

Kitle Fonlama İle Yeni Bir Markanın Geliştirilmesi: Bebehum Örneği

The Role of Crowdfunding in Brand Development: A Case Study of Bebehum

ÖZET

Bu çalışmada, Fonbulucu Kitle Fonlama platformunda fonlamaya çıkan Gürler Global A.Ş. incelenmiştir. Çalışma, girişimin fonlama sürecinde hazırladığı bilgi formu dokümanlarından elde edilen verilere dayanmaktadır. Üniversite-sanayi iş birliği ile geliştirilen bir ürünün üretilmesi amacıyla gerçekleştirilen fonlama kampanyası başarıyla tamamlanmıştır. Girişim, büyük marketlerde yer almak için köprü yatırım turuna çıkmış ve bu süreci de başarıyla tamamlamıştır. Üniversite-sanayi iş birliğinin örnek bir uygulaması olması, istihdamı artırması, ihracata katkı sağlaması, bölgesel kalkınmaya destek vermesi ve tüm bu sürecin geniş bir yatırımcı kitlesinin sağladığı küçük miktarlardaki fonlarla gerçekleştirilmesi, benzer girişimlere yol gösterici olacaktır. Girişimin başarısı, kitle fonlama finansman modelinin potansiyelini ortaya koymasından da önemli bir örnek teşkil etmektedir. Böylece, diğer girişimcilerin de üretimi ve istihdamı artırmak için kitle fonlama yöntemini tercih etmesi beklenmektedir. Ayrıca, fon sağlayan yatırımcıların yatırımlarından kazanç elde etmeye başlamasıyla, yeni girişimlerin finansmanına daha istekli bir şekilde destek verecekleri öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlama Modeli, Üniversite-Sanayi İşbirliği, Bölgesel Kalkınma, Girişim Finansmanı.

ABSTRACT

This study analyzes Gürler Global A.Ş., which raised funds through the Fonbulucu Crowdfunding platform. The analysis is based on data from informational documents prepared by the enterprise during the fundraising process. The crowdfunding campaign, aimed at producing a product developed through university-industry collaboration, was successfully completed. The enterprise also conducted a successful bridge investment round to secure placement in major retail markets. This initiative highlights the role of university-industry collaboration in generating employment, promoting exports, and contributing to regional development, all achieved through small contributions from a broad base of investors. The enterprise's success demonstrates the potential of crowdfunding as a financing model and provides an example for other entrepreneurs seeking to expand production and employment. Additionally, as investors begin earning returns on their contributions, they are likely to support new ventures with greater enthusiasm.

Keywords: Crowdfunding Model, University-Industry Collaboration, Regional Development, Startup Funding.


GİRİŞ

Kitle fonlaması, girişimcilerin geleneksel finansal araçlara başvurmaksızın internet üzerinden web tabanlı bir platform aracılığıyla çok sayıda kişi veya kuruluştan küçük miktarlarda katkı alarak girişimlerini ve projelerini finanse etme çabalarını ifade eden bir şemsiye terimdir (Mollick, 2014: 2; Kirby ve Worner, 2014: 8). Diğer bir ifadeyle, kitle fonlaması yatırım ihtiyacı olan bir proje veya işletmeyi kalabalık bir grup insandan ihtiyaç duyduğu yatırım tutarını temin etmesini isteme süreci olarak tanımlanmaktadır (Forbes ve Schaefer, 2017: 398).

Kitle fonlama finansman modelini tercih eden girişimciler, genellikle küçük ölçekli işletmelerdir. 2008 küresel krizi, kitle fonlama finansman modeli açısından bir dönüm noktası olmuştur. Bankaların küçük işletmeleri riskli sınıfa dahil ederek bu işletmelere kredi sağlamaktan kaçınması, finansmana ulaşmanın küçük ölçekli işletmeler için maliyetli hale gelmesi, kitlelerin yardımlaşmaya olan istekliliği ve internetin finansman teminindeki kolaylaştırıcı rolü, kitle fonlamaya olan talebi hızla artırmıştır (World Bank, 2013; Onur ve Değirmenci, 2015; Block vd., 2018).

Kitle fonlama finansman modelinin bağış temelli, ödül temelli, borçlanma temelli ve paya dayalı olmak üzere dört farklı yöntemi bulunmaktadır (Mollick, 2014: 3). Bağış ve ödül temelli modeller finansal getiri sağlamayan yöntemler olarak sınıflandırılırken, borçlanma ve paya dayalı modeller finansal getiri sağlayan yöntemlerdir (Belleflamme, 2015: 13-15). Bu ayırmada belirleyici unsur, fon sağlayanların kampanyalara fon sağlarken herhangi bir finansal getiri beklentisi içinde olup olmamalarıdır (Kuran, 2023c: 72). Finansal getiri sağlamayan bağış ve ödül temelli modellerde ise katılımcıları fon vermeye teşvik eden temel unsurlar yardım ve hayırseverlik duygularıdır.

Daha uygun maliyetlerle finansman temin edilebilmesi, girişimciler ve yatırımcılar arasında doğrudan iletişim kurulabilmesi ve küçük miktarlarda bile yatırım yapılabilmesi kitle fonlamanın önemli avantajları arasında yer almaktadır. Buna karşın, projenin amacına ulaşmadan sona ermesi, ikincil piyasanın olmaması veya yeterince gelişmemesi nedeniyle likidite riski ve dolandırıcılık ihtimali modelin temel dezavantajları olarak öne çıkmaktadır.

Reza Behjati Yalghouzaghaj¹ 

How to Cite This Article

Yalghouzaghaj, R. B. (2025). "Kitle Fonlama İle Yeni Bir Markanın Geliştirilmesi: Bebehum Örneği", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:10, Issue:1; pp:14-20. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14943284>

Arrival: 18 December 2024
Published: 28 February 2025

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Dr. Araştırmacı, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, İstanbul, Türkiye.

Türkiye’de 5 Aralık 2017’de Sermaye Piyasası Kanunu’nda yapılan düzenlemeler ile kitle fonlama finansman modelinin yasal altyapısı oluşturulmuştur (T.C. Resmî Gazete, 2017). Sermaye Piyasası Kurulu’nun (SPK) hazırladığı Paya Dayalı Kitle Fonlaması Tebliği’nin 2019 ve 2021 yıllarında yürürlüğe girmesiyle fon toplama süreci yasal olarak mümkün hale gelmiştir. Bu düzenlemelerin ardından, 2021 yılından itibaren SPK, kitle fonlama platformu kurma izni vermeye başlamıştır. Türkiye’de şu anda SPK’dan izin almış 15 şirket bulunmakla birlikte, aktif olarak faaliyet gösteren platform sayısı 13’tür. Diğer platformların da zamanla faaliyete geçmesi beklenmektedir.

LİTERATÜR

Agrawal vd. (2013), Mollick (2014), Belleflamme vd. (2014, 2015), Pierrakis ve Collins (2016), Allison vd. (2017) ve Block vd. (2018) kitle fonlamayı çeşitli boyutlarıyla incelemiştir. Freitas ve Amado (2013), Filimonova vd. (2019) ile Yu ve Fleming (2021), kitle fonlamanın bölgesel kalkınmadaki rolünü ele alırken; Shneor ve Torjesen (2020) etik sorunlara, Buttice ve Ughetto (2023) ise literatürün mevcut durumuna ve eğilimlerine odaklanmıştır.

Atsan ve Oruç Erdoğan (2015), Fettahoğlu ve Khusayan (2017), Kayhan (2017), Cihangir (2018), İzmirli Ata (2018), Ayhan ve Ertemsir (2019), Yaşar (2021), Demirel (2022), Ortaarabacı ve Özel (2023) ve Kuzulu (2023), kitle fonlama sistemini tanıtan temel çalışmalara imza atmıştır. Bunun yanı sıra, Canbaz ve Çonkar (2018), Kazak (2023), Baştuğ (2024) ve Dumlu (2024) kitle fonlamayı İslami finans yöntemleriyle ilişkilendirirken; Tiryakioğlu ve Koy (2023) ile Camgöz ve Yılmaztürk (2023), davranışsal finans eğilimleri açısından incelemiştir. Şen (2022) ve Özer (2022) ise fonlama modelinin hukuki boyutlarına odaklanmıştır.

Kuran (2022, 2023a) kitle fonlamanın bölgesel kalkınmaya etkisini araştırmıştır. Kuran’ın (2023b) çalışması tarımsal ürünlerin üretimi üzerine yoğunlaşırken, Kuran (2023c) makina üretimi yapan bir fabrikanın ve güneş enerjisi tesisinin kapasite artışında kitle fonlama kullanımını ele almıştır. Benzer şekilde, Muğan Ertuğral vd. (2022), kitle fonlamayı apiturizmi-kırsal kalkınma bağlamında incelerken; Muğan Ertuğral (2024) bu modeli kırsal kalkınma politikaları açısından değerlendirmiştir.

Bu çalışmada, 19 Ekim 2023 ile 18 Kasım 2023 tarihleri arasında Fonbulucu Kitle Fonlama Platformu üzerinden fonlamaya katılan, süreci başarıyla tamamlayarak Bebehum markasıyla üretime başlayan Gürler Global Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi incelenmiştir. Düzce ilinde faaliyet gösteren Gürler Global A.Ş., Türkiye’nin ilk hidrolize proteinli bebek ve devam sütü üretimini gerçekleştirecek bir fabrika kurmak amacıyla kitle fonlamasına başvuran bir girişimdir. Üniversite-sanayi işbirliğiyle geliştirilen bu ürünün, bölgedeki ekonomik faaliyet hacmini artırarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda, girişimin detaylı bir şekilde incelenmesinin hem diğer girişim ve bölgeler için örnek teşkil edeceği hem de kitle fonlama finansman modelinin tanıtımına katkı sunacağı değerlendirilmektedir.

GÜRLER GLOBAL MAĞAZACILIK SANAYİ VE TİCARET A.Ş. HAKKINDA BİLGİLER

Gürler Global Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi ile ilgili aşağıda kısaca yer alan bilgiler, fonlama kampanyası için hazırlanan ve Fonbulucu Kitle Fonlama Platformu’nda yer alan bilgiler ile Gürler Global A.Ş.’nin Kitle Fonlama Bilgi Formu dokümanından alınmıştır.

Bebehum, Türkiye’nin ilk hidrolize proteinli bebek maması ve devam sütü üreten Gürler Global A.Ş.’nin markasıdır. Bebehum, bebek mamalarında kullanılmak üzere protein ve hidrolize protein üretimi ile bebeklerin sindirimine özel bir ürün üreten Türkiye’deki ilk yerli marka olarak pazara sunulmaktadır. Bir diğer önemli husus ise mama üretiminde kullanılan yağ tozunun da ilk kez firma bünyesinde üretilmiş olmasıdır. Bebehum markası ile bebek sütü ve bebek devam sütü alanlarında Türkiye’deki yerli mama üreticisinin yok denecek kadar az olması nedeniyle yeni bir iş fikri oluşturulmuş ve Ar-Ge projesine başlanmış, Düzce Üniversitesi ile işbirliği yapılarak üretilen ürünler geliştirilmiştir. Bu anlamda geliştirilen ürünler ve elde edilen başarı, üniversite-sanayi işbirliği açısından son derece önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Tesis kapasitesinin büyütülmesiyle Türkiye’de katma değerli üretim yapan ilk 500 firma arasında yer almayı planlayan şirket, uzun vadeli hedefleri arasında borsaya kote olmayı ve daha da büyüyerek uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren bir konuma gelmeyi hedeflemektedir. Ayrıca ikinci yıldan itibaren yatırımcılarına her yıl düzenli olarak temettü ödemesi planlanmaktadır.

Tablo 1: Bebehum'un Güçlü ve Zayıf Yönleri, Fırsatlar ve Tehditler

Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri
<ul style="list-style-type: none"> E-ticaret tecrübesi ile daha kaliteli bir ürünün geniş kitlelere ulaşabilme imkânı, Sindirimde kolaylık sağlayan hidrolize protein kullanılması ile birlikte pazardaki rakiplerin önüne geçilmesi, Türkiye'de üretilen birkaç yerli bebek devam sütü markalarında biri olması, Üniversite iş birliği ile akademisyenlerle üretimin yapılması. 	<ul style="list-style-type: none"> Yeni bir marka olması nedeniyle tanıtım ve pazara girme açısından zorluklar yaşanması, Gıda sektöründe faaliyet gösterilmesi nedeni ile ihracatı yapılacak her ülkede yasal prosedürlerin farklı olması. Üretim kapasitesini artırmak için gerekli iş gücü ve üretim hattı yatırımlarının başlangıç maliyetlerinin karşılanması gerekliliği.
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> Dünyada ekonomik krizlerin olduğu bir rekabet ortamında büyük firmaların küçülmek zorunda kalması, Rakip firmalara göre üretim maliyetlerinin çok düşük olması, Bebek tekstili ve bebek mamasının birbirini desteklemesi ve aynı anda bu iki alanda üretim yapan firma olmaması. 	<ul style="list-style-type: none"> Uluslararası rakiplerin marka bilinirliği, Pazarın büyük çoğunluğunu rakip firmaların oluşturması, Gıda olması dolayısıyla her ülkede yasal prosedürlerin farklı olması.

Kaynak: Fonbulucu, 2024

Tablo 1'de Gürler Global A.Ş.'nin (Bebehum) SWOT analizi sunulmaktadır. Girişimin güçlü yönleri arasında e-ticaret tecrübesi, sindirimi kolaylaştıran hidrolize protein kullanımıyla rakiplerin önüne geçebilme yeteneği, üniversite işbirliğiyle geliştirilen ürünler ve yerli bir ürün olması yer almaktadır. Ancak, yeni bir marka olma durumu, girişimin zayıf yönünü oluşturmakta olup, bununla birlikte rakip firmalarla karşılaştırıldığında düşük üretim maliyetleri ve girişimin bebek tekstili sektöründe de faaliyet göstermesi, fırsatlar arasında yer almaktadır. Uluslararası rakiplerin yüksek marka bilinirliği, rakip firmaların pazar payının fazla olması ve gıda sektörüyle ilgili her ülkenin farklı yasal prosedürleri, girişimin karşılaştığı tehditler olarak sıralanabilir.

Girişim, daha düşük maliyetli üretim ve aynı zamanda bebek tekstili sektöründeki deneyimi ile bu tehditleri ortadan kaldırmaya veya minimize etmeye yönelik potansiyele sahiptir. Bu bağlamda, girişim fiyat rekabeti sağlayarak, yeni ve farklı ürünlerle pazar ihtiyaçlarına cevap vererek, distribütörlükler aracılığıyla çok sayıda ülkeye satış yaparak ve yurtdışı satış/pazarlama ağını genişleterek zayıf yönlerini ortadan kaldırmayı planlamaktadır. Ayrıca, marka ve reklam çalışmaları yaparak, dünya genelinde farklı pazarlara açılmayı ve ihracat odaklı satış stratejisi yürütmeyi hedeflemektedir.

Tablo 2: Fon Kullanım Planı (TL)

Fabrika Kurulum ve Üretim Hattı Giderleri	10.800.000
Makine ve Otomasyon Giderleri	6.000.000
Hammadde Giderleri	3.600.000
Satış Pazarlama ve Reklam Giderleri	1.200.000
Platform Kullanım Ücreti, MKK ve Takasbank İşlem ve Hizmet Bedelleri, İhraç Bedeli	2.400.000

Kaynak: Fonbulucu, 2024

Tablo 2'de, girişimin kampanyanın başarıyla fonlanması sonucunda elde edeceği fonun hangi kalemlere harcanacağı gösterilmektedir. Tablodan da açıkça görüleceği üzere, en önemli gider kalemi fabrika kurulum ve üretim hattı giderleridir. Girişim, yeni bir fabrika kuracağı için bu kalem, fon kullanım planının en önemli gider kalemini teşkil etmektedir.

Tablo 3: Beş Yıllık İşletme Bütçesi Detayları (TL)

Yıllar	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl	Toplam
Personel Giderleri	4.230.000	6.000.000	8.000.000	10.650.000	14.250.000	43.130.000
İletişim/Haberleşme Giderleri	42.000	55.000	70.000	85.000	100.000	352.000
Enerji/Su/Diğer Giderler	215.000	295.000	375.000	480.000	635.000	2.000.000
Ofis Giderleri	40.000	50.000	60.000	70.000	80.000	300.000
Seyahat Giderleri	450.000	620.000	800.000	1.025.000	1.337.500	4.232.500
Temsil Giderleri	10.000	20.000	30.000	40.000	50.000	150.000
Kira Giderleri	350.000	1.260.000	1.870.000	2.480.000	3.690.000	9.650.000
Reklam Giderleri	2.550.000	3.806.000	5.020.000	6.248.000	7.460.000	25.084.000
Müşavirlik Giderleri	100.000	175.000	250.000	350.000	450.000	1.325.000
Üretim	17.540.000	6.990.000	7.480.000	7.890.000	8.460.000	48.360.000
Temizlik Giderleri	100.000	150.000	200.000	250.000	300.000	1.000.000
Öngörülemeyen Giderler	450.000	450.000	540.000	540.000	630.000	2.610.000

Kaynak: Fonbulucu, 2024

Tablo 3'te, girişimin beş yıllık işletme bütçesindeki gider kalemleri yer almaktadır. Tablodan görüleceği üzere, en büyük gider kalemleri sırasıyla üretim, personel ve reklam giderleridir. Girişimin üretim yapan bir firma olması nedeniyle, bu kalemlerdeki giderlerin yüksek olması oldukça doğaldır.

Tablo 4: Gürler Global A.Ş. Fonlama Kampanya Özet Bilgileri

Hedeflenen Fonlama	Ek Fonlama	Fonlama Sınırı	Yatırımcı Sayısı
₺ 24.000.000	₺ 0	Yok	3.247
Alınan Toplam Yatırım	Pay Arz Oranı	Ortalama Yatırım	En Yüksek Yatırım
₺ 32.153.229	% 10,20	₺ 9.902	₺ 500.000
Nitelikli Yatırımcı	Nitelikli Yatırım Oranı	Fonlama Başlangıç	Fonlama Bitiş
577	%55,14	19.10.2023	18.11.2023

Kaynak: Fonbulucu, 2024

Tablo 4'te, 18.11.2023 tarihinde fonlama kampanyası başarıyla sonuçlanan Gürler Global A.Ş.'nin fonlama kampanyasıyla ilgili özet bilgiler sunulmaktadır. Toplamda 3247 yatırımcının katıldığı fonlama kampanyasından 577 nitelikli yatırımcı yatırım yapmıştır. En yüksek yatırım tutarı 500.000 TL olurken, ortalama yatırım tutarı 9.902 TL olarak gerçekleşmiştir. Böylece, 3247 yatırımcı ortalama 9.902 TL yatırım yaparak, daha önce fason üretim yapan bir girişimin fabrika kurabilmesi için gerekli finansmanı sağlamıştır. Ek fonlama yapılmadığı için, hedef fonlamanın üzerindeki tutar, yatırımcılara yatırımları oranında iade edilmiştir. Yatırımcıların sağladığı bu imkanla, istihdam yaratılmış, vergi ödemelerine başlanmış ve ihracat gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, büyük çoğunluğu ithal edilen ürünlerin yurtiçinde üretilmesi sağlanmıştır.

Girişim, üretime başladıktan sonra hızlı bir şekilde yurtdışında distribütörlük anlaşmaları imzalamış ve böylece ihracat miktarını ve ihracat yapılan ülke sayısını artırmaya başlamıştır. Ancak Türkiye'de faaliyet gösteren bazı zincir marketlerle ürün tedariki görüşmelerine başlanmış ve bu görüşmelerin olumlu sonuçlanması, girişimin tekrar finansmana ihtiyaç duymasına neden olmuştur. Bu sebeple, girişim, köprü yatırım turuna çıkmak amacıyla kitle fonlama platformu ile işbirliği yapmış ve 26 Kasım 2024'te köprü yatırım turu ile yeniden fon toplamak için yatırımcılarının karşısına çıkmıştır.

Köprü yatırım turu, bir girişimin bir sonraki büyük yatırım turuna ulaşabilmesi için ihtiyaç duyduğu geçiş finansmanını sağladığı ara finansman turudur. Bu tura genellikle girişimin mevcut yatırımcıları veya stratejik ortakları katılmaktadır. Köprü yatırımları, girişimin belirli bir hedefe ulaşması veya sürekliliğini sağlamak için gerekli finansmanı temin ettiği için oldukça önemlidir. Bu bağlamda, Gürler Global A.Ş., zincir marketlere ürün tedarik ederek pazar payını ve bilinirliğini hızla artırmak amacıyla, köprü yatırım turu aracılığıyla ilk yatırım turuna katılan yatırımcılarından finansman talebinde bulunmuştur.

Tablo 5: Köprü Yatırım Turu Fon Kullanım Planı (TL)

Makine ve Demirbaş Yatırımları	13.000.000
Fabrika-Üretim Hattı, Kapasite Arttırımı	5.000.000
Hammadde ve Yardımcı Malzemeler	15.000.000
Platform Kullanım Ücreti	2.520.000
MKK ve Takasbank İşlem ve Hizmet Bedelleri, İhraç Bedeli	480.000

Kaynak: Fonbulucu, 2024

Tablo 5'te, köprü yatırım turundan elde edilecek fonun kullanım dağılımı yer almaktadır. Tablodan da görüleceği üzere, köprü yatırım turuna kapasite artışı amacıyla çıkan girişim, en önemli harcama kalemlerini hammadde alımı ve makine-demirbaş yatırımları için ayırmıştır. Bu stratejiyle, girişim daha fazla ürün üretebilme kapasitesine ulaşmayı hedeflemektedir.

Tablo 6: Köprü Yatırım Turu Kampanya Özet Bilgileri

Hedeflenen Fonlama	Ek Fonlama	Fonlama Sınırı	Yatırımcı Sayısı
₺ 36.000.000	₺ 0	Yok	2.303
Alınan Toplam Yatırım	Pay Arz Oranı	Ortalama Yatırım	En Yüksek Yatırım
₺ 43.612.637	% 10	₺ 18.937	₺ 1.000.001
Nitelikli Yatırımcı	Nitelikli Yatırım Oranı	Fonlama Başlangıç	
783	%66,30	26.11.2024	

Kaynak: Fonbulucu, 2024

26 Kasım 2024 tarihinde köprü yatırım turuna çıkan girişim, sekiz iş günü içerisinde fonlamayı başarıyla tamamlamıştır. Ortalama yatırım tutarının 18.937 TL olarak gerçekleştiği bu turda, toplamda 2303 yatırımcı yer almıştır. Ek fonlamanın olmadığı bu turda, finansal kapanışın ardından hedef fonlamanın üzerinde toplanan tutar, yatırımcılara yatırımları oranında iade edilecektir. Fonlama süresi sona erdikten (3 Aralık) sonra, mevcut yatırımcılar dışındaki yeni yatırımcılar da girişime ortak olma fırsatı bulmuşlardır.

SONUÇ

Gürler Global Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi, 2021 yılında Düzce Üniversitesi ile Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarına yönelik bir karar almış ve bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda probiyotikli bebek devam sütü üretilmiştir. Proje, 2022 yılı sonunda başarıyla tamamlanmıştır. 2023 yılı Ocak ayında fason üretime başlayan firma, Mart ayında ilk ihracatını gerçekleştirmiştir. Eylül ayında yaklaşık 1 milyon dolarlık satış yapıldıktan sonra, büyüme kararı alınmıştır. Ekim 2023'te ise şirket fonlama için kitle fonlama platformuna başvurmuştur. Gürler Global A.Ş., 19 Ekim 2023 - 18 Kasım 2023 tarihleri arasında gerçekleştirdiği fonlama kampanyasında, 3247

yatırımcının desteğini alarak başarıyla tamamlamış ve yatırımcılarına taahhütlerini yerine getirmek amacıyla çalışmalarına hızla başlamıştır.

Gürler Global A.Ş., üniversite-sanayi işbirliği ile geliştirilen bebek mamalarında kullanılmak üzere, dünyada sayılı, Türkiye'de ise ilk defa Hidrolize Protein Üretimi kullanarak bebeklerin sindirimine yardımcı özel bir ürün üretmeye başlamıştır. 2024 yılı Ekim ayında zincir marketlere ürün tedarik etmek amacıyla görüşmelere başlayan firma, bu görüşmelerin olumlu sonuçlanması üzerine 26 Kasım 2024'te köprü yatırım turu için tekrar fon toplamak amacıyla yatırımcılarının karşısına çıkmıştır.

Köprü yatırım turu sonucunda 2303 yatırımcıdan toplamda 43.612.637 TL fon toplanmıştır. Bu turda, ortalama yatırım tutarı 18.937 TL olarak gerçekleşmiş ve ilk yatırım turuna kıyasla yatırımcı sayısı azalsa da ortalama yatırım tutarının arttığı gözlemlenmiştir.

Üniversite-sanayi işbirliği ile geliştirilen bu ürünün üretimi için kurulan fabrika, bölgedeki istihdamı artırmış ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamıştır. Ayrıca, yapılacak ihracat sayesinde ülke ekonomisine döviz kazandırılması hedeflenmiştir. Kitle fonlama finansman yöntemi ile yatırım alınması süreci, tüm bu hedeflerin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır. Bu noktada, kitle fonlama modelinin potansiyelinin daha fazla ortaya konması ve girişimcilerin ile yatırımcıların bu finansman modelinden daha fazla faydalanabilmesi önemlidir.

Çalışmada incelenen Gürler Global A.Ş. (Bebelum) gibi markaların başarı hikayeleri, bu modelin geniş kesimlere aktarılması açısından önemli birer örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda, kitlelerin gücü ile desteklenerek üretime başladıktan kısa bir süre sonra kapasite artışı için köprü yatırım turuna çıkan bir girişimin başarısı, kitle fonlamının taşıdığı potansiyelin önemli bir göstergesidir. Üniversite-sanayi işbirliği, yerel istihdam, bölgesel kalkınma ve dış ticarete katkı sağlama açısından, Gürler Global A.Ş.'nin başka girişimler için örnek teşkil etmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Allison, T. H., Davis, B. C., Webb, J. W., & Short, J. C. (2017). Persuasion in crowdfunding: An elaboration likelihood model of crowdfunding performance. *Journal of Business Venturing*, 32(6), 707-725.

Atsan, N., & Oruç Erdoğan, E. (2015). Girişimciler için alternatif bir finansman yöntemi: Kitlesele fonlama (crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 297-320.

Ayhan, F., & Ertemsir, E. (2019). Girişimciler için yeni bir finansman yöntemi olarak kitlesele fonlama. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 221-237.

Baştuğ, S. (2024). Katılım esaslı paya dayalı kitle fonlama model önerisi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 10(1), 141-174. <https://doi.org/10.54863/jief.1373668>

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.

Belleflamme, P., Omrani, N., & Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 33, 11-28.

Block, J. H., Colombo, M. G., Cumming, D. J., & Vismara, S. (2018). New players in entrepreneurial finance and why they are there. *Small Business Economics*, 50(2), 239-250. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9826-6>

Butticè, V., & Ughetto, E. (2023). What, where, who, and how? A bibliometric study of crowdfunding research. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 70(9), 3078-3099.

Camgöz, M., & Yılmaztürk, S. (2023). İnovatif girişimciliğin finansmanında paya dayalı kitle fonlaması yatırımcısının motivasyon faktörleri: Türkiye örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(46), 261-288.

Cihangir, Ç. K. (2018). Finansal piyasalar için bir yenilik, Türkiye için bir fırsat: Kitlesele fonlama. 5th International Congress on Accounting and Finance Research, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İzmir.

Demirel, S. (2022). Dijital paylaşımcı yatırım anlayışı: Kitle fonlama. 6th International Congress of Eurasian Social Sciences, Muğla.

Dumlu, E. (2024). Modern bir finansman yöntemi: Kitle fonlaması ve fikhî mahiyeti. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 28(1), 428-448. <https://doi.org/10.18505/cuid.1424632>

Ertuğral, S. M. (2024). Kırsal kalkınmada yenilikçi yaklaşımlar: Bölgesel gelişme ve çevresel etkilere kapsamlı bir bakış. *Yalın Yayıncılık*.

Ertuğral, S. M., Toprak, M., & Kuran, İ. (2022). Apiturizmin bölgesel kalkınmaya olan etkisinin değerlendirilmesi. *International Academic Social Resources Journal*, 7(44), 1829-1836.

- Fettahoğlu, S., & Khusayan, S. (2017). Yeni finansman olanağı: Kitle fonlama (crowdfunding). *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4).
- Filimonova, N. G., Ozerova, M. G., Ermakova, I. N., & Miheeva, N. B. (2019). Crowdfunding as the way of projects financing in agribusiness. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- Fonbulucu. (2024). Fonbulucu kitle fonlama platformu. Erişim Adresi: <https://www.fonbulucu.com> Erişim Tarihi: 10.10.2024.
- Forbes, H., & Schaefer, D. (2017). Guidelines for successful crowdfunding. *Procedia CIRP*, 60, 398–403.
- Freitas De, J. C. C., & Amado, M. (2013). Crowdfunding in urban planning: Opportunities and obstacles. RC-43 Housing Market, Amsterdam.
- İzmirli Ata, F. (2018). Yeni nesil finansman yöntemi olarak kitle fonlama: Türkiye potansiyeli. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 273-295.
- Kayhan, S. (2017). Fongogo: A case study on the usability of the local crowdfunding and fundraising websites in Turkey. *Humanitas*, 5(9), 95-105.
- Kazak, H. (2023). Kitle fonlaması yöntemi ile zekât uygulaması: Bir model önerisi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(28), 42-72.
- Kirby, E., & Worner, S. (2014). Crowd-funding: An infant industry growing fast. Staff Working Paper of the IOSCO Research Department.
- Kuran, İ. (2022). Bölgesel kalkınma sürecinde kitle fonlama sisteminin rolü: SWOT analizi. *Ekonomi Politik Araştırmalar Dergisi*, 2(5).
- Kuran, İ. (2023a). Kitle fonlamanın bölgesel kalkınma sürecinde kullanımı. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(1), 748-764.
- Kuran, İ. (2023b). Kitle fonlama ve bölgesel kalkınma: Kuşkonmaz üretimi örneği. Çizgi Yayınevi. Editör: İhsan Kuran. ISBN: 978-625-396-005-6.
- Kuran, İ. (2023c). Atronmac: Could it be a success story for regional development? *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 13(1), 35-48.
- Kuran, İ. (2023d). Kitle fonlama ile yenilenebilir enerji girişiminin fonlanması: Corpus Enerji örneği. Ekin Basım Yayın Dağıtım. Editör: Emrah Kıratoğlu. ISBN: 978-625-6637-04-7.
- Kuzulu, Ö. (2023). Kitle fonlaması yöntemlerinde riskler ve etik sorunları. *Erciyes Akademi*, 37(2), 552-580.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Onur, M. N., & Değirmenci, Ö. (2015). Crowdfunding-Kitle fonlaması. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları, 7.
- Ortaarabacı, B., & Özel, B. (2023). Alternatif finansman aracı olarak Türkiye'de kitlesel fonlama ve ekonomik büyüme: Başarı kriterleri ve öneriler. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(3), 112-121.
- Özer, Ş. (2022). 6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre kitle fonlaması (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pierrakis, Y., & Collins, L. (2016). Banking on each other: Peer-to-peer lending to business: Evidence from funding circle. *Nesta*, 1-42.
- Şen, C. (2022). Hukuki yönleri ile paya dayalı kitle fonlaması (Yüksek lisans tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Shneor, R., & Torjesen, S. (2020). Ethical considerations in crowdfunding. *Advances in Crowdfunding Research and Practice*. Palgrave Macmillan, 161-183.
- T.C. Resmi Gazete. (2017). Sermaye Piyasası Kanunu. 6362 Sayılı Kanun, 05.12.2017. Cumhurbaşkanlığı, Ankara.
- Tiryakioğlu, M. A., & Koy, A. (2023). Davranışsal finans eğilimleri ile kitle fonlama yatırım kararları ve tekrar yatırım yapma niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi: Ampirik bir uygulama. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(28), 86-106.
- World Bank. (2013). Crowdfunding's potential for the developing world. infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.

Yaşar, B. (2021). The new investment landscape: Equity crowdfunding. *Central Bank Review*, 21(1), 1-16.

Yu, S., & Fleming, L. (2021). Regional crowdfunding and high-tech entrepreneurship. *Research Policy*, 51(9), 1-18.