ulaşılarak, ölçek doğrulanmış ve geçerliliği kanıtlanmıştır. Geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanan ölçeğe ilişkin bilgiler aşağıdaki şekildedir;

1. Faktör: Sosyal ve Manevi Tatmin (9,7,8,27 ve 18 numaralı önermeler)
2. Faktör: Projenin Tanıtımı ve Bilgilendirmeler (26, 25 ve 24 numaralı önermeler)
3. Faktör: Proje Girişimcisinin Özellikleri (3, 4, 2 ve 6 numaralı önermeler)
4. Faktör: Kitlesel Fonlama Platformuna Güvenilirlik ve Erişilebilirlik (15, 12 ve 16 numaralı önermeler)

Çalışmada kitlesel fonlama projelerine finansal katkı sağlayan destekçileri harekete geçiren nedenleri bir diğer ifadeyle motivasyon kaynaklarını belirlemek adına sonuçları geçerli ve güvenilir Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Ölçeği geliştirilmiştir. Araştırmada, en az bir defa finansal değeri her ne olursa olsun kitlesel fonlama projelerine destek sağlamış katılımcıların sunulan önermelere verdikleri cevaplar kapsamında ölçek geliştirilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda çalışmanın birtakım katkılar sunduğu düşünülmektedir.

İlk olarak ulusal ve uluslararası kitlesel fonlama literatüründe destekçi motivasyonunu belirlemeye yönelik bir ölçeğe rastlanmamıştır. Öncesinde kitlesel fonlamada destekçi motivasyonunu belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirilmemiş olması bu alandaki boşluğu ortaya koymaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışma kitlesel fonlama projelerine finansal katkı sağlama davranışının altında yatan nedenleri keşfetmek için sunulan ölçek ile literatüre katkı sağlamaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalar için ise, kitlesel fonlama alanında davranışsal finansı etkileyecek faktörlerin ortaya çıkarılmasında bir kaynak niteliği taşımaktadır.

Bir diğer katkı ise, destekçilerin kitlesel fonlama projelerine finansal katkı sağlarken nelerden etkilendiklerine ya da bireyleri harekete geçiren nedenlerin neler olduğuna dair bir model sunularak gelecekte yapılacak olan araştırmalara yöneliktir. Sunulan model aynı zamanda kitlesel fonlamanın paydaşı olan girişimcilere (fon talep edenler) de yol gösterici niteliktedir. Destekçi motivasyonlarının belirlenebilmesi ile girişimciler, kitlesel fonlama platformlarında sunacakları projeleri detaylandırırken ve çekici hale getirirken bu motivatörleri dikkate alacaklardır.

Çalışmanın, mevcut haliyle ve gelecekteki araştırmalara ışık tutma beklentisiyle, kitlesel fonlama sürecinde yer alan yatırımcı, girişimci ve kitlesel fonlama platformlarının gelişimine, teknokentlere ve yenilikçi işletmelere katkı sağlaması beklenmektedir.

Aşağıda geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Ölçeği yer almaktadır.

Önermeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Boyutlar
Manevi tatmin duygusuna ulaşmak için (hayırseverlik) kitlesel fonlama projelerine finansal destek veririm.						Sosyal ve Manevi Tatmin
Bağış/yardım geçmişim kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir						
Bağış yapmaktan/yardım etmekten memnun olduğum için kitlesel fonlama projelerine finansal destek veririm.						
Projeye destek veren katılımcıların gerisinde kalmamak için (sosyal karşılaştırma) projelere finansal katkı sağlarım.						
Kendimi bir topluluğa ait hissetmek için kitlesel fonlama projelerine finansal destek veririm.						
Proje ile ilgili yapılan reklamlar kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						Projenin Tanıtımı ve Bilgilendirmeler
Proje ile ilgili poster ve broşürler kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						
Proje ile ilgili sosyal medyadan yapılan haberler kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						
Proje girişimcisinin mesleği kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						Proje Girişimcisinin Özellikleri
Proje girişimcisinin eğitim seviyesi kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						
Proje girişimcisinin yaşı kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						
Proje girişimcisi hakkındaki izlenimlerim (yetenekli, yenilikçi, tecrübeli vb.) kitlesel fonlama projelerine finansal destek vermemde etkilidir.						
Kitlesel fonlama platformlarının güvenlik düzeylerinin yüksek olması projelere finansal destek vermemde etkilidir.						Kitlesel Fonlama Platformuna Güvenilirlik ve Erişilebilirlik
Kitlesel fonlama platformunun güvenilir olması projelere finansal destek vermemde etkilidir.						
Kitlesel fonlama platformlarının kişisel bilgilerimin gizliliğine önem vermesi projelere finansal destek vermemde etkilidir.						

### Kaynakça

- Atsan, N. ve Oruç Erdoğan, E. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlesel Fonlama (Crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), 297-320.
- Bahçe, H. ve Tolon, M. (2022). Kitlesel Fonlama: Türkiye’de Son 10 Yılın Bibliyometrik Analizi. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 123-134.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2001). Quantitative data analysis with SPSS release 10 for windows: A guide for social scientists. *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9780203471548>

- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marom, D., & Klaes, M. (2012). *A framework for European crowdfunding*. <http://www.infoeuropa.ciejd.pt/files/database/000051001-000052000/000051102.pdf> (7.05.2018).
- Delice, A. ve Ergene, Ö. (2015). Ölçek Geliştirme ve Uyarlama Çalışmalarının İncelenmesi: Matematik Eğitimi Makaleleri Örneği. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1) , 60-75.
- Er, B., Şahin, Y. E. ve Mutlu, M. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 31- 54.
- Ergen, M., Lau, J. ve Bilginoğlu, K. (2013). Dağıtık Girişimci Sermayesi: Kitle- Fonlaması, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2013 yılında düzenlediği 3.Sanayi Şurası, Ankara.
- Eymen, U. E. (2007). *SPSS 15.0 İle Veri Analizi*. İstatistik Merkezi.
- Fettahoğlu, S. ve Khusayan, S. (2017). Yeni Finansman Olanığı: Kitle Fonlama. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4), 497-521.
- Garson, G. D. (2012). *Testing Statistical Assumptions*. Statistical Associates Publishing:USA.
- Gleasure, R., & Feller, J. (2016). Emerging Technologies and The Democratisation of Financial Services: A Meta-triangulation of Crowdfunding Research. *Information and Organization*, 26(4), 101-115.
- Gompers, P. A., & Lerner, J. (2004). *The Venture Capital Cycle*. MIT press.
- Gorman, M., & Sahlman, W.A. (1989). What Do Venture Capitalists Do?. *Journal of Business Venturing*, 4, 231–248.
- Göker, A. Z. (2019). *Girişimcilik Teorisi ve Kurumsal Girişimcilik Kavramı: Kurumsal Girişimcilik ve İş Tatmini İlişkisinde Örgüt Yapısının Rolü*. (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gulati, S. (2014). *Crowdfunding: A Kick Starter for Startups Special Report*, TD Economics, 29 January, 1-19.
- Gürler, C. (2016). *Kitleli Fonlamaya Katılma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye ile ABD Karşılaştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova.
- Hemer, J. (2011). *A Snapshot on Crowdfunding*. Working Papers Firms and Region, No. R2/2011.
- İmrek, P. ve Kartal, B. (2019). *Kitleli Fonlama Hikâyeleri*. İstanbul: Abaküs Yayınevi.
- İşler, S. T. (2014). Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitleli Fonlama - Crowdfunding. *Gösterge Dergisi*, Sonbahar, 50-65.
- İzmirli Ata, F. (2018). Yeni Nesil Finansman Yöntemi Olarak Kitle Fonlama: Türkiye Potansiyeli. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 273-296.
- Janku, J. ve Kucerova, Z. (2018). Successful Crowdfunding Campaigns: The Role of Project Specifics, Competition and Founders Experience. *Czech Journal of Economics and Finance*, 68(4), 351-373.
- Karaarslan, M. H. ve Altuntaş, B. (2015). *Sosyal Pazarlamanın Yeni Aracı: Kitle Fonlaması*. 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Anadolu Üniversitesi-Eskişehir. Bildiri Kitabı, Cilt 2: 487-497.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karasioğlu, F. ve Duman, H. (2006). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bişkek, Kırgızistan.
- Kortum, S. & Lerner, J. (2000). Assessing The Contribution Of Venture Capital To İnnovation. *RAND Journal of Economics* 31, 674-692.

- Mitra, D. (2012). The Role Of Crowdfunding İn Entrepreneurial Finance. *Delhi Business Review*, 13(2), 67-72.
- Moleskis, M., Alegre, I. & Canela, M. A. (2019). Crowdfunding Entrepreneurial or Humanitarian Needs? The Influence of Signals and Biases on Decisions. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(3), 552-571.
- Mollick, E.R. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Morduch, J. (1999). The Microfinance Promise. *Journal of Economic Literature*, 37(4), 1569-1614.
- Nunnally, J. C. (1979). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York.
- Onur, M.N. ve Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding – Kitle Fonlaması, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları. Sayı: 2015-7: 1-18.
- Poetz, M. & Schreier, M. (2012). The Value Of Crowdsourcing: Can Users Really Compete With Professionals İn Generating New Product Ideas? *Journal of Product Innovation Management*, 29(2), 245-256.
- Ryu, S. & Kim, Y.G. (2018). Money Is Not Everything: A Typology of Crowdfunding Project Creators. *Journal of Strategic Information Systems* 27, 350-368.
- Schwienbacher, A. & Larralde, B. (2010). Crowdfunding Of Small Entrepreneurial Ventures. *SSRN Electronic Journal*, 10, 1-23.
- Stuart, J. & Scott, R. (2020). The Measure Of Online Disinhibition (MOD): Assessing Perceptions Of Reductions in Restraint in The Online Environment. *Computer in Human Behavior*, 114(2), 1-11.
- Şahinoğlu, E. (2019). *Kitlesel Fonlamada Başarı Faktörleri: Türkiye'de Ödül Bazlı Kitlesel Fonlama Projelerinin Durumu*. (Yüksek Lisans Tezi). Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Topaç, O. (2014). Girişimcilik ve Kitle- Fonlama Sistemleri. *Bilim ve Teknik*, 47(556), 18-21.
- Twintangibles. (2013). *Crowdfunding-The Scottish Perspective*, Glasgow Chamber of Commerce.
- Ünsal, S. (2017). *Kitlesel Fonlama: İş Yapma Yöntemini Değiştirecek Yeni Sistem*. İstanbul: Ceres Yayınları.
- Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Zengin, S., Yüksel, S. ve Kartal, M.T. (2017). Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye'ye Faydaları. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 22-32.

**Research Article**

**Ödül Bazlı Kitlese Fonlama Ölçeği**

*Reward-Based Crowdfunding Scale*

<p><b>Hatice BAHÇE</b> Öğr. Gör. Dr., Kayseri Üniversitesi Bünyan Meslek Yüksekokulu Ulaştırma Hizmetleri Bölümü <a href="mailto:haticebahce@kayseri.edu.tr">haticebahce@kayseri.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-4358-4400">https://orcid.org/0000-0002-4358-4400</a></p>	<p><b>Metehan TOLON</b> Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü <a href="mailto:metehan.tolon@hbv.edu.tr">metehan.tolon@hbv.edu.tr</a> <a href="https://orcid.org/0000-0003-0832-3632">https://orcid.org/0000-0003-0832-3632</a></p>
---	--

**Extensive Summary**

Today, in front of innovation, ideas, technology, etc. It is thought that there are many obstacles and the difficulty of finding the financial resources necessary to carry out a project is the first of these obstacles. Since innovative projects are at the beginning of their life cycle, they naturally involve risks. Many of them are unable to reach their goals because they have not been able to obtain financial support and implement them. At this point, it makes the greatest contribution to the lives of projects by requesting funds from people through crowdfunding platforms.

Crowdfunding, which is an alternative way of financing to support innovative projects/initiatives by a group of people, rather than professional parties, through platforms, is a system that generally offers financial or non-material rewards to funders in return.

In the study, research was carried out on award-based projects from non-financial crowdfunding types. The idea of "philanthropy" is dominant in the basis of donation-based crowdfunding practices. It is a form of funding that is carried out voluntarily without expecting any return or benefit. However, the incentive to obtain the rewards promised by the entrepreneur is dominant in the funding of award-based projects. In addition to the motivation to reach the promised rewards, it has been proven by the study that individuals' reaching a sense of social and moral satisfaction at the point of funding the projects, the personal characteristics of the project entrepreneur, the characteristics of the crowdfunding platforms and the social media promotion activities are also effective

The fact that crowdfunding practices do not have a deep-rooted history in our country, the studies on this subject are still continuing, the economic structure of the country, the trust of entrepreneurs and investors hinder the development of crowdfunding. It is thought that the impact of enterprises, technoparks, congresses and symposiums will be great for increasing the awareness and development of crowdfunding.

In the first stage of the research, a pool of 50 propositions on the subject was created by comprehensively scanning the crowdfunding literature. The proposition pool of 50 questions created was reduced to 37 propositions by calculating their content validity in line with expert opinions. The propositions controlled by the linguist took their final form and the analyzes were started.

In the second stage of the research, exploratory factor analysis was applied using SPSS 23 package program in order to determine the dimensions of the draft scale consisting of 37 propositions that took its final form in the light of expert opinions. Whether the data set was suitable for factor analysis was determined by the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value, and whether the sample was sufficient was determined by the Barlett Sphericity test. It was seen that the KMO value of 0.88 was at a very good

level and the result of the Barlett Sphericity test was significant. Thus, it was concluded that the data set and sample size were suitable for factor analysis. Eigenvalue statistics and factor analysis line graph results were examined in order to see how many dimensions 37 propositions were collected. As a result, it was seen that 37 propositions were gathered under six dimensions that explained approximately 70% of the total variance. Due to the elimination of a proposition giving weight to more than one dimension among the resulting dimensions, the rotation process was applied. As a result of the rotation, depending on the number of observations, those with a factor load below 0.40 and the propositions with less than 0.15 difference between the factor and the factor it gave the highest weight were excluded from the analysis and the exploratory factor analysis was repeated. At this stage, propositions 1, 19, 21, 28, 30, 34, 36 and 37 were removed from the scale draft, and it was seen that 29 propositions were gathered under five dimensions that explained 68% of the total variance. Subtraction was repeated until there was no cross-loading of more than one factor in the propositions. Propositions 10, 29, 32 and 35 were excluded from the scale draft, and it was concluded that the remaining 25 propositions remained under five dimensions, but explained 71% of the total variance. Although the factor loads were compatible, it was seen that propositions 17 and 33 were conceptually under irrelevant factors, and the relevant propositions were excluded from the analysis and the analyzes were repeated. It was concluded that the remaining 23 propositions were collected in 5 dimensions and explained 74% of the total variance. The first dimension consists of 7 propositions, the second dimension consists of 7 propositions, the third dimension consists of 4 propositions, the fourth dimension consists of three propositions and the fifth dimension consists of two propositions. The fifth dimension was combined with the fourth dimension in line with the opinions in the literature regarding factor items that there should be at least three items per factor (Baumgartner & Homburg, 1996: 144; Carpenter, 2018: 29).

In the third stage of the research; The construct validity of the scale outline, which was determined as four factors and 23 propositions as a result of the exploratory factor analysis, was tested and confirmatory factor analysis was applied on a different data set by using the AMOS 26 package program to validate the scale draft. It is necessary to verify both the general structure of the scale draft and the structures within the factors themselves. Since some of the values of the first fit indices obtained as a result of the confirmatory factor analysis were outside the acceptable values, correction was made. In order to improve the model, propositions 5,11,13,14,20,22,23 and 31, whose values are below 0.7 in the Standardized Regression Weights table, were excluded from the analysis one by one, starting from the smallest value. As a result of the second fit indices obtained after the proposition extraction process was completed, covariances were formed between the error terms due to the continuation of the mismatch. As a result of the improvements, the values of fit indices reached acceptable values (CMIN: 174.017; CMIN/df: 2.148; CFI: 0.960; NFI: 0.929; GFI: 0.905; RMSEA: 0.073). As a result of confirmatory factor analysis, a total of 15 questions consisting of four factors was confirmed.

In the fourth stage of the research; Convergent validity analysis was conducted to reveal the relationship of each proposition in the validated scale with the factor they are in, and divergent validity analysis was conducted to determine the relationship of each proposition with the other three factors outside the factor it is in. As a result of the analysis, it was determined that the propositions included in the same factor were related both to each other and to their own factors; It was concluded that it was less related to the other three factors besides its own factors.

At the last stage of the study, the reliability of the scale, whose validity and accuracy was proven, was analyzed. It was concluded that the factors among themselves and the whole scale had high reliability.

The main purpose of the research is to develop a valid and reliable “Award-Based Crowdfunding Scale” in order to determine the motivational sources of supporters who contribute financially to crowdfunding projects. Since the study is a scale development study, the research was carried out by following the basic scale development stages. First of all, the propositions in the scale were created, then the scale was developed and its construct validity and reliability were tested.

The information about the scale whose validity and reliability has been proven is as follows;

Factor 1: Social and Spiritual Satisfaction (propositions 9,7,8,27 and 18)

Factor 2: Project Introduction and Disclosures (Propositions 26, 25 and 24)

Factor 3: Characteristics of the Project Entrepreneur (propositions 3, 4, 2 and 6)

Factor 4: Reliability and Availability of the Crowdfunding Platform (propositions 15, 12, and 16)

In the study, Award-Based Crowdfunding Scale was developed with valid and reliable results in order to determine the reasons that motivate the supporters who contribute financially to crowdfunding projects, in other words, the sources of motivation. In the research, the scale was developed within the scope of the answers given by the participants who supported crowdfunding projects at least once regardless of their financial value.

It is expected that the study will contribute to a wide range of stakeholders, from entrepreneurs to investors operating in the real sector, to the development of crowdfunding platforms, to researchers who will work on this subject, to technopolises and innovative enterprises, in its current state and with the expectation of shedding light on future research.