

YOUTUBE'DAN NASIL PARA KAZANILIR?

KOBİ

Garanti BBVA

# GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

AĞUSTOS 2024

## START UP'LARA DESTEK RÜZGARI

25 FONUN  
YATIRIM PLANLARI



HANGİ SEKTÖRLER  
ÖN PLANA ÇIKIYOR?

“TÜRKİYE’NİN KADIN GİRİŞİMCİSİ” İÇİN BAŞVURULAR BAŞLADI

AİLE TECRÜBESİYLE KENDİ MARKASINI YARATTI



# Yatırım fırsatları iyi değerlendirilmeli

Merhaba,

KOBİ Girişim dergimizin bu sayısında ekonomideki yerel sıkıntıları aşarak küresel pazarlara entegre olmak isteyen KOBİ'lerin ve girişimcilerin ihtiyaç duyduğu finansmana ve desteğe nasıl ulaşabileceğine dair bir kapak dosyası hazırladık.

Bu noktada, son yıllarda giderek daha çok dikkat çeken kurumsal girişim sermayelerinin önemi büyük. Kurumsal girişim sermayeleri (KGS) 2020'den bu yana Türkiye'de gerçekleşen yatırım turlarının yüzde 30'undan fazlasına katıldılar. Hatta bu oran 2023 sonu itibarıyla yüzde 38'e çıktı. Girişimcilik ekosistemini desteklemek için kurulan bu yatırım fonları, kurulma ya da büyüme aşamasında olan start up'lara önemli bir kaynak sağlıyor.

Kapak haberimizde de okuyacağınız gibi, 2023'te kurulan altı yeni kurumsal girişim sermayesi (KGS) fonu ile toplam KGS sayısı 82'ye ulaştı. KGS'lerin yarısından fazlası 2021 ve sonrasında kuruldu. Son beş yılda finans sektörü KGS kurma ve yatırım yapma konusunda en iştahlı sektör oldu. 2023 yılında kurulan

KGS fonlarının yüzde 67'si finans firmaları tarafından kuruldu. 2023 yılında 21 şirket, KGS kurmadan girişimlere ilk kez yatırım yaptı.

Fonların büyük bir bölümü ön tohum ve tohum aşamasındaki start up'lara yatırım yapıyor. 2023 yılında KGS ve kurumların katıldığı yatırım turu sayısı 124 oldu. 2024 sonu itibarıyla bu sayının 200'e ulaşması bekleniyor. Startups Watch Kurucusu Serkan Ünsal'ın verdiği bilgiye göre, yapay zeka ve fintech girişimleri KGS ve kurumların son yıllarda en çok ilgilendiği alanlar oldu.

Kapak dosyamızda girişimciler için önemli imkanlar sağlayan 25 büyük KGS'nin yatırım bütçesini ve ilgilendikleri alanları ortaya koyduk. Ekonominin omurgasını oluşturan KOBİ'lerin ve girişimcilik ekosistemi içerisinde yer alan tüm oyuncuların kamu desteklerinin yanı sıra iş dünyasından çıkan böyle yatırım fırsatlarına mutlaka dikkat etmesi, bu fırsatları değerlendirmesi gerektiğini düşünüyorum.

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

KOBİ   
**GİRİŞİM**

**Ekonomist**

EKONOMİ  
İŞ VE FİNANS  
HABER DERGİSİ



YAYINCI  
Doğan Burda Dergi  
Yayınçılık ve Pazarlama A.Ş.

**GENEL MÜDÜR** Cem M. Başar  
**YAYIN DİREKTÖRÜ** Sedef Seçkin Büyük  
**GENEL YAYIN YÖNETMENİ** (Sorumlu) Talip Yılmaz  
**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ** Gözde Yeniova Saylak  
**HABER MÜDÜRÜ** Aram Ekin Duran  
**GÖRSEL YÖNETMEN** Özcan Çayçoşar

#### HABER MERKEZİ

Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),  
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),  
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü),  
Burcu Tuvay (Haber Editörü),  
Sibel Atik (Haber Editörü), Ceren Oral Balaban  
**SAYFA UYGULAMA** M. Engin Bilgin  
**FOTOĞRAFLAR** Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi  
**PROJE MÜDÜRÜ** Selçuk Ergenc  
**KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ**  
Funda Demirci Ayan

**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen  
Tel: 0 312 577 31 56  
ekonomist@doganburda.com

#### YÖNETİM

**SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkorol  
**ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ**  
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş  
**FİNANS DİREKTÖRÜ** Diğem Kurucu  
**DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ** Eren Demir

#### REKLAM

**REKLAM VE ETKİNLİK GRUP BAŞKANI**  
Ali Erman İleri  
**REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCISI**  
Seda Erdoğan Dal, Neyran Çınar  
**REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**  
Burcu Acavut, Burcu Kevsir Karaçam  
**REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ**  
Maya Yılmaz, Mürvet Yılmaz  
**TEKNİK MÜDÜR** Ayfer Kaygun Baka  
Tel: 0212 336 53 61-62

**HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ** Aysel Şener  
Tel: 0 212 336 53 75  
**REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ**  
Hülya Erdoğan Tel: 0 212 336 53 72  
**REZERVASYON**  
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59

**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**  
Sezinur Balıkcıoğlu  
**REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ**  
Beliz Balıbey Tel: 0 312 577 31 56

**ETKİNLİK VE MARKA YÖNETİMİ**  
**ETKİNLİK VE PROJE KOORDİNATÖRÜ** Nihal Ayan  
**MARKA YÖNETMENİ** Nil Özarpak

#### YÖNETİM YERİ

Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12  
Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul  
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

#### BASKI

Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.  
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.  
No:16 Ümraniye-İSTANBUL  
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08  
www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716

#### DAĞITIM

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

**YAYIN TÜRÜ** Ulusal, süreli, iki haftalık

**FİPP**

üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

**DB OKUR HİZMETLERİ HATTI** 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

**DB ABONE HİZMETLERİ HATTI**

Tel: (0 212) 478 0 300

**ÇALIŞMA SAATLERİ**

abone@doganburda.com / www.doganburda.com  
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

## İÇİNDEKİLER



2020 yılından bu yana Türkiye’de gerçekleşen yatırım turlarının yüzde 30’undan fazlasına katılan kurumsal girişim sermayeleri (KGS), geçtiğimiz yıl yüzde 38 oranında katılım sağlayarak kendi rekorlarını kırdılar. Bu fonların sayısının önümüzdeki yıllarda hızla artacağı tahmin ediliyor. Holdinglerin yanı sıra bankalar, üniversiteler ve kişisel yatırımcılar tarafından kurulan fonlar da start up ekosistemine yatırım için bu yıl önemli bütçeler ayırdı.



Global ve yerel şirketlere 10 yıl boyunca danışmanlık yapan Alperen Adıktı, yürüttüğü projelerde Türkiye’de dijital sağlık alanındaki eksiklikleri fark ederek 2022’de “önleyici sağlık uygulaması” Heltia’yı kurdu. Şirket 4,7 milyon dolarlık yatırım çekerken, Spotify’nı da yatırımcısı olan Northzone’un da Türkiye’de ilk yatırım yaptığı start up oldu.



Bulut tabanlı bina iletişim ve akıllı ev teknolojileri üzerine faaliyet gösteren yerli sermayeli Multitek, güçlü AR-GE çalışmalarıyla farklı ürünlerle pazarda büyümeyi planlıyor. Multitek Yönetim Kurulu Üyesi Ece Demirkol, “Özellikle Ortadoğu ve Körfez ülkelerine ihracatımız var. Ancak bunu daha geniş bir coğrafyaya yaymak istiyoruz” diyor.

**05 YARIŞMA**  
“Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” için başvurular başladı

**06 PANO**

**08 KAPAK KONUSU**  
Start up’lara destek rüzgarı

**12 GARANTİ BBVA PARTNERS**  
“Yeni dönemde dört alana odaklandık”

**14 DİJİTAL SAĞLIK**  
Northzone’da 1,5 yılda yatırım çekmeyi başardı

**16 MALİ DANIŞMANLIK**  
“Hedefimiz globalde ağırlığımızı artırmak”

**18 AKILLI EV TEKNOLOJİSİ**  
“Akıllı ev sistemleriyle yurt dışında büyüyeceğiz”

**20 SİVİL TOPLUM**  
250 binden fazla kadına istihdam yarattı

**22 BULUT TEKNOLOJİLERİ**  
Yatırım çekerek dünyada yaygınlaşıyor

**23 GASTRONOMİ**  
Markasıyla kurumsal iş birlikleri yapıyor

**24 İŞLETME YÖNETİMİ**  
“Aile şirketlerinde ataerkil yaklaşım hala hâkim”

**26 MODA**  
Aile tecrübesiyle kendi markasını yarattı

**27 ONLINE PLATFORM**  
Global açılım için 3,5 milyon \$’lık yatırım



Girişimcilik sektörünün gelişimiyle özellikle teknoloji tabanlı girişimleri daha fazla ön plana çıkarma ve bu girişimlere destek verme ihtiyacının doğduğunu söyleyen Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, “Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı kapsamında biz de data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik dikeylerinde programımızı yeniledik” diyor.

**28 TEKSTİL AKSESUAR**  
“Hedefimizde ABD ve AB ülkeleri var”

**30 DİJİTAL DÖNÜŞÜM**  
“KOBİ’lerin dijitalleşmesine destek oluyoruz”

**32 ONLINE PAZARYERİ**  
“Türkiye’nin 8’nci unicorn’u olmayı hedefliyoruz”

**34 KADIN GİRİŞİMCİ**  
“Hem ulusal hem global oyuncu olmak istiyoruz”

**36 GIDA**  
“Üretiminin yüzde 90’ını 148 ülkeye ihraç ediyoruz”

**38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:**  
Şirketler ontolojik (Varoluşsal) soranlarını nasıl çözerler?

**40 Cem Ener:**  
You Tube Ekonomisi

**42 VERGİ TAKVİMİ**

# “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” için başvurular başladı

Hikâyesiyle kadınlara ilham olmak ve başarısını Türkiye’ye duyurmak isteyen kadın girişimcileri desteklemek üzere hayata Ekonomist Dergisi, Garanti BBVA ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliğiyle hayata geçirilen “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” yarışması, bu yıl 18. kez düzenlenecek. Adaylar, 15 Kasım 2024 tarihine kadar [www.garantibbvakadingirisimci.com](http://www.garantibbvakadingirisimci.com) adresindeki formu doldurarak, yarışmaya başvurabilecek. Şubat 2025’te gerçekleşecek ödül töreni sonrası kazananların açıklanacağı yarışmada; “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” ödülünü alacak girişimci 250 bin TL, “Türkiye’nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratın Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Teknolojide Gelecek Vadeden Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Kadın Sosyal Etki Girişimcisi” ve “Türkiye’nin Kadın Kooperatifi” kategorilerinin birincileri ise 200 biner TL’lik ödülün sahibi olacak.

## 45 bin başvuru

Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, 2007’den bu yana kadın girişimcilerin motivasyonlarının artmasına, cesaretlendirilmesine, “Ben de yapabilirim” duygusunu kazanmasına ve diğer kadınlar tarafından örnek alınmasına katkıda bulduklarını söylüyor. Yarışmaya bugüne kadar 45 bin başvuru aldıklarının bilgisini veren ve 70’in üzerinde kadın girişimciye ödül verdiklerini anlatan Kaya, beş farklı kategoride kadın girişimcilerin işindeki başarısını ön plana çıkaran yarışmanın, kadınların girişimiyle sağladığı ekonomik, teknolojik ve sosyal faydaların da görünür olmasını sağladığını belirtiyor. Kaya, “Kadın

Ekonomist Dergisi, Garanti BBVA ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliğiyle bu yıl 18. kez düzenlenecek olan “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması” için başvurular başladı.

TALİP YILMAZ / EKONOMİST DERGİSİ YAYIN YÖNETMENİ

## “Kategori sayısı beşe çıktı”

“Ekonomist Dergisi olarak yayın hayatına başladığımız 1991 yılından bu yana, girişimcilik ekosistemi ve kadın her zaman odağımızda oldu. Yaptığımız iş etkinliklerinde, haberlerde bu odağımıza her zaman dikkat ettik ve etmeye devam ediyoruz. Bu kapsamda Garanti BBVA ve KAGİDER’le birlikte gerçekleştirdiğimiz en önemli çalışmaların başında, Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması geliyor. Türkiye’de kadının ekosisteme katkısı daha da artırmayı, girişimci kadınları cesaretlendirmeyi amaçladığımız bu yarışma önemli bir aşama kaydetti. 17 yılda 45 bin başvuru olmamız, yıllar içinde kategori sayısının bir iken geçen yıl itibarıyla beşe çıkması çok kıymetli. Ekonomist Dergisi, Garanti BBVA ve KAGİDER olarak kadın girişimcilerimizi yarışmamıza davet ediyoruz.”



girişimcileri ve kooperatifleri, büyük bir heyecanla gerçekleşen jüri değerlendirmesi sonucu belirlediğimiz birincilerden biri olması için Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’na başvurmaya davet ediyoruz” diyor.

## “Büyük bir mutluluk”

KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Esra Bezircioğlu da “Türkiye’nin dört bir yanından katılacak kadın girişimcilerin hikâ-

yeleri, yeni girişimcilere ilham kaynağı olacak. Kadın girişimciliğinin sürdürülebilir kalkınmaya olan etkisini görmek ve bu başarıları ödüllendirmek bizim için büyük bir mutluluk. Kadın girişimcilerin ekonomiye kazandırdığı değer, ülkemizin geleceği için büyük önem taşıyor” diye konuşuyor. Bezircioğlu, KAGİDER olarak gerçekleştirdikleri projelerle 22 yılda 250 binden fazla kişiye istihdam etkisi yarattıklarını da sözlerine ekliyor. Bezircioğlu, “Yarışmaya katılacak tüm kadınlara başarılar diliyorum. Hep birlikte, kadınların gücünü daha da ileriye taşıyacağız” diye konuşuyor.

## Garanti BBVA “Sürdürülebilir Finansmanda En İyi Özel Banka” seçildi



■ Garanti BBVA, finans sektörü için dünya çapında yayın yapan, aynı zamanda araştırma ve ödül kuruluşu The Digital Banker dergisi tarafından düzenlenen Küresel Sürdürülebilir Finans Ödülleri kapsamında “Sürdürülebilir Finansmanda Türkiye'nin En İyi Özel Bankası” ödülüne layık görüldü. Garanti BBVA'nın bu ödülü kazanmasında, jüri üyeleri tarafından yapılan değerlendirmeler sonucu, sürdürülebilirlik konusunu bütünsel bir yaklaşım benimseyerek stratejik hedeflerinin temel bir parçası haline getirmesi etkili oldu. 18 yılı aşkın süredir iklim krizi, enerji kaynakları sorunları ve sosyal eşitsizlikler gibi konularda sürdürülebilir iş modellerinin dönüşümünde Türkiye'ye öncülük eden Garanti BBVA'nın toplumsal cinsiyet eşitliğinden enerji verimliliğine, finansal okuryazarlığın artırılmasından yeşil ve sosyal dönüşüme kadar sürdürülebilirlik temalı çok çeşitli ürünleri bulunuyor. Yeşil ve sosyal dönüşümü finanse etmek için tüm sürdürülebilir finans ürünlerini tabana yayıyor. Bu kapsamda banka, 2018'den 2025'e kadar sürdürülebilir dönüşüm için verdiği finansman taahhüdünü güncelleyerek 400 milyar TL'ye çıkardı. 2023 yılını da hedefinin üzerinde bir performansla tamamladı. Bu yıl 120 milyar TL sürdürülebilir finansman sağlamayı hedefleyen Garanti BBVA, ilk 6 ayda 85 milyar TL'nin üzerinde yeşil ve sosyal finansman sağlayarak hedefinin yarısını aştı. Banka, Türkiye'deki projelere daha fazla sürdürülebilir finansman sağlayarak bu alandaki öncülüğünü devam ettirmeyi hedefliyor.

## Sağlık ve tarım girişimleri haritasını güncelledi

■ Türkiye'deki girişimcilerin ve startup ekosisteminin gelişimine yedi yıldır Hackquarters by Tenity ile birlikte düzenlediği “G4A Girişim Hızlandırma Programı” ile destek veren Bayer, sağlık ve tarım alanındaki girişimleri tanıtmak amacıyla hazırladığı “Türkiye Dijital Sağlık ve Tarım Girişimleri Haritası”nı güncelledi. İki yılda bir güncellenen haritaya, sağlık alanındaki girişimlerin yanı sıra bu yıl ilk kez tarım alanındaki girişimler de dahil edildi. Başvuruların değerlendirilmesinin ardından Türkiye'deki girişimciler tarafından kurulan 125 start up şirketi haritada yerini aldı. 2024 Türkiye Dijital Sağlık ve Tarım Girişimleri Haritası; telesağlıktan hastane ve eczane çözümlerine, akıllı tarım ve makine teknolojilerinden yabancı ot, hastalık ve zararlılarla mücadele yöntemlerine kadar sağlık ve tarıma ilgili birçok alt başlığı içeriyor. 7 yıldır düzenlediği G4A Girişim Hızlandırma Programı kapsamında hibe, mentorluk, eğitim desteği ve iş birliği imkânlarıyla Türkiye'deki girişimcilik ekosistemine 6,5 milyon TL katkı sunan Bayer'in güncellediği haritada, G4A Programı'na sağlık ve tarım alanında seçilip çalışmalarına devam eden 33 girişim de bulunuyor. Bayer, sosyal medya hesaplarında, çeşitli meca ve platformlarda “Türkiye Dijital Sağlık ve Tarım Girişimleri Haritası”nı paylaşarak startup'lara iletişim desteği sağlayacak.



## KOBİ'ler iş teklifi ile tuzağa düşürülüyor

■ Dijital güvenlik şirketi ESET'in araştırmacıları, Mayıs 2024'te Polonya, Romanya ve İtalya'daki küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ) hedef alan ve çeşitli kötü amaçlı yazılım ailelerini dağıtan dokuz yaygın kimlik avı kampanyasını inceledi. Bir önceki yıla kıyasla, bölgeyi hedef alan saldırganlar tercih ettikleri dağıtım aracı olarak AceCryptor'dan ModLoader'a geçiş yaptı ve daha fazla kötü amaçlı yazılım ekledi. Saldırganlar sadece kötü amaçlı e-postaları yaymak için değil aynı zamanda kötü amaçlı yazılımları barındırmak ve çalışan verileri toplamak için daha önce ele geçirilmiş e-posta hesaplarını ve şirket sunucularını kullandı. Sadece Mayıs 2024'te ESET ürünleri, 21.000'den fazlası (yüzde 80) Polonya'da olmak üzere 26.000'den fazla kullanıcıyı bu tehdiye karşı korudu. Kimlik avı kampanyalarını analiz eden Jakub Kalo, “Mayıs ayı boyunca yedisi Polonya'yı hedef alan toplam dokuz kimlik avı kampanyası kaydettik” dedi. “Ele geçirilen makinelerde teslim edilen ve başlatılan nihai yük çeşitlilik gösterdi; bilgi çalan Formbook, uzaktan erişim truva atı ve bilgi hırsızı Agent Tesla, hassas bilgileri çalabilen uzaktan kontrol ve gözetim yazılımı olan Rescoms RAT'ı teslim eden kampanyalar tespit ettik” açıklamasını yaptı.



## Küresel girişim yarışması adayları belli oldu

■ Türkiye'nin de dâhil olduğu 24 ülkede düzenlenen KPMG Private Enterprise Global Tech Innovator küresel startup yarışmasının Türkiye finaline kalan 10 girişimi belli oldu. Türkiye finalinde birinci olacak girişim, bu yıl kasım ayında Portekiz'in başkenti Lizbon'da gerçekleştirilecek büyük küresel finalde ülkemizi temsil edecek ve girişimini dünyaya tanıtmaya fırsat bulacak. Girişimlere kendilerini ve inovasyonlarını uluslararası ölçekte tanıtarak işlerini büyütmeye imkânı sunan ve 24 ülkede düzenlenen prestijli KPMG Private Enterprise Global Tech Innovator yarışmasının Türkiye finallerine kalan girişimler, yoğun başvuruları değerlendiren jüri tarafından belirlendi. KPMG'nin global başvuru kriterlerini karşılayarak listeye giren adaylar, 15 Ağustos 2024 Perşembe günü Türkiye'de sektörün öncü isimlerinden oluşan jüri karşısında sunum yaparak Türkiye finalinde sahne alacaklar. Türkiye finalinde birinci olan girişim, 10-14 Kasım 2024 tarihleri arasında Portekiz'in başkenti Lizbon'da gerçekleştirilecek küresel büyük finalde diğer ülkelerin birincileriyle birlikte sahne alacak, kendi inovasyonunu dünyaya tanıtmaya fırsat bulacak.

## Girişimcilik ekosistemi bir araya geldi



■ StartupCentrum Ekosistem Buluşması, Türkiye girişimcilik ekosisteminin önemli oyuncularını bir araya getirerek büyük ilgi gördü. Facebook İstasyon'da gerçekleşen etkinlik kapsamında ekosistemdeki değerli paydaşlar bir araya

geldi ve StartupCentrum - Yıldız Tekno GSYO 2024 Yarıyıl Türkiye Ekosistemi Yatırım Raporu'nun ilk verileri değerlendirildi. Ekosistem buluşması, StartupCentrum Kurucu Ortağı Müge Bezzin'in konuşması ile başladı. 2024 yarıyıl verileri ile değerlendirmelerde bulunan Bezzin, "StartupCentrum olarak, ekosistem buluşmalarımızı düzenli hale getirerek, girişimcilik ekosistemine katkıda bulunmaya devam etmeyi hedefliyoruz. Her adımımızı veri odaklı ve ekosistemi geliştirmek üzere atıyoruz. Yeni yarıyıl raporumuz ile Türkiye ekosistemindeki son durumu ve gelecekteki fırsatları kapsamlı bir şekilde ele alarak, tüm oyunculara rehberlik edecek önemli bir kaynak yaratmayı amaçladık. Raporun hazırlanmasında katkıları olan ana sponsorumuz Yıldız Tekno GSYO, altın sponsorlarımız H2O Investment, Arz Portföy, destekçimiz Habitat Derneğine ve tüm katılımcılarımıza bir kere daha teşekkürlerimizi sunuyoruz" ifadelerini kullandı. Yıldız Tekno GSYO Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Tamer Yılmaz ve Habitat Derneği'nden Hasan Rıdvan Çiftçi, etkinliğin öne çıkan konuşmacıları arasında yer aldı. Etkinlik sırasında yapılan speed networking seansı ile katılımcıların birbirleriyle tanışmaları ve potansiyel iş birlikleri kurlmaları sağlandı. Speed networking'in ardından StartupCentrum Veri Ekibi Lideri Mustafa Erşad Zor'un sunumuyla 2024 yarıyılına ilk verileri konuşuldu.

## Kadın girişimcilere ücretsiz dükkan

■ Rotary Bölge 2430 Federasyonu ile Ankara Kent Konseyi arasında, kadınları ekonomik özgürlüğe kavuşturmayı amaçlayan "El Ele Ekonomik Özgürlüğe"



temalı GİKA Girişimci Kadınlar Projesi İşbirliği Protokolü imzalandı. Konu ile ilgili açıklama yapan GİKA Projesi Ana Komite Başkanı Dr. Levent Çolak, 2018 yılında Rotary Bölge 2430'da başlatılan ve bu yıl Türkiye'de üç Rotary Bölge Federasyonu'nun iş birliği ile yürütülen GİKA Girişimci Kadınlar Projesi'nin evlerinde el emeği üretim yapan 18-99 yaş aralığındaki kadınlara e-ticaret yapabilmeye imkânı sunarak ekonomik özgürlüklerini kazandırmayı hedeflediklerini söyledi. Başkent Üniversitesi Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Merkezi tarafından hazırlanan eğitim programı kapsamında, konularında uzman gönüllü eğitmenler tarafından çevrimiçi sertifikalı eğitimler verileceğine dikkat çeken Çolak, "Eğitimler; girişimcilikte elektronik ticaret, pazarlama stratejileri, elektronik ticarete hukuki sorumluluklar, mali yükümlülükler, marka oluşturma, sosyal medya kullanımı ve kamu kurumlarından hibe destek alabilme yöntemleri gibi konuları kapsayacak" dedi. Proje kapsamında faaliyete geçecek olan Girişimci Kadınlar Pazaryeri e-ticaret sitesinde, isteyen katılımcılar ücretsiz ve komisyonuz dükkan açarak ürünlerini pazarlayabilecek. 2024 yılı için hedeflenen yıllık yaklaşık 1 milyon 100 bin TL tutarındaki ciroya sadece yüzde 4 stopaj uygulanacak.



## Enerji sektörüne güç katacak

■ Eksim Pulse Girişim Hızlandırma Programı'nın bu yılki etabı tüm hızıyla devam ediyor. Son olarak enerji sektörüne yönelik teknolojiler geliştiren 10 girişim, yatırımcıların karşısına çıkmaya hazırlanıyor. Programa ilişkin açıklamalarda bulunan Eksim Holding İş Geliştirme Başkanı Uğur Mutluhan Oruncak, "Girişim Hızlandırma Programı kapsamında finansal destek, eğitim ve mentorluk gibi imkânlar sunarak enerji sektöründe girişimciliği güçlendirmeyi hedefliyoruz." dedi. Program sonunda yapılacak jüri değerlendirmesiyle birinci proje için 300 bin TL, ikinci için 200 bin TL ve üçüncü için 100 bin TL ödül verilecek. EPDK tarafından da desteklenen Eksim Pulse, enerji sektöründe sürdürülebilir girişimleri desteklemeye devam ediyor. Bu kapsamda gerçekleştirdiği Eksim Pulse Girişim Hızlandırma Programı'nın 2024 yılı etabı, özel eğitimler ve mentorluk çalışmalarıyla sürüyor. Haziran ayında başlayan program çerçevesinde bugüne kadar 6'sı online ve 2'si yüz yüze olmak üzere toplamda 8 eğitim düzenlendi. Programda şu ana kadar toplamda 92 saat mentorluk görüşmesi gerçekleştirildi. Ayrıca 30 saatlik hukuk danışmanlığı sağlandı. Temmuz ayında başlayan finans danışmanlıklarının ağustos ayı boyunca devam etmesi ve toplamda 30 saatlik finans danışmanlığı sağlanması da planlanıyor. Bu eğitimlerle, girişimcilerin finansal yönetim, bütçeleme ve mali analiz konularında bilgi sahibi olmaları sağlanarak, projelerinin sürdürülebilirliğini artırmak amaçlanıyor.

# START UP'LARA DESTEK RÜZGARİ

2020 yılından bu yana Türkiye'de gerçekleşen yatırım turlarının yüzde 30'undan fazlasına katılan kurumsal girişim sermayeleri (KGS), geçtiğimiz yıl yüzde 38 oranında katılım sağlayarak kendi rekorlarını kırdılar. Bu fonların sayısının önümüzdeki yıllarda hızla artacağı tahmin ediliyor. Holdinglerin yanı sıra bankalar, üniversiteler ve kişisel yatırımcılar tarafından kurulan fonlar da start up ekosistemine yatırım için bu yıl önemli bütçeler ayırdı. Kapak haberimizde Türkiye'nin önde gelen 28 yatırım fonunun 2024 planlarını ve odağına aldıkları sektörleri araştırdık.



Girişimcilik ekosistemini desteklemek için kurulan yatırım fonları, kurulma ya da büyüme aşamasında olan start up'lara önemli bir kaynak sağlıyor. Bu fonların sayısı ise her geçen yıl artıyor. 2023'te kurulan altı yeni kurumsal girişim sermayesi (KGS) fonu ile toplam KGS sayısı 82'ye ulaştı. KGS'lerin yarısından fazlası 2021 ve sonrasında kuruldu. Son beş yılda finans sektörü KGS kurma ve yatırım yapma konusunda en iştahlı sektör oldu. 2023 yılında kurulan KGS fonlarının yüzde 67'si finans fir-

maları tarafından kuruldu. 2023 yılında 21 şirket, KGS kurmadan girişimlere ilk kez yatırım yaptı.

## TÜM ZAMANLARIN REKORU KIRILDI

Dünyada girişim sermayesi (VC-Venture Capital) yatırım tutarlarının yaklaşık yüzde 20'sine yakını KGS'lerden gelirken, Türkiye'ye baktığımızda ise farklı ve daha pozitif bir görüntüyle karşılaşıyoruz. Ülkemizde KGS'ler tarafından gerçekleştirilen yatırımla-

rın sayısı ve yatırım tutarları hızla artmaya devam ediyor. 2020 yılından bu yana Türkiye'de gerçekleşen yatırım turlarının yüzde 30'undan fazlasına katılan KGS'ler, geçtiğimiz yıl yüzde 38 oranında katılım sağlayarak kendi rekorlarını kırdılar. Kurumsal şirketler için finansal getirisinin yanı sıra girişim ekosistemine yakın olmak, şirket içi inovasyon kültürünün desteklenmesi, pazarın genişletilmesi, yeni teknolojilere açılmak ve yeni trendleri test etmek gibi kritik konularda önemli faydalar sağlıyor.

Bu nedenlerden dolayı daha fazla holdingin de bu alana gireceği tahmin ediliyor. Fonların büyük bir bölümü ön tohum ve tohum aşamasındaki start up'lara yatırım yapıyor. KGS ve kurumların 2023'te 124 yatırım turuna katıldığını söyleyen Startups Watch Kurucusu Serkan Ünsal, hem 124 adet yatırım hem de yüzde 38 oranla tüm zamanların rekorunun kırıldığına işaret ediyor. Ünsal, "Yapay zeka ve fintek KGS ve kurumların son yıllarda en çok ilgilendiği dikeyler oldu" diyor.

Holderlerin yanı sıra bankalar, üniversiteler ve kişisel yatırımcılar tarafından kurulan fonlar da start up ekosistemine yatırım için bu yıl

önemli bütçeler ayırdı. Geleceğe yön veren teknoloji şirketleri olmak üzere büyüme potansiyeli yüksek, gelecek vadeden pek çok farklı sektördeki girişimlere destek sağlamayı hedefleyen fonlar, 2024 yılında da yüzlerce start up'a milyonlarca dolar yatırım yapmayı planlıyor. Kapak haberimizde Türkiye'nin önde gelen 28 yatırım fonunun 2024 planlarını ve odağına aldıkları sektörleri araştırdık.

### HEDEF YIKICI TEKNOLOJİLERE ERİŞİM

Örneğin, 2020 yılında Sabancı Holding Kurumsal Girişim Sermayesi Fonu olarak kurulan

Sabancı Ventures, belli bir aşamaya gelmiş olan girişimlere azınlık yatırımlar yapıyor. Burada amaçlarının hem yatırım yaptıkları girişimlerin büyümesine katkı sağlamak hem de mevcut şirketlerin geleceğin yıkıcı teknolojilerine erişimini sağlamak olduğunu söyleyen Sabancı Holding Strateji ve İş Geliştirme Grubu Bölüm Başkanı Gökhan Eyigün, şu ana kadar doğrudan 12 şirkete yatırım yaptıklarını aktarıyor. Kurumsal girişim sermayesi açısından tüm yatırım araçlarıyla bugüne kadar toplam 50 milyon doların üzerinde yatırım yaptıklarını ileten Eyigün, "2024 yılında Sabancı Holding'in global kurumsal giri-

## HANGİ ALANLARA YATIRIM YAPACAKLAR?

Kurum adı	2024 yatırım tutarı	Odaklandığı sektörler
212	15 milyon Euro	B2B ve teknoloji odaklı, global pazarlarda büyümeyi hedefleyen, yapay zeka, mobilite, sürdürülebilirlik, siber güvenlik gibi alanlarla ilgileniyor.
Artaş Ventures	1 milyon dolar	Gayrimenkul sektöründe yapay zeka, fintek ve siber güvenlik alanlarına odaklandı.
Boğaziçi Ventures	20 milyon dolar	Oyun, finansal teknolojiler, perakende teknolojileri, dijital sağlık, eğitim ve İK teknolojileri, siber güvenlik, SaaS ve sanayide dijital dönüşüm gibi alanlara yatırım yapıyor.
Bulls GSYO	18 milyon dolar	Karbon artı yazan enerji dönüşüm ve ağaçlandırma projeleri, hayvansalve tarımsal üretimde sürdürülebilirliği inceleyen proje ve uygulamalara odaklanacak.
DeBa Ventures	500 bin dolar	Ana odağında erken aşama fintech ve B2B teknoloji girişimleri yer alıyor.
Eksim Ventures	3-6 milyon dolar	Sağlık, finansal teknolojiler, yapay zeka, savunma sanayi ve mobilite gibi alanlara yatırım yapmayı planlıyor.
F + Ventures	5 milyon dolar	Mobilite, malzeme teknolojileri, yeni enerji teknolojileri ve sağlık teknolojileri öncelikli dikey alanlarını oluşturuyor.
Finberg	10-20 milyon dolar	Artık erken aşama girişimlerden ziyade, daha ileri seviyelerde ve yeterli fonlamayı bulamayan girişimlere odaklanmayı planlıyor.
Global Trust	300 milyon TL	Finansal teknoloji olmak üzere, alternatif finansman, SaaS ve yapay zeka alanlarına odaklanacak.
Inovent A.Ş.	4 milyon dolar	Sektör bağımsız, üniversite kaynaklı, fikri mülkiyet korumalı erken aşama derin teknoloji girişimlerine odaklanıyor.
Insha Ventures	100 milyon TL	Fintek sektörü içinde potansiyeli yüksek, öne çıkan teknolojilere yatırım yapacak.
LEAP Investment	1 milyon dolar	Mantıklı bir zemine oturtulmuş iş planına sahip, yenilikçi teknolojiler geliştiren girişimlere ilgi gösteriyor.
Letven Capital	30,5 milyon dolar	Tarım, gıda teknolojileri, mobilite, lojistik, finansal ve yeşil teknolojiler, robotik teknolojiler ve otomasyon, havacılık teknolojileri ve drone teknolojileri ile gayrimenkul teknolojilerine odaklanacak.
Logo Ventures	6-8 milyon dolar	Öncelikli olarak yapay zeka uygulamalarının farklı sektörlerde entegrasyonu, siber güvenlik ve iklim teknolojileri alanlarında yoğunlaşmayı planlıyor.
Neohub	Belirtmiyor	Ağırlıklı olarak finansal teknolojiler sektöründe faaliyet gösteren start up'lara yoğunlaşıyor. Blockchain, yapay zeka, sürdürülebilirlik ve tarım teknolojileri alanlarındaki gelişmeleri de takip ediyor.
Revo Capital	4 milyon dolar	Fintek, B2B SaaS, siber güvenlik, sağlık teknolojileri, enerji ve oyun sektörlerine odaklanıyor.
Sabancı Holding	15 milyon dolar	Enerji ve iklim teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, dijital teknolojiler ve sağlık teknolojilerini bir araya getiren 'yeni ekonomi'; sürdürülebilirlik ve dijital odaklı yol haritasının merkezinde yer alıyor.
Simya VC	4 milyon dolar	B2B teknoloji üreten, global pazara açılan veya açılma hedefi olan erken aşama girişimlerini destekliyor.
Startupfon	5 milyon dolar	Tohum yatırım aşamasında olan, fintek, B2B, Wen3&AI, endüstri 4.0 girişimlerinin yanı sıra daha önce melek yatırım veya VC yatırımları almış yıllık yüzde 30 büyümesini devam ettiren girişimlere odaklanıyor.
TechOne VC	6,5 milyon dolar	Yapay zeka, sürdürülebilirlik, finansal teknolojiler ve siber güvenlik alanlarındaki girişimlere odaklanmaya devam edecek.
Tekfen	Belirtmiyor	Mühendislik, inşaat, imalat, tarım, bitki besini gibi sektörlerdeki kuluçka devresini tamamlamış, erken aşama olarak tanımlanan Seri A ve Seri B turundaki girişimlere odaklanıyor.
Türk Telekom Ventures	Belirtmiyor	Girişimin yenilikçi olması ve uygulanabilirliği ile birlikte yapay zeka, IoT ve ICT gibi konular odak alanlarının başında geliyor.
Ve Ventures	50 milyon TL	Finansal teknolojiler, enerji sektöründe verimlilik sağlayan çözümler, yeşil enerji ve tarım teknolojileri öncelikli alanlar.
Vinci Girişim Sermayesi	1,7 milyon Euro	Türkiye, Almanya ve İngiltere başta olmak üzere Avrupa odaklı; enerji yönetimi/depolama, endüstri 4.0, mobilite ve tedarik zinciri alanlarında erken aşama teknoloji şirketlerine yatırım yapıyor.
Yıldız Ventures	Belirtmiyor	Gıda, tüketici ve perakende teknolojileri ana ekseninde e-ticaret, tedarik zinciri, finansal teknolojiler, data kullanımı, pazarlama teknolojileri, yapay zeka, sürdürülebilirlik ve yeşil teknolojiler, lojistik gibi alanlar odağında.

Not: Kurumlar alfabetik sıralanmıştır.



EMRE KURTTEPELİ / ENDEAVOR TÜRKİYE YKB

## “Yapay zekaya odaklanın”



“Dünyada büyüyen firmalara baktığımız zaman birçoğu derin AR-GE çalışmaları yapan firmalardır. Yapay zeka ve biotech dönemine giriyoruz. Artık helikopter yapmanın değil, Mars’a gitmenin önemli olduğu bir dönemdeyiz. Biz ilk 10-15 sene içerisinde e-ticaret ve kurye hizmetleri gibi birçok şeyi tükettik. Türkiye’nin nüfusundan dolayı ne üretilirse üretilsin satışı bir şekilde yapılabiliyor. Fakat burada önemli olan nokta yapay zeka odaklı yeni nesil

AR-GE çalışmaları gerçekleştirmek. Bir yerden sonra TÜBİTAK teşviki ve yapay zeka çalışmalarına ilave olarak 10-15 sene sonra Türkiye nerede olacak ve biz nerede olacağız konuları tartışılmalı. Öte yanda Türkler tarafından kurulan yapay zeka firmalarının çoğunun yurtdışında olduğunu gördük. Bu noktada daha önce de bahsettiğimiz gibi firmada çalışan ve işini iyi yapan kişilerin Türkiye’ye nasıl entegre edileceğine odaklanılmalı.”

şirm sermayesi stratejisi kapsamında 10’ dan fazla şirkete, Sabancı ARF Almost Ready to Fly programı ile de 8’ den fazla girişime yatırım yapmayı hedefliyoruz. Bu yaklaşık olarak girişimcilik ekosistemine aktaracağımız yaklaşık 15 milyon dolar seviyesinde bir kaynağa işaret ediyor. Tabii portföyümüzdeki girişimlere yapacağımız devam yatırımları bu kaynağı daha da yukarılara çekecektir” diyor.

Öte yandan Akbank da Nisan 2023’te uluslararası kurumsal girişim sermayesi kolu olan Akbank Ventures’ı 100 milyon dolarlık sermayeyle kurdu. Banka; Akbank Ventures ile özel girişim sermayesi, risk sermayesi fonları ve girişimlere doğrudan ve ortak yatırım fırsatlarını değerlendiriyor.

## 100 MİLYON \$’LIK FON KURUYOR

2013 yılından bu yana aralarında Getir, Foriba, Logiwa ve Paraşüt’ün de olduğu birçok şirketin olduğu 40 start up’a 100 milyon dolar üzerinde yatırım yapan Revo Capital’in son dört yılda ikinci fonuyla yatırım yaptığı teknoloji girişimleri, yüzde 92’si yabancı yatırımcılardan olmak üzere toplamda 2,9 milyar dolar yatırım aldı. Bu yıl ikinci fonlarından bir teknoloji girişimine 3-4 milyon dolar yatırım yapacaklarını söyleyen Revo Capital Kurucu Ortağı ve CEO’su Cenk Bayraktar, “Bununla artık ikinci

fonumuzu yeni yatırımlara kapatıyor olacağız ve artık bu şirketlerimizi büyümeye odaklanacağız. 100 milyon dolarlık üçüncü fonumuzu kurma çalışmalarına başladık. Yatırımlarımızın yüzde 80’ini Türkiye’ye yapmayı hedefliyoruz ve Doğu Avrupa bölgelerinde de yatırım fırsatlarını değerlendirilmeye devam ediyoruz” diyor.



## FON BÜYÜKLÜĞÜNÜ ARTIRACAK

Yıldız Holding iştiraklerinden olan ve 2019 yılında kurulan Yıldız Ventures, şu ana kadar Türkiye’de ve globalde toplamda 21 erken aşama teknoloji girişim sermayesi fonuna ve farklı yatırım

araçlarıyla da 11 girişime doğrudan yatırım yaptı. Yatırım stratejisi, Yıldız Holding’in ana iş kolları olan gıda, tüketim, perakende dikeylerinde faaliyet gösteren başarılı girişimleri hedefleyerek, CVC ve VC aktivitesi kapsamında, girişimlere sektör tecrübesi aktarımının yanı sıra, inkübasyon ve finansal yatırımları odağına almak üzerine kurulu.

Gıda ve perakende başta olmak üzere yenilikçi iş fikirlerini kuluçkalandırmak ve onlarla büyümek temel hedefiyle ilerlediklerini aktaran Yıldız Ventures Yönetim Kurulu Üyesi Fezal Okur Eskiil, bu yıl Türkiye ve globalde toplam 13 VC fonuna yatırım taahhütlerini devam ettirerek yerel ve küresel girişim ekosistemine destek olmaya devam ettiklerini anlatıyor. Öte yandan 2023 yıl sonu itibarıyla girişim sermayesi yatırım fonu kurduklarını ifade eden Eskiil, “Önümüzdeki senelerde GSYF büyüklüğümüzü de artırmayı planlıyoruz. Kendini kanıtlamış veya potansiyeli olan yine benzer dikeylerdeki girişimlere sermaye sağlamayı hedefliyoruz” diyor.

## 14 ŞİRKETE YATIRIM YAPTI

Tekfen, 2016’da 50 milyon dolarlık bir yatırım bütçeyle kurumsal girişim sermayesi dünyasına giriş yaparak Tekfen Ventures’ı hayata geçirdi. Ailenin genç üyesi Sinan Uzan’ın liderlik ettiği Tekfen Ventures, mühendislik, inşaat, imalat, tarım, bitki besini gibi sektörlerdeki inovatif girişimleri yakından takip ediyor. Kuluçka devresini tamamlamış, erken aşama olarak tanımlanan Seri A ve Seri B turundaki girişimlere odaklandıklarını aktaran Tekfen Ventures Başkanı Sinan Uzan, şirketin 2023 sonu itibarıyla portföyünde farklı alanlarda faaliyet gösteren 9 girişim olduğunu söylüyor. Bugüne kadar 14 şirkete yaklaşık 50 milyon dolarlık yatırım yaptıklarını kaydeden Uzan, “Portföy şirketlerimiz, geliştirdikleri inovatif çözümler ve teknolojilerle, geleneksel iş modellerini büyük ölçüde değiştirme ve fark yaratma potansiyeline sahip. Özellikle tarım, tüm dünyada inovasyon ivmesinin yükseldiği bir alan olarak teknoloji kullanımına yönelik geniş fırsatlar sunuyor. Bu fırsatlar, Tekfen Holding’i faaliyet gösterdiği alanlarda daha da güçlendirecektir” diyor.

## DİKEY DERİN TEKNOLOJİYE ODAKLANDI

2011 yılında Ali Karabey ve Numan Numan tarafından kurulan Türkiye’nin ilk girişim sermayesi fonu 212, Iyzico, Insider ve Mart’ın da ilk

kurumsal yatırımcısı. 212 çatısı altında toplam 5 fon bulunuyor. 2023 yılında 70 milyon Euro'ya ulaştırmayı hedefledikleri üçüncü fonun kurulduğunu belirten Numan, "Bu Türkiye'de üçüncü fonunu kuran ilk VC olduk" diyor.

Bugüne kadar 37 girişime toplam 65,3 milyon Euro yatırım yaptıklarını söyleyen Numan, 2024 yılı için 15 milyon Euro yatırım bütçesi öngördüklerini vurguluyor. Türkiye'nin ilk dikey derin teknoloji fonu 212 Next ile global bakış açısı olan, daha çok Amerika ve Avrupa odaklı, ileri malzeme teknoloji girişimlerine yatırımlar yapacaklarını kaydeden Numan, öncü yatırımcısı Akkök Holding olan bu fonun, 2024 yılında büyüklüğünü toplam 30 milyon dolara taşımayı hedeflediklerini sözlerine ekliyor.

### SÜRDÜRÜLEBİLİR ODAKLI GİRİŞİMLER

Fark Holding'in mobilite alanındaki gelişen teknolojileri ve yeni iş modellerini değerlendirmek ve bu alanlardaki girişimlere yatırım yapmak amacıyla kurulan F + Ventures, bugüne kadar 75 girişime toplam 16 milyon dolar yatırım gerçekleştirdi. Preseed, Seed ve Seri A aşamalarındaki girişimler için 10 bin dolar ile 2 milyon dolar arası arasında değişen yatırımlar yaptıklarını vurgulayan Farklabs Kurucusu Ahu Serter, Fark Labs'in 2024 hedeflerinde hem yurtiçinde hem de global olarak genişleme bulunduğunu söylüyor. Serter, "Sente Ventures ile oluşturulan Better Future Fund üzerinden özellikle tarım, sağlık ve yapı malzemeleri konusunda teknoloji ve sürdürülebilirlik odaklı girişimlere yatırımlara devam etmeyi planlıyoruz. Arya GSYF'nin 2'nci yatırım turunda oluşturulan toplamı neredeyse 20 milyon dolara ulaşan fon üzerinden de içinde en az bir kadın kurucu bulunan, cinsiyet dengeli girişimlere de yatırım yapmayı sürdüreceğiz" şeklinde konuşuyor.

### 10 START UP'A YATIRIM YAPACAK

2022 yılında erken aşama girişimlere yatırım yapmak amacıyla kurulan Simya VC'nin hayata geçmesinde 212, Neo Portföy ve Alchemist Accelerator'ın desteği bulunuyor. 2023 yılından bu yana yedi girişime toplamda 2,45 milyon dolar yatırım yaptı. İlk fon ve bu yıl içerisinde kurmayı planladıkları ikinci fonla birlikte toplam 4 milyon dolarlık yatırım yapmayı hedeflediklerini ifade eden Simya VC Yönetici Ortağı Selma Bahçıvanoğlu, "Böylece Simya 1 ve Simya 2 fonlarıyla 2024 yılında toplamda 10 girişime daha yatırım

### ŞELELE ZAİM / VİNCİ YATIRIM KOMİTESİ BAŞKANI



## "Şirketlere değer katmayı hedefliyoruz"

"Türkiye, Almanya ve İngiltere olmak üzere yurtiçi ve yurtdışında; mobilite, tedarik zinciri, enerji yönetimi, depolama ve endüstri 4.0 alanlarında erken aşama teknoloji şirketlerine yatırım yapıyoruz. İnci Holding'in stratejik yatırımcısı olduğu Vinci'de, yatırım yapmanın ötesinde, portföyümüzdeki girişimler için kurumsal kaynaklarımızla, endüstriyel deneyimimiz ile de gerçek bir stratejik ortak olarak portföyümüzdeki şirketlere değer katmayı hedefliyoruz. Bugüne kadar dokuz yatırıma imza attık. Her bir şirkete 100 bin ile 500 bin Euro aralığında yatırım gerçekleştiriyoruz. 2024 yılında toplam 700 bin ile 1 milyon Euro tutarında iki yeni yatırım yapmayı hedefliyoruz. 2024 için özellikle enerji depolama ve hidrojen enerjisi değer zincirlerine odaklandık."

yapacağız. İki yılda bir yeni fon kurmayı hedefliyoruz. B öylece ekosistemde sürdürülebilir fonlama döngüsü yaratmayı amaçlıyoruz" diye konuşuyor.

### İNOVASYON FONU

Deniz Ventures'ın yeni nesil iştiraki Neohub, Avrupa ve MENA bölgelerinde global büyüme potansiyeli olan yenilikçi teknoloji start up'larına yatırım yapıyor. Emirates NBD'nin,

günlaştıklarını belirten Çam, blockchain, yapay zeka, sürdürülebilirlik ve tarım teknolojileri alanlarındaki gelişmeleri de takip ettiklerini söylüyor.

### YURTDIŞI HIZLANDIRMA PROGRAMI

LEAP Investment, 2021 yılında kurulmuş bir mikro VC. Erken aşamadaki teknoloji girişimlerine akıllı sermaye sağlama hedefiyle yola çıkan LEAP Investment, bugüne kadar 10 yatırım turunda 8 start up'a 1 milyon doların üzerinde des-



2023'te 100 milyon dolarlık bir inovasyon fonu kurduğunu ifade eden Neohub Genel Müdürü Gürhan Çam, "Biz de bu fonun şemsiyesi altında, ENBD ile koordineli bir şekilde hareket ediyoruz. İlk dilim belirlendi, tamamlandığında yenileri açılacak ve yatırımlarımıza devam edeceğiz" diyor. Ağırlıklı olarak finansal teknolojiler sektöründe faaliyet gösteren start up'lara yo-

tek sağladı. Portföy girişimlerine bu yıl 1 milyon dolar yatırım yapmayı hedeflediklerini belirten LEAP Investment CEO'su İmran Gürakan, geçtiğimiz yıl Londra'da düzenledikleri ilk yurtdışı hızlandırma programından sonra bu yıl yapay zeka alanında faaliyet gösteren girişimciler için planlanan AI Future Leaders Fellowship programını gerçekleştireceklerini kaydediyor.

# “Yeni dönemde dört alana odaklandık”

Girişimcilik sektörünün gelişimiyle özellikle teknoloji tabanlı girişimleri daha fazla ön plana çıkarma ve bu girişimlere destek verme ihtiyacının doğduğunu söyleyen Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, “Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı kapsamında biz de data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik dikeylerinde programımızı yeniledik” diyor.

2015 yılından bu yana Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı, ekonominin itici güçlerinden olan ve katma değer yaratan girişimcilere destek veriyor. Bu programa dahil olan girişimlere altı ay boyunca Garanti BBVA Partners Tech Girişim Hızlandırma programı içerisinde yer alan; ofis alanı, ihtiyaca özel mentörlük, Garanti BBVA, Garanti BBVA Teknoloji ve iştirakleriyle iş birliği fırsatları, PR destekleri, iş ve ürün danışmanlığı, eğitim ve seminerler, avantajlı bankacılık ürün ve hizmetlerinden faydalanma olanağı sunuluyor.

Garanti BBVA Partners Hızlandırma Programı'nda bugüne kadar 60'a yakın girişime destek verdiklerini söyleyen Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, Sekiz dönemdir devam eden Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı'nda bundan önceki dönemlerde her ölçekten ve sektörden erken aşama girişimlere destek veriyorduk. Ancak girişimcilik sektörünün gelişimi özellikle teknoloji tabanlı girişimleri ön plana çıkarma ve bu girişimlere daha fazla destek verme ihtiyacını doğurdu. Biz de data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik dikeylerinde programımızı yeniledik” diyor.

Kaya ile hızlandırma programının detaylarını ve yeni dönem planlarını konuştuk.

**Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı'nızdan ve içeriğinden bahseder misiniz?**

Girişimcilik ekosisteminin büyümesinin ülke ekonomisinin gelişimi için de çok kıymetli olduğuna inanıyoruz. Özellikle de yüksek katma

## “Ofis alanı sağlıyoruz”

“Destek verdiğimiz girişimlerin ofis alanı ihtiyaçlarında ise Garanti BBVA Girişim Hızlandırma Üssümüze yanlarında oluyor hem ofis kullanımı hem de toplantılarını gerçekleştirebilmeleri için alan sağlıyoruz. Şubelerimiz aracılığıyla sunduğumuz avantajlı bankacılık ürün hizmetleriyle de girişimcilerin maliyetlerini düşürmelerine destek oluyoruz. Faaliyet alanı uyumlu olan girişimleri de Garanti BBVA ve iştirakleri ile bir araya getirerek işbirliği fırsatları sunuyor, tecrübe kazanma ve yeni pazarlara açılmalarına katkı sağlıyoruz.”

değer yaratan teknoloji girişimcileri büyümede kilit unsurlardan biri haline geldi. Garanti BBVA olarak stratejik açıdan önceliklendirdiğimiz girişimcilik alanına büyük önem veriyor, bütünsel olarak uzun yıllara varan bir süredir sahipleniyoruz. Bu paralelde 2015 yılından bu yana Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma programımızla ekonominin itici güçlerinden olan ve katma değer yaratan girişimcilere destek veriyoruz. Bu yıl, girişimcilik ekosistemini büyütmek, girişimcilerin ihtiyacı olan desteği sağlamak ve çoğalmalarını teşvik etmek amacıyla çalışmalarımıza yeni bir boyut katarak genişlettik.

### Bunu biraz açar mısınız?

Birçok sektörden girişimin hızlandırılması sürecinde yol arkadaşlığı yapan Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı altında, hızla yaygınlaşan teknoloji tabanlı girişimlere destek vermek, bankamızın sahip olduğu bilgi birikimi ve deneyimi paylaşmak amacıyla Garanti BBVA Partners Tech programını hayata geçirdik.

### Girişimcilere bu programla ne gibi destekler sağlanıyor?

Bu programa dahil olan girişimlere altı ay boyunca Garanti BBVA Partners Tech Girişim Hızlandırma programı içerisinde yer alan; ofis alanı, ihtiyaca özel mentörlük, Garanti BBVA, Garanti BBVA Teknoloji ve iştirakleriyle iş birliği fırsatları, PR destekleri, iş ve ürün danışmanlığı, eğitim ve seminerler, avantajlı bankacılık ürün ve hizmetlerinden faydalanma olanağı sunuyoruz.

### Bu programdan faydalanmak için aranılan kriterler neler?

Programımızda bu yıl data, siber güvenlik, ödeme sistemleri ve sürdürülebilirlik alanlarında faaliyet gösteren teknoloji tabanlı girişimlerin desteklenmesi, projelerine hız kazandırılması yenilikçi fikirlerin, sürdürülebilir bir işe dönüşmesi ve gelişmesi için olanaklar sunuyoruz. Asgari uygulanabilir ürün ve hizmete sahip, iki yıldan kısa süredir faaliyet gösteren ve ölçeklenebilir iş modeline sahip belirlenen dikeylerde faaliyet gösteren giri-



SİBEL KAYA

şimler bu programa başvurabiliyor. Yapılan başvurular da girişimin niteliğinin teknoloji odaklı ve yüksek etkili olmasına bakılarak jüri tarafından değerlendirilip belirlenerek, programın sunduğu desteklerden yararlanabiliyor.

**Hızlandırma programının girişimcilere sunduğu katkılardan bahsedebilir misiniz?**

Program kapsamında verdiğimiz destek-

lerin her birinin yolun başındaki girişimler için birbirinden kıymetli olduğuna inanıyoruz. Deneyime dayalı bilgi paylaşımının bu denli önemli olduğu günümüzde girişimcilerin ihtiyaca özel mentörlük desteğinden faydalanmalarını çok önemsiyoruz. Örneğin girişimlerin hızlanması için yatırım kuşkusuz çok önemli bir dinamik. Girişimcilerin yatırımcının

karşısına çıkmadan önce hazırlık aşamasını iyi değerlendirmesi için gerek mentörlük desteği gerekse eğitim ve seminerlerle destekliyoruz. Ürünlerini geliştirirken ihtiyaçları olan ürün ve iş geliştirme danışmanlığımız sayesinde de ürün ve hizmet vizyonlarına katkı sağlıyoruz. Girişimcilerin başarılarını ve girişimlerdeki gelişmeleri duyurmaları da önemli. İletişim danışmanlığı desteğimiz sayesinde girişimcilere PR faaliyetlerinde yol gösteriyor, bilinirliklerini artırmak için farklı kapılar açıyoruz.

**Bu yıl ve önümüzdeki yıl kaç girişimin bu programdan faydalanmasını hedefliyorsunuz?**

Garanti BBVA Partners Hızlandırma Programı'nda bugüne kadar 60'a yakın girişime destek verdik. Bu yıl, Garanti BBVA Partners Tech Programı'na katılmaya hak kazanan 8'inci dönem girişimlerimiz de Usersdot, Ingosa, Evreka, Enqura ve Navlungo olarak belirlendi. Önümüzdeki yıl beş girişimcinin daha programa dahil olup, desteklerimizden faydalanmasını hedefliyoruz.

**Hızlandırma programınıza yönelik üzerinde çalıştığınız yeni projeleriniz hakkında bilgi verir misiniz?**

Sekiz dönemdir devam eden Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı'nda bundan önceki dönemlerde her ölçekten ve sektörden erken aşama girişimlere destek veriyorduk. Ancak girişimcilik sektörünün gelişimi özellikle teknoloji tabanlı girişimleri ön plana çıkarma ve bu girişimlere daha fazla destek verme ihtiyacını doğurdu. Biz de fayda sağlayacağımıza inandığımız ve gelişimlerini desteklemeyi değerli bulduğumuz data, siber güvenlik, ödeme sistemleri

ve sürdürülebilirlik dikeylerinde programımızı yeniledik. Bunun yanında teknoloji girişimcilerinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun bir yaklaşımla oluşturduğumuz ayrı bir hizmet modeli ile karşılarında olacağız. Bundan sonraki dönemlerde de girişimcilerin ve girişimcilik ekosisteminin yenilenen ihtiyaçlarına göre desteklerimizi geliştirmeye devam edeceğiz.

# Northzone'da 1,5 yılda yatırım çekmeyi başardı

Global ve yerel şirketlere 10 yıl boyunca danışmanlık yapan Alperen Adikti, yürüttüğü projelerde Türkiye'de dijital sağlık alanındaki eksiklikleri fark ederek 2022'de 'önleyici sağlık uygulaması' Heltia'yı kurdu. Şirket 4,7 milyon dolarlık yatırım çekerken, Spotify'nın da yatırımcısı olan Northzone'un Türkiye'de ilk yatırım yaptığı start up oldu.

Heltia, bir önleyici sağlık uygulaması. Uygulama ile ihtiyaç duyduğunuz klinik psikolog, diyetisyen, fizyoterapist, aile ve ebeveyn danışmanlığı gibi hizmetleri online olarak alabiliyorsunuz. Amaç insanların mental ve fiziksel anlamda kendisini daha esen hissedebilmesine destek olabilmek. Markanın çıkış noktası Heltia Kurucu Ortağı ve CEO Alperen Adikti'nin kariyer hayatında yaptığı işlere ve burada gördüğü ihtiyaçlara dayanıyor. Şöyle ki Adikti, yaklaşık 9 yıl boyunca McKinsey & Company'de yönetim danışmanlığı yapıyor. İşinin büyük bir kısmını da finansal kurumlar oluşturuyor. Burada farklı kurumlarla yaptığı dijital sağlık stratejisi projelerinde tüm dünyada dijital sağlık uygulamalarının özellikle pandemi dönemin-

den sonra çok daha ulaşılabilir olduğunu ve bu hizmetlere duyulan ihtiyacın da oldukça arttığını görüyor. Bu trend sayesinde hem kullanıcıların, hem işverenlerin, hem de genel olarak sağlık sistemlerinin çok yüksek bir fayda sağlamaya başladıklarını fark ediyor. Çalışmalarında ayrıca, Türkiye'de özellikle 'dijital önleyici sağlık' alanında çok büyük bir eksiklik olduğunu da gözlemliyor.

İnsanların, kullanıcıyı merkeze koyan, farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek ve bireylerin hayatlarını daha sağlıklı yaşamalarına olana verecek bir hizmetin eksikliğini yaşadığını söyleyen Adikti, "Böylece 2022 yılında bu alanda bir girişim kurma fikri aklıma geldi ve McKinsey'den arkadaşım Dinçer Karaduman'la birlikte bu yolculuğa çıkmaya karar verdik" diyor.

## Alperen Adikti kimdir?

Boğaziçi Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü'nden 2013 yılında mezun oldu. Mezuniyetinden sonra McKinsey & Company'de yaklaşık 10 yıl boyunca global ve yerel şirketlere danışmanlık yaptı. 2016-2017 yılları arasında INSEAD'da MBA eğitimini tamamladı. Finansal kurumlarla ve sağlık şirketleriyle yürüttüğü projelerde Türkiye'de dijital sağlık alanındaki eksiklikleri fark ederek 2022 yılında bir 'önleyici sağlık uygulaması' olan Heltia'yı kurdu.

ALPEREN ADIKTI



## Teknolojisini geliştirerek ilerliyor

Heltia, tohum yatırım turunda... Bu, şirketin tohum öncesi yatırım turundan önce ikinci yatırım turu anlamına geliyor. 4.7 milyon dolar yatırım aldıklarını belirten Adikti, şunları anlatıyor: “Bu yatırımın bizim için önemli olan iki kısmı var. Bunlardan biri; Türkiye’ye odaklı iş yapan bir start-up’ın henüz daha kuruluşunun üzerinden 1,5 yıl geçmiş olmasına rağmen Avrupa’nın en önemli yatırım fonlarından biri olan Northzone’nun liderlik ettiği bir yatırım turunu almış olması. Heltia olarak, Spotify, Spring Health, Personio, Klarna gibi ikonik girişimlerin ünlü yatırım fonu olan Northzone’un Türkiye’de ilk yatırım yaptığı şirket olduğumuzu da burada belirtmek isterim. İkincisi de bu yatırımın tutarı, Türkiye pazarında alışlagelmiş tohum yatırımların çok üzerindeydi. Bu da şirketin geleceğine olan güveni gösteriyor.”

Türkiye’nin henüz sağlık sektöründe büyük bir start-up çıkaramamış olduğu da düşünüldüğünde bu yatırımın ülkemizde bu alana ne kadar ihtiyaç duyulduğunun da bir kanıtı olduğunu vurgulayan Adikti, “Bu yatırımı nereye harcadığımız önemli. Hem B2C hem de B2B taraftaki büyümeyi daha hızlandıracak işler yapıyoruz. Tabii bir de bir yandan ürün teknolojimizi geliştirerek ilerliyoruz” diye ekliyor.

## Web sitesini de geliştiriyor

Heltia ağırlıklı olarak mobil bir deneyim. Son birkaç aydır bu deneyim web sitesine de taşınmış durumda. Bu yılın devamında da uygulama ile birlikte web deneyiminin devamlı olarak geliştirilmesi ve yılsonunda daha geniş bir kitleye ve şirkete erişimi sağlanması planlanıyor. Öte yandan birçok farklı alanda yeni hizmetini özellikle bu yılın sonlarına doğru kullanıma sunacaklarından söz eden Adikti, şöyle devam ediyor: “B2B tarafında birlikte çalıştığımız şirketlere raporlama, sosyalleşme, hizmetin su-



## ‘İyi’ oluşu destekliyor

Şirketin uzun vadeli hedefi Türkiye’nin en kapsayıcı dijital sağlık uygulaması olmak. Her bireyin kendi ihtiyaçlarını anlaması ve ona uygun şekillenen bir destek ağı kurmasını amaçlayan Heltia, bu yolda kullanıcıların iyi oluşlarını destekleyecek adımlar atmaya öncelik veriyor. Kullanıcıların iyi ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarını geliştirmelerine yardımcı olmaya, uzun vadeli potansiyel sağlık sorunlarını mümkün olduğunca engellemeye odaklanan şirket, bu fikri kurumsal çözümlerle bir araya getirerek de işverenlerle çalışanlar arasında çok daha anlamlı bir bağ kurmayı hedefliyor.



numu anlamında artı destekler sunacağız. Şu an B2B tarafında yılsonu itibarıyla 100 bin kullanıcıya ulaşılması ve pek çok yaşama dokunulması hedefleniyor.

Bu da yaklaşık 100-150 şirketin daha Heltia ile tanışması demek. Yarattığımız değeri daha görünür kılmak ve ölçümlenebilir, raporlanabilir hale getirmek istiyoruz. Şirketlerde organizasyonel anlamda ne tür değişimler yarattığımızı, çalışanlarda klinik

anlamda nelerin değiştiğini rakamlarla anlatmayı önemsiyoruz.”

## Birinci sırada ‘Psikolojik destek’ var

QNB Finansbank, ING Türkiye, P&G Türkiye, Sigortamnet, Ödeal, Akenerji, Toyota, Midas, Borusan, FIGES, APPS, SEM gibi kurumsal şirketlerle işbirliğine gittiklerini ifade eden Adikti, şunları ekliyor: “Heltia’nın kurumsal kullanıcılarının kullanım verilerine baktığımızda en çok ‘mental sağlık’ alanında destek alındığını görüyoruz. Son yıllarda hem mental sağlık desteğine ihtiyaç duyan bireylerin sayısının ciddi oranda arttığına, hem de bu desteği ararken artık eskisi gibi çekinmediklerine şahit oluyoruz. Dünya Sağlık Örgütü’nün verilerine göre Türkiye’de insanların yaklaşık yüzde 20’si klinik psikoloji hizmetine ihtiyaç duyuyor ve yüzde 60’ın üzerinde bir popülasyon da günlük yüksek stresten muzdarip. Bu hizmetlerin online olarak yüksek kalitede verilmeye başlanmasıyla da bir çok kullanıcılarımız bundan oldukça ciddi fayda sağlıyor. Psikolojik destekten sonra ‘beslenme danışmanlığı’ ikinci sırada, ‘aile ve ebeveynlik danışmanlığı’ 3’üncü sırada diyebiliriz. Sonrasında ise ‘spor ve fiziksel sağlık danışmanlıkları’ geliyor.”

# “Hedefimiz globalde ağırlığımızı artırmak”

2015 Şubat'ta kurulan Centrum Türkiye, Taxand ağına kabul edildi. Centrum Türkiye Yönetici Ortağı Dr. Burçin Gözlüklü, bu iş birliğiyle Centrum Türkiye'nin dünyanın en büyük firmalarına hizmet verme olanağının da artacağını söylüyor. Gözlüklü, “Orta-uzun vadeli amacımız; Türkiye'nin birçok önemli ilinde teşkilatlanmış, bunu global bazı pazarlardaki ofisleriyle taçlandırmış bir şirket olmak” diyor.

Centrum Türkiye, “yerel ihtiyaçlara en doğru şekilde yanıt verebilen, müşteri odaklı, yerel bilgi ve tecrübesini global imkanlarla pekiştirebilen, alanının en önde gelen uzmanlarını içinde barındıran, Türkiye'nin en önemli vergi şirketi olma” hedefiyle 2015 Şubat'ta Dr. Burçin Gözlüklü tarafından tek ortaklı bir yapı olarak kuruldu. Marka altında faaliyet gösteren mali müşavirlik firması ise Dr. Burçin Gözlüklü'ye bağlı olarak çalışan iki ayrı meslek mensubu (SMMM) tarafından oluşturuldu. Şirkette halihazırda vergi tarafında beş, mali müşavirlik, AR-GE, sürdürülebilirlik, denetim ve değerlendirme gibi diğer alanlarda ise dört ortak bulunuyor.

Centrum Türkiye, yakın zamanda 50'nin üzerinde ülkede faaliyet gösteren bağımsız vergi organizasyonu Taxand ağına kabul edildi. Centrum Türkiye Yönetici Ortağı Dr. Burçin Gözlüklü; “Taxand ile iş birliğimizle uluslararası vergi planlaması, transfer fiyatlandırması, vergi mevzuatına uyum ve sınır ötesi birleşme ve satın alma desteği gibi hizmetlerimizi önemli ölçüde geliştireceğimize inanıyoruz. En temel hedefimiz, global pazarlardaki ağırlığımızı artırmak” diyor. Dr. Burçin Gözlüklü ile Centrum Türkiye'nin yeni döneme ilişkin hedeflerini konuştu.

## Centrum Türkiye'nin kuruluş sürecinden bahsedebilir misiniz?

Koç Holding kariyerimde butik ve ihtiyaç uygun danışmanlık alanında ciddi bir arz açığı olduğunun farkına vardım ve bu boşluğu doldurabileceğime inandım. Bu düşüncemi

## “Müşterilerimiz Taxand ağına uzmanlığından faydalanabilecek”

“Müşterilerimiz Taxand ağına uluslararası vergi planlaması, transfer fiyatlandırması, vergi mevzuatına uyum ve sınır ötesi birleşme ve satın alma alanlarındaki uzmanlığından faydalanarak hem yerel hem de küresel etkileri göz önünde bulunduran stratejik tavsiyeler alma olanağına kavuşacak. Ayrıca Türkiye'de faaliyet gösterip yurt dışına açılmak isteyen firmalar da dünyanın en iyi danışmanlarından oluşan üst düzey bir ağıdan hizmet alma olanağına sahip olacak.”

rahmetli patronum Mustafa Koç'a da Koç Holding'ten ayrılmam sırasında kendisiyle yaptığım görüşmede ifade ettim. Mustafa Bey, düşüncemin takdire şayan olduğunu ancak bir o kadar da zorlu bir hayata adım attığının bilincinde olmam gerektiğini söyledi. Kesinlikle çok haklıydı. Ancak eğer hayatta olsaydı, geldiğimiz nokta itibarıyla sanırım kendisi de benimle gurur duyardı.

## Nasıl bir iş modeliniz var?

İş modelimizin temel taşı ekibimizin kalitesi oluşturuyor. Bundan sonraki süreçte global trendleri yakından takip eden, müşterilerine sadece yerel çözümler değil; global bir bakış açısıyla da sonuç üretebilen ve bunu danışmanlıktan kamuya olan ilişkilerin yönetimine, yurt içi ve yurt dışı vergi yönetiminden uygun global kaynaklara ulaşmaya kadar (halka arzlar dahil) uçtan uca geniş bir kapsamda yapabilen şirketlerin başarılı olabileceğini inanıyoruz. Kendimizi 'stratejik finansal danışman' olarak adlandırmamızın nedeni de bu.

## Kuruluştan bu yana nasıl bir gelişim kaydettiniz?

Centrum yaklaşık dokuz yıllık bir firma. Bugün itibarıyla yaklaşık 100 kişilik bir ekiple, İstanbul, Ankara ve İzmir'de önemli ölçüde teşkilatlanmış bir şekilde hizmet veriyoruz. Bursa'da da kendimize ait bir ofisimiz bulunuyor. Ekibimiz içerisinde benim haricimde 11 tane YMM, yaklaşık 30 tane SMMM unvanlı arkadaşımız var. Çalışanlarımızın yüzde 40'tan fazlası yüksek lisans diplomasına sahip.

Bugüne kadar hizmet verdiğimiz müşterilerin sayısı sanırım bine yaklaştı. Halihazırda düzenli bir sözleşmeyle hizmet verdiğimiz müşteri sayımız 600'ün üzerinde. Yabancı ve yerli müşterilerimizin dağılımı yüzde 30 yabancı-yüzde 70 yerli şeklinde.

## 2024, nasıl geçiyor? Önümüzdeki süreç için ajandanızda neler var?

2024, dünyada olduğu gibi ülkemizde de zorlu bir yıl oluyor. Buna rağmen 2024'ü yeni yatırımlarla geçirmeye çalışıyoruz. Böyle za-

DR. BURÇİN GÖZLÜKLÜ



## “Müşterilerimizle uzun vadeli ilişkiler geliştiriyoruz”

■ **“Hedefimiz, sadece yerelle sınırlı değil”** En belirgin özelliğimiz; kazanç elde etmekten ziyade müşteri odaklı olmamız. Tüm işlerimizde önceliği müşterilerimizle uzun vadeli ilişkiler geliştirmeye ve bunun için onlara gözle görünür faydalar sağlamaya veriyoruz. Centrum’u kurarken sadece yerel anlamda en önde gelen bir firma değil; uluslararası çözümler, öneriler ve yapılar geliştirebilen, yani lokal ile global bir arada taahhüt etme yeterliliği/ yetkinliği bulunabilen bir firma olmayı hayal etmiştim.

■ **“Yurt dışındaki mali imkanları da tanıtıyoruz”** En iyi yaptığımız işlerden birisi de yurt dışına açılmak isteyen şirketlere yurt dışında farklı pazarlardaki mali olanakları tanıtmak. Ayrıca gerek şirket gerek nihai gerçek kişi ortaklar bazında yapılan yatırımların vergisel olarak doğru planlanmasına katkıda bulunmak, bunu yaparken de kanunların verdiği imkanlar dahilinde hareket etmek. Şirketimizde kamu ve özel sektörde önemli pozisyonlarında görev yapmış ortak ve direktör düzeyinde arkadaşlarımız var.

manlarda yapılacak olan yatırımların getirisinin daha büyük olacağı gibi bir düşüncemiz var. Bu doğrultuda yılın ikinci yarısında Bursa’daki faaliyetlerimizin genişletilmesi adına il genelinde önemli bir büyüme planımız var. Global pazarlardaki ağırlığımızı artırmak en temel hedefimiz. Şirket içi kurumsallaşma ve dijitalleşme çabaları da gündemimizde olacak. Ajandamızın üst sıralarında olan konulardan biri de kurumsal finansman.

### Orta-uzun vadeli hedefleriniz neler?

Orta-uzun vadeli amacımız; Türkiye’nin birçok önemli ilinde teşkilatlanmış, bunu global bazı pazarlardaki ofisleriyle taçlandırmış, üst düzey müşteri memnuniyetini artarak pekiştirmiş, yeni mezunların çalışmayı ayrıcalık olarak algıladığı bir şirket olmak. Bunun için öngördüğümüz yol haritasında inorganik büyüme ve yatırım planlarımız var.

### Taxand ağına kabul edilme süreci hakkında bilgi verir misiniz?

Taxand, G20 ülkeleri başta olmak üzere 54 ülkede 800’den fazla vergi ortağı ve 4 binden fazla profesyonel vergi danışmanı ile dünyanın en büyük bağımsız vergi uzmanları kuruluşu olarak biliniyor. 2005’te kurulan Taxand; Türkiye’de 2005 ila 2018 arasında duayen vergici Şaban Erdikler tarafından temsil edildi, 2018 sonunda Erdikler Grubu’nun farklı bir şirketle birleşmesi sonucu Türkiye’den çıkma kararı aldı. Taxand’ın 2019’dan bu yana Türkiye’de temsilciliği yoktu.

Taxand üst yönetimi, Türkiye pazarına yeniden girme amacıyla 2023 son çeyrekte bizimle görüşmek istedi. Teklifin onlardan gelmesi onur vericiydi. 2024 ilk çeyreği adayların incelemesine ayırdılar ve bizimle çalışmayı tercih ettiler. Bu tercihlerinin temelinde vergi ekibimizin çok güçlü olmasının yattığını düşünüyorum.

### Bu adım; hedeflerinizi nasıl şekillendirecek?

Taxand ile iş birliğimiz neticesinde uluslararası vergi planlaması, transfer fiyatlandırması, vergi mevzuatına uyum ve sınır ötesi birleşme ve satın alma desteği gibi hizmetlerimizi önemli ölçüde geliştireceğimize inanıyoruz. Böylelikle dünyanın en büyük firmalarına hizmet verme olanağımız da önemli ölçüde artacak.



# “Akıllı ev sistemleriyle yurt dışında büyüyeceğiz”

Bulut tabanlı bina iletişim ve akıllı ev teknolojileri üzerine faaliyet gösteren yerli sermayeli Multitek, güçlü AR-GE çalışmalarıyla farklı ürünlerle pazarda büyümeyi planlıyor. Multitek Yönetim Kurulu Üyesi Ece Demirkol, “Özellikle Ortadoğu ve Körfez ülkelerine ihracatımız var. Ancak bunu daha geniş coğrafyaya yaymak istiyoruz” diyor.

1989 yılında Adnan Demirkol’un yüzde yüz yerli sermayeli olarak kurduğu Multitek, telefon santrali üretimi ile faaliyetlerine başlıyor. Bugün ise bulut tabanlı bina iletişim ve akıllı ev teknolojileri üzerinde çalışıyor. AR-GE çalışmaları güçlü olan şirket, her yıl iki ürünü hayata geçiriyor. Yerli pazarda akıllı interkom cihazlarında lider konumunda olan şirketin

Türkiye’de 1 milyondan fazla konutta görünlü sistemleri kullanılıyor.

Şirket şimdi ikinci kuşak Multitek Yönetim Kurulu Üyesi Ece Demirkol’un yönetime geçmesiyle yurt dışında daha fazla söze sahip olmak istiyor. Ece Demirkol, gelecek planlarına ilişkin sorularımızı yanıtladı.

## Şirketinizin faaliyet gösterdiği sektörü nasıl tanımlarsınız?

Şirketimiz akıllı ev ve bina iletişim teknolojileri üzerinde çalışıyor. Bu sektör, bina ve ev içine yerleştirilen iletişim cihazları ile kullanıcıların güvenliğini ve konforunu artırmayı hedefliyor. Akıllı ev teknolojileri geliştikçe sektörümüzün kapsam alanı ev otomasyonu, farklı akıllı ev protokolü ile çalışan cihazların entegrasyonu ile genişliyor.

## Şirketinizin kuruluş hikayesini anlatır mısınız?

Şirketimiz 1989 yılında Adnan Demirkol’un kurduğu yüzde yüz yerli sermayeli özel bir şirkettir. İTÜ Elektronik Elektrik Mühendisliği’ni bitirdikten sonra devlet bursu ile Amerika’da eğitimini tamamlayan Adnan Bey, ülkesine döndükten sonra Multitek Elektronik’i kuruyor. Faaliyetine telefon santrali üretimi ile başlayan firma bugün bulut tabanlı bina





## “Akıllı ev pazarı hızlanarak büyüyecek”

“Dünyada akıllı ev pazarınının 81 milyar dolar civarında. Bu rakamın 2030 yılına kadar 328 milyar dolara çıkması bekleniyor. - Bu rakamın içinde robot süpürgeler dahil diğer akıllı ev cihazları da var- Türkiye’de ise de akıllı bina ve akıllı ev tarafında penetrasyon henüz oldukça düşük. 100 milyon civarında bir pazar var ve her yıl yüzde 10 büyüyor. Son beş yılda analog diyafonlardan akıllı interkoma hızla geçiş olduğunu görüyoruz, bu geçişin önümüzdeki dönemde daha da hızlanmasını bekliyoruz.”

iletişim ve akıllı ev teknolojileri üzerinde çalışıyor. Bugün 35 yıllık sektör tecrübemizi bulut tabanlı yeni teknolojiler ile birleştirerek düşük donanım maliyetli katma değeri yüksek erişilebilir ürünler üretme üzerinde çalışıyoruz.

### Kaç kişi istihdam ediyorsunuz?

Şirketimizde AR-GE’den üretime, satıştan satış sonrası desteğe 200 kişilik bir ekiple uçtan uca hizmet veriyoruz. Ekibin yaklaşık olarak yarısı üretimde yer alırken, Türkiye’nin birçok ilinde satış ve teknik servis saha ekibimiz de bulunuyor.

### Ürün gamınızda kaç ürün var?

Analog interkom, akıllı interkom, telefon santralleri ve yangın alarm sistemleri ana faaliyet alanlarımız. Tüm ürün gruplarında yaklaşık 250 adet farklı ürünümüz var.

### Sizi diğer şirketlerden ayıran özellikler nelerdir?

Multitek teknoloji üretmeyi seven yerli bir firma. AR-GE’imizde Türk mühendisler tarafından geliştirilen ürünleri, Türk işçilerle İstanbul’da üretiyoruz. Multitek AR-GE Merkezi’nde hem donanım hem yazılım geliştiriyoruz. Müşterilerden gelen taleplere göre ürünlerimizi mükemmel hale getiriyoruz. Kendi AR-GE’imize sahip olduğumuz için ürünleri hızlı bir şekilde iyileştirecek esnek yapıya sahibiz.

Üretim tarafında tüm kalite standartlarının takip edildiği gelişmiş bir yapımız var. Karmaşık üretim süreçlerine sahip olan elektronik üretimi 35 yıllık tecrübemiz ile gerçekleştiriyor.

Satış sonrası destek de bizim işimizin ayrılmaz bir parçası. Şirket olarak her zaman müşterilerimizi dinliyoruz, sorun halinde anında müdahale ediyoruz. Şikayet birimizin hedefi en fazla 1 gün içinde müşteri memnuniyetini sağlamak.

### Pazardaki konumunuz nedir?

Yerli pazarda akıllı interkom cihazlarında lider konumundayız. Farklı akıllı ev protokolleriyle birlikte çalışabilen interkom ürünlerimiz birçok projede güvenle kullanılıyor.

### Türkiye’de kaç konutta varsınız?

Türkiye’de 1 milyondan fazla konutta Multitek görüntülü sistem kullanılıyor. Türkiye’nin markalı konut üreticilerinin de ilk tercihi Multitek. Kamuoyunda bilinen markalı konutların çoğu Multitek ürünlerini kullanıyor.

### Dağıtım ağıınız nasıl, Türkiye’de kaç noktada varsınız?

Gelişmiş bir satış ağıımız var. Tüm Türkiye’de 100’den fazla güvenilir iş ortağımız aracılığı ile ürünlerimizi satıyoruz. Biz üretimde ne kadar iyi isek onlar da satış kanalında o kadar iyi. Her ilde en fazla 2-3 iş ortağı seçerek güvene dayalı bir sistem oluşturuyoruz.

### Türkiye’de diyafon-interkom sektörünün büyüklüğü nedir?

Türkiye’de interkom sektörü yaklaşık olarak 100 milyon dolar büyüklüğünde.

### Bu alanda kaç şirket faaliyet gösteriyor?

Analog interkom ürünlerde yerli üretici sayısı az olsa da pazarın neredeyse tamamı yerli üreticilerdedir. Akıllı interkom tarafında ise bü-

yük ölçüde ithal ürünler pazarda yer almaktadır. Multitek, 2016 senesinde Tübitak/TEYDEB destekli geliştirdiği ve ürettiği Akıllı IP Interkom ürünleri ile sektörün öncülerindedir.

### Bu şirketlerin kaç yerli?

Analog tarafta pazar payının tamamı yerli firmalardadır. Akıllı interkom tarafında ise Multitek dışında yerli üretici bulunmuyor, ithalatçı firmalar var. IP interkom dediğimiz internet protokolü ile çalışan yüksek teknoloji interkom-diyafon pazarında ise firmamız Multitek dışında bu ürünleri geliştirip üreten firma yok.

### Sektördeki ithalat-ihracat durumu nedir?

Toplam pazarın yaklaşık yüzde 15’i komple ithal ürünlerdir. Sektörde ihracat oranı yüzde 10 seviyesindedir ancak son senelerde hızla artıyor. İhracat pazarları arasında özellikle Körfez Ülkeleri ve Ortadoğu yer alıyor.

### Sizin ihracatınız ne durumda?

150 milyon TL olan ciromuzun yüzde 10’u ihracat. Bu oranı yüzde 15’e çıkarmayı planlıyoruz. Özellikle Ortadoğu ve Körfez ülkelerine ihracatımız var. Ancak bunu daha geniş bir coğrafyaya yaymak istiyoruz. Son olarak bir müşterimizin talebi üzerine İngiltere’de bir şirket kurup yeni bir projeye başladık. İngiltere’deki evlerin önünde bulunan posta kutularını akıllı hale getiriyoruz. Şu anda 300 kutuyu akıllı hale getirdik. Önümüzdeki süreçte bu şekilde projeleri devam ettirmek istiyoruz.

### Başka hangi yeni ürünler üzerinde çalışıyorsunuz?

Diafon Box ürünümüz yeni. Evlerdeki akıllı olmayan görüntülü sistemleri akıllı hale getiriyor. Böylece başka bir maliyet harcaması yapmadan tüm sistemleri bu cihazla akıllı hale getirmeniz mümkün oluyor. Bunun yanı sıra deprem uyarı sistemi ekleyebileceğimiz bir proje üzerine çalışıyoruz. Yakın zamanda akıllı dükkan sistemleri projesine de başlıyoruz. 400 bayimiz var, onların dükkanlarını da akıllı hale getireceğiz. Daha sonra başka dükkanlar için de satışa çıkacağız.

### Önümüzdeki süreç için planlarınız neler?

Ürünlerimizi geliştirerek özellikle akıllı ev pazarında büyümek istiyoruz. 2025 yılı sonunda 50 milyon TL AR-GE’ye yatırım yapacağız. Bunu da yazılım ve donanım alanındaki çalışmalarımız için harcayacağız.

# 250 binden fazla kadına istihdam yarattı

2002 yılında kurulduğundan bu yana güçlenerek yolculuğuna devam eden KAGİDER, bugün Türkiye ekonomisinin yüzde 8'ini temsil ediyor. 37 kadın girişimcinin kurduğu derneğin bugün 46 farklı sektörden 500'ü aşkın üyesi bulunuyor. KAGİDER Başkanı Esra Bezircioğlu, bugüne kadar hayata geçirdikleri proje ve iş birlikleriyle 250 bin 500 kişiye istihdam etkisi yarattıklarını açıkladı.

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), kuruluşundan bu yana kadın girişimciliğini desteklemek, kadınların ekonomik olarak güçlenmelerini sağlamak ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratmak amacıyla faaliyet gösteriyor. 2002 yılında 37 kadın girişimci tarafından kurulan KAGİDER'in güçlenerek büyüme yolculuğu, sadece bir kuruluşun değil, aynı zamanda bir toplumun ve ülkenin dönüşümünün de öyküsü.

KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Esra Bezircioğlu, derneğin yarattığı etkiyi rakamlarla ortaya koyuyor. 46 farklı sektörden 500'ü aşkın üyelerinin olduğunu söyleyen Esra Bezircioğlu, bugün Türkiye ekonomisinin yüzde 8'ini temsil eden KAGİDER olarak hayata geçirdikleri proje ve iş birlikleriyle 250 bin 500 kişiye istihdam etkisi yarattıklarını belirtiyor.

## Patron kadınların tercihi

Kadın girişimcilerin güçlenmesi için eğitim, rehberlik ve mentorluk desteği sağlayan KAGİDER'in Başkanı Bezircioğlu, kadın-erkek fırsat eşitliği konusunda da savunuculuk yaptıklarına da dikkat çekiyor. KAGİDER'in başarılarla dolu sürecinde en önemli olan noktanın, kazanılan birbirinden değerli deneyimler ve ortaya çıkan ilham dolu hikayeler olduğundan söz eden Bezircioğlu, araştırmaları sonucunda, kadın girişimcilerin özellikle ilk işe personel alımlarında kadınları istihdam ettiğini ortaya koyduğunu belirtiyor ve şöyle devam ediyor: "Bugüne kadar 162 paydaş ve

## İş ekosisteminde pek çok ilke imza attı

KAGİDER'in kat edeceği uzun bir yolu olmasına rağmen tarihi boyunca pek çok ilke imza atarak birçok ödül kazandığından söz eden Esra Bezircioğlu, bu başarıları da şöyle sıralıyor:

- İlk AB fonlu proje olan Su Damlası Projesi'ni 2005 yılında başlattık.
- Türkiye'deki ilk kadın girişimcilik davranış araştırmasını 2008 yılında gerçekleştirdik.
- Türkiye'den AB Karma İstişare Komitesi'ne ilk defa bir kadın örgütü olarak biz seçildik. (2008)
- Türkiye'nin ilk uluslararası kadın girişimcilik ve liderlik zirvesini 2009 yılında gerçekleştirdik.
- 2010 yılında Birleşmiş Milletler "ECOSOC Özel Danışmanlık Statüsü"ne hak kazandık.
- Türkiye'deki kadın girişimci derneklerini ilk kez 2012 yılında bir araya getirdik.
- BM Kadının Statüsü Komisyonu (KSK) toplantıları kapsamında "İyi Uygulama Örneği" projelerini ilk kez 2012 yılında sunmaya başladık.
- Women 20 (W20) resmen kuruldu ve W20 Organizasyon Komitesi Başkanlık görevi 2015 yılında derneğimize verildi.
- Türkiye'nin Kadın Girişimci Endeksi ilk kez 2019 yılında derneğimiz tarafından oluşturuldu.
- Türkiye'nin ilk Kadın Girişimciler Sanal Fuarını 2021 yılında düzenledik.
- Balkan Kadın Koalisyonu'nun resmi olarak kuruluşunu, 2022 yılında KAGİDER tarafından gerçekleştirdik.
- 2024 yılında EBRD'nin oluşturduğu komiteye, Türkiye'den seçilen tek dernek KAGİDER oldu.
- Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nin Türkiye'yi temsil edecek Genişleme Aday Ülke Üyelerinden biri olarak seçildik.

78 projeye Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın 17'sinden 9'una doğrudan katkı sunduk. Her projemize binlerce kadın başvuru yaptı, on binlerce kadına eğitim desteği verdik, binlerce kadının işlerini büyütmelerine destek olduk. Bu da demek oluyor ki; bugüne kadar kadın girişimcilere

desteğimiz ve onların da kendi işlerinde kadın çalışan oranlarını artırdığını düşünürsek 100 binlerce kadına iş dünyasında dokunduğumuzu söyleyebiliriz."

## Özel sektörde iş birlikleri

Kuruluşundan itibaren önemli adımlar

ESRA BEZİRCİOĞLU

kagider  
Türkiye  
Kadın Girişimciler  
Derneği



atarak, birçok projeyi hayata geçirdikleri vurgulayan Bezircioğlu; KAGİDER'in projeleri arasında kadın girişimcilerin dijitalleşme süreçlerine destek olmak, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda iş yapma fırsatları yaratmak, kadınların liderlik kapasitelerini geliştirmek gibi alanlarda çalışmalar bulunduğunu söylüyor. KAGİDER'in Garanti BBVA, Boyner Holding, Sanofi, UPS, ING Türkiye, L'Oreal, Koton ve Hepsiburada gibi özel sektör paydaşlarıyla iş birliği yaparak genç kadınların iş hayatına dahil olmasına ve kadın girişimcilere katkı sağlamaya devam ettiklerini kaydeden Bezircioğlu, uluslararası platformlarda Türkiye'nin temsiliyetini artırırken Hatay ve Kahramanmaraş'ta kadın girişimciliği ve istihdamı artırmaya odaklandıklarını belirtiyor. Hatay'da L'Oreal Vichy

ile yaptıkları meslek edindirme eğitimlerinin dört aydır devam ettiğini ve yaklaşık 100 kadının eğitimlerine devam ettiğini söyleyen Bezircioğlu, "Hatay'da Örnekler ekolojik köyde açtığımız Kadın Üretim Merkezi'nde 20 kadın el emeği ürünleri ile para kazanmaya başladı. Gene bu sene deprem bölgesinden 6 kadın kooperatifinin ürünlerinden oluşan 4 bin 400 kutu yaptırarak, Hepsiburada aracılığıyla sıfır kar ile satılan kutuların tüm geliri kadın üreticilere gitti" diyor.

Kamu ihalelerinden ve yerel yönetimlerin satın almalarından daha fazla kadının pay alması için karar vericiler ile çalıştıklarına da dikkat çeken Bezircioğlu, diğer taraftan özel sektörün kadın girişimcilerden ürün ve hizmet alması için farkındalık çalışmalarının yanı sıra özel sektör satın alma temsilcilerinin

verdikleri eğitimlerin akabinde satın almacılar ile kadın girişimcileri bir araya getirdiklerini kaydediyor ve son üç yılda 160 kadın girişimci için iş yapma fırsatı yarattıklarını sözlere ekliyor.

### Temsiliyeti artıracak

KAGİDER olarak, gelecek dönemdeki hedefleri arasında kadın girişimcilerin uluslararası arenada daha fazla temsil edilmesini sağlamak, kadın hakları konusunda küresel düzeyde farkındalık yaratmak ve uluslararası iş birliklerini güçlendirmek için çalışacaklarını söyleyen Esra Bezircioğlu, şöyle devam ediyor: "Öncelikle, kadın girişimcilerin uluslararası arenada daha fazla temsil edilmesi için çaba harcayacağız. Bunun için uluslararası etkinliklere daha aktif katılacak, kadın girişimcileri uluslararası platformlarda daha görünür hale getirecek ve onların seslerini duyuracak etkinlikler düzenleyeceğiz. Uluslararası iş birliklerini güçlendirmek de önceliklerimiz arasında. Bu kapsamda, diğer uluslararası kuruluşlar, sivil toplum örgütleri ve devletlerle daha sıkı iş birlikleri kuracak, ortak projeler geliştirecek ve bilgi paylaşımını artıracak çalışmalar yapacağız."

### Genç girişimciler çoğalıyor

Kurdukları Kadın Liderlik Platformu'ndan bahseden Esra Bezircioğlu, özel sektördeki başarılı kadın yetenek yönetimi örneklerinin paylaşılması ve bu alandaki fikir önderlerinin düzenli buluşmalarla karşılıklı görüş alışverişinde bulunmalarını sağlayan platformun kuruluşundan bu yana 454 şirket ve 760 kişiye ulaşarak güçlü bir sinerji yarattığını söylüyor. Kadın istihdamını teşvik etmek ve iş yaşamında cinsiyet eşitliğini sağlamak amacıyla Fırsat Eşitliği Model Sertifikası'nı oluşturduklarını ileten Bezircioğlu, iş dünyasından önemli ölçüde talep gören sertifikaya bugüne kadar 25 farklı sektörden, 70'ten fazla kurumun almaya hak kazandığını belirtiyor. KAGİDER'in online eğitim portalı Pusula'da 5 bin kayıtlı kadın girişimcinin eğitimlere devam ettiğini ve Ticaretin Kadınları portalında bin 500 kadın girişimcinin bilgisine erişilebilmekte olduğunu aktaran Bezircioğlu, son bir yılda dijital sohbetlerde 20 binden fazla izleyici kişi olduğunu ve genç girişimcilerin çoğaldığını bildiriyor.

# Yatırım çekerek dünyada yaygınlaşıyor

Türkiye'nin ilk yerli ve milli bulut platformu sağlayıcısı Digital Transformation Group (DTG), içinde sayısız ürün, servis ve hizmetler barındıran 'DT Cloud' bulut platformunu, yatırımcılarından aldığı güçle küresel pazarda giderek daha yaygın hale getiriyor.

Türkiye'nin ilk yerli ve milli bulut platformu sağlayıcısı Digital Transformation Group (DTG), içinde sayısız ürün, servis ve hizmetler barındıran 'DT Cloud' bulut platformunu, yatırımcılarından aldığı güçle küresel pazarda giderek daha yaygın hale getiriyor. Dünyada artık stratejik önemde kabul edilen ülkelere ait verilerin ülke içinde kalması gerekliliğine çözüm getiren DT Cloud, 20 yıllık birikimiyle şirketlere verilerini yerli bir bulut platformunda güvende tutma imkanı sunuyor.

Son dönemde 842 milyon 830 bin 824 TL seviyesinde değerlendirilme üzerinden yatırım alan DTG'nin, kurucusu olduğu Omurga Digital Transformation GSYF'ye yapılan doğrudan yatırım miktarı 63 milyon 172 bin TL'ye ulaştı. Yatırımcıları arasında ise Alper Akcan, Aydonat Atasever, Cengiz Macar, Doğuhan Darcan, İsmail Hakkı Yıldız, Nevzat Aydın, Onur Şalk, Tunç Mehmet Berkman gibi isimler ve İstanbul Gübre Sanayi (İGSAŞ), Vucos Teknoloji gibi şirketler yer alıyor.

## 'Yerli Mali' belgesi aldı

Kısa süre önce aldığı 'Yerli Mali Belgesi' ile DT Cloud, müşterilerinin verilerini yerli ve milli bulut platformunda güvende tutuyor. 'Yerli Mali Belgesi', Türkiye'de üretilen ürünlerin yerli mali olduğunu ve bu ürünlerin yerli kaynaklarla üretildiğini onaylar nitelikte olması nedeniyle önem taşıyor. Türkiye'nin ilk yerli ve milli self-servis bulut yönetim platformunu sunan DT Cloud'un yerli üretim standartlarına uygunluğu da bu belge ile tescillendi.

Türkiye'nin veri egemenliğinin tesisi için yerleşmenin hayati önem taşıdığını vurgulayan Digital Transformation Group CEO'su Tolga Dinçer, dünyada pek çok ülkenin, kamu kurumları-

## 2018 yılında kuruldu

DTG, AR-GE ve ÜR-GE yatırımlarına son yıllarda daha da hız vererek 2018 yılından bu yana bulut tabanlı platformlar geliştiriyor. 5G'ye hazır, kolay uygulanabilir, mevcut altyapılara entegre olabilen, içinde sayısız ürün, servis ve hizmetler barındıran, çok bölgeli ve yerel regülasyonlara tam uyumlu 'DT Cloud' bulut platformu, <https://dtcloudnow.com> yerli bulut pazaryeri kanalıyla bulut servis ve çözümleri sunuyor.



TOLGA DİNÇER

nın ya da yerli şirketlerinin verilerinin ülke içinde kalmasına artık stratejik bir önem atfettiğinin altını çiziyor.

Dinçer, şöyle devam ediyor: "Bu nedenle ülkelerin kendi milli yazılımlarını geliştirerek, verilerini korumaları ve ülke içinde tutmaları önem taşıyor. Geçtiğimiz günlerde dünya genelinde yaşanan küresel kesintinin çeşitli ülkelere nasıl büyük aksaklıklara neden olduğunu gözlemledik. Kamu kurumları ve şirketlerin yerli yazılımları ve çözümleri kullanımı yoluyla çeşitlilik sağlanması durumunda yaşanan bu tür sorunlara karşı oluşacak etkiyi azaltabiliriz. Ülkemizin Dijital Türkiye Vizyonu kapsamında biz DT Cloud ile tüm bu stratejik ihtiyaçlara cevap veren önemli bir görev üstlendiğimizi düşünüyoruz."

## Bölgede liderlik hedefi

Dijital dönüşümün ana motoru olan bulut teknolojilerinde kendi bulut yönetim platformuna sahip olan DT Cloud, kullanıcılarına global bulut sağlayıcılar düzeyinde kolay kullanıma sahip zengin hizmet ve servisler sunuyor. Bölgenin en büyük lokal bulut servis sağlayıcı olmayı hedeflediklerini söyleyen Dinçer, "Digital Transformation Group A.Ş. (DTG), 20 yıla yakın bilgi ve iletişim teknolojileri tecrübesi ile, AR-GE kimliğini kullanarak, ülkemizin dijital altyapı sorununu yerli yazılımlarla çözmeye hedefimiz doğrultusunda beş yıldır DT Cloud'a yatırım yapıyoruz" diyor. Tüm odaklarını bulut teknolojileri ve çözümleri üretmeye yoğunlaştırdıklarını kaydeden Dinçer, "Alınan son yatırımlarla birlikte DT Cloud, hedefleri doğrultusunda çok daha güçlü şekilde ilerlemeye devam edecek. DTG, bugün yüksek teknoloji geliştiren bir grup olarak bulut üzerinde AI, büyük veri işleme, blockchain gibi servisleri geliştirerek çalışmalarını hız kesmeden sürdürüyor ve hedeflerini büyüterek ilerliyor" diye anlatıyor.

# Markasıyla kurumsal iş birlikleri yapıyor

Üç yıl önce tutkusunu işe dönüştürerek Matilda Creations'ı kuran Eda Albant, Dior, Cartier ve Bvlgari gibi markalarla iş birlikleri gerçekleştirdi. Albant, Matilda Creations'ı İstanbul'un ardından özellikle büyük şehirlerde stratejik konumlarda büyütmeyi hedeflediklerini söylüyor.

Yeme içme sektörüne yeni bir soluk getirme hedefiyle yola çıkan genç girişimci Eda Albant, yaklaşık üç yıl önce henüz 23 yaşındayken Matilda Creations'ın temellerini attı. Tutkusunu işe dönüştüren genç girişimci, İstanbul'da, lezzetli yemeklerin sunumunun titizlikle hazırlandığı bir ailede büyüdü. Küçüklüğünden beri var olan lezzet tutkusunu Özyeğin Üniversitesi Gastronomi bölümünde okuyarak derinleştiren Albant, sanata ve tasarıma olan ilgi ve yeteneğini de sürekli olarak kullanabileceğini düşündüğü farklı alanlarda denedi. Eğitim hayatı boyunca, hem yurtiçinde hem de yurtdışında aldığı eğitimlerle ve gezilerle bakış açısını genişleten Albant, yaratıcı fikirlere odaklandı. Matilda Creations - Exclusive Macaron House & More ile bu tutkusunu bir adım öteye taşıyan Albant, "Matilda'yı oluştururken, lezzet ve sunum olmak üzere iki ana konsept üzerinde yoğunlaştım. Bu iki alanımı birleştirerek, kendime sonsuz yaratıcılık imkânı sunan bir dünya yarattım. Bu dünyayı sanatla ve estetikle birleştirerek bir pastaneden çok, niş bir marka olma yolunda Matilda'yı büyüttüm" diyor.



EDA ALBANT

sel ve mevsimsel ilhamlarla sürekli yenileniyor. Lezzet arayışımı, tasarımdaki tutkumla birleştirerek kutularımıza ve sunumlarımıza özgün bir şekilde yansıtıyorum. Ürünlerimizde tatlandırıcı yerine, her ürünün kendi tadını kullanıyoruz. Ayrıca ülkenin her yerinden özel seçtiğimiz yerel üreticilerle çalışmak gibi prensiplerimiz var" diyor.

Önümüzdeki dönemde seçkin ve özel lokasyonlarda, sınırlı sayıda şube açmayı hedef-

leyen girişimci, ilk olarak İstanbul'da büyümeyi hedefliyor. Bu süreçte hızla ilerlemeyi planladıklarını söyleyen Albant, İstanbul'un ardından, özellikle büyük şehirlerde stratejik konumlarla genişlemeyi amaçladıklarını belirtiyor. Şirketlerle kurumsal iş birlikleri yapan Matilda Creations, bugüne kadar Dior, Cartier ve Bvlgari gibi lüks markalarla ve büyük ölçekli şirketlerle başarılı iş birlikleri gerçekleştirdi. Albant, "Kreatif projeler üzerinde çalışmak, markaların kimliğine uygun özel tasarımlar oluşturmak benim için oldukça keyif verici" diyor.

## Makaron ile başladı

Farklı lezzetler denemeyi ve keşfetmeyi çok seven girişimci bu bağlamda yaratıcılığı kullanma imkanı veren makarona odaklandı. Bu nedenle makaron ile başladığını söyleyen Albant sözlerine şu şekilde devam ediyor: "Matilda'nın serüveni böylece başladı. Kaliteli ürünlerle oluşturduğum dinamik menüler, dönem-

## "Yurtdışı için çalışmalar sürüyor"

"Yurtdışına açılma konusu, bizim için her zaman heyecan verici bir olasılık olmuştur. Şu anda bu konuda kesin bir planımız bulunmuyor, ancak uluslararası arenada büyüme ve yeni fırsatlar keşfetme konusunda büyük bir hevesimiz var. Girişimci ruhumuzu ve yenilikçi yaklaşımımızı kullanarak, gelecekte bu hedefe ulaşmak için çeşitli stratejiler üzerinde çalışıyoruz. Her yeni adımda olduğu gibi, bu süreçte de yaratıcı çözümler ve stratejik planlamalarla ilerlemeyi amaçlıyoruz."

# “Aile şirketlerinde ataerkil yaklaşım hala hâkim”

10 yılı aşkın süredir New York'ta ve İstanbul'da klinik psikolog olarak hizmet veren Uzman Klinik Psikolog Duygu Başak Gürtekin, aynı zamanda Gürpa A.Ş.'nin aktif yönetim kurulu üyesi ve kurumsal danışmanı. İhtisasını Türkiye'de ve Amerika'da bulunan farklı programlarda klinik psikoloji ve aile terapisi alanlarında tamamlayan, işletme yönetimi, örgüt kuramı ve aile şirketleri bağlamından kopmayan bütüncül bir eğitim alma fırsatı da yakalayan Gürtekin; mesleğine hem klinik bağlamda hastane ve özel ofislerinde hem de kurumsal hayatta uluslararası danışmanlıklar ve aile şirketlerine verdiği örgütsel hizmetlerle devam ediyor.

Duygu Başak Gürtekin, aile şirketleri danışmanlığı alanında en yaygın karşılaştığı sorunların kuşaklar arası çatışmalar, şirketin ikinci ve üçüncü nesle devir süreçleri ve bu süreçlerde oluşan ilişkisel problemlerle irtibatlı olduğunu söylüyor. Gürtekin, bu temalara bağlı olarak ortaya çıkan kurumsallaşma ve aile anayasası oluşturma gibi içsel dinamiği dengeleme işlevini yerine getiren ihtiyaçların hala en temelde durduğuna dikkat çekiyor. Türkiye'de en yaygın gündemler arasında yeni nesil genç liderlerin yetiştirilmesinin ve yönetim görevine hazırlanmasının da olduğunu kaydeden Duygu Başak Gürtekin ile aile şirketleri danışmanlığının tüm detaylarını ve Türkiye'deki aile şirketlerinin yapısını konuştuk.

## Aile şirketleri danışmanlığı nedir?

Geleneksel aile şirketleri danışmanlığı anlayışında temel problem ailenin kurumsallaştırılmaması ve bir aile anayasasının oluşturulmaması olarak görülüp bu bağlamda örgütsel ve davranışsal çözüm stratejilerine başvurulur. Benim benimsediğim perspektifte ise aile şirketlerindeki 'aile'nin

Aile şirketleri danışmanlığı alanındaki çalışmalarıyla öne çıkan Uzman Klinik Psikolog Duygu Başak Gürtekin, “Ülkemizde bazı istisnalar dışında ataerkil yaklaşımın nesillerce hâkim olduğu bir aile şirketi kültürüyle karşılaşıyoruz” diyor.

## “Parçalanma ve yok olma kaygısı artıyor”

“Son yıllarda aile şirketleri çok daha bilinçli davranıyor. İlk kuşağın sahnedan çekilmeye başladığı bu dönemde üçüncü kuşağın dinamizmi ile ilk kuşağın kendi inşa ettiği yapıyı koruma hevesi arasındaki çatışma belirginleşiyor. Bu çatışmanın farkında olan ve sürdürülebilirliği sağlamaya gayret eden şirketler parçalanma ve yok olma kaygısıyla bir arada kalmanın yollarını arıyor.”

## “Uluslararası danışmanlık hizmeti ağıımız var”

“Pera Counseling bireysel psikoterapi, çift ve aile terapileri alanında klinik hizmet veren bir psikolojik danışmanlık merkezi. Pera Consulting ise aslında Pera Counseling'den biraz daha eski bir girişim. Amerika'dan döndüğüm ilk yıllarda kendi aile şirketimin yönetim tecrübesinden ve halihazırda danışmanlık verdiğim kurumsal şirketlerin ihtiyaçlarından hareketle kurduğum özel bir inisiyatif. Bugün pek çok farklı ülkede danışmanlık hizmeti veren uluslararası bir ağıımız var. 'Ailenin' kolektif bir bilinçle varlığını korumak isteyen, geleneksel değerlerini kaybetmeden büyümeyi hedefleyen şirketlerin taleplerini karşılayan bir okula dönüştü. Her iki kurumda da yüz yüze ve çevrimiçi danışmanlık hizmetleri aktif olarak devam ediyor.”

tanımı biraz farklı. Zira burada sadece biyolojik aile üyelerinin değil, şirket içinde söz sahibi olan bütün unsurların, bütün bireylerin ve ilişkilerin 'aile' tanımına dahil edildiği bir sistemden söz ediyor, geleneksel bakışa yeni bir perspektif getirerek şirketlerin içindeki aile sistemlerinin her parçasının birbirleriyle ilişkileri üzerine çalışmaya odaklanıyorum.

## Şirketler size neden geliyor?

En yaygın karşılaştığımız sorunların ve hedeflerin kuşaklar arası çatışmalar, şirketin ikinci ve üçüncü nesle devir süreçleri ve

bu süreçlerde oluşan ilişkisel problemlerle irtibatlı olduğunu söyleyebilirim. Bu temalara bağlı olarak ortaya çıkan kurumsallaşma ve aile anayasası oluşturma gibi içsel dinamiği dengeleme işlevini yerine getiren ihtiyaçlar hala en temelde duruyor. Ancak Türkiye'de en yaygın gündemler arasında yeni nesil genç liderlerin yetiştirilmesi ve yönetim görevine hazırlanması, sadece bir şirketin devri değil, aynı zamanda bir aile öyküsünün ve kültürel bir mirasın varislerinin belirlenmesi yer alıyor.

Yeni nesil genç liderler ya bir önceki

kuşağın gölgesinde vizyoner tarafları anlaşılmasından desteksiz kalıyorsa ya kopuk aile ilişkilerinin bir sonucu olarak kendi potansiyellerini gerçekleştiremiyor ve bunun akabinde gelişimi tıkanmış, cinsiyetçi tavır nedeniyle ayrılaştırılmış, omuzlarındaki suçluluk duygusuyla çaresiz ve yok sayılmış hissedebiliyorlar. İşte bu noktada uzun yıllardır bir eğitim semineri dizisi olarak sunduğum 'Yeni Nesil Genç Lider Yetiştirme Programı' gibi danışmanlık hizmetleri kapsamında ilişkisel ve örgütsel bağlamda psiko-egitimi de entegre ederek ilerliyorum.

### **Genç nesillerin adaptasyonunda aile şirketleri hangi noktada?**

Bence yeni nesil genç yöneticiler için en büyük okul, eğer hala şanslıysalar, aile büyükleriyle yaşamı paylaşarak kuşaklar arası geçişlere tanıklık edebilmek. Ben köklerimizle kurulan bağın, aile öyküsüne duyulan saygının, kuşaklar arası aktarımın ve aile ilişkilerindeki huzur ve birlik hissini; güçlenerek varlığını sürdürmeyi hedefleyen aile şirketlerinde çok önemli rol oynadığını düşünüyorum.

Hem genç neslin kendini daha duyulur hem de bir önceki kuşağın değerler aktarımını, manevi ihtiyaçlarını, beklenti ve kaygılarını doğru bir dille ifade etmelerini sağlayacak bir alan açmak gerekiyor. Bu nedenle kuşaklar arası çatışmaların nedenlerine odaklanılması, aile büyükleri ve yeni nesil arasındaki iletişim köprüsünün oluşturulması reçetemdeki 'tedavi'nin sadece başlangıcı anlamına geliyor.

### **Kadın liderler aile şirketlerinde nasıl bir konumda?**

Ülkemizde bazı istisnalar dışında ataerkil yaklaşımın nesillerce hâkim olduğu bir aile şirketi kültürüyle karşılaşıyoruz. Şüphesiz ki günümüzde başarılarına tanık olup gururlandığımız pek çok kadın iş insanı artık aile şirketlerinde de lider konumdadır. Temelde bireyin meşihatlerini dikkate alarak adil, dengeyi sağlamaya gayret eden, cinsiyetçiliği bir kenara bırakabilen demokratik aile işleyişleri, başarıyı sürdürülebilir kılan aile şirketleri olarak yolculuklarına devam ediyor.

Ne yazık ki Türkiye'deki aile şirketlerinde büyük ölçüde erkek egemen kültüre hapşolmuş bir yönetim anlayışı hala kadınların yönetim inisiyatifi alma ihtimalini dahi



reddediyor. Kurumsallaşma ufkunu taşıyan, şirketin istikrarını ve başarısını aile ilişkilerinden bağımsızlaştırmayı başarabilen, eğitime önem vererek cinsiyet gözetmeksizin zekâ ve yeteneği öncelikli sayan aile şirketleri ise bu sorunları geride bırakarak çok daha uzun yıllar ayakta kalma umutlarını güçlendiriyorlar.

### **Yurt dışında da aile şirketlerine danışmanlık veriyorsunuz. Sorunlar benzer mi?**

Uzun yıllardır başta ABD'de olmak üzere, İngiltere'de ve İtalya'da farklı sosyo-kültürel altyapı ve eğitim düzeylerinden aile

şirketleriyle çalışıyorum. Aile ilişkilerindeki çözüme kavuşturulamayan çatışmalar, sağlıklı bir müzakere zemini oluşturamamak, yeni kuşağa kendi meşihatlerini ortaya koymak üzere alan açmamak başlıca sorunlar olarak sıralanabilir. Sorunların görünüşleri birbirine çok benzer olsa da çıkış noktaları kuşaklar arasındaki farklı kültürel tikanıklardan kaynaklanabiliyor. Kültürel belirlemim kimi zaman o kadar etkin ki çözüm metodunu bütünüyle değiştirmese de sorunu idrak ederek adını koyabilmenin yolları tamamen farklılaşıyor.



# Aile tecrübesiyle kendi markasını yarattı

Aile şirketleri Sun Tekstil'de edindiği tecrübelerden cesaret alan Ayşe Ünlütürk, bir yıl önce 'mükemmellik' anlamına gelen kendi markası ARETE'yi kurdu. Ünlütürk, "Ana satış kanalımız web sitemiz. Bazı ürünlerimiz Vakkorama mağazalarında ve web sitesinde satışta" diyor.

Aile şirketlerinin mutfağında yetişen pek çok girişimci var. Onlar işlerindeki girişimcilik ruhuyla hareket ederek kendi yollarını çizmeyi seçen isimler. İzmirli Sun Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Elvan Ünlütürk ve Başkan Yardımcısı Sabri Ünlütürk'ün kızları Ayşe Ünlütürk de o isimlerden biri. Lisans eğitimini London College of Fashion'da 'Fashion Management' alanında tamamlayan Ünlütürk, sonrasında Parsons The New School of Design'da 'Design History and Curatorial Studies' master programında işletme bilgisini sanatla buluşturuyor. Eğitim hayatından sonra Londra ve İstanbul'da hem moda, hem sanat alanında profesyonel olarak çalışan Ünlütürk, ardından aile şirketlerinde çalışmaya başlıyor. "Her günün etrafımda yüzlerce kıyafetle geçirdikten sonra artık bu yolculuğa baş koymam gerektiğini anladım. Mart 2023'te işten ayrılıp kendi şirketimi kurdum, Haziran 2023'te ise satışa başladık" diyor markası ARETE'nin yolculuğunu anlatırken. Ayşe Ünlütürk, markasıyla ilgili sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

**Tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir aileden geliyorsunuz. Kendi markanızı yaratmaya nasıl karar verdiniz?**

Hem hayatım hem de kariyerim moda ve sanat arasında sürekli gidip geldi. Bir marka kurmak aslında benim çocukluk hayalimdi. Anneannem hala daha çocukken yazlıkta yaptığım kıyafet çizimlerini saklar. Neredeyse tüm ailemin tekstilci olması da tabii ki benim bu ilgimi kuvvetlendiriyordu.

**Markanızın doğuşunda neler etkili oldu? Kimlerden destek aldınız?**

Öncelikle bilgi ve deneyimlerinden faydalanmak için annem ve babamdan destek aldım, almaya da devam ediyorum. Kendimi zor bir

## "Ana satış kanalımız web sitemiz"

"Ana satış kanalımız web sitemiz areteadytowear.com. Aynı zamanda ürünlerimizin bazıları 10'dan fazla Vakkorama mağazasında ve Vakkorama web sitesinde satışta. Satış performansından son iki aydır çok daha memnunuz diyebilirim. Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik durum malum, dolayısıyla daha yeni adım atmaya başlayan bir marka olarak zor bir kış geçirdik. Markamızın zaman içinde daha sağlam adımlar ilerleyeceğine inançımız tam."



AYŞE ÜNLÜTÜRK

pozisyona koyduğumun farkındayım; yani altına girdiğim gölge oldukça geniş... Kurucularından babam, amcam ve yengem ve son 16 yıldır liderliğini yapan annemin muazzam özverisi sayesinde sektörde öncü olmuş bir aile şirketi ve bu şirketin başarısının temelini oluşturan müthiş yetenekli ve parlak yüzlerce profesyonel. Desteğin en önemlisi bilgi... Her gün bunun farkına varıyorum. Gerek teknik konularda, gerekse iş yönetimiyle alakalı bilgiye ulaşabilmek konusunda çok şanslıyım. Bu yüzden gölge geniş olsa da, arkamdan esen rüzgar da kuvvetli diyebilirim.

**Markanız hakkında bilgi verir misiniz? Üretim süreci, çizgisi, hedef kitlesi...**

Üretimimiz yoğun olarak İzmir'de gerçekleşiyor. 'ARETE' ismini Efes Antik Kenti'ndeki bir heykelden aldı. 'ARETE'nin kelime anlamı 'mükemmellik' olmakla beraber, kişinin potansiyeline ulaşmasını temsil ediyor. Markanın da varoluş nedeninin kadınlar olarak potansiyellerimize ulaşmak olmasını istediğim için, 'ARETE Ready-to-Wear' ismini buradan aldı. Kadınlar olarak engel tanımadan kendi yollarımızı açmamız, kendi hayatlarımızın belirleyicisi ve kendi geleceğimizin yaratıcısı olmamız gerektiğine yürekten inanıyorum. 'ARETE Ready-to-Wear', potansiyellerine ulaşma yolunda yürüyen tüm kadınların yanında olmayı amaçlıyor.

**Hedefleriniz neler?**

Açık konuşayım, tek bir hedefim var; kendi girişimimle para kazanabileceğimi kendime kanıtlamak... Dolayısıyla tüm harcama kalemlerinin öncelikle nakit akışı, sonrasında da ciroya olacak etkisini göz önüne alıyorum. En büyük hedefim Vakkorama'lardaki satış 2-3 katına çıkmak. Sonbahar/Kış 2024 koleksiyonumuz çok kuvvetli. O yüzden umarım bu hedef yakında gerçekleşecek. Sonraki hedeflerim arasında yurtdışında güvenilir bir satış kanalı bulmak yer alıyor.

# Global açılım için 3,5 milyon \$'lık yatırım

Hiwell, 'terapiyi herkes için erişilebilir kılmak' misyonuyla 2019'da girişimci Ali Ozan Özçiçek tarafından kurulmuş bir teknoloji şirketi. Uzman psikologların danışanlar ile online olarak seans gerçekleştirmesini sağlayan uygulamayla danışanlar dünyanın her yerinden hizmet alabilirken uzman psikologlar da uygun fiyatlı hizmet sunabiliyor.

## Kişiselleştirilmiş kayıt süreci

Hiwell Kurucusu ve CEO'su Ali Ozan Özçiçek; "Hiwell'in kişiselleştirilmiş kayıt süreciyle terapiye başlamak isteyen kişiler beklentilerine ve ihtiyaçlarına uygun uzman bulmak için sisteme kayıt yaptıktan sonra kısa bir test çözerek kendilerine en uygun psikologları görüntüleyebilirler" diyor. Özçiçek; kişilerin, seçtikleri psikologlarla ücretsiz ön görüşmeler yaparak içlerine en çok sinen uzman ile terapiye başlayabilecekleri bilgisini de veriyor.

Terapiye başlamak isteyenler, uygulama içerisinden uzmanlar tarafından hazırlanmış birçok içeriğe de ulaşabiliyor. Ali Ozan Özçiçek; Hiwell'in terapi ihtiyacı duyan bireylere doğrudan hizmet sağladığı gibi çalışanlarına psikolojik destek vermek isteyen şirket ve kurumlar için de çözümler sunduğunu da kaydediyor.

## Sekiz ülkede terapi hizmeti

Yolculuğuna Türkiye'de başlayan Hiwell, hizmet verdiği Avrupa ülkelerinde de güçlü büyüme gösteriyor. Türkiye dışındaki ülkelerdeki gelirlerinin Türkiye gelirlerine yaklaştığını aktaran Ali Ozan Özçiçek, "Ürünümüzü ve modelimizi Türkiye'de geliştirdikten sonra Avrupa ülkelerinde de ürün-pazar uyumunu yakaladık. Sekiz ülkede 100 binlerce insanın yaşamına dokunuyoruz" diyor. Dünya genelinde 700 binden kişiye anadillerinde terapi hizmeti sunduklarına değinen Özçiçek; İtalya, İspanya ve Brezilya dâhil sekiz ülkede yüksek lisansları ve diplomaları

Yolculuğuna Türkiye'de başlayan online terapi platformu Hiwell, Avrupa'da da büyüyor. Hiwell Kurucusu ve CEO'su Ali Ozan Özçiçek; "Sekiz ülkede 100 binlerce insanın yaşamına dokunuyoruz. Seri A öncesi yatırım turunda 28,5 milyon dolar değerlendirme üzerinden 3,5 milyon dolarlık yeni yatırım aldık" diyor.

## "Mesleki etik ilkeler konusundaki bilgileri ölçüyoruz"

"Sunduğumuz hizmetin gerektirdiği etik ilkelere bağlı ve yüksek lisanslarını yapmış yetkin lokal psikologların seçiminde yüzde 5 civarında kabul etme oranımız var. Kuruluşumuzdan bu yana platformumuzda hizmet verecek psikologların belirlenmesinde yalnızca yüksek lisans diplomalarını ilgili ülkedeki resmi kurumlardan kontrol etmekle kalmıyor, kapsamlı mülakatlarla hem yetkinliklerini hem de terapistliğe dair mesleki etik ilkeler konusundaki bilgilerini ölçüyoruz ve eleme yapıyoruz."



doğrulanmış bin 200'ü aşkın lokal uzman psikologla çalıştıklarını da kaydediyor.

## "Türkiye, Yunanistan ve Portekiz'de lideriz"

Hiwell'in globale açılmasında aldığı yatırımlar önemli bir itici güç konumunda. Ali Ozan Özçiçek; değer yaratan sürdürülebilir modelle tohum öncesi ve tohum yatırım turlarında toplamda 1,6 milyon dolar yatırım alan Hiwell'in doğru bir işe yönelmiş, az miktarda yatırımla globale açılım sağlanabileceğinin örneği niteliğinde olduğunu vurgu-

luyor. Özçiçek, önceki turlarda aldıkları 1,6 milyon dolar yatırımla Türkiye, Yunanistan ve Portekiz'de de lider online terapi platformuna geldiklerine de işaret ediyor.

Son olarak Hiwell, Seri A öncesi yatırım turunda 28,5 milyon dolar değerlendirme üzerinden 3,5 milyon dolarlık yeni yatırımını tamamladı. Bu yatırım turuna, önceki tura öncülük etmiş ve devam yatırımlarını yapan Boğaziçi Ventures, Eksim Ventures gibi şirketler ile Dr. Hüseyin Başçıftçı gibi melek yatırımcıların yanı sıra Ünlü Portföy AR-GE GSYF ve Kinesis Teknoloji Yatırımları A.Ş. ilk kez yatırım yaparak katıldı.

# “Hedefimizde ABD ve AB ülkeleri var”

Yoluna yaklaşık 30 yıl önce Merter’de tekstil aksesuarları satışı ve ihracatı ile başlayan Doruklara, bugün girdiği farklı alanlarla faaliyetlerini sürdürüyor. Personel kıyafetleri, ihtiyaçlara yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri, ev kokuları, hediyelik ve promosyon ürünleri üreten şirket, e -ihracatta büyümeyi hedefliyor.

Temelleri 1995 yılında Merter’de tekstil aksesuarları satışı ve ihracatı ile atılan Doruklara, zamanla iş kollarını genişleterek yoluna devam ediyor. Bugün gelinen noktada; personel kıyafetleri ve özel siparişler, müşterilerimizin ihtiyacına yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri ve ev kokuları, hediyelik ve promosyon ürünleri faaliyet alanlarını oluşturuyor. Önümüzdeki dönemde ihracata ağırlık vermeyi planladıklarını söyleyen Doruklara A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı A. Nadir Bulut, “E-ihracat siteleri üzerinden çalışmalarımız devam ediyor. Hedefimiz ABD ve Avrupa ülkeleri. Bu pazarlara ulaşmak için kapsamlı bir strateji oluşturduk. Kısa zamanda hedeflerimize ulaşacağımızı düşünüyorum” diyor. Bulut, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

## Kendinin ve şirketinin kuruluş hikâyesi hakkında bilgi verir misiniz?

1995 yılında Doruk Tekstil Aksesuar olarak başladığı serüvenimiz tekstil aksesuarları satışı ve ihracatçılarla çalışmalarımız ile Merter’de uzun yıllar devam etti. Gerek ihracatçılar gerekse iç piyasa müşterilerimiz ile 2012 yılına kadar yoğun ticaretimiz oldu. Binlerce müşteri ile güvenilir ve saygın ticaretimiz oldu. 2012 yılı itibarıyla personel kıyafeti ve ekipmanları üretim ve tedarik işine de girdik ve sektörün zamanında ve kaliteli ürünler yapan firmalarından biri olduk. Ürün kalitesini önemsedik firma itibarını yansıtan güzel ve kaliteli ürünler yaptık. Hala yapmaktayız. Bizim için termin, acil ve en erken ürün teslim edebilecek şekilde hazır olmak demektir. Hazırda binlerce adet üst grup ve alt grup ürün

## “Tamamen naturel ürünler üreteceğiz”

“1995 yılından beri işveren olarak gördüğüm şu ki, insanlar daha az iş yükü daha çok konfor istiyor. Kızım, Hollanda’da eğitimini bu yıl tamamlayacak. Geri dönerse işimiz daha kolay olur. Oğlum Doruk ile yapmak istediğimiz şey, ürünlerimizi üretilip depolayıp siparişlerimizi sitelerimizden alıp kargo ile alıcılara önce Türkiye’de, sonra dünyaya ulaştırmak. Bu sistemi oturtmaya çalışıyoruz. Yeni çıkaracağımız ürün markamız ‘SUVERA’ bu amaç için çok önemli. Tamamen naturel, organik ve hiçbir zararlı kimyasal kullanılmadan üretilen cilt bakım krem ve serumları. Başka ürünlerimizde olacak ama hepsi doğal ve katkısız olacak. İnsanımız bunu hak ediyor.”



olarak depomuzda mevcut olup firma logo ve ismiyle ister baskı ister nakış hemen teslim edilecek şekilde organize olarak müşterimizin siparişini beklemekte. Adet sınırı olmaksızın çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz.

## Kimlere çalışıyorsunuz?

2019 yılı pandemi öncesi Yemeksepeti

tedarikçisi olarak çok yoğun bir dönem yaşadık. Banabi ve şimdiki ismiyle Yemeksepeti market ürünlerinin neredeyse tamamını biz Doruklara olarak tedarik ettik. Personel kıyafetlerinden hediyelik promosyon ürünlerine, bez çanta kraft çanta poşet atlet poşet ve tüm ihtiyaçları, hızlı ve doğru fiyatlamaya ile çok büyük hacimli işler yaptık, hala yapıyoruz. 2022 yılında kongre üyesi olmaktan şeref duyduğum Fenerbahçe spor kulübü ile lisans anlaşması yaptık ve lisansiyesi olduk. Hala Fenerium’ların hediyelik ürünlerinin lisansiyesi olarak üretim yapmaya ve Fenerium’larda vermeye devam ediyoruz. Cumhuriyetimizin 100’üncü yılında çok sevdiğimiz ve değer verdiğimiz sevgili Yıldırım Mayruk ustamızın adını ölümsüzleştirmek için adına parfüm ve Home Frangrance ürünleri yapıp satışa sunduk. Eşsiz moda, sanat, kreatif bilgi ve maharetlerini gelecek nesillere aktarmak adına ürünler hazırladık. Temsil hakkını da uzun yıllar Doruklara A.Ş.’ye teslim etti. İnşallah çocuklarımız da bu çok değerli ve seçkin markanın temsilcileri

A.NADİR BULUT



olacaklar. Bu gururda ailemiz adına paha biçilmez bir değer. Şimdi hem Fenerbahçe hem Yıldırım Mayruk ürünlerimiz e-ticaret sitelerimizden (doruklara.com) (yildirimmayruk.com) üzerinden satışa sunulmakta.

**Faaliyet alanlarınız neler? Ürün ve hizmetleriniz hangileri?**

Tekstil sektörü, kuruluşumuzdan itibaren

ana faaliyet alanımız olmuştur. İlk sırada personel kıyafetleri yer almakla birlikte, kuvvetli bir tedarikçi olduğumuz için önemli sarf malzemeler arasında poşet çanta, bez çanta, kraft çanta ve oluklu mukavva koli de bulunmaktadır. Özel siparişlerde çok yaratıcı ve yenilikçi çalışmalar yapabilmekteyiz. Kozmetik ve hediye ürünler iş kolumuzu genişleterek e-ti-

caret ayağımızı güçlendirdi. Bu alanda olmak zorundaydık ve yaklaşık 2 yıldır faaliyetlerimiz devam ediyor; hızla yeni ürünler ekleyerek büyümeye devam edeceğiz. Özetleyecek olursak: personel kıyafetleri ve özel siparişler, müşterilerimizin ihtiyacına yönelik tedarik çözümleri, kozmetik, kişisel bakım ürünleri ve ev kokuları, hediye ve promosyon ürünleri faaliyet alanlarımızı oluşturuyor.

**2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?**

Şu an büyüme hedefimiz, ekonominin düzelmesi ile doğru orantılı olarak yazlık ve kışlık personel kıyafetleriyle Yıldırım Mayruk ürünlerini geliştirip üretim faaliyetlerini artırmak. Tüm sektörler sıkışık bir dönemde; mevcut durumu koruyup ayakta kalmak en önemlisi. Çok kötü zamanlar geçirdik, ancak bunu da aşacak güçte ve kabiliyetteyiz. Her zaman bir çıkış yolu vardır, sadece onu bulmak zaman alır. Biz, temsil ettiğimiz markalara ve kendimize güveniyoruz.

**Çalışan sayınız ve yıllık üretim kapasiteniz nedir?**

Anonim şirket olarak kompakt bir çalışan sayımız var. Aile şirketi olmamız, bunun en büyük avantajı; yani kendi işimizi kendimiz yapıyoruz diyebiliriz. Ancak, bize iş yapan ve iş birliği yaptığımız ekip oldukça kalabalık, son derece etkin, yaratıcı ve cansiperane. Başarılarımızın sırrı da burada: uzun yıllar her türlü güçlüğü birlikte aşma ve sorun çözme becerisi. Ekip ruhu diyebiliriz.

**İhracat hedefleriniz var mı, varsa hedef pazarlarınız hangileri?**

E-ihracat siteleri üzerinden çalışmalarımız devam ediyor. Hedefimiz ABD ve Avrupa ülkeleri. Bu pazarlara ulaşmak için kapsamlı bir strateji oluşturduk. Kısa zamanda hedeflerimize ulaşacağımızı düşünüyorum.

**Pandemi sonrasında tüketicilerin tercihlerinde bir değişiklik gözlemlediniz mi?**

E-ticaret büyük bir yükselişe geçti, tüketim kalemleri değişti, dijital dünya vazgeçilmezimiz oldu. Yeme içme kültürü bile değişti; insanlar az enerji ile çok kazanmak istiyor ve Türkiye'de yaşam şartları çok zorlaştı. Geçim sıkıntısı hiç bu kadar zor olmamıştı. Normalleşme için yöneticilerimizin yeni yöntemler geliştirmesi gerekli. Büyük bir seferberlik, Cumhuriyetimizin ilk yıllarında olduğu gibi, bizi kurtaracak tek çözüm.

# “KOBİ’lerin dijitalleşmesine destek oluyoruz”

Dijital dönüşümde bulut teknolojisi, şirketlerin yeni uygulama ve hizmetlerini hızlı bir şekilde geliştirmelerine ve pazara sunmalarına imkan veriyor. Rota Bulut ERP Genel Müdürü Ferhat Aysever, bu süreçte işletmelerin inovasyon süreçlerini hızlandırarak şirketlerin dijital dönüşümde rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olduklarını söylüyor.

Bulut tabanlı ERP sistemleri, işletmelerin dijital dönüşüm sürecinde en büyük yardımcıları arasında yer alıyor. Bu sistemler, verilerin güvenli bir şekilde depolanmasını ve yönetilmesini sağlarken, aynı zamanda maliyet tasarrufu da sunuyor. İşletmeler, bulut teknolojisi sayesinde IT altyapısı ve bakım maliyetlerinden kurtularak, kaynaklarını daha verimli kullanabiliyor. Ayrıca, bulut sistemlerinin sunduğu esneklik ve ölçeklenebilirlik, işletmelerin büyüme hedeflerine ulaşmasını kolaylaştırıyor. Rota Bulut ERP de, KOBİ’lerin dijital dönüşüm süreçlerini kolaylaştırmak ve iş süreçlerini daha verimli hale getirmek amacıyla geliştirilmiş bir ERP yazılım ürünü. İşletmelerin dijital dönüşümü benimsemesinin ve bu sürece yatırım yapmasının birçok avantaj sağladığını belirten Rota Bulut ERP Genel Müdürü Ferhat Aysever, “KOBİ’ler için dijital dönüşüm, sadece mevcut süreçlerin iyileştirilmesi anlamına gelmiyor. Aynı zamanda, yeni iş modelleri ve gelir kaynakları oluşturma potansiyeli de taşıyor. E-ticaret, dijital pazarlama ve online hizmetler gibi alanlarda sağlanan çözümler, işletmelerin yeni pazarlara açılmasını ve global çapta rekabet etmesini kolaylaştırıyor” diyor.

Aysever, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

## Faaliyet alanlarınız neler? Ürün ve hizmetleriniz hangileri?

Rota Bulut ERP olarak, işletmelerin tüm iş süreçlerini dijital ortamda yönetmelerine olanak tanıyan kapsamlı ERP çözümleri sunuyoruz. Ürün yelpazemiz; Muhasebe, stok

## “Liderlik hedefliyoruz”

“Önümüzdeki 5 yıl içinde, Rota Bulut ERP’yi Türkiye’de sektörde en üst sıralara taşımak, globalde de yine çok bilinen ve tercih edilen ürünlerden biri yapma hedefindeyiz. Ürün portföyümüzü genişleterek dikey çözümlerle ve entegrasyonlarla daha kapsamlı bir yapı sunmak hedeflerimiz arasındadır. Ayrıca, yenilikçi teknolojilere yatırım yaparak dijital dönüşüm süreçlerinde lider konumda olmayı planlıyoruz. Bu hedeflere ulaşmak için sürekli olarak AR-GE çalışmalarımıza devam edecek ve müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunmaya devam edeceğiz.”

## Ne gibi avantajlar sağlıyor?

- Yenilikçi Çözümlerle Rekabet Üstünlüğü Dijital dönüşüm sürecinde yenilikçi çözümler geliştiren işletmeler, rekabet üstünlüğü elde ediyor. Özellikle bulut ERP çözümleri, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırarak, pazarda rakiplerine karşı avantaj sağlamalarını mümkün kılıyor. Bu çözümler, finansal yönetimden insan kaynaklarına, üretimden lojistiğe kadar tüm iş süreçlerini entegre bir şekilde yöneterek, işletmelerin daha stratejik kararlar almasını destekliyor.
- Siber Güvenlik ve Veri Koruma Dijital dönüşüm sürecinde en önemli konulardan biri de siber güvenlik ve veri koruma. İşletmelerin dijital varlıklarını korumak için güçlü siber güvenlik önlemleri alması gerekiyor. Bulut tabanlı çözümler, güvenlik protokolleri ve veri yedekleme hizmetleri ile işletmelerin dijital varlıklarını güvende tutmalarını sağlıyor.
- Geleceğe Hazırlık Dijital dönüşüm, KOBİ’lerin geleceğe hazırlanmasında kritik bir rol oynar. İşletmeler, dijitalleşme sayesinde hem günümüzün zorluklarına karşı direnç kazanır hem de gelecekteki fırsatlara hazır hale gelir. Dijital çözümler, işletmelerin inovasyon kapasitesini artırarak, değişen pazar koşullarına hızla adapte olmalarını sağlıyor.
- Müşteri Deneyiminde Devrim Dijital dönüşüm, müşteri ilişkileri yönetiminde de devrim niteliğinde yenilikler getiriyor. İşletmeler, müşterileriyle olan etkileşimlerini dijital platformlar üzerinden yöneterek, daha hızlı ve etkili geri bildirimler alabiliyor. Bu sayede müşteri memnuniyeti artarken, sadakat de güçleniyor. Ayrıca, müşteri verilerinin etkin yönetimi ve analizi, pazarlama stratejilerinin daha hedefli ve verimli olmasını sağlıyor.

depo yönetimi, CRM, üretim planlama, satış ve pazarlama ve benzeri modülleri içerir. Ayrıca e-fatura, e-irsaliye ve e-defter entegrasyonları gibi e-dönüşüm çözümleri ile işletmelerin tüm elektronik dönüşüm süreçlerini gerçekleştiriyoruz.

#### **Bulut teknolojileri hangi alanlarda KOBİ'lere avantaj sağlıyor?**

Bulut teknolojileri, KOBİ'lere maliyet tasarrufu, esneklik, ölçeklenebilirlik ve mobilite gibi pek çok avantaj sunuyor. KOBİ'ler, bulut tabanlı çözümlerle yüksek maliyetli donanım yatırımlarından kaçınabilir, ihtiya-

yaçlarına göre kaynaklarını hızlıca artırıp azaltabilir ve her yerden iş süreçlerine erişim sağlayabilir. Ayrıca, bulut teknolojileri veri güvenliği ve yedekleme konularında da KOBİ'lere önemli avantajlar sunar.

#### **2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?**

2024 yılı için hedefimiz, Türkiye pazarındaki konumumuzu güçlendirmeye devam ederken, yeni başlattığımız yurtdışı operasyonlarımızı da genişletmektir. Büyüme stratejimiz, yenilikçi teknolojilere yatırım yaparak ürünümüzü sürekli geliştirmek ve

müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmaktır. Ayrıca, stratejik iş ortaklıkları kurarak ve dijital pazarlama faaliyetlerine ağırlık vererek marka bilinirliğimizi daha da artırmayı planlıyoruz.

#### **İhracat hedefleriniz var mı, varsa hedef pazarlarınız hangileri?**

Evet, yurtdışında bazı ülkelerde iş ortaklığı sürecini başlattık, ihracat hedeflerimiz arasında öncelikle Avrupa ülkeleri gelmektedir. İlk olarak İngiltere, İsviçre ve Almanya ile başladık, diğer Avrupa ülkeleri de hedef pazarlarımız arasında yer almaktadır. Bu pazarlarda yerel iş ortaklarıyla iş birlikleri kurarak ve ürünlerimizi yerel ihtiyaçlara göre adapte ederek büyümeyi planlıyoruz.

#### **Pandemi sonrasında tüketicilerin tercihlerinde bir değişiklik gözlemlediniz mi?**

Pandemi sonrasında dijitalleşme süreci hız kazandı ve işletmelerin bulut tabanlı çözümlere olan talebi arttı. Tüketiciler artık daha fazla esneklik ve erişilebilirlik talep ediyor. Bu doğrultuda, biz de ürünlerimizi sürekli olarak güncelliyor ve müşterilerimizin değişen ihtiyaçlarına hızlıca cevap verecek çözümler sunuyoruz.

#### **Sürdürülebilirlik artık çağımızın olmazsa olmaz kavramı. Sizin bu alanda ne tür girişim ve adımlarınız var?**

Sürdürülebilirlik, Rota Bulut ERP olarak önem verdiğimiz bir konudur. İş süreçlerimizi daha çevreci hale getirmek için dijital dönüşümü teşvik ediyoruz. Ayrıca, enerji verimliliği yüksek veri merkezlerini tercih ederek karbon ayak izimizi minimize ediyoruz. Müşterilerimize sunduğumuz çözümlerle de kağıt tüketimini azaltarak çevre dostu uygulamaları destekliyoruz.

#### **Yapay zeka teknolojileri, gelecek stratejilerinizi belirlemek konusunda işlevsel mi? Bu alanda çalışmalarınız var mı?**

Yapay zeka teknolojileri hem güncel hem de gelecek stratejilerimizin önemli bir parçasıdır. Şu an bir iş zekası uygulaması (Rota BI) geliştiriyoruz ve bunu yapay zeka destekli yapıyoruz. Ayrıca, yapay zeka tabanlı bir destek robotu uygulaması da geliştiriyoruz ve bu uygulama ile müşterilerimize daha verimli ve daha hızlı destek vereceğimiz bir yapı kurmayı planlıyoruz.



**FERHAT AYSEVER**

# “Türkiye’nin 8’nci unicorn’u olmayı hedefliyoruz”

Küçük esnafı ürünlerle iade garantili ve aracısız olarak buluşturan online B2B pazaryeri ToptanTR.com; yıl sonuna kadar 5 bin satıcıya ve 250 bin esnafa ulaşmayı hedefliyor. ToptanTR Kurucu Ortağı ve CEO’su Sezgin Şener, bu yıl içinde Türkiye’nin sekizinci unicorn’u olmayı hedeflediklerini kaydediyor.

‘Online B2B pazaryeri’ olarak konumlanan ToptanTR.com; 1995’te faaliyetlerine başlayan Enkay Şirketler Grubu bünyesinde 2018’de 500 bin dolarlık yatırımla kuruldu. Şirket, Kasım 2023 itibarıyla faaliyete geçirdiği ‘ToptanTR Pazaryeri’ hizmetiyle ise üreticilere, 81 il ve 922 ilçede bakkaldan eczaneye, nalburdan kırtasiyeye kadar tüm yerel esnafı, sıfır yatırım maliyetiyle aracısız ulaşma fırsatı sunuyor.

Küçük esnafı ihtiyacı olan binlerce çeşit ürünle kısa zamanda, iade garantili ve aracısız olarak buluşturdıklarını söyleyen ToptanTR Kurucu Ortağı ve CEO’su Sezgin Şener; bu iş modeliyle üreticilerin ve esnafın aracısız ticaret yapmasını sağladıklarının altını çiziyor. Şener; ‘ToptanTR Pazaryeri’ sistemiyle ise yerel esnafın üretici garantili, faturalı ve uygun fiyatlı ürünleri direkt üreticisinden alabildiğini ve 10 binlerce şubesi olan zincirlerle rekabet edebildiğini kaydediyor. “Yıl sonuna kadar 5 bin satıcı ve 250 bin esnafa ulaşarak Türkiye’nin sekizinci unicorn’u olma hedefimize emin adımlarla ilerliyoruz” diyen Sezgin Şener ile ToptanTR’nin iş modelini ve hedeflerini konuştuk.

## ToptanTR.com’u tanıyabilir miyiz?

Tüm Türkiye’yi kapsayacak şekilde ürünlerin fabrikadan çıkışından perakendecinin rafında son tüketiciye sunulma sürecine kadar geçen yolculuğu optimize edebilme, maliyetleri düşürerek operasyonel verimliliğin artırılabilmesi üzerine birçok proje çalıştık ve denemelerimizin sonunda en doğru modelin e-B2B projesi olduğuna

## “Lokasyon bazlı satış olanağı sunacağız”

“İlk günden beri Türkiye’nin tüm bölgelerine en ücre köşeler de dahil olmak üzere sevkiyat yapabiliyoruz. Ekim ayında faaliyete girecek lokasyon bazlı satış olanağımızla distribüsyon sisteminde devrimsel bir hizmetle tedarikçilerimize destek olacağız. Bu sistemle her satıcı sipariş almak istediği bölgeleri kendisi belirleyebilecek, isterse kendi araçları sevkiyat yapabilecek. Sistemin en önemli faydası ise ToptanTR’ye soğuk zincir kapsamındaki tüm ürünler de giriyor olacak. Bunlara en kısa zamanda meyve ve sebze grupları da eklenecek.”

karar vererek ToptanTR.com’u 2018’de hayata geçirdik. O dönemde ana yatırım kale-mimiz aramıza yeni katılan yazılım tarafında oldu. Altyapı ve çalışan süreçleri ile yaklaşık 500 bin dolarlık bir yatırımla projemize startı verdik. ToptanTR.com, 2018’den bu yana küçük esnafı ihtiyacı olan binlerce çeşit ürün ile çok kısa zamanda, iade garantili ve aracısız olarak buluşturuyor.

## Kuruluşun bu yana nasıl bir gelişim kaydettiniz?

Projemizin kuruluş aşamasından 2023 Kasım’a kadar tüm stoklarımızı firmalardan direkt kendimize tedarik ettik ve tek depodan Türkiye’nin her yerine sevk ettik. Bu sürede 10’a yakın depo değiştirerek 2023’te İstanbul’daki yeni lojistik ve teknoloji merkezimize taşındık. Ancak 10 bin m2ye yakın alanı olan bu merkezimiz de hızlı büyümemizden dolayı yetersiz kaldı ve projeyi 2023 Kasım’da pazaryeri iş modeline çevirdik.

## Yeni iş modeliniz ‘ToptanTR Pazaryeri’nden bahsedebilir misiniz?

‘ToptanTR Pazaryeri’ hizmetiyle üretici-

leri, 81 il ve 922 ilçede bakkaldan eczaneye, nalburdan kırtasiyeye kadar tüm yerel esnafa, sıfır yatırım maliyetiyle aracısız şekilde ulaşma fırsatı sunuyoruz. Tahsilat sorunu ve araçların ek maliyetleri olmadan, en güncel teknolojilerle donatılmış arayüzler ile en ekonomik lojistik modellerini barındıran ToptanTR Pazaryeri sistemiyle yerel esnaf üretici garantili, faturalı ve uygun fiyatlı ürünleri direkt üreticisinden alabiliyor ve 10 binlerce şubesi olan zincirlerle rekabet edebiliyor. Bu projeye dağıtım maliyetleri düşen üretici de bağımlı olduğu büyük zincirlere alternatif olarak 10 binlerce esnafa aracısız ve düşük maliyetler ile ürünlerini pazarlayıp satabilme olanağına kavuşuyor.

## Bu modellerinizin hedefleri neler?

Yeni iş modelimizde tüm üreticiler artık mağazalarını kendisi açabiliyor, kampanyalarını kendisi tanımlayabiliyor, tüm süreci kendi deposundan yönetebiliyor. Eski modelde kendi depomuzdan 3 bin çeşit ürün sağlayabiliyorken, pazaryeri modelindeki



Yeni satıcılarımız sayesinde ürün çeşitliliğimiz 50 bin barkoda kadar yükseldi.

Müşteri portföyümüz ise kendi uzmanlığımız olan bakkal, market, eczane, parfümeri gibi hızlı tüketim satıcılarını kapsayan 50 bin müşteriden artık kırtasiyeden nalbura, züccaciyeden oto yedek parçacılarına kadar çok geniş bir profile sahip 100 bin es-

nafı geçmiş durumda. Yıl sonuna kadar 5 bin satıcı ve 250 bin esnafa ulaşarak Türkiye'nin sekizinci unicorn'u olma hedefimize emin adımlarla ilerliyoruz.

**2025 ve daha uzun vadede neler planlıyorsunuz?**

2025 yılı planlarımız dahilinde ToptanTR iş modelimize; emtia, hammadde

alımları ile ihale süreçlerini dahil edecek altyapılar üzerinde çalışıyoruz. Projenin çalışabileceği yurt dışı pazarları araştırıyoruz. 2025'te giriş yapmak istediğimiz ülkeler var ancak bu projemizi ToptanTR ismiyle değil; ilgili ülkenin koşullarına uygun isimlerle, uygun partnerliklerle ve altyapısı tarafımızdan sağlanacak şekilde planlayacağız.

**Yatırım turuna çıkma hedefiniz var mı?**

Kuruluşumuzdan bu yana kendi öz sermayemizle yatırımlarımızı sürdürüyoruz ancak şirketimiz pazaryeri iş modeliyle büyüme konusunda yepyeni ve çığır açan bir safhaya geçti. Uygulamaya alacağımız yeni modüllerimiz ile projemiz net olarak bir 'unicorn' adayı olmuş durumda. Bu nedenle 2024 sonuna doğru özellikle know-how odaklı yatırımlarla ilgileneceğiz.

**ToptanTR'yi hangi konumda görmek istiyorsunuz?**

ToptanTR, bu yıl içerisinde Türkiye'de B2B alanında sektörel dinamikleri yeniden dizayn edecek bir proje olacak. Orta vadede eB2B ticaretin uygulanabileceği tüm alanlarda hem proje hem altyapı hem yazılım anlamında yatırımlarımız olacak. Ayrıca birçok farklı sektörde daha dikey projelerle sektörel B2B projelere giriş stratejilerimiz mevcut.

## İş modeliyle üreticiye ve esnafa nasıl avantajlar sunuluyor?

■ **“TAHSİLAT SORUNU YOK”** Üreticiler; ToptanTR.com'da mağaza açtıklarında ürünlerinin pazarlamasını, satışını ve dağıtımını Türkiye'nin en ücra köşeleri de dahil olmak üzere tüm esnaflara ilave yatırım bedeli olmadan, distribütörlük kurmadan, giriş/gondol/insert bedelleri ödmeden ve tahsilat sorunu olmadan yüzde 100 kapsam sağlayacak şekilde yapabiliyor. Bu sistemle araçlara, büyük toptancılara, büyük zincirlere olan mahkûmiyet ortadan kalkıyor. Üreticiler; esnaflarla direkt iletişimde olduğundan istediği kampanyayı uygulayabiliyor, istediği kampanyayı müşterisine sunabiliyor ve sonuçlarını saniyesinde analiz edebiliyor.

■ **“FİYAT REKABETİNDE AVANTAJ”** Esnaflar, ToptanTR.com'dan alışveriş yaptıklarında yüzde 100 üretici garantili ürünleri dükkanından hiç çıkmadan, online olarak sipariş edebiliyor. En ücra köşedeki yaylamanın dağ köyünde dahi olsa kapı teslim ürünlerini alabiliyor. Satın alma yapmasa dahi birçok ürünü ve fiyatı inceleyip kendi envanterini düzenleyebiliyor, fırsatları takip edebiliyor. Hiçbir üründen ilave stok tutmasına da gerek kalmıyor. Çünkü ürünler ortalama üç günde kapısına iniyor. Bu işlemlerin hiçbiri için komisyon, giriş ve alışveriş bedeli gibi ek ücretler de ödemiyor. Tüm bu koşulları direkt üretici sağladığından esnaf tek şube dahi olsa büyük zincirlerle rekabet edebilecek fiyat ve koşullarda ürün tedariki yapabiliyor.



# “Hem ulusal hem global oyuncu olmak istiyoruz”

Ekonomist Dergisi, Garanti BBBVA ve KAGIDER iş birliği ile düzenlenen “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” ödülleri bu yıl “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” kategorisinde finale kalmayı başaran ED Strafor’un kurucusu Oya Düşmez ile şirketin kuruluş hikayesini ve gelecek planlarını konuştuk. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

## Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

Elazığ doğumluyum. Çukurova Üniversitesi İngiliz Dili ve Eğitimi mezunuyum. Fırat Üniversitesinde yüksek lisansımı yaptım. Evliyim ve 2 güzel kız çocuğu anesiyim. Eğitimci bir aileden geliyorum. Kurucumuz, onursal başkanımız, rahmetli babam Mehmet Sertdemir önderliğinde 1990 yılında Özel BİLGEM Okulları Elazığ’ın ilk özel okulu olarak kurulmuştur. 34 yıllık geçmişi olan bu eğitim bayrağını aldığımız yerden daha da yukarılara taşımaya çalışıyoruz. Ülkemizin yarınlarını inşa edecek bireyleri bugünden bilgili, becerili ve donanımlı olarak yetiştirmeye çaba gösteriyoruz.

Üretim alanına geçişim ise daha sonra oldu. Eşim de iş insanı, sanayi sektöründe. Üretime ilk olarak 2010 yılında ısı yalıtımı ile başladık. Boya, yapı kimyasalı ve xps grubundaki üretimlerimizin başlangıcı ise 2015 yılında olmuştur. Isı yalıtım, dekoratif enjeksiyon ürünleri, boya ve yapı kimyasal ürün gruplarında REDCOLOUR markasıyla üretim yapmaktayız. Ayrıca IKS markasıyla XPS yalıtım malzemesi ile yapııştırma sıvası ve mineral sıva başta olmak üzere çeşitli yapı kimyasallarının üretimini gerçekleştiriyoruz. Elli bin metrekare kapalı olmak üzere toplam 100 bin metrekarelik fabrikalarımızda üretim yapmaktayız.

“Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” ödülleri bu yıl “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” kategorisinde finale kalmayı başaran ED Strafor’un kurucusu Oya Düşmez, “Öncelikle ulusal pazarı domine eden markalardan biri olmak, daha sonra global bir oyuncu haline gelmek temel hedeflerimiz” diyor.

## “Bu ödüller cesaret kaynağı oluyor”

“Öncelikle bu tür ödülleri ve seçimleri bizler için bir onur ve gurur kaynağı olarak görüyorum. Bunu, sadece ferdi bir başarı olarak değil, aynı zamanda bir takım / ekip olarak tüm çalışma arkadaşlarım bir başarısı olarak da görüyorum. Yine bu tür etkinlikler, birçok farklı sektör ve alanlardan kadın girişimcilerle tanışma fırsatı da sunuyor. Diğer kadın girişimcilerin hikayelerini dinlemek ve onların başarılarını görmek bizler için ayrıca bir ilham kaynağı olmaktadır. Bu, sadece bilgi ve deneyim paylaşımı için değil, aynı zamanda iş birliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda da değerli bağlantılar kurma fırsatı da sunabilmektedir. Maalesef Türkiye olarak iş gücüne katılan kadın nüfus sayımızın arzu ettiğimiz seviyede olduğunu söyleyemiyoruz. Bu tür kadın girişimcilere yönelik ödüllerin tam da bu noktada çevresine ilham verme ve rol model olma yönüyle katkı sağladığını, potansiyel kadın girişimciler için de cesaret kaynağı olduğunu düşünüyorum.”

## Faaliyet alanlarınız neler? Ürün ve hizmetleriniz hangileri?

Özünde yapı ve inşaat sektörüne hizmet vermekteyiz. Zengin bir ürün gamına sahibiz. Bir inşaatın temel gereksinimlerini paket halinde sistem olarak TSE’li bir şekilde karşılayabilme imkan ve kabiliyetimiz bulunmaktadır. Yalıtım Grubunda; ısı yalıtım malzemesi olarak beyaz ve karbonlu EPS ile XPS üretimimiz mevcuttur. Binaların enerji verimliliğini artırmak için çeşitli dansite değerlerine sahip ısı yalıtım malzemeleri sunmaktayız. Bu ürünler binalar için ısı kayıplarını minimize ederek, enerji tasarrufu sağlamaktadır. Bu ürünlerin ayrıca ses yalıtımına katkısı da bulunmaktadır. Enjeksiyon



Grubunda; yine hammaddesi EPS olmak üzere tavan kaplama, kartonpiyer, lamba göbeği gibi dekoratif amaçlı ürünler ile dış cephe kaplaması, köşe taşı, yerden ısıtma gibi ürünler üretilmektedir.

### **2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?**

Öncelikle ulusal pazarı domine eden markalardan biri olmak, daha sonra global bir oyuncu haline gelmek temel hedeflerimiz arasındadır. Bu amaçla, son üç yılda İstanbul İrtibat Ofisi, İstanbul Lojistik Dağıtım Deposu oluşumlarımızı tamamlamıştık. Yine, Batı bölgelerinde bayi yapılanmamızı tamamlamayı sürdürüyoruz. Bunlar ulusal pazarın tamamına hizmet edebilmek adına önemli altyapıları oluşturuyor. Yine, yaklaşık bir yıl önce GEBKİM OSB'de aldığımız yedi dönüm arsamızda yaklaşık 11 bin metrekare kapalı alanlı fabrika inşaatı çalışmalarını devam ettirmekteyiz. Önümüzdeki bir yıl içerisinde üretime başlanmasını hedeflemekteyiz. Bu Batı bölgelerinde markamızın rekabet gücünü artıracaktır. 2024 yılında, inşaat ve sanayi boyaları sektöründeki pazar payımızı daha da güçlendirmek ve pazar payımızı artırmak amacıyla tonaj bazlı yüzde 40 oranında bir büyüme hedefliyoruz.

### **Çalışan sayınız ve yıllık üretim kapasiteniz nedir?**

Firmamız, kendi sorumluluk alanında uzmanlaşmış 300'den fazla yetenekli ve deneyimli çalışanı istihdam etmektedir. Ekibimiz, AR-GE, üretim, kalite kontrol, satış ve pazarlama, müşteri hizmetleri, lojistik, finans, satın alma, İK ve idari gibi farklı departmanlarda görev alarak, şirketimizin operasyonlarının kesintisiz ve verimli bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır.

### **İhracat hedefleriniz var mı, varsa hedef pazarlarınız hangileri?**

Firmamız, boya üretiminde elde ettiği başarıyı global pazarlara taşımayı ve uluslararası arenada güçlü bir oyuncu olmayı hedeflemektedir. İhracat hedeflerimiz, 2024 yılı itibarıyla üretimimizin yüzde 10'nu ihraç etmek ve önümüzdeki 5 yıl içinde bu oranı yüzde 30'a çıkarmaktır. Bu doğrultuda, üretim kapasitemizi artırmak, ürün yelpazemizi genişletmek ve yeni pazarlara ulaşmak için yatırımlar yapmaya devam edeceğiz. He-



def pazarlarımız; navlun avantajını da göz önünde bulundurarak yakın coğrafyadan başlamak üzere Gürcistan, Irak, Rusya, Azerbaycan, KKTC, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ve Afrika Ülkeleridir.

### **Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz nasıl şekilleniyor?**

Şirketimiz, inovasyon, sürdürülebilirlik ve müşteri memnuniyeti odaklı bir yaklaşımla geleceğe emin adımlarla ilerlemektedir. Önümüzdeki 5 yıl için belirlediğimiz hedefler, sektörümüzde ulusal bir marka haline gelmek, yenilikçi çözümler sunmak ve çevreye duyarlı üretim süreçlerini be-

nimsemek üzerine kuruludur. Bu hedeflere yönelik olarak önümüzdeki 5 yıl içerisinde stratejik yatırımlarımız ön plana çıkmaktadır. Hepsi de büyük çaplı ve ülke ekonomimize ciddi katkı sağlayacak yatırımlar kapsamındadır. 2024'te; Elazığ OSB Yapı Kimyasalları Tesisi devreye alma, 2025'te; GEBKİM OSB Boya Fabrikası devreye alma ve Elazığ OSB'de Alçı Üretim Tesisi devreye alma, 2026'da; Elazığ OSB Alçıpan Tesisi devreye alma, 2028'de; GEBKİM OSB'de Sanayi Bakanlığı Onaylı Ar-Ge Merkezi açılışı ve 2029'da Yurtdışı Boya Üretim Tesisi devreye alma yatırımlarımız planlıdır.

# “Üretimimizin yüzde 90’ını 148 ülkeye ihraç ediyoruz”

Gebze’deki 60 bin metrekarelik üretim ve depolama tesislerinde faaliyet gösteren Tayaş Gıda Sanayi, 2 bin çalışanı ile günlük 300 tonluk üretim gerçekleştiriyor. TAYAŞ Gıda Genel Müdürü Emre Taycı, “Şekerleme, çikolata ve bisküvi alanlarında 148 ülkeye ihracat yapıyoruz” diyor.

Tayaş Gıda Sanayi’nin temelleri Şevket Taycı tarafından atılıyor. Taycı, 1949 yılında Konya Ereğli’de 10 çocuklu ailenin ilki olarak doğuyor. İlkokul öğrenimine devam ederken, ilçedeki şekerinin yanında çırak olarak başladığı iş hayatında, 1965 yılında ilk şeker imalathanesini kuruyor. 1974 yılında Ereğli’den Konya merkeze, 1990 yılında Konya’dan Gebze’ye taşınıyor. Çikolata üretimine de başlıyor. 1992 yılına gelindiğinde ise ilk ihracatını Romanya’ya yapıyor. Bugün gelinen noktada ise Tayaş Gıda Sanayi, ikinci kuşak tarafından yönetiliyor. Gebze OSB ve Gebze Güzeller OSB’de teknolojinin son imkanları ile donatılmış toplam 60 bin metrekare üzerinde kurulu üretim-depolama tesislerinde faaliyet gösteren şirket, 2 bin çalışanı ile günlük 300 ton ve yaklaşık 700 farklı çeşitte satışa hazır mamul üretiyor. Üretimimizin yüzde 90’lık kısmını da 148 ülkeye ihraç ediyor. 2019 yılından bu yana şirketin genel müdürlüğünü yürüten Emre Taycı, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

## Faaliyet alanlarımız neler?

Şirketimiz yaklaşık 700 farklı ürün çeşidine sahip. Yumuşak şekerleme, sert şekerleme, jelly şeker, licorice şeker, çikolata, kokolin, bisküvi kaplamalı ürünler, barlar vb. ürünleri üretmekte. 2020 yılında faaliyete geçen yıllık 7 bin ton kapasiteli, gıda sektörü için çok önemli olan ‘helal jelatin’ üretimi de faaliyet alanlarımız içinde. Ayrıca; ‘Bonart’ şirketimiz aracılığı ile oyuncaklı atıştırmalık üretimi yapılmakta.

## 2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?

2024 yılının ilk yarısı bütçelediğimize ya-

## “New York ve Şangay’da ofislerimiz var”

“Tüm grup firmalarımızda 2 bin çalışanımız ile günlük 300 ton ve yaklaşık 700 farklı çeşitte satışa hazır mamul üreten şirketimiz, üretimimizin yüzde 90’lık kısmını 148 ülkeye ihraç ediyor. Sektörünün ilk beş ihracatçı firması arasında yer alan Tayaş, aynı zamanda genel ve özel şartlara haiz temiz sicilli, güvenilirlik koşullarını sağlayan firmalara verilen ‘Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası’na (AEO) sahip. ABD /New York’ta depo, satış ofisimiz ve ekiplerimiz, Çin Şangay’da ise satış ofisimiz ve ekiplerimiz bulunuyor. Ulusal ve uluslararası kalite ve gıda güvenliği dahilinde HACCP ve ISO 9001:2015, BRCS, IFS FSSC 22000, ISO 22000, ISO 27001, HELAL gıda sertifikaları ile TSE COVID-19 Güvenli Üretim belgeleri ne sahibiz.”

kın satış ve üretim rakamları ile gerçekleşti. 2024 yılının ilk yarısında yerel seçimler, yüksek enflasyon, kurun sabit seyri vs. sebeplerle zorlu geçmesine rağmen, 2023 yılının ilk yarısına göre tonajda yüzde 8 büyüme gerçekleştirdik. Gerek mevcut pazarlarda, pazar payımızın artması ve gerekse çeşitli kriterlere göre belirlediğimiz pazarlara yönelik reklam ve tanıtım faaliyetlerimiz, o ülkedeki tüketim alışkanlıklarına yönelik ürün geliştirmelerimiz vb. aksiyonlar düzenli olarak planlanmakta ve hayata geçirilmekte. Ayrıca; sağlıklı atıştırmalıklar ürün grubunun üretimi için gerekli hazırlıklar tamamlanmış.

## Çalışan sayınız ve yıllık üretim kapasiteniz nedir?

Toplam yedi şirketimizde 2 bin çalışanımızın bin 400’ü Tayaş Gıda A.Ş.’de çalışıyor. Tayaş A.Ş.’nin yıllık 60 bin ton üretim kapasitesi mevcut.

## Ihracat yapıyor musunuz? Hedef pazarlarınız hangileri?

Tayaş bugün hala üretimimizin yüzde

90’lık kısmını 148 ülkeye ihraç ediyor. Ülke sayısı ile beraber özellikle Uzakdoğu ve ABD kıtasında Pazar paylarımızı artırmayı hedefliyoruz.

## Pandemi sonrasında tüketicilerin tercihlerinde bir değişiklik gözlemlediniz mi?

Pandemi ile birlikte hayatımızda gıda ve tarımın önemini bir kez daha gördük. Pandemi sonrasında tüketici tercihlerinde, gerek hastalık korkusu gerek ise, kısıtlamalardan dolayı tüketim alışkanlıkları ile beraber, satın alma şekilleri de değişmiştir. Bu değişiklikleri yakından takip edip gerekli aksiyonlar alarak üretim ve satış yaptık. Alınan aksiyonlar kapsamında pandemi sürecinde, TSE COVID-19 Güvenli Üretim belgesini alan ilk firmalardan birisi olduk.

## Sürdürülebilirlik artık çağımızın olmazsa olmaz kavramı. Sizin bu alanda ne tür girişim ve adımlarınız var?

Doğal kaynakların korunması ve çevresel sürdürülebilirlik için, GES (Güneş Ener-

EMRE TAYCI



jisi Santralleri) projesi yatırımımız devam etmektedir. Karbon ayak izimizi azaltmak için düzenli olarak çalışmalar yapmaktayız. Ekonomik adaletin sağlanması ve sosyal eşitliğin teşvik edilmesi için, çalışanlarımızla birçok hususta eğitimler verilmektedir. Ayrıca; tüm çalışanlarımızı enflasyona karşı korumak için ekonomik olarak şartlarını düzeltme adımlarını attık ve atıyoruz. Bugüne kadar birçok sosyal projelerde yer aldık. Şirketimizin yaptığı bu yardım ve projelerimizin sürdürülebilirliği için, bu yıl içinde Şev-

ket Taycı Eğitim ve Kültür Vakfını kurduk.

**Yapay zeka teknolojileri, gelecek stratejilerinizi belirlemek konusunda işlevsel mi? Bu alanda çalışmalarınız var mı?**

Tedarik, üretim, pazarlama, finans ve yönetim gibi şirketimizin tüm süreçlerinde verimliliği artırmak, güvenli, kontrol edilebilir bir şekilde faaliyetlerimizin yürütülmesi için şirketimizin bu alanda çalışmaları devam ediyor.

**Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz nasıl şekilleniyor?**

Önümüzdeki yıllarda, ucuz ve uzun vadeli finansa erişim durumunda, mevcutta ürettiğimiz bazı ürün gruplarında ve portföyümüzde olmayan yeni ürünlerin yatırımlarını planlamaktayız.

Bununla birlikte ihtiyaçların, tüketim alışkanlıklarının hızla değiştiği bir dönemde, varlığını sürdürmek isteyen şirketler için inovasyon vazgeçilmez bir unsur haline geldi. Yoğun rekabetin yaşanmakta olduğu sektörümüzde de Ar-Ge ve Ür-Ge'ye çok ciddi yatırımlar yaparak hem pazara farklı lezzetler hem de katma değeri yüksek ürünler üretmeye devam edeceğiz.

Aynı zamanda ürün standardının yükseltilmesi, Maliyet düşürücü yeniliklerin uygulanması, Yeni üretim teknolojileri geliştirilmesi, departman içi araştırmacıların niteliklerinin artırılması, ulusal/uluslararası projelerin yapılması, üniversitesi-sanayi işbirliğinin artırılması, tescil edilen ulusal veya uluslararası patent sayısının artırılması çalışmaları hızla devam etmekte.

## “WorldFood İstanbul 3-6 Eylül’de”

“Bu yıl 3-6 Eylül’de düzenlenecek WorldFood İstanbul, son 3 yılda atıştırmalık sektörünün dünyada en öncü fuarlarından birisi haline gelmiştir. Yapılan organizasyonun başarısı geçen sene 100’ün üzerinde ülkeden binlerce nitelikli zincir market ve dağıtıcı firmanın katılımı ile ispat edilmiştir. Biz de bu kadar önemli bir fuar haline gelmiş olan WorldFood İstanbul’da yeni geliştirdiğimiz ürünlerin tanıtımını ve lansmanını yapacağımız sağlıklı atıştırmalık ile özellikle patentlerini aldığımız ürünlerin pazara yeni açılımını yapmayı planlamaktayız.”



# ŞİRKETLER ONTOLOJİK (VAROLUŞSAL) SORUNLARINI NASIL ÇÖZERLER?

Şirket içinde “**Var olmanın dayatılmaz hafifliği**” ni yaşamak mümkün mü? Pandemiyle beraber birçok öngörülemez veya belirsiz olarak adlandırılan durum şirketlerin gündeminde yer aldı. Halbuki belirsizlik tüm zamanları, hayatın kendisini ve doğasını tarif eden bir olgu. Temel bilimlerde “kaos” ve “kaos teorisi” olarak açıklanan ve aslında yaşamın hakikatini ifade eden durumlar, olgular ve süreçler iş yaşamının ikliminde de kendini gösteriyor. Belirsizlik, kaos, öngörülemez olmak gibi kavramlar derinliklerinde taşıdıkları anlam bütünlüklerine bakılmaksızın değerlendirildiğinde ürkütücü ve endişe edici bir duygu durumu oluşturabiliyor. Bu kavramsal dizgenin kulağa çok hoş gelmediği kesin. İşıttıklarımızla ve diğer duyumsal verilerle beyne ulaştırılan bilgiler çok doğal ki çok da olumlu düşünceleri, duygu durumlarını ve tepkisel süreçleri beslemiyor. Böylelikle ister pandemi öncesi olsun ister pandemi döneminde olsun-ki bu sürece hiçbirimiz hazırlıklı değildik ve aklımızın kenarından bile geçmezdi- şirket yöneticileri ve çalışanlar daha da genellersek şirketler kolay olmayan zamanlar geçiriyor. Bir çoğu yaralarını sarıp iyileşmeye ve yeniden güçlenerek yollarına nasıl devam edecekleri yönünde hazırlıklar ve çalışmalar yürütüyor. Kısacası var olmaya, varlıklarını devam ettirmeye ve bir bakıma varoluşsal (ontolojik) süreçleri ile ilgili nasıl ilerleyecekleri yönünde ciddi anlamda çalışmalar yürütüyorlar. Buradan hareketle son

dönemlerde şirketlerin ontolojik bağlamda kendilerini sorguladıklarını, hatta daha önce belki de bunları yeterince sorgulamadıkları içindir ki belli başlı sorunlar yaşadıklarını ve şimdi de bunlara çözümler aradıklarına şahit oluyorum. Ontoloji, en yalın anlamıyla bir durumun, yaşananların, bir şeyin genel olarak özünü anlamaya çalışır. Belirli oranda “nedir?” sorusunun cevabını araştırmaya çalışır. Bunu şirket özeline taşırsak, örneğin; şu an şirkette yaşananlar nedir?, bu yaşananların anlamı nedir? bu durumlar neden var? Ontolojik bakış açısı şirket özelindeki bu ve benzer birçok durumu anlamamıza yardımcı olabilir.

Ontolojik bakış açısının derinliklerinde aslında “anlam” arayışı bulunur. Şirket içinde sürdürdüğümüz bunca çalışmaların, iyileşme ve güçlenme süreçlerinin anlamı nedir? Bu anlam çerçevesiyle hareket edildiğinde iş süreçlerine ne gibi katkılar sunar ve hangi sorunların çözümüne yardımcı olur?

Sadece pandemi süreci ve pandemi sonrası yaşanacaklar kapsamında değil daha genel bir yol haritası çizmek adına şirketler içinde genel itibarıyla yaşanan iki çok temel ontolojik soruna kısaca bir bakalım ve çözüm önerisi olarak değerlendirilebilecek yaklaşımlara da göz atalım:

**1** Şirketlerin “kurumsal anlamı”nın net olarak tanımlanmamış olması ve çalışanlar bu anlamısal bütünlüğün yeteri kadar aktarılamamış olması.

Şirketler genel itibarıyla amaç ve hedefler doğrultusunda daha çok sistem ve nicelik odaklı bir süreci takip etmektedirler. Elbette olması gereken

bir aşamadan bahsediyoruz. Ancak, bu süreçler anlam odaklılık üzerinden yeniden yapılanmadığında bütünselliği yakalamak mümkün olmuyor. Anlam odaklılık nedir? Anlam odaklılık insanı odağına alarak şirketin esas özünü ortaya koymaktır. Şirket niye var? Neden faaliyet gösterdiği pazarda var olmak istiyor? Neye hizmet ediyor?

Bu soruların bir karşılığı kazanmak, kar elde etmek gibi daha niceliksel ve performans ölççekleriyle tanımlanan yanıtlarla ortaya konuluyor ve genelde ilk sıralara alınan şirket içi zihinsel-yönetimsel yaklaşımlar bu çerçevede oluyor. İşte bu nokta da şirketler ontolojik sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını fark edemiyorlar ya da yaşananların şirket için bir ontolojik (varoluşsal) sorun olduğunun bilincine varamıyorlar. Bir şirkette ontolojik sorunlar olduğunu şirket içinde yönetim ve çalışan kadrosunda yaşanan mutsuzluk oranlarından anlayabiliyoruz. Her türlü imkan sunulmasına rağmen yoğun mutsuzlukların yaşandığı şirketler şu sorunun cevabı üzerinde ciddi anlamda çalışmalarını gerekebiliyor:

Şirket içinde çalışanlarım, müşterilerim ve diğer paydaşlarıma hizmet sağlarken hizmet yaklaşımında ne kadar samimiyim? Şirket içinde insani ve toplumsal yaklaşımların ne kadarı sistem ve süreçle bütünleşmiş? Yirmi sene sonra şirket gelecek nesiller tarafından nasıl hatırlanacak? Bu temel soruları şirketin kurucuları, yöneticileri ve hatta çalışanları olarak kendimize de sormaliyiz. Kendime, çevrem, hayata,

iş yaşamıma kattığım anlam ne? Kendi varoluşsal gerçekliğim ne? ve bu gerçeklikle işe nasıl bir anlam katıyorum?

**2** Şirketlerin pek çoğu hala sistem odaklı olmayı insan odaklı olmaya tercih ediyorlar.

Sistem odaklı olmanın insan odaklı olmaya tercih edilmesi kimi zaman “bilinçsiz bilinç” ile yapılıyor. Yani, öğrenilmişlik yoluyla yapılan tercihlerden bahsediyoruz bilinçsiz bilinçle yapılan tercihler derken. Sistemin şirketler üzerindeki hüküm sürdüğü üç temel kavram bulunuyor. Birincisi, hız...İkincisi, nitelikten yoksun sayısal veriler (ne kadar fazla o kadar iyi çünkü hazırlanan raporlarda şık durabiliyor)...Üçüncüsü ise, performans adı altında “şirket içi gösteri sanatları icrası”. Kısacası ve maalesef; bire otuz katarak anlatmanın ve göstermenin geçer akçe yerine konuluyor olması ve kabul görülüp normalleşmeye başlanması sorunundan bahsediyoruz. Kısa ve orta vadede görece olumlu sonuçlar elde edildiği düşünülse de uzun vadede hiçbir işe yaramadığı sağduyulu şirketler ve şirket yönetimleri tarafında bilinmekte. Şirket içinde süre giden bu “bilinçsiz bilinç” hali çalışanların bir süre sonra zindeliğini koruyamamak olarak ve daha derinlere inerse bir şirket varoluşsal problemi olarak karşımıza çıkıyor.

Bu anlatmış olduğun iki temel sorun alanına destek sağlar nitelikte bir araştırmanın ilgili olduğunu düşündüğüm bölümlerini paylaşmak isterim.

Deloitte tarafından hazırlanan coğrafi alan olarak Asya, Pasifik, Avrupa, Orta Doğu, Afrika, Kuzey ve Güney Amerika ülkelerinde toplam 4738 katılımcıyı (3630 yönetici, 1108 çalışan) örneklem alan 2021 Deloitte Global İnsan Kaynakları Trendleri Araştırması'nda yer alan bir sonuç oldukça dikkat çekici. Çalışanların yöneticilere oranla kaliteyi bununla beraber niteliği, inovasyonu, çalışan zindeliğini geliştirmeyi, müşteri deneyimi oluşturma gibi daha insan odaklı ve anlam odaklı süreçlere daha ön sıralara

aldıklarını görebilmekteyiz. Bununla beraber yöneticiler çalışan zindeliği, kalitenin artırılması süreçlerini çalışanlara oranla daha alt sıralara yerleştirirken maliyetlerin azaltılması maddesini biraz daha üst sıralara taşıyabiliyorlar. Müşteri deneyiminin iyileştirilmesi ve inovasyonun artırılması gibi temelinde anlam odaklı süreçlerin farkında olsalar da bir yöneticiden beklenen maliyetleri azaltmak, orta

ve uzun vadede kar elde etme zihinsel kodu şirket yöneticilerinden beklenen “bilinçsiz bilinç” ilişkin bir yaklaşımı destekliyor. Hem yönetici hem de çalışan grubunda şirket olarak yaratılan sosyal etkinin azaltılması konusu ise maalesef hala son sıralarda ve bu madde tam anlamıyla şirketlerin kurumsal anlamı ve varoluşsal duruşunu tarif edecek çalışmaları ve projeleri temsil ediyor.

### Çalışanlar, işin dönüştürülmesi kapsamında zindeliğin geliştirilmesine üst düzey yöneticilere oranla daha çok öncelik vermektedir

Önümüzdeki bir ila üç yıl içinde iş dönüşümü çabalarımızda elde etmeyi umduğumuz en önemli sonuçlar nelerdir?

Sıralama	Üst Düzey Yöneticiler	Çalışanlar
1	Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi	Kalitenin Artırılması
2	Inovasyonun Artırılması	Inovasyonun Artırılması
3	Maliyetin Azaltılması	Çalışan zindeliğinin geliştirilmesi
4	Kalitenin Artırılması	Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi
5	Yeni İş Tanımının Oluşturulması	Yeni İş Tanımının Oluşturulması
6	Kapasitenin Artırılması	Maliyetin Azaltılması
7	Pazar payının büyütülmesi	Kapasitenin Artırılması
8	Çalışan zindeliğinin geliştirilmesi	Pazar payının büyütülmesi
9	Şirket olarak yaratılan sosyal etkinin artırılması	Şirket olarak yaratılan sosyal etkinin artırılması

Not: katılımcı sayısı: 4738 (3630 yönetici + 1108 çalışan)  
Kaynak:2021 Deloitte Global İnsan Kaynakları Trendleri Araştırması

Türkiye sonuçları ise şu şekilde:

### Türkiye'de ise katılım sağlayan üst düzey yöneticilerin işin dönüştürülmesi kapsamında zindeliğin geliştirilmesine globalde katılım sağlayan tüm üst düzey yöneticilere oranla daha çok öncelik verdikleri görülmüştür

Önümüzdeki bir ila üç yıl içinde iş dönüşümü çabalarımızda elde etmeyi umduğumuz en önemli sonuçlar nelerdir?

Sıralama	Üst Düzey Yöneticiler (Türkiye Hariç)	Üst Düzey Yöneticiler (Türkiye)
1	Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi	Yeni İş Tanımının Oluşturulması
2	Inovasyonun Artırılması	Maliyetin Azaltılması
3	Maliyetin Azaltılması	Çalışan zindeliğinin geliştirilmesi
4	Kalitenin Artırılması	Kalitenin Artırılması
5	Yeni İş Tanımının Oluşturulması	Inovasyonun Artırılması
6	Kapasitenin Artırılması	Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi
7	Pazar payının büyütülmesi	Kapasitenin Artırılması
8	Çalışan zindeliğinin geliştirilmesi	Şirket olarak yaratılan sosyal etkinin artırılması
9	Şirket olarak yaratılan sosyal etkinin artırılması	Pazar payının büyütülmesi

Not: katılımcı sayısı: 3630 (3604 Türkiye hariç, 26 Türkiye üst düzey yöneticileri)  
Kaynak:2021 Deloitte Global İnsan Kaynakları Trendleri Araştırması

Milan Kundera'nın romanının isminden esinlenerek ifade edildiği gibi, var olmanın dayanılmaz hafifliğini şirketler içinde yaşamak çok da zor değil. Yeter ki şirket içi süreçlerde neleri tercih ettiğimize iyi bakalım. Daha çok insan odaklı olmaya başlayarak odağımıza aldığımız diğer konuları yeniden değerlendirmek sadece pandemi sürecinin iyileşme dönemi ve sonrasında süreçleri geliştirmek için değil, şirketin temel sorunları olarak kabul edilebilecek varoluşsal sorunlara da etkili çözümler sağlayabilmek için farklı bir bakış açısı sunabilecektir.



**Cem Ener**  
Kurucu Ortak  
BUBA Ventures



## YENİ EKONOMİ 2.0

# YouTube EKONOMİSİ

2005 yılında faaliyete başlayan Youtube platformu, kurulduktan yalnızca 1.5 yıl sonra 1.65 milyar dolara Google tarafından satın alınmıştır. Google Youtube'ü satın almadan önce Android'i de satın alıp bünyesine katmıştır. Youtube ile eş zamanlı olarak Android yüklü akıllı telefonların dünya genelinde yaygınlaşmaya başlaması ve 2007 yılında Apple tarafından ilk iPhone telefonun lanse edilmesi Youtube'un büyümesinde çok önemli faktörler olmuştur. Dünya genelinde her geçen gün daha çok sayıda haneyle fiberoptik kablo ile yüksek hızda internet bağlantısının sağlanması ve 5G'nin yaygınlaşması gibi gelişmeler Youtube'un sürekli olarak büyümesine destek olmaktadır. Günümüzde Youtube yıllık reklam geliri 30 milyar doları geçen, gayri safi milli hasılasına göre sıralandığında dünyada yaklaşık 100 ülkeyi geride bırakan bir küresel güç haline gelmiştir. 2030 yılına gelindiğinde Youtube'un yıllık reklam gelirinin 100 milyar doları geçeceği hesaplanmaktadır. Youtube sayesinde dünya genelinde 'talep yaratılması' ve tüketicilerin ikna edilmesi kolaylaşmıştır. Dünyanın en fakir ülkesindeki bir cep telefonu kullanıcısı bile en modern teknolojiyi veya en

rahat yaşam tarzını öğrenip, yakından inceleyip, arzu etmeye başlamıştır. Youtube özellikle Covid-19 pandemisinin başından itibaren, yani son 4 yılda, dünya genelinde mal ve hizmetlere olan talebi yükselten, dolaylı olarak enflasyonu körükleyen bir faktör olmuştur. Şimdi gelelim Youtube üzerinde dönen ekonomiye dair pek bilinmeyen detaylara... Öncelikle Youtube'un nasıl para kazandığını özetleyelim. Siz herhangi bir internet kullanıcısı olarak Youtube'da herhangi bir video açtığınızda genellikle video başlamadan önce birkaç reklam filmi izliyorsunuz veya videonun altında reklam metinleri / görselleri görüyorsunuz. Youtube temel olarak bu reklam filmlerinin ve eşlik

eden metinlerin / görsellerin yayınlanması veya tıklama alması ile reklamverenlerden gelir yaratıyor. Youtube bir video izleme ekranında videoya eşlik eden reklamlardan elde ettiği geliri, videonun yayıncısı ile belirli bir oranda paylaşıyor. İşte bu sayede Youtube'a video yükleyen yayıncılar, Youtube'un reklam gelirine ortak olarak, Youtube'dan para kazanıyorlar. Toplam video izlenme sayısına göre Türkiye'nin en büyük kurumsal Youtube yayıncısı Doğan Holding'in sahip olduğu "Netd Müzik" kanalıdır. Kanalin yaklaşık 25 milyon abonesi bulunmaktadır ve videoları an itibarıyla yaklaşık 60 milyar defa izlenmiştir. Bu yönüyle, Youtube üzerinden en yüksek tutarda kazanç elde





eden Türk şirketinin Netd Müzik olduğunu tahmin ediyorum. Bireysel olarak baktığımızda ise ilk sırada 16 milyon üyeye ve toplam 10 milyar izlenmeye sahip olan Enes Batur geliyor. Dünya genelinde incelendiğinde ise, Rus girişimciler tarafından 2016 yılında Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) merkezli olarak kurulan 'TheSoul Publishing' isimli şirket Youtube ve diğer sosyal mecralarda yayın yapan en büyük sosyal içerik üreticisi konumundadır. Şirket sahip olduğu 100'e yakın Youtube kanalında yaklaşık 2 milyar aboneye sahiptir. Şirketin LinkedIn platformu üzerinde kayıtlı çalışan sayısı 1.000'in üzerindedir. Tahminlerime göre bir yılda yalnızca Youtube'dan 1 milyar dolar civarında reklam geliri elde etmektedir. Başka küçük ülkelerde de benzer başarı hikayeleri bulunmaktadır. Örneğin Arnavutluk merkezli 'MetDaan Media' isimli şirket de küresel ölçekte yayın yapan büyük içerik üreticileri arasında yer almaktadır. Türkiye'de henüz TheSoul Publishing veya MetDaan Media benzeri büyük ölçekli, İngilizce yayın yapan ve misyonu eğlenceli içerik üretmek olan kurumsal yayıncıların varlığına rastlamış değilim. Bildiğinizi

üzere ülkemizde sosyal medya yayıncılığı bireysel seviyede yapılmakta ve 'fenomenler' ile özdeşleşmiş durumdadır. Türkiye'deki içerik üreticilerinin kurumsallaşma yolunda ilerlerken bahsettiğim bu iki şirketi yakından incelemelerini ve onlardan örnek almalarını tavsiye ediyorum. Youtube yayıncılığına başlamak ve Youtube üzerinde dönen ekonomiden pay almak (en basit ifadeyle 'Youtube'dan para kazanmak isteyen') kişiler için de tavsiyelerde bulunmak istiyorum. Kanalınızdaki abone sayısı ve videolarınızın kaç defa izlendiği Youtube'dan ne kadar kazanç sağlayacağınızla ilgili önemli göstergeler olmalarına karşın, aslında en önemli göstergeler değildir. Kazancınızı maksimize etmek istiyorsanız, Youtube'da reklam yapmak için yüksek maliyetlere katlanması gereken şirketlerin reklamlarının sizin videonuzla birlikte görünmesini sağlayacak alakalı içeriklere sahip videolar üretmelisiniz. Bu ne demek oluyor size basit bir şekilde örneklendireyim: Youtube'un kullandığı video-reklam eşleştirme algoritması, yemek tarifleri yapılan bir videoya eşlik etmesi için buzdolabı gibi beyaz eşya üreticileri veya blender gibi elektrikli mutfak aletleri üreticilerinin reklamlarını

seçecektir. Bu reklamları veren şirketlerin sayısı çok olmadığını ve rekabet koşullarının makul olduğunu, şirketlerin her 1.000 defa reklam gösterimi için Youtube'a 1X ücret ödediğini düşünelim. Diğer tarafta ise, algoritma yatırım tüyoları verilen bir videoya eşlik etmesi için bankaların veya aracı kuruluşların reklamlarını seçecektir. Bu reklamlar ise her 1.000 defa reklam gösterimi için Youtube'a 2X ücret ödemektedir, zira banka ve aracı kurumlar kendi aralarında şiddetli bir rekabet içerisindedir ve bu rekabet nedeniyle Youtube'daki birim reklam maliyetlerinin yüksek seviyede seyretmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla, yemek tarifleri veren bir videonun 2.000 defa izlenmesiyle elde edilebilecek geliri, yatırım tüyoları veren bir videonun 1.000 defa izlenmesi sonucu elde etmek mümkündür. Bankacılık, finans, sağlık gibi rekabetçi sektörleri hedefleyen alakalı konularda videolar üretebilirseniz bu matematiği kendi lehinize çok daha iyi noktalara getirmeniz mümkündür. Dolayısıyla, bir Youtube girişimcisi adayının şu soruya doğru cevabı bulması gerekiyor?: "Ben reklamverenler arasında şiddetli rekabetin bulunduğu, reklamverenlerin çok yüksek maliyetlere katlandığı hangi konu başlığına yönelik kanal yaratabilirim? Bilgim ve becerim ile en uyumlu olan, reklam bedelleri yüksek olan konu hangisi olabilir?" Bu soruya makul bir yanıt bulabiliyorsanız, bu yola baş koymanızı ve vakit kaybetmeden kanalınızı kurmanızı, her gün tuğla üstüne tuğla koyarak kanalınızı büyütmenizi tavsiye ederim.



## MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

## 20 Ağustos Salı

- Temmuz 2024 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 26 Ağustos Pazartesi

- 1-15 Ağustos 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 1-15 Ağustos 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2024 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

## 27 Ağustos Salı

- 2024 II. Geçici Vergi Dönemine (Nisan-Mayıs-Haziran) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi (171 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri)
- 2024 II. Geçici Vergi Dönemine (Nisan-Mayıs-Haziran) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi (171 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri)
- 2024 II. Geçici Vergi Dönemine (Nisan-Mayıs-Haziran) Ait Kurum Geçici Vergi Beyannamesi Ekinde Kurumlar Vergisi Mükellefleri Tarafından Gerçek Faydalanıcıya İlişkin Bildirim Formunun Verilmesi (171 Sayılı Vergi Usul Kanunu Sirküleri)

## 28 Ağustos Çarşamba

- Temmuz 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi