

YATIRIMCILARIN GİRİŞİMCİLERDE ARADIĞI 5 ÖZELLİK

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

ŞUBAT 2024

KOBİ'LERE
ÖZEL DESTEK
PAKETLERİ

ENERJİDE

YENİ NESİL
GİRİŞİM
ÖRNEKLERİ

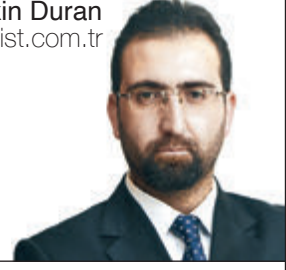
YEŞİL DESTEKLER



KOBİ'LERİN
E-TİCARET HACMI
YÜZDE 118 ARTTI

ÜÇ GİRİŞİMCİ
ANNE GIDA
MARKASI YARATTI

"ULUSLARARASI
PAZARDA BÜYÜME
HEDEFLİYORUZ"



Dünyayı çocuklarımıza bırakırken...

**“Yeryüzü bize atalarımızdan miras kalmadı,
çocuklarımızdan ödünç aldık.”**

Bu meşhur Kızılderi atasözü, artık her zamankinden daha manidar. Zira, sanayi devriminden bu yana geçen yaklaşık 200 yıllık süreçte, dünyamızı on binlerce yıllık medeniyet tarihinin hiçbir döneminde olmadığı kadar kirlenmeyi başardık.

Teknolojideki gelişim, insanlığı sadece birkaç 10 yıl öncesinde bile hayal edilemeyecek noktalara taşımış durumda. İnsanoğlu gündelik yaşamında hiç olmadığı kadar konfor içerisinde. Ortalama yaşam süresi 100 yıl önce 40 civarındayken, şimdi 80-90'lar konuşuluyor.

Ancak bu 'ilerleme'nin bedeli ne oldu diye düşünmek de gerekiyor. Sanayi üretimindeki akıl almaz sıçrama ve yeni teknolojilere yapılan yatırımlar, küresel çapta yer altı ve yer üstü kaynakların kullanımındaki hoyratlıkla birleşince, karşımıza ne yazık ki iklim krizleri, pandemiler, soyu tükenen canlılar gibi pek çok acı tablo çıkarmış durumda.

Peki bu tabloyu geri çevirmek mümkün mü? Elbette mümkün. Ama geç olmadan, çocuklarımızdan ödünç aldığımız dünyayı onlara iade ederken utanmamak için ilk yapılması gereken şey, enerji verimliliğine yoğunlaşmak, yeşil enerji üretimini desteklemek olmalı.

Biz de bu sayımızda kapak konumuzu Türkiye'de enerji verimliliğine yönelik verilen desteklere ve yeni nesil yeşil enerji girişimlerine ayırdık.

Özellikle KOBİ'ler ve yeni girişimciler, Dünya Bankası desteğiyle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından “Türkiye Yeşil Sanayi Projesi” adıyla hayata geçirilen desteklerden mutlaka faydalanmalı.

Projenin amacı Türkiye'de sanayinin sürdürülebilir ve verimli yeşil dönüşümü desteklemek olan projenin toplam bütçesi 450 milyon dolar olarak belirlendi. Proje kapsamında hibe ve geri ödenebilir finansman sağlanacak.

İyi okumalar.

KOBİ
GİRİŞİM**Ekonomist**EKONOMİ,
İŞ VE FİNANS
HABER DERGİSİYAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.**GENEL MÜDÜR** Cem M. Başar
YAYIN DİREKTÖRÜ Sedef Seçkin Büyük
GENEL YAYIN YÖNETMENİ (Sorumlu) Talip Yılmaz
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ Gözde Yeniova Saylak
HABER MÜDÜRÜ Aram Ekin Duran
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar**HABER MERKEZİ**Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü),
Burcu Tuvaş (Haber Editörü),
Sibel Atik (Haber Editörü), Ceren Oral Balaban
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ
Funda Demirci Ayan**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 577 31 56
ekonomist@doganburda.com**YÖNETİM****SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkork
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FINANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ Eren Demir
REKLAM**REKLAM VE ETKİNLİK GRUPO BAŞKANI**Ali Erman İleri
REKLAM GRUPO BAŞKAN YARDIMCISI
Seda Erdoğan Dal, Neyran Çınar
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Burcu Acavut, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Maya Yılmaz, Mürvet Yılmaz
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0212 336 53 61-62**HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ** AyselSener Tel: 0 212 336 53 75
REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ
Hülya Erdoğan Tel: 0 212 336 53 72
REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**Sezinur Balıkcıoğlu
REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey Tel: 0 312 577 31 56**ETKİNLİK ve MARKA YÖNETİMİ****ETKİNLİK ve PROJE KOORDİNATÖRÜ** Nihal Ayan
MARKA YÖNETMENİ Nil Özarpak**YÖNETİM YERİ**Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81**BASKI**Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Umraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08
www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716**DAĞITIM**

Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık

üyесidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300

ÇALIŞMA SAATLERİabone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

İÇİNDEKİLER



İklim değişikliği nedeniyle küresel çapta yaşanan sorunlara her geçen gün bir yenisi eklenirken, yeşil enerji üretiminin önemi de giderek daha fazla anlaşılıyor. Ülkelerin net sıfır karbon emisyonu hedeflerine ulaşmak için yaptıkları çalışmalara ek olarak, enerji sektörüne odaklanan pek çok girişim de bu alanda teknolojiler geliştirmeye devam ediyor. Türkiye’de de hem kamu kurumları hem üniversiteler hem de yeni nesil girişimciler, bu alanda kolları sıvamış durumda.



ABD Ticaret Odası, Amerika’nın En Başarılı KOBİ’lerini açıkladı. Türk girişimcilerin ABD’de şirketleşmesi için 50 eyalette şirket kuruluşu, vergi, muhasebe alanlarında danışmanlık sunan Türk girişim Manay CPA, ABD Ticaret Odası tarafından Amerika’nın En Başarılı 70 KOBİ’si arasında gösterildi.



Pionr; finansal teknoloji girişimleri kuran, geliştiren ve büyümeleri için gerekli stratejilerle aktif olarak güçlendiren bir girişim kurucu teknoloji şirketi. Pionr Kurucu ve CEO’su Yakup Sezer; beş yılda altı gelişmekte olan pazarda 20 milyon dolar yatırım yapmayı, yedi girişimi kurup büyütmeyi ve en az iki lisansa sahip olmayı hedeflediklerini kaydediyor.

05 MOBİL PLATFORM

Doping Hafıza’dan yurtdışı atağı

06 KOBİ Gündemi

08 KAPAK KONUSU

Enerjide yeşil destekler

12 GARANTİ BBVA PARTNERS

“Uluslararası pazarda büyüme hedefliyoruz”

14 KOLEKSİYON

Dünyada ilginin arttığı ‘hatıra para’ işinde büyüyor

16 E-TİCARET

KOBİ’lerin e-ticaret hacmi yüzde 118 arttı

18 MOBİLYA

60 ülkeye bebek ve genç odası ihraç ediyor

19 MALİ MÜŞAVİRLİK

ABD’nin en iyi KOBİ’leri arasına girdi

20 MOBİL ÇÖZÜMLER

“Turizmde odağımız deneyim pazarlaması”

22 GIDA

Üç girişimci anne gıda markası yarattı

24 FİNANSAL TEKNOLOJİ

“Beş yılda 20 milyon dolar yatırım yapacağız”

26 GENÇ GİRİŞİMCİLİK

Türkiye’de girişimcilik liselerde 81 ile yayıldı

27 ETKİNLİK

GİV’in Girişimcilik Köprüsü Çin’e uzandı

28 SOSYAL İNOVASYON

‘İyi Şirket’ olmak isteyen girişimlere yeni fırsat

30 KOZMETİK

“İki markamızla da iddialı büyüyeceğiz”

32 FINTECH

Fintech’lerin geleceğini beş trend şekillendirecek



2020 yılında yatırım alarak anonim şirket olarak kurulan ve şirketlere teknik servis hizmeti veren ServisSoft’ın Yönetici Ortağı Emre Pehlivanlı, “Hollanda ve DACH bölgesi olmak üzere uluslararası pazarda genişleme için hızla çalışmalarımıza devam ettiriyoruz. Bu bölgelerdeki hedeflediğimiz pazar hacimlerine ulaştıktan sonra İngiltere ve Amerika pazarlarına açılmayı planlamaktayız” diyor.



Dünyada 8,7 milyar dolarlık bir hacme sahip olan para koleksiyonerliğine ilgi artıyor. Hatıra para basan şirketlerin de iş hacmi büyüyor. Bu alanda faaliyet gösteren MaxGrey’in genel müdürü Poyraz Çini, “Avrupa’da tarihi dönüm noktalarıyla ilgili hatıra banknotlara giderek artan bir eğilim var. Bazı nadir edisyonların değeri beş yıl içinde yüzde 20-30’a kadar yükseldi” diyor.

34 KIRTASIYE

50 ülkeye lüks ajanda satıyor

35 DANIŞMANLIK

“KOBİ’ler mali disipline ve tasarrufa odaklanmalı”

36 Prof. Dr. Volkan Demir:

Yolsuzluk Algı Endeksi Raporu ve Uluslararası Rapor

38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:

Sürdürülebilirlik Ekseninde Dijital Pazarlama ve Greenwashing (1)

40 Cem Ener:

Yatırımcıların Girişimcilerde Aradığı 5 Özellik

42 VERGİ TAKVİMİ

Doping Hafıza'dan yurtdışı atağı

Pandemi döneminde büyümesine hız katan küresel öğrenme teknolojileri (edtech) pazarı 250 milyar doları aşan bir büyüklüğe ulaştı. 2025 yılına kadar 350 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşması beklenen pazarın önemli oyuncularını yeni döneme yatırımlarla giriyor. Dijital öğrenme platformu Doping Hafıza da bunlardan biri. 2011 yılında kurulan Doping Hafıza, iç pazarın yanı sıra yurtdışında da büyüme hedefi koydu.

Dopiverse markasıyla yurtdışına adım atan şirket, Amerika'dan, Kanada'ya İngiltere'ye kadar farklı ülkelerde hizmet vermeye başladı. İlkokul kademesindeki çocuklar için tamamen güvenli, eğlenceli eğitsel bir oyun evreni oluşturduklarını söyleyen Doping Hafıza CEO'su Mert Kalkavan, "Bunu biz inşa ettik ve şu an halihazırda sadece Türkiye'den değil, yurt dışından çocuklar bunun içerisinde birbirleriyle aktivite yapıyor ve yaptığı her aktivitede çok değerli beceriler öğreniyorlar" diyor. Şirketin diğer önemli adımı da yeni Doping Hafıza Dijital Öğrenme Platformu oldu. Tamamen yeni özelliklerle donatılan ve yapay zekayla da zenginleştirilen platformu daha geniş kitlelere yaymayı hedeflediklerini belirten Kalkavan, "Doping Hafıza olarak Türkiye'de belli bir noktaya geldik. Bundan sonraki birkaç amacımız hem Türkiye'de kapsamımızı daha çok genişletmek, yükseköğrenim tarafına da adım atmak ve farklı kategorilere geçmek hem de yurtdışına adımlar atmak ki bunun ilk bebek adımlarını atmaya başladık bile diyebiliriz" diyor. 2023 yılında iki kat büyüdüklerini söyleyen Kalkavan, bu büyüme ivmesini devam ettireceklerini söylüyor.

Yapay zekaya odaklanan öğrenme platformu Doping Hafıza, Dopiverse markasıyla yurtdışına açıldı. Doping Hafıza CEO'su Mert Kalkavan, "Türkiye'de kapsamımızı genişletirken yurtdışında hızlı bir büyüme hedefliyoruz" diyor.

"Yapay zeka kullanıyoruz"

"Yapay zekayı en efektif şekilde kullanarak öğrenme kalitesini en üst seviyeye çıkarmayı hedefliyoruz. Yazılım sistemlerini birbirine entegre ederek sistematik ve bütüncül yazılım mimarisi inşa ettik. Böylelikle sistemde bulunan tüm öğrenciler hem eş zamanlı ve kesintisiz olarak video izleme ve ders çalışma imkanı hem de kişiselleştirilmiş çalışma programlarını kurulum imkanı buluyor. Teknoloji yatırımlarımız artarak devam ediyor, teknoparkta bulunan AR-GE üssümüzde sistem iyileştirmelerimizi düzenli olarak sürdürüyoruz."

200 kişilik AR-GE ekibi var

200 kişilik AR-GE ekibinin geliştirdiği yapay zeka destekli ders koçu, öğrenci gelişimini öğrencinin yaşını baz alarak gerçek zamanlı takip ediyor. Yeni platform aynı zamanda canlı bireysel ders koçluğu gibi birçok özelliği kullanıcı deneyimine sunuyor. Amaçlarının en iyi içerikleri, en iyi teknolojiyle sunarak, en iyi öğrenme deneyimini hem coğrafi ve maddi anlamda erişilebilir

kılmak olduğunu söyleyen Kalkavan, "Bunun için sistemimizde hem çok zengin interaktif içeriklere ulaşabiliyorsunuz ve dilediğiniz zaman canlı, branş uzmanlığından destek alabiliyorsunuz. Veyahut bireysel koçluk da alabiliyorsunuz. Bunun haricinde 7/24 sizi sorularınıza cevap veren bir yapay zeka ders koçumuz da sistemin içerisinde. Şu an Türkiye'nin 81 ilinden 100 binin üzerinde kullanıcıyı yapay zekanın bu özelliğiyle tanıştı" diyor.

Şu an öğrenciler kişiselleştirilmiş programları ile 70 bini aşkın video, tamamı çözüm videolu 150 bini aşkın soru, 5 bini aşkın konsept, 20 bini aşkın görsel ve animasyon, 350 bin dakikayı aşkın içeriklerden kesintisiz olarak faydalanabiliyor. Kalkavan, "Nihai hedefimiz ise tüm global ekosistemde bilinen, teknoloji üreten, çağdaş öğrenme teknolojileri ile insanların hayatlarına değer katan dijital bir teknoloji şirketi olmak" diye konuşuyor.

MERT KALKAVAN





Sosyal Girişim AYA'dan istihdam fırsatı

■ Yeni mezunların iş arama sürecinde işverenlerin talep ettiği spesifik beceri setlerine ulaşmakta çektikleri zorluk düşünülerek, eğitim ve iş dünyası arasında köprü kurma amacı güden AYA (Anadolu Yetenek Akademisi), mezunlara mentorluk ve istihdam edilme fırsatları sunarak bu sıkıntılara çözüm olmayı hedefliyor. Aynı zamanda, bu sosyal girişim, iş ortamına hazır yeni mezunları yetiştirirken, diğer bir yandan da bu sosyal girişim içerisinde yer alan işverenlere tecrübeli mezun ve nitelikli personel sağlamaya devam ediyor. AYA Genel Müdürü Neslihan Burkut Kaplan, proje ile ilgili: "Ülkemizin kalkınması için üretime ve iş gücüne ihtiyacı var. Kalkınmayı artırmak için yeni mezunlara istihdam yaratıp onları bir an önce iş hayatına dahil etmemiz gerekir. Üniversitelerden Üretime ismiyle başlattığımız sosyal sorumluluk projemiz şu anda Türkiye'nin her bölgesindeki birçok üniversitenin yanı sıra, sektörden, kurumlardan iş birlikleri ile sosyal bir girişime dönüştü. Bu proje ile, genç yeteneklere iş dünyasına daha hızlı ve başarılı bir şekilde entegre olma şansı tanıyoruz" dedi.

YASED ve TÜBİTAK'tan teknoloji girişimleri için iş birliği

■ Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED), TÜBİTAK ile iş birliğini daha kurumsal bir çerçeveye kavuşturmak amacıyla bir protokol imzaladı. Bu



anlaşma ile, YASED üyesi firmaların Ulusal Yenilik Ekosistemindeki yerinin güçlendirilmesine yönelik iş birlikleri çeşitlendirilecek, mevcut desteklerin daha etkin kullanılması sağlanacak. YASED'in derin teknoloji girişimlerini desteklemeye yönelik yürüttüğü Deep Tech Enhancer Projesi

ve TÜBİTAK'ın Tech-InvestR Girişim Sermayesi Destekleme Programı gibi girişimci ekosistemini destekleyen proje ve programlara katılımlar artırılacak. KOBİ'lere yönelik mentörlük ve uzman desteği sağlama yönünde çalışmalar yapılacak. YASED üyesi kuruluşlar öncül araştırmalar gerçekleştirmek üzere yönlendirilecek. YASED'in Ankara ofisinde düzenlenen imza töreninde konuşan YASED Başkanı Engin Aksoy, "TÜBİTAK ile yakın ilişkilerimizi pekiştirecek bu protokolün hem kurumlar olarak bizlere hem yatırımcılarımıza büyük faydalar sağlayacağına eminiz" dedi. TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Hasan Mandal da TÜBİTAK'ın 60 yıldır bilim, teknoloji, yenilik ekosistemini fonlayan, destekleyen bir kurum olduğunu kaydederek, "Türkiye'nin 12. Kalkınma planındaki hedeflerin gerçekleştirilmesi sürecinde TÜBİTAK olarak bizlerin ve sektördeki sizler gibi paydaşların yakın iş birliğine ihtiyaç var" dedi.

İnci Radar start up'ları inovasyona çağırıyor

■ İnci Holding'in açık inovasyon programı İnci Radar, Türkiye'nin lider jant üreticisi Maxion İnci Jant Grubu'yla birlikte girişimci firmalara "Konteyner Sevkiyatlarında Yenilikçi ve Sürdürülebilir



Palet Çözümleri" başlığında inovasyon çağrısında bulundu. Çağrıda, teknoloji tedarikçilerinden "Alternatif jant taşıma malzemelerinin araştırılması ve 1

adet konteynere mevcutta 432 adet yükleme yapılan "22,5x11,75" trailer jantının yükleme adedinin artırılarak çevreci ve yenilikçi ürün geliştirilmesi" isteniyor. İnci Radar, başvuru yapacak teknoloji tedarikçilerinden; tahta palet yerine karbon ayak izini azaltacak alternatif malzemeler sunmalarını, farklı paketleme malzemelerinin kullanılmasını, CO2 salınımının ve birim navlun maliyetlerinin azaltılmasını, konteyner içi yükleme adedinin artırılmasını, maliyet avantajı sağlamasını, çözümün müşteri tarafında da uygulanabilir ve yaygınlaştırılabilir olmasını bekliyor. İnovasyon çağrısı ile ilgili başvurular 26 Ocak 2024 tarihinde başlıyor. Çağrıya katılmak isteyen firmalar, başvurularını 20 Şubat 2024 tarihine kadar <https://inciradar.com/> web sitesi üzerinden yapabilecekler.



Teknoloji girişimcilerine 10 yeni yatırım

■ Boğaziçi Ventures'in aktif olan erken aşama yatırım fonu BV Growth, 2023 yılında 10 yeni girişime ve 8 portföy şirketine devam yatırımları dahil toplamda 150 Milyon TL'lik yatırım yaptı. Portföyü ağırlıklı oyun ve oyun teknolojileri girişimlerinden oluşan BV Growth fonu, fintek, perakende teknolojileri, SaaS teknolojileri, dijital sağlık, iK ve eğitim teknolojileri alanlarında da yatırımlarına devam etti. Bu dikeylerde yatırım ile ölçeklenebilir ve uluslararası pazarlarda hızla büyüme gösterebilecek girişimlere odaklanan Boğaziçi Ventures, 'disruptive innovation' temelli, geleceğin önde gelen oyuncularına aday, yapısal değişim vaat eden yenilikçi projelere yatırım yaparak portföyünü genişletiyor. BV Growth Fonu, 2023 yılında toplam portföy şirketi sayısını 31'e çıkardı, fon değeri de %110 arttı. Boğaziçi Ventures, 2024 yılında da BV Growth fonu ile yatırımlara hız kesmeden devam ediyor olacak. Boğaziçi Ventures 2024 yılında yapacağı yeni yatırımlar ile birlikte toplam portföy şirketi sayısını 50'nin üzerine çıkarmayı hedefliyor. Boğaziçi Ventures Yönetici Ortağı ve CEO'su Barış Özistek yaptığı açıklamada; "2024 yılında tüm girişim sermayesi yatırım fonlarımız aracılığıyla toplam 20 milyon Amerika Doları üzerinde yatırım yapmayı planlıyoruz. Farklı stratejilere ve çıkış planlarına ait bu yatırım fonlarımız hem ekosisteme hem de yatırımcılarımıza katma değer üretmeye devam edecektir" dedi.

E-ticaret'te uzmanlık eğitimi programının 2'ncisi tamamlandı



■ Yemeksepeti, Türkiye e-ticaret ekosisteminin nitelikli işgücü ihtiyacına cevap vermek amacıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Türkiye E-Ticaret Meclisi tarafından hayata geçirilen TOBB ETÜ SEM E-Ticaret'te Uzmanlık Eğitimi Sertifika Programı'na desteğini sürdürdü. Proje kapsamında Yemeksepeti yöneticileri, ilk eğitim oturumlarını 16 Ağustos günü geniş bir katılım ilgisıyla gerçekleştirilmişti. Programın birinci döneminde, sertifika almaya hak

kazananlar, sektördeki gelişmeleri yakından takip eden ve sektöre yenilikçi bakış açıları sunan profesyoneller olarak yetişti. 21 Aralık'ta Yemeksepeti'nin katkısıyla gerçekleşen ikinci eğitim oturumla birlikte eğitime katılan kişi sayısı 117'yi buldu. TOBB liderliğinde ve Yemeksepeti'nin ana destekçiliğinde yürütülen projeye bir yıl içinde 500 kişiye e-ticaret eğitimi verilmesi hedefleniyor. Katılımcılara, teorik ve pratik bilgileri bir arada sunmayı amaçlayan eğitimler, TOBB ETÜ Sürekli Eğitim Merkezi (SEM) eğitmenleri ve sektördeki deneyimli profesyoneller tarafından veriliyor. Bu stratejik işbirliği, sektörün sürdürülebilir büyümesine önemli katkılar sağlıyor ve Yemeksepeti, bu girişimle hem sektörel gelişime katkı sunuyor hem de e-ticaret sektöründeki nitelikli insan kaynağının artırılmasına destek oluyor. Başarılı katılımcılar, TOBB ETÜ SEM tarafından sertifikayla onurlandırılırken, program ayrıca 6 Şubat depreminden etkilenenlere yönelik kontenjan dahilinde ücretsiz eğitimler de sunuyor.

Girişim sermayesi yatırımları 7 çeyrektir düşüyor



■ KPMG'nin yayımladığı "Venture Pulse" raporuna göre küresel çapta girişim yatırımları 2023 yılının 3. çeyreğinde de yedi çeyrektir süregelen düşüş trendini devam ettirdi. Global ölçekte 7 bin 435 yatırım işleminin gerçekleştiği 2023 yılının 3. çeyreğinde toplam yatırım miktarı 77,05 milyar dolara geriledi. En fazla yatırım çeken 10 girişimden 4'ü Çin, 3'ü ise ABD merkezli şirketler oldu. Yatırımcıların yapay zekâ alanında faaliyet gösteren girişimlere ilgisi artarken enerji ve temiz teknoloji de cazibesini koruyan diğer alanlar oldu. Raporu değerlendiren KPMG Türkiye M&A Danışmanlık Hizmetleri, Şirket Ortağı Özge İlhan, şunları söyledi: "Risk sermayesi yatırımcıları, potansiyel yatırımlarla ilgili daha fazla temkinli davranışa da yapay zekâ odaklı girişimlere ilgilerini sürdürdüler. Temiz

teknoloji ve enerji ile elektrikli araçlar alanlarında faaliyet gösteren girişimler de küresel çapta yatırımcıların önemli ölçüde ilgisini çekmeye devam eden diğer dikeyler olarak öne çıktı. Önümüzdeki çeyrekte de girişim sermayesi yatırımlarının küresel olarak nispeten yatay bir seyir izlemesini bekliyoruz. Ancak yapay zekâ muhtemelen dünyanın tüm bölgelerinde çok cazip bir yatırım alanı olmaya devam edecek gibi görünüyor. Yapay zekâda sektördeki büyüme göz önüne alındığında, bu alandaki yeni regülasyonlar da önümüzdeki çeyreklerde izlenmesi gereken bir konu olacaktır."



2024 KOBİ'ler için 'ikiz dönüşüm' yılı

■ OSTİM Organize Sanayi Bölgesi Sanayici İş İnsanları Ve Yöneticileri Derneği (ORSİAD) Yönetim Kurulu adına bir açıklama yapan Başkan Levent Çamur, 2024 yılının KOBİ'ler için "yeşil dönüşüm ve dijital dönüşüm" farkındalık yılı olması için radikal adımlar beklediklerini söyledi. Başta sanayiciler olmak üzere reel sektörün tüm taraflarının yeşil dönüşüm ve dijitalleşmeye hazırlanması gerektiğini söyleyen Çamur, "Bunun için de KOBİ'leri harekete geçirecek kapsamlı planlamalar yapılmalı, plan 'bir ortak akıl' tarafından oluşturulup yürütülmelidir. Açık söylemek gerekirse KOBİ'lerin öncelikli sınavlarından biri bu ikiz dönüşüm sınavıdır. Ancak bu sınavın tek başına verilmesi mümkün değildir" dedi. Başarılı bir yeşil dönüşüm programının, Türk ihracatçısını global pazarda rekabet edebilir hale getireceğinin altını çizen Başkan Çamur, sözlerini şöyle sürdürdü: "KOBİ'lerin global pazardaki rekabete ayak uydurabilmesi için dijital dönüşümü gerçekleştirmenin yanı sıra karbon ayak izini en aza indirecek koşulları da oluşturmamız gerekiyor. Yeşil dönüşüm sayesinde küresel piyasalardaki etkinliğimiz ve özellikle Avrupa Birliği pazarındaki gücümüz artacak, yabancı yatırımcıların ülkemize dönüşü hızlanacaktır. En önemlisi de insan ve çevre sağlığının korunması, üretimde tasarrufla elde edilecek ekonomik büyüme..."

ENERJİDE YEŞİL DESTEKLER

İklim değişikliği nedeniyle küresel çapta yaşanan sorunlara her geçen gün bir yenis eklenirken, yeşil enerji üretiminin önemi de giderek daha fazla anlaşılıyor. Ülkelerin net sıfır karbon emisyonu hedeflerine ulaşmak için yaptıkları çalışmalara ek olarak, enerji sektörüne odaklanan pek çok girişim de bu alanda teknolojiler geliştirmeye devam ediyor. Türkiye’de de hem kamu kurumları hem üniversiteler hem de yeni nesil girişimciler, bu alanda kolları sıvamış durumda.

Türkiye’nin ilk enerji verimliliği eylem planı olan Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (2017-2023) 2 Ocak 2018 tarihinde yürürlüğe girmişti. 6 farklı sektörde bulunan 55 adet eylemin hayata geçirilmesi ile 2023 yılına kadar 10,9 milyar dolar yatırım ile kümülatif olarak 23,9 milyon ton eşdeğer petrol (MTEP) enerji tasarrufu sağlanması hedefleniyor. Bu da 2023 yılı sonu itibarıyla Türkiye’nin birincil enerji tüketiminde yüzde 14 oranında bir azalma sağlanması anlamına geliyor. 2033 yılına kadar sağlanması beklenen tasarruf karşılığı ise 30,2 milyar dolar olarak hesaplanıyor.

Peki, gerek enerji verimliliği sağlamak isteyen KOBİ’ler, gerekse enerji verimliliği alanında faaliyet göstermek isteyen girişimciler,

yeni dönemde hangi desteklerden yararlanabilir?

YEŞİL SANAYİ DESTEK PROGRAMI

Dünya Bankası desteğiyle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından Türkiye Yeşil Sanayi Projesi hayata geçiriliyor. Projenin amacı Türkiye’de sanayinin sürdürülebilir ve verimli yeşil dönüşümü desteklemek olan projenin toplam bütçesi 450 milyon dolar olarak belirlendi. Türkiye Yeşil Sanayi Projesi’nin birinci bileşeni KOSGEB, ikinci bileşeni TÜBİTAK, üçüncü bileşeni Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülüyor. KOSGEB tarafından yürütülecek olan birinci bileşenin proje bütçesi 250 milyon ABD

dolar olurken, TÜBİTAK tarafından yürütülecek olan ikinci bileşenin proje bütçesi 175 milyon ABD doları olarak belirlendi. Proje kapsamında hibe ve geri ödenebilir finansman sağlanacak. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülecek olan üçüncü bileşenin proje bütçesi ise 25 milyon dolar açıklandı. Bu projelerin ayrıntıları ve başvuru koşulları ise şöyle:

KOSGEB, TÜBİTAK ve T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde, küçük ve orta ölçekli işletmelere yeşil dönüşümün verimli bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlamak amacıyla yeni bir destek programı yayımladı. Projeye 250 kişiden az çalışanı olan ve yıllık net satış hasılatı veya

ENERJİ VERİMLİLİĞİ NEDİR?

Enerji Verimliliği; binalarda yaşam standardı ve hizmet kalitesinin, endüstriyel işletmelerde ise üretim kalitesi ve miktarının düşüşüne yol açmadan, birim veya ürün miktarı başına düşen enerji tüketiminin azaltılmasıdır. Bir ekonominin gelişebilmesi ve bu gelişmenin uzun süreli ve sürdürülebilir olması; ihtiyaç duyulan enerjinin yeterli miktarda, en az maliyetle, güvenilir bir şekilde ve çevreye en az zarar veren yöntemlerle temin edilebilmesine bağlıdır. Enerji verimliliği; artan enerji ihtiyacımızın karşılanmasında en temiz ve en ucuz enerji kaynağıdır. Enerji arz güvenliği ve kaynak yönetimi demektir. Üretkenlik ve daha fazla istihdam demektir. Ayrıca iklim değişikliği ve yoksullukla mücadele edebilmektir. Bununla birlikte Türkiye gibi enerji ithalatına her yıl on milyarlarca dolar ödeyen Türkiye için cari açığın azaltılması için çok önemli bir araçtır. Enerji verimliliği, ekonomik büyüme ve sosyal kalkınma hedeflerinin sürdürülebilirliği ile doğrudan ilişkili olması diğer taraftan ise sera gazı salınımlarının azaltılmasında oynadığı kilit rol nedeniyle hassasiyetle ele alınması gereken alanların başında geliyor.



YEŞİL ENERJİ GİRİŞİMİ NASIL KURULUR?

■ **İş Planlaması:** Bir girişimin başarılı olmasının yolu, ilk olarak net bir planlamadan geçiyor. Bir iş planı hazırlamak, girişiminizin özelliklerini ve hedeflerini belirlemenize de yardımcı olur.

■ **Tüzel Kişilik Oluşturma:** En yaygın tüzel kişilik türleri arasında; şahıs şirketi, ortaklık ve limited şirketi yer alıyor. Bir tüzel kişilik oluşturmak, sizi ilerleyen dönemlerde karşı karşıya kalabileceğiniz sorunlara karşı daha güçlü bir pozisyona taşıyor.

■ **Gerekli İzin ve Ruhsatların Alınması:** Gerekli izin ve ruhsatların alınmaması para cezasından girişiminizin kapanmasına kadar pek çok soruna neden olabileceğinden işinizi kurmadan önce almanız gereken izin ve ruhsatların neler olduğu hakkında detaylı bilgi sahibi olmanız önem taşıyor. Bunun yanı sıra özgün bir ürün geliştiriyorsanız bu ürünün telif hakkını almak da girişiminizin geleceği için yararlı olacaktır.

■ **Marka Tanıtımı:** Yeşil enerjinin; temel enerji kaynaklarından biri olması dolayısıyla geleneksel ancak günümüzde en çok kullanılan enerji kaynaklarına yeni bir alternatif olduğu için de bu geleneksellikten ayrıldığı söylenebilir. Bu nedenle markanızı tanıtırken, yeşil enerjinin her iki yönünü de vurgulamanız önem taşıyor.

■ **Tutarlılık:** Bir yeşil enerji girişimi kuruyorsanız, doğayı korumak için gösterdiğiniz çabanın işinizin her alanına yansması önem taşıyor. Bunun için basılı ilanlar, broşürler kullanmak yerine pazarlama stratejinizi tamamen dijital odaklı olarak geliştirebilir, ofisinizde geri dönüştürülebilir malzemeler kullanabilir ve ekip arkadaşlarınızı sürdürülebilir olmaya teşvik edebilirsiniz. Bu anlamda yaptığınız tüm çalışmalarını ise hedef kitlenize net bir şekilde anlatmanız, girişiminizin başarısına katkı sağlayacaktır.

mali bilançosundan herhangi biri 500 milyon TL'yi aşmayan KOBİ'ler başvurabilecek.

Program neleri kapsıyor?

1) Güneş Enerji Yatırımları (14 milyon TL, geri ödemeli): Güneş Enerji Sistemi kapsamında işletmelerinin gerçekleştireceği yatırımların çatı üstü ve/veya işletmelerin faaliyet gösterdiği bina/binalara bütünlük şeklinde kurulması için başvuru yapmaları bekleniyor.

2) Sanayide Temiz ve Döngüsel Ekonominin Sağlanması (4 milyon TL, geri ödemeli):

- Enerji verimliliği,
- Su verimliliği,
- Ham madde verimliliği,
- Sürdürülebilir ve iklime dayanıklı atık geri dönüşümü,

● Endüstriyel simbiyoz ve döngüsel ekonomi, çalışmalarına destek sağlanacaktır.

Proje Başvuru Tarihi:

08 Aralık 2023 - 30 Kasım 2024

Ödeme Planı: Destekler geri ödemeli ve faizsiz olarak uygulanacak. Geri ödemeler, proje süresinin bitiş tarihinden sonra 12 ayı



ödemesiz olmak üzere, dörder aylık dönemler halinde 6 eşit taksitte yapılacak. İlk taksitin geri ödeme tarihi, proje süresinin bitiş tarihinden sonraki 12 aylık süreyi takip eden ilk iş günü olarak belirlendi.

KOSGEB'İN YÜRÜTECEĞİ PROJELER

KOSGEB tarafından yürütülecek "Sanayi KOBİ'lerinin Güneş Enerjisi Yatırımlarının Desteklenmesi" projesi, endüstriyel faaliyetlerde enerji sistemlerinin karbonsuzlaştırılmasını ve KOBİ'lerin enerji maliyetlerini düşürerek rekabet güçlerini artırmayı hedefliyor. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artırılması ve sanayide temiz, güvenilir enerji dönüşümüne ilişkin faaliyetlerde enerjinin güvenli ve sürdürülebilir olması öncelikli olarak değerlendirilecek. Proje bileşeni kapsamında on-site olarak tariflenen çatı üstü GES ve sanayi tesisi içerisindeki bileşik GES projeleri desteklenecek.

"Temiz ve Döngüsel Ekonomi için Sanayinin Mobilize Edilmesi" projesiyle de KOBİ'lerin çevresel sürdürülebilirlik, rekabet edebilirlik, yatırım fırsatları, dijitalleşme ve kaynak temininde kapasitelerinin geliştirilmesine ve öncelikli ihtiyaçlarının çevresel duyarlılık ve kaynak verimliliği olarak karşılanmasına katkıda bulunmayı amaçlıyor. Bu projede;

- Enerji verimliliği (örneğin, daha yüksek verimli fırınlar);
- Su verimliliği;
- Hammadde verimliliği (örneğin, süreçlerin yapay zeka optimizasyonu);
- Sürdürülebilir atık geri dönüşümü (örneğin, tekstilde sentetik liflerin geri dönüşümü);
- Endüstriyel simbiyoz,
- Döngüsel ekonomi (örneğin, gıda atıklarından organik gübre üretimi) ve benzeri yatırımlar desteklenecektir.

Proje kapsamında üretimde enerji ve su tüketiminin azaltılması, atıklarının yönetilebilir olması, makine modernizasyonu ve ürün yaşam döngüsü yönetimi ise temiz ve döngüsel ekonomi kavramları çerçevesinde önceliklendirilecek.

TÜBİTAK'IN YÜRÜTECEĞİ PROJELER

Türkiye Yeşil Sanayi Projesi kapsamında TÜBİTAK bünyesinde hayata geçirilecek "Yeşil Dönüşüm Odaklı Ar-Ge ve Yenilik" proje-

si ile, 175 milyon dolar bütçe ile Türkiye’de veya diğer pazarlarda yer alacak yeni yeşil teknolojilerin, ürünlerin veya süreçlerin geliştirilmesini içeren ve yeşil inovasyon faaliyetlerinde bulunan firmalar desteklenecek. Teknoloji tabanlı başlangıç firmaları, KOBİ’ler ve büyük firmaların yanı sıra üniversiteler, araştırma altyapıları ve kamu araştırma merkezleri de bu destekler ile yeşil dönüşüm odaklı teknolojik çözümleri geliştirebilecek.

Yeşil üretime, daha yüksek enerji ve kaynak verimliliğine katkıda bulunan Ar-Ge, prototip geliştirme, standart geliştirme ile yeni ürün veya süreç geliştirmeye yönelik projeler desteklenirken, özel sektöre yönelik hibe ve faizsiz geri ödemeli destekler, ayrıca projelerde ortak olarak yer alabilecek araştırma kurumlarına hibe desteği de verilecek. Bu destekler, üç farklı başlık altında açılacak çağrılar aracılığıyla sağlanacak:

1. Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Desteği: KOBİ’lerin yeşil dönüşüm sürecinde teknoloji ve yenilik ihtiyaçlarına yönelik stratejik yol haritalarının oluşturulması hedefleniyor. Bu kapsamda, yeşil dönüşüme uygun iş modellerini, tedarik ve değer zincirlerini, ürün ve hizmetlerini gözden geçirmek isteyen KOBİ’lere çözüm ortakları ile birlikte teknik yardım sağlanacak.

2. Sanayide Yeşil Dönüşüm Desteği: Sanayinin yeşil dönüşümüne yönelik teknolojik çözümlerin ticarileşmesini kolaylaştıracak Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda, firmaların yeşil dönüşüm faaliyetlerine yönelik Teknoloji Hazırlık Seviyesi (THS) 5-9 aralığını kapsayan prototip geliştirme ya da iyileştirme, validasyon ve sertifikasyon testleri, yerinde uygulama, ölçeklendirme, demonstrasyon ve saha denemeleri çalışmalarını desteklenecek.



TÜRKİYE’DEN ÇIKAN ‘YEŞİL GİRİŞİM’ FİKİRLERİ

■ Tarlamvar:

Bireysel tüketiciyle çiftçi arasında bağlantı kurarak, tarım ürünlerinin tedarik zincirindeki verimsizliğin azaltılmasını sağlayan bir girişim.

■ Toplio:

Evinde veya iş yerinde elektronik atık oluşan kişilerle lisanslı e-atık toplama-ayırma ve geri dönüşüm tesislerini bir araya getiren ve paydaşlarına kazanç, tasarruf ve bağış imkanı tanıyan bir mobil bir e-atık pazar yeri ve tersine lojistik platformu.

■ Bluedot:

Elektrikli araba kullanıcılarının şarj ünitesine ulaştığı, rezervasyon ve ödeme yapabildiği; şarj ünitesi sahiplerinin paylaşım ekonomisi ile gelir elde ettiği pazar yeri fikri.

3. SAYEM Yeşil Dönüşüm Desteği: Türkiye’nin yeşil büyümesine katkı sağlayacak katma değeri yüksek ürün veya ürün gruplarının geliştirilmesi için teknoloji ekosistemlerinin (Sanayiye Yönelik Ar-Ge ve Yenilik Ağları) oluşturulması hedefleniyor. Bu destek ile, özel sektör öncülüğünde ortak bir vizyon ve yol haritası etrafında bir araya gelen paydaşları içeren yenilik platformlarının oluşturul-

■ Paksumatik:

Yapay zekayı kullanarak sudaki tehlikeli bakterileri ve zararlı parçacıkları tespit ediyor.

■ Avus:

Sokak aydınlatmalarının erken açılma, geç kapanma problemlerine çözümler sunan bir girişim fikri.

■ Phototherma Hybrid Solar Panel:

Güneşin hem ışığından hem de ısısından elektrik üretimi sağlayan ve karlı dönemlerde kar giderimi yapabilen hibrid güneş paneli üretimi yapıyor.

■ Sensgreen:

En az enerji tüketimi ile hava kalitesine dair birçok değişkeni anlık olarak analiz ediyor. Olası sağlık riskine karşı alarmlar üretebiliyor.

■ Local Greens:

Şehir merkezlerinde modern tarım üretimi yapan sürdürülebilirlik temelli bir girişim modeli. Modern, teknolojik ve çevre dostu topraksız tarım olarak bilinen hidroponik yetiştirme yöntemiyle üretim yapıyor.

ması ve ürünleştirme odağında oluşturulan yol haritaları kapsamındaki Ar-Ge ve yenilik projeleri desteklenecek.

SANAYİ BAKANLIĞI’NIN YÜRÜTECEĞİ PROJELER

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, teknik destek başlığı altında 25 milyon dolarlık bütçeyi yönetecek. Bu kapsamda bakanlık ve proje

ortakları için teknik yardım ve kapasite geliştirme faaliyetleri gerçekleştirilecek. Yeşil dönüşüm ile ilgili kuruluşlar, şirketler ve bireyler arasında farkındalığın artırılması, çeşitli paydaşlarla ağ kurmanın kolaylaştırılması ve yeşil dönüşüm çabalarının ulusal görünürliğünün artırılması sağlanacak.

“Uluslararası pazarda büyüme hedefliyoruz”

Bakım ve üretim departmanları olan kuruluşlar için arızaları öngören ve süreçlerin yönetimini sağlayan yapay zeka destekli bir saha ve varlık yönetimi platformu olan ServisSoft, 2020 yılında yatırım olarak kurulan genç bir girişim. Bu kısa süre içinde hem yurt içinde hem de yurtdışında büyüme hamlesi yapan şirketin yeni dönem hedeflerini ServisSoft Yönetici Ortağı Emre Pehlivanlı ile konuştuk.

Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

ServisSoft-WorkyBe’de gelirden ve büyümeden sorumlu ortak olarak görev alıyorum. Kapsamlı Ür-Ge ve Ar-Ge çalışmaları sonucunda ServisSoft 2020 yılında yatırım olarak anonim şirket yapısıyla kurulmuş ve resmîyet kazanmıştır. ServisSoft, resmi kuruluşundan bu yana 5 kez devlet hibesi almaya hak kazanmış ve Türkiye’nin önde gelen üniversiteleri ve girişimcilik merkezleri tarafından 10’dan fazla ödül alarak bölgenin en iyi erken aşama start-up’ı seçilmiştir. ServisSoft 2023 yılının son çeyreğinde kurulan Hollanda ayağıyla birlikte uluslararası pazarda WorkyBe ismiyle operasyonlarına devam etmektedir.

Geçen yılki cironuz ve (varsa) ihracatınız nedir? Bu yılki ciro ve ihracat hedefiniz nedir?

Şu anda yıllık tekrarlayan yazılım lisans gelirlerimiz 1,2 milyon dolar bandına ulaştı. Bu yıl sonu hedefimiz ise 2,5 milyon dolar bandını geçmek.

Önümüzdeki dönemde belirlediğiniz hedef pazarlarınız var mı?

Öncelikle Hollanda ve DACH bölgesi olmak üzere uluslararası pazarda genişleme için hızla çalışmalarımızı devam ettiriyoruz. Hollanda, Almanya ve Avusturya pazarlarındaki ürün-pazar uyumu ve aktif yatırım durumları sebebiyle bu

2020 yılında yatırım olarak anonim şirket olarak kurulan ve şirketlere teknik servis hizmeti veren ServisSoft’un Yönetici Ortağı Emre Pehlivanlı, “Hollanda ve DACH bölgesi olmak üzere uluslararası pazarda genişleme için hızla çalışmalarımızı devam ettiriyoruz. Bu bölgelerdeki hedeflediğimiz pazar hacimlerine ulaştıktan sonra İngiltere ve Amerika pazarlarına açılmayı planlamaktayız” diyor.

“Partners ile büyük bir kitleye eriştik”

“Garanti BBVA Partners programı çerçevesinde aldığımız bilişim teknolojileri ve iş geliştirmeye yönelik eğitim ve mentörlükler sayesinde şirket içi yönetim metodolojilerimizi geliştirirken, Garanti BBVA ekipleriyle de doğrudan satış toplantıları gerçekleştirme şansı elde ettik. Ayrıca, Garanti BBVA’nın sağladığı tanıtım destekleriyle büyük bir kitleye de erişme imkanı sağladık.”

bölgelerde çalışmalarımızı güçlendirdik. Bu bölgelerdeki hedeflediğimiz pazar hacimlerine ulaştıktan sonra İngiltere ve Amerika pazarlarına açılmayı planlamaktayız.

Çalışan sayınız?

21’i tam zamanlı olmak üzere partnerlerimizle birlikte 27 kişilik ekibimizle çalışmalarımıza hızla devam ediyoruz.

Faaliyet alanlarınız ve verdiğiniz hizmetlerden bahsedebilir misiniz?

ServisSoft-WorkyBe olarak tesis enerji ve varlık yönetiminin yanı sıra yenilenebilir enerji sahalarının yönetiminde aktif şekilde çalışıyoruz. Yapay zeka tabanlı sürdürülebilirlik platformumuz ile aşağıdaki konularla ilgili destek oluyoruz.

- Yapay Zeka Tabanlı Enerji Üretim Tahminlemesi
- Yapay Zeka Tabanlı Enerji Tüketim Tahminlemesi
- Yapay Zeka Tabanlı Kaçak-Yasadışı Elektrik Tüketim Kullanıcısı Tahminlemesi
- Yapay Zeka Tabanlı Kestirimci Bakım
- IoT İzleme ve Ekipman Performans Takibi
- Personel, Takım, Departman Yönetimi
- Saha Operasyon Yönetimi





EMRE PEHLİVANLI

- İş Emri Yönetimi
- Depo Yönetimi
- Periyodik Bakım Yönetimi
- Kontrol ve Denetim Liste Yönetimi
- Taşeron ve Hakediş Yönetimi

Tipik müşteri segmentimiz genellikle bu üç talepten en az birine sahip oluyor. Enerji optimizasyonu: Yenilenebilir enerji üretimi, enerji dağıtımı veya enerji yoğun üretim-hizmet ile uğraşan şirketler. IoT İzleme ve Kestirimci Bakım: Önleyici ve kestirimci bakım gerektiren ekipman sayısı fazla olan şirketler. Bakım & Saha Servis: Periyodik bakım ve satış sonrası işlemleri olan firmalar, Saha operasyonlarını alt yüklenicileri ile yürüten firmalar.

Sizin faaliyet alanlarınız, müşterilerinize sürdürülebilirlik anlamında ne katıyor?

ServisSoft-WorkyBe 5 SDG hedefine doğrudan katkı sağlamakta. Firmaların operasyonel mükemmeliyet hedefine ulaşırken enerji, varlık, ekip ve hammadde verimliliklerini maksimize ediyoruz. Enerjinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi konusunda uçtan uca yapay zeka tabanlı tahminleme ve dijital süreç yönetim yapımız ile destek sağlıyoruz. Yenilenebilir enerji üretim tahminlemesi ve saha yönetim yapısı ile enerji arz planlaması, elektrik dağıtımında ise kayıp-kaçak tüketim tahminlemesi ile enerji kaybının önüne geçiyoruz. Bu mekanizmaya entegre şekilde platfor-

mumuz sayesinde tesislerde ve operasyonlarda tüketilecek enerji miktarını önceden tahminliyoruz. Tesislerde yüksek enerji tüketim anomalisi oluşması durumunda otonom olarak ilgili personele gönderilen alarm ve kontrol listeleri ile enerji tüketiminin minimize edilmesine imkan sağlıyoruz. Bu yöntemle perakende ve imalat sektöründe 4,000'den fazla tesiste, her yıl 480.000 hanenin 1 aylık tükettiği enerjiye eşdeğer tasarrufu sağlarken 3 milyon tondan fazla karbon ayak izinin oluşmasını engelliyoruz. Fabrikalarda ve tesisler-



de ise gerçekleştirdiğimiz yapay zeka tabanlı kestirimci bakım çalışmaları ile ekipmanlarda oluşacak arızaları öngörüyoruz. Böylece operasyonel kesintiler engellenirken yanlış ya da hatalı üretim sebebiyle oluşan hammadde israfını engelliyoruz.

Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz nasıl şekilleniyor?

Geçmişte belirlediğimiz büyüme ve pazar açılım hedeflerini aktif olarak gerçeğe dönüştürmekle birlikte gelecekte de hem güncel teknolojik değişimler hem de pazar ihtiyaçlarına göre yapımızı sürekli olarak geliştiriyoruz. WorkyBe eşsiz teknolojisi sayesinde NASDAQ borsasında listelenmiş bir ABD'li rakibi de dahil olmak hali hazırda exit teklifleri almıştır. Hedefimiz sürekli olarak hizmetimizdeki eşsiz değer önerisi konumumuzu güncel tutarak özellikle enerji üretim, dağıtım ve tüketim yönetimi konusunda bölgesel pazar lideri olmakla birlikte uluslararası pazarda da yer almak.

Yapay zeka uygulamalarını ne düzeyde kullanıyorsunuz?

Yapay zeka ve yazılım altyapılarını tamamen özgün olarak geliştiriyoruz ve hizmet verdiğimiz yapılarda uçtan uca kullanıma sunuyoruz. 100'den fazla güneş, 2 hidroelektrik, 1 hibrit enerji santrali olmak üzere yenilenebilir enerji sahalarında enerji üretim tahminlemesi ve otonom iş süreçlerinin yönetilmesi için yapay zeka altyapımızı kullanıyoruz. Ayrıca 4,000'den fazla tesisten veri çekerek enerji tüketim tahminlemesi ve enerji tüketimini minimize edecek aksiyonların aldırılması için yapay zeka altyapımız kullanılmaktadır.

Hizmet verdiğiniz şirketlerin ve kurumların dijital altyapı ve yapay zeka kullanımı ne düzeyde?

Çok çeşitli altyapı ve seviyedeki firmalara hizmet sağlıyoruz. Çalıştığımız firmalar ilk dijitalleşme adımlarını bizle atarken bazıları ise aktifte ERP, PLC, SCADA ve IoT donanımlardan hali hazırda veri alıp bunlarla ilgili çalışmalar yapmakta. Eğer firmanın hiçbir dönüşüm altyapısı yoksa bu çalışmaları bizle başlatırken, hali hazırda yapısı varsa bizim dahil olmamızla birlikte dijital dönüşüm ve yapay zeka kullanım seviyelerini en uç seviyeye çıkarmış oluyorlar.

Dünyada ilginin arttığı 'hatıra para' işinde büyüyor

Dünyada 8,7 milyar dolarlık bir hacme sahip olan para koleksiyonerliğine ilgi artıyor. Hatıra para basan şirketlerin de iş hacmi büyüyor. Bu alanda faaliyet gösteren MaxGrey'in Genel Müdürü Poyraz Çini, "Avrupa'da tarihi dönüm noktalarıyla ilgili hatıra banknotlara giderek artan bir eğilim var. Bazı nadir edisyonların değeri beş yıl içinde yüzde 20-30'a kadar yükseldi" diyor.

Nümismatik ve madeni para koleksiyoncularını kapsayan küresel para toplama pazarının değeri yaklaşık 8,7 milyar dolar. Bu pazarın önemli ölçüde büyümesi bekleniyor ve tahminler 2031 yılı sonunda yaklaşık 20,9 milyar dolara ulaşacağı yönünde. Büyümenin, 2023'ten 2031'e kadar yüzde 10,4'lük bir bileşik yıllık büyüme oranına sahip olacağı tahmin ediliyor. Bu genişleme, benzersiz madeni paralara artan yatırım ile nadir ve değerli madeni paralara yönelik artan talep gibi faktörlere bağlıyor.

Bu pazar tahminleri ve büyüme tahminleri, madeni para koleksiyonculuğuna ve nümismatığe dünya çapında güçlü ve artan bir ilgi olduğunu gösteriyor. Türkiye'de bu alanda faaliyet gösteren MaxGrey şirketinin genel müdürü Poyraz Çini, "Bu ilgi bir hobi olarak madeni para koleksiyonculuğunun artan popülaritesi, yatırım ve madeni para alıp satmaya yönelik çevrimiçi platformların varlığı gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanıyor" diyor.

Lider firmalarla iş birliği

Kurumsal teknoloji alanında faaliyetlerine 1996'dan bu yana devam eden MaxGrey, Türkiye'de farklı sektörlerde ihtiyaç duyulan teknoloji ürünlerinin sağlayıcısı ve ithalatçısı konumunda. İlk yıllarda bilgisayar ticareti ile uğraşan şirket bu alanda devlerin pazarda etkin olmalarıyla birlikte rekabette zorlanarak odağını farklı alanlara kaydırıyor. Dürbün ithal ederek bunları farklı noktalarda konumlandırıyor. Bu alanda önde gelen oyuncular-

"Cumhuriyet'in 100. yılına özel koleksiyon yaptık"

"Koleksiyon, değerli anılar ve deneyimlerden sanatsal tasarımlarıyla eşsiz koleksiyonlar yaratan Hollandalı One Banknote şirketi ile kurumsal teknoloji alanında özgün projeler üreten MaxGrey iş birliğiyle hazırlandı. Hatıra banknot basımı günümüzde küresel bir sektör ve köklü bir kültürün parçası. Hatıra banknotlar aslında önemli tarihi olayların yıl dönümü, özel günler veya tarihe iz bırakmış liderler için sınırlı sayıda basılan özel koleksiyon paralarıdır. Sadece bu temalarla sınırlı değil elbette. Dünyada çoğu ülke, kültürel, sanatsal veya turizm değerlerine yönelik özel madeni para veya kağıt banknotları koleksiyonerler için üretiyor. Biz de Türkiye Cumhuriyeti'nin 100'üncü yılı vesilesiyle milli gururumuzu ifade eden böyle bir koleksiyon oluşturmuş olmaktan büyük gurur duyuyoruz."

POYRAZ ÇİNİ



dan biri oluyor. 2005 yılında ise metal hatıra paralar basmaya başlıyor. Bugün şirkete ait 26 adet metal hatıra para kalıbı bulunuyor. Kapadokya, Saint-George, Topkapı Sarayı, Galata Kulesi, Kız Kulesi gibi birçok turistik destinasyon için madeni para üretimi gerçekleştiriyor. Fenerbahçe Kulübü'nden Anıtkabir'e kadar pek çok kuruluş, şirket ve mekan için metal hatıra paralar basmaya devam ediyor. Ardından kağıt hatıra para basımına da başlanıyor. Bugün gelinen noktada MaxGrey, uluslararası hatıra banknot piyasasının lider firmalarıyla da yakın

iş birliği içinde çalışarak Türkiye’de bu alandaki temsilciliği üstleniyor. OneBanknote, NuevaBanknote ve ASB firmalarının Türkiye distribütörlüğünü yapıyor.

Dünya genelinde ilgi artıyor

Şirket, Türkiye’de bu özel paraların basılacağı bir darpane olmadığı için üretimi Hollanda’da gerçekleştiriyor. MaxGrey’in aynı zamanda uluslararası hatıra banknot piyasasının önde gelen şirketlerinin de Türkiye ortallığını yaptığını belirten Çini, “Hatıra para olayı Avrupa’da eski ve köklü bir iş. Orada bunun ikinci el piyasası da var. Seri numaraları çok değerli olan paralar açık artırma ile satılabilir. Asya’dan Arap coğrafyasına kadar pek çok ülkenin hatıra paraya ilgisi var. Bizim çalıştığımız darpane Bahrein için de İngiltere’de kral ve kraliçe için de para basıyor” diye anlatıyor.

Çeşitli bölgelerden gelen veriler ve trendlerle desteklenen hatıra banknot piyasasının, koleksiyonerler ve yatırımcılar için cazip bir fırsat sunduğunu vurgulayan Çini, şunları ekliyor: “Sektör niş ve uzmanlaşmış durumda ve dünya çapında koleksiyoncuları ve meraklıları cezbetmekte. Avrupa’da, özellikle tarihi dönüm noktalarıyla ilgili olanlar olmak üzere, hatıra banknotların toplanmasında giderek artan bir eğilim görülüyor. Bu koleksiyon parçalarının değerlendirme oranları istikrarlı bir şekilde arttı ve bazı nadir edisyonların değeri beş yıl içinde yüzde 20-30’a kadar yükseldi.”

MaxGrey son olarak ilhamını Türkiye’nin kuruluş mirası ve asırlık başarı serüveninden alan bir hatıra banknot koleksiyonu hazırladı. Koleksiyonun içeriğindeki banknotlar, Türk ulusunun cumhuriyetle geçen 100 yıllık yükseliş hikayesini, “cumhuriyet”, “demokrasi”, “liberalizm” ve “ilerleme” şeklinde başlıklandırılan dört ayrı dönemde ele alarak görselleştiriyor. 100 yıllık Cumhuriyet tarihinin dönüm noktalarını sanatsal ifadelerle bir araya getiren bu özel banknotlar, asırlık mirasa duyulan gururun gelecek nesillere taşınmasına vesile olacak.

Çini, MaxGrey olarak, geçmişin anılarını dokunmanın ve tarihimize duyduğumuz derin saygıyı gelecek kuşaklara aktarmanın sorumluluğunu taşıdıklarını söylüyor. Çini, sözlerine şöyle devam ediyor: “Bu koleksi-



yon, Cumhuriyetimizin 100. yıldönümüne adanmış bir sevgi ve saygı ifadesidir. Her bir banknot, Türkiye’nin zorlukları aşarak nasıl ilerlediğini, özgürlüğü ve bağımsızlığı nasıl savunduğunu anlatıyor. Cumhuriyetimizin ikinci yüzyılına girerken, bu tarihi anların yaşatılmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını umuyoruz. Bunun yanı sıra, her banknotu farklı insan hikayeleriyle ele alan, artırılmış gerçeklikle hazırladığımız belgesellerle bu ürünü benzersiz bir deneyime dönüştürmeyi amaçladık. Bunun için, koleksiyonun ambalajı üzerinde yer alan karekodu telefonun kamerasına okutmak yeterli olacak.”

Özel bir darphanede basıldı

Yalnızca 100 bin adet basılan ve bir

föy içerisinde 4’lü set olarak satışa sunulan koleksiyonun, tarih severler, numismatlar, koleksiyonerler, ile Cumhuriyet’in 100’üncü yılına özel orijinal ve prestijli bir hediye arayanlar için tasarladığını dile getiren Çini, “Sınırlı sayıda basılan banknotların her biri, eşsiz bir seri numarasına sahip. Banknotlar, Avrupa Birliği’nin para basımı için çalıştığı, dünyanın en yüksek kaliteli banknot üretimi yapan darphanelerinden biri olan Royal Joh. Enschedé tarafından basıldı. Gerçek banknotlarda bulunan tüm güvenlik özelliklerine ve kalite seviyesine sahip bu banknotlar, filigran, tiftirik, gravür, gizli UV desenleri ve mor ışıkla aktive olan desenler barındırıyor. Böylece, ele alındığında yeni basılmış gerçek para hissiyatını almak mümkün olabiliyor” diye ekliyor.

KOBİ'lerin e-ticaret hacmi yüzde 118 arttı

Küçük ve orta ölçekli işletmelere e-ticaret yolculuklarında ışık tutmak amacıyla hazırlanan IdeaSoft 2023 KOBİ E-Ticaret Raporu açıklandı. Rapora göre; Ideasoft'un geliştirdiği e-ticaret altyapısını kullanan siteler; 2023 yılında 9 milyondan fazla tüketicinin 103 milyon adet ürün ihtiyacını karşıladı. Toplam hacim ise 2022 yılına göre yüzde 118 oranında artarak 15 milyar TL'yi geçti.

IdeaSoft, 2023 KOBİ E-ticaret Raporu'nu açıkladı. 12-13 Ocak tarihleri arasında Kıbrıs'ta IdeaSoft CEO'su Seyhun Özkara, IdeaSoft Kurucu

Ortakları Fatih Çalışkan ve Kerem Kaya'nın evsahipliğinde gerçekleşen ve tüm Türkiye'den en başarılı bayilerinin de katıldığı bir etkinlik

gerçekleştirilen etkinlikte sektör paydaşları ve alanında uzman isimler de yer aldı.

Toplantıda konuşan IdeaSoft CEO'su ve TOBB E-ticaret Meclis Üyesi Seyhun Özkara, "IdeaSoft olarak sektöre öncü olacak yenilikleri ve teknolojileri her zaman takip ediyor ve müşterilerimize bu çözümleri sunuyoruz. Şirketimiz, sürdürülebilir altyapı ve yazılım sağlamak için en güncel teknoloji ve donanımlara yatırım yapmaya devam ediyor. Bu çerçevede, toplamda 35 milyon TL değerinde bir yatırım planı oluşturulmuş ve bu planın büyük bir bölümü başarıyla tamamlandı" dedi.

IdeaSoft'un 2023 KOBİ e-ticaret raporunu da açıklayan Özkara, IdeaSoft'un geliştirdiği e-ticaret altyapısını kullanan sitelerin 2023 yılında 9 milyondan fazla tüketicinin 103 milyon adet ürün ihtiyacını karşıladığını belirtti. Toplam hacim ise 2022 yılına göre yüzde 118 oranında artarak 15 milyar TL'yi geçti. Sektör bazında hırdavat & yapı market sektörü zirvedeki yerini korurken; bu kategoriyi mobilya, elektronik, gıda, beyaz eşya & ev aletleri ve av & kamp outdoor sektörleri takip etti.

Kapsamlı rapor açıklandı

Rapor, IdeaSoft kullanıcısı olan 19 binden fazla e-ticaret sitesinin, 9 milyondan fazla ürün siparişi analiz edilerek oluşturuldu. Rapor; satılan ürün adedi, satış hacmi yükselen sektörler, günler ve mevsimlere göre dağılımları, sipariş verilen bölgeler, kargo tercihleri, ödeme yöntemlerine kadar kapsamlı istatistikler yayınlandı.

IdeaSoft'un 19 binden fazla mağaza üye-



rinde 9 milyonu aşkın siparişle oluşturduğu raporuna göre, 2023 yılında 9 milyondan fazla tüketici, 103 milyon adet ihtiyacını IdeaSoft'un geliştirdiği e-ticaret altyapılarını kullanan siteler üzerinden karşıladı. Toplam hacim 2022 yılına göre yüzde 118 oranında artarak 15 milyar TL'yi geçti. Satılan ürün adedi 103 milyon 640 bin 231 olurken, sepetteki ürü adedi ise 11.33, sepet ortalaması ise bin 711,14 TL oldu.

Siparişler mobil cihazlardan

Alınan siparişler cihaz bazlı incelendiğinde ise siparişlerin yüzde 71,3'lük kesiminin mobil cihazlar üzerinden alındığı ortaya çıktı. Mobilden satılan ürün adedi 6 bin 517 olurken, mobilden satış oranı yüzde 71,3'e yükseldi. 2022'de bu rakam 61,99'du. Desktoptan verilen sipariş sayısı 2 milyon 624 bin 432 olurken, bu sayı 2022'ye göre düşüş göstererek yüzde 28,7 oldu. 2022 yılında bu rakam yüzde 38'di.

En çok sipariş veren bölgeler 2021 yılı ile aynı sıralamaya sahip oldu. İstanbul'un yer aldığı Marmara Bölgesi en çok sipariş veren bölge olurken, yüzde 4,06'lık sipariş oranıyla Güneydoğu Anadolu en az sipariş veren bölge olarak gerçekleşti. Bölgelerin sipariş oranları ise Marmara yüzde 42,08, İç Anadolu yüzde 16,80, Karadeniz yüzde 14,49, Ege yüzde 7,92, Akdeniz yüzde 10,08, Doğu Anadolu yüzde 4,57, Güneydoğu Anadolu yüzde 4,06 oldu.

En çok satış sonbaharda

İlk 3 sıranın yine değişmediği il bazlı sipariş rakamlarında Ardahan, Muğla, Konya gibi şehirlerin büyüyen satış hacimleri dikkat çekti. İllere göre satış hacimleri ise; Kocaeli yüzde 2,91, Ankara yüzde 9,28, Eskişehir yüzde 1,35, Adana yüzde 3,96, Ardahan yüzde 3,78, Bartın yüzde 1,85, İstanbul yüzde 27,69, Tekirdağ yüzde 1,54, Adıyaman yüzde 1,90, Konya yüzde 2,26, İzmir yüzde 7,03, Balıkesir yüzde 1,27, Manisa yüzde 1,76, Muğla yüzde 2,08, Gaziantep yüzde 1,46, diğer iller yüzde 29,08 olarak gerçekleşti.

IdeaSoft alt yapısı kullanan e-ticaret sitelerinden satılan ürünlerin yüzde 47,69'u ücretsiz kargo seçeneği ile satıldı. İşletmelerin yüzde 52,31'i kargo ücreti alırken, yüzde 47,69'u ise kargo ücreti almıyor. Kışın yüzde 27,44, ilkbahar yüzde 31,49, yaz yüzde 8,95 ve sonbahar yüzde 32,12 oranında satış gerçekleşti.

Sipariş veren kullanıcıların yüzde 77,12'si



Yeni ürünlerini de açıkladı

Toplantıda sunulan yeni ürünler ise şöyle açıklandı: IdeaPos; ürünlerini fiziki mağazalarında da satan işletmelerin hem maliyetlerini düşürecek hem süreçlerini kolaylaştıracak bir POS cihazı.; Aynı zamanda e-ticaret sitesindeki stoklar ve ürünlerle de entegre fiziksel bir pos cihazı. Bu cihaz sayesinde işletmeler, fiziksel dükkanlarında yaptıkları satışları da online paneline yansıtabilecek. Hem fiziksel hem de online dünyayı birbirine bağlayarak müşterilerin tek bir yerden online ve offline tüm satışlarını yönetmesi sağlanacak. E-ticaret alanında kullanılan yapay zeka teknolojisi ile sektöre yeni bir yaklaşım getirildi. Kullanıcılar zahmetsiz bir şekilde ürün, kategori, sayfa veya blog içeriği üretmeyi tek tıklama ile otomatik olarak yapabilecek. KOBİ'lerin herhangi ek bir teknolojiye sahip olmadan sadece kendi panellerini kullanarak yapay zeka çözümünden yararlanabilecekleri bir sistem geliştirildi. Etkili içerik üretiminin en önemli unsurları olan zaman, hız ve seo odaklılık IdeaSoft AI ile kolay olabilecek.



en çok kredi kartıyla ödeme seçeneğini tercih ederken, kapıda ödeme yüzde 14,21'lik yüzdeyle ikinci sırada yer alıyor. Yüzde 8,67 ise havale-EFT tercih ediyor.

En çok büyüyen sektör mobilya

Toplam ciro bazında en çok büyüyen ilk 10

sektörde ilk üçte 10 bin 854 TL sepet ortalaması yüzde 507,41 ile mobilya, 3 bin 784 TL sepet ortalaması yüzde 307,54 ile saat&optik ve 706,5 TL sepet ortalaması yüzde 297,73 ile çanta yer aldı. Diğer sektörler ise cep telefonu, motosiklet ekipmanları, elektrik, elektronik, av & kamp outdoor ve ısıtma & soğutma oldu.

60 ülkeye bebek ve genç odası ihraç ediyor

1940 yılında kurulan Soyserin Grup bugün üçüncü kuşağın elinde hedef büyütmüş durumda. Kayseri'deki fabrikasına 'Lajivert' ve 'Ritmik' markalarıyla bebek ve genç odaları üreten grup, 60 ülkeye ihracat yapıyor.

Temelleri 1940 yılında Burhan Soyserin tarafından 30 metrekaRELİK bir atölyede atılan Soyserin Grup bugün Kayseri'de 50 bin metrekaRELİK üretim tesisinde mobilya üretimi gerçekleştiriyor. Bünyesinde bebek - genç odası kategorisinde Lajivert ve Ritmik, yatak ve yatak tamamlayıcı ev tekstili ürünlerinde ise Goldenbed ve Ljvhome markaları bulunan grup, yıllık 160 bin parça ve 800 bin metrekaRELİK üretim kapasitesine sahip. Grup olarak 60 ülkeye ihracat da gerçekleştirdiklerini belirten Soyserin Grup Genel Müdürü Recep Kezik, ciroları içinde ihracatın payının yüzde 30 olduğunu söylüyor. Kezik, "2023 yılında gerçekleştirdiğimiz yeni yatırımlarla yüzde 60 büyümeye gerçekleştirdik. 2024 yılında yapılacak yatırımlarımızla birlikte, kapasite kullanım oranımızı yüzde 20, ciromuzu ise yüzde 65 artırmayı hedefliyoruz" diyor.

224 mağaza hedefliyor

Soyserin Grup bünyesinde hizmet veren iki ayrı mobilya markası var. Bunlardan biri 2008 yılında kurulan Lajivert, diğeri ise 2019 yılında kurulan Ritmik Genç Odası. Markalarıyla her gelir grubuna uyabilecek, başta genç odası takımları olmak üzere, bebek ve çocuk odası takımları, daybed, montessori ve beşik modelleri ile toplamda 70 farklı modeli tüketicilerin beğenisine sunduklarını söyleyen Kezik, "Hâlihazırda, Türkiye'nin 47 ilin-



RECEP KEZİK

de toplam 64 Lajivert Genç Odası mağazamız, 31 ilinde de 43 adet Ritmik Genç Odası mağazamızla hizmet vermekteyiz. İki markamızla 2024 yılında yurt içinde toplam 224 mağaza hedefimiz mevcut. Özellikle, Marmara ve Ege bölgelerinde büyük ölçekli mağazalar açmak öncelikli planlarımız arasında yer alıyor. Bu



"Yeşil enerji yatırımı yapıyoruz"

"2023 yılının ekim ayında ruhsat müracaatını gerçekleştirdiğimiz çatı GES projemizin onaylanması durumunda 2024 yılı itibarıyla elektrik ihtiyacımızı yeşil enerji çerçevesinde çatıya kuracağımız GES santralinden karşılamayı hedefliyoruz. Ayrıca, 2024 yılı Lajivert ve Ritmik Genç Odası markalarımız için insana yatırım yılı olacak. Kuracağımız akademi ile markalarımızı temsil eden tüm satış personelimizi daha donanımlı bir konuma getirmeyi hedefliyoruz."

kapsamda çalışmalarımızı da hızlandırdık" diye anlatıyor.

İK için akademi kuruyor

Bugün itibarıyla, Arap yarımadası başta olmak üzere 60'tan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiren grup, 2024 yılında da yurt dışı pazarlarını genişleterek, 10 yeni ülkeyi ihracat ağına eklemeyi hedefliyor. Son üç yılda iç pazar ve dış pazar açısından dengeli bir büyüme gösterdiklerini ifade eden Kezik, şöyle devam ediyor: "Soyserin Grup olarak 220 çalışanımız mevcut. 2024 için istihdam hedefimiz ise 285 kişi. Geride bıraktığımız yıl, Lajivert ve Ritmik Genç Odası markalarımız için mağazalaşma yılı oldu. Bu başarılarımızı yeni yılda da katlayacağız. 2024'de Türkiye'de 224 mağaza açmayı, ihracatta 70 ülkeye çıkmayı ve 'Lajivert Akademi' girişimimiz ile insana yatırım yapmayı planlıyoruz."

ABD'nin en iyi KOBİ'leri arasına girdi

Küçük işletmelerden sektör birliklerine, girişimlerden ticaret odalarına, pek çok ağı birbirine bağlayan ABD Ticaret Odası (US Chambers of Commerce), Amerika'nın En Başarılı KOBİ'lerini seçti. Ekonomik büyümeyi teşvik eden ve yerel toplulukları canlandıran küçük ve orta ölçekli işletmeleri onurlandıran listeye seçilmek için 15 bini aşkın işletme yarıştı. Türk girişimlerin ABD'de şirketleşmesi odağında faaliyet gösteren, ABD'de mali müşavirlik sektöründe yirmi yılı aşkın zamandır hizmet veren ve uluslararası vergi alanında uzmanlaşmış bir şirket olan Manay CPA, ABD Ticaret Odası tarafından Amerika'nın En Başarılı 70 KOBİ'si arasında gösterildi. Konuyla ilgili değerlendirmelerini paylaşan Manay CPA Yönetici Ortağı ve CEO'su Burcu Bree Manay, "Dünyanın en büyük iş ve ticari organizasyonu olan ABD Ticaret Odası tarafından ülkenin en iyi KOBİ'leri listesinde 15 bini aşkın şirket arasından seçilen 70 KOBİ arasında yer almamız, bizim için büyük bir onur" ifadelerini kullandı.

15 bin KOBİ yarıştı

Washington merkezli olarak faaliyetlerini sürdüren ve ABD iş ekosisteminin en saygın kurumlarından biri olan ABD Ticaret Odası tarafından, ülke ekonomisine katkıda bulunan, istihdam oluşturan, ülkede girişimciliği geliştiren ve yeniliklerle sektörlerindeki dinamizme öncülük eden küçük ve orta ölçekli işletmelerin onurlandırılması amacıyla düzenlenen yarışmada, 15 bini aşkın KOBİ yarıştı. Büyüme başarıları, yerel ekonomiye katkıları, gerçekleştirdikleri yenilikler ve başarılı iş stratejileri ve toplumsal katılımlarıyla değerlendirilen şirketler arasından 70'i kısa listeye alındı.

ABD Ticaret Odası, Amerika'nın En Başarılı KOBİ'lerini açıkladı. Türk girişimcilerin ABD'de şirketleşmesi için 50 eyalette şirket kuruluşu, vergi, muhasebe alanlarında danışmanlık sunan Türk girişim Manay CPA, ABD Ticaret Odası tarafından Amerika'nın En Başarılı 70 KOBİ'si arasında gösterildi.

"1 milyar dolarlık hacme hizmet veriyoruz"

"Amerika iş ekosisteminde sürdürülebilir bir başarı hedefleyen girişimcilere, transfer fiyatlandırması, şirket stratejisi, pazar araştırması, insan kaynakları, vergi ve muhasebe gibi konularda 20 yıldır profesyonel destek sunuyoruz. Bu sayede girişimciler, regülatif iş risklerini en aza indirerek ABD pazarındaki hedeflerine daha kısa sürede ulaşabiliyor. Her biri alanında uzman ekibimizin özverili çalışmaları ve üstün hizmet kalitesi ile bugüne dek 5 bine yakın başarı hikayesine ortak olduk. 1 milyar doları aşkın ticaret hacminin mali müşavirliğini yürütüyoruz. Müşterilerimizle derinlikli ve uzun süreli ilişkiler kurmaya odaklanıyoruz. ABD'de şirket kuruluşu, danışmanlık, bordrolama, uluslararası vergi, transfer fiyatlandırması, maaş bordrosu, insan kaynakları muhasebe işlemleri ve şirket kuruluşu sonrası tüm süreçlerde ihtiyaç duydukları her alanda yanlarında oluyoruz. Türk girişimcileri 50 eyalette ihracata teşvik ederek ülkemizden ABD'ye uzanan başarı hikayelerinin kolaylaştırıcısı olmak için çalışmaya devam edeceğiz."



ABD'de lisanslı yeminli mali müşavir Burcu Bree Manay tarafından kurulan Manay CPA da en başarılı 70 KOBİ arasında gösterildi. Hem bireylere hem de küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelere, ABD'de lisanslı kadrosuyla kişiselleştirilmiş, kapsamlı finansal danışmanlık hizmetleri sunduklarını dile getiren Burcu Manay, "Bu prestijli başarı, müşterilerimizin hizmetlerimizle duyduğu daimi güven ve desteğin bir neticesi. Aynı zamanda hizmet kalitemizin ve özverimizin bir kanıtı olma özelliği taşıyor" diye konuştu.

“Turizmde odağımız deneyim pazarlaması”

Şirketlerin teknolojiye uyum sağlaması, günümüzün hızla değişen ve gelişen iş dünyasında ayakta kalmaları için son derece önemli. Teknolojik gelişmeler, iş yapma şekillerinde ve müşteri davranışlarında büyük değişiklikler yaratırken, şirketlerin teknolojiyi kullanarak daha verimli, hızlı ve rekabetçi hale gelmeleri gerekiyor. Türkiye turizmde 52 milyona yaklaşan turist ve 41 milyar doları aşan turizm geliriyle devler liginde İspanya, Yunanistan, ABD ve Akdeniz bölgesinde Mısır ile mücadele ederken bir yandan da turizm hizmetleri ve pazarlaması online alana kayıyor. Bu doğrultuda uzun süredir turizm alanında faaliyet gösteren ICITECH Teknoloji, mobil uygulamaları ile turistlerin tatil kararını verdiği andan geri dönüş zamanına kadar olan tüm taleplerini alarak, yerine getiriyor. Dünyada 50 bin oda ve 5,5 milyon misafire hizmet veren şirketin kuruluş hikayesi ve yeni dönem hedeflerini ICITECH Kurucusu ve Genel Müdürü Gökhan Mercanoğlu ile konuştuk.

Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

ICITECH Teknoloji A.Ş.'nin hikayesi, Pargesoft ve B1 şirketlerinin bir araya gelerek oluşturduğu bir ortak girişimle başladı. 2020'de kurulan şirketimiz, 20 yılı aşkın süredir sektörde deneyim kazanmış, alanında uzmanlaşmış danışman ve yazılımcılardan

Mobil uygulamaları ile 20 ülkede turistlere hizmet veren ICITECH'in kurucusu ve Genel Müdürü Gökhan Mercanoğlu, “Turizm pazarlaması geniş bir alan ve biz bu alanda özellikle deneyim pazarlaması çözümlerine odaklanıyoruz” diyor.

oluşan bir ekip tarafından yönetiliyor. Inovatif tüketici mobil çözümleri üretme misyonu ile yola çıktık ve şu ana kadar ICITECH, güçlü ekibiyle birlikte sektörel dönüşümleri destekleyen ve tüketici inovasyonuna odaklanan projelere imza atıyor. Ayrıca, inkübyasyon ofisi gibi çalışarak, yeni fikirleri ve projeleri desteklemeye de büyük önem veriyoruz.

Faaliyet alanlarınız ve hizmetlerinizden bahsedebilir misiniz?

Turizm sektöründe mobil misafir ilişkileri konusunda sektörün lider yazılımlarını geliştiriyoruz. Şirketimiz, tüketici mobil uygulamaları, IoT, AI, Gefence, e-Mobilite, Sürdürülebilir Enerji gibi birçok alanda ar-ge ve tüketici çözümleri geliştirmektedir. Pandemi döneminde alınan kritik bir kararla hayata geçirilen ICITECH, özellikle turizm sektöründe ICIBOT platformu ile mobil müşteri ilişkilerini dönüştürerek milyonlarca turistin kullandığı mobil uygulamaları geliştirmesi ile global alanda ses getirmiştir. Ayrıca, bugün oteller, hastaneler, alışveriş merkezleri gibi tesis yönetiminde hizmet standardizasyonunu sağlayan operasyonel mükemmeliyet

çözümü olan ICISTAFF ile 50 binden fazla bağımsız bölümü yöneten çözümler geliştirmiştir.

Önümüzdeki dönemde belirlediğiniz hedef pazarlarınız var mı, varsa hangileridir ve neden?

Avrupa'nın ve Türkiye'nin önde gelen şirketleri için yenilikçi tüketici mobil çözümleri geliştirmeye devam ediyoruz. Kısa bir süre içinde milyonlarca tüketici tarafından tercih edilen uygulamalarımızla gurur duyuyoruz ve araştırma-geliştirme çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Hızlı ilerleyen büyüme sürecimiz, global pazarlara açılma adımlarımızı hızlandırdı. Şu anda İngiltere'den Meksika'ya kadar 20'den fazla ülkede tüketicilere hizmet sunuyoruz. Pargesoft ile birlikte İngiltere ve Belçika'daki yapılanmalarımız ile birlikte hedef pazarlarımızda büyümeye devam ediyoruz.

Dünyanın en büyük 10 turizm pazarından biri olan Türkiye online turizm pazarlamasında ne durumda?

Türkiye, dünyanın en büyük 10 turizm pazarından biri olarak önemli bir konumda bulunuyor. Biz, ICITECH olarak özellikle turizm sektöründe konaklama teknolojilerine odaklanmış durumdayız. Dünya genelinde 2 milyonun üzerinde konaklama işletmesi bulunuyor ve bu yıl UNWTO istatistiklerine göre 975 milyondan fazla turist uluslararası seyahat etmiş durumda. ICITECH olarak, bu büyük tüketici kitlesine hizmet veren konaklama işletmeleri için geliştirdiğimiz ICIBOT platformu aracılığıyla mobil müşteri ilişkile-

“20'den fazla ülkede hizmet sunuyoruz”

“Önümüzdeki 5 yıl boyunca, Avrupa'nın ve Türkiye'nin önde gelen şirketleri için yenilikçi tüketici mobil çözümleri üretmeye kararlı bir şekilde devam edeceğiz. Kısa sürede milyonlarca tüketici tarafından tercih edilen uygulamalarımızla gurur duyuyoruz ve araştırma-geliştirme çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. 20'den fazla ülkede hizmet sunan yazılımlarımızın küresel çapta yayılımını artırarak daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedefliyoruz.”

ri, mobil konsiyerj, özel sipariş çözümleri ve in-room tablet/tv uygulamaları sunmaktayız. Bu çözümler sayesinde misafirler, konaklamadan önce başlayan check-in süreçlerinden, transferlere ve özel taleplere kadar tüm süreçlerini mobil üzerinden yönetebiliyorlar. Konaklama süresince ise yiyecek içecek siparişlerinden, teknik ihtiyaçlara ve oda temizliğine kadar birçok konuyu kolayca mobil üzerinden gerçekleştirebiliyorlar. Turizm pazarlaması geniş bir alan ve biz bu alanda özellikle deneyim pazarlaması çözümlerine odaklanıyoruz. Gözlemediğimiz gibi, tüketicilerin olumlu deneyimleri artışa geçiyor ve bu nedenle teknolojilerimizi geliştirirken, tüketicilerin elde edecekleri faydaları düşünürken aynı zamanda müşterilerimiz olan otellerin nasıl kazançlar sağlayabileceğini planlıyoruz.

Hizmetlerinizi başka turizm ülkeleri için de vermek gibi bir hedefiniz var mı? Yani bu anlamda bir hizmet ihracatçısı olmayı planlıyor musunuz?

Evet. Dünya genelinde 2 milyondan fazla konaklama işletmesi bulunuyor ve bu teknolojik dönüşüm sürecinde tüm bu işletmeleri hedefliyoruz. Müşteri portföyümüz, Kanarya Adaları'ndaki 7 odalı küçük bir otelden Malta'daki büyük bir tatil köyü zincirine, ülkemizdeki gözde şehir otellerine kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Sürdürülebilir inovasyonu destekleyen çözümlerimizle, farklı ölçek ve özellikteki tesislere özel, erişilebilir çözümler sunuyoruz. Global hedeflerimize ulaşmak amacıyla, yazılım ihracatımızı artırmak için tüm ürünlerimizi bulut mimaride tasarlıyor ve SaaS modeli ile satışlarını gerçekleştiriyoruz. Bu yaklaşım, ürünlerimizi dünyanın herhangi bir ülkesindeki bir otelin doğrudan kullanımına olanak tanıyor. Bu sayede, sadece Türkiye değil, dünya genelindeki otellerin ihtiyaçlarına yönelik kapsamlı çözümler sunuyoruz.

Yapay zeka uygulamalarını ne düzeyde kullanıyorsunuz?

Yapay zeka konusunda uzun bir süredir çalışıyoruz ve bu alanda kendi araştırma-geliştirme birimimize sahibiz. Görüntü işleme, büyük veri analitiği, ve veri anlamlandırma gibi alanlarda özel yazılımlar geliştiriyoruz. Özellikle otelcilik ürünümüz içerisinde, otellerin kendilerini otomatik olarak anlatabile-

GÖKHAN MERCANOĞLU

ceği, otel tanıtımlarını geliştiren, misafir içeriklerini oluşturan ve misafirlere cevap veren içerik üreten yapay zeka uygulamaları da bulunmaktadır. Yapay zeka, günümüzde büyük bir yükseliş yaşayan ve iş süreçlerini, müşteri ilişkilerini önemli ölçüde etkileyen bir teknoloji. Bu alandaki gelişmeler, şirketlerin daha

hızlı ve verimli çalışmasına olanak tanıyor. Türkiye'de de yapay zeka, birçok sektörde hızla benimseniyor ve iş dünyasında önemli bir rol oynuyor. Biz de şirket olarak, yapay zekayı kendi süreçlerimizde etkin bir şekilde kullanarak daha inovatif çözümler üretmeye odaklanıyoruz.

Üç girişimci anne gıda markası yarattı

Özellikle Covid 19 sonrası sağlıklı beslenmeye olan ilginin artmasıyla, temiz içerikli ürünlere ve organik gıda tüketimine olan ilgi de arttı. Gıda endüstrisi, taleplere yanıt olarak daha sağlıklı ve doğal ürünler üretmeye yöneldi, organik gıda pazarı büyüdü. 2017 yılında, öncelikle çocukların sağlıklı beslenmelerine katkı sağlamak misyonuyla kurulan Humm Organic, nitelikli ve iyi beslenmenin yaygınlaşması adına atılan doğru adımlar sayesinde son üç yılda üç kat büyüme kaydederek, organik atıştırmalık pazarının lider markaları arasına yerleşmeyi başardı. Türkiye’de olmayan bir kategori yaratarak sadece çocuklarda değil ailenin tüm üyelerinde de organik beslenme adına büyük bir farkındalık oluşturmayı başardıklarını söyleyen Humm Organic Genel Müdürü Şirin Işık; “Bu yılki hedefimiz tonajda yüzde 50’den fazla büyüme. 2024 ve 2025 yıllarında ise tonajda yüzde 100’ün üzerinde bir artış, ciroda da ise yaklaşık iki kat büyüme hedefliyoruz. Sekiz ana grupta 20’ye yakın farklı lezzetle Türkiye’nin en geniş organik atıştırmalık ürün yelpazesine sahibiz. Yüzde 100 organik bu lezzetlerin tümü vegan” diyor. Işık, sorularını şöyle yanıtlıyor:

Humm Organic nasıl kuruldu?

Humm Organic, 2017 yılında çocukların sağlıklı beslenmesine katkı sağlamak misyonuyla kurulan ve aradan geçen 7 yılda nitelikli beslenmenin yaygınlaşması adına atılan doğru adımlar sayesinde her yaş grubuna hitap eden bir marka. Başarılı 3 kadın girişimcinin, kendi annelik serüveninde yaşadıkları deneyimler ve pazardaki sağlıklı atıştırmalık eksikliğini görmeleri üzerine kuruldu. Türkiye’de olmayan bir kategori yaratarak, hem ailelerde hem de çocuklarda farkındalık oluşturmayı başardı. Özellikle organik gıda sektöründeki büyüme ile beraber son 3 yılda

Üç kadın girişimcinin, kendi annelik serüveninde yaşadıkları deneyimler ve pazardaki sağlıklı atıştırmalık eksikliğini görmeleri üzerine kurdukları Humm Organic, nitelikli ve temiz beslenme bilincinin artmasıyla birlikte son üç yılda üç kat büyüdü. Yüzde 100 yerli sermayeli Türk markası, Türkiye’nin en geniş organik atıştırmalık ürün yelpazesine sahip.

“Sağlıklı atıştırmalığa ilgi artıyor”

“Euromonitor’un 2022 yılında yaptığı sağlık ve beslenme üzerindeki araştırmasına göre; tüketiciler organik gıdaları tüketmenin kendileri için daha iyi olduğunu düşünüyor ve tükettiğinde kendini daha sağlıklı hissediyor. Bunun yanı sıra bireyler; çevresel ve gıda güvenliği ile ilgili nedenlerden dolayı da organik gıdaları tercih ediyor. Tüm bunlara ek olarak araştırmadan çıkan dikkat çekici bir sonuç daha var. Tüketiciler, organik gıdaların bağışıklık güçlendirici ve sindirim sağlığını korumaya olan etkilerinden dolayı bu ürünleri tercih ettiğini söylüyor. Bu veri pandemi sonrasında dünya genelinde yükselişe geçen sağlıklı beslenme farkındalığını destekliyor.”

3 kat büyüme kaydederek, organik atıştırmalık pazarının lider markaları arasına yerleştik.

Humm Organic ürün çeşitleri hakkında bilgi verir misiniz?

Humm Organic ürünleri hiçbir katkı ve koruyucu madde içermeyen, renklendirici ve ilave şeker bulundurmayan, yüzde 100 or-

ganik atıştırmalıklar. Yüksek besin değerine sahip; kimyasal gübre kullanılmayan, yüksek toprak kalitesinde yetişen, organik tarımla üretilen içeriklerden oluşuyor. Yani “Tamamen temiz içerikli” besinler. Kurabiye, meyve lokumu, kraker, bar, kek, grissini, atıştırmalık puf ve kahvaltılık gevrek gibi.





“Geniş satış ağına sahibiz”

“Türkiye genelinde yaygın bir satış ağıımız var. Tüm büyük zincir ve büyük yerel marketlerin yanı sıra anne-bebek mağazaları, gurme şarküteriler, organik marketlerde ürünlerimizi bulmak mümkün. Ayrıca e-ticarette de çok güçlüyüz. Hem birçok online pazar yerinde, hızlı teslimat yapan uygulamalarda hem de kendi humm.com.tr sitemizde satışımız mevcut. 2024 yılında web sitemizi daha fazla kişiselleştirilmiş kampanyalar gerçekleştireceğimiz bir platform haline getireceğiz.”

Ambalajlardaki ‘içindekiler’ bölümü artık bilinçli tüketiciler tarafından dikkatlice okunuyor. Ürünlerinizin içeriğinden de söz edebilir misiniz?

Ürünlerimizde ana baz ham madde olarak buğday ve karabuğday unu, siyez unu, yulaf ezmesi kullanıyoruz. Ayrıca keçiyoynuzu, zencefil, hurma, elma, tahin, bal, pancar, tarçın gibi besin değeri yüksek vücudun ekstra ihtiyacı olan hammaddeleri de kullanmaya özen gösteriyoruz. Uçtan uca organik üretim esaslarına göre ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturuyoruz.

Ürünlerinizde kullandığınız hammaddeleri nereden tedarik ediyorsunuz? Sertifikalarınız var mı?

Ürünlerimizde kullanılan içeriklerin tamamı organik sertifikalı olup, ham maddeleri güvenilir ve sürdürülebilir kaynak üreticilerden tedarik ediyoruz. Yerel ham madde üreticilerini önceliklendiriyoruz ve üreticileri de organik ham madde üretiminin devamlılığını sağlama konusunda teşvik ediyoruz. Bununla birlikte ürünlerimiz, Alman menşeli CERES tarafından sertifikalandırılıyor. Ayrıca tüm ürünlerimiz Helal sertifikasına sahip. Ürünlerimizin çoğunluğunu, BTA'nın 23 bin metrekarelik tesislerinde, gıda mühendisleri, kalite ve ARGE ekipleri eşliğinde büyük bir özenle üretiyoruz. Ürünlerimizin üretiminden, tüketiciye ulaşana kadar tüm süreçleri organik üretim esaslarına uygun bir şekilde yapıyoruz.

Hedef kitlenizde sadece çocuklar mı var?

Aslında Humm Organic yolculuğuna başladığımızda 1-12 yaş aralığındaki çocukları hedef kitlemiz olarak görüyorduk. Küçük yaş grubunun sevebileceği ve annelerin çocuklarına güvenle yedirebileceği sağlıklı atıştırmalıklar sunmayı hedefledik. Ama bugün, Türkiye’de olmayan bir kategori yaratarak ilerlediğimiz yolda, tüm yaş gruplarında organik beslenme farkındalığı oluşturmayı başardık. Lezzetlerimizle artık ailenin tüm bireylerine hitap ediyoruz. Toplum genelinde sağlıklı ürünlerin lezzetli olmadığına dair yanlış bir algı var. Türk damak tadına uygun lezzetli ürünlerimizle bu algıyı kırmayı başardık. Çocuğuyla birlikte sağlıklı atıştırmalıklar tüketmek isteyen ebeveynler, formuna dikkat edenler, ara öğünlerde ilave şeker içermeyen atıştırmalık arayışında olanlar ya da düzenli spor yapanlar ürünlerimizde aradıkları lezzeti buluyor.

“Beş yılda 20 milyon dolar yatırım yapacağız”

Pionr; finansal teknoloji girişimleri kuran, geliştiren ve büyümeleri için gerekli stratejilerle aktif olarak güçlendiren bir girişim kurucu teknoloji şirketi. Pionr Kurucu ve CEO’su Yakup Sezer; beş yılda altı gelişmekte olan pazarda 20 milyon dolar yatırım yapmayı, yedi girişim kurup büyütmeyi ve en az iki lisansa sahip olmayı hedeflediklerini kaydediyor. Sezer; “Yalnızca 100 gün içinde bir fintech girişimini hayata geçirebiliyoruz. Çözümlerimizle finansal süreçleri kolaylaştırıyoruz” diyor.

Pionr, kendi teknolojik altyapısı ve kendi öz kaynaklarıyla finansal teknoloji girişimleri kuran, bu girişimleri geliştiren ve büyüme için aktif olarak güçlendiren bir girişim kurucu teknoloji şirketi. Global çapta hizmet verdiği müşteri portföyüne kapsamlı finansal teknoloji altyapısı, operasyonel destek ve stratejik yatırım danışmanlığı sunan şirket, temel hedefini ise ‘finansal hizmetleri ve insani öğeleri bir araya getirerek insanların günlük hayatlarında finansa dair bilinçli kararlar alabilmeleri, finansal hedeflerine kolaylıkla ve güvenle ulaşabilmelerini sağlamak’ olarak belirlemiş durumda.

Müşteri merkezli yaklaşım

Pionr; finansal teknolojiler alanında Türkiye’nin önemli şirketleri arasında yer alıyor. Yenilikçi çözümlerle finansal teknolojiler sektörüne yön verdiklerini söyleyen Pionr Kurucu ve CEO’su Yakup Sezer; hızla değişen iş dünyasında işletmelerin finansal süreçlerini basitleştirmeyi, karşılaştıkları finansal zorlukların kolayca üstesinden gelmelerine ve daha bilinçli karar almalarına yardımcı olmayı amaçladıklarının altını çiziyor. Sezer; çığır açan yenilikleri, müşteri merkezli yaklaşımı, üstün teknolojileri ve bilgi birikimiyle fintech sektörünü yeniden şekillendirerek işletmelerin öncü girişimlere dönüşmelerine önemli katkılar sunduklarına da dikkat çekiyor.

“İşletmelerin bilinçli kararlar almalarına olanak tanıyoruz”

“GENİŞ BİR YELPAZEYE HİTAP EDİYORUZ” Pionr olarak serbest çalışanlardan büyük işletmelere ve bankalara kadar geniş bir yelpazeye hitap eden çözümlerimizle finansal süreçleri kolaylaştırıyoruz. Bunu yaparken aynı zamanda işletmelerin bilinçli kararlar almalarına ve geleneksel sistemlerde karşılaşılan zorlukların üstesinden gelmelerine de olanak tanıyoruz.

“DİJİTAL FİNANS UYGULAMAMIZ VAR” Şu anda kullanımda olan ve baştan aşağı yenilenen küçük ve orta ölçekli işletmeler için geliştirdiğimiz, ‘Norma’ isimli bir dijital finans uygulamamız var. Norma’nın yanı sıra yakında kullanıcılarımızla buluşturmaya hazırlandığımız bireysel kredi kıyaslama platformumuz Cred ve perakende şirketler için ödeme çözümleri sunan Mark gibi saf kan fintech ürünlerimiz de bulunuyor.



“100 günde fintech şirketi kuruyoruz”

Pionr; sunduğu finansal teknoloji çözümlerinin sağladığı bağlamsal avantajlarla bankacılık sektörünü yeniden tanımlama hedefiyle hareket ediyor. Bu sayede yeni müşteri taleplerini karşıladıklarını ve sundukları çözümlerle müşterilerinin yeni teknoloji trendlerine uyum sağlamalarına da katkıda bulduklarını kaydeden Yakup Sezer; kapsamlı operasyonel destek ve stratejik yatırımlarla işletmelerin yerel olarak büyümesini teşvik ettiklerinin de altını çiziyor.

Güçlü temellere dayandırılmış süreçlerle Pionr'ın stratejilerin belirlenmesinden faaliyete geçme aşamasına kadar yalnızca 100 gün içinde bir fintech girişimini hayata geçirebildiğine işaret eden Yakup Sezer; sundukları bütünsel yaklaşımının işletmeleri ve bireyleri güçlendirerek yeni girişimlerin önünü açarak hızlandırdığına ve dijital sektörlerde ekonomik büyümeye katkıda bulunduğuna da değiniyor.

“Küresel varlığımızı güçlendireceğiz”

Pionr, finansal teknolojiler alanında sunduğu çözümleri yurtdışına da taşıyarak küreselde söz sahibi olmayı planlıyor. Pionr olarak sağladıkları çözümlerle finansal teknolojiler alanında devrim yaratmaya hazırladıklarını söyleyen Yakup Sezer; “Yalnızca finansal hizmetler sunmayı değil; aynı zamanda dünya genelinde küçükten büyüğe tüm işletmelere değer katarak finansal

süreçlerini basitleştirmeyi ve günümüzün hızla değişen dinamik ortamında başarıya ulaşmaları için desteklemeyi amaçlıyoruz” diye konuşuyor.

Küresel varlığını güçlendirmeyi hedefleyen Pionr; bu doğrultuda önümüzdeki beş yıl içinde gerekli lisansları alarak çözüm ve hizmetlerini en az 10 farklı fintech sektö-

ne yaymayı planlıyor. Bu kapsamda şirket hedefini; çözüm ve hizmetlerini Türkiye ile benzer yapıda olan 10'un üzerinde ülkeye taşımak olarak belirlemiş durumda.

Peki, Pionr'ın rotasında fintech sektörünün özellikle hangi alanları bulunuyor? Yakup Sezer; 2027 yılına kadar ödeme, sigorta, emlak, yatırım, akıllı harcama, dijital bankacılık, kripto para ve medya dahil olmak üzere en az 10 farklı finansal teknoloji alanında aktif olarak faaliyet göstermeyi amaçladıklarını bilgisini veriyor. Sezer; Pionr'ın genişleme stratejisinin en az iki farklı alanda kendi lisansına sahip olma hedefiyle çeşitli ülkelerde lisans almaya odaklandığına da dikkat çekiyor. Yakup Sezer; önümüzdeki sürece ilişkin stratejileriyle ilgili şunları söylüyor:

“Pionr olarak aynı zamanda önümüzdeki beş yıllık dönemde altı gelişmekte olan pazarda 20 milyon dolar yatırım yapmayı, yedi girişimi kurup büyötmeyi ve en az iki lisansa sahip olmayı hedefliyoruz. Bu iddialı hedeflerimiz; finansal teknoloji sınırlarını güçlendirmeye, pazarlar genelinde yenilikler yapmaya ve küresel finans ortamının gelişimine katkıda bulunmaya olan bağlılığımızı yansıtıyor.”

YAKUP SEZER

Norma, Cred ve Mark hangi ihtiyaçlara, nasıl çözümler sunuyor?

NORMA: Pionr'ın girişimci yaklaşımını yansıtan Norma; ticari hesap yönetimi, ticari kart hizmetleri, para transferi, faturalama ve muhasebe çözümleri gibi hizmetlere sahip. Bunların yanı sıra işletme kredisi, mobil POS ve açık bankacılık çözümü gibi diğer katma değerli çözümleri de tek bir uygulamaya altında sunuyor.

CRED: Gerçek zamanlı 360 derece müşteri verilerinden yararlanarak kişiselleştirilmiş çözümler sunan ve çeşitli finans kurumlarıyla sorunsuz bir şekilde entegre olan Cred, yenilikçi bir bireysel kredi kıyaslama platformu olarak öne çıkıyor. Gelişmiş teknolojisi, kullanıcıların benzersiz ihtiyaçlarına göre hazırlanmış en uygun finansal ürünleri kolayca bulmalarını sağlıyor.

MARK: Hem tüketiciler hem de satıcılar açısından online alışverişini kolaylaştırmak için tasarlanan Mark ise basitlik, erişilebilirlik ve yenilikçilik sunan bir ödeme platformu olarak öne çıkıyor. KOBİ'ler ve bireyler için özel olarak tasarlanan önceden oluşturulmuş bir e-ticaret altyapısı sunuyor.

Türkiye’de girişimcilik liselerde 81 ile yayıldı

Genç Başarı Eğitim Vakfı, girişimci zihin yapısına sahip gençlerin ve çocukların yetişmesi için çalışmalarına yön verirken, iş dünyasındaki profesyonellerin ve girişimcilerin programlara aktif katılımlarını sağlayarak iş dünyası ve eğitim arasında köprü kuruyor. GençBizz Lise Girişimcilik Programı, vakfın 24 yıldır Türkiye’de uygulamakta olduğu, 14-18 yaş grubu lise öğrencilerinin rehber öğretmenleri ve iş dünyası gönüllü mentorları eşliğinde bir eğitim yılı boyunca girişimcilik becerilerini yaşayarak öğrendiği bir ekonomik eğitim programı olarak büyük ilgi görüyor.

Genç Başarı Eğitim Vakfı’nın düzenlediği Genç Bizz Lise Girişimcilik Programı; Türkiye genelinde T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Ortaöğretim Genel Müdürlüğü protokolü kapsamında lise öğrencilerine yönelik “yaparak öğrenmeye dayalı” bir girişimcilik programı. Genç Bizz Lise Girişimcilik Programı kapsamında öğrenciler; rehber öğretmenleri, iş dünyasından mentorları ile okullarında kendi girişimlerini kurup, işletip, ürün/hizmetlerini üretip, pazara sunup program sonunda da şirketlerini tasfiye ediyor.

Ülke genelinde başarı

Genç Başarı Eğitim Vakfı Genel Müdürü Seçil Yıldırım Çelebi, GençBizz Lise Girişimcilik Programı’nın artık Türkiye genelinde 81 ile ulaştığını belirterek, “GençBizz, liseli öğrenciler için iş yaşamına açılan bir kapı olmakla beraber, iş deneyimini simülasyon ya da yalnızca tasarım aşamasında olan bir proje üzerinde değil, bir girişimin tüm aşamalarında görevler üstlenerek bilfiil deneyimlemelerini sağlayan bir programdır” diyor. Programa katılan gençlerin yüzde 82’sinin bu programın

İlkokuldan liseye kadar öğrencileri girişimci zihin yapısıyla yetiştirmeyi hedef alan Genç Başarı Eğitim Vakfı’nın düzenlediği GençBizz Lise Girişimcilik Programı, Türkiye’nin 81 ilinde yerini aldı. Liseli gençler Türkiye’nin 81 ilinde Gençbizz şirketlerini kurdu.

İş dünyası ile eğitim arasında köprü

1999 yılında kurulan Genç Başarı Eğitim Vakfı, kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Vakıf, gençlerin girişimci zihin yapısına sahip olması ve iş yaşamına aktif katılımlarını sağlamak amacıyla, iş dünyası ile eğitim arasında köprü kuruyor. Vakıf, ilköğretimden üniversite son sınıfa kadar farklı yaş gruplarına yönelik, yaparak öğrenme temelli eğitim programları tasarlıyor ve uyguluyor. İş dünyasının önde gelen temsilcileri, Genç Başarı Eğitim Vakfı tarafından geliştirilen ve uygulanan programlar içerisinde yer alırken, yapılandırılmış çalışmalar doğrultusunda öğrencilerle tecrübelerini, bilgilerini paylaşıyor ve öğrencilere mentorluk yapıyor.

SEÇİL YILDIRIM ÇELEBİ



ardından kariyer yollarını şekillendirdiğine işaret eden Çelebi, şöyle konuşuyor: “Gençler, program kapsamında yürüttükleri tüm aşamalar, aldıkları eğitimler ve mentorluk ile iş yaşamına hazır, 21 yy. becerileri ile donan-

mış ve finansal yeterlilikleri gelişmiş olarak programdan mezun oluyorlar. GençBizzliler program sonunda almaya hak kazandıkları ESP - Entrepreneurial Skills Pass (Girişimcilik Becerileri) Sertifikası ile ulusal ve uluslararası staj, eğitim ve istihdam imkanlarına erişim fırsatı yakalıyor, yurtdışı üniversiteleri için kritik bir referans kaynağına erişmiş oluyorlar. Artık Türkiye’nin her yerinde girişimlerimiz kuruldu, gurur verici bir tablo.”

GİV'in Girişimcilik Köprüsü Çin'e uzandı

Girişimci İşadamları Vakfı (GİV), gerçekleştirdiği "Girişimcilik Köprüsü" toplantıları kapsamında Türk girişimcileri Çinli iş insanlarıyla buluşturdu. Bahariye Mevlevihanesi'nde gerçekleştirilen toplantının açılışında konuşan GİV Başkanı Mehmet Koç, "Türkiye ile Çin arasında ticarete büyük dengesizlik var. Çin'den ne getirir satarız dosyasını kapatın, ihracata bakın" dedi.

Girişimci İşadamları Vakfı (GİV) tarafından düzenlenen Girişimcilik Köprüsü toplantısı "Çin İş Arenasının Liderleriyle Buluşun" başlığı ile 23 Ocak 2024 tarihinde Bahariye Mevlevihanesi'nde gerçekleştirildi. Çinli iş insanlarının Türk girişimcilerle bir araya geldiği ve iki ülke iş insanlarının çok sayıda sektörde B2B görüşme gerçekleştirdiği toplantının açılışında konuşan Girişimci İşadamları Vakfı Başkanı Mehmet Koç, Türkiye ve Çin kültürlerinin birbirine yakın olduğunu belirterek, "Ticaret için iyi bir partner olacağımıza inanıyorum" dedi.

"Ticarette büyük dengesizlikler var"

Türkiye'nin Çin'e yılda 3,5 milyar dolarlık ihracat yaptığına, bunun karşılığında da 40 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirdiğine dikkat çeken Mehmet Koç, şöyle konuştu: "Dengesiz bir ticaret var. Cumhurbaşkanımız Erdoğan ile Pekin'e gittik. Orada her iki ülkenin Cumhurbaşkanı ticari ilişkilerin geliştirilmesini teşvik ettiler. Bunun sonucunda ticaretimizde canlanma oldu. Ancak dengesizliğin giderilmesi gerekir. Türkiye'nin 2. büyük ticaret ortağı 45 milyar dolara yaklaşan ticaret hacmi ile Çin'dir. Misafirlerimizin geldiği Çin'in Xian bölgesi savunma sanayi ve elektronik ağırlıklı bir bölge. Arkadaşlarımıza Xian bölgesini incelemelerini öneriyoruz. Yakın gelecekte Xian Ticaret Odası ile daha geniş kapsamlı bir toplantı gerçekleştireceğiz."

Çinliler Türk ürünlerini beğeniyor

Xian Uluslararası e-Ticaret Derneği Başkan Yardımcısı Zhang Shenli de toplantının açılışında yaptığı konuşmada, Çin-Türkiye dostluk

B2B görüşmeler yapıldı

Etkinlikte B2B görüşmeler de yapıldı. B2B görüşmelere Çin tarafından, Shaanxi Minshang Ticaret Odası ile Xian Uluslararası e-Ticaret Derneği yöneticileri başta olmak üzere çok sayıda Çinli iş insanı katıldı Türkiye tarafından ise GİV Başkanı Mehmet Koç ve Yönetim Kurulu üyeleri ile GİV üyesi iş insanları görüşmelerde hazır bulundu. İki ülke iş insanları arasında; elektrik elektronik, gıda, kültür-turizm, çocuk ve spor eğitimi, cam elyaf ürünleri, enerji, e-ticaret, inşaat, çay, yaş meyve sebze, temizlik, kozmetik başta olmak üzere çok sayıda sektörde B2B görüşmeler gerçekleştirildi.



hastanesi kurulmasının ardından, Çin-Türkiye eğitim ve çocuk festivalinin oluşması gibi ortak

etkinlikler olduğunu anlatarak, "Ticari ve sanayi işbirliğinin gelişmesi yönünde çabalarımız oldu" diye konuştu. İstanbul-Xian arasında büyük bir platform kurulmasını arzu ettiğini belirten Zhang Shenli, "İpek yolunun başladığı ülkemiz. Çin'den başlayacak hızlı trenin başlangıcı Xian olacak, Türkiye'den ve İstanbul'dan geçecek. Türkiye'den orijinal ürünlerin Çin pazarına girmesini arzu ederim. Türkiye'nin birçok kaliteli ve doğal ürünlerini keşfettim. Çinli tüketiciler bunları beğeniyor" dedi. Çin'in Xian bölgesinin sanayi,



eğitim ve ticarete çok ilerlediğini, Xian Uluslararası e-Ticaret Derneği ile Shaanxi Minshang

Ticaret ve Sanayi Odası'nın birlikte, Türkiye ile yeni iş birlikleri için girişimlerde bulunacaklarını anlatan Shenli, şunları söyledi: "Xian'da, İstanbul'daki İstiklal Caddesi'ne benzer bir yerde Türkiye Ticaret Merkezi kurmak istiyoruz. Orada nihai tüketim ürünleri sergilemek istiyoruz. Umut ediyorum yakın zamanda GİV üyelerini Çin'de misafir ederiz. Derneğimizin ana hizmeti ipek yolu üzerindeki iş adamlarına yardımcı olmaktır. Verdiğimiz hizmetlerin arasında lojistik, marketing, reklamcılık, finans gibi alanlar da var."

'İyi Şirket' olmak isteyen girişimlere yeni fırsat

ATÖLYE, S360 ve Zorlu Holding'in kurucu ortağı olduğu sosyal inovasyon platformu imece, etki ekosistemi için değer yaratacak bir programı daha hayata geçiriyor. 9-10-11 Şubat 2024 tarihlerinde gerçekleştirilecek "B Corp Bootcamp" programı; çalışanlarına, topluma ve çevreye karşı sorumlu olduğunu tescil ederek B Corp hareketine katılmak isteyen girişimlerin bu yolculuklarında ilk adımlarına destek olmayı amaçlıyor.

ATÖLYE, S360 ve Zorlu Holding'in kurucu ortağı olduğu sosyal inovasyon platformu imece, etki ekosisteminin gelişimine katkı sağlayan programlarına devam ediyor. Sosyal girişimler ve gençler başta olmak üzere; toplumsal, sosyal ve ekonomik sorunlara çözüm üretmek isteyen toplulukları ve bireyleri çeşitli etkinlikler ve programlarla bir araya getiren imece bu kez, Türkiye'de sürdürülebilirliğe önem veren iyi şirket sayısını artırmak ve Türkiye'deki etki girişimlerini global geçerliliği olan sertifikasyonlarla buluşturup küresel bilinirliği sağlamak üzere önemli bir programa imza atıyor.

imece yürütücülüğünde, Zorlu Holding'in ana partnerliği, B Lab Europe ve S360'in stratejik partnerliği ile ATÖLYE'nin komünite partnerliğinde düzenlenecek "B Corp Bootcamp" programı 9-10-11 Şubat 2024 tarihlerinde gerçekleştirilecek. Farklı disiplinlerden partnerlerin güçlü yanlarını ortaya koyarak tasarladığı B Corp Bootcamp, ÇSY (çevresel, sosyal ve yönetim) kapsamına uygun olarak faaliyetlerini yürütmek isteyen girişimlerin rehber alabileceği bir program olarak konumlanıyor.

"Radikal iş birlikleri kuruyoruz"

B Corp hareketine katılmayı amaçlayan iyi şirket adayları için başvurular 21 Ocak tarihinde sonlandı. Yapılacak değerlendirmenin ardından 10 girişim programa dahil edilecek. Program katılımcıları 3 günlük yoğunlaştırılmış Bootcamp'e katılarak, B Corp

ŞAHİKA ÖZCAN ORTAÇ



değerlendirme sürecine ilişkin çeşitli eğitimler ve mentorluk desteği alma fırsatını yakalayacak. Zorlu Holding Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısı Şahika Özcan Ortaç, "Toplumsal konularda, bilinen rekabet anlayışının da ötesinde bir-

likte değer yaratarak ilerleyen şirketlerin daha güçlü etki yaratabilir ve küresel meselelerin çözümünü hızlandırabilir" dedi. Zorlu Holding olarak, Akıllı Hayat 2030 vizyonu doğrultusunda belirledikleri sürdürülebilirlik odaklı hedeflere paydaş temelli, kapsayıcı bir

yaklaşımın ulaşılabileceklerini düşündüklerini söyleyen Ortaç, şunları söyledi: “Bu amaçla daha iyi bir gelecek için çalışırken radikal iş birlikleri kurarak etki alanımızı genişletmeye odaklanıyoruz. Bu yaklaşımın en değerli örneklerinden biri olan, kurucuları arasında yer aldığımız sosyal inovasyon platformu imece ile 2016 yılından bu yana değer yaratan bir iş birliği içindeyiz. imece, geçen zaman içinde kayda değer bir olgunlaşma süreci yaşadı. Farklı disiplinlerden bireyler

ve farklı yapıdaki birçok kurum imece çatısı altında bir araya gelerek daha iyi bir gelecek adına birlikte çalışma fırsatı yakaladı.”

B Corp Hareketi Nedir?

Kâr ve amaç arasında bir denge kurmayı hedefleyen şirketler, toplumu ve çevreyi merkeze koyan, etki alanlarına dair detaylı bir değerlendirme sürecinden geçerek, gerekli kriterleri karşılamaları durumunda B Corp olmaya hak kazanıyor. Küresel olarak yayılan

bu kültür değişimiyle B Corp sertifikası almak isteyen şirketlerin sayısı da gün geçtikçe artıyor. Faaliyetlerini etik, toplumsal ve ekolojik sorumlulukla yürüttüklerini kanıtlamak isteyen bu şirketlerin dahil olduğu B Corp hareketi iş dünyasındaki dönüşüme öncülük ediyor. Şirketlerin sürdürülebilir bir ekonomi içerisinde ilerlemesini sağlamayı amaçlayan B Corp hareketi, ekonomi için pozitif bir değişim sağlamayı hedefliyor. Türkiye’de şu an B Corp sertifikasına sahip 8 şirket bulunuyor.



imece Direktörü **Zeynep Erdoğan**: “İyi şirketlerin sayısı artmalı”

“imece olarak kurulduğumuz günden bu yana, Türkiye’de sosyal inovasyon ekosisteminin gelişimine katkı sağlamak, değişim öncüsü birey ve kurumları desteklemek için çalışmalar yürütüyoruz. Bu kapsamda, dünyanın farklı yerlerinden iyi uygulamaları takip ediyor ve geliştirdikleri bakış açılarının Türkiye’de uygulanıp yaygınlaşmasına aracı oluyoruz. Bu kapsamda, sosyal inovasyonun dönüştürücü gücünü kullanan girişimlerin ‘iyi şirket’ olma yolculuklarına eşlik eden adımlar atacağız. Değerli partnerlerimiz ATÖLYE, B Lab Europe, S360 ve Zorlu Holding’in işbirliği ile yürüteceğimiz B Corp Bootcamp’te, etkili girişimleri B Corp olma süreçlerini eğitim ve mentorluklarla destekleyeceğiz. Böylece, Türkiye’deki ‘iyi şirketlerin’ sayısını artırmayı hedefliyoruz.”

S360 CEO’su **Kerem Okumuş**: “Etki ekosistemini geliştirmeliyiz”

“S360 olarak özel sektörün iş modellerini etki odaklı dönüştürme vizyonumuzla, B Corp’un kâr ve etki arasında bir denge kurma felsefesinin birbiriyle doğrudan örtüştüğüne inanıyoruz. 2014 yılından bu yana B Corp sertifikalı bir şirket olarak Türkiye’de bu felsefenin ve B Corp hareketinin yaygınlaşması üzerine çalışıyoruz. B Corp’un sunduğu değer önerisi yenileyici bir ekonomi yaratmada ve piyasada başarı kriterlerini yeniden tanımlamada önemli bir rol oynuyor. Bu çerçevede, stratejik partneri olduğumuz B Corp Bootcamp ile, sundukları ürün ve hizmetlerle ya da inovatif iş süreçleri ile etkiyi odaklarına alan girişimlerin desteklemesinin Türkiye’deki etki ekosisteminin gelişimi için çok değerli bir adım olduğuna inanıyoruz.”



ATÖLYE Co-CEO’su & Kurucu Ortağı **Engin Ayaz**: “B Corp topluluğunu büyüteceğiz”

“ATÖLYE olarak B Corp Bootcamp’in bir parçası olmaktan gurur duyuyoruz. Katılımcı şirketlerin B Corp sertifikasyonuna giden yolda ilerleyebilmeleri için bilgilerimizi aktarmaya oldukça hevesliyiz. Ayrıca, bu üç günlük programı diğer kurumların yaptıklarını gözlemleyerek, sosyal ve çevresel etkimizi nasıl daha iyi hale getirebileceğimizi öğrenmek için bir fırsat olarak görüyoruz. Bu program sayesinde giderek daha fazla şirketin B Corp sertifikası alabileceğini umuyoruz. Türkiye ve bölge genelinde B Corp topluluğunun büyümesini hep birlikte desteklemeyi amaçlamamızın son derece değerli olduğuna inanıyoruz.”

B Lab Europe Pazar Geliştirme Lideri **Sarah Garcia**: “Avrupa’da da öncü program olacak”

“Programa katılan girişimlerin 3 gün içinde birçok önemli bilgi edineceklerini ve bolca ilham alacaklarını düşünüyoruz. Bu da B Corp olma yolculuklarında onlara büyük destek sağlayacak. Son aylarda Türkiye’deki B Corp topluluğu ile bağlantı içindeyiz. Tam da bu süreçte imece’nin bize bir bootcamp projesi ile gelmesi ve bizi dahil etmek için sunduğu fırsatlar bizi çok heyecanlandırdı. B Corp Bootcamp sadece Türkiye’de değil, tüm Avrupa’da öncü bir program olarak konumlanacak.” dedi.



“İki markamızla da iddialı büyüyeceğiz”

Üniversite yıllarında babasının rulman şirketinde çalışma hayatına atılan Nilüfer Şener, aile şirketinden sonra Enkay Trade’de göreve başladı. Enkay çatısı altında iki girişimi de hayata geçiren Şener, “Markalara dünyaya açılma fırsatı sunan fmcgstore.com’un ve değerli taşlarla zengin formülleri buluşturan kozmetik markası ‘Beauty&More’un kurucusuyum. İkisinde de iddialı bir büyüme hedefliyoruz” diyor.

İş dünyasında, çalışma hayatına daha üniversite yıllarındayken başlayan ve zamanla bunun meyvelerini toplayan pek çok isim var. Genç girişimci Nilüfer Şener de onlardan biri. Yıldız Teknik Üniversitesi’nde okuduğu yıllarda aile şirketlerinde babası ile omuz omuza çalışan Şener, şirketlerinin yurtdışı ticaretinde ve iş hacminin büyümesinde büyük katkıda bulunuyor. Mezun olduktan sonra da şirketlerindeki görevine bir süre daha devam ediyor. Sonrasında ise 35 yıldır FMCG alanında faaliyet gösteren 80’i aşkın ülkeye ihracat yapan Enkay Trade’in üst düzey yöneticisi ve ortağı olarak görev yapmaya başlıyor. Şirketteki bu profesyonel görevinin yanı sıra girişimcilğe de soyunan Şener önce, markasına dünyada yer edinmek isteyen satıcılara ürünlerini tanıtmak için sunan Fmcgstore.com’u kuruyor. Ardından da değerli taşların içeriğindeki zengin mineralleri, başarısı ispatlanmış cilt bakım formülleriyle birleştirdiği ‘Beauty&More’ kozmetik markasını yaratıyor. Girişim yolculuğundan hedeflerine kadar pek çok konuyu konuştuğumuz Nilüfer Şener, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Biraz kendinizden söz eder misiniz?

Yıldız Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü’nden ‘onur öğrencisi’ olarak mezun olduktan sonra kariyerime aile şirketimizde devam ettim. Aslında çalışmaya üniversite yıllarımda başlamıştım. Arkadaşlarım okuldan çıkışta keyifli aktiviteler peşinde koşarken ben babamın yanına ofisimize giderdim. Babam bir makine parçası

“Dünyada ses getirmeyi hedefliyoruz”

“Beauty&More markasının başarısını Türkiye ve dünyada ispatladıktan sonra, farklı markalarla birlikte karşınızda olacağız, Ar-Ge çalışmalarımız devam etmekte. Kısa vadeli hedefimiz, ürünlerimizin Türkiye’de tüm online platformlar, seçkin eczane ve parfümerilerde yüz bakım kategorisinin en çok satılan ürünleri haline getirmek. Orta ve uzun vadede ise markamızı, dünyanın en seçkin online platformları, drugstore ve dermokozmetik satış noktalarında listeleterek bulunduğu kategorilerde dünya çapında ses getirmek ve premium yüz bakım kategorisinde üst düzey kaliteli ürünlerimizle yerimizi perçinlemektir. En önemli hedefimiz ise Türkiye’de ve dünyada değerli taşlar dendiğinde ilk akla gelen kozmetik markası olmak, seçkin eczane ve online platformların hepsinde en çok satan marka haline gelmek.”

olan ‘rulman’ ticareti yapıyordum. Aslında çok da ilgimi çeken bir alan değildi fakat işin ticaret tarafı her zaman çekici geldi. Babamın yurtdışı ile olan iş trafiğini çok fazla hafiflettim. Birlikte fuarlara ve müşteri ziyaretlerine giderdik. Eğitimim sırasında ‘Ticaretin Profesyonellerini’ yetiştiren bir akademide uzun

dönem girişimcilik ve liderlik eğitimleri aldım. Aynı zamanda pek çok prestijli üniversitenin sayısız eğitim programını da başarı ile tamamladım. Üniversite yıllarımda, merkezi Polonya/Varşova’da bulunan, Doğu Avrupa’nın en büyük sanayi üreticilerinden biri ile 19 yaşında iş anlaşması imzalayarak ilk uluslararası iş tecrübemi edindim. Pazar araştırması, ithalat ve ihracat süreç yönetimleri ile pazarlama ve satış alanlarında yöneticilik yaptım. Tüm bunları üniversitede yaptığım için mezun olduktan sonra iş hayatının dinamiğine alışmak benim için hiç zor olmadı.

Sonraki süreçte nasıl bir kariyer yolculuğunuz oldu?

Lisans eğitimim sonrasında; MBA master’ımı da bitirdikten sonra bir işletmenin ihtiyaç duyabileceği her alanda tecrübemi ilerlettim. Ardından, merkezi İsviçre’de bulunan dünyanın en prestijli gemstone akademisinde



'Coloured Gem Professional' ve 'Advanced Gemstones' eğitimimi tamamladım. Bir süre daha aile şirketimizde çalıştıktan sonra 35 yıldır FMCG alanında faaliyet gösteren 80'i aşkın ülkeye ihracat yapan; Rotterdam, Dubai ve New York'da şirketleri bulunan Enkay Trade'in üst düzey yöneticisi ve ortağı olarak görev yapmaya başladım. Hala da bu görevimi sürdürmekteyim.

Peki hangi alanlarda faaliyet gösteriyor Enkay Trade?

Türkiye'nin ilk bin ihracatçısı arasında yer alan, 4 farklı ülkede ofisi bulunan ve 80'den fazla ülkeye aktif olarak ihracat yapan; lojistik, yazılım, hukuk, inşaat, restoran, hotel, perakende mağazacılık, satış-pazarlama, distribüsyon, e-ticaret gibi birçok sektörde faaliyet gösteren şirketleri bünyesinde bulunduran Enkay Şirketler Grubu'nun 30 yılı aşkın tecrübesi bulunuyor. Şirket olarak, 2024'te ihracat alanında küresel pazarlarda genişlememizi artırmayı, dijital ticaret stratejilerimizi güçlendirmeyi (e-ihracat gibi), inovasyona odaklanmayı, sürdürülebilirlik ve çevresel bilinci yükseltmeyi, stratejik iş ortaklıkları kurarak sektörde liderliğimizi sürdürmeyi hedefliyoruz. Daha somut bir dille, gelişen dünyanın hızla artan tüketim ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmek adına ABD ve Singapur'da yeni dağıtım merkezleri açmak da hedeflerimiz arasında. Ayrıca, gelecek 5 yıl içerisinde dünyadaki lojistik merkezlerimizin sayısını yirmiyeye çıkarmak istiyoruz.

Enkay Trade çatısı altında farklı girişimlerin de olduğunu biliyoruz...

Evet, aynı zamanda; Enkay Trade çatısı altında kurulan FMCG ürün portalında kendi markasına yer edinmek isteyen satıcıların dünyaya ürünlerini tanıtmak için sunan Fmcgstore.com'un da kurucusuyum. Öte yandan kozmetik sektöründe de kurduğumuz 'Beauty&More' markasını bir dünya markası haline getirmeyi hedefliyoruz.

Kozmetik markanız 'Beauty&More' un kuruluş öyküsünü anlatır mısınız?

Hikayemiz, güzelliğe farklı bir bakış açısıyla yaklaşmamız ve dünyayı tüketilecek bir yer olarak değil, çok değerli bir kaynak olarak görmemizle başladı. Bu konuda bir şeyler yapmamız gerektiğini fark ederek yeni bir cilt bakımı vizyonunu hayata geçirmeye karar verdik. İşim gereği sürekli dünyadaki seminer,



NİLÜFER ŞENER

fuvar ve heyet ziyaretlerinde bulunup hem sektördeki gelişmeleri takip ediyor hem de kendi tecrübelerimi bu organizasyonlardaki diğer katılımcılarla paylaşarak ahenk yaratıp değer üretiyoruz. Pandemi öncesinde yine bir yurt dışı gezisinde, dünyanın en prestijli fuvarlarından birinde gezerken bir yanda tüm cazibesi ve parlaklığı ile bana göz kırpan, duvarlarında Nefertiti'nin doğal taşlarla harmanlanmış görsellerinin olduğu ve mineral bakımından son derece zengin değerli taşların yer aldığı, enerjisi ile beni kendine çeken bir stand ve hemen yanında da cilt bakım rutinlerimizin vazgeçilmezleri olan pek çok çeşit ve ölçüde

cilt serumlarının olduğu diğer bir stand. Bu tablo bana ilham oldu.

Çok niş bir alanda faaliyet gösteriyorsunuz. Bu özel ürünleri nasıl geliştirdiniz?

Değerli taşlar alanında hali hazırda uzun süredir etkisi ispatlanmış formüller üretmiş Avrupa'nın en prestijli laboratuvarlarından biri ile anlaşma yaptıktan sonra bir yıl içinde firmayı satın alarak kendi grup şirketlerimize kattık. Değerli taşlar alanında binlerce patentli formüle sahip laboratuvar yatırımımız bizim için çok önemli bir hamle oldu. Üç yıllık bir AR-GE çalışmasının sonucunda geçen yılın ortasında markamız piyasaya çıktı.

Fintech'lerin geleceğini beş trend şekillendirecek

Günümüzde finansal hizmetler pazarı fintech'lerin de dâhil olması ile büyük bir dönüşümden geçiyor. KPMG tarafından hazırlanan "Fintech'in Geleceği" raporunda bu dönüşüm sürecinde bağlantılı bir ekosistem içerisinde finansal hizmetlerde değişimi tetikleyen faktörler inceleniyor. Rapora göre fintech'in geleceğini müşteriler, rekabet, ürün, teknoloji ve mevzuat konuları şekillendiriyor.

KPMG'nin "Fintech'in Geleceği" raporu sonuçlarına göre fintech liderlerinin yüzde 43'ü "müşteri deneyimini geliştirmeyi" kuruluşlarının en önemli stratejik hedefi olarak gösteriyor. KPMG adına yapılan farklı bir ankette ise fintech liderlerinin yüzde 92'si müşteri odaklı stratejilerinin en üst veya yüksek öncelikli stratejileri olduğunu belirtiyor.

Veri gizliliği sorunu

Öte yandan KPMG'nin yakın zamanda ABD'li tüketicilerle yaptığı bir ankette ise tüketicilerin yüzde 86'sı veri gizliliği konusunda endişe duyduklarını, yüzde 78'i toplanan veri miktarından endişe duyduklarını ve yüzde 40'ü verilerini etik bir şekilde kullanacaklarına dair şirketlere güvenmediklerini söylüyor. Bu nedenle Fintech liderleri finansal ürün güvenliğini, gizliliği ve veri güvenliğini ilk üç öncelik olarak sıralıyor. Finansal ürünlerin giderek daha fazla teknoloji ve tüketici markasına entegre edilmesiyle birlikte, finansal hizmetler alanındaki atılımlar da durmak bilmiyor. Bu baskı karşısında bazı fintech'ler stratejik ortaklıklar şeklinde, iş

KPMG tarafından hazırlanan "Fintech'in Geleceği" raporunda finansal hizmetlerde değişimi tetikleyen faktörler inceleniyor. Rapora göre her 10 fintech'ten 9'u müşteri odaklı stratejilerinin en üst veya yüksek öncelikli stratejileri olduğunu belirtirken, sadece ABD'deki gömülü finans sektörünün 2025 yılına kadar hızla büyüyerek 230 milyar doların üzerinde bir gelire ulaşması bekleniyor.

birliğine dayalı rekabet yolunu seçiyor. Ankete katılanların dördte üçü, kuruluşlarının büyük, ana akım teknoloji şirketleriyle ortaklıklara yatırım yaptığını veya yapmayı planladığını söylerken yüzde 38'i stratejik ortaklıkların ana odak noktası olduğunu belirtiyor.

Bazı fintech'ler ise emtia sağlayıcıları olarak kendi temel iş alanlarına odaklanmayı tercih ediyor. "Finansal hizmet ürünlerinin tüketici platformlarına yerleştirilmesi" fintech dünyasını değiştirebilecek büyük bir potansiyel olarak görülüyor.

Fintech'ler, temel faaliyetlerine odaklanırken müşteriler için değer yaratmanın, dağıtım engellerini aşmanın ve gelir elde etmenin yeni yollarını buluyor. Gömülü finans, fintech'lerin krediler, ödemeler ve sigorta dâhil olmak üzere finansal ürün ve hizmetler sunan banka dışı kuruluşlar olarak yenilikçi ürünler sunmasına yardımcı olan, gelişmekte olan bir dağıtım kanalı olarak öne çıkıyor. Öyle ki sadece ABD'deki gömülü finans sektörünün 2025 yılına kadar hızla büyüyerek 230 milyar doların üzerinde bir gelire ulaşması bekleniyor.

Finansal ekosistemler yaygınlaşıyor

Fintech girişimleri, blok zinciri teknolojileri üzerine inşa edilen ve Web 3.0 tasarım ilkelerinden yararlanan merkezi olmayan ürünler ve ekosistemler sunuyor. Böylelikle tek bir kuruluşun veri ve uygulamaları kontrol etmediği ve kullanıcılara verileri üzerinde daha fazla kontrol sağlayan merkezi olmayan bir web or-



SINEM CANTÜRK



taya çıkıyor. Merkezi olmayan finans (DeFi); insanların, tüccarların ve işletmelerin doğrudan bir blok zinciri üzerinde işlem yapmasına olanak tanıyarak araçlar olmadan finansal araçlar sağlıyor. Merkezi olmayan ürünlere ilgi artmaya devam ederken KPMG küresel anketine katılan fintech yöneticileri de dijital varlıklara artan tüketici yatırımının, fintech ortamını ciddi derecede değiştirebilecek büyük potansiyele sahip olduğunu belirtiyor.

Mevzuat ve uyumun önemi

Küresel düzenleyiciler ve düzenlenmiş üçüncü taraflar, riski yönetmek için fintech'leri daha yüksek düzeyde incelemeye tabi tutmaya başlıyor. Düzenleyiciler, mevcut ve yeni ortaya çıkan riskleri ele almak için mevcut düzenleme ve denetleme yetkilerini kullanıyor. Temel ilgi alanları arasında kayıt/lisanslama, tüketicinin korunması (ör. dolandırıcılık, gizlilik, erişim, ifşa, anlaşmazlıklar/şikayetler), mali suçlar (ör. AML/CFT, yaptırımlar) ve ödeme faaliyetleri (ör. anlık ödemeler, likidite, dijital varlıklar) yer alıyor.

“Finansal hizmetlerin ayrılmaz parçası”

Konuyla ilgili açıklama yapan KPMG Türkiye Fintech ve Dijital Finans Lideri, Şirket

Atılması gereken stratejik adımlar

KPMG'nin raporunda fintech'lere, bu değişim sinyallerine yanıt verebilmeleri ve daha bağlantılı, müşteri odaklı organizasyonlara dönüşmeleri için şu tavsiyelerde de bulunuluyor:

- Temel iş tanımına odaklanın
- Kârlılığa giden yolu açın
- Uygun teknoloji kullanın ve teknik borçtan kaçının
- Stratejik ortaklıklar oluşturun
- Strateji belirlemek için verilerin gücünden yararlanın

Ortağı Sinem Cantürk, şu görüşleri dile getiriyor: “Fintech sektöründeki inovasyonun hızlı temposu ve fintech'lerin veri analitiği yoluyla müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını

anlama becerisi, işlemleri hızlandıran ve seçenekleri genişleten müşteri dostu ürünlere hevesli tüketiciler ve işletmeler arasında yankı buldu. Fintech'ler kısa bir süre içinde

finansal hizmetlerin ayrılmaz bir parçası haline geldi. Bu raporumuzda, finansal teknolojiler pazarındaki değişimin temel sinyallerini, şirketlerin bu değişimlere verebilecekleri yanıtları ve ortaya çıkması muhtemel iş modellerini ele alıyoruz. Raporumuzda yer verdiğimiz veri ve bilgilerin fintech sektörünün daha da ilerlemesine katkı sunmasını umuyoruz.”



50 ülkeye lüks ajanda satıyor

Küresel rekabete açık olan Türkiye kırtasiye sektörü, ithalat ağırlıklı ve çok oyunculu yapıyla yoğun bir rekabet ortamına sahip. Bu ortamda üretim ve tasarım kabiliyetiyle öne çıkan markalar var. Ajanda ve defter sektöründe faaliyet gösteren Victoria's Journals da onlardan biri. Temelleri 2011 yılında girişimci Hüseyin Kuru tarafından atılan marka bugün Türkiye'nin yanı sıra 50 ülkede de ürün satışı gerçekleştiriyor. Üst segmente hitap eden ürünler tasarladıklarını belirten Kuru, "Hem kendi markamızla üretim yapıyoruz hem de Hugo Boss, Nina Ricci, Cerruti 1881 gibi markaların tekstil dışı ürünlerinin lisansına sahip olan Belçikalı bir şirket için de fason üretim gerçekleştiriyoruz. Bu yıl 10 milyon dolarlık ciro hedefliyoruz" diyor.

Çin'de kurdu, İstanbul'a taşındı

Victoria's Journals'ın tasarımları Hüseyin Kuru'ya ait. Malzeme seçiminden kullanılan aksesuarlara kadar her detayla birebir ilgileniyor Kuru... Tasarım eğitimi almadığı halde bu alana ilgili olduğunu ve tüm dünyada trendleri yakından takip ettiğini belirten Kuru, şirketi kurma öyküsünü şöyle anlatıyor: "Aslında üniversitede uluslararası ilişkiler okudum. Okuldan sonra hep kırtasiye sektörünün içindeydi. 2007 yılında kırtasiye üretimi yapmak için Çin'e gittim. Orada üretirip sattım. 2011 yılında ise Victoria's Journals markasını kurup tüm dünyada patentini aldım. Pandemiye kadar Çin merkezli devam ettik. Ancak sonra merkezimizi Türkiye'ye taşındık."

Üç ülkede fason üretim

Şirketin Türkiye pazarına girmesi ise oldukça ilginç. Şöyle ki, 2021 yılında Almanya-Frankfurt'ta düzenlenecek olan dünyanın en önemli kırtasiye fuarlarından Paperworld Fuarı'na hazırlanan şirket, pandemi nedeniyle son anda fuarın iptal olmasıyla birlikte çözüm

Temelleri 2011 yılında girişimci Hüseyin Kuru tarafından atılan ajanda ve defter markası Victoria's Journals, üst segmente hitap eden ürünlerini Türkiye'nin yanı sıra 50 ülkede de tüketicilerle buluşturuyor. Şirket, Hugo Boss, Nina Ricci gibi dünya markalarına da fason üretim yapıyor.



HÜSEYİN KURU

arayışına giriyor. Kuru, sonraki süreçle ilgili şunları söylüyor: "Tüm koleksiyonumuz Çin'de hazır. O dönem Türkiye'de kırtasiye fuarı açılıyordu. 'Her şeyimiz hazırken Türkiye'deki fuara katılım' dedik, yabancı müşterilerimizi de İstanbul'a çağırdık. Yabancı müşterilerimizi çekmek için katılmış olsak da daha yoğun şekilde iç piyasadan müşteri aldık. Türkiye'de çok fazla satış noktası olan büyük alım grupları ve toptancılarıyla anlaştık. O şekilde Türkiye'de de satışa başladık."

Şirket halen üretimini ağırlıklı olarak Çin'de yapıyor. Bulgaristan'da ve Türkiye'de de üretim yaptırdıkları firmalar olduğundan söz eden Kuru, "Biz fason üretim yapıyoruz. Fasonda malzememizi biz alıyoruz. Malzemenin ve kalitenin bu şekilde devamlılığını sağlıyoruz. Aldığımız bütün malzemelerde sürdürülebilirlik kriterlerine çok dikkat ediyoruz. Günümüzde bu yönde sertifikalarınız yoksa yurtdışında iş yapmanız mümkün değil artık" diye anlatıyor.

"Ünlü zincirlerle çalışıyoruz"

"Bugüne kadar yurtdışında pek çok ünlü zincir ile çalıştık. Mesela; Kanada'da Dollarama, İngiltere'de ise The Works'e girmeyi başardık. Bugün gelen noktada ise en ağırlıklı pazarımız ABD. ABD'de A.C Moore, Hobby Lobby gibi büyük zincirlerle çalışıyoruz. Orada Amazon online'da da kendi satışımız var. O pazarda büyütüyoruz. Öte yandan geçen yıl İtalya merkezli Bruno Visconti yazı gereçleri markasının Türkiye distribütörlüğünü aldık. Onlarla da çok iyi bir sinerji yakaladık Türkiye'de. İstanbul'da 20, Çin'de ise 12 kişilik bir kadromuz var. Ürünleri sezona göre gündemdeki trendler doğrultusunda tasarlıyorum. Türkiye pazarında iki yılda 5 milyon dolarlık satışa ulaşmayı hedefliyoruz."

“KOBİ’ler mali disipline ve tasarrufa odaklanmalı”

Ortak Akıl Danışmanlık Kurucu CEO’su ve uzman aile şirketleri danışmanı Dr. Yılmaz Sönmez’e göre; 2024 yılı, KOBİ’lerin finansal dayanıklılığı için önemli bir sınav niteliğinde. KOBİ’lerin 2024’te mali disiplin, verimlilik ve tasarruf konularına odaklanmasının işlerini güçlendireceğinin altını çizen Sönmez; “KOBİ’ler için 2024 yılında mali disiplin açıkça ‘çok şey’ anlamına gelecek. Etkili bir bütçeleme ve nakit yönetimi stratejisi geliştirilmesi hayati önem taşıyor” diye konuşuyor.

Küresel ekonomik konjunktürdeki daralma eğilimi sürerken şirketlerin karşılaştığı mali zorluklar da güçlü ve çok boyutlu bir şekilde varlığını sürdürüyor. Küresel kuruluşlar tarafından yayınlanan raporlara göre, savaşın etkisiyle emtia ve gıda fiyatlarında ‘çifte şok’ etkisi öngörüldürken küresel büyüme aşağı, küresel enflasyon ise yukarı yönlü revize ediliyor. Diğer yandan, küresel ticari iflasların 2023’te yüzde 6, 2024’te yüzde 10 artması bekleniyor.

Dünyada ve Türkiye’de istihdam, üretim ve ihracatın bel kemiği niteliğindeki KOBİ’ler, bu süreçte en çok zorlanan aktörler olarak öne çıkıyor. Ortak Akıl Danışmanlık Kurucu CEO’su ve aile şirketleri uzmanı Dr. Yılmaz Sönmez’a göre; KOBİ’lerin bu zorlu süreçte mutlaka dikkat etmesi gereken hususların başında mali disiplin, verimlilik ve tasarruf geliyor.

“Serbest nakit akışına odaklanılmalı”

2023’te dünyada KOBİ’lerin yüzde 60’ının nakit akış sorunları yaşadığını, iflas eden şirketlerin yüzde 82’sinin en önemli gerekçesinin finansal sorunlar olduğunu söyleyen Yılmaz Sönmez; KOBİ’lerin, gelirlerini ve giderlerini izlemelerinin, etkili bir bütçeleme ve nakit yönetimi stratejisi geliştirmelerinin hayati önem taşıdığını altını çiziyor. Finansmana erişimin zorlaştığı bu dönemde öz kaynak odaklı, serbest nakit akışına odaklanan yaklaşımların önem arz ettiğine değinen Sönmez; şöyle devam ediyor: “KOBİ’ler için 2024’te mali disiplin açıkça ‘çok şey’ anlamına gelecek. Mali disiplinin içermesi gereken en önemli unsurla-



DR. YILMAZ SÖNMEZ

rı sırasıyla; etkili bütçeleme ve nakit yönetimi, borç yönetimi, ucuz alternatif finansman istihbaratı, risk yönetimi, çeşitlendirme ve yedek kaynaklar olarak tarif edebiliriz. İş sürekliliği planlarıyla işletmenizi olası risklere karşı ko-

ruyun. Gelir kaynaklarınızı çeşitlendirin, yedek kaynaklar oluşturun. Bir acil durum fonu veya kredi hattı gibi kaynaklara erişim sağlayın.”

“Verimlilik ve tasarruf şart”

2024’te KOBİ’ler için zorlu iklim varlığını sürdürecektir. Maliyet yönetiminin önemli bir boyutunu verimliliğin oluşturduğunu kaydeden Yılmaz Sönmez; KOBİ’lerin verimliliklerini artırmak için iş süreçlerini iyileştirmesi gerektiğine işaret ediyor. “İş süreçlerini optimize eden KOBİ’lerin yüzde 75’i daha yüksek kârlılık elde ederken, işletmelerin yüzde 68’i verimliliği artırmanın maliyet tasarrufuna yol açtığını belirtti” diyen Sönmez; 2023’te KOBİ’lerin yüzde 45’inin finansal dayanıklılıklarını artırmak için tasarruf önlemleri aldığını altını çiziyor. KOBİ’lerin iş süreçlerini gözden geçirip otomasyon ve dijitalleşme gibi yenilikçi çözümleri daha fazla değerlendirmesi gerektiği kanaatindeki Yılmaz Sönmez’e göre; bu yapılar, gereksiz harcamalardan kaçınarak ve kaynaklarını verimli şekilde kullanarak finansal dayanıklılıklarını artırabilir.

“Finansal dayanıklılık; başarı ve büyüme için kritik”

“Finansal dayanıklılık, KOBİ’lerin uzun vadeli başarı ve büyüme için kritik bir faktör. KOBİ’lerin finansal kararlarını sağlam bir temele dayandırmaları, bunun için de güçlü finansal ve mali danışmanlık yaklaşımlarından faydalanmaları gerekiyor. 2024, KOBİ’ler için zorluklarla olduğu kadar yeni fırsatlarla ve başarılarla dolu bir yıl olabilir. Ancak bu fırsatları değerlendirmek için doğru stratejileri benimsemek ve uzman bakış açısını işletmeye entegre etmek çok önemli.”



**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

KOBİLGİ

ŞİRKETLERDE SUİSTİMAL

-YOLSUZLUK ALGI ENDEKSİ RAPORU VE ULUSLARARASI RAPOR-

Ocak ayı sonunda, Uluslararası Şeffaflık Organizasyonu'nun (Transparency International) 2023 yılı Yolsuzluk Algı Endeksi raporu yayınlandı. Bunun yanı sıra 2020 Ocak-2021 Eylül dönemini kapsayan ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) 2022 Uluslararası Rapor da mevcuttur.

Bu ay ki yazımda bu raporlar üzerinde, ekonomiler ve şirketler için farkındalık yaratmaya çalışacağım.

Uluslararası Şeffaflık Derneği (Transparency International) Kimdir?

Bu organizasyon dünyanın her yerinde; hükümetlerle, şirketlerle, çalışanlarla, sivil toplumla birlikte yolsuzluğun olmadığı bir dünya amacıyla 1993 yılından itibaren çaba sarf eden bir kuruluştur.

Türkiye'de Yolsuzlukla Mücadele, Suistimalin Önlenmesi, Etik Konularında Çalışan Bazı Kuruluşlar

• Uluslararası Şeffaflık Derneği (www.seffaflik.org)

• Etik ve İtibar Derneği (www.teid.org)

• Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği (www.usiud.org)

Suistimal kavramı farklı kuruluşlar tarafından ele alınarak standart haline getirilmiştir. Uluslararası Sertifikalı Muhasebeciler Birliği (ACCA), ISA 240 standardında suistimali "yönetişim, çalışanlar veya paydaşlardan sorumlu olarak görev yapan bir veya birden fazla yöneticinin ilgilileri kötü niyetle aldatarak işletmenin menfaatlerine aykırı olarak haksız ve yasadışı bir menfaat sağlaması" olarak yorumlamıştır.

Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Birliği'nin (ACFE) tanımına göreyse "çalışanın işveren kuruluşa ait varlıkları kasıtlı olarak kötüye kullanması veya zimmetine geçirmesi yoluyla kişisel zenginliğini artırma amacıyla mesleğini ve görevini kullanmasıdır".

Yolsuzluk Algı Endeksi Raporu Nedir?

Bu rapor her yıl Uluslararası Şeffaflık Derneği (Transparency International) tarafından yayınlanmaktadır. Bu raporda kamu alanında dünyada 180 ülke bazında yolsuzluk algısının ölçülmesi hedeflenmektedir. Raporda ülkeler ve bölgeler 100 puan üzerinden değerlendirilmekte; 0 puan çok yüksek derecede yolsuzluk algısı olan, 100 puan ise yolsuzluk algısının olmadığı çok temiz anlamına gelmektedir. Bu puanların bölgelere göre dağılımı ise şu şekildedir:

• Amerika Bölgesi ortalaması 43 puan. (en yüksek Kanada 76 puan, en düşük Venezuela 13 puan)

• Avrupa Birliği ortalaması 65 puan. (en yüksek Danimarka 90, en düşük Macaristan 42 puan)

• Doğu Avrupa ve Orta Asya ortalama

ması 35 puan. (en yüksek Gürcistan 53 puan, en düşük Türkmenistan 18 puan, Türkiye 34 puan)

• Orta Doğu ve Kuzey Afrika ortalaması 38 puan. (en yüksek BAE 68, en düşük Suriye 13)

• Sahra Altı Afrika ortalaması 33 puan. (en yüksek Seyşeller 71 puan, Somali 11 puan)

• Asya-Pasifik ortalaması 45 puan. (en yüksek Yeni Zelanda 85, en düşük Kuzey Kore 17).

Yolsuzluk Algı Endeksinde ilk sıralarda yer alan (en temiz) bazı ülkeler :

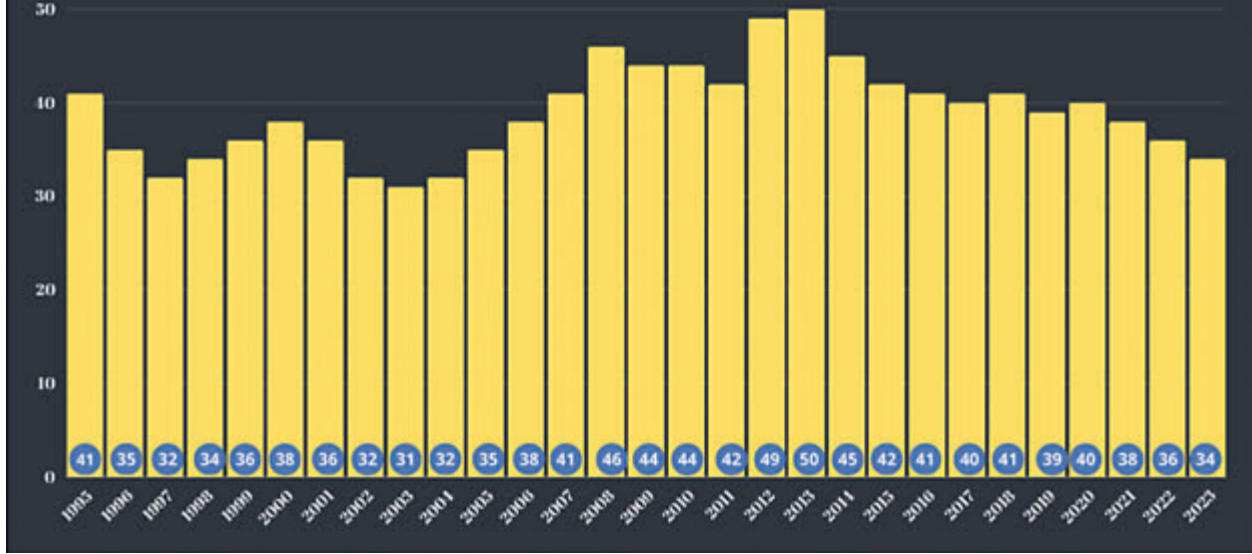
- Danimarka (90)
- Finlandiya (87)
- Yeni Zelanda (85)
- Norveç (84)
- Singapur (83)
- İsveç (82)
- İsviçre (82)
- Hollanda (79)
- Almanya (78)
- Lüksemburg (78)
- İrlanda (77)

2023 yılı Yolsuzluk Algı Endeksi'nde Türkiye, 34 puanla 115. sırada yer almıştır. 2022 yılında kıyasla bu sene 2

puan daha kaybeden Türkiye'nin, ülke sıralamasında da 14 sıra gerilediği görülmektedir. Ayrıca Türkiye, son yıllarda endekste en ciddi ölçüde düşüş gösteren 12 ülkeden biri seçilmiştir. Öyle ki 2014 yılından beri son 10 senede endekste 10 puan birden kaybetmiştir. Bu puanla ülkemiz Burkina Faso, Vietnam, Tanzanya, Tunus, Hindistan, Arjantin, Zambiya gibi ülkelerin de gerisinde kalmıştır.



TÜRKİYE'nin 1995'ten 2023'e KADAR YOLSUZLUK ALGI ENDEKSİNDE ALDIĞI PUANLAR



ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) 2022 Uluslara Rapor (Report to the Nations)

Uluslararası Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği tarafından hazırlanan 2022 raporunda çalışanların içinde bulunduğu suistimal tipleri ile ilgili çarpıcı bilgiler bulunmaktadır.

Suistimaller üç sınıfa ayrılmaktadır:

- 1- Yolsuzluk
- 2- Varlıkların Kötüye Kullanılması
- 3- Finansal Tablo Hileleri

Bu rapora göre:

- Ocak 2020-Eylül 2021 yılları arasında dünyada toplam suistimal zararı 3.6 milyar USD.

- Vaka başına ortalama suistimal zararı 1.783.000 USD.

- Vaka sayısına bakıldığında en fazla ortaya çıkan suistimal tipi Varlıkların Kötüye Kullanılmasıdır. Nakit, ödeme, harcama, stok suistimalleri vb. Vaka başına ortalama maliyeti yaklaşık 100.000 USD.

- İkinci sırada ise yolsuzluk gelmektedir. Satın alma, rüşvet, ekonomik zorlama, ihale ve diğer alım suistimalleri vb. Vaka başına ortalama maliyeti 150.000 USD

- Üçüncü sırada ise finansal tablo hileleri gelmektedir. Fiktif gelir/gider tahakkukları, kazanç yönetimi vb. Vaka başına ortalama maliyeti 593.000 USD.

- Suistimaller, her şirket için ortalama olarak cirosunun %5 i kadar zarara yol açmaktadır.

ACFE'nin 2022 Uluslara Rapor göre suistimaller nasıl ortaya çıkarılmaktadır?

- İhbar (%42)
- İç Denetim (%16)
- Yönetim Takibi ve Gözlemi (%12)
- Belge İnceleme (%6)
- Tesadüfen (%5)
- Mutabakat (%5)

İhbar konusunda ayrıca durmak gerekmektedir. Suistimallerin önlenmesinde % 42 oranında etkili olan ihbarda, ihbarı gerçekleştirenlerin % 55'i şirket çalışanlarıdır. Bu durumda şirketlerde etkin ihbar hatlarının önemini vurgulamaktadır. Müşteri ve tedarikçilerden gelen ihbar sayısı da vakalar bazında önemli oranlardadır (%18 ve %10).

Suistimal Vakalarının Bazı Sektörlere Dağılımı ise şu şekildedir:

- Banka ve Finansal Hizmetler (351 vaka)
- Kamu Kuruluşları (198 vaka)
- Üretim (194 vaka)
- Sağlık (130 vaka)
- Enerji (97 vaka)
- Perakende (91 vaka)
- Sigorta (88 vaka)
- Eğitim (69 vaka)
- İnşaat (78 vaka)
- Taşımacılık ve Depolamalık (82 vaka)

Yukarıda açıklamaya çalıştığım rapor sonuçları hem ekonomiler hem de şirketler için önemlidir. Bu nedenle de Suistimal ve Yolsuzluk konusunda hem toplum olarak hem de şirketler bazında farkındalığı daha fazla artırmak ve ülkemizde bu konudaki çalışmalara ağırlık vermek gerekmektedir. Böylece ülke ekonomimizin ve şirketlerimizin suistimal ve yolsuzlukla mücadele etmelerine olanak sağlamış olabiliriz.

Güçlü ekonomi ve güçlü şirketler yaratarak sürdürülebilirliği sağlayabiliriz.

Bunun için de;

- Başta kamu kurumları olmak üzere, yolsuzlukla mücadele ve şirketlerde suistimalleri önleme ile ilgili farkındalık düzeyimizi artırmalıyız.

- Dünyada ortaya çıkan vakaları incelemeliyiz.

- Özellikle şirketler bünyesinde suistimalleri önleyici tedbirler alınması konusunda bilinç oluşturmaları ve iç kontrol sistemleri ile bunları desteklemeliyiz.

- Sektörlerdeki suistimal yoğunluklarını analiz edip, her sektöre ve şirkete ayrı suistimal önleme tedbirleri uygulamalıyız.

- Suistimali önlemeyi; etik, şeffaflık ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum ile bütüncül düşünelimeliyiz.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EKSENİNDE DİJİTAL PAZARLAMA VE GREENWASHING (I)

Son dönemlerde sürdürülebilirlik kavramı ile anılan birçok kavram setini sıklıkla duymaya başladık: Sürdürülebilirlik iletişimi, Sürdürülebilirlik yönetimi, Sürdürülebilir büyüme, Kurumsal sürdürülebilirlik, Sosyal Sürdürülebilirlik, Dijital sürdürülebilirlik vb. Şirket süreçlerinde oldukça aşına olduğumuz sürdürülebilirlik kavramına bir iletişim yakınsaması (convergence) olarak bakarak farklı bir kavrayış sunmaya çaba göstereyim. İşe hemen çok kısa bir arka plan okuması yaparak başlayalım.

2.Dünya Savaşı'ndan sonra hızlanan kapitalist süreçler, teknolojik ve endüstriyel gelişmeler tüketimin ön planda olduğu kontrolsüz ve hızlı bir yapılanmayı meydana getiriyor. Geçmişte başlayan

ve günümüz dünyasına değin taşınan bu aşamalar birçok alanı da erozyona uğrattı. Çevre, insan ve şimdiki kuşakların gelecek kuşaklar için sorumlulukları arasındaki ilişkiyi koruyup devam ettirmesi ve bu devamlılığı da sürdürülebilir bir alana taşınmaları kuşkusuz çok önemli gözüküyor. Gilman'a* göre, sürdürülebilirlik, toplumun, ekosistemin ya da devam eden herhangi bir sistemin ana kaynakları tüketmeden belirsiz bir geleceğe dek işlevini sürdürmesi olarak tanımlanıyor. Sürdürülebilirlik kavramının etimolojik kökü ise Latince'den geliyor. Latince "subtenir", "korumak" ya da "aşağıdan desteklemek" anlamına gelmekte. Bu noktada dikkatleri süreklilik (continuity) kavramına

da çekmek isterim. Aslında sürdürülebilirliği aşağıdan destekleyen de bu süreklilik yani devamlılık hali oluyor. Kısacası, süreklilik bir devamlılık sürecini ifade etmekte. Bir süreksizlik durumu olduğunda ve üzerine bu durum artık çok tekrarlı bir hale dönüştüğünde yarım kalan işler, bitirilmeyen projeler, ihmal edilen programlar kısacası kaynak israfı çoğalıyor. Bu da çalışmaların, projelerin ve programların geliştirilmesinde sürekli dürtülerin, istikrarın, heyecanın olmaması nedeniyle ilerlemelerde gecikmelere yol açıyor.

Sürdürülebilirlik, dünya çapında değişen bakış açıları nedeniyle şirketler için de giderek daha fazla bir zorunluluk haline geliyor. Sürdürülebilir iş uygulamalarını benimseyerek boşluğu ele almak şirketler için daha da kritik hale geliyor. Sürdürülebilirlik çatısı altında gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak için onların ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan mevcut ihtiyaçların karşılanması ise oldukça önemli.

Şirketlerde sürdürülebilirlik kavramına iletişim yakınsaması olarak bakabilmek

Yakınsama (convergence) iletişim bilimciler olan bizlerin oldukça aşına olduğu



bir kavram. Kavramı, farklı teknolojilerin, endüstrilerin veya cihazların bir bütün halinde birleştirilerek holistik bir çalışmanın veya hizmetin ortaya konması olarak en yalın haliyle tarif edebiliriz. Buna en açıklayıcı örnekler arasında akıllı telefonlar, akıllı saatler sayılabilir. Yakınsama kavramını sadece iletişim teknolojilerinin alanı olarak görmemek gerekir. Aslında ilgisiz veya uzaktan ilişkili gibi görünen aynı zamanda iletişim ve yönetim alanına giren tüm çalışmalara uygulanabilir. Şirketlerde yöneticilerin çok büyük çoğunluğu sürdürülebilirliğin önemli olduğunu düşünse de tahmin ettiğimizden çok daha azı yönetimde bulunduğu şirket için sürdürülebilirlik stratejisi oluşturuyor. Çoğu zaman, sürdürülebilir olmaktan bahseden şirketler, uygulama söz konusu olduğunda eksik kalıyor. Bunun olduğunu düşünmemin nedenlerinden biri ise, CEO'ların ve kurumsal yönetim kurullarının sürdürülebilirlik stratejileriyle olması gerektiği kadar meşgul olamamaları. McKinsey'e göre bir sürdürülebilirlik stratejisine sahip olmak, bir şirketin uzun vadeli yatırımlar yapmasına olanak tanıyor. Bu süreçler ise, kurum içi ve kurumsal iletişim süreçlerinde de gözle görülür etkiler oluşturmaya başlıyor. Ancak, şunu yine hatırlamamız gerekir ki sürekliliğin olmadığı iş pratiklerinde- ve tabii ki en öncesinde düşünsel süreçlerde- sürdürülebilirliğin olmasından söz etmek mümkün olamıyor. Aksi durumlarda ise sürdürülebilirlik sadece içi boş bir kavram olarak karşımıza çıkabiliyor.

Temeli sağlam yapılmış



sürdürülebilirlik stratejilerinin ve uygulamalarının ise şirket içinde ve dışında iletişimsel yakınsamaları bazı avantajlar sunabiliyor, şöyle ki;

- Marka Değeri ve Rekabet Avantajı sağlayabilir: Y kuşağı, nüfusun en büyük nesli olarak gözükmüyor. Nielsen tarafından yapılan bir ankette, Y kuşağının çevresel etkiyi azaltmak için alışkanlıklarını değiştirdiğini söyleme olasılığının baby boomer kuşağından iki kat daha fazla olduğu ortaya konmuş. Z Kuşağı yakında bir sonraki baskın nesil olacak ve aynı şekilde ve birçok durumda sürdürülebilirlik konusunda Y kuşağına göre daha fazla endişe duyuyor. Bu, kurumsal markaların sürdürülebilirliğe odaklanarak değerlerini muazzam bir şekilde artırabileceğini gösteriyor ve dünyanın önde gelen markalarının çoğu tam da bunu yapmaya çalışıyor.

- Yetenekleri şirketinize çekebilirsiniz: Yetenek çekmek söz konusu olduğunda sürdürülebilir olmak önemlidir. Y kuşağının birçoğu şirketin

sürdürülebilirliği nedeniyle bir işe girdi ve çevreye duyarlı bir şirkette çalışmak onlar için önemliydi. Y kuşağının en büyük işgücü haline gelmesiyle birlikte, şirket içinde birçok alanda sürekliliğin (continuity) olmaması ve takip eden zamanlarda ise bir sürdürülebilirlik stratejisine sahip olmamak, birçok iyi yeteneği kaybetmek anlamına gelebilir. Sürekliliğe ve Sürdürülebilirliğe önem vermek, çalışanların şirketin yaptığı işe değer verdikleri için çalışmaya daha fazla motive olmalarını da sağlayabilir.

- Yeni fırsatlar oluşturabilirsiniz: Güçlü bir süreklilik ve sürdürülebilirlik önerisi, şirketlerin yeni pazarlara girmesine ve mevcut pazarlarını genişletmelerine yardımcı olabilir. Örneğin; Çin'in hava kirliliğiyle mücadele girişiminin, 2030 yılına kadar 3 trilyon doları aşan yatırım fırsatları sunmakta olduğu söyleniyor. Sürdürülebilirliğe odaklanan şirketler, değerli yeni iş fırsatları elde etmek için de farklı fırsatları yakalayabilecek gibi gözükmüyor.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

YATIRIMCILARIN GİRİŞİMCİLERDE ARADIĞI 5 ÖZELLİK

“Bahisini atın performansına göre mi, yoksa jokeyin performansına göre mi yatırırın?” sorusuna verilebilecek farklı yanıtlar bulunmaktadır. Rasyonel bir kişi bu soruya “hem at, hem de jokey iyi olmalı” şeklinde bir cevap verecektir.

Peki, at veya jokeyden yalnızca birini seçebileceğiniz söylenseydi? Bir atın performansı ne kadar iyi olursa olsun, iyi bir jokey tarafından sürülmeden, tek başına bir yarış kazanmasına ihtimal verir miydiniz?

Yenilikçi girişimlere yatırım yapmak isteyen yatırımcıların sıklıkla karşılaştıkları ikilem de bununla benzerlik göstermektedir. Kimi zaman çok iyi bir proje iyi bir girişimci tarafından sahiplenilmemiş olabilir. Kimi zaman ise çok iyi bir girişimci, orta kalite bir proje ile sahaya çıkabiliyor. Yatırımcıların bu gibi durumlarda nasıl hareket ettiklerini yıllar süren gözlemlerim sonunda size birkaç cümle ile özetlemek istiyorum. İyi bir girişimci tarafından icra edilmeyecek olan bir proje ne kadar yüksek potansiyele sahip olursa olsun genellikle yatırım alamıyor. Orta kalite bir proje ise, iyi bir girişimci tarafından icra edilecek ise yatırımcılar bu projelerde risk almak isteyebiliyor. Özetle, yatırımcıların öncelikli tercihinin iyi proje değil, iyi girişimci olduğunu açıkça ifade edebilirim. Öyleyse, yatırımcılar

girişimcileri hangi ana kriterler çerçevesinde değerlendiriyor? Girişimcilerin hangi özelliklere sahip olması arzu ediliyor? Gelin, bu sorulara beş madde ile yanıt verelim.

1 Güvenilirlik: Güven, yatırımcının sahip olduğu kaynakları girişimciye emanet edebilmesi için ‘olmazsa olmaz’ niteliğinde bir ön koşuldur. Yatırımcılar yatırım öncesi süreçlerde girişimcilerden güvenilir kişiler olduklarına dair yeterli sayıda sinyalin alınmasına büyük önem vermektedir. Girişimcinin güvenilirliği konusundaki sinyaller yalnızca girişimcinin kendisinden değil, aynı zamanda referans mekanizmasının devreye girmesiyle sosyal çevredeki kişiler üzerinden de yatırımcıya gönde-

rilmektedir. Bu çerçevede, çok sayıda referansa sahip girişimcilerin yatırımcılar nezdinde güven tesisi bağlamında büyük avantaj sağladığı bir gerçektir.

2 Akıl Verilebilirlik: İngilizce ‘coachability’ olarak isimlendirilen, Türkçeye ‘akıl verilebilirlik’ olarak çevrilen kavram, bir girişimcinin etrafındaki tecrübeli kişilere fikir danışıp danışmadığı, öğrenmeye açık olup olmadığı, gelen geribildirimlere kulak verip vermediği, aldığı geribildirimler doğrultusunda girişiminin performansını iyileştirmek için harekete geçip geçmediği ile ilgilidir. Bir kişinin akıl verilebilir bir kişi olup olmadığı sahip olduğu kişilik özellikleriyle doğrudan ilişkili olduğu gibi, aynı zamanda geçmiş çalışmaları





yaşamında mentör ve danışmanlardan destek almayı tecrübe edip etmediği ile de ilişkilidir. Akıl verilebilir girişimcilerin, yatırımcıların sağladığı bilgi ve sosyal çevre gibi finansal olmayan kaynakları çok daha etkili bir şekilde değerlendirerek girişim için daha yüksek değer yaratabileceğine inanılmaktadır. Diğer yandan, girişimcinin akıl verilebilir olmasının yatırımcı nezdinde güven inşasında çok etkili olduğu bir gerçektir.

3 Başarı Geçmişi: ‘Başarı’ subjektif bir kavram olması sebebiyle her yatırımcı tarafından farklı şekillerde yorumlanması mümkündür. Bir bireyin başarı geçmişi, eğitim ve iş yaşamında sergilediği performansı, elde ettiği başarıları (veya karşılaştığı yenilgileri), kısacası her türlü önemli olayı ve dönüm noktasını kapsamaktadır. İstatistikler, geçmiş girişimcilik tecrübeleri bağlamında güçlü bir başarı geçmişine sahip olan kişilerin gelecekte kuracakları girişimlerde başarı sağlama ihtimalinin, ilk defa girişimci (İngilizce ‘first-time entrepreneur’) olan kişilere veya geçmiş girişimleri başarısızlıkla

sonuçlanmış kişilere kıyasla çok daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Yatırımcının değerlendirdiği bir girişimci eğer ‘ilk defa girişimci’ değilse, girişimcinin geçmişte kurduğu diğer girişimlerde sağladığı başarılar (örn. yüksek ciro, yüksek kârlılık, yüksek şirket değeri) yatırımcı açısından değerli bir referans noktası olmaktadır. Eğer değerlendirilen girişimci hayatında ilk defa girişimcilik ile iştigal eder konumdaysa, yatırımcı bu defa girişimcinin eğitim hayatında ve profesyonel kariyerinde sağladığı başarıları referans almaktadır. Bu bağlamda, iyi üniversitelerden mezun olmak, ilgili sektörlerde öncü şirketlerde icracı görevlerde bulunmuş olmak, geçmişte bünyesinde çalışılan şirketin pozitif performansında katkı sahibi olmak yatırımcı tarafından olumlu sinyaller olarak algılanmaktadır.

4 Alan Hâkimiyeti: Yatırımcının perspektifinden ele alındığında, girişimcinin hedeflediği pazarla ilgili başkalarının sahip olmadığı özgün bilgilere, işlerin nasıl yapılması gerektiği ile ilgili tecrübeyle edinilmiş bilgilere

ve tüm bunların girişimin etkin kullanımına nasıl sunulacağına dair bilgilere sahip olması, yatırım sonrası dönemde icra riskinin ve piyasa riskinin daha iyi yönetileceğine dair olumlu sinyaller olarak kabul görmektedir. Bu nedenle alan hâkimiyeti yüksek olan girişimciler yatırımcılar tarafından önceliklendirilmektedir.

5 Güçlü Bir Kurucu Ekip: Yatırımcılar açısından, diğer tüm koşullar eşit kabul edildiğinde, tek kişi girişimci (bu kişiler İngilizce ‘solopreneur’ olarak isimlendirilmektedir) veya bir girişimci ekip arasında seçim yapılacak ise, yatırımcıların tercihi genellikle girişimci ekipten yana olmaktadır. Birbirine güvenen ve birbirini tamamlayan kişilerden meydana gelen güçlü bir A takımının varlığı yatırımcı açısından iyi bir icra gerçekleşeceğine dair olumlu bir sinyal olarak kabul edilmektedir. Somut olarak örneklemek gerekirse; bir yüksek teknoloji girişimi değerlendirilirken, CEO ile birlikte yetkin bir CTO’nun da kurucu ortak olarak hazır bulunması arzu edilmektedir.

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

9 Şubat Cuma

- 16-31 Ocak 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

12 Şubat Pazartesi

- 16-31 Ocak 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

15 Şubat Perşembe

- Ocak 2024 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

20 Şubat Salı

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

21 Şubat Çarşamba

- Ocak 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Beyanı

23 Şubat Cuma

- Ocak 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Ödemesi

26 Şubat Pazartesi

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

28 Şubat Çarşamba

- Ocak 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

29 Şubat Perşembe

- Ocak 2024 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait 464 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Bildirimde Bulunma Zorunluluğu Getirilen Aracı Hizmet Sağlayıcıları, İnternet Reklamcılığı Hizmet Aracıları ile Kargo ve Lojistik İşletmeleri Tarafından Bildirim Verilmesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait 538 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Taşınmaz (Satış/Kiralama) ve Motorlu Taşıt (Satış) İlanlarını Platformları Üzerinden Yayımlayanlar ile Günübürlük Konut Kiralama İşini Platformları Üzerinden Sağlayanlarca Bildirim Verilmesi
- 7440 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 9. Taksit Ödemesi
- Aylık Yükleme Tercihinde Bulunmuş Mükelleflerin, Kasım 2023 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yükleneceği
- 2024 Yılı Değerli Konut Vergisinin 1. Taksit Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Ocak 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)