

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN: NASIL SERBEST GİRİŞİMCİ OLUNUR?

KOBİ

Garanti BBVA

# GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

ŞUBAT 2022

## ONLINE PAZAR YERİ FIRSATLARI

KOBİ'LERE  
PAZAR YERİ  
OLANAKLARI

HANGİ ÜRÜN VE  
HİZMETLER  
AVANTAJLI?

2022'NİN ÖNE  
ÇIKAN E-TİCARET  
TRENDLERİ



ÜÇ YILDA 300 ŞUBE HEDEFLİYOR

2022'DE 20 ÜLKEYE ULAŞACAK

"MÜŞTERİYE ULAŞMA ORANINI YÜZDE 60 ARTIRIYORUZ"

# İlham veren hikayelerin yıldızları, Türkiye'nin kadın girişimcileri.

İşini parlatan, ekonomiye güç katan, çevresine örnek, herkese ilham olan kadın girişimcilerimizle geleceğe iyi bakıyoruz.





## Online pazar yerleri KOBİ'lere can suyu olacak

Türkiye ekonomisinde yaşanan yüksek enflasyon sorunu, ne yazık ki her geçen ay daha da vahim hale geliyor. Tam bir yıl önce, Ocak 2021'de yüzde 15 seviyesinde olan tüketici enflasyonu, Şubat 2022 itibarıyla yüzde 50'ye dayanmış durumda. Aynı dönemde üretici enflasyonu ise yüzde 26'dan yüzde 93'e çıktı. Önümüzdeki birkaç ayda üretici enflasyonunun tüketici enflasyonuna baskı yapmayı sürdürüleceğini şimdiden söyleyebiliriz.

Fiyatlama davranışlarında yaşanan bu sert bozulma, bir yandan milyonlarca hanenin gelirlerinde erimeye yol açarken, diğer yandan ülke ekonomisinin belkemiği olan KOBİ'lerin özsermayelerini emiyor; yatırım iştahını yok ederek ekonomik büyümeye darbe vuruyor.

Bu zorlu enflasyonist sürecin yılın ortasından itibaren baz etkisi ile yönünü aşağı çevirmesi beklense de, mevcut faiz politikasının devamı halinde, enflasyonda daha da yüksek seviyelerin görülmesi de hala ciddi bir olasılık olarak önümüzde duruyor.

Peki bu süreçte KOBİ'ler kendilerini nasıl koruyacak, nasıl ayakta duracaklar?

Bu ayki kapak dosyamızda, Türkiye'nin dört bir yanındaki yüzbinlerce KOBİ'nin önümüzdeki dönemde özellikle online pazar yerleri aracılığı ile varlığını sürdürmesine ve hatta büyüyüp gelişmesine önemine vurgu yaptık.

Son yıllarda özellikle Anadolu'da kendi e-ticaret sitesi olmayan

KOBİ'ler pazar yerleri aracılığıyla Türkiye geneline satış imkanı buldu. Tunceli, Erzincan, Malatya ve Kırklareli gibi şehirlerden yapılan satışlar hızla arttı. Bu dönemde pazar yerleri de KOBİ'lere özel destek paketleri oluşturdu.

Pandeminin de etkisi ile hızla büyüyen e-ticaret sektörü, 2020 yılını yüzde 65 büyümeye ve 250 milyar TL büyüklükle kapatmıştı. 2021 yılında sektör büyüklüğünün 400 milyar TL'yi aştığı tahmin ediliyor.

E-ticarette 2022'nin en belirgin trendlerinden biri ise, mahalle marketlerinin online satışa başlaması olacak. Market uygulamaları, her ölçekten bakkal ve market için kullanılabilir hale gelecek. Mahalle marketleri ve bakkalları da artık online satışa başlayabilecek. Bu durum hem yerel üreticiler hem de tüketici için yeni ve karlı bir dönemin de başlangıcı olacak.

Kapak dosyamızda ayrıntıları ile okuyacağınız Boğaziçi Üniversitesi bünyesinde hazırlanan rapora göre, KOBİ'lerin yüzde 69'u çevrim içi pazar yerleriyle çalışmanın verimliliklerini artırdığını, yüzde 65'i ise inovasyon kapasitelerinin artmasında etkili olduğunu belirtiyor.

Yüksek enflasyonun moralleri bozduğu ve yakın gelecek planlamalarını olumsuz etkilediği bu dönemde, KOBİ'ler için online pazar yerlerinin can suyu olacağını düşünüyorum.

İyi okumalar, sağlıklı kalın.

## İÇİNDEKİLER



Yüksek enflasyon döneminde tüketiciler, masraflarında önemli oranda kısıntıyla giderek kendini korumaya çalışıyor. Bu dönemde ekonominin merkezindeki KOBİ'ler de bir yandan özsermayelerini korumaya, diğer yandan faaliyet gösterdikleri sektörlerde ayakta durmaya ve mümkün olduğunca büyümeye odaklanmış durumda. Pandemi ile birlikte Türkiye'de hızla gelişen e-ticaret, bu dönemde KOBİ'lerin en büyük kurtarıcısı haline geldi. Birbiri ardına açılan ve büyüyen online pazar yerleri, ülkenin dört bir yanındaki yüzbinlerce KOBİ için can suyu oluyor.



Yaklaşık 15 yıllık profesyonel kariyerinin ardından kendisi girişimciliğe soyunan Colony İstanbul Kurucu Ortağı Ali Erhan Tamer, 2022'de kendi meta evrenini yaratmaya hazırlanıyor. Tamer, "İlk çeyrekte evrenimizin ekonomisini yönetecek kripto varlığımızı ve pazar yerimizi canlıya almak istiyoruz. Özellikle NFT pazar yeri tarafında farklı bir model ve yenilikçi bir vaat sunmak istiyoruz" diyor.



'Lüks' olarak düşünülen iç mimarlık hizmetini erişilebilir kılmak için yola çıkan İç Mimar Oya Kılıç Karabekir, Mimara Zeynep Karabekir ve Ekonomist Emre Karabekir tarafından kurulan Tasarlayolla.com, online iç mimarlık hizmetini veriyor. Yurtiçi ve yurtdışında birçok proje üstlenen platform, danışanlarına dört farklı tasarım paketi sunuyor.

**5** Yerli oyun girişimi Libra gözünü globale dikti

**6** KOBİ Gündemi

**8** **KAPAK KONUSU**  
Online pazar yeri fırsatları

**12** Apti, ABD'de Silikon Hills'e müracaat etti

**14** Stresi azaltan metodu Türkiye'ye getirdi

**16** Meta evren yaratacak

**18** Annesini örnek aldı dünyaya gelinlik satıyor

**19** Üç yılda 300 şube hedefliyor

**20** Dört farklı tasarım paketi sunuyor

**22** Yatırımlarla yurtdışı büyümesini hızlandıracak

**24** "KOBİ'leri e-ihracat ile dünyaya açıyoruz"

**26** "20 ilde kıyafet kiralama hizmeti vereceğiz"

**28** Labrys, 2022'de 20 ülkeye ulaşacak

**29** Maliyeti düşüren ürünlere odaklandı

**30** Şirketlerin geleceğine girişimcilik yön verecek

**32** Bulut ile maliyetleri düşürmek mümkün

**33** Dünya deviyle Türkiye'de AR-GE merkezi kurdu

**34** Gıda takviyesi ile aile işine geri döndü

**36** **Prof. Dr. Volkan Demir:**  
KOBİ'lerde bütçe yapmak neden zordur?

**38** **Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:**  
Esnek Ekonomiler (Gig Ekonomiler) ve Kadın Girişimciler için Alternatif Paradigma

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

**42** Vergi Takvimi



Site sakinleri ve yöneticilerine kolay, pratik ve ekonomik çözümler sunan Apti, yurtdışına açılacak. Apti Kurucu Ortağı Ali Emre Erişen, ABD Texas Austin'deki Silikon Hills'de yer almak için müracaat ettiklerini, Amerika, Azerbaycan, Gürcistan ve Endonezya'da bu yıl aktif olacaklarını söylüyor.



Gelinlik ve gece elbisesi ürünleriyle öne çıkan Ns Sposa, 2022 yılı için yüzde 40 büyüme hedefi koydu. Ns Sposa Kurucusu Derya Demir, "İhracat çalışmalarımız ve geniş ürün gamımız ile bu hedefimize rahatlıkla ulaşacağımızı düşünüyoruz. 2022 yılında hedefimiz İngiltere pazarı" diyor.



Paylaşım ekonomisi üzerine hayata geçirilen Rentony, lüks moda markalarını kiralaayan bir girişim. Kiralama sektörünün, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızlı modanın alternatifi olduğunu belirten Rentony Kurucu Ortağı Yasemin Eke, "Dünyada her yıl yüzde 10 büyüyen bir sektörden bahsediyoruz. Türkiye'de ise hala yeni ve gelişmekte olan bir sektör, o yüzden bizim de öncelikli amacımız bu pazarı büyütmek" diyor.

# Yerli oyun girişimi Libra gözünü globale dikti

2017 yılında kurulan mobil oyun firması Libra Softworks, JoyBlast oyunu ile kazandığı başarıların ardından, yakın zaman içinde global bir lansman ile dünyaya açılmayı planlıyor.



Türkiye oyun sektörü son yıllarda hızlı büyümesini sürdürüyor. Pek çok başarılı yerli oyun girişimini küresel rekabete dahil eden sektörde 2021 yılı yatırımlar açısından birçok heyecan verici gelişmeye sahne oldu. Game Factory ve Startup Centrum'un raporuna göre 2021 yılında oyun sektörü, Türkiye'nin en çok yatırım alan sektörü oldu. 2020 yılında Türkiye'deki 10 tane oyun girişimi yatırım alırken bu sayı geçtiğimiz yıl 54'e yükseldi. Geçtiğimiz yıl önemli bir yatırım olarak bu başarılı girişimler arasında yer alan Libra Softworks, güçlü hikayesi, global hedefleri, genç ve di-

namik ekibi ile ekibi dikkat çekici yükselişini sürdürüyor.

## JoyBlast'ın başarısı

2017 yılında kurulan mobil oyun firması Libra Softworks'ün yolculuğu şirketin Kurucusu Enes Dişli'nin liderliğinde bir araya gelen dört kişilik bir ekiple başladı. 2020 yılında JoyBlast oyunları ile ciddi bir başarı yakalayan Libra'nın ekibi kısa sürede büyüdü ve 20 kişiye ulaştı. 2021 ise Libra'nın altın yılı oldu. Yılın son döneminde Actera liderliğinde gerçekleşen yatırım turunda Libra, 30 milyon

dolar büyüklüğünde bir yatırım aldı. Yatırım turuna Actera'nın haricinde ise Esas Holding de katıldı. Libra şu ana dek yedi oyun geliştirdi. Bu oyunlar: Joy Blast: match-three puzzle!, Match Match 3D - Matching Puzzle Game, Spell Heroes - Tower Defense, Word Universe - Kelime Oyunu, Chickz, Quizbie - Bilgi Yarışması ve Gizli Kelime - Kelime Avı.

## Her yetenek bir yıldız

İsmi Libra takım yıldızlarından alan girişim tam da galaksinin bu heyecan verici gök cisimlerine yakışır şekilde, "her bir yeteneğin, alanında bir yıldız olduğu" mottosuyla çalışan deneyimine fazlasıyla önem vererek rakiplerinden farklılaşan bir iş kültürüne sahip. Enes Dişli bu konuda şunları söylüyor: "Biz rakiplerimize kıyasla özel hayata, iş-özel hayat dengesine önem veren bir şirketiz. Ekibimizin mutlu olması bizim için önemli. Oyun şirketlerinde maaşlar yüksektir, ancak bu yüksek maaşları veren şirketler çalışanlarını gece yarısına kadar çalıştırır. Biz bunun doğru olmadığını düşünüyoruz. Herkesin elinden gelenin en iyisini yapmak için çabaladığı, birlikte olmaktan keyif aldığı, iş çıkışında birlikte planların yapıldığı güzel bir ortamımız ve iş motivasyonu yüksek, oyun oynamayı, oyun geliştirmeyi çok seven ve birbirini çok seven genç bir ekimiz var."

## Yurtdışında ofis açacak

Yaz aylarında Joy Blast'ın global lansmanını yapmayı planlayan Libra, oyunu başta ABD olmak üzere bu tüm dünyaya tanıtmayı hedefliyor. Lansman sonrasında ise iş planlarındaki ilk adım yeni bir oyuna başlamak. Önümüzdeki iki sene içerisinde ilk yurtdışı ofislerini açmayı yol haritasında tutan girişimin, yeni yeteneklere ulaşabilmek adına ise önceliği Londra ve Amsterdam.

## Yeni yetenekler arıyor

Oyun sektöründe kariyer yapmak isteyen herkes hem yetkinlik hem de psikolojik anlamda hikayenin parçası olarak, kendilerini ileriye götürecek, yarınlarının bugünden daha iyi olmasını sağlayacak şirketlerde çalışmak istiyorlar. Libra, takım oyununun çok güçlü olduğu oyun sektöründe birlikteliğin gücünü sahiplenen ve somutlaştıran bir marka olarak, kendini geliştirmek ve hikayenin parçası olmak isteyen yeni yeteneklerle büyüme yolculuğuna devam etmek istiyor. Libra'nın bu yetenek stratejisi yaklaşımı ile hedefi 20 kişilik ekiplerini iki yıl içerisinde 60 kişiye çıkarmak.

## Kadınlar Kulübü e-ticaret eğitimleri başlıyor



■ Ticimax E-ticaret Sistemleri tarafından eğitim desteği sağlanan E-ticaret Kadınlar Kulübü yeni dönem eğitim programı 10 Şubat'ta başlayacak. İki ay sürecek yeni eğitim dönemi için son başvuru tarihi, 06 Şubat. Ticimax E-ticaret Sistemleri, kadın girişimciliğini desteklemek üzere attığı adımlara bir yenisini daha ekledi. E-ticaret Kadınlar Kulübü ile gerçekleştirdiği iş birliği çerçevesinde, e-ticarete başlamak isteyen kadınlara ücretsiz eğitim desteği sunacak olan Ticimax, e-ticaret sitesini kurmak isteyen kadınlara destek olacak. E-ticaret Kadınlar Kulübü'ne sağladığı eğitim desteğiyle, kadın girişimcilerin sorularını 7/24 yanıtlayan Ticimax E-ticaret Sistemleri, yeni eğitim programında başarılı olan bir kadına ücretsiz altyapı hizmeti sunacak. 10 Şubat'ta başlayacak ve iki ay sürecek yeni eğitim dönemi için son başvuru tarihi, 06 Şubat. Eğitim programı kapsamında, girişimci kadınlar eğitimcilerin yardımıyla kendi e-ticaret sitelerini hazırlayacak. Hazırlanan siteler arasında seçilecek "En İyi Web Sayfası" ise katılımcıya hediye edilecek.

## 25 milyon Euro'luk girişim fonu kurdu

■ Banyo ürünleri üretimi, tasarımı ve dağıtımı alanında faaliyet gösteren da dünya lideri Roca, start-up (yeni girişim) dünyasına ilk adımını attı. Şirket, teknoloji tabanlı yeni girişimlere yatırım yapmak üzere 25 milyon Euro'luk Roca Group Ventures'ı kurduğunu duyurdu. Fon, şirket için öncelikli alanlarda faaliyet gösteren girişimci projelere yatırım yapacak. Roca Grup, fon aracılığıyla potansiyeli yüksek girişimleri finanse etmek için proje başına 0,5 ila 2 milyon Euro kaynak ayıracak. Beş yıl içinde yatırım portföyünün 10 ila 15 şirketten oluşacağı öngörülmüyor.



## Türk oyun girişim ekosistemi yatırımcıların gözdesi

■ Türk oyun girişim ekosistemi yatırımcıların gözdesi olmaya devam ediyor. KPMG Türkiye, Türkiye ve dünyada oyun sektörü, trendler ve bu alandaki birleşme ve satın alma işlemlerini değerlendirdi. Oyun sektörü hızla artan dijitalleşme ışığında gelişen teknolojiler ile değişen piyasa koşullarına göre tüketicilerle buluşmaya devam ederken sektörde büyüme ve konsolidasyon da dikkat çekiyor. Oyun sektörünü değerlendiren KPMG Türkiye Birleşme ve Satın Alma Danışmanlığı Lideri Gökhan Kaçmaz, geçtiğimiz iki yılda Covid-19 salgınının tüm sektörlerde olduğu gibi oyun sektörü için de en belirleyici faktörlerden biri olduğunu belirtti. KPMG'nin paylaştığı verilere göre, 2021 yılına geldiğimizde dünya genelinde yaklaşık olarak 3 milyar adet oyun kullanıcıları pazarda aktif olarak bulunuyor. Global oyuncu sayısı 2020 yılına kıyasla yüzde 5,3 artarak 2021 yılında oyun sektöründe gerçekleşen agresif büyümenin kalıcı olduğunu göstermiş oldu. Asya-Pasifik bölgesi, oyun sektörü pazar hacminin yüzde 50'sine sahip olarak önümüzdeki yıllarda da en büyük pazar payına sahip olmaya devam edecek.



## Girişim sermayesi yatırım ortaklığı kuruyor

■ Küresel piyasalara kurumsal yazılım ve altyapı çözümleri sunan yenilikçi teknoloji şirketi ATP, küresel fırsatlara açık ve ATP için gelişim alanı potansiyeli taşıyan teknoloji ağırlıklı girişim şirketlerine yatırım yapmak ve büyümelerinde stratejik destek sağlamak amacıyla Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (GSYO) kurulmasına karar verdi. SPK başvurusu yapılan GSYO için ATP ilk etapta 25 milyon TL kaynak ayıracağını da duyurdu. ATP Genel Müdürü Ümit Cinalı, GSYO'nun ATP'nin inovasyon gücünü ve hızını arttıracığını; odak alanları olan finans ve hızlı servis restoran (QSR) sektörlerindeki stratejik yatırımların şirkete yeni ve büyük potansiyele sahip fırsatlar oluşturacağını ve çözüm portföyünü zenginleştirerek ATP'nin dönüşüm liderliğini destekleyeceğini belirtti.



## Teknopark İstanbul'dan siber güvenlik hamlesi

■ Tünyada ve Türkiye'de ulusal güvenlik için önemi her geçen gün artan "siber güvenlik" alanında faaliyet gösteren girişimciler, Teknopark İstanbul ile projelerini hayata geçirecek. Siber güvenlik hızlandırma ve kuluçka programı Cybercube için başvuru süresinin 31 Ocak 2022'ye kadar devam ettiğini belirten Teknopark İstanbul Genel Müdürü Bilal Topçu, "Ülkemizin güvenliği için en hassas konulardan biri olan 'siber güvenlik' alanında yeni girişimci adaylarımızın başvurularını almaya devam ettik" dedi. Bu kapsamda Teknopark İstanbul'un Kuluçka Merkezi'ne 2021 yılında toplamda 900'ün üzerinde girişimci başvuru gerçekleşirken, 72 girişimci ise sunulan hizmet ve desteklerden faydalandı. Teknopark İstanbul, girişimcilikteki deneyimini bu kez de İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) ile siber güvenlik konusunda erken aşama girişimcilerine verdiği destek için kullanacak. Siber güvenlik girişimleri, özelleştirilmiş altyapı ve hızlandırma programı ile Teknopark İstanbul'da hayata geçecek.

## Anka Üreten Kadın Derneği eğitimlere başladı

■ Kadın, genç ve engellilerin eşit fırsatlara sahip olmalarını ve topluma aktif katılımlarını desteklemek amacıyla çalışmalar yürüten Sabancı Vakfı'nın 15 yıldan bu yana yürüttüğü Hibe Programları kapsamında destek almaya hak kazanan sivil toplum kuruluşlarından biri olan Anka Üreten Kadın Derneği, 'Cinsiyetsiz Meslek ve Meslek Odalarının Toplumsal Cinsiyet Duyarlılığı' projesi kapsamında eğitimlere başladı. Dernek bu proje ile Mersin'de bulunan meslek odaları aracılığıyla, farklı meslek gruplarındaki kişilerden başlayarak toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalığının toplumun her kesimine yaygınlaştırılmasını amaçlıyor. Projenin etki alanını genişletmek için aynı zamanda tüm meslek odalarının faydalanabilecekleri temel bilgilerin bulunduğu "Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlı Meslek Örgütü Rehberi" hazırlandı. Meslek odaları ile yapılacak çalışmalar sonucunda ortaya çıkan bilgi ve deneyim ile de 'Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği' ve 'Cinsiyetçi Söylem' konularını içeren animasyon belgeselin hazırlıklarına başlanacak.



## KOBİ'lerin yüzde 51'i siber saldırılara hedef

■ Siber güvenlik alanında yeterli önemi alamayan KOBİ'ler siber suçluların öncelikli hedefi haline geliyor. KOBİ'lerin yüzde 51'inin siber güvenlik ihlali yaşadığını ve bu ihlallerin en fazla kötü amaçlı yazılımlar yoluyla gerçekleştiğini aktaran Komtera Teknoloji Kanal Satış Direktörü Gürsel Tursun, "Siber güvenlik önlemlerine yatırım yapmak, büyük şirketler için kolay olsa da bu çaba KOBİ'ler için çoğu zaman imkansız görünebiliyor. Ancak bu durumu fırsat bilen hackerler, saldırılarını siber güvenlik önlemleri zayıf olan KOBİ'lere yöneltiyor" diyor. KOBİ'lerin uğradığı en yaygın saldırılar arasında; yüzde 24 oranla kötü amaçlı yazılımların, yüzde 16 oranla veri ihlallerinin ve yüzde 15 oranla kimlik avı saldırılarının yer aldığına dikkat çeken Gürsel Tursun'a göre, maddi ve manevi kayıp yaşanmaması için KOBİ'lerin baştan sona tüm siber güvenlik önlemlerine dikkat etmesi gerekiyor.

# ONLINE PAZAR YERİ FIRSATLARI





*Yüksek enflasyon döneminde tüketiciler, masraflarında önemli oranda kısıntıya giderek kendini korumaya çalışıyor. Bu dönemde ekonominin merkezindeki KOBİ'ler de bir yandan özsermayelerini korumaya, diğer yandan faaliyet gösterdikleri sektörlerde ayakta durmaya ve mümkün olduğunca büyümeye odaklanmış durumda. Pandemi ile birlikte Türkiye'de hızla gelişen e-ticaret, bu dönemde KOBİ'lerin en büyük kurtarıcısı haline geldi. Birbiri ardına açılan ve büyüyen online pazar yerleri, ülkenin dört bir yanındaki yüzbinlerce KOBİ için can suyu oluyor. Özellikle gıda, tekstil, züccaciye gibi sektörler öne çıkıyor. Öte yandan e-ticaret deneyimi olmayan ya da sınırlı olan KOBİ'lerin online pazar yerlerini efektif kullanabilmesi için doğru adımları atması da büyük önem taşıyor.*

Pandemi döneminde büyüme rekoru kıran e-ticaret sektörü, enflasyonist ortamda da KOBİ'ler için en önemli satış aracı haline gelmiş durumda. 2019 yılını 190 milyar TL hacim ile kapatan e-ticaret sektörü 2020 yılında yüzde 65 büyüyerek ve 250 milyar TL'ye ulaşmıştı. Bu rakamın 2021 yılında ise 400 milyarı geçtiği tahmin ediliyor. 2022 yılında da e-ticaret sektörünün en az yüzde 50 büyümeye ulaşması bekleniyor. Pandemide e-ticaret alanında hiç deneyimi olmayan pek çok KOBİ işini e-ticarete taşımıştı. Hepsiburada, Gittigidiyor, n.11, Trendyol, Yemek Sepeti, Sahibinden gibi online pazar yerleri, bugün artık yüzbinlerce KOBİ için vazgeçilmez bir ticaret alanı oldu. Bu platformlar aracılığıyla minimum maliyetle işini e-ticarete taşıyan KOBİ'ler Türkiye'nin dört bir yanına satış yapabildi. Tunceli, Erzincan, Malatya ve Kırklareli gibi şehirlerde bulunan KOBİ'ler Türkiye'ye açıldı. Bu dönemde yerli online pazar yerleri, KOBİ'lerin zorlu süreci en az hasarla atlatabilmesi için pek çok destek adımları atıyorlar. Ücretsiz mağaza açma imkanından yeni ürün ve servislere kadar hem üreticilerin hem de tüketicilerin taleplerini karşılamaya çalışıyorlar.

Bu süreçte sosyal medya da KOBİ'ler için önemli bir platform oldu. Facebook, geçen yıl 30'dan fazla ülkede bulunan 30 bin küçük işletmeye yardımcı olmak için 100 milyon dolarlık bir hibe programı açıklarken, bu programın Türkiye ayağında KOBİ'lere 7 milyon TL değerinde hibe sunuldu. Bu süreçte KOBİ'lerin eğitime ve dijitalleşmesine de ağırlık verildi. TOBB ve Ticaret Bakanlığı ile

bir iş birliği yaparak Türkiye'deki topluluk merkezi Facebook İstasyon bünyesinde yer alan ve salgın nedeniyle güçlükler yaşayan KOBİ'lere destek olmayı amaçlayan KOVID-19 KOBİ Kaynakları sayfasını hayata geçirildi. Facebook Türkiye Ticaret Direktörü İlke Çarkçı Toptaş, ayrıca, İstanbul'da yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin dijital becerilerini geliştirerek ihracat alanındaki başarılarını artırmayı hedefleyen Sınırları Aşan KOBİ'ler programının kapsamı tüm Türkiye'ye ulaşmak üzere genişletildiğini söylüyor.

### **1,5 MİLYAR İŞLEM YAPILDI**

E-Ticaret Altyapı Sağlayıcıları Derneği (EDER) Sözcüsü ve Projesoft CEO'su Yüksel Eminoğlu, pandemi döneminin bir çarpan etkisi yaparak hızlandırdığı online ticaretin artan potansiyelinin yıl sonunda elde edilen rakamlarla da görüldüğünü söyledi. Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin verilerine göre internette yapılan kartlı alışverişlerin sayısının 2020'de 956 milyon 362 bin 352 adet iken 2021'de aralık hariç 1 milyar 338 milyon 883 bin 064 adet işleme yükselerek yaklaşık yüzde 40'luk bir artış gösterdiğini belirten Yüksel Eminoğlu, "Bu rakam pandemi öncesi verilerle yani 2019 yılı ile kıyaslandığında ise artışın yüzde 97'lere yani neredeyse iki katına çıktığı söylenebilir. Yılın son ayı da eklendiğinde e-ticarette yaklaşık 1,5 milyar adetlik bir işlem hacmine ulaşılacağı da görülebiliyor. E-ticarette bu hızlı yükselişin 2022'de de süreceğini öngörüyoruz" diye konuşuyor. E-ticarette talebe yönelik

en önemli göstergenin sepet sayıları olduğuna dikkat çeken Eminoğlu, "Bizim alt yapımızda yer alan müşterilerin sistemlerini incelediğimizde oluşturulan sepet sayılarının 2020 yılının aynı dönemine göre yüzde 117 arttığını gözlemledik" bilgisini paylaşıyor.

İnternette yapılan alışverişlerde BKM rakamlarına göre en dikkat çekici artışın market ve alışveriş Merkezleri kategorisinde gözlemlendiğini belirten Yüksel Eminoğlu şunları söylüyor: "Market ve alışveriş merkezlerinde internet üzerinden yapılan işlemlerde son bir yılda işlem adedi olarak yüzde 211 artış yaşandığını görüyoruz. Ayrıca işlem tutarı olarak da 2020'de aynı kategoride 25.540,14 milyon TL'lik harcama yapılırken 2021'in son ayı hariç 43.524,63 milyon TL'lik online alışveriş yapılmış ki bu da yüzde 170'lik bir yükseliş, yani neredeyse iki kat artış demektir."

### **KOBİ'LERİN GÜCÜNÜ KATLIYOR**

Boğaziçi Üniversitesi bünyesinde hazırlanan, çevrim içi pazar yerlerinin KOBİ'lerin inovasyon ve uluslararası rekabetçiliğine etkisini konu alan rapor, e-ticaret sektörünün KOBİ'lerin gücüne güç kattığına işaret ediyor. Doç. Dr. Ali Coşkun, Doç. Dr. Aslı Deniz Helvacıoğlu, Dr. Levent Demircan ve Dr. Ceyhan Emre Doğru tarafından yazılan raporun saha araştırması, Türkiye genelini temsilen seçilen 155 KOBİ yöneticisi ile yapıldı. Raporla, KOBİ'lerin yüzde 69'unun çevrim içi pazar yerleriyle çalışmanın verimliliklerini artırdığını,

## KADIN GİRİŞİMCİLERE GÜÇ VERECEK İŞ BİRLİĞİ

Türkiye’de bankacılık ve e-ticaret sektörünün iki temsilcisi Garanti BBVA ve Hepsiburada, Türkiye’nin kadın girişimcilerinin gücüne güç katacak bir iş birliği gerçekleştiriyor. Bu yeni iş birliğiyle Hepsiburada platformu

SİBEL KAYA



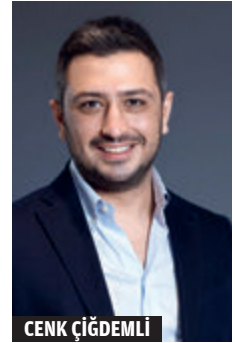
üzerinden satış yapan ve ödemelerini Garanti BBVA hesaplarını kullanarak alan kadın girişimciler, Garanti BBVA’nın kendileri için hazırladığı birçok fırsattan yararlanabilecek. Garanti BBVA ve Hepsiburada iş birliği kapsamında, 3 ay ödemesiz dönemli uygun koşullarda kredi kullanabilecek kadın girişimciler, Bonus Business kartları için ilk yıl kart ücretinden de muaf olacak. Hepsiburada’ya üye kadın girişimiler ayrıca, yıllık bir adet ücretsiz 10 yapraklı çek defteri, maaş ödemesi fırsatları, Garanti BBVA

Mobil ve İnternet şubesinden ücretsiz 100 adet havale/100 EFT, avantajlı bireysel emeklilik sözleşmesi, avantajlı KOBİ’ m Garanti’de sigortası imkânlarından da faydalanabilecek. Garanti BBVA bu iş birliğiyle maaş ödemesi fırsatı kapsamında da, kadın girişimcilerin çalışanlarına kişi başı 365 TL promosyon ödemesi yapacak, yine çalışanlara ilk yıl ücretsiz kredi kartı ve dijital kanallardan ücretsiz havale/EFT imkânı sunacak. Hepsiburada platformu üzerinden e-ticaret yapacak kadın girişimciler, bu iş birliğiyle ilgili detaylı bilgiye [garantibbva.com.tr](http://garantibbva.com.tr)’den ulaşılabilir. Garanti BBVA KOBİ Bankacılığından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, Hepsiburada ile yürütülecek bu yeni iş birliğiyle ilgili şu bilgileri verdi: “Kadın girişimcilerin güçlenmesine yönelik her projeyi önemsiyor, parçası olmayı çok kıymetli buluyoruz. Bu anlayışla, hızla büyüyen e-ticaret pazarında üreticilere ve girişimcilere önemli katkılar sunan Hepsiburada gibi değerli bir kurumla iş birliği yaparak daha fazla girişimci kadına ulaşmayı hedefledik. İş birliğimiz kapsamında Hepsiburada’lı kadın girişimcilere başta 3 ay ödemesiz dönemli uygun koşullarda kredi olmak üzere pek çok avantaj sunacağız. Bu iş birliğiyle kadın girişimcilerimizin finansal sağlıklarını korumalarına destek olurken, nakit akışlarını düzenlemelerine fayda sağlayıp, ürün ve hizmetlerimize de ücretsiz ya da uygun koşullarda ulaşma avantajı sağlayacağız. İşletmelerinin sürdürülebilirliği için finansman, cesaretlendirme, eğitim ve yeni pazarlara açılma başlıklarında, ekonomiye güç katan kadın girişimcileri desteklemeye devam edeceğiz.”

yüzde 65’inin ise inovasyon kapasitelerinin artmasında etkili olduğunu belirttiği kaydedildi. Raporda, ‘marka değeri’, ‘teknolojik altyapı, AR-GE yatırımları’ ve ‘finansal güç’, şirketlerin rekabetçiliğini en çok etkileyen 3 unsur olarak göze çarpıyor.

Çevrim içi pazar yerlerinin Türkiye’deki firmaların inovasyon ve rekabetçiliğine doğrudan etki ettiği önemli alanların başında, bu şirketlerin uluslararası ticarete açılmasını sağlamak ve tedarik zincirlerine entegre etmek geliyor. Araştırmaya katılan şirketler arasında e-pazar yerleriyle çalışmak için tedarik zincirini geliştirmeye yönelik yatırımlar yaptıklarını ifade edenlerin oranı yüzde 54,8 olurken, yüzde 54’lük bir kesim çevrim içi pazar yerleriyle çalışmanın şirketlerinin kurumsal yönetim anlayışını ve kültürünü geliştirdiğini ortaya koyuyor. Öte yandan, katılımcıların yüzde 61’i ise e-pazar yerleriyle çalışmaları sayesinde iş birliklerinin ve iş çevrelerinin geliştiğini söylüyor. Raporda, KOBİ’lerin yüzde 75’inde çalışanların yetkinliklerinin şirketlerinin inovasyon kapasitesine ve rekabetçiliğine doğrudan etki ettiği görülüyor. Katılımcıların yüzde 31’i çevrim içi pazar yerleriyle çalışmaya başladıktan sonra nitelikli iş gücünü şirketlerine çekmek için çeşitli yatırımlar yaptıklarını belirtiyor.

E-ticaretin tüm dünyada hızla büyümesi, sektöre ilişkin farklı dinamiklerin ortaya çıkmasına neden oldu. TOBB E-ticaret Meclisi Üyesi, Ticimax E-ticaret Sistemleri



CENK ÇİĞDEMLİ

Kurucusu Cenk Çiğdemli, 2022 yılında sıkça konu başlıklarına taşınacak e-ticaret trendlerini aktardı. Çiğdemli’ye göre, 2022 yılında sürdürülebilir ticaret, görsel arama, online mahalle marketleri, WhatsApp entegrasyonu, amaç odaklı pazarlama, kişiye özel deneyim ve e-ihracat öne çıkacak. 2022’ye damga vuracak 7 e-ticaret trendi şöyle sıralanıyor:

### ■ ONLINE MAHALLE MARKETLERİ:

2022’nin en belirgin trendlerinden biri, mahalle marketlerinin online satışa başlaması olacak.

Market uygulamaları, her ölçekten bakkal ve market için kullanılabilir hale gelecek. Biz de marketlere yönelik, lokasyon bazlı e-ticaret altyapısını yılbaşında hizmete sunduk. Mahalle marketleri ve bakkalları da artık online satışa başlayabilecek.

#### ■ GÖRSEL ARAMA:

Bu yılın öne çıkan bir diğer trendi, görsel aramanın yaygınlaşması olacak. Tüketici, bir yerde görüp beğendiği ürünü, e-ticaret sitesi üzerinden aratarak benzer ürünleri kolayca bulabilecek. Yeni yıl itibarıyla biz de görsel arama yazılımımızı devreye aldık. Ticimax altyapısı kullanan e-ticaret sitelerinde, vatandaş mesela beğendiği bir eteğin görselini yükleyerek, benzer ürünlere ulaşabilecek.

#### ■ WHATSAPP ENTEGRASYONU:

Yine e-ticaret firmalarının WhatsApp entegrasyonu üzerinden chatbot kullanımı da 2022'nin trendleri arasında yer alacak. Birçok kişi, sitede alışveriş yapmak yerine, istediği ürünü WhatsApp'ta yetkiliye yazarak satın almayı tercih ediyor. E-ticaret sitelerinin WhatsApp entegrasyonları üzerinden satın alma, kargo süreci ve satış sonrası müşteri hizmetleri bu yıl daha çok kullanılmaya başlanacak.

#### ■ AMAÇ ODAKLI PAZARLAMA:

2022'de markaların iletişimlerinde mutlaka amacı ön planda tutması gerekiyor. Amaç Odaklı Pazarlama, pazarlama dünyasının en gözde konularından biri haline geldi. 2022'de de en çok konuşulan gündem maddelerinden biri olacak. Tüketiciler sosyal konularda artık çok daha fazla duyarlı. Markalar da hayvan hakları, kadın hakları, iklim krizi gibi bazı sosyal konuları sahiplenmeye çalışıyor, farkındalık yaratmaya çalışıyorlar.

#### ■ SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM VE

**TESLİMAT:** Dünya Ekonomik Forumu'nun hazırladığı Küresel Riskler 2022 raporuna göre en büyük risk iklim krizi. Bu da tüm üretim ve tüketim süreçlerinde karbonsuzlaşma ve suyun korunmasına yönelik farkındalığı her geçen gün artırıyor. Karbon emisyonlarını ve su ayak izini düşürme hedefinde olan markalar tüm dünyada, özellikle de bu konularda bilinç seviyesi çok yüksek olan Z kuşağının tercih

## ONLINE PAZAR YERLERİNİN YENİLİKLERİ

### Platform Adı\*

### Yeni Dönemde Yaptıkları Yatırımlar

arabam.com

İkinci el araç sahiplerinin ve otomobil arayanların araçlarının değerini anında öğrenebilecekleri bir hesaplama aracını sundu. 'Garajım' isimli yeni uygulamasıyla kullanıcılar, otomobillerini bir kez ekledikten sonra, piyasa fiyatındaki anlık değişimleri görebilecek.

armut

Ekibini yüzde 30 büyüterek sekiz farklı milletten 100'ü aşkın çalışana ulaştı. Pandemiden olumsuz etkilenen hizmet verenlere mali destek sağladı.

gittigidiyor

Kullanıcıların dönemsel ihtiyaçlarını kapsayan kategorilere yönelik ürün envanterini genişletti ve kampanyalarını bu ihtiyaçlara göre şekillendirdi. Çeşitli algoritma ve tematik filtrelerle birlikte kişiye özel alışveriş deneyimi sunmaya başladı.

modanisa

Lojistik alanında kaslarını daha da güçlendirdi. Pazarlama harcaması ve fiyat yönetimi gibi konularda akıllı çözümlere yatırım yaptı.

n11.com

Türkiye'nin pazar yeri konseptli ilk ikinci el otomobil platformu garaj11'i kurdu. Canlı yayın üzerinden satış yapan 'HEYeCANLI Alışveriş n11' projesini hayata geçirdi. Gamershub Türkiye projesi ile yeni kullanıcı kazanımı, kampanya yönetimi, oyun tasarımı konusunda gençlere eğitimler verecek.

sahibinden.com

Üyelerin işlerini kesintisiz sürdürmesi için 'Görüntülü Arama ile Gezilebilir' özelliğini devreye alarak, uygun portföylerin uzaktan tanıtılmasına destek oldu. Kurumsal üyelerin işlerine destek olmak amacıyla üyelere özel kampanyaları hayata geçirdi.

trendyol

Pazaryeri modeliyle yaklaşık 100 bin işletmenin ticaretlerini dijitalde sürdürmelerini sağlarken, aynı zamanda istihdamı destekliyor. Esnaf ve KOBİ'leri dijitalleştirerek onların daha çok müşteriye ulaşmalarını ve işlerini büyütmelerini sağlıyor.

\*Şirketler alfabetik olarak sıralanmıştır.

sebebi oluyor. Elektrikli araçlarla teslimat yapma, geri dönüştürülebilir ve çevre dostu ürünler sunmak, 2022'de e-ticaretin de trend konularından olacak.

#### ■ E-İHRACAT İLE DÜNYAYA SATIŞ:

Kur farklılıklarını avantaja çevirmek isteyen satıcılar, 2022'de e-ihracatta dikkat çekici bir büyüme sağlayacak. E-ihracatta KOBİ ve küçük ölçekli işletmelerin payı şu an yüzde

35 seviyesinde. 2022'de bu oranın da yukarı doğru bir grafik çizeceğini öngörüyoruz. E-ihracat da totalde 2022'de büyüyecek.

#### ■ KİŞİYE ÖZEL DENEYİM:

Kişiye özel kampanya, canlı yayında satış programları, oyunlaştırma ile satış ve yine müşteriye özel site tasarımı gibi deneyim odaklı çalışmalar da 2022'de e-ticarette sıkça konuşulacak konular olacak.

# Apti, ABD'de Silikon Hills'e müracaat etti

Toplu yaşam alanlarındaki yöneticiler, sakinler ve üye işyerleri için geliştirilen yapay zeka tabanlı online bir platform olan ve site yönetimlerine web sitesi platformu hizmetleriyle 2009 yılında yola çıkan Apti, hayati kolaylaştıran uygulamalar sunuyor. Girişimci Ali Emre Erişen ve ekibi tarafından hayata geçirilen Apti, 2012'de mobil uygulama çalışmalarına başladı.

Apti Kurucu Ortağı Ali Emre Erişen, Apti'nin site yönetimlerinin daire sakinlerine hizmetlerini web sitesi üzerinden sunulması amacıyla kurulduğunu bu yıl yurtdışına açılacaklarını söylüyor. 12 sitede, 8 bin konut ve 21 bin 342 kullanıcıya hizmet verdiklerini belirten Erişen, bu yılın başında Türkiye'de Apti kullanan site sayısını 100'ün üzerine çıkarıp yıl içinde yurt dışına açılmayı hedeflediklerini vurguluyor. Erişen, bu amaçla Amerika Birleşik Devletleri'nde Texas Austin'de bulunan Silikon Hills'de yer almak için müracaat ettiklerini belirtiyor.

Apti'nin yurt içi ve yurt dışından yatırım teklifleri aldığına dikkat çeken Erişen, Apti'nin yurt dışında da Amerika, Azerbaycan, Gürcistan ve Endonezya'da test aşamasında olduğunu söylüyor.

Erişen, "Bu uygulama sunduğu avantajların yanı sıra, site yönetimine de şeffaflık sağlıyor. Yapay zeka ve IoT teknolojiler yönetimini kolaylaştırırken, giderleri düşürüyor. Site sakinleri güvenilir üye işyerlerine ulaşabiliyor. Ayrıca, yüz tanıma teknolojisi ile uygulama üzerinden çocuğunuzu site içerisinde takip edebiliyorsunuz" diye konuşuyor.

## Tasarruf sağlıyor

Apti, 2012'de mobil uygulama çalışmalarına başladı. Apti'nin, kendisini farklı kılan hamlesi için ise 2018 ve 2020 yıllarında de-

Site sakinleri ve yöneticilerine kolay, pratik ve ekonomik çözümler sunan Apti, yurtdışına açılacak. Apti Kurucu ortağı Ali Emre Erişen, ABD Texas Austin'deki Silikon Hills'de yer almak için müracaat ettiklerini, Amerika, Azerbaycan, Gürcistan ve Endonezya'da bu yıl aktif olacaklarını söylüyor.



## Onlarca modül sunuyor

Apti, toplu yaşam alanlarındaki yöneticiler, sakinler ve üye işyerleri için geliştirilmiş yapay zeka tabanlı online bir platform. Bütün kullanıcıları tek bir çatı altında toplamayı hedefleyen Apti, herkese maksimum fayda sağlamak amacıyla 2009'da yola çıktı. Projenin geliştiricisi Ali Emre Erişen ve ekibi tarafından hayata geçirilen Apti, kullanıcılarına daha pratik erişim ve kullanım kolaylığı sunmak amacıyla 2012'de mobil uygulamayı geliştirmeye başladı. Uygulamasını modül sistemiyle geliştiren Apti, yüzlerce farklı modülü hayata geçirdi. Koruyucu bakım, iş emri yönetimi, ekipman bakımı, envanter yönetimi ve daha fazlası için basit, pratik ve anlaşılır çözümler sunan Apti, sipariş modülünden, arıza kaydı modülüne, ziyaretçi kaydı modülünden taşınma modülüne kadar aktif olarak kullanılan onlarca modül ile hizmet veriyor.

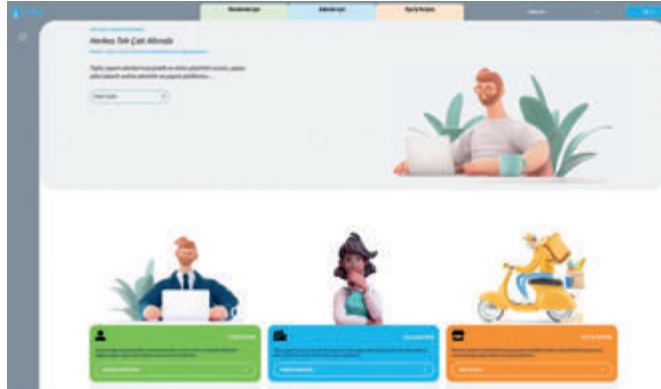
nemelere başladıklarını dile getiren Erişen, gelişen trendleri ve ihtiyaçları analiz eden çözüm ortakları ve Apti ekibiyle, yapay zeka tabanlı teknolojileri sisteme entegre etme yoluna girdiklerini ifade ediyor.

65 çalışanıyla yola devam eden Apti, kadrosunda yer alan uzman yazılımcılar, saha ve satış operasyon ekibi ve hukuk ekibiyle hizmet veriyor. İstanbul merkezli şirket İzmir, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Adana bölge yöneticilikleriyle toplu yaşam alanlarına ulaşan Apti, binlerce sakinin hayatına kolaylaştırıcı çözümlerle dokunuyor.

Kadrosunda yer alan uzman yazılımcılar, saha, destek, müşteri hizmetleri, satış, eğitim, kurulum, operasyon, hukuk ekipleri ve çözüm ortaklarıyla Apti bugün yaklaşık 65 kişiyle hizmet veriyor. İstanbul merkezli şirketin İzmir, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Adana bölge yöneticilikleriyle faaliyetlerini yürütüyor. Yazılım çalışmalarına ilk olarak site yönetimlerince ücretsiz web sitesi hizmeti sunarak 2009 yılında www.onlinesiteyonetimi.com portalı ile başlayan şirket, sonrasında Verisay ve Bulut yönetim firmaları ile yaptıkları ortaklıklarla projeyi tamamladı.

Apti uygulaması aynı zamanda sitede yaşayanlara büyük bir şeffaflık sunuyor. Ge-

lir giderlerin ne olduğu, nelere para ödendiğini uygulamada görülebiliyor. Türkiye'de elektrik tüketiminin yüzde 27,8'i sitelere ait olduğuna dikkat çeken Erişen, "Bu uygulama aktif olarak kullanıldığında, ülkenin enerji tasarrufuna büyük ölçüde katkı sağlayarak, enerji kaynaklı verdiğimiz cari aç-



ğin 3'te 2'sini kapatabiliriz. Bu uygulamanın önemli bir talebi karşıladığının farkındayız" yorumunu yapıyor.

### Hizmet yelpazesi

Uygulamayı, basit bir muhasebe programının ötesine taşıyarak, toplu yaşam

alanı ekosistemindeki herkes için bir yaşam asistanı haline dönüştürmek istediklerini belirten Erişen, "Eklenen yenilikçi ve akılcı özelliklerle Apti, sektörünün ilk yapay zeka hizmet vereni olmak istiyor. Uygulamayı modül sistemiyle geliştirerek, onlarca farklı modülü hayata geçirdik" diyor.

Su ve yemek siparişi, çilingir gibi konularda hizmet almak istendiğinde uygulamayı kullanabiliyorsunuz. Taşınmak isterseniz, tamirciye ihtiyacınız olursa yine güvenilir işyerlerine uygulama üzerinden kolayca ulaşabiliyorsunuz. Üye firma elde ettiği gelirin yüzde 10'unu ödüyor. Bunun yüzde 5'i site yönetimine, yüzde 5'i ise site sakinine gidiyor. Site içerisindeki tüm kameralara entegre edilen uygulama üzerinden, yüz tanıma teknolojisi ile çocuğunuzun yerini öğrenebiliyorsunuz. Sitenin sosyal alanları için Apti uygulaması üzerinden randevu aramak, yoğunluk gibi durumları ortadan

kaldırabiliyorsunuz. Online siparişlerde HES kodu uygulaması kullanılıp ön kontrol sağlanıyor. Apti üzerinden verdiğiniz siparişlerde, siparişi eve getirecek kurye, HES kodu sorgulamasından geçirildikten sonra içeriye girebiliyor. Site içerisindeki tüm gelişmeleri, sitenin bütçesini ve tüm harcamalarını yine uygulama sayesinde öğrenebiliyorsunuz. Plaka tanıma yazılımı da uygulamada mevcut. Tüm bu hizmetlere cep telefonundaki Apti uygulamasından veya sitenin ücretsiz web sitesinden ulaşabiliyor.

Apti, günlük yaşamda mobil uygulama üzerinden yapılan tüm alışverişlerde site sakinlerine 'Apti puan' kazanma fırsatı sunuyor. Bu puanların aidat ödemelerinde kullanılabiliyor ve toplanan Apti puanlara göre aidat ücretinin tamamının bu şekilde karşılamak mümkün olabiliyor. Yönetimlere de toplanan puanlar ve aplikasyon içi reklamlarla yüksek oranlarda ekonomik katkı fırsatı sunuluyor. Üye işyerlerine ise sağlam ve güvenilir binlerce müşteriden oluşan bir portföy veriliyor.

# Stresi azaltan metodu Türkiye'ye getirdi

Uzun yıllar kurumsal şirketlerde çalıştıktan sonra kurumsal verimlilik çözümleri sunan Deepinsula'yı kuran Tuçe Yücel ve Efe Batıkan, Almanya merkezli DOOR International firmasının öz yönetim yaklaşımı GTD'yi Türkiye'ye getirdi. Girişimciler, bu yöntemi Türkiye'de yaygınlaştırmayı hedefliyor.

Stres, günümüz metropol insanının en büyük sorunları arasında yer alıyor. Trafik, hava kirliliği, kalabalık, iş yoğunluğu gibi

stres yaratan bir çok soruna son iki yıldır bir de pandemi eklendi. İş stresinin yanı sıra pandeminin yarattığı olumsuzluklar-

dan daha az etkilenmek isteyenler çözüm arayışında. Bu süreçte kurumlar da çalışanlarına daha fazla destek vermeye çalışıyor. Haliyle son dönemde stresi azaltmaya yönelik farklı yöntemlerin sayısı da artmaya başladı. Tuçe Yücel ve Efe Batıkan, açığı önceden görerek bu alana yatırım yapan iki girişimci... Uzun yıllar kurumsal şirketlerde çalıştıktan sonra çalışanların stresini azaltacak farklı çözümler bulmaya odaklanan

ikili, Deepinsula'nın temelini attı. Kurumsal verimlilik çözümleri sunma hedefiyle yola çıkan girişimciler ağırlıklı PDF üzerinden ilerleyen klasik kurumsal eğitimlerin yerine daha interaktif modellerin arayışına girdi. Yaptıkları araştırmalar sonucunda Almanya merkezli DOOR International'ın çözümlerini Türkiye'ye getirmeye karar verdiler.

Bu süreçte somut olarak uygulanabilecek bir çözüme odaklandıklarını söyleyen Deepinsula Kurumsal Verimlilik Çözümleri Kurucu Ortağı ve GTD Eğitmeni Tuçe Yücel, "Yaptığımız araştırmalar sonucunda özellikle Almanya merkezli DOOR International firmasının öz yönetim yaklaşımı GTD 'Getting Things Done' metodolojisinin çok etkili olduğunu gördük. Aldığımız eğitimlerin ardından bu sistemi Türkiye'de uygulamaya başladık" diyor.

### 3 milyon insana ulaştı

Girişimcilerin getirdiği metod kısa sürede büyük ilgi gördü. Bugün Elif Ambalaj, Pladis, Stella gibi pek çok şirkete eğitim

## "Stresi yüzde 70 azalttı"

"Global olarak birçok ülkede uygulanan GTD metodolojisinin bireylerin iş ve yaşamları üzerindeki genel etkisini değerlendirmek için Deepinsula iş ortakları tarafından Norveç'te ve İngiltere'de araştırmalar yapıldı. Bu kapsamda Norveç'te GTD seminerine katılan katılımcıların deneyimlerinin tespit edildiği anket araştırmasında; 70 katılımcının yüzde 36,8'i en fazla 6 aydır, yüzde 40'ı 7 ile 12 aydır, yüzde 10'u 1-2 yıldır, yüzde 5,7'si 2-3 yıldır ve yüzde 5,7'si 3 yıldan fazladır GTD'yi hayatlarında uyguluyordu. Buna göre 70 katılımcının; yüzde 73'ü daha az stres yaşıyor ve yüzde 90'ı iş yükünü daha fazla kontrol edebiliyor. Yüzde 72'si çalıştıkları günleri daha iyi yönetiyor."



## Beş Aşamada Zaman Yönetimi

**TOPARLAMA:** İlk adımda, şu anda zihninizden geçen dikkatinizi çeken her şeyi toparlıyorsunuz. Sonrasında ise tüm bu öğeleri mümkün olduğunca az yerde bir araya getiriyorsunuz.

**DEĞERLENDİRME:** İkinci adımda, her öğe ile ne yapılacağına karar veriyorsunuz. Bir görevi tamamlamak için birden fazla adım mı gerekiyor? Bu gerçekten sizin işiniz mi, yoksa başkasına devredebilir misiniz? Acil bir eyleme ihtiyaç var mı yoksa görev daha sonraya ertelenebilir mi?

**ORGANİZE ETME:** Üçüncü adımda, işlenen her öğeyi uygun bir kategoriye yerleştirirsiniz. Bu aşama görevlerin tamamlanmasında sizi daha hızlı ve daha verimli hale getirir. Yalnızca mevcut çalışma koşulunda yapılabilecekler veya yapılması gerekenlerle ilgilenmenizi sağlar. Bu, zihninizi rahatlatır ve stresinizi azaltır.

**YANSITMA:** Dördüncü adım, gözden geçirme aşaması ile devam eder. Bu şekilde, şu anda önemli olan ve kesinlikle unutmamanız gereken tüm sorumluluklar ve projeler hakkında her zaman güvenilir bir genel bakışa sahip olursunuz.

**UYGULAMA:** Son adım, size verilen görevleri tamamlamaktır. Bunu yapma önceliğiniz birçok farklı şeye bağlıdır: örneğin, şu anda nerede ve hangi noktada olduğunuz, bunu yapmak için ne kadar zamanınız olduğu ve mevcut enerji seviyenizin ne kadar yüksek olduğu.

verilmiş durumda. Girişimciler, öz yönetim yaklaşımı GTD 'Getting Things Done' metodolojisinin Türkiye'deki temsilcisi olarak, bireylere ve kurumlara eğitim, danışmanlık, konferans ve bloglarıyla rehberlik ediyor. Deepinsula çatısı altında doğru ve alternatif çözümler ürettiklerini belirten Deepinsula Kurumsal Verimlilik Çözümleri Kurucu Ortağı ve GTD Eğitmeni Efe Batıkan, "Getting Things Done metodolojisini bireylerin ve kurumların bünyesine yani tam merkezine yerleştirmelerine, bu metodolojiyi uygulamalarına destek oluyoruz" diyor.

### Sadece iş değil hayatı düzenliyor

Profesyonel ve özel yaşamın eşit derecede etkin bir şekilde organize edilebilmesi yöntemi olan GTD 'Getting Things Done', profesyonel ve özel sorumlulukları birbirine bağlamanın yanı sıra orta ve uzun vadeli hedeflerin belirlenmesi, bunların aktif olarak uygulanması konusunda destek veriyor. Günlük iş yükünü basit ipuçları ile kontrol altına alıp, oluşan ka-

osu yani stresi sezgisel adımlarla azaltarak aksiyon alınmasını, böylece daha üretken olunmasını ve bunun da etkili öz yönetim ile elde edilmesini sağlıyor.

GTD, sadece iş yaşamındaki liderlerin ve yöneticilerin değil anne-babaların ve yeni mezunların üretkenliklerini artırma, stresi en aza indirerek netliğe ulaşma, kişisel ve profesyonel hayatlarına odaklanmalarına rehberlik ediyor, alternatif öneriler sunuyor. Bu kapsamda Deepinsula ekibi detaylı uygulama dahil olmak üzere şirket içinde çalışanlara yüz yüze ve online eğitimler veriyor. Türkiye'de online olarak herkese açık bir günlük GTD temel prensipler eğitimi gerçekleştiriyor. İş ortamında GTD koçu ile birebir uygulamalı olarak kişisel GTD sisteminin geliştirilmesini destekleyen girişimciler, öz yönetim konusunda eğlenceli ve ilham verici seminerler yapıyor. Ayrıca ihtiyaçta yönelik dört farklı modül, 10 farklı bütünsel dönüşüm eğitimleri de bulunuyor.

### Yeni eğitim modelleri gelecek

Girişimcilerin 2022 yılı için yeni hedefleri var. Bugüne kadar ağırlıklı kurumlara yönelik eğitimler veren ekip, bu yöntemi bireylere ulaştırmayı hedefliyor. Sınava hazırlanan bir öğrenciden bir ev hanımına herkesin stresle karşı karşıya kaldığını söyleyen Tuçe Yücel, "GTD'yle bu stresle baş etmeyi öğreniyorsunuz. Böylece hayatınız bir düzene giriyor. Stresin yerini üretkenlik alıyor" diyor.

GTD metodolojisinin Türkiye'deki tek sertifikalı eğitmenleri profesyonel koçluk eğitimlerinin yanı sıra NLP (Neuro-Linguistic Programming) ile geliştirdikleri liderlik, satış, ekip yönetimi, müşteri yönetimi, çalışan motivasyonu gibi eğitimler veriyor. Stresin en aza indirilerek üretkenliğin artırılması, kişisel ve profesyonel hayata odaklanılması noktasında pratik öneriler sunuyor. Yücel ve Batıkan, 2022 yılında dünyada popüler olan farklı eğitim modellerini Türkiye'ye getirmeyi planlıyor.



# Meta evren yaratacak

Yaklaşık 15 yıllık profesyonel kariyerinin ardından girişimciliğe soyunan Colony İstanbul Kurucu Ortağı Ali Erhan Tamer, 2022’de kendi meta evrenini yaratmaya hazırlanıyor. Tamer, “İlk çeyrekte evrenimizin ekonomisini yönetecek kripto varlığımızı ve pazar yerimizi canlıya almak istiyoruz. Özellikle NFT pazar yeri tarafında farklı bir model ve yenilikçi bir vaat sunmak istiyoruz” diyor.

Ali Erhan Tamer, 15 yıllık profesyonel kariyerinde finansal hizmetler alanındaki hizmet sunan birçok şirketin teknoloji projelerinde yöneticilik ve danışmanlık yaptı. Birçok banka ve sigorta şirketinin inovasyon projelerinde kurumsal girişimci olarak yer alan Ali Erhan Tamer’in girişimcilik hikayesi şirketlere yapay zeka ve blockchain gibi algoritma temelli teknolojiler konusunda danışmanlık vererek başladı. Sonrasında dijital hayata aynı perspektiften baktığı ve bu tip meseleleri tartışmayı sevdiği bir kaç dostuna anlatmaktan daha fazlasını yapmak için yola çıkan Tamer, 2014 yılında yapay zeka şirketi Peki’yi, 2018 yılında metaverse ve tokenometri tarafında projeler geliştiren Colony İstanbul’u kurdu. “Şu an her iki şirkette de 3’er ortağımla hayallerimizin peşinden koşmaya devam ediyoruz” diyor Tamer, Amerika ve İngiltere’deki ofisleriyle global ölçekte ses getirecek yapay zeka ve tokenomi projeleri geliştirmeyi hedeflediklerini belirtiyor. 2022 yılında Metaverse tarafında kendi meta evrenlerini yaratmayı hedeflediklerini söyleyen Ali Erhan Tamer’le hem metaverse’in geleceğini hem de yeni dönem hedeflerini konuştuk.

## 2021 yılı nasıl geçti sizin için? 2022 büyüme hedefiniz nedir?

2021 yılını bir farkındalık ve aydınlanma yılı olarak görüyorum. Henüz olgunlaşmamış ve erken aşama teknolojilere ilginiz çok olursa ticari olarak bu teknolojileri anlatmak ve projeler yaratmakta zorlanırsınız. Zira yaratmaya çalıştığınız ekosistemin henüz bir alıcısı yoktur. 2021 biraz post pandemi sürecinin verdiği dijital aydınlanmayla beklentilerimizin çok ötesinde iyi geçti. Dünya çok yoğun bir şekilde kripto varlıklar,



## Metaverse’den arazi alırken nelere dikkat edilmeli?

“Arazi almadan önce ilgili Metaverse projesine bakmak gerekiyor. Metaverse tek değil. Metaverse’de Moda’da yer kalmamış ya da Bağdat Caddesi’nden fiyatlar uçmuş gibi yaklaşımlar maalesef konuyu hiç anlamamış olmanın göstergesi. Metaverse gerçek mahallelerinin ya da haritaların bir kopyası değil. Tabii ki bazı projeler çıkabilir gerçek haritaları bire bir simüle etmek isteyen. Ancak kimse metaverse evrendeki tek bir Moda’nın sahibi değil. O yüzden vaatlere arsa üzerinden değil, metaverse projesi üzerinden ve sunduğu token ekonomik vaatler açısından bakmak gerekir. Proje kullanıcılarına ne vaat ediyor bu önemli. Yaratım ekonomisine imkan sağlıyor mu, platform web3.0 teknoloji üzerinde mi inşa edilmiş, kendi kripto varlığı var mı ve merkeziyetsiz borsalarda işlem görüyor mu ile başlayan onlarca sorunun cevabına göre nasıl bir strateji belirleyeceğinize karar verebilirsiniz.”

NFT’ler, metaverse ve web3.0 projelerini konuşur oldu ve çok önemli bir kalabalıkta da karşılık buldu. Bizim için en önemli konu kurumların yenilikçi ve müşteri deneyimine yeni bir boyut kazandıran bu tip teknolojilere ilgi yaratmak. Özellikle metaverse ve beraberindeki bir takım kavramların şirketler tarafında hızlıca kabul görmesi ve proje yaratma iştahlar bizim de işlerimize doğrudan yansıdı. Colony olarak 2022 yılında, 2021 yılının son döneminde hazırlığını yaptığımız bir kaç şirket tokenlerinin arzını ve yıl sonuna doğru da yatırımını yeni tamamladığımız metaverse projemizi de canlıya almak istiyoruz.

## Peki ismindeki kişiselleştirilebilir yapay zeka tabanlı sanal asistanından bahsedebilir misiniz?

Peki benim algoritmik hayallerimin ilk ürünü. Kullanıcı deneyimi ve internetten bilgi ediniminin yeni versiyonu olarak görüyorum sesli asistanları. Amerika’da yapılan Google aramalarının yüzde 40’ı sesli asistanlar üzerinden yapılıyor ve bu oran doğal dil işleme teknolojilerinin gelişimi ve açık kaynak dünyasının büyümesi ile birlikte hızla artacak. Bilgiye erişim ya da bir takım basit görevleri hızlıca yerine getirmek için yapay zekalı asistanlardan daha iyi bir çözüm düşünmüyorum. Peki bu noktada 100’den fazla dili öğrenmiş ve hızlı bir şekilde fazla sosyal medya kanallarına entegre olarak canlı müşteri hizmetleri verebilen bir yapay zeka sohbet robotu. Kütüphanesinde farklı onlarca sektör botuna sahip olması sebebiyle geliştirme süreci kolay ve entegrasyonu arayüz üzerinden bir geliştirme eforu gerektirmeden yapılabilen sohbet robotları ile amacımız kısa vadede son kullanıcıların



ALİ ERHAN TAMER



kişisel asistanı olabilmek.

### **Metaverse hayatımızı nasıl etkileyecek? Metaverse'den arsa satın alma trendi hangi aşamada?**

Metaverse en basit anlatımıyla yeni bir internet versiyonu. İnternet ile olan bağlantı ilişkimizin yeni bir formu. Üstelik bu sadece internete bağlantı deneyimimizi değil, protokollerden tutun, internetteki verilerin saklanma ve transferi süreçlerine kadar interneti oluşturan unsurların baştan aşağı yenilediği bir dünya. Bu perspektiften bakınca internet hayatımızda ne değiştirdi ise, bir internet versiyonu olan Metaverse de büyük etki uyandıracak internet hayatımızda. İnternetteki tüm varlığımız, bilgiye erişme, e-ticaret yapma şeklimiz, sosyal medyadaki etkileşim anlayışımız ve internette toplam geçirdiğimiz vakti nasıl kullandığımız değişecek. İçinde biraz oyunlaştırma, bolca deneyim ve gerçek hayatın bir simülasyonu sayılabilecek evren ötesi bir ortamda yeni bir internet deneyimini yaşayacağız. İnternet bizim için artık iki boyutlu bir deneyimden içine dahil olduğumuz bir yaşam alanına dönüşecek ve dolayısıyla tüm internet ekosisteminin paydaşları bu yeni evrene uyumlu deneyimler yaratacak. Bu evrendeki varlığımızı bir arsa alımına indirmek konuyu eksik yaklaşmak anlamını taşıyor.

### **2022 yılına ilişkin projelerinizden bahsedebilir misiniz?**

2022 yılı Metaverse tarafında kendi meta evrenimizi yaratma yılı olarak geçecek. İlk çeyrekte evrenimizin ekonomisini yönetecek kripto varlığımızı ve pazar yerimizi canlıya almak istiyoruz. Özellikle NFT pazar yeri tarafında farklı bir model ve yenilikçi bir vaat sunmak istiyoruz. Bağlanan cüzdanları ekonominin bir parçası hale getirmek ve türev finans ürünleri yaratmak hayallerimiz arasında. NFT konusuna asla bir dijital sanat olarak bakmıyoruz. Dolayısıyla NFT'lerin sunduğu ekonomik vaatleri ve fayda fonksiyonlarını hayata geçirebildiğimiz bir model ile çıkacağız. Bunun dışında koloni olarak üç farklı şirketin token arzını yapmaya hazırlıyoruz. Hepsi kendi dikeyinde ses getirecek projeler. Yurt dışında da bir kaç projenin ilk adımlarını atma hedefimiz var yine 2022'nin ilk yarısında.

# Annesini örnek aldı dünyaya gelinlik satıyor

Gelinlik ve gece elbisesi ürünleriyle öne çıkan Ns Sposa, 2022 yılı için yüzde 40 büyüme hedefi koydu. Ns Sposa Kurucusu Derya Demir, "İhracat çalışmalarımızı ve geniş ürün gamımız ile bu hedefimize rahatlıkla ulaşacağımızı düşünüyoruz. 2022 yılında hedefimiz İngiltere pazarı" diyor.

Ns Sposa'nın temelleri Derya Demir tarafında yaklaşık beş yıl önce atıldı. Annesini örnek alarak girişimci olmaya karar veren Derya Demir, 100 bin TL sermaye ve 10 çalışanla kurduğu markasını bugün dünyaya ihracat yapar hale getirdi. Marka bugün 100 kişilik ekibiyle hem iç pazarda hem de yurtdışında Ortadoğu'dan Dubai'ye Katar'dan Kuzey Amerika'ya birçok ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. "Annem bileziğini küpesini satarak ticarete atılan başarılı bir kadın girişimci. Her zaman bana örnek oldu" diyen Demir, markasını tamamen öz sermayeyle büyüttü. 2022 yılında yüzde 40 büyüme hedeflediklerini söyleyen Demir, ihracat çalışmaları ve geniş ürün gamıyla bu hedefe ulaşacaklarını belirtiyor.

Pandeminin ardından 2021'in bugün ve etkinlik sektörü için toparlanma yılı olduğunu belirten Demir, "Geçen yıl yüzde 20 büyüdük. Düğün sezonunu kapsayan ayların artması sektörümüzü olumlu etkiledi. Ns Sposa olarak gelinliğin yanı sıra evden çıkış elbisesi, söz- nişan elbisesi, after party kıyafetleri ve gece elbisesi üretiyoruz. Aynı zamanda 2021 yılında dış giyimi de ekleyerek ürün gamımızı genişlettik" diyor. Markanın ana lokomotifini gelinlik, gece elbisesi ve kına kıyafetleri oluştursa da son dönemde sweatshirtten gömleğe monttan eşofmana kadar yüzlerce ürün eklendi.

Şu an sekiz fiziki, bir online mağaza ve dört atölye ile yoluna devam eden girişimci, 2022 yılında mağaza sayısını 10'a çıkarmayı



DERYA DEMİR

yi yakalamak ve devam ettirmek çok zor. Bu kaliteden ve çizgiden kopmamak adına mağaza sayılarını az tutup, daha kontrollü büyümeyi hedefliyoruz" diyor.

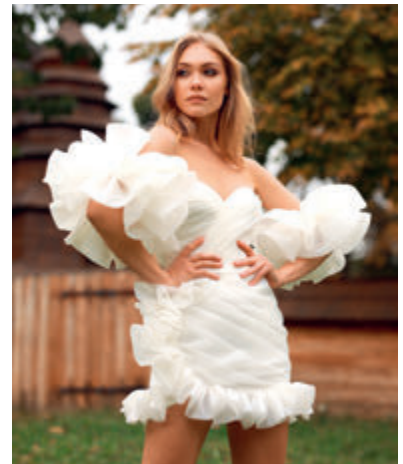
## 10 ülkeye ihracat

Perakende tarafında Nişantaşı'ndaki mağazada her ülkeden gelen ziyaretçiyi ağırlayan şirket, toptan satış olarak Katar, Kuveyt, Dubai, Meksika gibi yaklaşık 10 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. 2022 yılında hedefte İngiltere pazarı var. Şu anda hali hazırda İngiltere şirketini kurduklarını söyleyen Demir, "Bununla alakalı olarak fuarlara ve toptan müşterilere daha yakın temasta olmak için çeşitli şehirlerde satış noktaları açmayı planlıyoruz. Bu en önemli projelerimizden biri" diyor. 2022 yılında diğer hedef ülkeler arasında Avustralya, Rusya ve Ukrayna bulunuyor. Demir, bu pazarlara toptan satış hedeflediklerini söylüyor.

hedefliyor. Mağaza sayısı konusunda daha temkinli ve emin adımlarla ilerlediklerini söyleyen Demir, "Çünkü her şeyden önce ürünlerimiz hepsi el emeği. Özel işçilik ve özveri isteyen bir alan. O yüzden aynı kalite-

## E-ticaretin payı artacak

Şirket, satışların yüzde 30'unu e-ticaret üzerinden gerçekleştiriyor. 2022 yılı hedeflerinden biri de e-ticaret ve dijital platform kullanımını artırmak. Demir, e-ticaretin payını yüzde 40'a çıkartmayı hedeflediklerini söylüyor.



# Üç yılda 300 şube hedefliyor

Uzun yıllardır çalıştığı gayrimenkul sektöründeki faaliyetleri ve aldığı ödüllerle adından sıkça söz ettiren Evrim Kırmızıtaş Başaran'ın, meslek hayatının 12'inci yılındayken kendi global markasını yaratma fikriyle kurduğu Redstone, kısa sürede yurtiçi ve yurtdışında toplam 40 şubeye ulaştı. Redstone, üç yılda 300 şube hedefliyor.

Gayrimenkul sektöründeki rekor satışları ve dünya çapında birincilik ödülleriyle tanınan sektörün önde gelen isimlerinden Evrim Kırmızıtaş Başaran, 12 yıllık gayrimenkul kariyerinin ardından yarattığı ve Türkiye'den dünyaya açılan ilk global gayrimenkul franchise sistemi olan Redstone ile kısa süre içinde 40 şubeye ulaştı. Redstone Yönetim Kurulu Başkanı Evrim Kırmızıtaş Başaran, 2,5 yıl önce karar verdiği kendi markasını yaratma fikrinin, araya pandeminin girmesiyle 2021'in son aylarında hayata geçebileceğini söylüyor.

Başaran, "Ancak bu kadar kısa sürede karşılaştığımız yoğun talep, bizi bile şaşırttı. 1 yıl içinde 100 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz. Kısa sürede Rusya, Güney Afrika, İspanya, Fransa, Almanya, Kazakistan, Polonya ve şirketimizin ofisinin de bulunduğu ABD'nin de dahil olduğu 8 ülkeye franchise verdik. İsrail, Yunanistan ve Kıbrıs başta olmak üzere pek çok ülkeden yatırımcılarla da görüşmelerimiz sürüyor. 3 yıl için şube sayımızı 300'e çıkararak pazar lideri olmayı hedefliyoruz" diye anlatıyor.

## Kendi markasını yarattı

Bu sektörde kendi markasını yaratan ve bunu global olma iddiasıyla hayata geçiren ilk kadın girişimci olan Başaran, şunları anlatıyor: "Ülkemizde maalesef pek çok farklı sebeple basite indirgenen emlak alım-satım işi; benim için dünyanın en zevkli, asil ve en kazançlı işi. Bu sektöre olan inancımla, bugün bu kadar rekabet yoğun ve zor bir sek-

## "Türk girişimcileri buluşturacağız"

"Türkiye'den dünyaya açılan ilk gayrimenkul franchise markası olarak bir ilki başardık. Biz dünyanın farklı noktalarındaki Türklere de bu anlamda bir istihdam yaratıyoruz. Bir Türk firmasıyla global anlamda çalışma fırsatı sunuyoruz. Bu anlamda da Redstone olarak dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan Türk girişimcileri birbirine bağlamak gibi bir misyonumuz olacağını düşünüyorum."



törde uluslararası anlamda girişim yapan ilk kadın girişimciyim. Piyasada en büyük satışları yapan biri olarak, sektöre girişimci olarak bu iddiada giren biri olmanın da ciddi bir sorumluluğu var. Sahadan gelmenin avantajıyla, diğer firmaların zayıf oldukları noktaları ve eksiklerini biliyorum."

## Avantajlı franchise sistemi

Redstone'un franchise sisteminde sunduğu rakamların sektördeki genel rakamlara göre avantajlı olduğunun altını çizen Başaran, şu bilgileri veriyor: "Örneğin; sektörde brokerların genel merkeze cirodan verdikleri pay olan 'royalty' ücreti, ortalama yüzde 10 iken bu rakam bizde yüzde 5. Ayrıca global şirketlerin franchise ücretleri Türkiye'de 30 bin dolar, yurtdışında ise 100 bin dolara kadar çıkıyor. Biz bu rakamı 100 bin TL'ye sabitledik. REDSTONE olarak gayrimenkul franchise sistemindeki tüm rakamlarını 'iyileştirilmiş' ve ideal oranlarda sunuyoruz. Çünkü beraber kazanmak ve Türkiye'nin bu anlamda yurtdışına açılan ilk markası olmak istiyoruz."

# Dört farklı tasarım paketi sunuyor

'Lüks' olarak düşünülen iç mimarlık hizmetini erişilebilir kılmak için yola çıkan İç Mimar Oya Kılıç Karabekir, Mimar Zeynep Karabekir ve Ekonomist Emre Karabekir tarafından kurulan Tasarlayolla.com, online iç mimarlık hizmetini veriyor. Yurtiçi ve yurtdışında birçok proje üstlenen platform, danışanlarına dört farklı tasarım paketi sunuyor.

Tasarlayolla, 47 yıla dayanan iki nesillik tecrübeyi dijital ortama taşıyıp, Türkiye'de klasik iç mimarlığı dijitalleştiren bir girişim. İç Mimar Oya Kılıç Karabekir, Mimar Zeynep Karabekir ve Ekonomist Emre Karabekir tarafından kurulan platform, uzman iç mimar ekibiyle online iç mimarlık danışmanlık hizmeti veriyor. İç mimari, tasarım ve mimarlık çalışmaları lüks, hatta ulaşılması zor kavramlar olarak düşünülüyor. Oysa, düzenlenmiş, huzur veren ve konforlu mekanlarda yaşamak herkesin arzusu. Mekanların yaşayanların karakterlerini yansıttığını

belirten Tasarlayolla.com kurucularından Zeynep Karabekir, "İç mimarlık hizmetini erişilebilir kılmak için yola çıktık. Mottomuz herkesin işlevsel ve estetik mekanlarda yaşamasına aracı olmak. Gerekli araştırma ve geliştirmek çalışmalarının ardından online iç mimarlık hizmetini hayata geçirdik" diyor.

Zeynep Karabekir, "Bugüne kadar Türkiye'nin her şehriden ve yurtdışında da ABD, Kanada, İngiltere, Hollanda, Fransa, İsviçre ve Yunanistan olmak üzere birçok ülkeden binlerce proje tamamlayıp binlerce eve, ofise online olarak konuk olduk" diye ekliyor.



## OYA KILIÇ KARABEKİR / TASARLAYOLLA.COM KURUCU ORTAĞI

### "Son trend farklı akımların karışımı"



**TARZLAR ARASI GEÇİŞLER** 2018-2020 arasında Bohem ve İskandinav tarzlar çok popülerdi. Son dönemde tek bir tarza bağlı kalmayıp farklı akımların karışımı olan tasarımlar sunmaya başladık. Tüm projelerde esas aldığımız nokta danışanımızın istekleri ve hayalleri. Buradan yola çıkarak modern, country, retro, klasik tarzlar arasında geçişler yapıyoruz.

### **BALKONLAR YAŞAM ALANI OLDU**

Pandemiyle birlikte depolama alanı olarak görülen balkonlar önem kazandı. Son yıllarda balkonlar da salon gibi bir yaşam alanına dönüştü. Açık mutfaklı salonlarla daha gösterişli ve estetik mutfak düzenleme gerekliliği ortaya çıktı. Küçülen yatak odalarında

kompakt çözümlere gitmeye başladık. Örneğin depolamayı kimi zaman dekoratif bir unsur olarak değerlendirdik.



**ZEYNEP KARABEKİR**

nü, uygun fiyatlı, dört adet tasarım paketi ile online olarak tüm Türkiye'ye ve yurtdışına sunduklarını ifade eden Zeynep Karabekir, şöyle devam ediyor: "Paket içerikleri farklı iç mekan ihtiyaçlarına ve bütçeye göre belirleniyor. Danışanlarımıza tarzlarına uygun mobilya, aksesuar ve tüm iç mekan ürün önerilerini veriyor, ihtiyaçlarına en uygun olacak şekilde nasıl yerleştireceklerini, duvar dekorasyonu ve renk seçimleriyle ilgili destek veriyoruz."

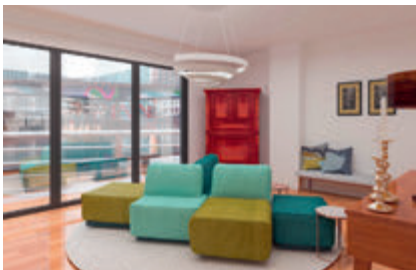
### **İki ve üç boyutlu çizimler**

Tasarlayolla.com'da tüm süreç online ve yazılı olarak uzman iç mimar ekibi ile Tasarlayolla panelinden ilerliyor. Danışan kendine uygun paketi satın aldıktan sonra ona açılan projede, kendisine atanan iç mimarla çalışmasına devam ediyor. Paket satın alma sırasında yönlendirme isteyen danışanlara eposta ve sosyal medya hesabı üstünden her zaman yardımcı olunup, yönlendiriliyor. Proje süreci boyunca iç mimarların danışanların onayını alarak ilerledikleri için proje tamamlandığında memnun oldukları bir çalışmanın ortaya çıktığını söyleyen Zeynep Karabekir, "Danışanlarımız beğendikleri mobilyaları satın almadan önce çizim olarak görebiliyor ve son kararını rahatlıkla veriyor. Alışverişlerini kendileri için hazırladığımız 2 boyutlu veya 3 boyutlu görsellere ve ürün önerilerimize göre yapıyorlar" diye ekliyor.

### **Proje nasıl çıktı?**

2017'de biri İngiltere'de, diğeri İstanbul'da iki arkadaşını yeni evlere taşınırken yerleşimde yaşadıkları zorlukları Zeynep Karabekir'e iletmeleri, Tasarlayolla'nın temelini oluşturuyor. Şöyle ki pratik olması adına ikisinden de salon ölçülerini ve fotoğraflarını isteyen Karabekir, proje süreçlerini yazarak keyifle ve zamandan kazanarak yürütünce, 'dijital iç mimarlık hizmeti neden olmasın?' diyor ve platform hayata geçiriliyor.

Tasarlayolla, mobilya e-ticaret siteleri, müşteri ve iç mimarları bir araya getiren bir platform. Türkiye'nin farklı şehirlerinde ikamet eden iç mimar ekibi, Türkiye'nin her şehrinde tasarlayolla'ya ulaşan müşterilere danışmanlık hizmeti verebiliyor. Dijital iç mimarlık hizmetinde danışanlar, tüm iç mekan tasarım/dekorasyon sürecini online olarak halledebiliyor. Doğru tasarım ve doğru ürü-



# Yatırımlarla yurtdışı büyümesini hızlandıracak

Çalışanların daha iyi yaşamasına katkı sunmayı hedefleyen bir esenlik platformu olan Wellbees, kasım ayında çıktığı melek yatırım turu neticesinde 2,5 milyon dolar değerlemeyle ilk yatırımını aldı. Wellbees Kurucusu Melis Abacıoğlu, "2022 yılı başında açıklayacağımız yeni turumuzla da yurtdışı büyümemizi hızlandıracığımızı öngörüyoruz" diyor.

Pandemiyle birlikte insan kaynakları teknolojileri alanına yönelik yatırımlar hızla artmaya başladı. Dünya genelinde geçen sene 5 milyar dolar seviyesinde olan yatırım bütçesi bu senenin yalnızca ilk yarısında 9,2 milyar dolar olara ulaştı. Wellbeing yani çalışanların esenliğine yönelik uygulamaları içeren kategori de bu yatırımların üçüncü sırasında yer alıyor. Pazardaki bu büyüme bu alana yönelik girişimlerin de öne çıkmasını sağladı. Wellbees de bunlardan biri. Wellbees Kurucusu Melis Abacıoğlu hayallerinin peşinden koşan bir girişimci. Yurtdışında matematik ve sanat okuduktan sonra Türkiye'ye dönen girişimci doktor olan anne ve babası gibi insanları iyileştirme hedefiyle yola çıkıyor. Sağlık sektöründe beş yıl çalıştıktan sonra kendi girişimini kurmaya karar veren Abacıoğlu, hasta bireyleri iyileştirmek yerine sağlıklı bireyleri kendi potansiyellerini gerçekleştirebilecekleri güce ulaştırmak için yola çıkıyor.

Sporun ve teknoloji hayatında her zaman önemli bir yeri olduğundan bu konuları birleştirmek isteyen girişimci, öncelikle Hollanda'dan adım-sayar saatler getirdi. Ancak bu girişim başarısızlıkla sonuçlandı. Abacıoğlu, "O dönemde telefonlarda böyle bir uygulama olmadığından başarılı olacağımı düşünüyordum ama 2 bin saatten yalnızca 10 tanesini satabildim" diyor. Ancak bu sırada görüştüğü firmaların farklı ihtiyaçları

## "İK stratejik departman oldu"

"İnsan kaynakları son yıllarda, özellikle de pandeminin etkileri ile şirket içinde stratejik bir departmana evrildi. Bu da fonksiyonlarının dijitalleşmesini hızlandırdı. Pandemi ile birlikte çalışanların yüzde 80'inin hibrit çalışma modeli istemesi de bu dijitalleşmenin bir diğer sebebi. Bu durumda İK'nın uzaktan çalışılan günlerde de çevrim içi ve yüzde 100 bir dokunuş sunması, çalışanların şirkete bağlılığını artırmak, dijital bir ortamda bile çalışanların sosyalleşmelerini sağlamak ve şirketle ilgili ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına büyük önem taşıyor."

olduğunu fark eden Abacıoğlu, bir firma koşu, bir diğeri hobi kulübü, öbürü yoga, diyetisyen, konuşmacı talebinde bulununca kurumsal wellbeing alanında hizmet ver ürün grubunu oluşturdu.

## Dört kat büyüdü

Şirketi kurduktan sonra ilk dört yıl sadece esenlik danışmanlığı hizmeti veren girişimci sonrasında ortakları Seçil Gürcüoğlu Mercan ve Kerem Gönülkırız ile insan kaynakları teknolojilerine odaklanmaya karar verdi. Böylece kurum içi çalışan ve çalışanların daha iyi yaşamasına katkı sunmayı hedefleyen bir esenlik platformu olan Wellbees'in temelleri atıldı. Hemen arkasından Covid pandemisini başladığını söyleyen Abacıoğlu, "Elimizde ürün-pazar uyumu olan bir ürün olduğundan, Covid'in getirdiği değişim rüzgarını arkamıza alarak büyüdük" diyor. Şirket bu süreçte istihdamını üç, cirosunu da dört kat artırdı.

Wellbees, şu anda Türkiye dışındaki global bir şirket olarak yolcuğuna devam ediyor. Enerjiden sağlığa, finanstan gıdaya kadar pek çok alanda, sektörünün öncü firmalarına hizmet veren uygulamayı 10 ülkede, 5





MELİS ABACIOĞLU

dilde, 37 şirkette toplamda 100 binin üzerinde çalışan kullanıyor. Bir yılda cirosal hacmi dörde katladıklarını söyleyen Abacioğlu, “Tek başladığım, ardından iki ortağım ile devam ettiğim şirketimizde şu an 36 kişilik bir ekibiz” diyor.

2021 yılını bir önceki yıla göre dört kat büyümeyle kapatan şirket, 2022 yılında gelecek yatırım turunun verdiği ivmeyle dört kat büyüme hedefliyor. Wellbees 2021 yılında ilk kez çıktığı melek yatırım turu neticesinde 2,5 milyon dolar değerlemeyle ilk yatırımını aldı.

Şirket, yatırımla beraber işi merkezinde olan teknolojik yatırımları, özellikle iş geliştirme ekibini büyütme odaklandı. Gelinen noktada Wellbees ekibinin yarısını teknoloji alanındaki çalışmaları şekillendiren yazılım kadro oluşturuyor. Bu yatırımla birlikte ayrıca ilk kez bir danışma kurulu oluşturuldu. Bu kurulda Deniz Aktosun, Ali Alpacar, Gönenc Altınoklar, Oya Çelikkilek, Ronny Gottschlich ve Kerem Turunç gibi tecrübeli isimler yer alıyor. 2022 yılında Wellbees’in İnsan Kaynakları Danışma Kurulu ile birlikte daha da güçlenerek büyümeyi hedeflediklerini söyleyen Abacioğlu, “Hali hazırda bir Seri A yatırım turundayız. Bu yeni

ve büyük yatırım turumuzun 2022 yılının başında sonuçlanacağını öngörüyoruz. 2022 yılı başında açıklayacağımız yeni turumuzla da yurt dışı büyümeyi hızlandıracığımızı öngörüyoruz” diyor.

#### Yeni ofisler açılacak

Şirket, yurtdışında şu anda ağırlıklı olarak MENA Bölgesi’nde hizmet veriyor. Avrupa’da ise İngiltere, Almanya ve İspanya’da çalışmalar sürdürüyor. Bu iki coğrafyada da etki alanını genişletmek üzere çalışmalar yapan şirket, bu kapsamda geçtiğimiz kasım ayında ilk yurtdışı ofisini İngiltere’de açtı. Yapılan fizibilite çalışmaları neticesinde İngiltere’de kurumsal esenlik hizmeti sunulabilecek 7 bin 508 şirket olduğunu gördüklerini söyleyen Abacioğlu, “Pazarın toplam büyüklüğü 468,7 milyon dolar seviyesinde. Wellbees olarak hedefimizi bu pazarın yüzde 4’üne ulaşmak olarak belirledik” diyor. Ayrıca 2022 yılında biri Dubai’de biri Almanya’da olmak üzere iki ofis daha açılması için çalışmalar sürüyor.

Yatırım turu sonrasında yönelik hedeflerden biri de yapay zeka alanında hem çalışan hem de işverene farklı datalarla esenliklerini güçlendirebilmeleri için öneri-

ler sunan bir yazılım devi olabilmek. Aslında bu konuda uzun süredir çalışmaları sürdürdüklerini belirten Abacioğlu, “Bugün yaptığımız yapay zeka analizleri ile arkadaşları ile 10 kat oranında daha fazla sosyalleşen bireylerin yaklaşık yüzde 10 oranında daha mutlu olduklarını raporluyoruz. Aynı şekilde işten ayrılmadan önce bireylerin duygu durumunda yüzde 20’ye varan düşüşler yaşadığını biliyor; bireyleri duygusal olarak desteklemek için sunduğumuz kişisel önerilerle bu hissiyat oranını yüksek tutmak için çalışıyoruz. Bu ve benzeri korelasyonlardan yola çıkarak çalışanlara daha iyi ve anlamlı yaşamlar sunmak için kişiselleştirilmiş öneriler sunacak bir algoritma üzerinde çalışmalarımız devam ediyor” diye konuşuyor. Bunun yanı sıra üzerinde çalışılan iki ürün geliştirmesi daha var. Bunlardan biri şirket içinde sadece insan kaynaklarına değil yöneticilere de ekiplerinin esenliklerini korumak için alabilecekleri aksiyonları kişiselleştirilmiş olarak gösterecek bir admin paneli. Diğeri ise Wellbees’in daha küçük bir örneği. Abacioğlu, “Her iki ürünün de prototipleri hazır, yatırım sonrasında dünyaya gelmeyi bekliyorlar. Biz de geri sayım yapıyoruz” diyor.

# “KOBİ’leri e-ihracat ile dünyaya açıyoruz”

Crif Türkiye, 190 ülkeden 210 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı D&B Hoovers online veri tabanıyla e-ihracat yapmak isteyen KOBİ’lere destek oluyor. CRIF Türkiye Ülke Müdürü Selim Tezel, “D&B Hoovers potansiyel müşterilere ulaşma oranını yüzde 60 arttırıyor” diyor.

Şirketlere sağladığı kredi bilgi ürünleriyle risk yönetimi konusunda dünyada önemli oyuncularından biri olan Crif, 2013 yılında Finar’ı satın alarak Türkiye pazarına girdi. Crif Türkiye, firmaların bilgiye dayalı kararlar alabilmelerini sağlayan katma değerli çözümler sunuyor. Global olarak 220 ülkeden 450 milyondan fazla firmanın yer aldığı veri tabanıyla müşterilerin yurtiçi ve yurtdışında potansiyel müşteriler ve tedarikçiler bulmasına destek oluyor. Şirket, son dönemde KOBİ’ler başta olmak üzere ihracatçıları dünyaya açan dijital platform ve çözümlerle öne çıkmaya başladı. İhracatçılar, 190 ülkeden 210 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı D&B Hoovers online veri tabanıyla, bir kaç dakika içerisinde dünyanın dört bir yanında müşterilerini nokta atışı olarak bulabiliyor. Crif Türkiye Ülke Müdürü Selim Tezel, “D&B Hoovers potansiyel müşterilere ulaşma oranını yüzde 60 arttırıyor. Ayrıca ihracatçılarımıza ilgilendikleri bütün şirketler için Crif Ticari Bilgi raporları sunuyoruz” diyor. Selim Tezel, e-ihracatın önemini ve Crif’in yeni dönem planlarını anlattı.

**Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz?**

1988 yılında İtalya’da faaliyetlerine başlayan Crif, şirketlere sağladığı kredi bilgi ürünleri, hizmetleri ve çözümleri ile finansal ve ticari kuruluşlar ile tüketicilerin karar alma süreçlerine hızlı ve etkin bir şekilde destek olmayı hedefliyor. Global olarak 220 ülkeden 450 milyondan fazla firmanın yer

ile şirketlerin olası bir sorunu önceden fark edip, çözüm yolları bulabilmelerine de imkân sağlıyoruz.

**Pandemi döneminden nasıl etkilendiniz?**

Dijital dönüşüm sürecine öncülük eden şirketlerden biri olarak, küresel ölçekte sunduğumuz tüm yenilikçi ürün, hizmet ve çözümlerimizi 2020 yılı itibarıyla “Crif Digital Next” adlı teknoloji platformuna taşıdık. Crif Digital Next çözümlerimizle, şirketlerin dijital dönüşümünü hızlandırması ve müşterilerinin kullanıcı deneyimini iyileştirmesini mümkün kılıyoruz. Diğer yandan Crif olarak, altyapımızın uzaktan erişim çalışma ortamlarına uyumlu olması ve çalışanlarımızın yeni ortama uyum gösterme hızıyla çok kısa sürede ev-ofis ortamında yüzde 100 verimliliğe ulaştık. Başta KOBİ’ler olmak üzere şirketlerin pandemi koşullarına uyumlanmak için hızlanan dijital dönüşüm süreçlerinde ürün ve hizmetlerimizle çözümler yaratarak aktif rol aldık. Özellikle e-ticaret, e-ihracat ve açık bankacılık alanındaki gelişmelere oluşan yenidünyanın tasarımında güçlü rol aldık.

**2021 yılı nasıl geçti? 2022 büyüme hedefiniz nedir?**

Hızla dijitalleşen bu yenidünyanın plan-



aldığı veri tabanımız ile müşterilerimizin yurtiçi ve yurtdışında potansiyel müşteriler ve tedarikçiler bulmasına destek oluyoruz. Aynı zamanda ticari ilişki içinde buldukları veya ticari ilişkiye girecekleri firmalar hakkında risk raporları sağlıyor ve böylelikle ticari kuruluşların karar alma süreçlerine hızlı ve etkin bir şekilde destek oluyoruz. Bilgiye dayalı erken uyarı sistemi

## “Avrupa Yeşil Mutabakatı’na dikkat etmeli”

“2021 yılında çok önemli gelişmeler yaşandı ve 2021 Türkiye’de e-ihracatın parladığı bir yıl oldu. E-ihracat’ta KOBİ’lerin payı 2021’de yüzde 35 seviyesinde olurken, bu oranın özellikle 2022 ve sonrasında artış göstermesi bekleniyor. İhracatçı şirketlerin, KOBİ’lerin Avrupa Yeşil Mutabakatı kriterlerine uyum konusunda hızlı adımlar atmasına ihtiyaç var. Ayrıca pandemi sonrası dünya genelinde ciddi bir lojistik sorunu gündeme geldi. Bu olumsuzluğun 2022’ye de etki edeceğinin beklenmesiyle ihracatçıların, çalıştığı lojistik firmalarının güvenilir olduğuna ve fizibilite çalışmalarına dikkat etmeleri konusu öne çıkıyor.”





SELİM TEZEL

larını yıllar öncesinden beri yapmakta olan bizler, bu çerçevede yapılandığımız güçlü altyapımız ve insan kaynağımız sebebiyle 2021 yılı boyunca büyüme ivmemizi sürdürdük. Buna paralel olarak piyasada e-ticaret, e-ihracat ve açık bankacılık alanındaki gelişmeleri yakından takip ederek bu alanlardaki yerimizi belirginleştirdik. 2022 yılı bizler için girmiş olduğumuz yeni alanlarda ağırlığımızı daha belirginleştireceğimiz, yıllardır faaliyetimizi sürdürmekte olduğumuz veriye dayalı ekonomi alanında katlanarak büyüyeceğimiz bir yıl olacak.

#### **D&B Hoovers'la nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz sektörde?**

Crif olarak müşterilerimize 'kredi yaşam Döngüsü'nün her aşamasına yönelik gelişmiş ve bütünlük çözümler sunarak ayırt edici bir rekabet avantajı sağlamalarını amaçlıyoruz. Crif olarak dijital platform ve çözümlerle KOBİ'ler başta olmak üzere ihracatçıları dünyaya açıyoruz. İhracatçılarımız, 190 ülkeden 210 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı D&B Hoovers online veri tabanımızla, bir kaç dakika içerisinde dün-

yanın dört bir yanında müşterilerini nokta atışı olarak bulabiliyor. Yurt dışı müşteri bulma süreçlerini daha verimli ve kârlı hale getiriyoruz; D&B Hoovers potansiyel müşterilere ulaşma oranını yüzde 60 arttırıyor. Ayrıca ihracatçılarımıza ilgilendikleri bütün şirketler için Crif Ticari Bilgi raporları sunuyoruz.

#### **Kaç şirkete hizmet veriyorsunuz?**

Pandemi yarattığı sorunlar ve artan dijitalleşme ile şirketlerin e-ihracat ve alternatif pazar arayışları arttı. Bu anlamda D&B Hoovers platformumuza olan ilgi de aynı oranda artış gösterdi. Potansiyel müşterileri tespit ederken, buralardaki bütün şirketler için Crif Ticari Bilgi raporları da sunuyoruz. İhracatta başarılı olmak için doğru hedef pazarın belirlenmesi, gerçek potansiyel müşterinin bulunması ve bu müşterilerin iflas, ödeme risklerinin değerlendirilmesi gerekiyor. CRIF olarak şirketlere hedef pazarın, potansiyel müşterinin bulunması ve firma riskinin ölçülmesi konularında doğru ticari bilgilerle çözümler sunuyoruz. Satış pazarlama ve risk çözümlerimizle ihracat-

çıların doğru pazarlarda hedef şirketlere ulaşmalarını, doğru iş birliği yapmalarını sağlıyoruz. Aynı zamanda, tahsilat riskine karşılık müşterilerinin piyasa ödeme performansını takip etmek isteyen KOBİ'lerin T-APPY çözümüne olan talep ve kullanımları artış gösterdi. Türkiye'de yerleşik 1.5 milyon ticari firmadan oluşan veri tabanımızla, müşterilerimize iş geliştirme ve planlama alanında, müşteri değerlendirme, portföy yönetiminde ve alacak yönetimi konularında hizmet veriyoruz. 150 bin şirketi aktif olarak izliyor; aylık 6 bin firma raporu hazırlıyoruz.

#### **Kaç ülkede, ne kadarlık bir iş hacmine aracılık ediyorsunuz?**

Crif, 50'den fazla ülkede 10 bin 500 finans kurumuna, 600 sigorta şirketine, 83.000 ticari müşteriye ve 1 milyon üzerinde bireysel tüketiciye hizmet veriyor. Ayrıca 29 ülkede kredi kayıt bürosu olarak faaliyet yürütüyor. 2020 yılında Crif'in toplam cirosu 567 milyon Euro'ya ulaştı. Grubumuzun İtalya ve dünyadaki ofisleri ve iştirakleri ile çalışan sayısı 6.200'ün üzerindedir.

# “20 ilde kıyafet kiralama hizmeti vereceğiz”

Paylaşım ekonomisi üzerine hayata geçirilen Rentony, lüks moda markalarını kiralayan bir girişim. Kiralama sektörünün, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızlı modanın alternatifi olduğunu belirten Rentony Kurucu Ortağı Yasemin Eke, “Dünyada her yıl yüzde 10 büyüyen bir sektörden bahsediyoruz. Türkiye’de ise hala yeni ve gelişmekte olan bir sektör, o yüzden bizim de öncelikli amacımız bu pazarı büyütme” diyor.

Son yıllarda moda sektöründe farklı trendler yükselişe geçti. Paylaşım ekonomisinin bir parçası ve hızlı tüketim çılgınlığının önüne geçmenin en önemli yöntemlerinden biri olan ‘kiralama’ da bu trendlerin başına geliyor. Rentony de, bu alanda faaliyet gösteren girişimlerden. 2021 Eylül ayında Nişantaşı’nda ilk showroom’unu açan Rentony, lüks moda markalarının ürünlerini kiralyor. Portföylerinde sadece özel günler için değil günlük kullanıma da uygun kıyafetler bulunuyor. Hem showroom’dan hem de internet üzerinden kiralama yapılabilir. Yakında Antalya, Adana, Konya, İzmir, Sakarya, Eskişehir, Aydın, Muğla’nın da aralarında bulunduğu 20 şehre hizmet vereceklerini belirten Rentony Kurucu Ortağı Yasemin Eke, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

## İş fikriniz nasıl ortaya çıktı?

Rentony’nin fikir aşamasından tamamen hayata geçmesi 4-5 yıl sürdü. Doğru ve gerçek anlamda profesyonel bir kiralama şirketi olma amacımız doğrultusunda uzun bir hazırlık süreci geçirdik. Rentony iş modeli paylaşım ekonomisi üzerine kurulu. Rentony, tüm giysi kiralama servislerinde olduğu gibi modanın akışını değiştiren bir hizmet fikri sunuyor. Kişilerin giydikleriyle olan bağını değiştirmek, iyi hissettirmek ve kişiyi sürdürülebilir modanın bir parçası haline getirmek için çalışıyoruz. İstenilen kıyafetin, istenildiği zaman giyilmesine imkan tanıyoruz. Gardıropların dönemsel ihtiyaçlarını stil danışmanlarımız tarafından



seçilip kürete edilen parçalardan seçerek kiralayabiliyor, hem sürdürülebilir moda-ya destek oluyor hem de her an modern ve yeni bir görünüme hızlı bir şekilde sahip

olabiliyorsunuz. Rentony ile küresel çevre dönüşümünün işe yarar bir parçası olmayı hedefliyoruz.

## Bu alanda dünyadaki gelişmeleri takip ediyor musunuz?

Tabii. Çok ünlü perakende devlerinin kiralama işine girmesi sektörün geleceğine dair önemli ipuçları veriyor. Özellikle Amerika’da çok büyük şirketler moda kiralaması yapıyor ve en önemli markalar kiralama sektörünün içinde yer almayı önemsiyorlar. Bunu gençlere ulaşılabilmek veya çağı yakalamak için bir yol olarak görüyorlar. Çok hızlı büyüyen bir sektörden bahsediyoruz. Sahip olmaktan çok deneyim kazanmanın önemsendiği günümüzde, çevre bilinci yüksek olan gençleri de

## “Sektör her yıl yüzde 10 büyüyor”

“Kiralama sektöründen bahsedecek olursak, özellikle ABD’de çok büyük şirketler moda kiralaması yapıyor ve en önemli markalar kiralama sektörünün içinde yer almayı önemsiyorlar. Bunu gençlere ulaşılabilmek veya çağı yakalamak için bir yol olarak görüyorlar. Her yıl yüzde 10 büyüyen bir sektörden bahsediyoruz. Sahip olmaktan çok deneyim kazanmanın önemsendiği günümüzde, çevre bilinci yüksek olan gençleri de dikkate alınca çok daha hızlı büyüyeceği de kesin. Amerika’da moda kiralama şirketleri NASDAQ’da işlem gören çok büyük şirketler. Türkiye’de ise hala yeni ve gelişmekte olan bir sektör, o yüzden bizim de öncelikli amacımız bu pazarı büyütme.”



YASEMİN EKE

dikkate alınca kıyafet kiralama sektörünün çok daha hızlı büyüyeceği kesin.

#### **Size gelenler en çok ne kiralyorlar?**

Öncelikle biz de herkesin daha çok gece kıyafetlerine ilgi göstereceğini düşünmüş-tük, ama şu anda ürün yelpazesini görenler daha smart casual dediğimiz parçaları ter-

cih eder oldular. Yani doğum günlerine, iş yemeklerine, hafta sonu tatillerine giyebilecekleri parçalara çok para vermek yerine kiralyorlar.

#### **Ürünlerde süreç nasıl işliyor, hijyen nasıl sağlanıyor?**

Aslında çok basit, giyeceğiniz ürüne ka-

rar verip, tarihi belirlemeniz yeterli. Sonra web sitemizden girip her online alışveriş sitesi gibi kiralamanızı yapabiliyorsunuz. Ürünü elinizde 5 gün tutabilirsiniz, sonrasında kuryemiz gelip kapınızdan iade alıyor. Hepsi bu kadar. Öte yandan hijyen benim şahsi olarak bu işin başından beri en önem verdiğim konulardan biriydi. Pandemiden önce hijyen temizliği sağlayan markalarla görüşmüş ve anlaşmıştık. Pandemi bunu herkes için zorunlu hale getirdi. Hijyenik kuru temizleme, yüksek ısılu buharlı ütü, deneme kabinleri, paketlenme hijyenine kadar her adımı özellikle kurguladık. Ayrıntılı hijyen adımlarımızla ilgili bilgiyi de müşterilerimiz hem web sitemizden hem de kiralandıkları ürünlerin kullanım kartlarından edinebilirler.

#### **Minimum - maximum kiralama fiyatları nedir?**

Ürün grubuna göre değişen fiyatlarımız var, herkesin ulaşabileceği bir fiyatlandırma politikası izlemeye çok özen gösterdik. O yüzden 175 lira ile 3 bin lira arası değişen parçalar var. Ama pazardaki diğer oyuncuların yüzde 30 daha düşük fiyatlı olduğunu söyleyebilirim. Günümüzde trendler o kadar hızlı değişiyor ki çoğumuz en fazla 1-2 kere giyeceğimiz ürünlere yüksek ücretler vermek istemiyoruz. Satın alacağımız bir cekete ödeyeceğimiz ücretle en az 4 parça kiralamak mümkün.

#### **Sadece kadın kıyafetleri mi var?**

Şu anda önceliğimiz kadınlar.

#### **Sizce bu yolculuğunuzun geleceği ne olur?**

Elbise kiralama sektörü 'Paylaşım Ekonomisi' akımının bir devamı. Türkiye'de de gelişmekte olan bir sektör. Dünyada, özellikle ABD'de çok daha yaygın. Bizim de önümüzde uzun bir yol var ama günümüzün hızlı değişen koşullarına ayak uydurmak için yakında çok daha fazla gündemde olacağı kesin. Çevre bilincinin çok yüksek yeni bir genç kuşak geliyor, eski geleneksel moda yerine sürdürülebilir markaları tercih ediyorlar. Kiralama sektörü, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de, hızlı modanın alternatifi. Tüm tüketim alışkanlıklarımızın değişmesi gerektiği gibi moda sektöründe de değişiyor ve biz de bunu kolaylaştırmayı hedefliyoruz.

# Labrys, 2022'de 20 ülkeye ulaşacak

Teknoloji ve profesyonel hizmet danışmanlarından oluşan geniş ekibiyle Orta ve Doğu Avrupa, Türkiye, Afrika, Rusya bölgesi ve Ortadoğu'da hizmet veren Labrys, yurtdışında yeni pazarlara açılmak istiyor. Bu hedefle Dubai ve İstanbul'un ardından Saraybosna'da da ofis açan şirket, hizmetlerini 20 ülkeye ulaştırarak bu yıl yüzde 30 büyümeye hedefliyor.

Pazarlama ve işletme bilgisini, teknoloji birikimiyle harmanlayan yeni nesil bir danışmanlık şirketi olan Labrys, büyümesini yeni ülkelere açarak hızlandırdı. Kitle pazarlaması, pazarlama otomasyonu ve müşteri deneyimi alanlarında strateji geliştiren ve uygulamalar arasında köprü kuran Labrys, 2021 yılını yüzde 46 brüt gelir büyümesiyle tamamladı. 2013 yılında kurulan ve bugün Dubai, İstanbul ve Saraybosna'da ofisleri bulunan şirket, hizmetlerini 20 ülkeye ulaştırarak bu yıl yüzde 30 büyümeye hedefliyor. Girişimin son beş yıllık brüt gelir büyümesinin 11 kat olduğunu aktaran Labrys Yönetici Ortağı Sinan Günel, şirketin karlılığının ise geçen yıla oranla dolar bazında yaklaşık yüzde 15 büyüdüğünü ifade ediyor.

## Yeni ortaklıklarla büyüyecek

Ekip daha uluslararası hale gelirken çalışanları arasına Tunus, Ürdün, Bosna Hersek olmak üzere farklı ülke ve bölgelerden ekip üyelerinin katıldığını belirten Günel, ana hedeflerinin hizmet verdikleri coğrafyayı genişletmek olduğunu söylüyor. Bunu sağlamak için de çalıştıkları teknoloji iş ortaklarının sayısını artırmak olduğunu dile getiren Günel, bu noktada satın almalar yapabileceklerini de belirtiyor. Günel, şunları söylüyor: "Ana hedefimiz hizmet verdiğimiz ülke sayısını artırmak. Bunun için de çalıştığımız teknoloji iş ortaklarını genişletiyoruz. Müşterinin ihtiyacını tek bir ortakla çözeceksiniz. Bu nedenle teknoloji yelpazemizi genişletmek istiyorduk bunu yaptık. Şimdi



SINAN GÜNEL

bir diğer adımda ise fonlama yapmak istiyoruz. Değer önerimize uyan satın almalar yapmak istiyoruz. Ürünü olan ve kurumlarla iş ortaklığı yapıp müşterilerine o ürünlerle hizmet veren çeşitli hizmetleri bünyemize katmayı da istiyoruz."

## Ekibi de büyütüyor

Şirket, yeni ülkelerde proje yapmanın yanı sıra ekibini de yüzde 25 oranında büyütmeyi hedefliyor. Saraybosna'da da yeni bir ofis açan Labrys altı dil konuşabilen bir organizasyona dönüştü. Hizmet alanına bünyelerine iki ülke daha eklediklerini belirten Labrys Yönetici Ortağı Sinan Günel, Labrys'in altı yeni müşteriyle çalışmaya başlayarak 2021 yılını hedeflerinin üzerinde kapattığını söylüyor. Günel konuyla ilgili şu değerlendirmelerde bulunuyor: "İnsan kaynağı yetkinliklerini artırmak için verdiğimiz düzenli servislerin yanı sıra kendi içimizde ürün geliştirmesek de müşteri deneyimi ve pazarlama alanında teknoloji, ürün ve hizmet geliştiren kurumlarla çeşitli işbirlikleri ile bu yolculuğu da başlattık. Pandemi kurumların çoktan gerçekleştirmiş olması gereken birçok süreç ve yaklaşım dönüşümünü hızlandırdı. Henüz bunları yapamayanlar tabii ki var. Önümüzdeki dönem markaların geride kaldıkları bu dönüşümleri hızla gerçekleştirmeye zamanıdır."

## Yeni girişimleri destekliyor

Müşteri deneyimi ve pazarlama alanında dönüşümün başlamış olmasının yanı sıra yatırımların yapılması gerektiğine dikkat çeken Günel, asıl yolculuğun ise bundan sonra başladığını kaydediyor. Yapılan yatırımlarla sıra dışı bir deneyim yaratabilmek için hem insan kaynağına hem de organizasyonel yapıdaki açıkları ve hataları gidermeye vakit harcamak gerektiğini aktaran Günel, Labrys olarak müşterilerine geniş bir hizmet deneyimi sunmak için yeni girişimleri desteklediklerini ifade ediyor.

# Maliyeti düşüren ürünler odaklandı

Türkiye’de 9 milyar doları aşan büyüklüğe ulaşan endüstriyel reklamcılık ve baskı sektörünün gündeminde enerji verimliliği var. Epson Türkiye Kurumsal İş Çözümleri Satış Yöneticisi Bora Şar, KOBİ'lere yönelik maliyeti düşüren ürünlere odaklandıklarını söylüyor.

Sürdürülebilirlik son yıllarda tüm şirketlerin gündeminde. Yüksek enerji fiyatları enerji verimliliğini her zamankinden önemli hale getirdi. İşletmeler en büyük maliyet kalemi olan enerjide verimliliği artırmak için çözüm arayışında. Global teknoloji şirketi Epson da bunlardan biri. Epson, KOBİ'lere yönelik çözümler geliştiriyor. Epson Türkiye Kurumsal İş Çözümleri Satış Yöneticisi Bora Şar, “Epson ürün gamı çok geniş bir firma ve pazarda yoğun olarak kabul edilen çeşitli segmentlerde ürünler üretiyor. Epson KOBİ'lere tam bir profesyonel hizmet paketi sunuyor” diyor. Şirket, temel anlamda kullanılan Epson ürün segmenti ne olursa olsun önce bir analiz çalışması ile maliyeti en düşük ama etkinliği maksimize edecek bir parkur önerisi çıkarıyor. Ardından bunları mevcut operasyonel ve maddi maliyetler ile önerilen çözümü karşılaştırarak bir maliyet tablosu ortaya çıkarıyor. Son olarak da eski parkurda olmayan gelişmiş özellikleri ekleyerek müşterilerin kendi ana işlerine

odaklanabilecekleri bir ortam sunuyor. Şar, “Böylelikle müşteri eskisine göre çok daha düşük maliyetler ile çok daha ileri seviye özellikleri kendi işi operasyonu dışında bulunan operasyonel maliyetleri yönetmeden sürdürebiliyor” diyor. Diğer taraftan bu ürünler çalışma maliyetlerini minimize ederken arıza oranlarını neredeyse sıfıra çekiyor. Böylelikle müşteriler değişmesi



gereken uzun ömürlü parçalar ve servis maliyetlerine katlanmıyor.

## Maliyeti yüzde 50 düşürüyor

Epson’un ‘ısısız’ mürekkep püskürtme teknolojisi ‘inkjet’ hem enerji tasarrufu sağlıyor hem de çevreyi koruyor. Sayfa başı maliyeti yüzde 50 düşüren Epson’un Isısız Teknolojisi, daha düşük arıza oranı ve bakım maliyeti sunuyor. Epson’un heat free özellikli cihazlar ile elektrik tüketimini minimize ettiğini ve karbon salınımını sıfıra indirdiğini söyleyen Şar, “Kendi ürettiği Piezo baskı kafası ile neredeyse hiç arıza çıkarmadan ilk günkü baskı kalitesini minimum maliyetler ile koruyan ürünler üretiyor. Lazer teknolojilerine göre çok en düşük segment cihazdan en yüksek segment cihaza kadar yüksek bir baskı kapasitesi kullanıyor” diyor. Aynı zamanda yönetilebilir akıllı arayüzü olan cihazlar ile cihazların mobil olarak yönetilmesine ve yetkilendirilmesine imkan sağlıyor.

BORA ŞAR

## 5,9 milyon Euro’luk enerji tasarrufu

Epson, 2020 yılında ofis tipi mürekkep püskürtmeli yazıcılarla birlikte güç tüketimini yaklaşık 50,9 milyon kWh azalttı. Böylece yılda 816 bin ağacın temizleyeceği kadar yani 17,7 bin tonluk karbondioksit salımına engel oldu. Epson, ısısız teknolojiyle EMEA bölgesinde yılda 5,9 milyon Euro’luk enerji tasarrufu sağlıyor.



# Şirketlerin geleceğine girişimcilik yön verecek

GOOINN tarafından hazırlanan 2021 yılı "İnovasyon ve girişimcilik" araştırma raporu tamamlanarak yayınlandı. Raporda, sosyal inovasyon çalışmalarına yönelik Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen "17 Kalkınma Hedefi"ne yönelik çalışmalar da önemli bir yer tuttu.

İnovasyon ve girişimciliği bilimsel ve rasyonel şekilde yönetme konusunda çözüm ortaklıkları yapan GOOINN tarafından 330'dan fazla kişiyle bir araya gelerek Türkiye'deki şirketlerin inovasyon faaliyetlerini ve girişimcilik durumunu ortaya çıkarmak amacıyla geniş tabanlı ve çok kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilen 2021 yılı "İnovasyon ve girişimcilik" araştırma raporu yayınlandı.

Günümüzde işletmelerin başarılı olmaları ve hayatta kalabilmeleri için inovasyon ve girişimcilik faaliyetlerinin önemli bir yere sahip olduğunun ortaya konduğu raporda, sosyal inovasyon çalışmalarına yönelik Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen "17 Kalkınma Hedefi"ne yönelik çalışmalar da önemli bir yer tuttu.

GOOINN Kurucusu Yavuz Çingitaş hazırlanan raporda; inovasyonun, girişimciliğin, kullanılan metodolojilerin ve kurum içi girişimciliğin ne olduğu, inovasyon türleri, dünyada ve Türkiye'de inovasyona bakış açılarının açıklandığını kaydederek "Geniş kapsamlı raporun hazırlanmasında Türkiye'deki şirketlerin ve girişimlerin inovasyon faaliyetleri ile ilgilenen yöneticiler/sorumlu kişiler ile görüşülerek inovasyon faaliyetleri, bu faaliyetler için belirlenen stratejiler ve önemleri, kimler tarafından bu çalışmaların yapıldığı, çalışmalar için yapılan harcama alanları ve miktarları, finansal kaynakları, faaliyetlerde kullanılan teknolojiler ve bu faaliyetleri etkileyen faktörler detaylı ele alınmıştır" dedi.

Çingitaş, firmalar ve girişimlerin pandemi öncesi inovasyon faaliyetlerindeki

## Türkiye'de durum ne?

Türkiye'de yeni teknolojiler için yeni serbest bölgeler üzerinde çalışıldığının da aktarıldığı raporda devletin vergi muafiyetleri ve mali destekler ile yatırımları teşvik ettiği belirtildi. Özellikle inovasyon ekosistemini ve KOBİ'lerin inovasyon yönetimi kapasitelerini geliştirmek için üniversite-sanayi iş birliklerine önem veren araştırmacıların sayısı OECD ülkelerinin ortalamasına göre düşük görünse de istikrarlı bir şekilde arttığına kaydedildiği raporun sonuç bölümünde şu saptamalar yapıldı: "Girişim destekli şirketlere yapılan yatırımların çoğu Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmaktadır. Asya Pasifik ülkelerinde ise girişim pazarı istikrarlı bir şekilde büyürken Orta Doğu ve Kuzey Afrika girişimlerinin çoğunluğu Birleşik Arap Emirlikleri'nde bulunmaktadır. Avustralya'da fiziki alt yapı, iç pazar dinamikleri, ticari ve hukuki alt yapı startup ekosistemi açısından olumlu görülmektedir. Türkiye genç ve eğitilmiş işgücü yapısıyla girişimcilik alanında büyük bir potansiyele sahip bir ülkedir. İstanbul girişim ekosisteminin merkezi olarak kabul edilmekteyken Ankara ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye 2020 endeksi genel sıralamada 51. sırada yer alırken 2021 yılı endeksinde tarihindeki en yüksek sıralamaya erişmiştir ve ilk 50 ülke içerisinde yer alarak 41. sırada bulunmaktadır. Ülke insan sermayesi ve araştırma, altyapı, piyasaların gelişmişliği, iş dünyasının gelişmişliği, bilgi ve teknoloji çıktıları ve yaratıcı çıktılar endekslerinde üst orta gelir grubunun ve bölge ortalamasının üstünde performans sergilemiştir."



durumu ve pandemi sonrası bu alandaki değişimleri üzerinde de durulduğunu belirterek, "Ayrıca inovasyon ihtiyacını belirleyen faktörler, inovasyon faaliyetlerine katkı sağlayan şirket içindeki departmanlar ve insan kaynakları politikası açısından

'inovasyon' ayrıntılı şekilde incelenmiştir. Şirketler ve girişimlerde inovasyon kültürü çalışanlar gözünden değerlendirilmiştir. İnovatif yaklaşımlara ve girişimcilik kültürüne rehber olacak bu araştırma raporu, şirketler, ülkeler ve hükümetlerin ulusal ve uluslararası

## YAVUZ ÇİNGİTAŞ



şı pazarda rekabet güçlerini arttırmaları için kaynak olacaktır” diye konuştu.

Girişimciliği, ihtiyaç veya problemlerin giderilmesine yönelik olarak ortaya çıkan fikirlerin ekonomik değere dönüştürülmesi olarak tanımlayan Yavuz Çingitaş şunları

söyledi: “Girişimcilik ve inovasyon, küreselleşmenin etkisi ile daha da önemli bir noktaya ulaşmıştır. Küreselleşme ile rekabette sınırlar kalktığından rekabet avantajı yaratabilmek veya rekabette üstünlük sağlayabilmek için girişimcilik faaliyetleri kilit

rol oynamaktadır. Girişimcilik ve inovasyon yeniliğin öncüsü olarak görünmektedir. Araştırmamızın amacı ise bu yeniliğin öncüsü olan faaliyetlerin Türkiye’deki durumunu ortaya çıkarmak ve sisteme değer katarak inovasyon faaliyetlerinde bulunan firma ve girişimlere katkı sağlamaktır.”

### Geleceğe Uzmanın Yolu “İnovasyon”

2021 yılı “İnovasyon ve girişimcilik” raporunda gelecekte var ve güçlü olabilmek için değişen dünya trendlerini anlamak gerektiğinin de altı çizilerek şu görüşlere yer verdi; “Temelde inovasyon kavramı pazarda oluşan ihtiyaçları karşılayan, rekabet gücünü artıran, farklılık ve değer yaratan ürün ya da hizmetlerin ortaya konulması olarak tanımlanmaktadır. Ürün inovasyonu ve iş süreci inovasyonu olarak iki ana inovasyon türü bulunmaktadır. Ürün inovasyonu ürün veya hizmetler için yapılan inovasyon faaliyetlerinden bahsederken, iş süreci inovasyonu süreçler üzerinde yapılan yenilikçi çalışmaları açıklamaktadır. Ayrıca ürün/hizmet ve iş süreci inovasyonundan farklı olarak deneysel inovasyondan yönetsel inovasyona kadar birçok farklı türleri de bulunmaktadır. Tasarım odaklı düşünme ile insanın merkeze alınması hedeflenmektedir. Bunun yanında; kurumi girişimcilik süreci içerisinde şirket çalışanlarının becerileri, şirketlerin iş ve inovasyon stratejisine ve hedeflerine katkıda bulunacak şekilde kullanılması beklenmektedir.”

### Başarıya giden yolda 5 temel faktör

İnovasyon odaklı firmaların iş başarısı önemli bir noktaya geldiğine ve başarının sağlanabilmesi için beş ana konuya dikkat çekilen raporda şöyle denildi: “Bu 5 temel faktörden ilki şirket içerisindeki tüm organizasyon yapısında inovasyon kültürü yaratıldığı takdirde ticari bir fayda sağlanacak olmasıdır. İkincisi ise, inovasyon süreçleri kurumsal bir stratejinin parçası olduğunda en iyi sonucu verecektir. Üçüncüsü müşteriler ile problemlerin doğrulanması inovasyon fırsatlarının belirlenmesinde önemli rol oynar. Dördüncüsü karşılaşılan engellerin ve zorlukların en optimal bir şekilde aşılmasıdır. Beşincisi ise yeni teknoloji yatırımlarının olması gerekliliğidir.”

gooinn Hizmetler Ürünler Vakalar Raporlar İham/Blog Hakkımızda TR EN İngilizce

## Kurumlar için İnovasyon ve Girişimcilik

Müşterilerin gerçek ihtiyaçlarını karşılayacak yenilikçi ürünleri tasarlamamız için gereken yetkinliği transfer ediyoruz. İnovasyon kültürünü kuruyor, güçlendiriyor ve birlikte değer yaratıyoruz.

gooinn

en@companyname.com Bülten Abone Ol

# Bulut ile maliyetleri düşürmek mümkün

DİA Yazılım Genel Müdürü Suha Onay, sadece 100 bin KOBİ'nin bulut teknolojisi kullandığı takdirde ekonomiye yıllık 200 milyon TL elektrik tasarrufu sağlandığını söylüyor. Onay, "Bu sayede 300 milyon dolarlık ilk donanım yatırımı maliyeti ve 60 milyon dolarlık yıllık donanım ithalatını da engellemiş olacağız" diyor.

Bulut teknolojileri pandemiyle birlikte işletmelerin vazgeçilmez haline geldi. Dijitalleşme hızla sürerken, DİA Yazılım'ın Genel Müdürü Suha Onay, bir KOBİ'nin işletmesinde bulut teknolojisini tercih etmeyip, ticari yazılımı kurmak istediğinde ortalama 3 bin dolar ilk yatırım maliyeti yapması gerektiğini belirtiyor. Onay, "Bu 3 bin doların aynı zamanda bir amortisman maliyeti var. Üstündeki yazılımların donanım parçalarının mutlaka idamesi ve yenilenmesi gerekebiliyor. Bu da her yıl 600 dolarlık bir ek maliyet çıkıyor" diyor. DİA olarak donanım harcamalarında elektrikte de enerjide olduğu gibi yüzde 99'luk bir verimlilik sağladıklarını ve binlerce işletmeye hizmet verdiklerini kaydeden Onay, "Şu anda 100 bin girişimci KOBİ sadece bulut kullanırsa ne olurdu diye hesapladığımızda karşımıza inanılmaz rakamlar çıkıyor. Sadece 100 bin KOBİ bulut teknolojisi kullandığı takdirde ekonomiye yıllık 200 milyon TL elektrik tasarrufu sağlarken, 300 milyon dolarlık ilk donanım yatırımı maliyeti ve 60 milyon dolarlık yıllık donanım ithalatını da engellemiş oluyor" diye konuşuyor.

## Yüzde 99 verimlilik

Bulut yazılımı seçmeyip lokalde kullanılan bir yazılım satın alacaklara da uyarılarda bulunan Onay, şöyle konuşuyor: "Bir işletme lokal yazılım aldığı anda, yazılımı kuracağı bir donanım sistemine, aynı zamanda işletim sistemi ve server lisansına da ihtiyacı var. Çok şubeli bir işletme ise, o şubelerden merkeze bağlanabilmek için de lisansa ihtiyaç duyar. Yani KOBİ'ler bu donanımlara enerji harcı-



SUHA ONAY

yorlar. Türkiye maalesef enerji ve teknoloji konusunda dışa bağımlı. Üyelerimizin donanımlarını konsolide ederek DİA olarak serverların harcadığı toplam enerjide yüzde 99 verimlilik sağlıyoruz. Bulut denilince akıllara ilk olarak uluslararası büyük bulut yazılımları ve altyapıları gelir. Örneğin Amazon dünya-daki en büyük bulut altyapısına sahip firma.

## "Genç yazılımcılar yurtdışına yöneliyor"

"Girişimcilerimiz, ekosistemimiz, eğitim düzeyi yüksek gençlerimiz, yazılımcılarımız var. Ancak son dönemde pandemi ve yaşanan ekonomik belirsizlikler nedeniyle genç yazılımcılar yurtdışına yöneliyorlar. Yerli yazılımcıları ülkemizde tutmanın yollarını hep birlikte arayıp, bulmamız lazım. Onlara bu ülkede kalacakları zemin ve şartları oluşturmak zorundayız."

Daha birçok büyük isimler ve farklı farklı bulut hizmeti veren firmalar var. Ancak ülkemizde de bu hizmeti başarıyla sağlayan firmalar olduğu gözden kaçırılmamalı. Çünkü yerli bulut firmaları üzerinden hizmet alınması halinde döviz ülke ekonomisi içinde kalır."

Kaynakları verimli kullanmanın önemine de değinen Onay; "Bir sunucunun işlemcisini bir kullanıcı yerine 20-30 kullanıcının kullanabilmesini sağlamak, yani paylaşım ekosistemi yaratılabilmek, bulut teknolojisindeki maliyet avantajının altyapısında yatan en önemli konulardan biridir.

Girişimcilere, tasarruf, yenilikçilik ve yüksek katma değer gibi hedeflere ulaşabilmeleri adına çeşitli çözümler sunduklarını da sözlerine ekleyen Onay, "Girişimcilerimiz çok cesurlar. Dünyanın her yerinde olabirler. Bu anlamda yurt dışından yatırım yapan sermayeleri de çekebilmemiz gerekiyor. Onlara işletmeleri kolay yönetebilir ve daha stabil bir ekonomide yönetebilir ortamları oluşturmamız gerekiyor" diyor.



# 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 görecek. 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.”

# Gıda takviyesi ile aile işine geri döndü

İlaç sektörünün köklü şirketlerinden Embil İlaç, 1918 yılında kuruldu ve 2014 yılında İspanyollara satıldı. Embil ailesinin dördüncü kuşak temsilcisi İpek Embil, sektöre yeniden dönüş yaptı. Empharma'yı kuran Embil, doğal içerikli gıda takviyeleri üretmek için kolları sıvadı.

Türkiye'de 100 yılı aşmış geçmişe sahip çok fazla şirket yok. Temelleri 1918 yılında Hikmet Embil tarafından temelleri atılan Embil İlaç o köklü şirketlerden biri. Ancak 100 yılı aşkın ilaç sektöründe yer almış şirket, 2014 yılında İspanyollara satılınca sektörden çekilmiş oldu. Ailenin dördüncü kuşak temsilcisi olan İpek Embil ise yeniden sektöre adım atarak tercihini doğallıktan yana kullandı ve Empharma'yı kurdu. Tamamen doğal içerikli gıda takviyeleri üretmek için kolları sıvayan İpek Embil, ilk ürünlerini de satışa sundu. İpek Embil, girişimcilik öyküsünden hedeflerine kadar birçok konu hakkında şunları anlattı:

**İlaç sanayinin öncülerinden Embil Ailesi'nin, dördüncü kuşağsınız. Embil İlaç'ın sektöründeki hikayesini bizimle paylaşır mısınız?**

Embil İlaç'ı babamın dedesi Hikmet Embil, 1918 yılında kurmuş. Düşünün daha Cumhuriyet bile ilan edilmemiş. Türkiye'nin içinde bulunduğu Kurtuluş Savaşı yıllarında, askeri ecza depolarının başında olmak dışında kendi ilaçlarını üretmenin önemli olduğunu görmüş ve son derece değerli bir adım atmış. Soyadımız da bundan dolayı Embil ilan edilmiş, "Em" eski Türkçe'de ilaç anlamına geliyor, bilmek ile birleşince Embil soy ismi doğmuş. 2014 yılına kadar ailemizin jenerasyonları şirkette aktif olarak çalıştılar. Ben de dördüncü kuşak olarak aile işimizi devam ettirmeye karar verdim.

**Biraz da kendinizden bahsedebilir miyiz?**

Ben ilaç sektörüne 6 yaşındayken mik-

robiyoloji laboratuvarında bulaşık yıkayarak giriş yaptım. Babam fabrikada çeşitli görevler verirdi. Lise eğitimimi tamamladıktan sonra İngiltere'de işletme okumaya başladım. Üniversitemin son senesinde eş zamanlı olarak yaklaşık bir buçuk sene lüks markalar ile çalışan bir halka ilişkiler firmasında görev aldım. Eğitimime yüksek lisans ile devam etmek için Londra'da kaldım. Lüks marka yöneticiliği masterı yaptım ve Türkiye'ye döndüm. Yurtdışında olduğum süre içinde eczane gezmekten çok keyif alırdım, bazen ülkemizde olmayan ürünleri görüp heyecanla babamı arardım. Döndükten sonra ise çocukluk hayalim olan moda sektöründe çalışmaya başladım. Çok seyahat etmem gereken bir işim vardı ve yurtdışında kendimi hep eczanelere girip ve ürün incelerken bulurdum. Bu

sayede aslında ne yapmam gerektiğini fark ettim.

**Aileniz 2014 yılında Embil İlaç'ı İspanyollara sattıktan sonra sektörden çekilmişti. Siz neden geri dönmek istediniz?**

Aslına bakarsanız, babamın işine tutkulu çalışma hali beni çok etkilemişti. Aynı tutkuyu kendi çalışma hayatımda da devam ettirmek istedim. Sektörün içinde büyüdüm ve algılarım da ona göre gelişti. Amacım, işimi günümüzün dünyasına uyarlayarak yapmak. Çünkü günümüzde tüketim alışkanlıklarımız ve ihtiyaçlarımız şekil değiştirdi. Artık her şeyin daha doğalı makbul. Ben de çalışmalarımı bu doğrultuda belirledim ve kendime hedefler koydum. Empharma olarak ilaç çalışmalarımız var, fakat bir yandan günümüzde ihtiyacımız olan ürünleri de çalışmaktayız.

## "Tüketici bilinci artıyor"

**DOĞALLAŞMA EĞİLİMİ** Son zamanlarda özellikle daha bilinçli anneler tarafından gelen bir doğallaşma eğilimi görüldü. Kısaca özetlemek gerekirse yabancı veya sentetik herhangi bir maddeyi kabul etmemek. Vücudunuzda olmayan bir hormonu almama gibi veya sadece doğada olan bitkileri şifa niyetine tüketmek gibi. Her ülke gibi Türkiye'de de doğallık konusunda giderek bilinç kazanıyor. Bundan 10 sene önce marketlerde bile kimse tükettikleri paketlerin üzerini okumazken, şimdi çoğunluk önceden araştırıp öyle satın alıyor.

**ÇİFT HANELİ BÜYÜME** Son yıllarda ilaç sanayinde yaşanan 'aşırı sentetikleşme' ve gıda ürünlerindeki 'genetik bozulma' durumu, tüketicileri doğal ürünler kullanmaya yönlendiriyor. Ülkemizdeki doğal ürünler pazarı 2019 verilerine göre 1 milyar TL'yi buldu. Her yıl çift haneli büyümesini sürdürüyor. Önümüzdeki her 5 yıl ortalama yüzde 15 ile 35 arasında büyüme öngörülüyor. Bu da bizim doğru yolda olduğumuzun bir göstergesi bence. Bizim gibi birçok sağlığa ve insana değer veren şirket doğallaşma yönünde ilerliyor.

İPEK EMBİL



Sektörde eksiklerin bir kısmını gözlemledim ve aslında bunları da doldurma istediğimden sektöre dönüş kararı aldım.

#### **Empharma ilaç nasıl kuruldu?**

Ben sektörün içinden geldiğim için hiç yabancı olmamış bir alanda çalışmaya başlayacaktım. Fakat daha hayalperest bir algım var; bazı şeyler mümkün, bazıları da değil. Bundan dolayı sektörde 60 yıllık tecrübesi olan babam Dr. Koral Embil öncülüğünde formüllerimiz yapıyor. Ayrıca Embil zamanından beri birlikte çalıştığımız Dr. Lale Kavak ve kimya mühendisi Lara Kaytanlioğlu desteğiyle ilerliyoruz. Dolayısıyla birbirini tamamlayan bir ekip olduğumuzu düşünüyorum. Kararları ortak alıyoruz, yapacağımız çalışmalara birlikte karar veriyoruz. Amacımız ise ihtiyacı karşılamak, yeni formüllerle hizmet etmek.

#### **Şirketiniz, Türkiye dışında başka ül-**

#### **kelerde de faaliyet gösteriyor mu?**

Elbette ki var, Embil zamanında 40 ülkede ruhsat almış bir ekip olarak çalışıyoruz. Şimdilik bu çalışmalarımız bize kalsın, eminim ki ilerleyen süreçte isimlerini ve yararlarını sıkça duyacaksınız zaten.

#### **Empharma ilaç'ın ilk ürünü; Hengo adında bir doğal gıda takviyesi. Empharma neden ilk ürün olarak Hengo'yu seçti?**

Daha önce de belirttiğim gibi hengo benim ilk projem; bu yüzden yeri bende her zaman ayrı olacak. Müthiş bir ekip oluşturduk, her aldığımız güzel yorumda ekibim ile tekrar tekrar gurur duyuyorum. Projenin aslında ben ve arkadaşlarımın ihtiyacından doğduğunu söyleyebilirim. Çocukluğumdan beri yurtdışındaki eczane marketleri keyifle gezer ve ülkemizdeki olmayan ürünlerle ilgilenirdim. Eğitimi

yurtdışında aldım ve orada yaşadığım süre boyunca zor sabahlarıma eşlik edebilecek bir sürü alternatifle tanıştım. İstanbul'a döndükten sonra ise burada olmayan ürünleri Türkiye ile tanıştırmak için çalışmalara başladım. Hengo'nun muadili olabilecek ürünlerde ağır ilaçlar olduğunu da görünce, tercihim bu yönde kullanarak, proje üzerinde çalışmaya başladım. Kısaca hengo zor sabahlar için yaratılmış bir gıda takviyesi olarak tasarlandı.

#### **Bundan sonra Empharma'yı hep bu kategoride mi göreceğiz?**

Empharma'nın Adyabloom serisinin mottosu doğallık olacak. Çünkü çağımızın insanı bunu arıyor, bunu istiyor. Ama sağlık sektörü içinde tek bir alana yoğunlaşmak gibi bir planımız yok açıkçası. Ama doğal ürünlerle ön plana çıkardığımız birkaç yeni projemiz var.



**Prof. Dr.  
Volkan Demir**

Galatasaray Üniversitesi  
İİBF, İşletme Bölümü ve  
Kurumsal Yönetim,  
Denetim ve Uyum  
Çalışmaları Uygulama  
ve Araştırma Merkezi  
(GSUKUYDEM)  
vdemir@gsu.edu.tr

## KOBİGİ

# KOBİ'LERDE BÜTÇE YAPMAK NEDEN ZORDUR?

Bu ay ki yazımızın konusunu KOBİ'lerde bütçe yapmak, bütçe yaparken ortaya çıkan sorunları açıklamak üzere kaleme aldım.

Büyük ya da küçüklüğüne bakılmaksızın tüm işletmelerin geleceğine ilişkin detaylı ya da kabataslak planları mevcuttur. İşletmelerin yaptığı bu planların sayısal hedefler şeklinde formatlar dizisi haline getirildiği ve faaliyetlere ilişkin detaylı öngörü modellerinin geliştirildiği bu çalışmalara bütçeleme çalışmaları, ortaya çıkan sonuçların ve hedeflerin toplandığı çalışma kağıtlarının tümüne de bütçe adı verilmektedir.

Bütçe; bir zaman periyodunda (genellikle bir mali yıl) işletmedeki finansal ve finansal olmayan kaynakların kullanımı ve satın almalar için yapılan detaylı plandır. Bütçe(ler) hazırlama süreci genellikle bütçeleme kavramı ile ifade edilmektedir.

Bütçeleme; işletmenin halihazırda devam eden faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerinin finansal etkilerinin tasarlanması sürecidir. Genellikle yıllık bütçenin düzenlenmesine ilişkin finansal, finansal olmayan ve teknik çözümleri ifade eder.

Bütçe kontrolü; bütçede saptandığı şekilde işletme faaliyetlerinin yürütülmesinin sağlanması anlamına gelir.

İşletme bütçeleri doğru hazırlandıklarında; (1) kaynakların etkin kullanımını sağlayarak verimliliğin artmasını, (2) stratejik

amaçları gerçekleştirmek için yapılan çalışmalarla karlılığın artmasını, (3) yapılan finansal planların zamanlaması ile likidite başarısını, (4) bölümler veya departmanlar arasındaki hedefleri ve dönem sonlarında bu hedeflerden sapmaları raporlaması ile de performans yönetimini sağlamaktadır.

Bir gelecek planlaması olan bütçe, ön tahminden (forecast) daha geniş kapsamlıdır. Burada söz edilen tahmin, rastgele veya genel izlenimlere dayalı yapılan tahminlerden farklıdır. İşletme ile ilgili tahminler (business forecasting), hesaplanmış ve kontrol edilmiş verilere dayanır. Bu veriler işletmeler için geliştirilmiş kurumsal kaynak planlaması (ERP)

yazılımlarından elde edilir ve bu yazılımlarda istatistik bilimi ve ürettiği bilgiler sıklıkla kullanılmaktadır. Bir işletme tahmini, belirttiği durumlara ilişkin önlemleri kapsamadıkça bütçe niteliğini kazanamaz.

KOBİ'ler incelendiğinde, birçoğunun amaçlarının kurumsallaşma olduğu ve bu süreçte de işletmelerinde bütçe sistemi kurmayı hedefledikleri gözlemlenmektedir.

Birçok KOBİ bütçe sistemi kurma çalışmaları süresince bütçelemenin temel prensiplerine uymadıklarından olumsuz sonuçlarla, boşa harcanan zamanla, değer yaratmayan faaliyetler ve de maliyetlerle karşı karşıya kalabilmektedir.





Ülkemizdeki KOBİ'lerin birçoğunda bütçe çalışmaları büyük bir istek ve çalışanları teşvikle başlamaktadır. Fakat bu süreç sürekli yönetim desteği ve sabır isteyen bir süreçtir. İşletme yöneticileri bütçeleme sürecinin herhangi bir aşamasında, bütçe sistemine inandıklarını veya bu sistemin yönetsel kararlara olumlu etkisi olabileceği fikrini kabullenmediklerini bütçe sistemi ile ilgili çalışanlarına hissettirdiklerinde bütçe çalışmaları tamamlanmadan başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir. Bu nedenle başarılı bir bütçe sistemi için yönetimin sürekli desteği çok önemlidir.

KOBİ'lerde bütçeleme çalışmaları süresince yapılan diğer bazı yanlışlıklar aşağıda sıralanmıştır.

■ Bütçeleri muhasebe yöneticilerine yaptırmak: İşletme bütçeleri işletmenin tüm organizasyonunu ilgilendirmektedir. Bu nedenle de bütçe sürecinde tüm departmanlar arasından bütçe komitesi oluşturulmalı ve her departman birbiriyle koordinasyonlu ama bağımsız bütçelerini hazırlamalıdır.

■ Bütçelerin sürekli revize

edilmesi: İşletme bütçelerinin sürekli revize edilmesi durumunda işletmelerde performans denetiminde kullanılması olanağı ortadan kalkmaktadır.

■ Maliyet bilgilerinin doğru hesaplanmıyor olması: İşletme bütçelerinin başarılı olabilmesi için, işletmede etkin bir maliyet hesaplama sisteminin tesis edilmesi gerekmektedir.

■ Hesap planı-organizasyon şeması ve bütçe ilişkisinin olması: İşletmelerin muhasebe departmanlarından elde edilen bilgiler genelde dış finansal raporlamaya dönük bilgiler olduğundan, departmanların performanslarını ölçecek ve değerlendirecek gerçek rakamlar ortaya çıkamamaktadır. Bu nedenle işletmeler hesap planı-organizasyon şeması ve bütçeler arasında uyumu sağlamalıdır. Böylece iç finansal raporlamalarda etkinlik sağlanabilecek ve zaman kayıpları en aza indirgenebilecektir.

■ Departmanlar arası iletişimin olmaması: İşletmelerin üretim departmanı üretim bütçesini, mali işler departmanı nakit bütçesini

birbirlerinden bağımsız olarak hazırlayabilmektedir. Oysa doğru olan, sistemsel yaklaşım ile bütçelerin birbirini etkileyerek düzenlenmesi ve departmanlar arası koordinasyonun sağlanmasıdır.

■ Bütçe çalışmalarında gerçekçi hedeflerin konulmaması: Birçok KOBİ bütçe çalışmalarında belirledikleri hedefleri geçmiş dönemlerin verilerini, birtakım rakamlarla çarparak oluşturmakta veya ihtiyaç duyulandan fazla kaynak kullanılacağını bütçelerde belirtmektedir. Böylece bu tür işletmelerde hedefler amaca uygun tespit edilmemekte ve bütçe sonuçları gerçekleşen sonuçlarla karşılaştırıldığında ortaya aşırı performans artışları ya da kaynak israfı çıkabilmektedir.

■ KOBİ'lerde departman yöneticileri genelde aile içinden isimlerden oluşturulmaktadır: Bu tür işletmelerde departman yöneticilerinin performansları ve başarı kriterleri objektif olarak değerlendirilememekte ve kişiler yetkileri ile orantılı sorumlu olamamaktadırlar.

■ KOBİ'lerde bütçe çalışmaları esnasında yapılan hatalar işletmeye büyük maliyetler olarak geri dönmektedir. Bu maliyetlerin başında kaynakların etkin kullanılmaması, koordinasyonun sağlanamaması ve zaman kaybı gelmektedir.

KOBİ büyüklüğündeki işletmeler satış süreçlerinden nakit akışlarına, proforma kar/zarar ile proforma bilanço kadar tüm faaliyetlerini bütçelediklerinde, bütçelenen döneme ilişkin daha az kötü sürprizlerle karşılaşma olasılığına sahip olmaktadır.

KOBİ'lerde uygun- uygulanabilir- anlamlı-pratik bilgilerle donatılmış bütçelerin ortaya çıkabilmesi için basit bütçeleme hatalarından kaçınmak gerekmektedir. Bunun yolu da işletmede bütçeleme çalışmalarına dahil olanların aynı dili konuşabilmelerinin sağlanmasıdır.



## JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN

# Esnek Ekonomiler (Gig Ekonomiler) ve Kadın Girişimciler için Alternatif Paradigma

Esnek Ekonomi aslında yeni bir olgu değil. Gig ekonomisinin adı İngilizce'ye müzik sektöründen geçmiş ve "kısa süreli iş" anlamına gelen "gig" kelimesi üzerinden kavramsallaşmış. Ürün haline dönüştürebilen her şey kendi içinde ekonomisini de üretebiliyor. Örneğin; sanat eserleri, sanatsal etkinlikler, yazılı ve görsel çalışmalar, sinema, müzik, mimari, tasarım ve hatta turizmin belirli alanlarını oluşturan yaratıcı ekonomiler/endüstriler gibi...Ekonomileri çevreleyen koşullar ve ürünler sürekli olarak değişebiliyor. Dijital iş teknolojilerinin artan katılımıyla, ekonomik süreçler kısmen statik, uzun vadeli istihdam odaklı modellerden daha yeni, daha kısa -görece kısa- bir modele geçiş yapıyor.

Dünyanın en büyük taksi şirketinden biri olan Uber, hiç araca sahip değil. En popüler sosyal medya ağı Facebook (Instagram dahil) içeriklerini kendi üretmiyor. Konaklama sağlayıcısı olan Airbnb'nin ise gayrimenkulü bulunmuyor. Örnekler çokça artırılabilir. Bununla birlikte, bu tür işletmelerin uzun süredir devam eden geleneksel iş modellerini etkili bir şekilde dönüştürdüğünü de görebiliyoruz. İşbirlikçi, paylaşımcı veya esnek ekonomiye dayalı işletmeler, işletmelerine serbest girişimcileri çekerek faaliyet gösterdiği alternatif bir

paradigmaya giden yolu da daha çok inşa etmeye başlıyor.

McKinsey Global Institute tarafından yürütmüş bir araştırmaya göre, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da 150 milyon çalışan, geleneksel tam zamanlı bir işin sınırları dışında çalışıyor. PricewaterhouseCoopers ise bir araştırmasında ankete katılan tüm çalışanların yüzde 53'ünün önümüzdeki 5 yıl içinde serbest meslek sahibi olmayı beklediklerini ifade ediyor.

Aslına bakılırsa iki ana tip çalışandan bahsedebiliriz: bağımsız (serbest) çalışanlar ve belirli şarta bağlı (koşullu) çalışanlar. Bağımsız çalışanlar, kendilerini kendi işinin sahibi olarak görenlerden oluşuyor. "Bağımsız girişimci/serbest girişimci" (freelance entrepreneur) olarak bir veya birkaç şirketin ürünlerinin veya bir ya da birkaç markanın satış faaliyetlerini kendi kurmuş oldukları networkler üzerinden yürütebilmekteler. Koşullu çalışanlar, tam zamanlı istihdamın getirdiği güvenlik ve yan menfaatler olmaksızın, normal tam zamanlı çalışanlara benzer şekilde bir şirkette sözleşmeye bağlı olarak çalışmakla yükümlüler.

Son yıllarda ikinci bir işe sahip olmanın motivasyonu ya da ek kazanç elde etmek için oluşturulan istihdam biçimlerinin daha yaygın hale geldiğini görmek mümkün.

Esnek ekonomi çalışanları veya serbest çalışanlar büyük ölçüde daha bağımsız çalışmakta. Çoğu serbest çalışanın neden bağımsız olarak istihdam edildiğine veya bağımsız girişimci olmayı tercih ettiklerine dair birkaç olası tespit yapılabilir. Bu konunun birçok kadın girişiminin de ilgisini çekebileceği kanaatindeyim.

Küçük işletmeler artık büyük miktarda kaynak yatırımı yapmak zorunda kalmadan istihdam kriterlerine en uygun yetenekleri seçip sözleşme yapabiliyorlar. Bazı işletmelerin tam zamanlı çalışanları istihdam ettirebilecek bütçeleri olmayabiliyor, ancak işlerini büyütme için yardıma ihtiyaçları bulunuyor. Serbest çalışanlar ise, kısa süreli çalışma için işletmelere kendi uzmanlık alanlarındaki veya yeteneklerindeki ürün ve/veya hizmetleri sağlamayı amaçlayabildiği gibi o işletmenin ürün veya hizmetlerinin satışından kazanç elde edebiliyor. Sözleşmelerinin doğası gereği, bu serbest çalışanların aslında mikro girişimciler olduğu görülebilir, böylelikle ekonominin yerel koşullarına yanıt verebiliyorlar ve belirli bir alanı güçlendirmeye destek olmaya çalışıyorlar.

Esnek Ekonomiler içinde serbest çalışmak veya serbest girişimci olup süreçleri ve ekibi yönetmek her zaman görüldüğü kadar kolay değil.

Yakın çevrenizden herhangi

bir destek almadan, işin tamamlanması tamamen size ait olduğu için, geleneksel bir çalışma ortamının sağlamış olduğu sosyal atmosfer olmaksızın yardım almadan çalışmak belirli bir öz disiplinli olmayı daha fazla gerekli kılmakta. Öz disiplin eksikliği, serbest üretkenliği düşürdüğünden ürün veya hizmetleriniz ne kadar iyi olursa olsun süreç içinde bu etkinin yıkımı hissedilebilir boyutlara dönüşebiliyor. Üretkenliğin artırılması gerektiğini hissedildiğinde çevreyle, anlam ve amacınızla bağlantılar kurmak iyi gelebiliyor.

Başında bir yönetici/müdür/şef olmadan çalışmayan ve bundan dolayı işleri aksatabilenlerin oranı da göz önünde tutulmalı.

Bu iş modeli çerçevesinde çalışmak günlük sosyalleşme ihtiyacınızı karşılamayı zorlaştırabilir. Evinizde

kendinizi tecrit edilmiş hissedebilir ve iş dışında inanılmaz derecede aktif bir sosyal hayatınız yoksa kendinizi yalnız hissetmeye başlayabilirsiniz. Ortaklaşa bir ofis alanı kiralaayan bağımsız serbest çalışanların sayısında bir artış olduğu da gözlenmektedir. Böylelikle sosyalleşebilecekleri kolektif bir grubun oluşması ile kendi işlerinde bireysel olarak çalışmalarına devam edebilmekteler.

Beraber düzenli çalışılacak, kalıcı ve sürdürülebilir müşteriler bulmak için sürekli iletişim ağını genişletmek, var olan müşterilerden geri bildirim almak, iyi referanslar toplamak ise son derece önemli oluyor. Esnek ekonomilerde çalışan olarak veya bir girişimi bu modelle yönetmede başarı sağlamış örneklere bakıldığında görülen diğer ortak noktalar ise zor zamanlarda danışabileceği bir destek grubunun olması,

bağımsız çalışma hayatında da olsa iş arkadaşlarının bulunması, yalnız kalmamak, fikir paylaşımı ve zaman zaman iş paylaşımı yaparak ilerlemek başarının kapılarını açan anahtarlardan oluyor.

Böyle bir ekonomik model çerçevesinde iş modeli veya girişim oluşturarak ekiplerini yönetmek isteyenler için bazı ipuçları:

■ Ekibinizdeki her bir üyenin anlam ve amaç odaklarını iyi tespit edin ki karşılıklı iş birliği güçlendirme ve motivasyonu sağlama noktasında uygun adımlar atabilesiniz.

Kendi anlam ve amaç odağımızın ekip üyelerimizin anlam ve amaç odağıyla her zaman eşdeğer olmayacağını unutmamalıyız.

■ Esnek ekonomik modeller ve esnek iş modeli/girişimcilik yaklaşımında kurum kültürü oluşturmak ve çalışanlar arasında aidiyet duygusunu oturtmak hiç de sanılan kadar kolay olmayacaktır. Bunun için ilk adımı öncelikle şirketimiz için bizim atmamız, oluşturmamız ve ekibimize dahil edeceğimiz arkadaşlarımıza en başından bunu iyi anlatmamız gerekecektir.

Unutmamamız gereken bir diğer konu ise satış grafiğine odaklanırken yönetsel başarı dinamiklerimize de odaklanmamızdır.

■ Bir işe başlarken ve sürdürürken ki niyetin saflık derecesini rekabet, hırs ve kişisel egolarla kaybetmemek belki de en önemli dikkat odağı olacaktır. Azim, karşılıklı gelişim, karşılıklı öğrenme ve güçlenme, iş birliği ve bunların sonunda gelecek kolektif kazanç ve satış grafikleri her zaman daha uzun soluklu ve daha doyum noktası yüksek işlere imza atmamızı sağlar.





**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

## 9 Şubat Çarşamba

- 16-31 Ocak 2022 dönemine ait noterlerce yapılan makbuz karşılığı ödemelere ait beyannamenin verilmesi ve ödemesi

## 10 Şubat Perşembe

- 16-31 Ocak 2022 dönemine ait petrol ve doğalgaz ürünlerine ilişkin özel tüketim vergisinin beyanı ve ödemesi

## 15 Şubat Salı

- Ocak 2022 dönemine ait alkollü içecekler, alkolsüz içecekler, tütün mamulleri ve makaronlara ilişkin özel tüketim vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait dayanıklı tüketim ve diğer mallara ilişkin özel tüketim vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait motorlu taşıt araçlarına ilişkin özel tüketim vergisinin (tescile tabi olmayanlar) beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait özel iletişim vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait banka ve sigorta muameleleri vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait kaynak kullanımını destekleme fonu kesintisi bildirim ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait ticaret sicili harçları bildirim verilmesi ve ödemesi

## 17 Şubat Perşembe

- 2021 iv. Geçici vergi dönemine (ekim-kasım-aralık) ait gelir geçici vergisinin beyanı ve ödemesi
- 2021 iv. Geçici vergi dönemine (ekim-kasım-aralık) ait kurum geçici vergisinin beyanı ve ödemesi

## 21 Şubat Pazartesi

- Ocak 2022 dönemine ait 5602 sayılı kanunda tanımlanan şans oyunlarıyla ilgili veraset ve intikal vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait ilan ve reklam vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait müşterek bahislere ilişkin eğlence vergisinin beyanı ve ödemesi ile diğer eğlence vergilerine ilişkin eğlence vergisinin ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait elektrik ve havagazı tüketim vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait yangın sigortası vergisinin beyanı ve ödemesi
- 2022 yılına ilişkin değerli konut vergisinin beyanı
- Ocak 2022 dönemine ait şans oyunları vergisinin beyanı ve ödemesi

## 24 Şubat Perşembe

- 1-15 Şubat 2022 dönemine ait noterlerce yapılan makbuz karşılığı ödemelere ait beyannamenin verilmesi ve ödemesi

## 25 Şubat Cuma

- 1-15 Şubat 2022 dönemine ait petrol ve doğalgaz ürünlerine ilişkin özel tüketim vergisinin beyanı ve ödemesi

## 28 Şubat Pazartesi

- Aylık yükleme tercihinde bulunmuş mükelleflerin, kısım 2021 dönemine ait elektronik defter beratlarının yüklenmesi
- 2022 yılı değerli konut vergisi 1. Taksit ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait katma değer vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait gvk 94. Madde ile kvk 15. Ve 30. Maddelerine göre yapılan tevkifatların muhtasar ve prim hizmet beyannamesi ile beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait istihkaktan kesinti suretiyle tahsil edilen damga vergisi ile sürekli mükellefiyeti bulunanlar için makbuz karşılığı ödenmesi gereken damga vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait kurumlar vergisi mükellefleri için turizm payının beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait haberleşme vergisinin beyanı ve ödemesi
- Ocak 2022 dönemine ait mal ve hizmet alımlarına ilişkin bildirim formu (form ba)
- Ocak 2022 dönemine ait mal ve hizmet satışlarına ilişkin bildirim formu (form bs)
- Ocak 2022 dönemine ait dijital hizmet vergisinin beyanı ve ödemesi

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

