

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

AĞUSTOS 2021

E-TİCARETTE YENİ FIRSATLAR



PANDEMI
DÖNEMİNDE
REKOR BÜYÜME

YURTDIŞINA
AÇILMANIN
YOLLARI

HANGİ
SEKTÖRLER
ÖNE ÇIKIYOR?

DÜNYA DEVİYLE AR-GE MERKEZİ KURDU

GİRİŞİMİN KADIN KAHRAMANLARI GELİYOR

"2021'DE YÜZDE 100 BÜYÜME BEKLİYORUZ"

Türkiye'nin geleceği olan KOBİ'lere, geleceğin fırsatları Garanti BBVA'da.





E-ticaret büyüyor, pazar yarışı hızlanıyor

Pandemi süreci, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de e-ticaretin patlama yaptığı bir dönem oldu. Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2020’de bir önceki yıla göre yüzde 60’lık bir büyüme gerçekleştiren sektör, girişimci ekosistemine de etki ediyor.

Sektör temsilcilerine göre ise e-ticaretteki büyüme yüzde 85’lere ulaştı ve yaklaşık 15 milyon yeni müşteri pazara giriş yaptı. İstanbul Sanayi Odası (İSO) verilerine göre de e-ticaret hacminin genel ticaret hacmine oranı 2019 yılında yüzde 9,8 iken, 2020 yılında yüzde 15,7 seviyelerine çıktı.

Tüm bunlar elbette çok sevindirici gelişmeler. Dünyada 4 milyar tüketiciye ulaşma fırsatı sunan ve geçen yıl itibarıyla 4,3 trilyon dolarlık devasa bir pazar haline gelen e-ticarette her geçen gün büyümek, irili ufaklı tüm işletmeler ve girişimciler için olmazsa olmaz bir konuma ulaşıyor.

Ticaret Bakanlığı verilerine göre, Türkiye’de 2019’da e-ticaret

yapan firma sayısı 68 bin iken, şu anda bu sayı 256 bine ulaşmış durumda. Yalnızca haziran ayında 2,6 milyar dolarlık e-ihracata imza atılmış durumda. Bu miktar toplam ihracatın yüzde 1,3’üne denk geliyor. Dünyada ise bu oran ortalama yüzde 4-5 civarında. Yani, henüz gidilecek çok yol var.

Komşumuz Yunanistan’ın toplam ihracatındaki e-ihracat payının yüzde 16 olduğunu düşünürsek, Türkiye’nin yeni çağın ticaret modelinde çok daha agresif bir oyuncu olmasının gerekliliği de ortaya çıkıyor. Bu anlamda, Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir E-ihracat Dairesi kurulacak olması, gelecek açısından önemli bir gelişme.

2040 yılına kadar da global tüm satın alma işlemlerinin yüzde 95’inin e-ticaret yoluyla olacağı belirtiliyor. Yani, e-ticaret oyununun dışında kalan, küresel ticaretin de dışında kalmış olacak iyi okumalar, sağlıkla kalın.



Türkiye pandemide e-ticaret tarihinin en büyük büyümesini gerçekleştirdi. Pandemiyle birlikte büyük bir hızla artan e-ticaret hacmi, yeni normale geçilmesiyle birlikte de artarak devam ediyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 60'lık bir büyüme gerçekleştiren sektör, girişimci ekosistemine de etki ediyor. Uzmanlara göre yeni dönemde e-ticarette öne çıkacak sektörler ise marketler, gıda, temizlik, medikal, Pet shop, çocuk giyim ve oyuncak sektörü olacak.



Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş. dünya devi yatırımcıların odağına girdi. Geçen yıl Alesta'dan 5 milyon TL değerlendirme ile yatırım alan şirket, şimdi de Keiretsu Forum Türkiye'den 7.5 milyon dolar değerlendirme yatırımı aldı. Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş. CEO'su Çınar Laloğlu, son yatırımla bir yıldan daha kısa sürede şirket değerlemesini 13 kat artırdıklarını söyledi.



Tüketicilerin kalp ritmi ve göz bebeği gibi fiziksel değişimlerini ölçerek araştırmalar yapan Neu-Pol, yurtdışına odaklanacak. Neu-Pol Kurucusu Tarık Arık, "2021 yılı sonu için nihai hedefimiz nöro politik alanda üç ülkede araştırma veya çalışmalar yürütmek" diyor.

5 Dünya deviyle Türkiye'de AR-GE merkezi kurdu

6 KOBİ Gündemi

8 **KAPAK KONUSU**

■ E-ticarette yeni dönem fırsatları

12 Genç sanat eserlerini halka arz ediyor

14 7.5 milyon \$'lık değerlendirme ile yatırım aldı

16 'Dijital danışmanlık' dönemini başlattı

18 Sürdürülebilir markayı yurtdışına açacak

20 "2021'de yüzde 100 büyüme hedefliyoruz"

22 'Girişimin Kadın Kahramanları' geliyor!

24 Nöro araştırma yazılımını yurtdışına taşıyor

26 Otelleri temassız hale getiriyor

27 İhracatta atağa kalkacak

28 Türk scooter girişimi Palm'i Dubai'li şirket aldı

30 "Yılsonuna kadar binin üstünde şirkete ulaşacağız"

32 Müsilajdan organik gübre ve hayvan yemi üretecek

34 "Küresel stratejiyi Türkiye'ye taşıdık"

36 **Prof. Dr. Volkan Demir:** KOBİ'ler ve kurumsal yönetim

38 **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:** Şirketlerde imgeler, görme ve görgü biçimleri neden önemli?

40 **Cem Ener:** Girişimciliği teşvik etmek istiyorsak, iflas ve tasfiye süreçlerini sadeleştirmeliyiz

42 Vergi Takvimi



Blockchain teknolojisi kullanan ARTIOX, genç sanatçıların eserlerini halka arz ediyor. Şirket, gelecek vadeden 11 genç sanatçının 117 bin 500 TL değerindeki eserinden oluşan "sanat sepeti" ile sanat yatırımlarına yeni bir soluk getirmeyi hedefliyor.



Mimar Bige Canan Eren'in yalın ve doğal çizgilerden oluşan markası Grob Design, deneyim alanı tecrübesi aracılığıyla tüketicilerle buluşuyor. Sürdürülebilir bir marka yaratma amacıyla yola çıkan Eren, el emeği ürünlerden oluşan Grob'u üç yıl sonra İngiltere'ye açmayı da planlıyor.



Enerji, geri dönüşüm ve teknoloji alanlarında faaliyet gösteren üç şirketi bulunan girişimci Hasan Karaozan, yürüttüğü inovatif çalışmalar sonucunda pek çok ürün geliştirmiş durumda. Bunlar arasında; kurutulmuş hayvan kanından yem, kanalizasyon atıklarından biyoyakıt ve yağun bakım entübe cihazı var. Karaozan, son olarak müsilajdan organik gübre ve hayvan yemi üretimine yönelik bir proje geliştirdi.

Dünya deviyle Türkiye’de AR-GE merkezi kurdu

Türk yazılım ve danışmanlık şirketi Actuate, dünyanın önde gelen Kanadalı yatırım portföylerinden Wesley Clover ile gücünü birleştirerek Türkiye’de AR-GE merkezi’ne imza attı. Actuate Kurucu Ortağı Zeynep Sarılar, “AR-GE merkezimiz Türk bilişim sektörünün gücünü, dünya ligine ulaştırmak için adeta bir kuluçka görevi görecektir. Aynı zamanda start-up’ların yeteneklerini ve fırsatları keşfetmelerine yönelik kılavuzluk yapacak” dedi.

İş ortaklarının ihtiyaçlarına yönelik sürdürülebilir ürün geliştirme ve ürünleştirme konusunda ve bu ürünlerin ticarileşmesine yönelik hizmetler sunan Actuate, dünya devi Wesley Clover ile Türkiye’de AR-GE merkezi kurulmasına yönelik iş birliğine gitti. Wesley Clover’ın global girişim dünyasındaki uzmanlığı ile Actuate’in global AR-GE pazarındaki deneyimlerini bir araya getirerek kurulan AR-GE merkezi, faaliyete başladı. Bu iş birliği ile Wesley Clover, teknoloji girişimleri portföyüne yenilerini eklerken, global start-up’ları Türkiye’ye kazandıracak. Ayrıca, Türkiye’den dünyaya açılmak isteyen start-up ve scale-up’lar için de bir kaldıraç etkisi yaratılması hedefleniyor. AR-GE merkezinde teknoloji uzmanları ve yazılımcılar istihdam edilecek.

Yeni başarı hikayeleri

Actuate olarak, iş ortaklarının fikirlerinin yenilikçi ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi ve geliştirilmesi yönünde verdikleri hizmetle girişimciliği ve büyümeyi destekleyen bir yaklaşım sergilediklerini vurgulayan Actuate Kurucu Ortağı Zeynep Sarılar, “Bu zamana kadar, farklı büyüklükte işletmeler, üniversiteler, STK’lar, dernek ve vakıflar ile start-up ve scale-up’ların iş fikirlerini hayata geçirme, ürünleştirme ve ticarileştirme süreçlerinde organik bir destek mekanizması oluşturduk” dedi. Bu sayede şirketler, kurumlar ve girişimciler özelinde çok sayıda başarı hikayeleri yarattıklarını dile getiren Sarılar, “AR-GE merkezi ile global ölçekte yeni başarı hikayeleri yaratılmasına yönelik

“Türkiye, AR-GE konusunda çok kuvvetli”



ARDA ÖZGÜN

Wesley Clover ve Actuate ortaklığı ile yeni ürünleri dünya pazarlarına ulaştırarak güçlü şirketlerin kurulmasına liderlik edeceklerine inandıklarını belirten Wesley Clover Başkan Yardımcısı Arda Özgün, şunları söyledi: “Türkiye’deki yetenekli mühendislere ve iş etiğine hep çok hayran kaldım. Bu nedenle Türkiye operasyonumuzu büyütüyoruz. Uzun yıllar Türkiye’deki teknoloji ekosistemin içinde, güçlü takımlarla yaratıcı ürünler geliştirdik. Actuate, uzman ekibi ve girişim dünyasındaki tecrübesiyle Wesley Clover için çok iyi bir ortak.”



ZEYNEP SARILAR

kılavuzluk yapacağız. Bilişim teknolojileri sektörünün daha ileri seviyelere ulaştırılması açısından çok büyük kazanımlar elde edeceğiz. Sektörümüze dünyadan yeni oyuncular kazandırırken, yüzünü dünyaya dönmek

isteyen şirketler, start-up ve scale-up’ları dünya pazarıyla tanıştıracacağız” diye konuştu. Sarılar, iş ortaklarına özel geliştirdikleri derinlemesine çözümleri içeren büyüme ve sürdürülebilirlik hizmetini Ar-Ge merkezi ile destekleyeceklerini kaydetti.

AR-GE merkezi ile Türk bilişim teknolojileri sektörünün sahip olduğu geniş yetkinlikleri dünya ligine ulaştırarak, tüm paydaşlar için fayda odaklı sonuçlar yaratacaklarına inandıklarını altını çizen Zeynep Sarılar, sözlerini şöyle tamamladı: “Actuate olarak 2016 yılından bu yana, iş ortaklarımıza en yüksek kalitede hizmet vermeyi ve sürdürülebilir ürün döngüleri yaratmayı sürdürüyoruz. Bu iş birliği sayesinde geliştireceğimiz çözümlerle dünyanın farklı yerlerinde faaliyet gösteren çok geniş bir kitleye hitap eden ürün portföyleri yaratacağız. Bu yönüyle bizi oldukça heyecanlandıran bir iş birliği oldu. Bu sayede yazılım çözümlerimizin değerini ve ulaştığı son noktayı uluslararası platformda gösterebilme şansını elde edeceğiz.”

Yeni nesil Sabancı'da girişimcilik eğitimi

■ Yenilikçi fikirler ve inovasyon kültürünün geleceği şekillendirecek olgular olacağını öngören Sabancı Holding, GOOINN ve Sabancı Üniversitesi Yönetici Geliştirme Birimi EDU iş birliğiyle X-LAB Gelişim Programı'nın ilk dönemini başlattı. İlk etapta 250 Sabancı Topluluğu çalışanı, 15 haftalık gelişim yolculuğunun ilk adımlarını atarken, inovasyon becerileri Girişimciye Dönüş ve GOOINN iş birliği ile hayata geçirilecek. Kurumsal şirketlere inovasyon kültürünün yetkinliklerini aktarma konusunda çözüm ortaklıkları yapan GOOINN, tüm Sabancı şirketlerinin inovasyon kültürü ile ilerlemesi konusunda çalışan SabancıDX ile en stratejik çözüm ortağı olarak her yıl Inovasyon Yetkinlik Transferi ve Kurumsal Hızlandırıcı programları düzenliyor. Sabancı Topluluğu için hazırlanan gelişim programının, kurumun vizyoner yapısını ortaya koyma açısından önemli bir gösterge olduğunu belirten GOOINN'in Kurucusu Yavuz Çingitaş "Amacımız potansiyel girişimci zihin yapısına sahip kişilerin kendilerini tanımaktan başlayıp, problemi bulma, fikir ve iş modeline giden bu yaratıcılık odaklı sürece katkı sağlamak" dedi.



“Yılın Yatırım Lideri” seçildi

■ Sürdürülebilir finansman konusundaki yenilikçi ve öncü uygulamalarıyla Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunan Garanti BBVA'nın Kurumsal, Yatırım Bankacılığı ve Global Piyasalar'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ebru Dildar Edin, Londra merkezli Environmental Finance tarafından düzenlenen Sürdürülebilir Yatırım Ödülleri 2021 kapsamında “Yılın Yatırım Lideri” ödülüne layık görüldü. Gelişmekte olan pazarlarda sürdürülebilir yatırım konusuna liderlik eden yöneticiler ile birlikte yeşil dönüşümün mümkün olduğuna dikkat çeken Environmental Finance jürisi Ebru Dildar Edin'i Türkiye'de sürdürülebilir yatırıma destekleyen erken ve öncü bir şampiyon olarak değerlendirdi. Ödülle ilgili bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Ebru Dildar Edin, “Banka yönetimimiz başta olmak üzere bu ödülü almamı sağlayan çalışmalarını hayata geçirirken yanımızda olan ve faaliyetlerimizde emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. Önümüzdeki süreçte de küresel trendleri yakından takip ederek sürdürülebilirlik yatırımlarımızı artırmaya kararlıyız.” dedi.

Yeşil OSB'ler hayata geçirilecek

■ Türkiye'nin yeşil ekonomiye yönelik hedefleri kapsamında, yeşil organize sanayi bölgeleri (OSB) ve endüstri bölgelerinin hayata geçirilmesi çalışmaları tamamlanacak, bu bölgelere yönelik sertifikasyon sistemi uygulamaya alınacak. Ticaret Bakanlığı tarafından, Türkiye'nin son yıllarda ivme kazanan iklim değişikliği ile mücadele politikalarına adaptasyonunu sağlamayı hedefleyen ve ihracatta rekabetçiliği güçlendirecek bir yol haritası niteliğinde olan “Yeşil Mutabakat Eylem Planı” yayımlandı. Buna göre, ülkede sanayinin yeşil dönüşümünün ve döngüsel ekonominin geliştirilmesi sağlanacak. Döngüsel ekonomi çerçevesinde öncelikli sektörler belirlenerek, sektörlerle yönelik detaylı etki ve ihtiyaç analizi çalışmaları yapılacak. Bu kapsamda, Ulusal Döngüsel Ekonomi Eylem Planı hazırlanacak. Planla, geri kazanılmış ikincil ürün ve malzeme kullanımı için teknik kriterler de belirlenecek. Yeşil OSB'lerin ve yeşil endüstri bölgelerinin hayata geçirilmesine yönelik çalışmaların tamamlanması da amaçlanıyor. Bu bölgelere yönelik sertifikasyon sistemi uygulamaya alınacak, buna ilişkin mevzuat hazırlanacak.



Kadın girişimcilerin yarısı zarar edecek

■ TÜRKONFED, kadın girişimcilerin pandemiden nasıl etkilendikleri, gelecek öngörülerini ve beklentilerini analiz etmek üzere bir rapor yayımladı. "Covid-19'un Kadın Girişimciliğine Etkileri" başlıklı rapora göre kadın girişimcilerin yüzde 84,3'ü salgından olumsuz etkilendi, bir önceki yıla göre cirosu azalanların oranı 2,5 kat arttı. Girişimcilerin yarısı 2021 yılını zararlar kapatacağını öngörürken, pandemi devam ettiği takdirde işletmelerini üç ay ila 2 yıl arasında kapatmak durumunda kalacaklarını söyleyenlerin oranı ise yüzde 70,7 oldu. Covid-19'un kadın girişimcileri daha fazla etkilediğini söyleyen TÜRKONFED İş Dünyasında Kadın (İDK) Komisyonu Başkanı Reyhan Aktar, "Kadın girişimcilerin yüzde 87'si devlet desteğinin yetersizliğine vurgu yapıyor. Halbuki ülkemizin kalkınmasının en önemli kanatlarından biri olan kadın girişimcilerin desteklenmesi, refah açısından çok önemli bir etken" dedi. Reyhan Aktar, kapanma döneminin sürdüğü Mart ayında yapılan araştırmanın, normalleşme ile birlikte yapılacak yeni çalışmalar için de yol gösterici nitelikte olduğunu ifade etti.



Tüm şirketler aynı çatı altında toplanıyor

■ "Türkiye Ekonomisi Girişimci Kurumlara Dönüşüyor" mottosuyla 2018 yılında faaliyete geçen Girişimci Kurumlar Platformu, yeni dönemde yenilenen yüzüyle ekosistemini ve etki alanını büyütüyor. Türkiye'nin kurumsal şirketlerinin 'girişimci kurumlara' dönüşmesini amaçlayan platform, bu dönüşümün desteklenmesini, başarılı uygulamaları paylaşılmasını ve farkındalığın artırılmasını sağlıyor. Kurumsal üyeleri ile geleceği şekillendiren ve inovatif bakış açısına sahip kurumsal liderleri bir araya getiren çatı platform, girişimci kültürünü yaygınlaştırarak daha iyi bir gelecek yaratma tutkusuyla sunduğu faydalara yeni dönemde eklemeler yapıyor.



Türk Telekom PİLOT'tan 18 yeni girişime destek

■ Türk Telekom'un girişim hızlandırma programı PİLOT'ta dokuzuncu dönem girişimleri belli oldu. Programa yapay zekâ ağırlıklı, nitelikli ve özgün teknoloji çözümleri geliştiren 18 ekip seçildi. Girişimlerin her birine 200'er bin TL nakit desteğinin yanı sıra Türk Telekom ile iş birliği yapma ve TT Ventures'tan yatırım alma imkânı sunulacak. Ayrıca bu yıl programı tamamlayan ekipler arasından seçilenler, dünyanın en büyük inovasyon platformu Plug&Play'in dört haftalık ABD programına katılma fırsatı yakalayacaklar. Yeni dönemde programa katılacak girişim sayısını ve verilen nakit desteğini artırdıklarını ifade eden Türk Telekom Strateji, Planlama ve Dijital Genel Müdür Yardımcısı Barış Karakullukçu şöyle konuştu: "Türk Telekom olarak hedefimiz, ilk günden bu yana, girişimcileri desteklemek, girişimcilik ekosistemini güçlendirmek ve girişimlerle iş birliği yaparak müşterilerimize yenilikçi ürün ve hizmetler sunmak."



KOBİ'lere finansal röntgen

■ KOBİ'lerin rekabet güçlerini artırmak, pazara ilişkin öngörülerini geliştirmek ve stratejik kararlarını etkin şekilde uygulamak için iş deneyimlerini sürekli olarak incelemeleri ve değişikliklere hazırlıklı olmaları gerektiğini ifade eden Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi (KOSGEB) Başkanı Hasan Basri Kurt, bunun için gerekli verilerin toplanarak analiz edilmesinin çok önemli olduğunu kaydetti. Kurt, KOSGEB'in bu doğrultuda kurum ve kuruluşlardan mevzuatları dahilinde alınan verilerini işleyerek, KOBİ'lerin kendilerini değerlendirebilecekleri İşletme Değerlendirme Raporu adında bir çalışma düzenlendiğini belirterek, şunları kaydetti: "Rapor, işletmenin durumunu; Türkiye genelinde ve İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması Düzey 1'e göre sektörde karşılaştırmasına olanak sağlıyor. Raporla işletmeye aslında sektörde nerede olduğunu, finansal tablolarını, genel giderlerini, kaynaklarını gösteriyoruz, yani işletmeye kendi fotoğrafını görme şansı veriyoruz. Ayrıca işletmelerin dışarıda yüksek ücretler vererek uzun bir zaman çerçevesinde kendi firmasıyla ilgili hazırlatacağı bir raporu direkt biz onlara sunuyoruz."



Türkiye pandemide e-ticaret tarihinin en büyük büyümesini gerçekleştirdi. Pandemiyle birlikte büyük bir hızla artan e-ticaret hacmi, yeni normale geçilmesiyle birlikte de artarak devam ediyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 60'lık bir büyüme gerçekleştiren sektör, girişimci ekosistemine de etki ediyor. Uzmanlara göre yeni dönemde e-ticarette öne çıkacak sektörler ise marketler, gıda, temizlik, medikal, pet shop, çocuk giyim ve oyuncak sektörü olacak.

Covid-19 ile birlikte dijitalleşme ve elektronik ticaret daha da önem kazandı. Bugüne kadar hiç e-ticaret alışverişi yapmayan kitleyi çok hızlı adapte eden bir süreçten geçtik, geçiyoruz. Yeni normal dönem öncesinde KOBİ'ler için büyük fırsatlar barındıran e-ticaret, markalar için bir gereklilik haline aldı dersek yanlış olmaz. Dijitalleşmenin doğal bir sonucu olan tek bir noktadan geniş kitlelere hizmet verebilme, her an her yerden ulaşılabilir olma ve günün her saati satış yapabileme imkânı sektördeki rekabete farklı bir boyut kazandırdı.

Türkiye pandemide e-ticaret tarihinin en büyük büyümesini gerçekleştirdi. Pandemiyle birlikte büyük bir hızla artan e-ticaret hacmi, yeni normale geçilmesiyle birlikte de artarak devam ediyor. IdeaSoft İş Ortaklıkları Müdürü Eray Şentürk, pandemi döneminde Türkiye'nin e-ticaret tarihinin en büyük büyümesini gerçekleştirdiğini, e-ticaret sektörünün önceki yıllara göre ortalama yüzde 85 büyüdüğünü ve 12-15 milyon civarında yeni bir müşteri kitlesi oluştuğunu belirtiyor. Salgın döneminde e-ticaret hacmindeki artışın büyük şirketlerin ilgisiyle birlikte yeni katılımların sağlandığına da vurgu yapan Şentürk, dijital pazarlamanın olumlu etkileriyle birlikte e-ticaretteki yoğunluğun artacağını ifade ediyor.

2020'de yüzde 60 büyüdü

Pandemi süreci, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye'de de e-ticaretin patlama yaptığı bir dönem oldu. Ticaret Bakanlığı verilerine göre ise 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 60'lık bir büyüme gerçekleştiren sektör, girişimci ekosistemine de etki ediyor. Online pazaryerlerinde başarılı olmanın yolları herkes tarafından merak ediliyor. Geliştirdiği



ERAY ŞENTÜRK

analitik yazılım araçlarıyla e-perakende alanında faaliyet gösteren satıcılara hizmet veren NeSatilir.com'un Kurucusu Yiğit Tuna, ürün ve hizmetleri müşteriye hızlı ve

sorunsuz bir şekilde ulaştıran, satıcıların pazar potansiyellerini artıran, tüketicilere geniş ürün seçeneği, net ürün bilgileri, uygun fiyatlar vaat eden e-ticaret sektörünün dünya genelinde devasa bir büyüklüğe ulaştığını söylüyor. Gelişmiş lojistik ve tedarik zincirinin avantajıyla sınırları neredeyse tamamen ortadan kaldıran e-ticaretin yükselişiyile girişimci ekosistemine de etki ettiğini vurgulayan Tuna, "E-ticarete adım atmak isteyen girişimciler kendilerine yol gösterecek ipuçları arıyor.

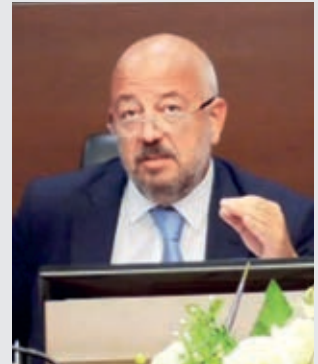
Hangi sektörler öne çıkıyor?

Pandemi döneminin e-ticaret yapmak isteyen ama e-ticarete başlamayan

RIZA TUNA TURAGAY / TİCARET BAKAN YARDIMCISI

"KENDİ PAZARYERLERİMİZİ GELİŞTİRECEĞİZ"

"E-ticarette Çin ve ABD, dünya e-ticaretinin yüzde 71,4'ünü oluşturuyor. AB'nin payı yüzde 14'ler civarında. Dünya e-ticarete gidiyor, bu treni kaçırmamak hatta en önlere yer almamız lazım. E-ticaret, işletmeler için 4 milyar insana erişim imkanı veriyor. Türkiye'de 2019'da e-ticaret yapan firma sayısı 68 bin iken, şu anda 256 bin. Türkiye'deki potansiyel ortada. Hızla büyüyoruz. Devlet olarak her türlü katkıyı vermeye hazırız. Özellikle pandemi döneminde e-ticaret artış gösterdi. Diğer yandan hazıranda Türkiye olarak 2,6 milyar dolar e-ihracat yaptık. Toplam ihracatın yüzde 1,3'üne denk geliyor. Dünyada bu oran yüzde 4-5 civarında. Bu oranları yakalamayı hedefliyoruz. Ayrıca Bakanlığımız bünyesinde e-ihracat dairesi de kuruyoruz. Kendi pazar yerlerimizi geliştirmeye çalışacağız. Diğer yandan ABD yeni tedarikçi ülke arayışında. Türkiye, avantajlı ülkelerin başında geliyor."



ERDAL BAHÇIVAN / İSO BAŞKANI

“KÜRESEL E-TİCARET 4,3 TRİLYON DOLARA ULAŞTI”

“Pandeminin ve kısıtlamaların yarattığı şartlar nedeniyle tüketiciler, ihtiyaçlarını giderek internet ortamı üzerinden karşılama yolunu seçiyor. Öyle ki, 2021 e-ticaretin altın yılı olarak kabul görüyor. İnternet kullanım oranındaki yükseklik, her geçen gün gelişen ve sayıca artan alternatif ödeme sistemleri ve gelişmiş bankacılık sistemleri de e-ticaretin gelişimini hızlandırıyor. Dünyada e-ticaret yıllık bazda yüzde 18 büyüme göstererek 2020 yılında 4,3 trilyon dolarlık bir hacme ulaştı. 2040 yılına kadar da global tüm satın alma işlemlerinin yüzde 95’inin e-ticaret yoluyla olacağı belirtiliyor. Amazon ve eBay dünyadaki ilk e-ticaret platformları olma özelliğini taşıyor. Çin merkezli olan Alibaba ise bugün sektörünün en güçlü oyuncularında. Bu yeni ticari düzenin önem kazandığı ve gelişim gösterdiği yıllarda; ülkemizde de bu alanda ilk adımlar atılarak bir dizi şirketin gurur veren başarı hikayelerine tanıklık ediyoruz.”



firmaların iştahını kabarttığını ve kararlarını hızlandırmalarına yardımcı olduğunu belirten Şentürk, şunları söylüyor: “İşletmeler pandemiyle birlikte mecbur kalınca e-ticarete geçişleri hızlandı. Hiç düşünmeyenler firmalar da bu durumdan etkilendi ve e-ticarete girmeye başladılar. Çok büyük markalar ‘Online ticareti nasıl yapabiliriz’ kararını 1,5 sene içinde verebilecekken bir kaç günde e-ticaret sitelerini açtılar. Bu şekilde birçok marka ve firmayla çalıştık. Çok hızlı büyüyen sektörler, gıda, temizlik ve medikal oldu. Bu sektörler ilk çeyrekte yüzde binlerin üzerinde büyüme sağladı.”

Öte yandan yasaklarla birlikte tüketicilerin evde zaman geçirdikçe eşyaları değiştirmeye başladığını da sözlerine ekleyen Şentürk, “Çocuklarla zaman geçirmek için oyuncaklar alınmaya başlandı. Bu ürünleri satan firmalar da yüzde yüzün üzerinde sipariş artışıyla seneyi tamamladılar. Pandemi döneminde Türkiye, e-ticaret tarihinin en büyük büyümesini gerçekleştirdi” diye konuşuyor. Şentürk, e-ticaret sektörünün önceki yıllara göre ortalama yüzde 85 büyüdüğüne dikkat çekiyor. Yakın gelecekte e-ticarette öne çıkacak sektörler ise

marketler, gıda, temizlik, medikal, Pet shop, çocuk giyim ve oyuncak sektörü olarak sıralanıyor.

4 milyar kişiye ulaşma imkanı

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan, dünyada 4,3 trilyon dolarlık hacme ulaşan e-ticaretin pandemide fırsata çevrilebileceğine dikkat çekerek, “Firmalarımızın yurtdışında depo kurması gibi yapılanmalarına destek olacak bir model geliştirilmesi, dünyada 4 milyar kişiye ulaşma imkanı veren

e-ticarette bizlere hız ve maliyet avantajı sağlayacak” diyor. Ayrıca Türkiye’de ofis ve temsilcilikleri olmayan uluslararası pazaryeri firmalarına ülke tanıtımı yapılması gerektiğine işaret eden İSO Başkanı, “Bu konuda kamu ve özel sektör iş birliği ile çalışma yürütülmesi kritik önem taşıyor” diye konuşuyor.

Global platformlar

2040 yılına kadar global tüm satın alma işlemlerinin yüzde 95’inin e-ticaret yoluyla olacağı belirtiliyor. Amazon ve eBay dünyadaki ilk e-ticaret platformları olma özelliğini taşıyor. Çin merkezli olan Alibaba ise bugün sektörünün en güçlü oyuncularında. Türkiye’de de hızlı bir gelişim gösteren e-ticaretin hem tüketicilerin hem de işletmelerin artan kullanımına bağlı olarak giderek yaygınlaştığına işaret eden Bahçivan, şu bilgileri veriyor: “Ülkemizde e-ticaret hacmi, bir önceki yıla göre yüzde 66 artış göstererek 226 milyar TL’ye ulaştı. Bir diğer veri ise, ülkemizde e-ticaret hacminin genel ticaret hacmine oranı 2019 yılında yüzde 9,8 iken, 2020 yılında yüzde 15,7 seviyelerine çıktı. Bütün bu gelişmelerde; stratejik konum, genç nüfusun yoğunluğu, dijital enstrümanlara erişim düzeyinin yüksekliği, güçlü lojistik ve tedarik altyapısı gibi önemli faktörler, ülkemizin e-ticarette güçlü bir biçimde yer alması adına belirleyici unsurlar oldu.”

Kadın gücü büyüyor

Pandemi ile birlikte alışveriş şeklimizden, iş yapış biçimimize, sosyal



hayattan, özel yaşantıya kadar her alanda yepyeni bir döneme geçildi. Dijitale yatırım yapan ya da yaptığı işi dijital ortama taşıyan kadın girişimciler süreci fırsata çevirerek e-ticaret alanında önemli adımlar atmaya başladı. Türkiye’de Meydanticaret.com’un altyapısını kullanarak hizmet alan kadın girişimcilerin sayısı yüzde 50, IdeaSoft’dan hizmet alanlar ise yüzde 35 arttı. Meydanticaret.com’un Kurucusu Şerif Temizkan, geçen yıl altyapılarını kullanarak e-ticarete atılan kadınların oranının yüzde 13 olduğunu, rakamın şu dönemde yüzde 19,5’a çıktığını söylüyor. Temizkan, “Pandemi sonrası evlerde geçirilen süre ile birlikte kadınların aksesuar, gıda, hediyelik eşya, kozmetik, dermokozmetik, ev tekstili gibi alanlarda herhangi bir fiziki mağaza açmadan e-ticaret odaklı iş kurduklarını gözlemledik” diye konuşuyor.

E-ticaret sektöründeki girişimci ve istihdam sayısında da ciddi bir artış olduğu söyleyen e-ticaret altyapı sağlayıcısı TOBB E-ticaret Meclis Üyesi Seyhun Özkara ise, şunları anlatıyor: “Pandemide kadın müşterilerimizin payı oldukça arttı. Bu dönemde ev hanımları ve daha önce çalışma hayatında yer alan kadınların, günümüzde e-ticarete yöneldiğini görüyoruz. Takı, tekstil, gıda ürünleri ve hediyelik eşyaya yönelik olarak evlerde yapılan üretim hızla arttı. Ağırıklı kadınlar üzerinden ve kadınların organize ettiği grup işleri yapılıyor.”

Online alışveriş platformu Trendyol’da pandemi döneminde 17 bin kadın girişimci platformda satışa başladı. İkinci el platformu Dolap’taki 1 milyon 100 bin satıcıdan yaklaşık 400 binini de ev kadınları oluşturuyor.



MERT TANCİĞER / E-İHRACAT TÜRKİYE BAŞKANI

“DİJİTALE GEÇEMİYEN İŞ YAPAMAYACAK”

“Teknolojinin gelişimi ile birlikte aynı hızla iş hayatında dijitalleşme de arttı. Teknolojik akımlar ve iş yaşamındaki dijitalleşmeye uyum sağlamayan, sisteme ayak uyduramayan firmaların uluslararası pazarda kendilerine yer bulamayacak. Bu teknolojik dönüşümde e-ticaret ve e-ihracatın kilit öneme sahip. Dünyadaki büyük pazarlar ticaretini dijitalle dökemeyen firmalarla çalışmayı yakın zamanda kesecek. ABD, Çin, Japonya, Almanya gibi bu sektörün büyük pasta dilimlerine sahip olan ülkelerin oldukça gerisindeyiz. Yunanistan’da bile ihracatın yüzde 16’sı e-ticaret’ten oluşuyor. ABD’nin Amazon’u ve Çin’in Alibaba’ sı dünya genelinde en çok internetten alışveriş yapılan siteler. Çin’in Aliexpress’i Rusya’da bir numara. Çünkü Rusya ve Çin’in stratejik yakınlıkları ve Çin sınırları içerisinde yaşayan 300 bin civarında Rus vatandaşı Alibaba ve Aliexpress’in oldukça başarılı olmasını sağlıyor. Amazon ise Avrupa ülkelerinde talep görüyor.”



Trendyol’da satıcıların yüzde 54’ü, girişimcilerin ise yüzde 25’i kadın.

Aşırı sıcakta satış artıyor

Öte yandan içinden geçtiğimiz aşırı sıcak havalarda e-ticaret sitelerinden yapılan alışverişin yüzde 30’a yakın arttığı belirlendi. Avantajix.com, üyelerinin aşırı sıcak havalarda alışveriş alışkanlıklarındaki değişimi araştırdı. Araştırmada, İstanbul, Ankara ve İzmir’deki üyelerin temmuz ayında sıcaklıkların mevsim normallerinde seyrettiği günler ile 40 derecelere yaklaştığı

günlerdeki alışverişleri kıyaslandı. Araştırmaya göre, hava sıcaklıklarının 25-30 derece gibi mevsim normallerinde ya da biraz altında olduğu günlerde dijital alışverişte değişim yaşanmıyor. 30-35 derecelik sıcaklıklarda ise e-ticarette yüzde 10-15’lik artış gözlemleniyor. İnsanların ev ve ofislere hapsoldüğü, sıcaklığın 38-40 derecelere çıktığı günlerde, özellikle saat 12.00 ila 16.00 arasında e-ticaret yüzde 30 artışla tavan yapıyor.

En fazla artış markette

Kavurucu sıcaklarda satın almalarda işlem adedi olarak en fazla artış, yüzde 45 ile marketlerin online sitelerinden yapılan alışverişlerde görülüyor. Fırsat sitelerindeki işlem adedi yüzde 25 artarken, kozmetik ürün satan sitelerin işlem adedindeki artış yüzde 15, elektronik ve küçük ev eşyası satan sitelerdeki işlem adedi artışı ise yüzde 13 oluyor. Aşırı sıcaklardan dolayı sisteme yeni giren müşterilerin büyük çoğunluğunu 55 yaş üstü oluşturuyor. Çalışan kadınlar da aşırı sıcaklarda öğle tatilinde ofiste kalmayı tercih ediyor, alışverişlerini dijital mağazalardan yapıyor.

Genç sanat eserlerini halka arz ediyor

Blockchain teknolojisi kullanan ARTIOX, genç sanatçıların eserlerini halka arz ediyor. Şirket, gelecek vadeden 11 genç sanatçının 117 bin 500 TL değerindeki eserinden oluşan "sanat sepeti" ile sanat yatırımlarına yeni bir soluk getirmeyi hedefliyor.

Kendisini sanat yatırımı 3.0 olarak adlandırılan dünyanın bir oyuncusu olarak tanımlayan ARTIOX, değerli sanat eserlerini Blockchain üzerinde tokenize ederek kullanıcıların bu sanat eserlerine kolayca yatırım yapmalarını sağlayan yeni nesil bir sanat yatırım platformu olarak çalışıyor. Blockchain (Blokzincir) teknolojisi kullanan ARTIOX, şimdi de dünyada bir ilk olarak genç sanatçıların eserlerini halka arz ediyor. ARTIOX, çağdaş sanat alanında eser üreten sanatçıları bir araya getiren Art.Ist Sauna ve sanat yatırımlarının öncü kurumlarından TTLC Sanat Danışmanlığı'nın katkıları ile geliştirdiği iş birliği kapsamında çok sayıda sanatçının eserinin bulunduğu bir



ERDİNÇ SAKİN

"sanat sepeti" ile bu alanda bir ilke imza atarak sanat yatırımlarına yeni bir soluk getirmeyi hedefliyor.

Demokratik ve erişilebilir sanat

ARTIOX, sanatsever ve yatırımcıların bir sanat eserine yüklü miktarda fon ayırmak yerine bütçeleri doğrultusunda istedikleri miktarlarda sanat eserlerine ortak olabilmelerini sağlıyor. Özellikle küçük yatırımcıların sanat eserlerine yatırım

yapmasına olanak tanıırken sanat eserleri tokenize edildiği için sistem, kullanıcıların yatırımlarını görmesini ve yönetmesini de sağlıyor. Daha önce Ahmet Güneştekin, Devrim Erbil gibi usta sanatçıların eserlerini demokratik ve erişilebilir sanat yatırımı fırsatı olarak sunan ARTIOX, yeni oluşturduğu "sanat sepeti" ile dünyada ilk defa kullanılan ve sanat borsası olarak da adlandırılacak sistem sayesinde sanat eserlerinin hisselerle bölünerek satılması sağlanıyor. Yetenek-

leri esas alınarak seçilen genç ve gelecek vadeden sanatçıların eserlerinin tokenize edilmesiyle oluşturulan bu "sanat sepeti", teknolojiyi sanat yatırımıyla buluşturarak 7/24 ulaşılabilir ve yönetilebilir yatırım fırsatı sağlıyor.

"Daha kârlı ve güvenli"

Geleneksel yatırım araçlarına göre daha karlı ve güvenli görünen bu likit olmayan pazarda online tarafın yüksek bir ivmeyle sürekli büyüme gösterdiğini belirten ARTIOX Kurucu Ortağı Cemal Doğan, "ARTIOX olarak yatırımcıların bütçelerini tek bir sanat eserine ayırmak yerine, farklı eserlere bölme imkânı sağlayarak, en güvenilir yatırım araçlarından biri olan sanat yatırımlarını erişilebilir kılarak cazip bir yatırım fırsatı oluşturuyoruz" diyor. Güvenilir bir yatırım süreci oluşturmak amacıyla, yatırımcılara sunulması planlanan sanat eserlerinin değeri, uzmanlar tarafından seçilerek ekspertiz raporuyla belirleniyor. Ardından değer biçilen eser, sigortası yapılarak blockchain üzerinde oluşturulan akıllı kontrat ile tokenize edilerek yatırımcılara ilan ediliyor. Cemal Doğan, "Sanat eserleri, ön satış ve genel satış süreçlerinin ardından sistemde listelenerek 7/24 alım-satıma hazır hale getiriliyor. Listelenen tüm eserlerin anlık değerlerini takip edebilme imkânı sağlayan yatırım ekranı üzerinden, alım-satım işlemleri sürekli olarak aktif tutuluyor" diye konuşuyor.

11 genç sanatçıdan 11 eser

ARTIOX'un Art.Ist Sauna iş birliğiyle geliştirdiği "Sauna Emerging 1(SE1)" sanat sepetinde gelecek vadeden 11 genç sanatçının 117 bin 500 TL değerindeki eserleri yer alıyor. Yatırım yapılan sanat eserleri, piyasada yer alan diğer dijital yatırım araçlarının aksine sanatın birçok disiplinlerini ihtiva eden ve Türkiye'nin tek kat üzerindeki en büyük sanat ve etkinlik alanı UniqExpo'da faaliyet gösteren Art.Ist Sauna'da yerinde görülebiliyor. Blockchain yapısı üzerinde her esere ait özel oluşturulan tokenler yatırımcıların bu eserlere diledikleri miktarlarda yatırım yapabilmesinin önünü açıyor. Yatırımcılar dilerse bir esere dilerlerse aynı anda tüm eserlere yatırım yapma imkânına erişebiliyor.



"Herkes İçin Sanat Yatırımı" hedefiyle geliştirilen ARTIOX; genç, çağdaş Türk sanatçıları yeni yatırımcılara tanıtırken, sanat pazarının bu alandaki büyümesine de öncülük ediyor. ARTIOX'un bu sisteme en önemli katkılarından biri, tarih boyunca bir güvenli varlık saklama aracı olarak işlev gören sanat eserlerine yatırımı, küçük yatırımcı grubuna da yayarak sanat yatırımlarına duyulan iştahı artırmak ve galerilerde yer bulmakta zorlanan genç sanatçıların eserlerini sanat severlerle buluşturmak oluyor.

Art.Ist Sauna nedir?

Art.Ist Sauna; resim, heykel, fotoğraf, video sanatı, karikatür, illüstrasyon, sokak sanatı, performans, sinema gibi sanatın birçok disiplinlerini ihtiva eden ve Türkiye'nin tek kat üzerindeki en büyük sanat ve etkinlik alanı UniqExpo'da kurulmuş olan bir sanat inisiyatifi. Bu dev sergi alanının en büyük özelliği; sanatla ilgilenen ve merak duyan tüm ziyaretçilere 365 gün boyunca açık ve ücretsiz olması. Sanat eserinin pahalı ve erişilemez olduğu algısını değiştirmek amacıyla kurulan Art.Ist Sauna; 1500 metrekare büyüklüğünde bir alan sunmasının ve genç sanatçılar ile sanatseverler arasındaki etkileşimi artırmasının yanında, erişim konusunda zaman ve mekân özgürlüğü de sağlıyor. Art.Ist Sauna, Türkiye'deki sanat pazarını da büyütürken, konseptini bir pazaryeri anlayışına çeviriyor.



7,5 milyon \$'lık değerlendirme ile **yatırım aldı**

Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş., dünya devi yatırımcıların odağına girdi. Geçen yıl Alesta'dan 5 milyon TL değerlendirme ile yatırımı alan şirket, şimdi de Keiretsu Forum Türkiye'den 7,5 milyon dolar değerlendirme yatırımı aldı. Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş. CEO'su Çınar Laloğlu, son yatırımla bir yıldan daha kısa sürede şirket değerlemesini 13 kat artırdıklarını söyledi.

Son yıllarda tüm dünyada en fazla gündemimize giren kelime 'Dijitalleşme' oldu. Bu alanda irili ufaklı birçok şirket boy gösterirken bazıları teknolojik olarak hızla gelişip Türkiye'nin en büyük şirketleri olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Öyle ki bu şirketler yatırımcıların da ilgi odağı haline gelmeye başlıyor. Enerji verimliliği ve akışkanlar dinamiği alanında 10 yıldan fazla tecrübe ve Ar-Ge proje birikimine sahip olan, 2018'den beri de kendi bünyesinde ürettiği özgün ürün teknolojileriyle müşterilerine enerji, bakım ve zaman tasarrufu sağlayan yerli teknolojiler sunan Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş., genç bir şirket olmasına rağmen dünya devi yatırımcıların radarına girdi. 2020 yılında Alesta'dan 5 milyon TL değerlendirme ile yatırım alan Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş., şimdi de küresel melek yatırımcı ağı olan Keiretsu Forum Türkiye'den 7,5 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım aldı. Yatırım turuna Alesta'da devam yatırımı yaptı. Şirket, bu yatırım turuyla değerlemesini 1 yıldan kısa bir sürede 13 kat artırarak önemli bir başarıya imza attı.

Dört özel ürün geliştirdi

Endüstriyel IoT çözümleriyle firmaların kritik ekipmanlarını akıllandırdıklarını anlatan Bren İleri Teknoloji Enerji A.Ş. CEO'su Çınar Laloğlu, firmaların doğrudan fark edemediği problemlere odaklandıklarını söyledi. Bu kapsamda dört ürün geliştirdiklerinin bilgisini veren Laloğlu, "Bu projeleri-



ÇINAR LALOĞLU



mizde dünya devi yatırımcıların da radarına girdik. 2020 yılında Alesta'dan 5 milyon TL değerleme ile yatırım almıştık. Bu yatırım turuyla değerlememizi 1 yıldan kısa bir sürede 13 kat artırdık, şimdi yeni ürünlerle yurt dışındaki satışlarımızı arttırmayı hedefliyoruz” dedi. Geleneksel tüm sanayi alt yapısını yenilikçi teknolojilerle dijitalleştirerek firmalara ve çevreye katkı sunmayı hedeflediklerini anlatan Laloğlu, “Türkiye’den çıkan çok iyi girişimlerin olması diğer girişimleri

motive ediyor, daha iyisini başarabilmek için daha çok çalışmaya devam edeceğiz” diye konuştu.

Yüzde 15’e varan tasarruf

Geliştirdikleri dört ürüne dair de bilgiler veren CEO Laloğlu, “Şirketlere yapay zeka tabanlı bir yazılım üzerinden bildirimler ve yönlendirmelerle yüzde 15’e kadar enerji, ekipman ve zaman tasarrufu sağlıyoruz. Enerji verimliliği öncelikli olarak, maksimum performansta sistemlerin çalışması için yazılımlar geliştiriyoruz. Yazılımın yanı sıra donanımı da içeren sistemimiz, entegre olduğu tesislerdeki ulaşılması zor ve riskli alanlardaki ekipmanların arızalarını, çalışma zamanlarını, maddi kayıpları müşterilerin her yerden yönetilmesine imkân sağlıyor” şeklinde konuştu. Bu ürünlerden biri olan Bren STM’nin (Steam Technology Monitoring) endüstride, özellikle buhar teknolojilerinde kullanıldığına dikkat çeken Laloğlu, şöyle devam etti: “Nano jeneratör teknolojileriyle yola çıkarak bu ürünümüzü geliştirdik. Mekanik, elektronik ve yazılım ekiplerinin multidisipliner çalışması sonucu Bren STM ortaya çıktı. Bu teknolojileri kendi enerjisini üretebilen, batarya değişim ihtiyaçlarını ortadan kaldırarak daha özgün ve yenilikçi hale getirdik. Bren STM ile kritik öneme sahip mekanik ekipmanları, yapay

Akıllı sensör teknolojisine sahip

Petrol-gaz, enerji santralleri, gıda, kimya sanayi, ambalaj ve tekstil sektörlerinin hedefleri arasında bulunduğunu anlatan Laloğlu, iş modelleriyle ilgili ise şu bilgileri verdi: “Kendi enerjisini üretebilen akıllı bir sensör teknolojisine sahibiz. Böylece geleneksel çözümlerden ayrışıyoruz. 12 aydan daha kısa sürede yatırım geri dönüş süresi olan bir iş modeli ile hizmet veriyoruz. B2B satış ve kiralama modeli üzerinden ilerliyoruz. Kiralama modelini yüksek adetlerde ihtiyacı olan müşterilerimiz için oldukça kazançlı ve avantajlı oluyor.”

Ekip 1 yılda 3 kat büyüdü

Endüstriyel IoT sektörünün hızla geliştiğini aktaran Laloğlu, önümüzdeki 5 yılda yüzde 43'lük büyüme beklendiğini kaydetti. Bu alanda şirketlerinin de güçlü bir büyüme performansı sergilediğini aktaran Laloğlu, “Ekibimiz 1 yılda 3 kat büyüdü. Müşteri sayımız ise 5 kat arttı” dedi. Endüstriyel nesnelerin internetini, düşük güçte üretim teknolojilerine entegre ederek kendi enerjisini üretebilen akıllı sensörler ve birleştirilmiş yapay zeka uygulamalarını artırmayı hedeflediklerini anlatan Laloğlu, “Bu kapsamda uluslararası patentli teknolojimiz olan esnek hibrit nano jeneratör teknolojisini 2022’de daha farklı bir uygulama alanıyla ilk Türkiye’de uygulayarak yenilikçi bir çözüm getireceğiz” diye konuştu.

zeka tabanlı, kendi enerjisini üretebilen kablosuz sensörler ve endüstriyel nesnelerin interneti (IoT) teknolojisiyle takip ederek müşterilerimize enerji, bakım ve zaman tasarrufu sağlıyoruz” dedi.

Rusya ve Ortadoğu hedefte

Yurt dışı büyüme hedefi ile farklı ülkelerde satış operasyonlarını başlattıklarını anlatan Laloğlu, “Amerika ve Avrupa’dan sonra Rusya ve Ortadoğu pazarı öncelikli hedeflerimiz arasında. Pazarda farklı teknolojilerle katma değeri yüksek yeni ürünler üretmeye devam edeceğiz” ifadelerini kullandı.

Yılın inovasyon ödülü Bren’in oldu

Geliştirdiği başarılı projelerle ardı ardına ödüller de toplayan Bren, son ödülünü ise Brisa Yolculuğun Öncüleri 2021 programında aldı. Sabancı Yönetimi’nin jüri üyeleri arasında yer aldığı programa toplam 87 başvuru geldi. En yüksek puanı alan Bren, programın birincisi olarak, ‘Yılın Inovasyon Ödülü’ ile büyük ödülün sahibi oldu.

'Dijital danışmanlık' dönemini başlattı

Dijital danışmanlık uygulamasını başlatan Eksperin platformu, alanlarında uzman kişileri TL/dk üzerinden ücretle müşteri ile telekonferans yoluyla görüştürüp kişi ve şirketlerin oturdukları yerden konusunda deneyimli kişilere rahatça ulaşip sorunlarını çözebilmelerini sağlıyor. Bu sayede uzman da profesyonel gelir elde ediyor.

Şirketlerin işlerini büyütebilmeleri ya da iş hayatında yanlış giden konuları görüp gerekli tedbirleri alabilmeleri başarının olmazsa olmazlarından. Birçok şirket bunun için çeşitli alanlarda uzman danışmanlarla çalışıyor. Ancak kaynakları sınırlı olan KOBİ'ler için bu tarz danışmanlıkları almak hele ki işlerin daraldığı pandemi döneminde ekstra külfet demek. İşte bu gerçekten yola çıkan yeni girişim Eksperin platformu, firma sahiplerine yönelik dijital danışmanlık hizmeti veriyor. Konusunda uzman kişilerle, bu kişilerden fikir, tavsiye, danışmanlık almak isteyenleri görüştürme hizmeti sunan dijital platform Eksperin.com, bilgiyi demokratikleştirerek herkesin kolayca ulaşabileceği yeni bir iş modeliyle sunuyor. Alanlarında uzman kişileri TL/dk üzerinden ücretlendirmeye müşterileriyle telekonferans yoluyla görüştürüyor. Girişim, ihtiyacı olan kişi ve şirketlerin istedikleri zaman, oturdukları yerden konusunda deneyimli bu kişilere rahatça ulaşip sorunlarını çözebilmelerini sağlamayı amaçlarken uzmanlar da profesyonel gelir elde ediyor.

Pandemi döneminde kurumsal şirketler ve kurumlardan da ilgi gören platformun amacı, şirketlerin işlerini büyütmek veya yanlış giden şeyleri görerek önlem alabilmeleri için uzman desteği almalarına aracılık etmek. Eksperin Platformu Kurucusu Ersin Mete Ertürk, Eksperin'in amacının iş insanlarının, işlerinde ve özel hayatlarında yaşadıkları sorunları çözebilecek kişilere ulaşarak anında görüşebileme-

Gelirleri bağışlamak mümkün

İsteyenlerin, görüşme gelirini diledikleri yere bağışlayabilmelerine olanak sağlayan bir yapı da kurduklarını belirten Ertürk "Burada da amacımız görüşmeden elde ettiği gelire ihtiyacı olmayan veya bir kısmını bağışlamak isteyen profesyoneller için bir sosyal sorumluluk gerçekleştirmelerine yardımcı olmak" diye konuşuyor.

rini sağlamak olduğunu söylüyor.

Platformun teknolojik altyapısı sayesinde iki taraf birbirlerinin iletişim bilgilerine sahip olmadan, güvenle bu görüşmeleri gerçekleştirebiliyor.

Pandemi ile birlikte, iş yapış şekillerinin tamamen değişerek dijital kayması sonucu ciddi bir ilgi olduğunu

ve görüşme hacimlerinin

METE ERTÜRK

arttığını belirte Ertürk, "Geçtiğimiz yılın Nisan ayından bu yıl Haziran ayına kadar, platform üzerinden 30 bin dakikaya yakın görüşme gerçekleşti. Çünkü özellikle iş insanlarının yaşadıkları en önemli sorunlardan birinin, işleriyle ilgili özel olarak soru sorup fikir alabilecekleri uzman kişileri bulmak ve onlarla kolay yoldan görüşebilecekleri bir

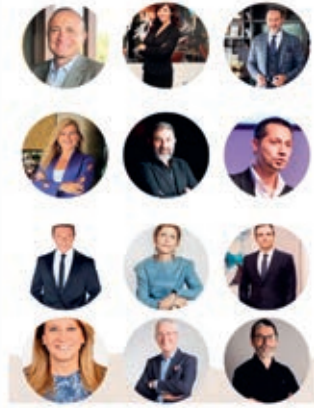
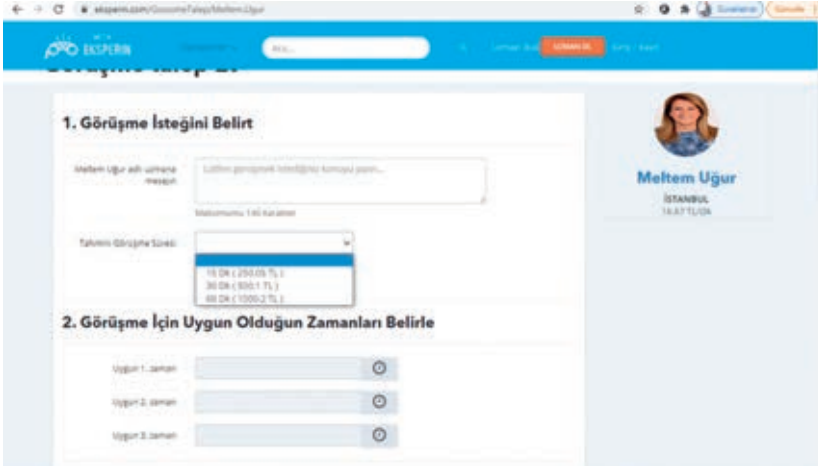
ortam bulunmadığını biliyoruz" diyor.

Ertürk, bugüne kadar yapılan görüşmelerin ortalama süresinin 37 dakika, uzmanların ortalama dakika ücretlerinin ise 18 TL olduğunu belirtiyor. Platformda yer alan uzmanlar dakika ücretlerini online başvuru sırasında kendileri belirliyorlar. Ücret talep etmeyen danışmanlar da var. Bu kişiler platformda ücretsiz olarak deneyimlerini paylaşıyor. Teknolojiden, insan kaynaklarına, ekonomiden, finansa, girişimcilikten, pazarlama ve dış ticaret alanlarına kadar birçok farklı başlıkta yer alan uzmanlar için platformda hizmet verebilmeleri konusunda istenen birkaç temel konu var. Kurumlara toplu görüşme dakikaları da sunan Eksperin bu hizmeti ile, 250, 500 veya 1.000 dakika satın alan kurumlara istedikleri uzmanla sabit fiyattan hizmet alabiliyor.

Nasıl işliyor?

Platform, uzmanlar ve uzman tavsiyesine ihtiyaç duyanlar arasında bir kolaylaştırıcı olarak





hizmet veriyor. Belirli bir iş sorusu veya özel hayatınızla ilgili yardım arıyorsanız, devam edip bir görüşme ayarlamak için deneyimli profesyonellere göz atabiliyorsunuz. Çok çeşitli iş konularında bire bir uzman tavsiyesi alabileceğiniz bir pazaryeri. Birkaç telefon konuşmasıyla çözülebilecek, hızlı soru-cevap tarzı danışmanlık çağrılarını kolaylaştırıyor. Doğru bilgi veya deneyim aramak için saatler harcamak yerine, ihtiyaç duyulan yanıtla güvenilir, doğrulanmış ve yetkin kaynaklardan hemen alınabiliyor.

450 uzmanı var

Platform, Alphan Manas ve Prof. Dr. Emre Alkin'in de aralarında bulunduğu 450'ye yakın uzmana sahip ve her ay binlerce dakikalık danışmanlık görüşmesine aracılık ediyor.

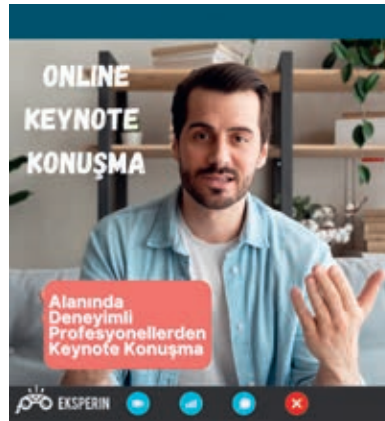
Dakika ücretleri platform ortalamasının üzerinde olan bu uzmanlarla şu ana kadar birkaç defa görüşüldü. Prof. Dr. Emre Alkin görüşmelerden elde ettiği geliri bağışlıyor.

Ekspirin, pandemi ile birlikte kurumsal şirketlerden gelen taleplerle iş modellerine yeni hizmetler ekledi. Yüz yüze eğitim ve se-

miner süreçleri rafa kaldığından platform, şirketlere online seminer ve eğitim hizmetleri ile de sunmaya başladı.

Ertürk, pandede yıllar sürecek dönüşümlerin kurumsal şirketler tarafından çok hızlı bir şekilde gerçekleştirildiğini ve tüm eğitim, seminer, lansman, toplantı gibi etkinliklerin online taşındığını söylüyor.

Çok hızlı aksiyon alıp uzman havuzlarını yeni dünyanın iş modeline adapte ettiklerini belirten Ertürk, online danışmanlık



hizmetinin yanına, online eğitim-seminer, online keynote konuşma ve moderasyon gibi hizmetleri ekleyerek tamamen entegre bir hizmet sunmaya başladıklarını da vurguluyor.

Bununla birlikte, uzmanlarından daha önce kurumsal hayatta yöneticilik tecrübesi olan, deneyimi çok yüksek kişileri "Ekspirin Premium" hizmeti ile şirketlere ve kurumlara, kendilerine özel niş sorunlar ve senaryolar için de sunuyorlar.

Öne çıkan konular

Geçtiğimiz yılın Nisan ayı ile birlikte finans ve danışmanlık alanındaki kurumsal şirketler başta olmak üzere, KOBİ'lerden de artan oranda hizmet alanlar oldu. Ertürk, "Son 13 aylık süreçte, danışmanlık görüşmelerinin en çok online seminer-eğitim şeklinde kurumsal şirketlerden geldiğini görüyoruz. Bunun nedenini, platform uzmanlarımızın sunduğu konu başlıklarının, şirketlerin ihtiyacı olduğu alanlardan kaynaklandığını gözlemledik. Yine pandemi döneminde yaptığımız işbirlikleriyle bazı uzmanlarımızı müşterilere ücretsiz olarak sunarak sürece önemli bir katkı sağladık" diyor.

Bu dönemde özellikle, pandemi sonrası iş hayatının nereye gidebileceği konusunda belirsizlikler ve kriz yönetimi, görüşmelerin genel çerçevesini oluşturdu. Yine aynı dönemde dijital dönüşüm, psikoloji ve iş geliştirme gibi konu başlıkları da oldukça ilgi gören alanlar oldu. Bununla birlikte şirketler, dövizin değişken seyri ile ekonomi, finans, kriptopara ve kurum içi girişimcilik alanlarında online danışmanlık görüşmesi gerçekleştirdi.

Pandemi sürecinde bireyler ise daha çok psikologlarla görüşme gerçekleştirdi. Pandemi sonrası oluşan davranış bozuklukları, aile danışmanlığı, çocuklarla ilişkiler, stres, panik atak, çift terapisi, uykusuzluk, depresyon gibi konular psikologların en çok danışmanlık görüşmeleri gerçekleştirdiği konu başlıkları oldu.

İzmir depremi sonrası psikologlar depremden olumsuz etkilenen kişilere ücretsiz psikolojik destek sağlarken, kaygı ve korku, stres kontrolü, panik atak, takıntı gibi konular en çok destek verilen alanlar oldu.

Sürdürülebilir markayı yurtdışına açacak

Mimar Bige Canan Eren'in yalın ve doğal çizgilerden oluşan markası Grob Design, deneyim alanı tecrübesi aracılığıyla tüketicilerle buluşuyor. Sürdürülebilir bir marka yaratma amacıyla yola çıkan Eren, el emeği ürünlerden oluşan Grob'u üç yıl sonra İngiltere'ye açmayı da planlıyor.

Grob markasının kurucusu Bige Canan Eren, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi İktisat Bölümü'nde okudu. Ardından İstanbul' a yerleşerek Yeditepe Üniversitesi'nde işletme yüksek lisansını tamamladı. Ancak Eren' in aklında hep mimarlık okumak vardı. Bu hayalini hayata geçirmek için harekete geçti ve 2017 yılında 32 yaşında Gedik Üniversitesi Mimarlık Bölümü'ne girdi. Mezun olduktan sonra ise kendi markası Grob' u hayata geçiren Eren, "2020 yılında kurduğum Grob, daha sade ve doğal bir hayata yer açan bir marka. Ürün portföyümüzde hareketli mobilya kategorisine girecek ürünlerin neredeyse tamamı; koltuklar, sehpalar, dresuar ve çalışma masaları, kütüphaneler, yaşam alanlarımızda ihtiyaç duyacağınız pek çok ürün yer alıyor. Bizi diğer markalardan ayıran özelliklerimiz sadeleşmeye yer açın mottomuz doğrultusunda el emeği üretim ile yalın tasarımlarımızın buluşması, üst kalite malzeme kullanımımız ve detaylara gösterdiğimiz özen olarak sıralayabiliriz. Bugün kendi web sitemiz, online satış platformları, İstanbul ve Bodrum'da yer alan satış noktalarımız ve sosyal medya gibi satış kanallarımız aracılığıyla tüketicilerle buluşuyoruz. Ayrıca tasarım hizmeti de sunuyoruz" diye anlatıyor.

Yurtdışı açılımı

Grob'un bugün İstanbul Ataşehir'de bir deneyim alanı var. Yepyeni bir mağazalaşma konsepti olarak deneyim alanları oluşturduklarından da bahseden Eren, şunları

"Doğal ürünlerde ısrarcı olacağız"

Kaynaklarımız artık dün değerli olduğundan daha değerli. Gelecek nesillerin haklarından pay almadan üretim yapmak artık daha fazla öneme sahip. Eren bu konuda şunları söylüyor: "Doğadaki malzemelerden geri dönüşüme katkımızın olacağı şekilde tamamen doğal ürünler ortaya koymak konusunda ısrarcı olacağız. Artık gelecek nesillere daha temiz yarımlar bırakmak her zamankinden daha büyük bir sorumluluk. Bu fikri Grob olarak pekiştirmek ve bu yönde malzeme, kumaş kullanımlarımızı biçimlendirmek konusunda ısrarlıyız. Bu bağlamda mantar, terrazzo gibi malzemelerin kullanımını yaygınlaştırmak niyetindeyiz."

anlatıyor: "Bu alanlar satış personellerinin veya bir kasanın olmadığı alanlar. Kişilerin bir kahve ile Grob ürünlerinin merak edilen kumaş dokusunu, rahatlığını düşünerek deneyimlediği alanlar. Deneyim alanlarımızda sadece

sorularını yanıtlamak üzere tasarımcı arkadaşlar yer alıyor. Bu konsept için ayrıca heyecan duyuyoruz. Yeni nesil mağazacılığın bu yöne evrileceği düşüncesindeyiz. Kullanıcılarımız, ürünlerin üzerinde bulunan QR kodları ile web sitesi üzerinden yine alımlarını yapabilecek, aynı zamanda dönemsel olarak Grob deneyim alanlarına özel uygulamalarımızdan da faydalanabilecekler."

Eş zamanlı olarak yurtdışı yapılanmalarına da yatırım yaptıklarını ifade eden Eren, grobstore.uk için adımlarını atmaya başladıklarını ve önümüzdeki üç yıllık süreçte yurtdışında da deneyim alanlarını oluşturmayı hedeflediklerini söylüyor.

Doğal ürünler

Evdeki eşya gereksinimleri sorguladığı bir dönemde Grob' un ortaya çıktığını belirten Eren, markanın hikayesini şöyle anlatıyor: "Son zamanlarda hayatımıza dahil olan çocuklarım ile eşyanın hayatımızda kapladıkları yer ile ilgili daha çok soru sormaya ve dertlenmeye başladım. Evde



CANAN EREN



sadeleşmeye başlamak bir nevi kaçınılmaz olmuştu aslında. Çocuklarla oynayacağımız ya da arkadaşlarla daha geniş alanlarda oturacağımız veya hobilerimize evlerimizde alan ayıracağımız bir yöntem bulmalıydık diye düşünürken evdeki eşyaları küçültmeye başladık. Ve benim bu fikrime ve ürettiklerime bizim gibi dertleri olan kişilerin de ilgi göstermeye başladığını gördüm. Önce

arkadaşlarımız evleri çok büyük olmayan ve özellikle pandemi döneminde evde eşya ve televizyondan başka bir şeyler yapmaları gerektiğini düşünen o kesim evde alanlar açma, alanlarını genişletme çalışmalarına başladı. Alan açarken de doğaya duyduğumuz özlemi evlerimizde hissetme hissi ağır basmaya başlamıştı. Tamamı doğadan kaynağını alan malzemeler ile az yer kaplayan ürünler özelinde yola çıkışımız böyle başladı.”

Tasarım hizmeti

Masif ahşap yaşam elemanları, yemek masaları, dresuarlar, kitaplıklar, oturma elemanları, tamamlayıcı ürünler yani evlerde kullanılan tüm hareketli mobilya üniteleri ile ilgili çalıştıklarını ifade eden Eren, “Aynı zamanda Grob+s tasarım stüdyomuz ile tasarım hizmetleri de sunuyoruz. Kullanıcılarımızın ihtiyaçları doğrultusunda tasarım hizmeti sunuyoruz. Tasarımcılarımız ücretsiz olarak yaşam alanlarına özel alternatifli çalışmalar hazırlıyor. A’ dan Z’ ye ev veya ofisleri tasarlayarak ürünleri sağlayabiliyoruz. Teslimatların söz verilen tarihte gerçekleşmesi bizim için hassas bir nokta. Bu konuda oldukça titiz çalışıyoruz” diye anlatıyor.

El emeği üretim

Sadelik öncülerinden Walter Gropius’ dan esinlenerek markanın isminin Grob olmasına karar veren Eren, şöyle devam ediyor: “Grob ürünlerini tercih eden kullanıcılarımıza da hep belirttiğimiz gibi; el emeği ile şekillendirilen ürünlerimizde ustalarımızın her birinin enerjisi, samimiyeti var. Üretim süreçlerimizde atölyemizdeki her bir ustamız, zanaatkarlarımız ürünlerimizi titizlikle işliyor. Şu anda İstanbul’ da 6 adet atölyemiz var ve 12 ustamız bizim için üretim yapıyor.”



“2021’de yüzde 100 büyüme hedefliyoruz”

Video konferans, webinar, canlı yayın ve video platformuyla uzaktan öğrenme sistemlerini tek çözümden birleştiren İVME, entegre ürün yapısıyla video iletişiminin merkezinde yer almayı hedefliyor. Maytech Genel Müdürü Mükrem Sarier, “Türkiye’nin bütünleşik iletişim platformu olarak ürünlerimizi yurtdışına taşıyacağız” diyor. Sarier, 2021’de yüzde 100 büyüme hedeflediklerinin de altını çiziyor.

Pandeminin de etkisiyle video iletişim ürünlerinin kullanımı gittikçe yaygınlaşıyor. Kurumların video kullanımı, video konferans uygulamalarından canlı yayına ve uzaktan eğitime kadar tüm alanlarda gelişme gösteriyor. Özellikle siber güvenlik alanında uzman teknoloji şirketi MayTech’in video iletişiminin potansiyelini öngörerek iştiraki olarak 2015’te kurduğu İVME de video konferans, webinar, canlı yayın ve video platformu ile uzaktan öğrenme sistemlerini tek bir çözümden birleştiriyor. Çalışmalarına Ankara ODTÜ Teknokent’teki AR-GE merkezinde ve İstanbul ofisinde devam eden İVME; kamu, finans kuruluşları ve özel sektördeki 20’den fazla büyük ölçekli müşterisine ve yaklaşık 200 bin son kullanıcıya ulaşıyor.

Maytech Genel Müdürü Mükrem Sarier; kurumsal eCDN çözümüyle, binlerce kişinin aynı anda katıldığı, çok şubeli ve dağıtık mimari yapıları kurumların canlı yayın ve video içeriklerinin izlenmesini, ağ kapasiteleri yeterli olmasa bile sağladıklarını söylüyor. “Ürünlerimiz müşterilerimizin kendi lokasyonunda da cloud ortamında da çalışabiliyor” diyen Sarier, kuruluşun bu yana en fazla talebi pandemide aldıklarını, 2020’de yüzde 100’ün üzerinde büyüdüklerini belirtiyor. 2021’de de yüzde 100 büyüme hedefleyen İVME, Türkiye’nin bütünleşik iletişim platformu olarak yurtdışına açılmak için çalışmalarına devam ediyor. Mükrem Sarier ile İVME’nin hizmetlerini, fark yarattığı

“İki yeni özellikle Türkiye’de ilklere imza attık”

80’DEN FAZLA KATILIMCI TEK EKRANDA: 2020 Aralık’ta platformumuza Türkiye’de bir ilke imza atarak 80’in üzerinde katılımcılı bir video konferansta, kamera ve mikrofonlar açık halde tüm katılımcıların tek bir ekranda görülebilmesi özelliğini ekledik. Yazılım tabanlı global video konferans sistemlerinde bu sayı 49 ile sınırlıyken İVME olarak, ek bir donanım kullanmadan 80’in üzerinde katılımcıya ait görüntü ve sesi tek ekranda birleştirmeyi başardık.

ÇOKLU SIMULTANE ÇEVİRİ ÖZELLİĞİ: 2021 Mayıs’ta video iletişim sistemleri arasında yine bir ilk olarak kullanıcılarımıza çoklu simultane çeviri özelliğimizi sunduk. Farklı ülkelerden temsilcilerin katıldığı online toplantılarda, birden çok yabancı dil konuşulan kongrelerde ve eğitimlerde karşılaşılan dil sorununa, yenilikçi bir çözüm sunduk. Farklı katılımcılar için ayrı ayrı çevirmene ve ek uygulamaya gerek duyulmadan 10’dan fazla dilde tercüme özelliğini kullanıcılarımıza sunduk. Simultane çeviri özelliğimizle çevirmenin fiziksel katılımı gerekeceğinden zamandan ve mekândan tasarruf sağlıyoruz.

ğın noktaları ve iş planlarını konuştu.

İVME’yi tanıyabilir miyiz?

2015’te kurulan İVME; video konferans, webinar, canlı yayın ve video platformu ile



uzaktan öğrenme sistemlerinin en iyi özelliklerini tek bir çözümden birleştiriyor. İVME aracılığıyla video konferans sisteminde görüntü ve şifreli iletişim sağlanmasının yanı sıra, webinar/sanal sınıflarda katılımcılara online ve interaktif eğitimler verilebiliyor. Video portal sistemiyle yüksek katılımcılı canlı yayınların ve kayıtlı video içeriklerinin mobil veya web ortamdan 7/24 erişilebilir olması sağlanıyor. Uzaktan eğitim sisteminde eğitim başvurusundan, eğitim sonrasında katılımcılara eğitim sertifikası verilmesine kadar olan tüm süreçlerin online olarak yönetilmesi İVME ile mümkün olabiliyor.

Kaç kullanıcıya hizmet veriyorsunuz?

Yüzde 100 yerli sermaye ve Türk mü-



MÜKREMİN SARIER

hendisleriyle ürünlerimizi geliştiriyoruz. Kamu, finans kuruluşları ve özel sektördeki 20'den fazla büyük ölçekli müşterimize ve yaklaşık 200 bin son kullanıcıya ulaşıyoruz. Türkiye'nin milli teknoloji gelişimi konusunda, video iletişimi alanındaki çalışmalarımıza Ankara ODTÜ Teknokent'teki AR-GE merkezimizde ve İstanbul ofisimizde devam ediyoruz. Hedefimiz; Türkiye'nin bütünsel iletişim platformu olmak ve ürünlerimizi yurtdışına taşımak.

Neyi farklı yapıyorsunuz?

Binlerce kişinin aynı anda katıldığı, çok şubeli ve dağıtık mimari yapısı olan kurumların canlı yayın ve video içeriklerinin izlenmesini, ağ altyapılarında kapasiteleri yeterli olmasa bile geliştirdiğimiz kurumsal eCDN çözümüyle sağlayarak fark yaratıyoruz. Ürünlerimiz hem müşterilerimizin kendi lokasyonunda (on-premise) hem cloud ortamda çalışabiliyor. Hem veri sahipliği açısından hem açık kaynak kod kullanmadığımız için

müşterilerimiz tarafından tercih ediliyoruz. AR-GE ekibimizle geliştirdiğimiz ve müşterilerimize kendi destek ekibimizle yerinde ve uzaktan destek sağlayabildiğimiz için avantajlıyız.

2020'de pandemiden nasıl etkilendiniz?

2020'de hedeflerimizin üzerinde, çalışan sayımızda ve gelirlerimizde yüzde 100'ün

üzerinde büyüme gösterdik. Kuruluşumuzdan bu yana en fazla talebi pandemide aldık. Şirketler, yeni entegrasyonlardan mümkün olduğu kadar kaçınarak, ihtiyaçlarını tek bir kullanıcından sağlamanın yollarını arıyor.

2021 yılsonu hedefleriniz neler? Ajandanızda hangi konular öne çıkıyor?

2021'de de yüzde 100'ün üzerinde büyüme öngörüyoruz. Teknolojimizdeki gelişim, ürünlerimizdeki bilinirlik, iş ortaklarımızın çoğalması ve kanal ağımızın genişlemesini önemsiyoruz. AR-GE ekibimize yatırım yapmaya devam edeceğiz. Ayrıca ürünlerimizi yurtdışı pazarlara taşımak için çalışmalara başladık. Teknolojimiz, çözümlerimiz ve ekibimizle buna hazırız. 2022'de yurtdışına açılmayı planlıyoruz.

İVME'yi beş yıl sonra nerede görmeyi hedefliyorsunuz?

İVME'nin, entegre ürün yapısıyla ve deneyimli kadrosuyla video iletişiminin merkezinde yer alacağını görüyorum. Kurumların verimlilik ve iş sürekliliği için ihtiyaçlarına uygun olarak hem on-premise hem cloud çözümlerinin yanında işbirlikleriyle İVME'nin yerel ve global şirketler tarafından tercih edileceğine inanıyorum. Ülkemizde ve yurtdışında video bazlı iletişim pazarında önemli bir oyuncu olmak için çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Yatırım turuna çıkmayı planlıyor musunuz?

İVME bugüne kadar bir yatırım almadı, kendi kaynaklarıyla operasyonlarını sürdürdü. Şu ana kadar büyümesi için gerekli olan finansman özkaynaklarıyla sağlandı. Önümüzdeki dönemde yurtiçinde agresif büyüme ve yurtdışı açılımımız için bir yatırım turu düşünüyoruz.

“Entegre iş süreçleri çözümlerine ihtiyaç var”

“Pandemi süreci uzaktan çalışmayı, uzaktan öğrenmeyi ve video etrafına kurulmuş iletişim ve etkileşimin önemini ortaya çıkardı, değişimi zorunlu hale getirdi. Kurumların entegre bir video iletişim stratejisine sahip olmasının ve iş süreçlerinin bu stratejiyle yapılandırılmasının gerekli olduğunu düşünüyorum. Hibrit çalışma artık yeni normal olacak. Bu doğrultuda bir entegre iş süreçleri çözümüne ihtiyaç olduğu da açık. Bu; kurum içi ve dışı tüm iletişimin, kısacası mail, video iletişimi, telefon, doküman yönetimi ve paylaşımını içeren bir çözüm. Projelerin tek bir noktadan takip edildiği, arşivlendiği, kurum hafızasının oluşturulduğu, kişi bağımsız bir çözümden bahsediyoruz. Teknolojinin de yardımıyla, zamanla bu yeni döneme uyumumuz artacak.”

'Girişimin Kadın Kahramanları' geliyor!

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kadın Girişimciler Kurulu ve Beko iş birliğinde, Arçelik Perakende Akademi desteğiyle hayata geçirilen Girişimin Kadın Kahramanları Projesi'nde eğitimler başladı. Projeye 7 bin girişimci kadına ulaşmak hedefleniyor. Eğitimlerini tamamlayan girişimciler, 'Beko 100 Kadın Bayi Projesi' ile Beko bayisi olabilecek.

Beyaz eşya markası Beko; girişimcilik ekosisteminde kadınların temsiliyi artırmak amacıyla 2019'dan beri sürdürdüğü 'Beko 100 Kadın Bayi' projesinin ardından, 'Girişimin Kadın Kahramanları Projesi'ni TOBB iş birliğiyle hayata geçirdi. Toplumsal cinsiyet eşitliği vizyonunun yeni bir adımı olarak hayata geçen proje kapsamında başlayan eğitimlerle, 7 bin girişimci kadına ulaşılması hedefleniyor. Programı tamamlayan kadın girişimcilerle, dilerlerse 'Beko 100 Kadın Bayii Projesi' kapsamında iş hayatlarına Beko bayi olarak devam edebilme olanağı da sunuluyor.

Beko'da bayi olmak isteyen kadın girişimcilerden; kurulu veya kurulacak olan şir-

ketin minimum yüzde 50 hissedarı olması, işi doğrudan yöneten kişi olarak işin başında olması, mağazada en az bir kişi kadın istihdamının sağlanması isteniyor. Ayrıca coğrafi analiz sonucuna göre belirlenecek miktarda teminat gösterilebilmesi kriteri de aranıyor. Şu an toplam 27 farklı şehirde faaliyet gösteren Beko'nun mevcut kadın bayilerinin yaş ortalamasının 43 olduğu bilgisi veriliyor. Ayrıca kadınların yönetimindeki bayilerde kadın istihdam oranı da yüzde 50 seviyesinde bulunuyor.

"Kadın bayi sayımızı artıracamız"

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu

Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, kadınların hayatın her alanında güçlenmesini sürdürülebilir kalkınmanın vazgeçilmez unsuru olarak gördüklerini belirtiyor. Kadın ve erkeğin her alanda eşit hak ve sorumluluklarla birlikte yer almasını sağlamak için çalıştıklarını söyleyen Ebiçlioğlu, girişimci kadınları desteklemek ve güçlendirmek amacıyla TOBB ile güçlerini birleştirdiklerine dikkat ekliyor. Fatih Kemal Ebiçlioğlu, şöyle devam ediyor:

"Koç Topluluğu ve topluluk şirketlerimiz olarak toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yürüttüğümüz farkındalık çalışmalarımızla zihinlerde değişimi başlatmak istiyoruz. Bu amaçla 2019'da başlattığımız Beko 100 Kadın



ZUHAL ACAR EREN - NURTEN ÖZTÜRK - FATİH KEMAL EBİÇLİOĞLU - HAYRİYE TAN

Nöro araştırma yazılımını yurtdışına taşıyor

Tüketicilerin kalp ritmi ve göz bebeği gibi fiziksel değişimlerini ölçerek araştırmalar yapan Neu-Pol, yurtdışına odaklanacak. Neu-Pol Kurucusu Tarık Arık, "2021 yılı sonu için nihai hedefimiz nöro politik alanda üç ülkede araştırma veya çalışmalar yürütmek" diyor.

Küresel veya ulusal ölçekte rekabetin her alanda sürekli arttığı bir dönemden geçiyoruz. Artan rekabet ile baş edebilmek için kurumlar farklı araştırma ve pazarlama stratejileri izliyor. Son dönemde hem dünyada hem de Türkiye'de öne çıkmaya başlayan yöntemlerden biri de nöro pazarlama. Nörobilim ile pazarlamanın birleşimi olarak ortaya çıkan bir bilim dalı olan nöro pazarlama, tüketicilerin bilinç dışı tüketme davranışlarını çeşitli teknikler ile ölçümleyerek

elde ettiği verilerle pazarlama stratejileri oluşturuyor.

2015 yılında kurulan Neu-pol da bu alanda faaliyet gösteren şirketlerden biri. Sektördeki en büyük farkı kendi yazılımını oluşturmuş olması. Nöropazarlama çalışmalarında kullanılan önceki yazılımların tamamının yurt dışına ait olduğunu söyleyen Neu Pol Kurucusu Tarık Arık, "Yazılımlardan doğru sonucu alabilmeniz için öncelikle veriyi ve değerlendirme ölçütlerini

Ülkeye özel araştırma

"Uluslararası bir firma hem ABD'de hem de Türkiye'de aynı ürün aynı tarihte pazara sokmayı düşünüyor. ABD'de yayınlanacak reklam kampanyasında yer alan mesajlardaki kelimelere, görsellere veya anlatım şekline oradaki pazar kitlesini ölçtümediğinizde başarı noktasını bulmuş olabilirsiniz. Ancak aynı şekilde Türkiye veya Ortadoğu pazarına girmeye çalışırsanız başarısız olacağınız hemen hemen kesindir. O nedenle aynı çalışmaları burada da yapıp, hedef kitle üzerinde yüzde 95 beğeni ve kabulleniş oranını yakalamalı, bütçenizin büyük kısmını oluşturan tanıtım faaliyetine satış oranınızı yüzde 2 sapmayla tahmin ederek başlamalısınız."

TARIK ARIK



doğru olarak tanımlamalısınız. ABD veya İskandinav merkezli kullanılan yazılımların temelinde, ilgili bölgedeki kitlenin temel davranışsal, duygusal özellikleri ve birey psikolojisi bulunmaktadır. Kendi insanımızın özellikleri ve yatkınlıkları temel alınarak oluşturulan yazılımımız, bizim Türkiye'deki tüm kampanyalarda başarılı olmamızın temel nedenidir" diyor.

Politikada kullanılıyor

Özel şirketler genel olarak yayınlacakları reklam kampanyaları yeni ürün geliştirmelerinde nöro pazarlama hizmetine başvuruyor. Kurumlar, toplumun genel durumu anlamak ve çözüm geliştirebilmek adına toplumsal araştırmalarda, siyasi partiler seçim kampanyalarında başarılı olmak için, üst düzey figürler de kişisel itibarlarını artırmak amacıyla nöro bilimlerle gerçekleştirilen araştırmalara ihtiyaç duyuyorlar.

Nöro pazarlamada ve nöro politikada yapılan çalışmaların en büyük avantajlarından birisi de kişisel yorumlardan uzaklaşılarak gerçeği net olarak görebilme sunması. Her geçen gün kitle psikolojisini veya birey psikolojisini etkileyen veya yönlendiren

uyarıcıların arttığını söyleyen Arık, "Bu durumda farklılıklar, bilinmezlikleri çoğaltmakta ve önyargılar eşliğinde hazırlanan çalışmalar önemli ölçüde zaman ve maddi kayıplara sebep olabilmekte" diyor.

Nöro bilim eşliğinde yapılan çalışmalarda kullanılan donanımlar kişinin beyin frekanslarından kalp ritmine, terleme durumundan göz bebeklerinin tepkisine kadar tüm verileri aynı anda topluyor ve özel yazılımlar aracılığı ile anlaşılır grafiklere çeviriyor. Bu veriler ışığında hiç bir kişisel varsayım gerektirilmeksizin, hedef kitlenizin neyi beğendiğini, neyden kaçındığını, hangi durumda hangi sözlerle, mesajlara veya görüntülere ne tepki vereceği belirlenebiliyor. Arık, bu sayede gerek pazarlama gerekse siyasal kampanyalarda en az maliyetle en yüksek verimi alabildiklerini söylüyor.

Duygu durumuna bakılıyor

Nöro bilimle yapılan araştırmalarda en temel fark, kişi beyanına ihtiyaç duyulmaması. Diğer tüm araştırma alanlarında muhatabınıza soru sormak ve kesin olarak doğru yanıt verdiğini ön kabul olarak almak zorundasınız. Nöro araştır-

malarda ise kişinin 12 temel duygu durumu, avuç içi terlemesi, göz bebekleri değişimleri ve kalp ritmi senkronize bir şekilde ölçüldüğünden beyana ihtiyaç kalmıyor. Bu nedenle de nöro pazarlama veya nöro politik çalışmaların başarı oranları en az yüzde 95 olarak gerçekleşiyor.

Bunun yanı sıra günümüzde siyasi partiler, seçim kampanyalarını oluşturmak için sözel anket çalışmaları tercih ediyor. Bu sonuçlara dayanarak yaptıkları çalışmalarda örneğin Z kuşağı gibi bir kitle için elde ettikleri sonuçlara dayanarak hazırladıkları çalışmalar başarıyı yakalayamıyor. Bunun nedeni, anket çalışmasına katılan kişilerin korku veya beklenti ile verdikleri yanıtlar. Asıl yanıtlarını gizleyebiliyorlar. Aynı araştırmayı Nöro politik çalışma ile gerçekleştirmeniz, kişi beyanı ortada olmadığından ve kişinin gerçek duygularına direkt ulaşabildiğinizden elde ettiğiniz verilere göre hazırladığınız kampanyanın başarı ihtimali artıyor.

Yeni ülkelere girecek

Neu-Pol'un Türkiye'de, özel sektör çalışmalarının yüzde 80'ini çok uluslu şirketler oluşturuyor. Arık, kendi ülkelerindeki deneyimlerinden ötürü nöro pazarlama alanının faydalarını hali hazırda bildiklerini ve talebin kendilerinden geldiğini söylüyor. Neu-pol'un toplam iş yükünün yüzde 70 ini bu çalışmalar oluşturuyor.

İngiltere başta olmak üzere dört Avrupa ülkesinde çalışmalar yürüten Neu-Pol, 2020 yılında yurtdışı açılımları sayesinde çalışan sayısını yüzde 150 artırdı. Özellikle şirket, yüz ifadesi tanımlama (facial coding) teknolojileri sayesinde yurt dışında dikkat çekti. Arık, herhangi bir ülkede gerçekleşen iş görüşmelerine canlı olarak bağlanarak ve sorulan sorular karşısında, mülakata gelen kişinin gerçek düşüncelerinin ne olduğunu firma yetkilisine raporlayabildiklerini söylüyor.

Türkiye'de nöro politik alanda, ülke çapında seçim kampanyası yönetme tecrübesine ve referansına sahip tek şirket olan Neu-Pol, 2021 yılında, özellikle bu alanda büyümeyi hedefliyor. Şimdiden bu alanda bir ülkede anlaşma yaptıklarını belirten Arık, "2021 yılı sonu için nihai hedefimiz nöro politik alanda üç ülkede araştırma veya çalışmalar yürütmek" diyor.

Hangi teknikler kullanılıyor?

■ Araştırma sürecinin yüzde 50'si aşlında görünen çalışmanın hazırlığından oluşuyor. Uluslararası alanda, nöro pazarlama ile ilgilenen firmaların başarı farkları da aşlında en çok bu noktada oluşuyor. Müşteriler ile öncelikle hedeflerinin ne olduğunu netleştirmeniz gerekiyor. İkinci adımda sizi istediğiniz sonuca götüreceğiniz verilerin neler olduğunu belirlemeniz gerekiyor. Hangi görsel veya işitsel tepkileri göstermelisiniz ki elde edeceğinizi beyin dalgalarını okuduğunuzda en doğru sonuca ulaşabilirsiniz?

■ Üçüncü adımda hedeflenen kitlenin toplamının ortak özelliklerini yansıtabilecek denek grubunu oluşturmanız gerekiyor. Dördüncü aşama, belirlenen gruba yine önceden belirlenen girdilerin verilmesi ve onların beyin dalgalarının izlenmesi aşaması. Nöro pazarlamaya özel teknikler burada kullanılıyor.

■ En yaygın kullanılan tekniklerden biri EEG. Bu yöntemle beyindeki elektriksel aktivite ölçülüyor. Ölçülen temel duygular; korku, duygusal bağlılık, sempati, antipati, nefret, sakinlik, stres, bilişsel zorlanma (kafa karışıklığı), mutluluk, şaşkınlık, üzüntü, iğrenme ve hayal kırıklığı.

■ Eye Tracking yöntemiyle göz bebeği değişimleri izleniyor.

■ Facial Coding yöntemiyle yüz ifadesi tanımlanıyor.

■ Kalp ritim ölçümü yapılıyor.

■ Vücudun elektrodinamik aktivitesinin/değişimleri izleniyor. Bu hassas ölçüm, GSR (Galvanic Skin Response), EDA (Electrodermal Activity), PGR (Psychogalvanic Reflex) EDR (Electrodermal Response), SC (Skin Conductance) başlıklarıyla da adlandırılabilir.

Otelleri temassız hale getiriyor

Temassız otelcilik uygulamaları geliştiren bir platform olan WeBee, kısa bir süre önce aldığı 6 milyon TL yatırımla, 38 milyon TL üzerinde değerlemeye ulaştı. Bu yatırımın ardından hedef büyüyen şirket, üç yıl sonra binin üzerinde otele ulaşmayı hedefliyor.

Pandemiyle birlikte temassız teknolojilere ilgi büyüdü. Temassız alışveriş, temassız ödeme derken sonunda oteller de temassız teknolojilerle farklılaşmaya başladı. Done İletişim ve Bilgi Sistemleri'nin 2017 yılında konaklama sektörü için geliştirmeye başladığı WeBee de otellerin ihtiyaçlarına yönelik çözümler geliştiren bir platform. Bugün 12 dil desteği ile 23 ülkede kullanılıyor. 23 ülkede 160'tan fazla otele hizmet veren WeBee, iletişim, pazarlama ve günlük iş akışlarını dijitalleştirerek otelcilerin hayatlarını kolaylaştırıyor.

İlk tur yatırımını 2019 yılında turizm sektörünün önemli ismi Mustafa Oğuz Akdeniz ve melek yatırımcı Burak Şen'den alan WeBee, kısa bir süre önce 6 milyon TL daha yatırım olarak 38 milyon TL üzerinde değerlemeye ulaştı. DCP'nin (Diffusion Capital Partners) liderlik ettiği ve Türkiye Kalkınma Fonu altında faaliyet gösteren Teknoloji İnovasyon Fonu'nun da eş yatırımcı olarak yer aldığı ikinci yatırım turuna katılan yeni yatırımcılar arasında; Yemek Sepeti'nin Üst Yöneticisi (CEO) Nevzat Aydın, melek yatırımcı ağı Angel Effect, Almanya'dan melek yatırımcı Sinan Özel ve İngiltere'den melek yatırımcı Sinan Düztaş da bulunuyor.

Hedef büyüttü

Kostarika, İtalya, Maldivler, Katar, Umman, Irak gibi bir çok ülkede gösteren şirket, yeni yatırımın da verdiği ivmeyle 2021 yılında hızlı büyümeyi planlıyor. Şu an Türkiye pazarında lider olduklarını söyleyen WeBee Kurucu Ortağı Özgür Zan, iki ülkede daha pazar lideri olmak istediklerini söylüyor. 2020'de



cirosunu yüzde 65 artıran şirket, 2021'de iki katlık bir büyüme hedefi koydu. Şirket, üç sene içinde bin, beş sene sonunda 2 bin 500 otele ulaşmayı hedefliyor. Zan, "Son yatırım ile İngiltere'de şirket kuracağız ve globaldeki büyümeyi İngiltere'de şirket üzerinden geliştireceğiz" diyor.

WeBee'nin başarısı yurtdışında da dikkat

çektik. Şirket, 2019 yılında Travel & Hospitality Rewards'te 'En iyi misafir etkileşim platformu' ödülünü aldı. 2020 ise yılında Dünya Turizm Örgütü tarafından İyileştiren Çözümler kategorisinde bin 183 şirketin arasında '6 en yenilikçi start-up' ödülünü kazandı. 2021 yılında ise Silicon Review tarafından takip edilmesi gereken 50 şirket arasında gösterildi.

"Deneyimlerini kitapta topladı"

Kuruluşundan beri Done'de yönetici ortak olarak görev alan Özgür Zan, aynı zamanda bir seri girişimci. Toplam altı şirkette, 11 farklı ortak ile çalışan Zan, girişimcilik deneyimlerini bir kitapta topladı. Cesaret Ekonomisi isimli kitap, yazarın deneyimlerini ve uzun yıllar girişim ekosistemi araştırmalarından oluşuyor. İş hayatının sadece başarılarını değil her girişimcinin karşılaşabileceği zorlukları, problemleri, engelleri de anlatıyor.

İhracatta atağa kalkacak

istanbulteknik

Yaklaşık 20 yıl önce temelleri atılan İstanbul Teknik, inşaat sektörüne özel ürünler geliştirme hedefiyle kuruldu. Bugün; geosentetikler, asfalt kimyasalları, yalıtım ürünleri, yeşil çatı sistemleri, beton ürünleri ve mermer ürünleri olmak üzere altı ana kategoride üretim yapan şirket, AR-GE merkezinde geliştirdiği katma değeri yüksek ürünlerle dışa bağımlılığı azaltmayı hedefliyor. Pandemi döneminde üretimine kesintisiz devam eden şirket, 2020 yılını yılı 173 milyon TL ciro ve 2019'a göre yüzde 30 büyüme ile kapattı. 2021 yıl sonu hedefi ise ciroda yüzde 30 büyüme sağlamak. Şirket, 2021'de ihracatta da atağa kalkmayı hedefliyor. 2020'de hedeflerin üzerine çıkarak cironun yüzde 20'sini ihracattan elde etmeyi başaran şirket, 2021 yılında ise çitayı biraz daha yükselterek ihracatın ciro içindeki payını yüzde 35'lere ulaştırmayı planlıyor. Yaklaşık üç yıl önce Almanya'da başladıkları modeli Ukrayna'ya da taşıdıklarını söyleyen İstanbul Teknik Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Macit Tanyol, 2021 yılı itibarı ile artık Ukrayna pazarında da son derece iddialı olduklarını vurguluyor.

AR-GE'ye 5 milyon TL yatırım

Yerli üretim, şirketin üretim anlayışının merkezinde duruyor. Ürünleri tamamen kendi malzemeleriyle ve kendi formülasyonlarıyla üreterek piyasaya sunuyor. Tanyol, "Bu anlayışa sektörü teşvik etmek ve dışa bağımlılığı azaltarak ülke ekonomisine katma değer sağlamak gibi önemli bir misyonla faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz" diyor.

Bu doğrultuda şirket Türkiye'de geosentetik, asfalt ve mermer alanlarında faaliyet gösteren ilk AR-GE merkezini kurdu. Geçtiğimiz yıl 5 milyon TL yatırım bütçesi ayrılan

İnşaat sektörü için geosentetikler, asfalt kimyasalları, yalıtım ürünleri üreten İstanbul Teknik, 2021'de ihracatta atağa kalkacak. İstanbul Teknik Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Macit Tanyol, "2020'de ciromuzun yüzde 20'sini ihracattan elde etmeyi başardık. 2021 yılında ise çitayı biraz daha yükselterek ihracatımızın ciromuz içindeki payını yüzde 35'lere ulaştıracığımızı öngörüyoruz" diyor.



MACİT TANYOL

Üç ana dalda üretim yapıyor

Türkiye'nin en büyük geogrid üreticisi ve Uluslararası Geosentetikler Birliği (IGS) üyesi olan firma, Bolu'da 30 bin metrekare alana kurulu fabrikasında üretim yapıyor. İnşaat sektörüne yönelik geosentetikler, asfalt kimyasalları ve yalıtım olmak üzere üç ana dalda üretim yapan şirket, teknik tekstil, plastikler ve kimya olmak üzere üç farklı sanayi alanında çalışıyor. Şirket, teknik tekstilde yıllık 10 milyon metrekare, plastiklerde 15 bin ton, asfalt kimyasallarında ise 17 bin tona yakın üretim kapasitesine sahip.

merkezde geliştirilen başlıca ürünler arasında; soyulma önleyici katkılar, asfalt emülsiyonları, mermer koruma jelleri, geosentetik kaplamalar, modifiye asfalt bitüm emülsiyonları, ileri malzeme teknolojileri yer alıyor.

2021 yılı içinde yatırımları geomembran, drenaj levhası, geocell hatları alanlarında yoğunlaştıracıklarını söyleyen Tanyol, "Tüm

hatlarda üretimimize bu yıl içerisinde başlamış olacağız. Ayrıca asfalt kimyasallarında polimer modifiye bitüm ve polimer modifiye bitüm emülsiyonu üretimlerimiz de yıl içinde başlayacak" diyor. İstanbul Teknik, 200 kişiye istihdam sağlıyor. Şirket, 2020 yılında yüzde 25, 2021 yılında ise yüzde 50'nin üzerinde istihdamını artırdı.

Türk scooter girişimi Palm'i Dubaili şirket aldı

Genç girişimcilerin teknoloji alanında başlattıkları projeler yabancı yatırımcılardan ilgi görmeye devam ediyor. Son yıllardaki bu akımın son örneği Dubai'de kurulu bulunan FENIX şirketinin Türk elektrikli scooter kiralama girişimi olan PALM'i satın alması oldu. PALM'in hisselerini 43 milyon TL'ye satın alan FENIX'in CEO'su Jaideep Dhanoa, "Türkiye'de muazzam bir inovasyon potansiyeli görüyoruz" dedi

Teknoloji tabanlı pek çok Türk girişimi son 10 yıldır uluslararası yatırımcıların ilgisini çekiyor. Bunun son örneği ise Türkiye'de kullanımı hızla yayılan scooter pazarında yaşandı. Türkiye'nin önde gelen mikromobilite şirketi PALM, yaklaşık 43 milyon TL (5 milyon dolar) bedelle Dubai'de kurulu FENIX şirketine satıldı. FENIX bu satın almayla Orta Doğu'da mikromobilite alanındaki liderliğini Türkiye'ye genişletmiş oldu.

FENIX'in PALM'ı satın almasıyla Kasım 2020'de Abu Dabi, Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki (BAE) lansmanından bu yana Türkiye, 5'inci ülke ve İstanbul 13'üncü şehir olarak yerini aldı. Satın almayla FENIX, mikromobilite alanında Körfez ülkelerinden Türkiye'ye genişleyerek, Orta Doğu bölgesinde faaliyet gösteren tek bölgesel platform olma stratejisinde önemli bir adım daha atmış oldu. FENIX ayrıca İstanbul'da yazılım ve donanım alanında ileri teknolojiler geliştirmek ve Orta Doğu bölgesine ihracat yapmak amacıyla için bir Ar-Ge merkezi de kuracak.

Kurucular devam edecek

Satın alma sonrası PALM kurucularından Doğuş Dirik dışındaki

diğer kurucular Berhan Gökşin ve Alican İstanbullu, şirketteki görevlerine devam ederek Türkiye'deki FENIX operasyonlarına öncülük edecek. PALM Danışma Kurulu Üyesi Volt Lines'in kurucusu Ali Halabi de FENIX'in Türkiye pazarında lider platform

oluşturma çabalarına destek vermeyi sürdürecektir.

FENIX Kurucu Ortağı ve CEO'su Jaideep Dhanoa, Türkiye pazarının mikromobilite yatırıma hazır bir Pazar olduğuna vurgu yaparak, "83 milyon nüfusun, yüzde 75'i kentlerde yaşıyor. Bir milyon veya daha fazla nüfusa sahip 20 şehir var. Toplu taşıma çok gelişmiş durumda ve farklı taşıma araçlarıyla destekleniyor" diyor. Aynı şekilde, pazarın olağanüstü yetenek tabanı ve üretim gücü göz önüne alındığında, Türkiye'de muazzam bir inovasyon potansiyeli gördüklerini kaydeden Dhanoa, şunları söylüyor: "Türkiye'nin yakın zamanda çıkarılmış olduğu elektrikli scooter paylaşımı yönetmeliği de son derece ileri. Bunlar bizim yatırım yaparken değerlendirdiğimiz temel unsurlar. Bu konular, Türkiye'yi portföyümüzdeki en cazip ülkelerden biri haline getiriyor. FENIX olarak bir ülkede etkin iş yapabilmenin yolunun yerleşmeden geçtiğine inanıyoruz. PALM ile Türkiye mikromobilite pazarını iyi bilen istisnai girişimcilerden oluşan bir ekiple bir araya geldik. Bu işbirliğinden son derece memnunuz."

İstanbul'da AR-GE merkezi

FENIX'in Kurucu Ortağı ve CTO'su IQ Sayed ise Orta Doğu'daki her bir pazar için özelleştirilmiş araçlara, yeteneklere ve teknolojiye yatırım yapma hedefi ile yola çıktıklarını belirterek, "Böylece değer zinciri boyunca bütünleşerek, ciddi bir finansal performans elde edebildik. Ayrıca, yeni değer yaratma fırsatları elde ettik" diyor. Bu satın almayla İstanbul'da kuracakları Ar-Ge mer-



kezinden inovatif ürünler ortaya çıkarmanın da bir diğer iş hedefleri olduğunu dile getiren Sayed, “Böylece hem Türkiye pazarındaki yerel ihtiyaçlara cevap verebileceğiz, hem de faaliyet alanımızda diğer ülkelere know-how ihracatı yapabileceğiz. Bölgemiz için yenilikçi ‘Türkiye’de Üretilen’ ürünler üretme fikri bizi çok heyecanlandırıyor” şeklinde konuşuyor.

“Bizim için net bir seçim oldu”

PALM Kurucu Ortağı ve CEO’su Berhan Gökşin de iki yıllık sürede binlerce kullanıcının PALM ile 700 binden fazla yolculuk gerçekleştirdiğini söylüyor. “Hayalimizde hep PALM’ı Türkiye dışına taşımak vardı” diyen Gökşin, şöyle devam ediyor: “FENIX bizim için, bölgedeki liderliği ve sahip olduğu yetkinlikler açısından net bir seçim oldu. Türkiye genelinde tüketici ihtiyaçlarını çözebilmemiz için bizimle sermayeye, yeteneğe ve teknolojiye yatırım yapan, Türkiye pazarına kendini adanmış deneyimli bir ortağa sahip olmaktan heyecan duyuyoruz. FENIX ile Türkiye’nin ulaşım ağlarını iyileştirme, yenileme ve güçlendirme vizyonunu desteklemeye devam edeceğiz.”

PALM’ın Kurucu Ortağı ve COO’su Alican İstanbullu ise FENIX ile operasyonlar ve araç



yenilikleri yoluyla sermaye verimliliğine odaklanarak sınıfının en iyisi olan ve operasyonel mükemmelliği merkeze alan bir şirket bulduklarını ifade ediyor. Özel değiştirilebilir akülü araçlarını ve e-mopedlerini, farklı finansal performans ve pazar lideri hedefini, Türk girişimciliği ile birleştirerek pazara sunmaktan mutluluk duyduklarını belirterek İstanbullu, “Türkiye’deki işimizi ölçekledikçe, her alanda yenilik için daha

fazla fırsat yaratacağımıza inanıyoruz” diyor. PALM’ın kurucularından Doğuş Dirik de, “Türkiye’de teknoloji tabanlı bir çok girişimin hayata geçirildiğini belirterek, “PALM olarak birçok sektörde yeni yapılan ya da yapılacak girişimlere bir örnek oluşturduk. Bu durum biz çok mutlu ediyor. Hem ülkeye yatırım getirmekten hem de birçok girişimciye ilham kaynağı olmak bize gurur veriyor” diye konuşuyor.

Tohum yatırımıyla kuruldu

FENIX, Kasım 2020’de, Maniv Mobility liderliğinde 5 milyon dolar tohum yatırımıyla kuruldu. FENIX 5 ülkede 13 şehirde faaliyet gösteriyor ve Körfez ülkelerinde mikromobilitate operatörü alanında pazar lideri. FENIX, COVID-19 salgını önlemi olarak her FENIX e-scooter’a entegre el dezenfektanı sunan dünyadaki ilk mikromobilitate operatörü. Ayrıca FENIX, bölgenin ilk özel e-scooter abonelik hizmeti olan MyFENIX’i başlattı ve şimdi 8 şehirde binlerce aktif abonesi var. Orta Doğu’daki birden çok ülkede hizmet veren en büyük elektrikli araç filosuna sahip olan FENIX, aynı zamanda mikromobilitate platformu olmanın avantajlarından yararlanarak, F10 mobil uygulaması ile hızlı market alışverişi teslimatı alanına giren ilk mikromobilitate şirketi. FENIX, F10 mobil uygulaması ile market alışverişini 10 dakikada elektrikli scooterlar ile teslim ediyor.

“Yılsonuna kadar binin üstünde şirkete ulaşacağız”

Şirket kuruluşu, ofis çözümleri, finansal raporlama, muhasebeci yönetimi, e-ticaret entegrasyonları ve startup çözümleri gibi tüm profesyonel hizmetleri tek bir kaynaktan alabilecekleri yeni nesil bir hizmet platformu olan WorqCompany'nin Kurucu Ortağı Cem Baytok, “Bu büyüme hızı ile yıl sonu veya devam eden birkaç ay içinde platformda binin üzerinde işletmeye ve 1 milyon doların üzerinde yıllık gelire ulaşmış olacağız” diyor.

Yeni girişimcilerin hem çok zorlandıkları ve prosedürlerle uğraştıkları şirket kuruluşu ve sonraki yönetim süreçleri için yeni iş modelleri ortaya çıkıyor. Yani yeni şirket kuracak kişiler, hiçbir prosedürle uğraşmıyor, vakit ve enerji kaybı yaşamadan sadece işine odaklanabiliyor. Hem de çok daha uygun fiyatlara bu hizmetlerden faydalanabiliyor. WorqCompany de şirket kuruluşu, ofis çözümleri, finansal raporlama, muhasebeci yönetimi, e-ticaret entegrasyonları ve startup çözümleri gibi tüm profesyonel hizmetleri tek bir kaynaktan alabilecekleri yeni nesil bir hizmet platformu. WorqCompany Kurucu Ortağı Cem Baytok, yeni bir girişimin ister start up olsun, ister e-ticaret operasyonu olsun veya uluslararası ticaret için kurulsun, “şirketleşme” sürecinde fatura kesmek, tahsilat yapmak gibi temel işler için dahi bir altyapı oluşturması ve çeşitli servis sağlayıcılarla çalışması gerektiğini söylüyor. Baytok, “Bu büyüme hızı ile, yıl sonu veya devam eden birkaç ay içinde platformda binin üzerinde işletmeye ve 1 milyon doların üzerinde yıllık gelire ulaşmış olacağız” diyor. WorqCompany Kurucu Ortağı Cem Baytok ile şirketin hikayesini ve gelecek planlarını konuştuk. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

Şirket hakkında kısa bilgi verir misiniz?

WorqCompany küçük işletmelere operasyonel servisler sunan bir finansal teknoloji

“Avrupa, Afrika ve Çin’den talep alıyoruz”

“Yabancıların Türkiye’de şirket kurma ve ticari faaliyetlerini yürütme süreçlerinde en iyi servisi sağlıyoruz. Deneyimli ekiplerimiz, yabancı girişimcilerin Türkiye’ye gelmesine dahi gerek kalmadan tüm işlemlerini halledip, altyapıyı sağlıyor. Bu kolaylıktan faydalanan Avrupa, Afrika ve Çin ağırlıklı bir taleple karşı karşıyayız. Türkiye’nin ticarete bir lojistik koridoru olma özelliği, gelen ticaret şirketi taleplerini de artırıyor. “

CEM BAYTOK



loji şirketi. Yeni bir işletmenin kuruluşu, muhasebe ve finansal servislere erişim, çalışma ortamı, lojistik ve diğer fikri ve ticari konularda destek alabileceği bir platform sunuyoruz.

Girişimcilere ne gibi avantajlar sağlıyorsunuz?

Yeni bir girişimin, ister start up olsun, ister e-ticaret operasyonu olsun veya uluslararası ticaret için kurulsun, “şirketleşme” sürecinde fatura kesmek, tahsilat yapmak gibi temel işler için dahi bir altyapı oluşturması ve çeşitli servis sağlayıcılarla çalışması gerekiyor. WorqCompany dijital bir şirket için gerekli tüm bu temel araçları ve adres tahsisi dahil bir altyapıyı, finans ve muhasebede çalışan servis sağlayıcıların kalite ve servis kontrolünü sağlayarak



Hedef pazarlarımız?

Türkiye’de elektronik ticaret, startup ve kolay dijital şirket alanlarında en iyi servis sağlayıcı olmak için gelişmeye devam ediyoruz. Girişimcilere, Türkiye’nin her yerinden servis verebilme kapasitemiz var. Aynı zamanda dünyanın her yerinde yerleşik girişimcilerin de Türkiye’de kolayca iş yapabilmesi için entegre bir platform olarak çalışıyoruz. Aynı altyapıyı, hedef seçtiğimiz birkaç yakın ülkede hayata geçirmek için de ciddi adımlar atmış durumdayız.

Son dönemde odaklandığınız alanlar neler?

Finansal ve temel servisleri-

uçtan uca sunuyor. Böylece, yatırım alabilir, finansman sağlanabilir ve yapısal sorunları olmayan bir iş kurmanızı sağlıyoruz. Ayrıca deneyimli danışmanlarımız aracılığı ile bu süreçte girişimcilerin sorularına kapsamlı cevaplar sağlayacak bir danışmanlık da sunuyoruz.

WorqCompany geçen yıldan bu yana nasıl büyüdü ve bu yılki hedefiniz nedir?

WorqCompany operasyonları, geçen yılın ikinci çeyreğinde başladı. Covid kapanmasının ardından, özellikle e-ticaret ve yurtiçi-yurtdışı uzaktan şirket kurabilme servislerinin gelişmesi ile birlikte her ay artan bir müşteri grafiği yakalandı. Bu büyüme hızı ile, yıl sonu veya devam eden birkaç ay içinde platformda binin üzerinde işletmeye ve 1 Milyon doların üzerinde yıllık gelire ulaşmış olacağız. Sonrasında her yıl üçer kat büyüyerek devam edecek bu hızımız. Bu büyümeye paralel olarak ekibimiz de büyümeye devam ediyor. Şu an otuz kişiden kadromuz, önümüzdeki günlerde diğer altı büyük şehirimizde başlayacak operasyonlarımızla daha da büyüyecek.

Pandemi dönemi sizi nasıl etkiledi?

Kriz dönemleri ekonomide mevcut işletmelerin kapanmasına, ama paralelinde yeni işlerin kurulmasına da neden olur. Dolayısı ile bizim operasyonlarımız, kapanma ve büyük belirsizlik olan ilk çok dönemleri dışında,



olumsuz bir şekilde etkilenmedi. Aksine, dijital şirket konsepti, bu devirde uygulanması gereken en akılcı iş yapma yöntemi olarak ön plana çıkmaya başladı.

En çok hangi sektörlerden şirket kurmak için size başvuruyorlar?

E-ticaret ve uluslararası ticaret iki ağırlıklı karşılaştığımız faaliyet konusu. Üretim veya mağaza/depo yatırımı gerektirmeyen tüm alanlarda girişimcilerden taleplerle karşılaşıyoruz. Dijital şirket, tahsilat ve ödemelerin elektronik yapılabilmesi, muhasebe servislerinin dijital platformlarda verilebilmesi gibi faktörler, servislerimizi cazip ve tek platformda gerekli hale getiriyor.

mizi, işletmelerimizin büyüme ve gelişen ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde arttırıyor olacağız. Küçük bir işletmenin, finans, lojistik, idari departmanı gibi çalışmalarını sağlayacak ek servislerimizi kademe kademe devreye almaya başladık.

Önümüzdeki 5 yılla ilişkin hedefleriniz neler?

WorqCompany, 2025 yılında yirmi bin üzerinde işletmeye servis veren, dünyadaki ana ticaret noktalarına finansal ve dijital erişim sağlayan ve bir milyar dolar üzerinde şirket değerine ulaşan bir Türk finansal teknoloji girişimi olarak yatırımcılarının beklentilerini karşılayan bir işletme olacak.

Müsilajdan organik gübre ve hayvan yemi üretecek

Kırmızı Bayrak Teknoloji, Kırmızı Bayrak Yem ve Crpto Carbon Enerji şirketlerinin kurucusu girişimci Hasan Karaozan, 2002 yılından bu yana şirketleri aracılığıyla AR-GE, enerji, geri dönüşüm ve teknoloji alanlarında faaliyet gösteriyor. 18 yıldır farklı AR-GE projeleri yürüttüklerini söyleyen Karaozan, "UPS (Kesintisiz Güç Kaynağı) tasarımı ve üretimi ile başladık. Bu projede elektronik ve mantıksal algoritma deneyimi kazandık. 2010 yılından sonra tarımsal atıklardan enerji üretimi üzerine AR-GE çalışmalarını başlattık" diyor. İlerleyen yıllarda da çalışmalarını devam ettiren Karaozan, çevresel üretime, geri dönüşüme ve günümüzün ihtiyaçlarına yönelik ürün geliştirmeye odaklandı. Bugün gelinen noktada birçok alanda inovatif ürünler geliştirdi. Bunlar arasında; kurutulmuş hayvan kanından yem, kanalizasyon atıklarından biyoyakıt, yoğun bakım entübe cihazı, müsilajdan organik gübre ve hayvan yemini sayabiliriz.

Üç biyokütle santrali

AR-GE çalışmalarının olumlu sonuçlanmasının ardından, Mimsan Grup firmasının ortaklığında iki adımlı yenilenebilir enerji projesi başlattıklarını ifade eden Karaozan, şunları anlatıyor: "İlk adımda 'Tarımsal Atıkların Verimli Toplanması', ikinci adımda 'Tarımsal Atıkların Termik Santralde Enerjiye Dönüşümü' işleri ile 2012 yılında büyük bir yatırım şirketi ile toplam 28 MW olmak üzere üç ayrı lokasyonda biyokütle enerji santrali kurulumunu başlattık. Bu kapsamda Türkiye'de ilk defa 85 bin dekar arazide tarımsal atık toplama işlemini başlattık."

Enerji bitkileri

2015 yılında ise enerji bitkileri üzerine AR-GE çalışması ile 'C4 enerji bitkisi' adı ve-

Enerji, geri dönüşüm ve teknoloji alanlarında faaliyet gösteren üç şirketi bulunan girişimci Hasan Karaozan, yürüttüğü inovatif çalışmalar sonucunda pek çok ürün geliştirmiş durumda. Bunlar arasında; kurutulmuş hayvan kanından yem, kanalizasyon atıklarından biyoyakıt ve yoğun bakım entübe cihazı var. Karaozan, son olarak müsilajdan organik gübre ve hayvan yemi üretimine yönelik bir proje geliştirdi.



HASAN KARAOZAN

rilen tohumları getirip, ekme ve toplama faaliyetlerinde bulduklarını dile getiren Karaozan, şu bilgileri veriyor: "AR-GE sonucu bünyesinde yüzde 50 nem oranı barındırması, kurutma ihtiyacı doğurdu.

Klasik kurutma yöntemleri ile maliyet ve zaman açısından karlılığı düşürdü. Bu durumda yüksek teknoloji kullanarak, kurutma sistemi üzerinde yeni bir AR-GE süreci başlamış oldu. Bu çalışma yaklaşık 3 yıl sür-

Entübe cihazı üretiyor

2020 yılında pandemiden dolayı oluşan ihtiyaç ile yoğun bakım entübe cihazı için AR-GE çalışmasına başladıklarını belirten Karaozan, AR-GE sonucu, İzmir ilinde Türkiye'nin ikinci Yoğun bakım entübe cihazı üreten firması Kırmızı Bayrak Teknoloji şirketini kurarak ihracata başladıklarını söylüyor. Aynı yıl, küresel iklim değişimine çözüm için blok zinciri (blockchain) teknoloji kullanarak, yenilenebilir enerji santralleri ödüllendirme mekanizmasını tasarladıklarını ifade eden Karaozan, "Yenilenebilir enerji santrallerini ödüllendirerek, onları fosil yakıtlardan enerji üreten tesisler karşısında daha katma değerli hale getirip, organizasyon gelirleri ile yeni

dü. Vardığımız sonuç; yaklaşık aynı sürede, 5 kat daha az enerji kullanarak verimli bir sistem haline geldi. Yapılan kurutma teknolojisini aynı özelliklere sahip bütün ürünlere uygulanmasını mümkün kılan ufak düzenlemelerle bir çok alana entegre edilebilir hale geldi."

Kurutulmuş hayvan kanı

Her yıl et kombinalarında ortalama 1 milyon ton kesim sonrası biriken hayvan kanları atılıyor. Yem sektöründe kullanılmak üzere, aminoasit kaynağı olarak, kurutulmuş hayvan kanı, yurt dışından ithal ediliyor. Bu kurutma teknolojisini kullanarak, Gaziantep ve Adıyaman illerinde iki tesisi çalışır hale getirip, ardışık olarak Ankara, İzmir ve Kayseri illerinde çalışmalar başlattıklarını belirten Karaozan, "Bu projelere paralel olarak 2018 yılında, bilişim sektöründe faaliyet gösteren Onlinesoft Bilgi ve İletişim Teknolojileri ekibini bünyemize dahil ederek otomasyon ve yazılım alanlarında da deneyimimizi güçlendirdik" diyor.

Kanalizasyon atığı

Kurutma teknolojisi, ihtiyaç olan her alana modüler bir şekilde entegre ediliyor.



Geri dönüşüm alanında bakir olan Türkiye'nin belediye kanalizasyon atığının bertarafı konusuna da eğildiklerinden bahseden Karaozan, şunları anlatıyor: Belediyeler için büyük sorun olan bu atığı, teknolojimiz ile dünya genelinde verimliliği ve karlılığı yüksek biyoyakıt haline getirdik. Bu çalışmada ilerde kurmayı planladığımız biyokütle enerji santralleri için alternatif bir kaynak daha bulmamız ile sonuçlandı. Santraller kurarak karbon salınımını en az seviyeye indirmeyi planlamaktayız" diye ekliyor.

Müsilajdan geri dönüşüm

Öte yandan haftalardır gündemde olan ve Marmara Denizi'nde başlayarak Karadeniz'e kadar ulaşan müsilaj (deniz salyası) sorununun çözümü ile ilgili de öneri geliyor Karaozan'dan. Yem sektöründe hammadde üretimi konusunda faaliyet gösteren Kırmızı

Bayrak Teknoloji şirketi aracılığıyla müsilajın geri dönüşümünü sağlayarak katma değerli bir ürün şeklinde ekonomiye kazandırma projesi geliştirdiklerini belirten Karaozan, şöyle devam ediyor: "Deniz üzerinde kurulumu yapılacak olan platformda günde denizden alınan bin ton müsilajlı deniz suyu üründen arındırılıp, tekrar denize temiz bir şekilde aktarılacak. Yüzde 1-2 oranında kurutulmuş olan kısım ise proteinin kaynağı olarak ürün haline getirilecek."

Bu işlemler sonrası elde edilen ürünün, tamamen organik olarak yarı mamül halinde piyasada değerlendirilebileceğini belirten Karaozan, "Organik maddelerin besin değeri vardır. Müsilaj, gerekli kurutma işlemi gerçekleştirildiğinde, yani ortalama yüzde 10-15 oranında nemli bir ürün haline getirildiğinde, hayvan yemi veya organik gübre alanında kullanılabilir" diyor.

sürecinde kaynak kullanımını optimum seviyede tutmaktır. İnsan ise dünyamız için en önemli etki faktörüdür. Kişilerin bilgi ve becerileri, sürdürülebilir bir geleceğin temel taşıdır. Dolayısıyla eğitim ve meslek geliştirme alanına her zaman olduğundan daha fazla yatırım yapacağız, iş ve sağlık güvenliğine yoğunlaşacağız ve çeşitlilik alanındaki çabalarımızı güçlendireceğiz.

Tüm dünyayı etkileyen pandemi sürecinden bahsedecek olursak, sektörünüz nasıl etkilendi ?

İnsan sağlığına karşı olan sorumluluğumuzun bilinciyle bu süreçte acil aksiyon almamız gerekiyordu. Bu doğrultuda araştırma geliştirme ekiplerimizin ve üretim bölümümüzün üstün çalışmalarıyla Covid 19 testleri için örneklerin taşınabileceği virüs taşıma tüpümüzün üreterek dünya piyasasına sunduk. Bununla beraber aşı geliştiren bazı firmaların araştırma geliştirme sürecinde ihtiyaç duydukları bazı sarf malzemelerin teminini sağlayarak bu sektöre de katkıda bulduk. Bunlar bizler için pandemi sürecinin bizlere olumlu etkisiydi. Bununla beraber, sağlık kuruluşlarının genelde Covid-19 şüphesi taşıyan kişilere ve acil hastalara odaklanması ve diğer şikayetlere sahip olan hastalar için poliklinik hizmetlerinin geçici süreliğine neredeyse durdurulması ve bireylerin enfeksiyon kapma endişesi ile rutin tedavi ve şikayetleri olanların, sağlık kuruluşlarına gitmekten kaçınmaları sebebi ile hasta hacminin düşmesiyle bazı tıbbi cihaz firmalarının cirolarını negatif yönde etkilemiştir.

Peki bu negatif etkiyi siz ne oranda hissettiniz?

Bunun bizlere yansımaları pre-analitik bölümümüz altında olan vakumlu kan alma tüplerimizle ilgili satış adetlerimizde düşmesiyle olmuştur. Ayrıca neredeyse tüm sektörlerde hayata geçirilen ve pandemi süreci bittikten sonra bazı sektörlerde bunun devamlılığının olacağını düşündüğüm evden çalışma süreci hepimizin hayatımızı olumlu ve olumsuz bir boyut getirmiştir. Bizler pandemi sürecinin başından beri evden çalışma sürecimizi başlattık, burada önceliğimiz olan çalışanlarımızın ve ailelerine karşı olan sorumluluğumuzu yerine getirerek, bu sürece adaptasyonlarını kısa

VOLKAN BİRLİK



sürede sağlayıp verimliliği arttırmak oldu. Umarım yeni yılla beraber aşuların bulunması ve dünya genelinde uygulamaya başlamasıyla bu sürecin son bularak hep beraber eski normal hayatımıza dönmeyi umut ediyorum.

Döviz kurlarındaki değişkenlik, hastane ödemelerinin uzun bir zamana yayılmasının etkileri sizi ve sektörü nasıl etkiliyor?

Artan döviz kurları, tüm tıbbi cihaz ithalatçıları olduğu gibi Greiner Bio-One Türkiye'yi de oldukça olumsuz etkiledi ve etkilemeye de devam ediyor. Tıbbi cihaz ithalatı yapan firmaların yurt içinde işti-

rak ettiği ihale ve anlaşmalı satış fiyatları daima TL sabit iken, örneğin yıl başından bu yana dövizde yaşanan ortalama yüzde 45'lik artış, ithalatçı firmaları her seferinde daha yüksek fiyatlarla satın alımı yapmaya zorlamakta ve bu durum firmaların maliyet yükünü arttırmaktadır. Bu duruma ek olarak Avrupa Birliği'ne dahil olmayan ülkelerden yapılan ithalatlara ek gümrük vergi getirilmesi, tıbbi cihaz ithalatının maliyetinin daha da artmasına bu sebeple ithalatın durağanlaşmasına ve ithalatçı firmaların finansal açıdan içinden çıkılması oldukça zor bir duruma düşmelerine sebep olmaktadır.



KOBİLGİ

Prof. Dr.
Volkan Demir

Galatasaray Üniversitesi
İİBF, İşletme Bölümü,
Muhasebe-Finansman
Anabilim Dalı
Öğretim Üyesi
vdemir@gsu.edu.tr

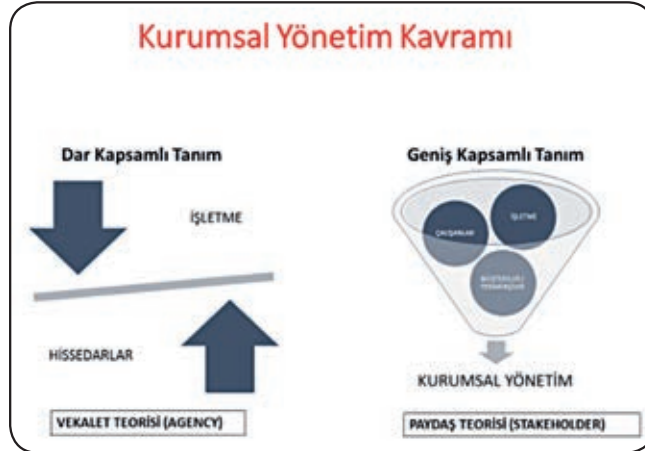
KOBİ'LER VE KURUMSAL YÖNETİM

Bu ay ki yazımda; KOBİ'lerin sürekliliklerini sağlayacak en önemli unsur olan ve benimsemeleri gereken bir konuyu "Kurumsal Yönetim" konusunu ele alıyorum. KOBİ ölçeğindeki şirketlerde genellikle iki kavram sıklıkla karıştırılmaktadır. Bu iki kavram kurumsallaşma ve kurumsal yönetim kavramlarıdır. Kurumsallaşma; şirketlerin faaliyetlerini, çalışanların yetki ve sorumlulukları ile iş yapış şekillerini yazılı olarak tanımlayan bir süreçlerin tümüdür. Kurumsal yönetim ilkelerine uyum için de öncelikle benimsenmesi ve uygulamaya geçilmesi gereken bir konudur. Sonrasında ise kurumsal yönetim ilkelerine uyum şirketin kurumsallaşmasına büyük katkı sağlayacaktır. İki kavramın birbirini destekleyici olduğu unutulmamalıdır. KOBİ'ler genellikle kurumsallaşmaya çalışırken, kurumsal yönetim ilkelerine uyum konusu söz konusu olduğunda bu konunun çok büyük şirketler ile halka açık şirketler tarafından odaklanması gereken bir konu olduğu -yanlış- görüşüne sahiptir. Halbuki kurumsal yönetim ilkelerine uyum ve bu ilkeleri ortak, yönetici ve büyüklüğü ne olursa olsun şirketin içselleştirmesi şirketin büyümesi ve devamlılığı için zorunludur.

Kurumsal Yönetim Kavramı

Dar kapsamlı tanımlamada; kurumsal yönetim, şirket ile hissedarlar arasındaki ilişki ile sınırlandırılmakta ve

geleneksel finansa Vekalet Teorisi ile açıklanmakta iken geniş kapsamlı tanımlamada kurumsal yönetim, işletme ve çalışanlar, müşteriler ve tedarikçiler gibi paydaşlar arasında olan ilişkiler ağı olarak nitelendirilmekte ve Paydaş Teorisi ile açıklanmaktadır.



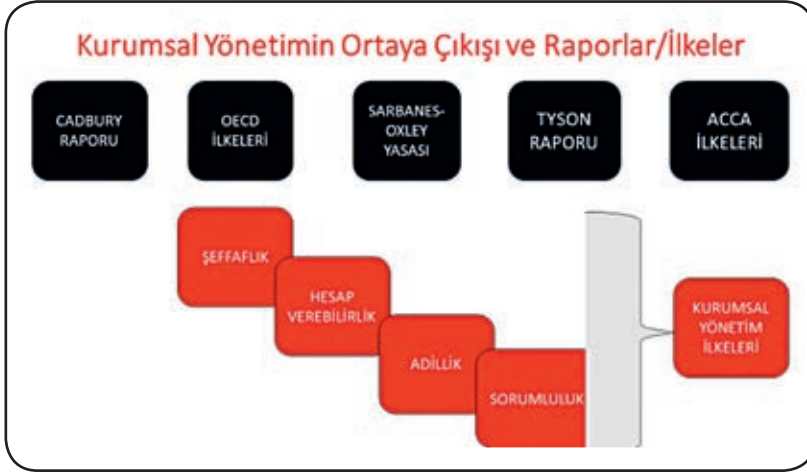
Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) (2004) tarafından kurumsal yönetim ilkeleri, (1) etkin bir kurumsal yönetim çerçevesine temel sağlanması; (2) hissedarların hakları ve ana sahiplik fonksiyonları; (3) hissedarlara eşit mesafede durma; (4) paydaşların kurumsal yönetimdeki rolü; (5) kamuoyunu aydınlatma ve şeffaflık; ve (6) şirketin yönetim kurulunun sorumlulukları olmak üzere altı ana başlık altında incelenmekte ve çalışma boyunca her ana başlığın altında çeşitli alt başlıklarla açıklanmaktadır.

Kurumsal Yönetimin Ortaya Çıkışı ve Kurumsal Yönetim İlkeleri
Avrupa'nın gündemine ilk kez

Cadbury Raporu ile gelen kurumsal yönetim konusu, uluslararası kurumların da gündeminde yoğun bir şekilde yer almaktadır. Kurumsal yönetim konusu; Greenbury Raporu, Hampel Raporu, Sarbaney-Oxley Yasası ile de detaylı incelenmiştir. Ayrıca; Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından ilk kez 1999 yılında yayınlanmasına müteakip 2004 yılında revize edilen Kurumsal Yönetim İlkeleri uluslararası düzeyde kabul görmektedir. Bu çalışma, OECD tarafından revize edilmektedir ve 2014 yılında yayınlanan taslak doküman, Kurum'un internet sayfası üzerinden kamuoyu görüşüne açılmıştır.

Bu rapor ve sonrasında çıkan raporlar, ilkeler ve yasalar; ortaya çıkan iflaslar, hileler, muhasebe skandalları, şirket dolandırıcılıkları gibi olayların sonucu olarak geliştirilmiştir. Ülkemizde de BDDK ve SPK gibi kurumlar kendi düzenleme alanlarındaki şirketler için kurumsal yönetim düzenlemeleri yayınlamıştır. Ayrıca, 2012 yılında yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanunu'nun hazırlanışındaki temel ilkeler, kurumsal yönetim ilkeleridir ve bu konudaki düzenlemede yürürlüğe girmiştir. Son zamanlarda, finans kuruluşları tarafından şirketlerin kredi limitlerinin düzenlenmesinde bağımsız denetim raporu, makul güvence raporu ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu da talep edilmektedir.

Kurumsal Yönetimin Ortaya Çıkışı ve Raporlar/İlkeler



Kurumsal Yönetim İlkeleri

Şeffaflık: Şirketlerin, kamuoyu ile karşılaştırılabilir, doğru ve zamanında bilgi paylaşımı yapabilmesini ifade etmektedir. KOBİ'ler şeffaf olabilmek için kamuoyu iletişim kanallarını (internet sayfası, bültenler vs) güçlendirmeli ve içerik yönünden zenginleştirmelidir.

Hesap Verebilirlik: Şirketi yönetenlerin, şirkete ve şirket ortaklarına karşı hesap verme sorumluluğunu ifade etmektedir. KOBİ'lerin hesap verebilir olabilmeleri için her şeyden önce hesap yapabilir olmaları gerekmektedir. Bunun içinde şirketin muhasebe ve finansal raporlama fonksiyonuna; sadece geleneksel vergi esaslı değil, aynı zamanda doğru bilgi elde etmek amaçlı odaklanılmalıdır. Böylece varlıklar, borçlar, kar veya zarar rakamları karar vermeyi daha fazla destekleyecektir.

Adillik: Bu kavram esasen, şirkette kontrol gücüne sahip ortakların azınlık paylarına sahip ortaklara karşı adil olması gerektiğini ifade etmektedir. KOBİ'ler azınlık paylarına sahip ortaklarına adil olabilmek için; şirketin geleceğini düşünmeli ve bu ortakların hisselerinin satın almak, düzenli olarak kar dağıtmak gibi seçenekleri de dikkate almalıdır. Periyodik olarak yapılacak varlık, borç, kar veya zarar konusundaki bilgilendirmeler de çoğunluğa sahip olanların adil olabilmelerini sağlayabilmektedir.

Sorumluluk: Şirketler sadece pay sahipleri için fayda yaratan işletmeler değildir. Aynı zamanda topluma, doğa ve çevreye, toplumsal sürdürülebilirliğe de odaklanmaları gerekmektedir. KOBİ'ler de kendi ölçekleri itibariyle sorumluluklarını yerine getirmeli ve pay sahiplerine değer yaratırken paydaşlara ve topluma karşı sorumluluklarını unutmamalıdır.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum için İyi Bir Yönetim Kurulunun Özellikleri

Yapılan literatür araştırmalarında, şirketlerde iyi bir yönetim kurulunda bulunması gereken özellikler aşağıda listelenmektedir:

- Kurul gereken sıklıkta toplanmalıdır.
- Kurul faaliyet alanı dahilinde ve bunun dışında tecrübesi olan üyeleri içerecek çeşitlilikte olmalıdır.
- Kurulda kadın üyelerin olması sağlanmalıdır. Böylelikle şirkette kadın bakış açısı ve titizliği faaliyetlerin, iletişim dilinin ve kurumsallaşma yolcukunun başarısına yansıtacaktır.
- Kurul güç dengesini sürdürmelidir.
- Bir kişinin kurul toplantılarında ve karar almada baskın olması müsaade edilmemelidir.
- Üyeler, diğer üyelerin önerilerine açık olmalıdır.
- Kurul üyeleri birbirlerine yüksek

seviyede güven duymalıdır.

■ Kurul üyeleri oldukça dürüst ve etik olmalıdır.

■ Kurul üyeleri arasında etkin bir iletişim olmalıdır.

■ Kurul finansal tablolardan sorumlu olmalı ve bu konuda gereken organizasyonu oluşturmalıdır.

■ Bağımsız yöneticiler bağımsız bakış açıları sunmalıdır.

■ Kurul, yeni fikirlere ve stratejilere açık olmalıdır.

■ Kurul üyeleri değişime karşı olmamalıdır.

■ Kurul işletmenin işleri hakkında muhakkak derinlemesine bilgi sahibi olmalıdır.

■ Kurul, doğası gereği dinamik olmalıdır.

■ Kurul, işlerin doğasında olan riskleri anlamalıdır.

■ Kurul, hesaplanmış riskleri almaya hazırlıklı olmalıdır. Unutulmalıdır ki riskin olmadığı yerde getiri olmaz!

■ Kurul, hissedarlarla iletişim halinde olmalı, onların ihtiyaçlarından haberdar olmalı ve bunları işletmenin stratejisi haline dönüştürmelidir.

■ Kurul paydaşlara dair konulardan haberdar olmalı ve paydaşlarıyla aktif bir şekilde bir araya gelmeye hazırlıklı olmalıdır.

■ Kurul hem kendileri kem de şirket için eğitim alınması konusunda farkında olmalıdır.

SONUÇ

Yukarıda kısaca açıklamaya çalıştığım gibi; kurumsal yönetim ve kurumsallaşma farklı kavramlardır. Şirketlerin kurumsallaşmaları için ilk önce belirli ilkeler benimseyip harekete geçmeleri gerekmektedir. Kurumsal Yönetim benimsenecek ilkeler bakımında çok önemli ve değerli bir rehberdir. Şirketler, yüküklüklerine bakılmaksızın kurumsal yönetim ilkelerini kendilerine uyarlamaya çalışmalı, hedefler koymalı ve kurumsal sürdürülebilirlik için bu ilkelere sıkı bir şekilde uymalıdır.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

Şirketlerde imgeler, görme ve görgü biçimleri neden önemli?

“ İnsanlar üçe ayrılır; görenler,
gösterince görenler ve asla görmeyenler”
(Leonardo Da Vinci)

Son birkaç aydır olduğu gibi bu ay da konuyu biraz “ağır”dan almaya niyetliyim. Konumuz “ağır”, yani üzerinde düşünmeye, belki de zaman zaman bir parça uyku kaçırpıp (pozitif anlamda) gelişime yönelik yeniden yapılanmalara davet edebilecek türden. En azından ben öyle olabileceğini umuyorum. Şirketlerin yönetim ve yeniden yapılanma süreçlerinde “şirket kültürü”, “şirket stratejisi”, “insan kaynakları yapılanması”, “kurumsal iletişim” ve benzeri diğer süreçleri ya da hepsi için düşünülmesi gereken bir konuyu gelin hep birlikte ele alalım, peki nedir bu konu? Şirket içi imgeler, görme biçimleri ve görgü biçimleri. Bu üçlü üzerinde düşünmek neden önemli ve gerekli?

1. Şirket içi alışkanlıkları yeniden değerlendirmek için,

2. Neleri bir yerlerden kopyala-yapıştır (copy-paste) ettiğimizi ve hatta bir süre sonra normalleştirdiğimizi tanımlayabilmek için,

3. Şirketleri yeni kuşaklara devrederken pozitif “habitus”lar oluşturabilmek için.

İmge-imagō-Latince kökenli bir kelime. Kavram olarak imge; zihinde tasarlanan gerçekleşmesi istenen veya arzu edilen şey, tahayyül, görünüm, izlenim, imaj,

duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin veya durumun bilince yansıyan benzeri, duylarla algılanabilen, bir uyarıcı söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar şeklinde ifade edilebilir. Robert H.Holt’a göre imge, bellek imgelerini ve tahayyül imgelerini içerir; görsel, işitsel ya da herhangi bir diğer duysal halde ve ayrıca tamamen sözel de olabilir. İmgeye yetkesini veren, onu otorite haline getirip güçlü kılan en önemli özelliği tahayyülün yani hayalde canlandırma eyleminin bir sonucu olarak meydana gelmiş olmasıdır. Richard Leppert, Sanatta Anlamın Görüntüsü-İmgelerin Toplumsal İşlevi adlı çalışmasında imgelerin insanlara gerçek dünyayı değil, kurgu içinde bir dünya gösterdiğini belirtir ve imgelerin, gösterilen şeyler değil bunların temsili yani “yeniden sunumu” olduğunu belirtir. Kısacası bu görüşten yola çıkılırsa imgeler, maden cevheri gibi kazılıp çıkarılan şeyler değil, belli bir sosyo-kültürel ortam içerisinde belli bir işlev görmesi için inşa edilen şeylerdir. Şimdi burada kısa bir ara verelim ve şirketlerde, şirket içinde imgeler neler olabilir? diye düşünelim. Örneğin: şirket koridorlarına, toplantı odalarına çerçevesiz asılmış ve “biz bir aileyiz” mesajı veren görseller,

postlar, mottolar vb.; çalışan yaka kartları (hatta şirket dışında bile şirket yaka kartı ile dolaşıldığı görme olasılığı); plaza çalışanı olmanın hissettirdiği duygular; işe gelirken veya öğle arası al-götür (take-away) kahve satan kafelerden alınan kahvelerle arz-ı endam edilmesi, toplantılarda kaykılarak oturmak ve hatta ayağını masaya dayamak (Hollywood sineması film sahnelerinden esinlenilmiş olsa gerek), bazı fabrika ve şirketlerde üst düzey yöneticilerin öğlen yemek yedikleri- onları diğer şirket çalışanlarından “sözde” ayıran- ayırıcı masalar vb... örnekler çeşitlendirilip çoğaltılabilir. Şimdi yeniden bir düşünelim: “biz bir aileyiz” mesajı içeren tüm enstrümanlar, farklı yemek masaları, yaka kartları ve diğer alışkanlık haline getirilmiş davranışlar bütünü kısacası şirket içi ve hatta dışına bile sarkabilen imgeler her zaman olumlu ve kalıcı etkiler oluşturuyor mu? Tüm bunları düşünürken, tespit ve çözümlemeleri yaparken bilimsel temellendirmelerden de uzaklaşmamak gerekiyor. Çünkü; imgeler aslında bilimsel bir alanı oluşturuyor ve imge bilim alanına iki açıdan yaklaşılması gerekiyor: birincisi; imgelerin daima görmeye ve gözlemlemeye dayanıyor olması, dolayısıyla beynin iç yapısında oluşan bilişsel süreçlere ve algılamaya dayanıyor olması; ikincisi ise anlamın fark edilip çözümlenmesi ve bütünsel olarak anlamlandırılmasıdır. Böylelikle

şirket içinde/departmanlarda derinleşmiş, geliştirmeye yönelik bir görme biçimi oluşmaya başlıyor. Orta ve uzun vadede ise görme biçimleri görgü biçimlerini oluşturmaya başlıyor. Kısacası; görgünün görme biçimlerinden oluşan kümülatif bir birikim olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu çerçeveden bakarsak şirket vizyonunun, kurumsal kültürün bir yönü de görme biçimlerinin toplamından oluşan görgü biçimlerini temsil eder. Sanırım şimdi yazının başında belirttiğim gibi konunun neden “ağır” olduğunu daha iyi anlamlandırmış oluyoruz.

Gelgelelim modern dünyada kıyasıya bir ticari kazanç elde etme adına imgeler de metalaştırılmış

durumda. Böyle olunca metalaşan imgeler tüketim döngüsünün öznesi haline gelmiş vaziyette. İmgelerdeki dönüşüm dolayısıyla görme ve görgü biçimlerindeki dönüşüm yeniden üretim sürecinin mutlak egemenliği altında bulunduğu günümüzde de gelecekte de bizi şaşırtmaya devam edecek. Her imge kendi uzamında hakimiyetini sürdürürken ait olduğu zamana ve onun mülkiyetini taşıyan kişilere bağlı olarak da farklı anlamlar içermekte. İmgeler statü sembolü olarak, zenginlik göstergesi olarak, başarı tanımı olarak, kısılanacak bir imaj oluşturmak adına meta düzeyinde karşılıklar üretmekte. Şirketlerin tahayyüllerindeki bazı imgeler, alışkanlık haline gelmiş

görme biçimleri, bu imgelerin ürünü olarak karşımıza çıkan kimlikler, tüketim ve daha çok tüketmek üzerine kurulmuş durumda. Önemli olan eleştirel perspektiften ele alınan şirket içindeki bazı alışkanlıkların “habitus” haline dönüşmemesi. Tabii tam tersinin olması da istenilen bir şey olur. Yani olumlu, besleyici ve geliştirici alışkanlıkların habitusa dönüşmesi.

Peki, “habitus”u alışkanlıktan ayıran nedir? Bourdieu, habitusu alışkanlıktan ayıran özelliklerini şu şekilde ifade eder: Alışkanlık, kendiliğinden bir şekilde tekrarlanan, mekanik, otomatik ve üretici olmaktan ziyade kopyalanan bir şey olarak kabul edilir. Oysa habitus’un büyük ölçüde yaratıcı olduğu düşüncesi üzerinde durur. Habitus koşullanmaların, nesnel mantığı yeniden üretmeye yönelik koşullanmaların bir ürünüdür, onu aynı zamanda dönüşüme maruz bırakır; kendi üretimimizin koşullarını “üretmemizi” sağlayan dönüştürücü bir özelliğe sahiptir. Bu yüzden habitusun farklı yönleri şu şekilde tanımlanabilir. 1. Belirli şekillerde davranmaya yönelik ampirik eğilimler olarak (iş yaşam tarzı), 2. Tercihler, beğeniler ve hisler olarak, 3. Somutlaşmış davranış olarak, 4. Aktörlerin sahip olduğu bir nevi dünya görüşü olarak, 5. Beceriler ve yetenekler olarak, 6. Yaşam fırsatlarına ve kariyer yollarına ilişkin büyük amaçlar ve beklentiler olarak. Kısacası habitus; “edinilmiş olan, ama sürekli yatkinlıklarla ve devamlılıklarla kalıcı şekilde cisimleşmiş veya içselleştirilmiş olan şeydir”. Olumlu habitus aslında şirketler için bir tür sermaye biçimidir de. Olumlu imgeler, görme biçimleri ve görgü biçimleriyle şekillenmiş bir şirket habitus’u şirketlerin devamlılığı ve yeni kuşaklara aktarımı noktasında çok değerli bir birikimdir.





Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

GİRİŞİMCİLİĞİ TEŞVİK ETMEK İSTİYORSAK İFLAS VE TASFİYE SÜREÇLERİNİ SADELEŞTİRMELİYİZ

Türkiye’de hükümetlerin birkaç yılda bir girişimcileri rahatlatan vergi barışı gibi uygulamaları olduğunu görüyoruz. Vatandaşlarını dinleyen, onların taleplerine kulak veren siyasetçilere ve bürokratlara kuşkusuz teşekkür etmek lazım. Fakat, üzerinde yeterince tartışılmadığı için gündemin arka sıralarında bekleyen çok önemli bir konu var: İflas etmiş girişimcileri yeniden iş dünyasına kazandırmaya yönelik ‘ikinci şans’ politikaları. Hükümetlerimiz bu konuda henüz tatmin edici adımlar atamadı. Türkiye’de son 20 yılda vatandaşın bir çok konuda biriken problemlerini çözmeye yönelik adımlar atıldığı halde, iflas etmiş girişimcilerin tekrar cesaret kazanmalarını ve yeni işler kurmalarını sağlayacak kayda değer politikalar geliştirilemedi. Peki bu konuda gelişmiş ülkeler ne yapıyor? Türkiye’nin örnek alabileceği bir model var mı? Bu ayki yazımda, ülkemizin gündeminde ön sıralara alınması ümidiyle bu soruların cevabını aramak istedim.

Avrupa Komisyonu tarafından ‘Avrupa Küçük İşletmeler Yasası’ (Small Business Act for Europe - SBA)

25 Haziran 2008 tarihinde yürürlüğe konmuştur. Söz konusu yasada, hem Avrupa Birliği genelinde, hem de ulusal düzeyde KOBİ’lere yönelik politikalar oluşturulurken, ülkelere rehberlik etmesi amacıyla bazı prensipler sıralanmış ve yasaya temel teşkil eden “Önce Küçük Olanı Düşün” prensibi ışığında bir dizi mevzuat düzenlemesinin yapılmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Türkiye’de 5 Haziran 2011 tarihinde dönemin Başbakanı Sn. Recep Tayyip Erdoğan tarafından imzalanan genelge ile bu yasanın prensiplerine uyum sağlanması için yapılacak çalışmaların sorumluluğu KOSGEB’e verilmiştir. KOSGEB zaman içerisinde yasadaki prensiplere yüksek düzeyde uyum sağlandığını duyurmuş, fakat yasadaki prensiplerin belki de en önemlisi olan ikinci şans politikaları noktasında henüz kamuoyunun beklentisini karşılayan önemli bir projenin müjdecisi olmamıştır.

Konu neden önemli?

Avrupa Birliği’nde yapılmış araştırmalar, ülkedeki iflas süresi ve iflas sürecine ait maliyetlerle, ülkede kurulan yeni şirketlerin sayısı arasında ters yönlü ilişki olduğunu

ortaya koymaktadır. Bilimsel bir dil kullanmadan açıklayacak olursak; işler kötü giderse başının uzun süre beladan kurtulamayacağını düşünen kişiler, girişimciliği denemeye bile korkar hale geliyorlar. Dolayısıyla, daha çok sayıda yeni iş kurulsun istiyorsak öncelikle iflas etmeyi kolaylaştırmalıyız. Daha da önemlisi, işi iflas eden girişimcileri yeniden kazanmak için girişimcinin zarar gören sicilini, ömür boyu önüne engel olarak çıkarmamalıyız. Avrupa Küçük İşletmeler Yasası, ideal bir ikinci şans sisteminin aşağıdaki dört unsura sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

- 1.** İflas sürecine giren bir şirket, tüm yasal prosedürleri azami bir senede tamamlayabilmeli.
- 2.** Hileli iflas durumları hariç, dürüst girişimciler iflastan arta kalan borç yükünden en geç üçüncü yılın sonunda kurtulmalı.
- 3.** Daha önce iflas etmiş ve yeniden başlangıç yapan bir girişimci ile daha önce hiç iflas etmemiş yeni bir girişimci arasında süreçler ve maruz kaldıkları şartlar bakımından hiçbir fark bulunmamalı.
- 4.** Girişimcilerin başarısızlık durumunda nasıl bir iflas süreci

yaşayacağını net ve eksiksiz öğrenmesini sağlayacak kaynaklar bulunmalı ve bunların halkla iletişimi düzgün yapılmalı.

İkinci maddeye odaklandığımızda, Avrupa Birliği ülkeleri ile Türkiye arasında ciddi farklar olduğunu görüyoruz. Ülkemizde belirli aralıklarla gündeme getirilen 'sivil affı' gibi uygulamalar kişilerin ticaret hayatına yeniden atılmalarını kolaylaştırır da, kişilerin üzerindeki borç yükü kalkmadıkça gerçek anlamda temiz bir başlangıç yaptıklarından söz edilemez. Zira, Türkiye'de iflas eden bir girişimcinin özellikle kamuya olan borçları kişi vefat edene kadar üzerinde kalmaktadır. 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun'da borçlar için 5 yıllık zaman aşımı süresi

belirtilmiş olsa da, uygulamada vergi dairelerinin borçları zaman aşımına uğratmamak için çeşitli önlemler aldıkları bilinmektedir. Devamlı olarak icra ve dava stresi altında ezilen bir kişi ne evinde huzur içinde durabilir, ne de tekrar girişim kurma heyecanı yaşayabilir. Dolayısıyla konunun maddi boyutunun yanında ciddi bir manevi boyutunun olduğu unutulmamalıdır.

Diğer yandan, iflas eden bir girişimcinin üzerindeki borç yükünün kalkması ve ticaret hayatına temiz başlangıç yapması için en ideal koşulların İngiltere, Belçika ve Polonya'da olduğunu görüyoruz. Bu ülkelerde iflas ilanı yapıldıktan sonra bir yıl içerisinde girişimci İngilizce ifadeyle 'discharge' edilirken, yani en basit deyişle rahat bırakılırken, Fransa, Hollanda ve Danimarka'da bu süre üç yıl olarak belirlenmiştir.

Portekiz, İtalya ve Yunanistan'da ise durum Türkiye'ye benzer bir şekilde çok uzun süreli olarak devam etmektedir. İflas yaşayan girişimciler uzun yıllar boyunca yaşanan iflasın izlerini taşımak durumunda kalmaktadır.

TOBB verilerine göre Türkiye'de son dönemde her ay 500 ile 1.000 arasında şirket kapanıyor. Elbette, şirketlerin tamamı iflas nedeniyle son bulmuyor. Fakat kapanmaların yüzde 50'ye yakınının iflastan kaynaklandığını tahmin ediyoruz. Dolayısıyla, ülkemizde ikinci şans politikalarına ihtiyaç duyan ciddi bir kitle var. Konuyu sadece bugünün problemi olarak görüp geçici çözümler üretmek yerine, gelecek kuşaklara girişimci-dostu bir Türkiye bırakmayı hedefleyerek köklü yenilikler yapmamızda büyük yarar var...



MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Ağustos Salı

- 16-31 Temmuz 2021 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 16-31 Temmuz 2021 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

16 Ağustos Pazartesi

- Temmuz 2021 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

17 Ağustos Salı

- 2021 II. Geçici Vergi Dönemine (Nisan-Mayıs-Haziran) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2021 II. Geçici Vergi Dönemine (Nisan-Mayıs-Haziran) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

20 Ağustos Cuma

- Temmuz 2021 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Ağustos Salı

- 1-15 Ağustos 2021 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

25 Ağustos Çarşamba

- 1-15 Ağustos 2021 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Ağustos Perşembe

- Temmuz 2021 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

31 Ağustos Salı

- Temmuz 2021 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Diğer Ücretlerin Gelir Vergisi 2. Taksit Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Temmuz 2021 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- 2021 Yılı Değerli Konut Vergisi 2. Taksit Ödemesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Nisan 2021 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Haziran 2021 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Mayıs 2021 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Mayıs 2021 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- 7326 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırma Kanunu Başvuru Süresi

Ekonomist

BİR YILLIK ABONELİK (26 SAYI)

260₺

ÜCRETSİZ KARGO
İLE ADRESE TESLİM!



- Kampanya stoklar ile sınırlıdır. Doğan Burda kampanya koşullarını değiştirme ve kampanyayı bitirme hakkını saklı tutar.
- Kampanyada belirtilen koşullar www.dergiburda.com sitemizden yapılan satışlar için geçerlidir.



www.dergiburda.com
abone@doganburda.com
0212 478 03 00

Yapsatçı KOBİ'lere özel 3'ü bir binada!

Çevre dostu binalar yapan yapsatçı KOBİ'ler,
yaparken uygun kredi olanaklarından faydalanıyor,
satarken de alıcıları uygun mortgage fırsatlarıyla
evleri kolayca alıyor!

**Doğa
dostu**

**Yaparken
avantajlı
koşullarda
finansman**

**Satarken
avantajlı
koşullarda
mortgage**

Ticari Kredi: Bu ürün, ticari amaçlı olarak kullanılacak bir ticari kredidir. Ticari Kredi Kampanyası 31 Haziran 2022 tarihine kadar geçerlidir. Bu krediyi, A ya da B sınıfı enerji kimlik belgeli konut inşa eden yap-satçılar uygun faiz oranıyla dosya masrafı/kullandırım ücreti alınmadan kullanabileceklerdir.

Mortgage Kredisi: Kampanya kapsamında kullanılacak yeşil mortgage kredileri, gerçek kişilere kullanılacak olan bir konut finansmanı kredisidir. Garanti BBVA'nın kredi kullandığı konut projelerinden ya da yap-satçılardan A ya da B sınıfı enerji kimlik belgeli konut satın alan müşteriler, bu krediyi uygun faiz oranları ile dosya masrafı/kredi tahsis ücretinden %50 indirim ile kullanabilecektir. Maksimum kredi vadesi; gerçek kişiler için 240 ay, KOBİ segmentli gerçek kişiler için ise 120 ay olacaktır.

Tüm kredi başvuruları, Bankamızca yapılacak nihai değerlendirme sonucu herhangi bir olumsuz duruma rastlanmaması kaydıyla kesin onaya dönüştürülecektir. Bankamız faiz oranı, ücret tutarlarını, vadeyi, kampanya tarih ve şartlarını değiştirme hakkını saklı tutar. Kampanyalar Bankamızın diğer kampanyalarıyla birleştirilemez.