

KOBİ

MART 2012

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA



Gıdadan bilişime, eğitimden perakendeye kadar dokuz ayrı sektörde 40 marka franchising veriyor.

GİRİŞİMCİLER İÇİN 40 FRANCHISING

■ Kartepe turizm yatırımcısı bekliyor

■ Türkiye'yi yıkanabilir bebek beziyle tanıştırdı

■ Refah arttıkça kadın girişimci de artacak

■ İnovasyon gurusu eğitim için geliyor

18 ÜLKEDEN İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI



DOĞAN BURDA DERGİ

Yayıncı

Doğan Burda

Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

İcra Kurulu Başkanı Mehmet Y. Yılmaz

Yayın Direktörü M. Rauf Ateş

Yayın Yönetmeni Talat Yeşiloğlu

Yazı İşleri Müdürü (Sorumlu) Asım Aslan

Haber Müdürü Mustafa Kemal Çolak

Araştırma Müdürü Orhan Karaca

Görsel Yönetmen Özcan Çayçoşar

Editörler

Borsa - Finans Talip Yılmaz,

Medya Fatoş Bozkuş

Dış Haberler Emrah Gürkan

Haber Merkezi Levent Gökmen, Özlem Bay,

Özge Yavuz, Gözde Yeniova, Burcu Tuvay,

Mustafa Gündoğdu, Kıvanç Özvardar, Sibel Atik

Marka Müdürü Didem Alakın Güven

Sayfa Yapımcıları Fatih K. Tural, Erdal Şahin

Fotoğraflar Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi

Grafik Yaman Tetik

Arşiv Nihal Yörükcü

Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen

Tel: 0 312 207 00 71-207 00 95

ekonomist@doganburda.com

Yönetim

Genel Yayın Koordinatörü Yeşim Denizel

Tüzel Kişi Temsilcisi Murat Köksal

Satış Direktörü Orhan Taşkın

Finans Direktörü Didem Kurucu

Üretim Direktörü Servet Kavasoglu

Reklam

Grup Başkanı Viki Habif

Grup Başkan Yardımcısı Nil Ertan

Satış Koordinatörü Emel Sönmez

Satış Müdürü Filiz Kavak - Selin Uğur - Yonca Gönen

Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0 212 336 53 90

Rezervasyon

Tel: 0 212 336 53 00 / 0 212 336 53 57 / 0 212 336 53 59

Faks: 0 212 336 53 92 - 93

Ankara Reklam Bölge Temsilcisi Sezınur Balıkcıoğlu

Tel: 0 312 207 00 72-73

Hedef Sayfalar Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

Yönetim Yeri

Hürriyet Medya Towers

34212 Güneşli/İSTANBUL

Tel: 0 212 410 32 56 Faks: 0 212 410 32 55

Baskı Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık AŞ

Doğan Medya Tesisleri, Hoşdere Yolu C Blok

34850 Esenyurt/İstanbul

0 212 622 19 00

Dağıtım Yaysat AŞ 0 212 622 22 22

Yayın Türü Yerel, süreli, haftalık

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından

T.C. yasalanna 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 Hizmetleri Hattı (0 212) 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB Abone Hizmetleri Hattı

Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

abone@doganburda.com

www.doganburda.com

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

40 marka girişimcileri bekliyor

Franchising girişimcilerin en gözde alanı...

Sektör her yıl katlanarak büyüyor. Son rakamlar da bunu doğrular nitelikte...

Zira Franchise & More ve UFRAD tarafından yürütülen saha araştırması sonucuna göre, Türkiye'de zincir işletmelerin sayısı bin 876. Bunların yüzde 24'ü yabancı, yüzde 74'ü Türk markalar. Zincirlere bağlı şube sayısı ise 50 bin civarında.

Franchise veya bayilik verenlerin sayısı bin 471, zincirler içindeki oranı ise yüzde 78. Sadece kendi şubelerini açıp kendileri işleten zincirler yüzde 22 oranında.

2012'de de franchise sektörünün gelişmesiyle doğru orantılı olarak işletme zincirlerinin sayısının ve markaların cirolarının artması bekleniyor. Yani kendi eko sistemini yaratan franchising sektörünün bu yıl da önemli bir büyüme yaşayacağı tahmin ediliyor.

Bir girişimci için belki de en risksiz girişimlerden biri, kendini kanıtlamış bir franchising zincirinin içinde yer almak.

Biz de bu ayki kapak konumuzu büyüme potansiyeli vaat eden, 40 markanın franchising projeksiyonlarına ayırdık. Gıdadan perakendeye, aksesuardan emlak sektörüne kadar dokuz ayrı alanda toplam 40 şirketin franchising planlarını okuyacaksınız.

Kazanma potansiyeli vaat eden bu markalar, girişimcileri bekliyor.



8 Mart Dünya Kadınlar Günü yaklaşıyor. Öncelikle tüm kadınların gününü şimdiden kutlazar.

Ancak rakamlara baktığımızda Türkiye'de kadınların çoğu bu günü kutlayamayacak kadar kötü durumda. İşin sosyal boyutunu bir yana bırakalım, ekonomi içerisinde de durum bir hayli vahim. Küresel Girişimcilik Raporu'na baktığımızda erken dönem kadın girişimciliği oranlarında Türkiye, Romanya ve Rusya'dan bir adım önde ve diğer ülkelerin gerisinde yer alıyor. Grubun lideri yüzde 27 civarındaki erken dönem kadın girişimci oranı ile Peru, Türkiye ise yüzde 6 civarında bir orana sahip.

TOBB rakamlarına göre Türkiye'de her 16 girişimciden sadece 1'i kadın girişimci.

Zaten toplam 80 bin kadın girişimcimiz var. Ancak refah seviyesinin yükselmesi ve çeşitli devlet destekleriyle bu tablonun artık yavaş yavaş değiştiğini ve değişeceğini görüyoruz.

Zira kadının olmadığı bir ekonomide ya da siyasette nasıl bir zenginlikten ve demokrasiden bahsedilebilir?

Hepinize iyi bir ay geçirmeniz dileğiyle

Burcu Tuvay

İçindekiler

- 9** Kadın girişimciler Antalya'da buluştu
- 10** **KAPAK KONUSU**
Girişimcisine kazandıracak 40 marka
- 20** Türkiye'yi yıkanabilir bebek bezi ile tanıştırdı
- 22** 4 milyar dolarlık pazara e-ticaretle girdi
- 24** Sanal ödeme sistemleri hızla büyüyecek
- 26** Washa KOBİ'leri de giydirecek
- 28** Stressiz yumurtayla stressiz büyüyor
- 30** Refah arttıkça kadın girişimci de artacak
- 32** 120 kadın girişimci araniyor
- 34** İnovasyon gurusu eğitim için geliyor
- 36** Kartepe turizm yatırımcısı bekliyor
- 38** Şahin Sucukları, süt ve kuruyemişe kanat açıyor
- 40** "30 yılda en büyük de sıralaması beş kez değişti"
- 41** Başarıyı birey odaklı turlarla yakaladı
- 42** **Nihayet Durukanoğlu:** Kadın girişimcilerin yurt dışına en kısa açılma yolu elektronik ticaret (e-ticaret)
- 44** Yurt içi fuar takvimi
- 45** Yurt dışı fuar takvimi
- 46** Vergi takvimi
- 47** Yurt dışı mal talepleri
- 50** **Gülşay Özkan:** Girişimcilikte Uygulamadır Aslolan



KOBİ Gündemi

Girişimciler ve yatırımcılar bu vadide buluşacak

TTTNET, fikir sahibi girişimcilerle yatırımcıları TTNET çatısı altında buluşturmak için 'Fikrinizin Yanında TTNET Var' sloganıyla 'TTNET Teknoloji Vadisi' projesini hayata geçiriyor. TTNET Teknoloji Vadisi projesi, sektörde yeni ürün ve servislerin sunulmasına olanak sağlamanın yanı sıra her sektörden iş fikirlerini değerlendirmeyi amaçlıyor. TTNET Genel Müdürü Tahsin Yılmaz, TTNET Teknoloji Vadisi projesiyle ilgili şunları söylüyor:

İş fikrine sahip girişimciler ve yatırımcılar, TTNET tarafından www.ttnetteknolojivadisi.com.tr web adresinde buluşturulacak. İş fikri olanların "Girişimciler" bölümünden kayıt olarak sisteme sunduğu fikirler, öncelikle TTNET'in profesyonel ekipleri tarafından ön değerlendirmeye alınacak ve bu aşamayı geçen fikirler yatırımcıların beğenisine sunulacak. Yeni iş fikirlerinden yararlanmak isteyen yatırımcılar ise web sitesindeki "Yatırımcılar" kısmından sisteme kayıt olabilecek ve isimleri ya da şirket isimleri sitede yer alacak. TTNET Teknoloji Vadisi'nde girişimciliği destekleyen potansiyel bir "Yatırımcı" olarak bilinecek ve yeni iş fikirlerine

ulaşabiliyor olacak. Yatırımcı olmak, iş fikirlerine yatırım konusunda herhangi bir yükümlülük getirmeyecek; girişimlerle ilgili bilgi alma, değerlendirme ya da yatırım için görüşme ancak yatırımcı talebine bağlı olarak gerçekleşecek.



Makine ihracatçıları üniversitelere odaklandı



Türkiye makine sektörü ile üniversiteler, işbirliği geliştirmek ve gelecekteki Ar-Ge çalışmalarında bir yol haritası belirlemek üzere bir araya geldi. Orta Anadolu Makine Aksamları İhracatçıları Birliği'nin (OAİB) önderliğinde, Türkiye'nin dört bir yanındaki 40 üniversiteden, rektörler, dekanlar ve öğretim üyelerinin katıldığı 'Üniversite - Sanayi İşbirliği Buluşması' organizasyonunda konuşan OAİB Başkanı Adnan Dalgakıran, makine sektörünün rekabete bakış açısını değiştirmeye

si gerektiğine dikkat çekti. Dalgakıran, "Artık rekabeti ucuz işçilikle değil, nitelikli eleman ile yapmalıyız. Yaptığımız araştırmalar işletmelerimizin yüzde 36'sında mühendis, yüzde 37'sinde ise teknisyen veya teknikerin bulunmadığı ortaya çıkarmıştır. Bu tablo nitelikli eleman konusundaki durumun aciliyetini ortaya koymaktadır" dedi.

Yıldız Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. İsmail Yüksek ise, İktisadi OSB'de teknopark oluşturmak için alan kiraladıklarını belirterek, "Meslek yüksekokulumuzu oraya taşıyoruz. Sanayi ile daha iç içe olmak için ve özellikle de Ar-Ge çalışmalarımızı daha aktif yapabilmek için bunu yapıyoruz" dedi. Şu anda Yıldız Teknik Üniversitesi'nde bulunan teknoparkta 140 firma ve 2 bin Ar-Ge mühendisi ile çalıştıklarını ifade eden İsmail Yüksek, bu rakamı bir yıl içerisinde 200 firmaya ve 3 bin mühendise çıkaracaklarını açıkladı. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi ise 26 sektörde 60 İhracatçı Birlik ile Ar-Ge çalışmalarına ve Proje Pazarlarına büyük önem verdiklerini ifade ederek, "Ar-Ge Proje Pazarları akademisyen, araştırmacı ve sektör temsilcilerini bir araya getirirken adeta miktatsız görevi görüyor. Miktatsızın metalleri çektiği gibi Ar-Ge proje pazarları da katma değerli ihracatı çekiyor" şeklinde konuştu.

KOBİ Gündemi

Hazır giyimciler 450 milyon dolarlık sipariş aldı

İstanbul Fashion Week ile eş zamanlı düzenlenen CPI, İstanbul Fuarçılık organizasyonu, İHKİB işbirliği ve İGEDO Company danışmanlığı ile hazır giyim üreticilerini ve alıcılarını profesyonel bir fuar ortamında buluşturdu. Fuarı 3 bin 552'si yabancı olmak üzere toplam 15 bin 286 profesyonel ziyaret etti. CPI'ya gelen alıcıların organizasyonda bağlantı kurdukları katılımcı firmalara 450 milyon dolar civarında sipariş verdikleri tahmin ediliyor. Rusya'nın hipermarketi Magnit Mağazaları, Kazakistan'ın spor giyim mağazası Zibroo, Puma'nın İran ve Rusya başta olmak üzere 5 ülkeden satın alma ofisleri, İspanya'nın mağazası El Corte Ingles, İran'ın gelinlik mağazası Aroos, Almanya'nın online alışveriş mağazası navabi.de, İsviçre'nin Charles Vögele ve İtalya'dan Nico Spa gibi kendi ülkelerinde öne çıkmış markalar fuara gelen önemli alıcı grup arasında yer aldı. CPI'ya en çok ziyaretçi gönderen ülkeler İran, Rusya, Yunanistan, Mısır, Ukrayna ve Almanya olarak gerçekleşti. Bulgaristan, Kanada, İtalya, Avustralya, Amerika, Tunus, Libya, Ürdün, İngiltere, Hollanda, İsrail,



İsveç, Katar, Kuveyt gibi ülkeler de fuara alıcı gönderen 55 ülke arasında yer aldı. İstanbul'u hem moda merkezi hem de satış merkezi haline

getirme hedefiyle yola çıkan CPI'ya Türkiye'den de Kışılı, Colin's, Avva, Sabra, Damat, Argento, Sezgi Abiye, Vekem, Climber Jeans ve Mondo Bazar gibi önemli markalar katıldı. Damat Tween, Rusya, Tunus, İran, Fas ve Yunanistan'da 5'i yeni olmak üzere 15 yabancı markayla ciddi iş bağlantılarında bulundu.

Mücevher sektörü martta buluşuyor

UBM Rotaforte tarafından 22-25 Mart 2012 tarihleri arasında CNR Expo Fuar Merkezi'nde ve gerçekleştirilecek İSTANBUL JEWELRY SHOW, 34'üncü kez sektör profesyonelleri ile buluşacak. 23 bin 500 m2 ve 5 salonda organize edilecek İSTANBUL JEWELRY SHOW, Orta Doğu, Doğu Avrupa, Kuzey Afrika, Rusya, Türk Cumhuriyetleri ve bu yıl Türkiye'nin tamamı ile Amerika ve Asya'yı hedef alarak dünya çapında en büyük 3'üncü fuar olma özelliğini taşıyor.

Ürün gamlarına göre ayrılan fuar alanında, ziyaretçiler ürün-



lerin üreticilerini rahatlıkla bulurken, katılımcılar da kolayca hedef alıcılarla buluşabilecek. Bu yıl ilk kez oluşturulacak saat pavyonu, fuar içerisinde yer alacak özel bölümde ve farklı bir atmosferle saat sektörünün önemli firmalarına ev sahipliği yapacak.

Sektörün en büyük beş pazarı arasında yer alan Türkiye, İSTANBUL

JEWELRY SHOW Mart Fuarı ile Avrupa ve Ortadoğu'nun önemli alıcılarını bir araya getireceği, iş bağlantılarının yapılabileceği çok büyük bir iş platformu hazırlıyor. Fuara binin üzerinde katılımcı ve 30 binin üzerinde yerli-yabancı ziyaretçi bekleniyor.

Zirvedeki kadınlar Sabancı Üniversitesi'nde buluştu



Sabancı Üniversitesi, Şubat ayında 'Genç KAGİDER Günleri' etkinliğine ev sahipliği yaptı. 'Güçlü Kadın, Güçlü Aile, İleri Toplum, Gelişen Türkiye' teması ve JP Morgan desteği ile hayata geçirilen projenin ilk adımı Sabancı Üniversitesi'nin Tuzla'daki kampüsünde atıldı. Yaklaşık 200 üniversite öğrencisinin katıldığı etkinlik, Sabancı Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi ile Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Araştırmaları Forumu'nun ev sahipliğinde gerçekleşti. KAGİDER Başkan Yardımcısı Selma Akdoğan, ilkinin Sabancı Üniversitesi'nde gerçekleştirdikleri projeyi toplamda 10 üniversitede yapmayı planladıklarını söyledi. Proje kapsamında, profesyonel yönetici, girişimci, sosyolog ve psikologların katılımıyla toplantıları sürdüreceklerini belirten Akdoğan, farklı iş kollarını da gençlere tanıttıklarını söyledi.

Türkiye, birleşme ve satın almada birinci

Ernst & Young tarafından yayınlanan Orta ve Güneydoğu Avrupa Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Barometresi 2011 raporuna göre Türkiye; birleşme ve satın alma işlemlerinde 11 ülke arasında, birinci sıraya yükseldi. Türkiye, 13,7 milyar dolar büyüklük yaratan 272 işlemlerle, 2011 yılında en fazla birleşme ve satın alma yapan ülke oldu. Çalışmaya kamu işlemleri dahil edilmezken, ülkelerin yurt dışında yaptıkları birleşme ve satın almalar da göz önünde bulunduruldu.

Türk şirketlerinden Mey İçki'nin 2,1 milyar dolara İngiliz Diageo Plc. tarafından ve Acıbadem Sağlık Grubu'nu %75 hissesinin 1,3 milyar dolara Malezyalı Integrated Healthcare Holdings ve Khazanah Nasional Berhad tarafından satın alınması işlemleri ile Genel Enerji iştiraklerinden

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

Genel Energy International'ın İngiliz Vallares şirketiyle 2,1 milyar dolarlık işlem hacmiyle birleşmesi, 2011 yılı boyunca bölge ülkelerinde yapılan en büyük 10 işlem arasında yer aldı.

2010 yılında tutarı 100 milyon doları aşan 50 işlem yapılmışken bu rakam 2011 yılında 62'ye ulaştı. Bölgedeki işlemlerin yüzde 76'sını stratejik yatırımcılar gerçekleştirirken, finansal yatırımcıların en çok faaliyet gösterdiği ülkeler Macaristan, Romanya, Slovenya ve Hırvatistan oldu. Geçen seneye kıyasla yüzde 5 artış gösteren yurtiçi alımlar, yüzde 57 işlemlerin ağırlıklı kısmını oluşturuyor. Yapılan işlemlerin yüzde 9'luk kısmını oluşturan dış alımlarda ise 28 işlem ile Polonya birinci sırada. Polonya'yı ise 23 işlemlerle Türkiye izliyor.

Ar-Ge'nin sihirbazları KOBİ'lere tüyo verdi

Kurumların küresel pazarlara açılmada yararlandıkları TRIZ tekniğinin yaratıcısı Alla Zusman ve Michigan merkezli Amerikan Ideation International'ın CEO'su Zion Bar El, KOBİ'lerle dünyaya açılmada gereksinim duyacakları Ar-Ge faaliyetleri ve yenilikçi ürün geliştirmenin tüyolarını verdiler.



TRIZ, dünyada 5 bine yakın firmada yoğun ilgi alanı bulmuş ve uygulanan, şirketlere kısa sürelerde patent sayılarını üç kat arttırarak, toplam sayılarını dört hanelere getirmelerini sağlayan, hızlı ve inovatif problem çözme yöntemi olarak biliniyor. Destek Patent A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz şunları söyledi:

"Yeni pazarlar bularak ihracatımızı artırmanın yanı sıra katma değerli yüksek teknoloji ürünlerini üretmek zorundayız. Bu süreçte geçtiğimiz yıllarda önemli adımlar atmamıza rağmen pek de başarılı olduğumuz söylenemez. KOBİ'lerin inovatif ürünler üretmeleri, büyük sanayi kuruluşlarımızın ihracatları içindeki yüksek teknoloji kapsamlı inovatif ve patentli ürünlerini artırmaları bu sihirli ihracat hedefimize erişmemizi sağlayacak ve kronik cari açığımızda hızlıca azalacaktır. TRIZ tekniği, yaratıcı düşünmeyi arttırmakta ve inovatif lider şirketler yaratmakta gelişmiş ülkelerin vazgeçilmez stratejisi olmuştur. Bir senede "1000 KOBİ 1000 Patent" sloganını kapsamını kendine hedef koymuş Destek Patent ve Global Eğitim şirketleri bu hedefi paylaşacak KOBİ'ler, üniversiteler ve devlet kurumları aramaktadır."

Garanti KOBİ'leri buluşturdu

Garanti Bankası, yeni başlattığı KOBİLGİ Toplantılarının dördüncü buluşmasını, İMES Sanayi Sitesi'nde gerçekleştirdi. Toplantıda, yeni Türk Ticaret Kanunu'ndaki (TTK) değişiklikler ele alındı. Konferansta, Galatasaray Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Volkan Demir yeni kanundaki değişiklikler ve iş yaşamına etkilerini anlattı.

Garanti Bankası KOBİ Pazarlama Koordinatörü Esra Kıvrak, şunları söyledi:

"Garanti Bankası olarak, faaliyet alanlarına yönelik özel paketlerimiz, ihtiyaca uygun kapsamlı finansman çözümlerimizle, her koşulda işletmelerin yanında olmaya özen gösteriyoruz. Ürün ve hizmetlerimizin yanı sıra, uzman ekiplerimizle, ülkemizin üretici güçlerinin ihtiyaç duyduğu tüm konularda, danışmanlık hizmetleri de sunuyoruz. Çünkü ekonomik konjonktürün sürekli değişen koşullarına ayak uydurmak, atılımı sağlayacak değişiklikleri vakit kaybetmeden öğrenmek, her zamankinden daha hızlı çözüm üretilmesini gerektiriyor. Bu uyum sürecinde, müşterilerimizin ihtiyacı olan bilgileri sunmayı, 'misyonumuz' olarak kabul ediyoruz. Uzun vadede işletmelerin çağdaş yönetim biçimlerini benimsemesine, sürdürülebilir büyüme için somut adımlar atmalarına katkıda bulunmayı hedefliyoruz."

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

KOBİ Gündemi

Kadın girişimciye mikro kredi



Rotary 2420. Bölge Federasyon'unun Sarıyer Belediyesi ile projelendirdiği Rotary Sarıyer Mikrokredi Şubesi'nin açılış töreni, Management Centre Türkiye (MCT) tarafından düzenlenen İnsan Kaynakları Zirvesi'ne konuk olan Mikro kredi mucidi Muhammed Yunus'un katılımıyla gerçekleşti. Sarıyer Belediye Başkanı Şükrü Genç, UR 2420. Bölge Governörü Fatih R. Saraçoğlu, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Aziz Akgül, Darülaceze Vakfı Başkanı Yakut Irmak Özden ve Proje Koordinatörü Yrd. Doç. Dr. A. Osman Taşlıca'nın katılımıyla gerçekleşen açılış töreninde

kadın girişimcilere çekleri de verildi.

Proje Koordinatörü Osman Taşlıca, "165 ülkede 600 milyon aileye dokunan Mikro kredi, ülkemizde de TİSVA sayesinde 55 bin kadına ulaştı." diyerek, mikro kredi sisteminin kredi vereceği kişiyi ayağına çağıran değil, onların ayağına giden bir sistem olduğunu söyledi.

2420. Rotary Bölge Governörü Fatih R. Saraçoğlu ise mikro kredi ile ihtiyaç sahibi kadınlara sadece fon sağlanmayacağını, 46 hafta boyunca girişimcilik tecrübeleri de aktaracaklarını ifade etti. 1976 yılında ülkesinde küçük kredilerin yoksul bir insanın hayatında yarat-

acağı farkı keşfederek "Mikro kredi" sistemini kuran ve bu çalışmayla ekonomi alanında 2006 Nobel Barış Ödülü'ne layık görülen Muhammed Yunus ise mikrokredi fikrini, nasıl ortaya çıktığını, kendi cebinden düşük miktarda kredi vererek başlattığı bu hareketin nasıl kurumsallaştığını anlattı. Yunus, "Türkiye'deki mikro kredi programı deneysel bir süreçte değil artık, olgunlaşma sürecini yaşıyor. Ben, Türkiye'nin mikro kredi konusunda gösterdiği gelişmeleri her yerde anlatıyorum. Başka ülkelerde mikro krediye karşı bu denli bir çaba görmedim. Türkiye'nin mikro krediye olan ilgisi için teşekkür ediyorum." dedi.

Çin ile ticaret hedefi 30 milyar dolar

Çin Halk Cumhuriyeti ile Ticaret ve Yatırım İşbirliği Forumu'na ev sahipliği yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, Çinli iş adamlarına Türkiye'de yatırım yapmanın avantajlarını anlattı. Başarılı ekonomisi, 74 milyonluk dinamik nüfusu, nitelikli işgücü, yeniliklere açık yatırım ortamı,

düşük vergi ve teşvik olanakları, büyük iç pazarı ile Türkiye'ye yatırım yapanların büyük avantajlar elde ettiğini vurgulayan Büyükekşi, Çin pazarının Türk gıda ürünleri için önemli bir pazar olduğunu kaydederek şunları söyledi:

"Hasadın kötü olduğu yıllarda Çin'in gıda ithalatında artışlar görülmektedir. Türk ihracatçılarının bu açığı değerlendirmesini umuyoruz. İkili ilişkilerimiz sayesinde yeni yatırımların ülkemize gelmesini bekliyoruz. İş forumları sayesinde

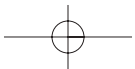
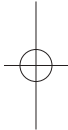
karşılıklı ticaretimizin artmasını diliyoruz. Bugün burada imzalanacak 30'a yakın dev işbirliği anlaşmalarının hayırlı olmasını diliyorum. Çin ile ticaret hacmimizi 30 milyar doların üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Bu hedeflere ulaşmak için iş forumlarının oldukça önemli olduğunu düşünüyoruz."



RGN'den yeni proje



Telefonda tahsilat konusunda Türkiye'nin en önemli outsource Çağrı Merkezlerinden biri olan RGN, MART 2012 itibarı ile, internet mecrası üzerinden izinsiz indirilen eserlerin telif haklarını tahsil ediyor olacak. Sanal ortamda telif konusunu teşkil eden eserlerin izinsiz olarak indirilmesi halinde, eser sahiplerinin alacaklarını tahsil etmesine aracılık edecek. Türkiye'de bir ilk olma özelliğini taşıyan proje için 120 kişilik bir istihdam sağlanacağı öngörülüyor. Alanında en hızlı büyüyen şirketlerden biri olan RGN, kurulduğu günden bugüne yüzde 160 büyümeye kaydetti.



E t k i n l i k

Kadın girişimciler Antalya'da buluştu

Garanti Bankası ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği'nin (KAGİDER) işbirliğiyle kadın girişimciler Antalya'da buluştu. Toplantıda uzmanlar, girişimciler için başarının anahtarlarını anlattı.

Garanti Bankası ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği'nin (KAGİDER) işbirliğiyle, 2012 yılının ilk "Kadın Girişimci Buluşması" Antalya'da yapıldı. Kadın girişimcilerin yoğun katılım gösterdiği toplantıda, Antalya İş Kadınları Derneği Başkanı Işık Yargın da vardı. "İşimi Nasıl Büyütürüm?" başlıklı panelde, satış ve müşteri ilişkileri, insan kaynakları ve yönetim konuları ayrıntılı olarak ele alındı.

İlk bölüm, kadın girişimcilere Garanti Bankası'nın yaklaşımını anlatan sunumla sona erdi. Panelin ikinci bölümünde, katılımcılara, KOSGEB destekleri hakkında bilgi verildi. Toplantı, "Girişimciler İçin Başarının Anahtarları"nı anlatan sunumun ardından, bir girişimcinin kendi hikayesini paylaştığı sohbetle tamamlandı.

Küçük yatırımlarla mucize yaratılıyor

Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, Garanti Bankası olarak, desteklenen ve güçlenen kadın girişimciliğinin, yadsınamayacak ekonomik kalkınma, büyüme ve verimlilik artışının yanı sıra, işsizlik ve yoksulluğun azalmasına da katkıda bulunduğunu bildüklerini söyledi. Günümüzde artık devlet, kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının, kadınlarımızın bu konudaki çalışmalarına daha etkin destek verdiğini ifade eden Karadere, şunları belirtti.

"Kadın girişimcilerimiz, onları motive edecek çok başarılı rol modellerine sahip. Finansal kaynak bulma ve bilgiye kısa yoldan, kolayca ulaşma olanakları arttı. Tüm bu gelişmeleri, olumlu gidişatın göstergeleri olarak kabul ediyoruz. Kadınların



duyarlı bakış açılarının her alanda artı değer oluşturduğuna, daha pratik yöntemler ve daha küçük yatırımlarla adeta mucizeler yarattıklarına inanıyoruz."

Kadınlararası girişimcilik kültürü

KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Gülden Türktan ise KAGİDER'in kurulduğu 2002 yılından bu yana kadınlar arasında girişimcilik kültürünün yaygınlaşmasını yönünde faaliyetlerini sürdürdüğünü söyledi. Sekiz yıllık deneyimlerinin kendilerine Türkiye'de ve dünyada kadın girişimciliğini güçlendirmenin kadının sosyal, ekonomik ve siyasi konumunu güçlendirmeden başarılacak bir olgu olmadığını gösterdiğini kaydeden Türktan, konuşmasına şöyle devam etti:

"Bu noktadan hareketle KAGİDER olarak farklı alanlarda kadın güçlenmesi adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Dünyadaki başarılı örneklerden faydalanarak, birlikte tartışarak ve çözüm önerileri geliştirerek yolumuza devam ediyoruz. Avrupa'da ve dünyada bilinirliğimizi ve farklı kurumlarla diyalogumuzu geliştiriyoruz. Deneyimlerimizi paylaşmak, birlikte öğrenmek ve birlikte gelişmek için bugün buradayız."



"Kadın girişimciliği yoksulluğu azaltır"

NAFİZ KARADERE / Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı

"Garanti Bankası olarak, desteklenen ve güçlenen kadın girişimciliğinin, yadsınamayacak ekonomik kalkınma, büyüme ve verimlilik artışının yanı sıra, işsizlik ve yoksulluğun azalmasına da katkıda bulunduğunu biliyoruz. 2006 yılında, bu farkındalıkla yola çıktık. Kadın girişimcilerin ihtiyaçlarını daha iyi anlamaya çalışan ilk özel banka olarak, kadınların güçlenmesini amaç edindik. Projenin başından bu yana yaptığımız çok sayıda araştırmaya dayanarak, kadın girişimcilerin en çok nelere ihtiyaç duyduğunu tespit ettik. Buradan yola çıkarak, odak noktalarımızı belirledik."

Girişimcisine kazandıracak 41 marka

Gıdadan perakendeye, spordan aksesuara, emlaktan eğitime kadar hızla büyüyen dokuz sektörün franchising fırsatlarını araştırdık. İşte büyüme potansiyeli olan ve gelecek vadeden girişimcisine kazandıracak 41 markanın franchising şartları...

Girişimcilikte en önemli unsur risk almak... Yeni bir iş girmek kimi zaman başarıyı getirirken, kimi zaman da hüsrarla sonuçlanabiliyor. Bu nedenle tanışmış ve büyüme potansiyeli vaad eden bir markanın çatısı altında girişimci şapkasıyla faaliyet göstermek en risksiz iş modellerinden biri diyebiliriz. İşte franchising sektörünün tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızla büyümesinin nedeni bu.

Çok büyük miktarlar gerektirmeyen sermayelerle, bir markanın kurumsal kimliği ve desteği altında girişimci ol-

ma imkânı tanıyan bu sistem, yeni girişimcilere fırsatlar yaratmaya devam ediyor. Franchise & More ve UFRAD tarafından yürütülen saha araştırması sonucuna göre, Türkiye’de zincir işletmelerin sayısı bin 876. Bunların yüzde 24’ü yabancı, yüzde 74’ü Türk markalar. Zincirlere bağlı şube sayısı ise 50 bin civarında. Her geçen gün bu sayı artmaya devam ediyor. Biz de gıdadan perakendeye, eğitimden spora kadar büyüme ivmesi yüksek dokuz sektörden, en çok kazandırma potansiyeli taşıyan 41 markayı araştırdık.





Kofteci Ramiz 2012 büyüme yılı olacak

Kofteci Ramiz 1928'de kurulmuş olmasına rağmen, 2000 yılına kadar Manisa'nın Akhisar ilçesinde aile işletmesi olan küçük bir köfteci dükkânı olarak faaliyetini sürdürdü. 2000'den itibaren ise hızlı bir büyüme sürecine girdi. 2012 yılının Kofteci Ramiz'in Karadeniz açılımını yaşayacağı bir yıl olacağını söyleyen Kofteci Ramiz Yönetim Kurulu Üyesi ve Franchising Direktörü Bülent Taşkınlar, "Ancak, bu konuda da en doğru adımı atıp en iyi franchising projesiyle bölgeye giriş yapmak istiyoruz. 2011 yılında Kayseri ile başlayan Orta Anadolu atılımımız da 2012'de sürecek" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Karadeniz ve Orta Anadolu bölgesi.
Yatırım maliyeti: Ortalama 300 bin TL.
Başvuru için: 0236 414 33 33 ya da bulent@kofteciramiz.com

Çıtır Usta 15 yeni şube geliyor

Çıtır Usta, başlangıçlar, salatalar, lahmacun, pideler, kebab çeşitleri, beyaz et çeşitleri, dürümler, dönerler ve yan ürünler dâhil olmak üzere 60 çeşit lezzet sunuyor. Restoranlarında günlük 3 bin 500 kişiyi ağırlıyor. Şu an şube sayısı ise 35'e ulaşmış. Paket servis hizmeti veren şubelerin ortalama günlük paket sayısı ise 500. Franchise için ise paket servis, fast-food ve alakarttan oluşan üç ayrı girişim modeli bulunuyor. Çıtır Usta Yönetim Kurulu Başkanı Atilla Külekçioğlu, şunları söylüyor: "2012'de 50 şubeye ulaşmak istiyoruz. Bu şubelerin 45'i franchise, 5'i kuruma ait olacak. Özellikle İstanbul Anadolu yakasındaki şube ağımızı genişletme hedefindeyiz."

İŞİN AYNASI

Uygun yer: 100 ile 150 m2'lik bir alan yeterli. Öncelik İstanbul'un Anadolu yakasına verildi.
Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli 20 bin dolar.
Başvuru için: 212 494 31 00 ya da www.citirusta.com

Dönerchi

15 adet franchise verecek

Yöresel lezzetler son yılların en popüler girişimleri arasında yer alıyor. Özellikle büfe ve döner konseptinin artık AVM'lere taşınmasıyla birlikte bu alana olan ilgi her geçen gün artıyor. Döner-chi 2011 yılında kurulmuş fast food konseptinde etmek arası döner lezzetleri sunan bir firma. İki ay gibi bir sürede Galleria, Carousel ve Airport AVM'de şubelerini açmış. Kısa bir zaman sonra 4'üncü şube Samsun'da açılacak. 2012 yılında 15 adet franchise vermeyi hedefleyen firma, yine bu yıl içerisinde yurt içi yapılanmasını tamamlayarak yurt dışına da açılmak istiyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'ler.
Yatırım maliyeti: 40-80 m2 arasında Döner-chi şubesi açma maliyeti 110 bin ile 130 bin TL arasında. İsim hakkı bedeli ise 10 bin dolar.
Başvuru için: 0212 690 52 52

Little Caesars

22 restoran açacak

Çelebi Holding'in bünyesindeki Little Caesars, Türkiye'de toplam 83 şubeyle faaliyet gösteriyor. İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa olmak üzere toplam dört ilde restoranları var. 2012 yılı içerisinde 22 yeni restoran için franchising vereceklerini söyleyen Little Caesars Franchise Genişleme Sorumlusu Yasemin Karakulak, "Çorlu, Tekirdağ, Edirne, Lüleburgaz, İzmit, Denizli, Manisa, Eskişehir, Yalova, Bolu, Konya, Kayseri ve Adapazarı'nı hedefliyoruz. İstanbul, İzmir ve Ankara'da da yeni lokasyonlarda restoran açmayı planlıyoruz" diyor. Karakulak ayrıca şu anda Çelebi Holding'in bünyesinde faaliyet gösteren 24 restoranı da yeni franchise'lara devredeceklerini sözlerine ekliyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: 2012 yılında Anadolu illerine odaklanacak.
Yatırım maliyeti: Yaklaşık 180 bin dolar + KDV.
Başvuru için: 0216 666 67 52 ya da yasemin.karakulak@celebi.com.tr

Pizza Pizza

Birleşik Arap Emirlikleri'ne gidiyor

Türkiye pizza pazarında yerli sermaye ile büyüyen tek restoran zinciri Pizza Pizza'nın Türkiye'de 47 ilde 200'e yakın restoranı bulunuyor. Bu restoranların yüzde 90'ından fazlası ise franchising sistemi ile işletiliyor. Bu yıl restoran sayısını yedi bölgede de artıracaklarını söyleyen Pizza Pizza Genel Müdürü Tolga Türker, "İstanbul, İzmir, Kütahya, Tekirdağ, Edirne, Niğde, Artvin, Diyarbakır, İskendurun, Hatay, Zonguldak, Siirt, Ağrı, Van, Ankara, Mersin, Antalya, Adana, Konya, Kayseri de büyümeyi düşündüğümüz iller

Kapak konusu

arasında yer alıyor” diyor. 2010 yılında ilk yurtdışı şubesi- ni Bağdat’a açan şirket, ayrıca 2012 yılında Birleşik Arap Emirlikleri’nde de yeni şubeler açacak.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: İstanbul, İzmir, Kütahya, Tekirdağ, Edirne, Niğde, Artvin, Diyarbakır, İskendurun, Hatay, Zonguldak, Siirt, Ağrı, Van, Ankara, Mersin, Antalya, Adana, Konya, Kayseri.

Yatırım maliyeti: Yurtiçi franchising giriş bedeli 30 bin TL, aylık olarak ise ‘royalty fee’ bedeli alınmıyor. Sadece aylık 250 dolar reklam katkı bedeli alınıyor. Yurt dışı için ise ülke giriş bedeli 120 bin dolar civarında.

Başvuru için: 0232 853 70 70

Domino’s Pizza

10 yeni franchise verecek

Türkiye’deki ilk şubesi 1996 yılında İstanbul’un Ulus sem- tinde açan Domino’s Pizza, bugün Türkiye genelinde 35 il- de faaliyet gösterir durumda. Toplam 223 şubenin 73 tane- si Domino’s Pizza tarafından işletiliyor. Geri kalanlar franchising yöntemiyle işletiliyor. 2012 yılında 10’dan fazla franchise’i bünyelerine katacaklarını söyleyen Domino’s Pizza Genel Müdürü Aslan Saranga, “Son dönemde orta ve küçük ölçekli şehirlere ağırlık vermeye başladık. Bundan sonra da Ankara ve diğer Anadolu şehirleri önceliğimiz olacak. Şanlıurfa, Aksaray, Karabük ve Kastamonu illerinde şubeler açacağız” diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Ankara ve diğer Anadolu illerine öncelik tanınıyor.

Yatırım maliyeti: 250 bin dolar + KDV.

Başvuru için: www.dominos.com.tr

Bind Chocolate

İlk çikolata butiği

Türkiye’nin ilk çikolata butiği olarak hizmet veren Bind Chocolate, özel çikolata üretimi yapıyor. Yurt içinde yedi ilde 16 şube ile faaliyet gösteren Bind Chocolate, İzmir, Adana, Gaziantep, Kocaeli, Kayseri, Mersin, Antalya gibi Anadolu’ nun önde gelen şehirlerinde franchise vermeyi planlıyor. 2012 so- nunda yaklaşık 10 ilde daha franchise verilmesi planlanıyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Mağazalar için 30 ile 80 m2 arası bir mekan yeterli,

Yatırım maliyeti: Yatırım maliyeti 50 bin ile 150 bin TL arasında değişiyor. Ayrıca 40 bin ile 100 bin TL arasında değişen teminat mektubu talep ediyor.

Başvuru için: 0212 465 65 25

Pizza House

Irak’a ikinci Türk pizzacı gidiyor

Son yıllarda yerli pizza şirketleri Türkiye’de hızla büyüyor. Bu şirketlerin arasında yer alan Ankaralı Pizza House, 1999 yılında kuruldu. Bugün Türkiye genelinde 25 şubesiyle 17 farklı ile dağılmış durumda. 2012 yılında toplam beş adet franchising verilmesi planlanıyor. Başta İstanbul olmak üzere, İzmir, Bursa, Antep ve potansiyel Anadolu illerinde açılması planlanıyor. Ayrıca firmanın önümüzdeki yıl Irak başta olmak üzere Azerbaycan ve Kazakistan’a da açılma planları var.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Başta İstanbul olmak üzere, İzmir, Bursa, Antep ve potansiyel Anadolu illerinde açılması planlanıyor.

Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli 37 bin 500 dolar + KDV. Toplam yatırım maliyeti 100 bin ile 350 bin lira arasında değişiyor.

Başvuru için: franchise@pizzahouse.com.tr ya da 0212 275 77 66

Komagene

Almanya’ya gidiyor

Türkiye’de çiğ köftenin markalaşma atağı Komagene ile baş- ladı. Şu anda 51 ilde 273 şubeyle faaliyet gösterdiklerini söy- leyen Komagene Genel Müdürü Çetin Tekdemir, Türkiye genelinde tüm illerde merkez ve ilçelere bayilik vermeyi planla- dıklarını belirtiyor. 2012 sonunda 170 adet daha bayilik vere- rek 420 adet franchise sayısına ulaşmayı hedeflediklerini ifa- de eden Tekdemir, “2012 sonuna kadar en az iki ülkede top- lam 10 şubeye ulaşmak istiyoruz. Şu an belli aralıklarla yurt dı- şında hedeflediğimiz ülkelerde tadım çalışmaları yapıyoruz. Almanya’da marka tescil sürecimiz tamamlandı. En kısa zaman- da Almanya ve Avrupa pazarında yer alıyorduk” diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Türkiye geneline bayilik verilecek. İşlek caddeler, yaya trafiğinin yoğun olduğu mekanlar.

Yatırım maliyeti: Ortalama yatırım maliyeti 15 bin ile 30 bin lira arasında. Franchise giriş bedeli 10 bin TL.

Başvuru için: 0541 357 30 01- 02-03-04



Baklavacı Güllüoğlu Dört kıtaya yayılacak

Nejat Güllü'nün yönetimindeki Baklavacı Güllüoğlu da verdiği franchise'lar ile birlikte büyüyor. Yurt içinde 19 şube ile faaliyet gösteren Güllüoğlu, yurt dışında ise sekiz şube ile hizmet veriyor. ABD'de Manhattan, Brighton Beach, Astoria ve New Jersey, Kaliforniya'da Los Angeles, Hollanda'da Amsterdam, Libya'da Trablusgarp ve Kuveyt'te şubeleri olduğunu söyleyen Baklavacı Güllüoğlu Yönetim Kurulu Başkanı Nejat Güllü, "Miami, Düsseldorf, Irak ve Dubai'de 2012'de şube açmayı planlıyoruz. 2015 yılına kadar yurtiçi ve yurtdışında toplam 100 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Depo hariç 100 metrekare veya üzeri mekânları tercih ediliyor, ayrıca kafeterya olarak projelendirilmeye elverişli olması gerekiyor.

Yatırım maliyeti: Franchise bedeli talep edilmiyor. Franchise yatırımlarında satıcı toptan satış cirosundan yüzde 1, perakende satış üzerinden ise yüzde 3 bedel alıyor.

Başvuru için: 0212 321 34 34

Bay Döner

20 yeni restoran açacak

Fast food yemek kültürüne karşı, İskender döneri sevdirmek hedefi ile yola çıkan Baydöner, bugün 25 ilde 45 şubeye ulaşmış durumda. 2012 yılında minimum 20 yeni restoran açmayı planladıklarını söyleyen firma yetkilisi Bülent Polat, bu restoranların yüzde 50'sinin franchising olacağını belirtiyor. İlk yurt dışı açılımlarını da Irak'ın Erbil kentiyile başlattıklarını ifade eden Polat, "Yakın coğrafya ve komşu ülkeler büyüme planımız içerisinde" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Trafik yoğun olduğu cadde üstü mekânlar, AVM'ler.

Yatırım maliyeti: Ortalama yatırım bedeli 250 bin dolar + KDV. Franchise bedeli ise 50 bin dolar+KDV.

Başvuru için: 0232 464 42 35

Özsüt

Rusya'ya odaklandı

Klasik tatlıcı dükkanlarından kafe konseptine geçiş yapan Özsüt, restoran ve fırın konseptlerini de bünyesine ekleyerek, hızla büyüyor. Türkiye'de 39 ilde 160 Öşubeyle faaliyet gösteriyor. 2012 yılında Bolu, Muğla, Marmaris, Çorum, Amasya, Sivas, Sinop ve Çankırı'da da yer almak istediklerini söyleyen Özsüt Genel Müdürü Yıldırım Çullu, "İlk yurtdışı şubemiz, KKTC'de açıldı. Rusya, Kuzey Irak ve Türkiye Cumhuriyeti'nde en kısa dönemde var olarak yurt dışına açılmayı planlıyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Bolu, Muğla, Marmaris, Çorum, Amasya, Sivas, Sinop ve Çankırı.

Yatırım maliyeti: Ortalama 250 bin dolar. Kafe konsepti için isim hakkı bedeli 25 bin dolar, fırın konsepti için ise 30 bin dolar.

Başvuru için: www.ozsut.com.tr

Sultanahmet Köftecisi 250 şubeye ulaşacak

Sultanahmet Köftecisi, Türkiye genelinde 39 ilde 119 bayi ile hizmet veriyor. 2012 yılı sonu itibarıyla 250 bayiye ulaşmayı hedefleyen Sultanahmet Köftecisi, Konya, Mardin, Çankırı, Amasya, Kahramanmaraş, Siirt ve Manisa'ya franchising vermeye hazırlanıyor. Yurt dışından da talep alan firma, öncelikle yurt içi hedeflerini tamamlayarak, daha sonra yurt dışına açılmayı planlıyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'lerde 50-100 m2 aralığında, caddelerde ise 100 m2-200 m2 mağazalar seçiliyor.

Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli 100 bin dolar. Yatırım maliyeti ise mekanın yerine ve konumuna göre 130 bin ile 200 bin TL arasında değişiyor.

Başvuru için: info@sultanahmetkofteci.com.tr ya da 0216 527 53 10

Bursa Kebap Evi Kuveyt'te Bursa İskender'i

BKE bilinen adı Bursa İskender'in özelliği kebabının eti, sosları, yoğurdu ve pideleri ile yöresel olması. Yani; domates sosunda asla salça kullanılmıyor. Firma yetkilisi Serhat Avcu, şu an beş ilde 10'u faal, 6'sı ise sözleşme aşamasında olan restoranlarının olduğunu söylüyor. 2012 yılında 14 adet daha franchising vereceklerini belirten Avcu, "Ayrıca Kuveyt ile master franchise çalışmalarımız son aşamaya geldi. İlk yurtdışı şubemizi Kuveyt'e açacağız. Kuveyt ile birlikte iki ülkede daha yer almak istiyoruz" diyor.



İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'ler, işlek caddeler.
Yatırım maliyeti: 20 bin dolar isim hakkı bedeli alınmıyor. Ortalama şube açılış maliyeti ise 180 bin ile 250 bin lira arasında değişiyor. Herhangi bir başarısızlık durumunda yatırımın yüzde 70'i geri iade ediliyor.
Başvuru için: 0212 690 52 52 ya da serhatavcu@bursakebapevi.com

Sampi**Pideyi marka yaptı**

2008 yılından itibaren Metro Şirketler Grubu bünyesine katılan Sampi, Samsun pidesini farklı lezzetlerde sunuyor. Yurt içinde 11 ilde 45 şubeyle faaliyet gösteriyor. 2012 hedeflerinin Türkiye'de 100 şubeye ulaşmak olduğunu söyleyen Sampi Genel Müdürü Melih Başara, "Yurt dışında Almanya Köln ve Düsseldorf'da olmak üzere iki şubemiz bulunuyor. 2012 yılı içinde Almanya'da 10 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz. Başta Hollanda, Belçika ve Fransa olmak üzere Avrupa'da beş yıl içinde 100 şubeye ulaşmayı planlıyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'ler ve işlek caddeler.
Yatırım maliyeti: AVM ve delivery ünitelerinde 70 bin ile 100 bin TL, restoranlarda 120 bin ile 150 bin TL arasında değişiyor. Yatırımın geri dönüş süresi ortalama 1.5-2 yıl arasında.
Başvuru için: 0212 640 08 40

Tatlıcı Tombak**Hedefi Marmara'da büyütmek**

Tatlıcı Tombak da franchising sistemiyle şube ağını hızla genişleten markalar arasında yer alıyor. Bugün 20 ile yayılmış şube ağıyla 40 noktada faaliyet gösteriyor. 2012 yılı içerisinde franchise yatırımlarına hız vermeyi planladıklarını söyleyen Tatlıcı Tombak Genel Müdürü Hüseyin Demirel, İstanbul ağırlıklı olmak üzere Marmara Bölgesi'ni hedeflediklerini ve 2012 sonuna kadar 50 yeni franchise şube planladıklarını söylüyor. Demirel, yurt dışı hedeflerine yönelik olarak ise, "Bu yıl için yurt dışında yatırım yapmak gibi bir planımız yok. Ancak önümüzdeki yıllarda yurt dışı yatırımları gündeme almayı planlıyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Özellikle İstanbul ve Marmara hedef bölge.
Yatırım maliyeti: Yaklaşık 40 m2'lik bir şube için yatırımın maliyeti ve isim hakkı toplamı 60 bin TL.
Başvuru için: info@tombakgida.com.tr

Çiğ Köftem**Yurt dışında hızla büyüyor**

Bu yıl içerisinde Türkiye genelinde 65 adet daha franchising verilmesi planlanan Çiğ Köftem'in ayrıca yurt dışına yönelik de yatırımları var. Almanya, İngiltere, Hollanda, Belçika ve Avusturya'da 19 şubeyle hizmet veren marka, şubat ayında Amerika Birleşik Devletleri'nin New York/Manhattan'da, sonrasında New Jersey'de birer şube açacak. Ayrıca 2012'in ilk çeyreğinde Avrupa'da Almanya, Hollanda ve İngiltere'ye de şubeler açılacak. Çiğ Köftem konsepti ortaya koyduğu yakın zaman planlaması ile yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da büyüme hedefliyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Türkiye geneline franchising verilecek.
Yatırım maliyeti: Lokasyona göre değişiyor.
Başvuru için: 444 2 126 ya da 0049 151 472 938 77

SPOR**Life GYM****Express konsepti**

Bugün altı şubeye ulaşan Life GYM franchising ile büyüme hedefliyor. Life GYM için iki ayrı franchising modeli düşünülmüş. Bunlardan ilki sağlık kulübü konsepti. Bu konsept, içerisinde yüzme havuzundan SPA ve fitness merkezine kadar büyük bir sağlık merkezini kapsıyor.

Makine parkurundan dekorasyona kadar tüm destek Life GYM tarafından veriliyor. Bu konseptte spor merkezlerinin minimum bin 500 metrekare olması gerekiyor. Franchise giriş bedeli olarak 100 bin lira alınmıyor. Toplam yatırım maliyeti ise anahtar proje için 2 milyon lira. Yıllık fee bedeli olarak ise 30 bin lira alınmıyor. Diğer bir konsept ise Express Fitness adı verilen, sağlık merkezlerinden daha küçük çaplı bir spor merkezi modeli. Bu iş modelinde spor merkezi, sauna ve Fin hamamını yer alıyor. Express modelinde spor merkezlerinin minimum 800 metrekare olması gerekiyor. Life GYM Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Duman, işletmelerinde ayrıca kurumsal müşterilere ve düğün vs organizasyonlara dönük de hizmet yürüttüklerini söyledi.



İŞİN AYNASI

Uygun yer: Potansiyel vaat eden bölgeler.
Yatırım maliyeti: Express modeli için 650 bin ile 700 bin lira arasında değişiyor. Sağlık kulübü konsepti için ise yatırım maliyeti 2 milyon lira.
Başvuru için: 0212 286 26 76

Shapes For Women Müzik eşliğinde spor

Kadınlara yönelik spor merkezinin dünyadaki öncülerinden Shapes For Women, dört kıtada dünyanın 14 farklı ülkesinde faaliyet gösteriyor. Salondaki tüm ekipmanlar kadın fizyolojisine göre tasarlanmış. Müzik eşliğinde 35 saniyede bir gelen sinyal, ekipman değişme komutu oluyor. Böylece salon içerisindeki dinamizm hiç düşmüyor. Her tur 10 dakikada tamamlanıyor ve 30 dakikada günlük spor ihtiyacı karşılanıyor. Türkiye genelinde, 22 ilde 50'yi aşkın şubesi bulunuyor. Öncelikli olarak doğu illeri ve İstanbul ile Ankara'ya franchising verilmesi hedefleniyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Öncelikli olarak doğu illeri ve İstanbul ile Ankara'ya franchising verilmesi hedefleniyor.
Yatırım maliyeti: Yatırım bedeli 37 bin 500 TL. Ayrıca dekorasyon ve tadilat bedeli ise 15 ile 20 bin TL arasında değişiyor.
Başvuru için: 0232 463 64 69 ya da info@shapesturkey.com

Fit In Time Yeni nesil antreman

Fit In Time, teknoloji odaklı kişiye özel antrenman merkezi. Bu yeni nesil antrenman konsepti, "Miha Bodytec" adı verilen teknoloji eşliğinde ve spor hocalarının gözetiminde yapılan 25 dakikalık eğlenceli bir antrenman programından oluşuyor. Miha Bodytec sistemi, sahip olduğu teknoloji sayesinde vücuttaki tüm ana kas gruplarını aynı anda çalıştırıyor. Firma Yönetici Ortağı Muhittin Kaan Kocatepe beş ayda İstanbul'da iki ve Bursa'da bir şube açtıklarını söylüyor. 2012'de İzmir ve Ankara'yı da hedeflediklerini söyleyen Kocatepe, "2012'nin sonuna doğru Türkiye'deki öngördüğümüz büyümeyi takiben komşu ülkelerdeki fırsatları değerlendiriyor olacağız" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: İyi bir lokasyonda 80 ile 100 metrekare arasında değişen stüdyo yeterli.
Yatırım maliyeti: 120 bin TL.
Başvuru için: 0212 265 64 44 ya da getfit@fitintime.com.tr

KOZMETİK**Durance****Kadın girişimciler arıyor**

Kozmetik ve ev bakımı alanından doğal ürün satışı yapan Durance, Türkiye genelinde bayiler arıyor. İstanbul ve Ankara'da franchise'ları bulunan şirket, her ile franchising vermeyi planlıyor. Markanın Türkiye Temsilcisi Özlem Oktar Varoğlu, "Markamız Japonya, Norveç, Almanya, İtalya, ABD basta olmak üzere birçok ülkede satılıyor. Yurt dışına yönelik olarak da Kıbrıs ve Gürcistan'ı değerlendiriyoruz" diyor. Varoğlu, özellikle kadın girişimcilere franchise vermek istediklerini sözlerine ekliyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Mağazaların 30 m2'den küçük olması gerekiyor. Kentin en işlek caddeleri ya da AVM'ler bu iş modeli için uygun.
Yatırım maliyeti: Toplam yatırım maliyeti 50 bin TL civarında. 10 bin Euro franchise giriş bedeli alınıyor.
Başvuru için: kurumsal@durance.com.tr

Fresh Line**Doğal ve organik kozmetik**

Cilt, saç ve vücut için doğal ve organik kozmetik ürünlerinin satışı yapan Fresh Line, zararlı kimyasal içermeyen, doğal ve organik içerikli ürünler sunuyor. El yapımı sabunlar, katı şampuanlar ve aromaterapi topları Fresh Line'nın ürünleri arasında yer alıyor. Bugün toplam üç mağazayla Ankara ve Eskişehir'de faaliyet gösterdiklerini söyleyen Fresh Line Kurumsal Gelişim Direktörü Canan Akkan Erdem, bu yıl İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir, Antalya, Adana ve Kayseri'ye franchising vereceklerini ifade ediyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Mağazaların büyüklüğünün ortalama 40 m2 olması yeterli.
Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli 10 bin Euro. Ancak 2012 yılına özel olarak franchise bedeli alınmıyor.
Başvuru için: 0312 341 06 06 ya da 0505 565 72 42

PERAKENDE**Jimmy Key****Komşu ülkelere mağaza açacak**

İlk koleksiyonunu 1997 yılında çıkaran giyim markası Jimmy Key, kısa sürede gördüğü ilgi üzerine 2000 yılında ilk mağazasını açarak markalaşma yolunda ilk adımını attı. 20-35 yaş arası genç kitleye hitap eden markanın Türkiye'de 100'e yakın satış noktası bulunuyor. Jimmy Key Pazarlama Müdürü

Cem Onat, "KKTC'de dört franchise ve 2010 yılında kurduğumuz şirket ile Ukrayna'da bir shop, 11 franchise ve 30'u aşkın satış noktasına ulaştık" diyor. 2012 yılında AVM'lerde ve Anadolu'da yaygınlaşmayı ve 10 civarı yeni mağaza açmayı planladıklarını belirten Onat, yurt dışına yönelik olarak da Rusya, İran, Azerbaycan olmak üzere tüm komşu ülkelerde mağaza açmayı ve franchise vermeyi istediklerini belirtiyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Öncelikli olarak Ankara, Konya, Eskişehir, Trabzon, Bursa ve Ordu'da franchise verilecek.

Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli olarak m2 başına 80 dolar alınıyor. Dekorasyon maliyeti ise m2 başına yaklaşık 500 dolar.

Başvuru için: cem.onat@jimmykey.com ya da 0531 561 10 38

DiaSA

Bakkala da girişim fırsatı

DiaSA da franchising yöntemiyle şube sayısını hızla artıran zincirler arasında yer alıyor. İlk franchise mağazasını 2004 yılında açmaya başlayan DiaSA, bugün itibarıyla 4 binin üzerinde çalışan ve 374'ü franchise olan bin 40 mağaza ile 36 şehirde hizmet veriyor. 2012 yılında franchising vermeye devam edeceklerini söyleyen DiaSA İş Geliştirme Direktörü Cem Diler, "DiaSA, Türkiye'de sürekli büyümeyi hedefliyor. Franchise adayı bakkallara da kurumsal bir markanın parçası olma fırsatı veriyoruz." diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Mağazaların net satış alanının 200-250 metrekare olması isteniyor.

Yatırım maliyeti: 2 bin 500 Euro giriş bedeli alınıyor.

Başvuru için: www.diasa.com.tr

And Outdoor

Türkiye'nin en büyük outdoor mağazası

Türkiye'de doğa sporlarına olan ilginin artmasıyla birlikte bu pazarda her geçen bir büyüme söz konusu. Pazar henüz ABD ve Avrupa'nın oldukça gerisinde olsa da pazarın büyüklüğü 50 milyon TL'ye ulaştı. Pazarda bu potansiyeli gören girişimcilerden Yaşar Günaydın, And Outdoor adıyla Türkiye'nin en büyük outdoor mağazasını açtı. And Outdoor toplam beş bin metrekare üzerinde faaliyet gösteren yedi katlı bir outdoor merkezi. İçerisinde, kayak, dağcılık, avcılık, trekking, turmanış, bisiklet, deniz kayağı, sörf, yüzme, dalış, balıkçılık, kamp ve outdoor - trekking sırt çantaları, outdoor soğuk zincir ekipmanları, güneş enerji sistemleri, outdoor sağlık gereçleri gibi doğa sporları ile ilgili her türlü malzeme bulunuyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: İstanbul, Ankara, Bursa, Çanakkale, İzmir ve Kayseri.

Yatırım maliyeti: Ortalama 100 m2 bir mağaza için 300 bin ile 500 bin TL arasında.

Başvuru için: 0212 590 38 38

AVVA

Yurt dışına açılıyor

Erkek giyim markası Avva, Dido Grup bünyesinde Volkan Atik tarafından kuruldu. Erkek giyiminde pantolondan ceket, gömlektir trikoaya, kabadan ayakkabıya, kemerden mayoya kadar bir erkeğin ihtiyaç duyulabileceği her ürün bulunuyor. Yurt içinde 25, yurt dışında da 20 franchising şube olmak üzere toplam 45 mağaza bulunuyor. Şirketin yönetim kurulu başkanı Volkan Atik, "2015 yılı sonuna kadar yurt dışında da 100 mağazaya ulaşmayı planlıyoruz. Almanya, Polonya, İtalya, Fransa, İngiltere, Benelux, Bulgaristan, New York, Miami, İran, Lübnan, Fas, Ürdün, Suudi Arabistan, Kanada, Avusturya, Çek Cumhuriyeti ve Birleşik Arap Emirlikleri hedeflediğimiz ülkeler" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Lokasyonun yoğun olduğu caddeler ya da AVM'ler.

Yatırım maliyeti: Dekor masrafları franchise alana ait. Mimari tüm gereçler, mağaza içi üniteler, ürün görsel dizilim, satış ekipmanları ve bilgi işlem anlamında tüm gerekli olanlar, bir konsept dahilinde Avva tarafından veriliyor.

Başvuru için: 444 2 882

EMLAK

Turyap

Temsilcilik fırsatı

Türkiye'nin en büyük gayrimenkul danışmanlığı şirketlerinden biri olan Turyap da franchising vererek girişimcilere fırsat sunan şirketler arasında yer alıyor. Türkiye genelinde 40 ilde 337 adet temsilcisi bulunuyor. Bu yıl ise toplam 500 temsilcilik hedefleniyor. 2012 için öncelikle franchising verilmesi hedeflenen iller ise Kayseri, Afyon, Aksaray, Çorum, Niğde, Erzurum, Trabzon, Giresun, Kastamonu ve Uşak.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: 40 m2 bir dükkan yeterli.

Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli bölgeye göre değişiklik gösteriyor. Aylık hizmet bedeli olarak 110 dolar alınıyor.

Başvuru için: 0212 373 13 00

International Realty Plus ABD'li IRP Türkiye'de büyüyecek

1994 yılından beri Kuzey Amerika'da hizmet veren International Realty Plus (IRP), 1995 yılından itibaren dünya genelinde franchising sistemi ile büyümeye başladı. 2006 yılından itibaren de ABD'de en hızlı büyüyen gayrimenkul franchise markası olarak tanımlanan IRP, 160 gayrimenkul ofisi ve 3 bin 850 gayrimenkul danışmanına sahip. Geçtiğimiz yıl Türkiye ofisi açılan IRP'nin İstanbul, Adana ve Mersin'de toplam beş adet franchise ofisi bulunuyor. IRP Türkiye Genel Müdürü Kenan Topçu, "2012 yılında İstanbul, Ankara ve İzmir'de 5 adet franchise ofisi daha açmayı hedefliyoruz" diyor. Topçu ayrıca IRP Türkiye'nin bu yıl Avrupa ve Türk Cumhuriyetleri'ne açılımlını hedeflediklerini sözlerine ekliyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Gayrimenkulde potansiyeli olan iller. Ofis olarak düşünülen mekan, eğer daire ise minimum 2+1, dükkan olursa minimum 70 m2 olması ve tabelanın gözle rahat görünür mesafede olması gerekiyor.

Yatırım maliyeti: İsim hakkı bedeli bulunulan bölgeye ve lokasyona göre 5 yıllık bin ile 15 bin dolar arasında değişiyor. Bir ofisin ortalama yatırım bedeli 10 bin dolar.

Başvuru için: www.irpturkiye.com

AKSESUAR / EV TEKSTİLİ

Tantitoni Renkli ve pratik ürünler

Tantitoni mutfak için renkli ürünler sunan bir marka. Marka kimliği ise "Çok renkli, pratik, ergonomik, genç, modern, trendy, şık, kullanışlı ve farklı" kelimeleri ile tanımlanıyor. Mutfağa dair akla gelebilecek her türlü ürün geleneksellikten uzak, modern bir anlayışla sunuluyor. Tüm konsept mağazalarda, müşterilerin satın almayı düşündükleri ürünler günlük mutfak yaşantılarındaki gibi hazırlama, pişirme, sunma ve saklama süreçlerinde deneyebilecekleri 'Canlı Mutfak' bölümü yer alıyor. 2011 yılında ilk kez franchising uygulamasına başladıklarını söyleyen Tantitoni Genel Müdürü Lütfü Küçük, "Şu an iki franchising mağazamız var. Bugün sekiz ayrı ilde 20 mağazamız yer alıyor" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'ler.

Yatırım maliyeti: Tantitoni franchise mağazaları için toplam yatırım bedeli, mağazanın metrekaresine göre 50 bin ila 100 bin USD arasında değişiyor. Kar marjı ise yüzde 35.

Başvuru için: 0212 293 02 93

Bun Design 20 mağaza açacak

Renkli, esprili hediyelik ürünler sunan Bun Design da franchising veriyor. Hedef kitlesi 15-25 yaş arası genç kızlardan oluşan markanın 23 noktada mağazası bulunuyor. Markanın kurucusu Hasip Özbudun, 2012'de 20 yeni mağaza açmayı planladıklarını belirtiyor. Yurtdışı görüşmelerinin devam ettiğini söyleyen Özbudun, "Azerbaycan, Kazakistan, Erbil, Girne görüştüğümüz bayiliklerden birkaçı" diyor.

Uygun **İŞİN AYNASI** za yeterli. Kafelerin etrafındaki noktalar tercih ediliyor.
Yatırım maliyeti: Standlar için bayilik giriş bedeli bin dolar, mağazalarda ise beş bin dolar. Stand için 18 ile 20 bin TL arasında, mağazalarda ise 35 ile 40 bin TL arasında yatırım gerekiyor.
Başvuru için: 0541 243 21 53

So Chic

Avrupa'dan Uzakdoğu'ya mağaza açacak

Gümüş aksesuar markası So Chic, Sezgin Group bünyesinde faaliyet gösteren, yüzde yüz yerli bir sermaye. Bugün 14 ilde toplam 60 mağazaya ulaşan So Chic için 2012'de 40 adet franchise verilmesi planlanıyor. Sezgin Group Genel Müdür Yardımcısı Fehmi Kurdik, özellikle Gaziantep, Adana, Konya, Malatya ve Kocaeli'ne franchise vermeyi hedeflediklerini söylüyor. Kurdik, Hollanda, Azerbaycan, Kıbrıs ve Gürcistan'da mağazalarımız bulunan markanın 2012'de Dubai, Hong Kong, ABD ve İspanya'ya mağaza açmayı planladıklarını belirtiyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Gaziantep, Adana, Konya, Malatya ve Kocaeli.

Yatırım maliyeti: Franchise giriş bedeli alınmıyor. Ortalama işletme sermayesi 100 bin ile 150 bin TL arasında değişiyor.

Başvuru için: franchise@sochic.com.tr ya da franchise@fixsilver.com



Bun Design 20 mağaza açacak

Renkli, esprili hediyelik ürünler sunan Bun Design da franchising veriyor. Hedef kitlesi 15-25 yaş arası genç kızlardan oluşan markanın 23 noktada mağazası bulunuyor. Markanın kurucusu Hasip Özbudun, 2012'de 20 yeni mağaza açmayı planladıklarını belirtiyor. Yurtdışı görüşmelerinin devam ettiğini söyleyen Özbudun, "Azerbaycan, Kazakistan, Erbil, Girne görüştüğümüz bayiliklerden birkaçı" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: 20 – 50 metrekarelik bir mağaza yeterli. Kafelerin etrafındaki noktalar tercih ediliyor.
Yatırım maliyeti: Standlar için bayilik giriş bedeli bin dolar, mağazalarda ise beş bin dolar. Stand için 18 ile 20 bin TL arasında, mağazalarda ise 35 ile 40 bin TL arasında yatırım gerekiyor.
Başvuru için: 0541 243 21 53

BİLİŞİM

ViduMedia

Türkiye geneline bayilik veriyor

ViduMedia, Ankara merkezli Gökhan Özcan tarafından kurulmuş bir bilişim şirketi. Bilgi teknolojileri, yazılım, sektörel danışmanlık ve bireysel & kurumsal yazılım çözümleri alanlarında hizmetler veren şirket, kurumsal web hizmetlerinin yanı sıra özel yazılımların yanında esnaf ve KOBİ'lere özel hazır paket programlar ve web ürünleri de sunuyor. Türkiye genelinde bayilik veren şirket, bayileri için aylık 5 ile 10 bin TL arasında bir ciro hedefi belirlemiş.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Kendi mağazası içinde ViduMedia ürünlerinin satışını yapacak bayiler aranıyor.
Yatırım maliyeti: Sadece ön koşul olarak bayinin ViduMedia tarafından hazırlanan kurumsal web sitesini ve ön muhasebe & stok programını kullanma zorunluluğu var.
Başvuru için: info@vidumedia.com

Pronet Güvenlik Çözüm ortağı arıyor

Pronet, Türkiye'nin gelecek vadeden sektörlerinden elektronik güvenlik sektöründe girişimcilere yatırım fırsatı sunuyor. Pronet Çözüm Ortaklığı, dünyanın en büyük güvenlik şirketlerinin bayilik programlarını kuran yöneticilerin danışmanlığı eşliğinde, Türkiye ekonomik ve çalışma koşullarına uygun hale getirilerek oluşturulmuş. Bu programa kabul edilecek çözüm ortaklarında satış ekibi kurabilecek ve yönetebilecek girişimcileri tercih ettiklerini söyleyen Pronet Güvenlik Genel Müdürü Metin Kastro, "12 şehirde toplam 76 Pronet Çözüm

Ortağı'mız bulunuyor. Anadolu'nun diğer illerine de yayılarak çözüm ortağı sayısını 100'ün üzerine çıkarmayı hedefliyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Anadolu'da büyüme hedefleniyor.
Yatırım maliyeti: Giriş bedeli alınmıyor, bu bedeli kendi işletmelerinde yatırım olarak kullanıyorlar. İlk yatırım maliyeti yaklaşık 15 bin dolar. İşletmesi olanlar için ilk yatırım maliyeti ise 7 bin dolar.
Başvuru için: ayla.korkmaz@pronet.com.tr

Fonetik

Ses sisteminde iş fırsatı

Sinema ve ses sistemleri pazarında Quad, Mission, Castle, NuVo ve Velodyne gibi tanınmış müzik ve ev sineması sistemlerinin Türkiye distribütörü olan İzmirli Fonetik Türkiye genelinde bayiler arıyor. Fonetik'te satılan ses ve görüntü sistemleri kurulan sisteme ve kalite seviyesine göre bin TL seviyesinden başlıyor, kurulması tasarlanan kombinasyona göre 50 bin TL ve hatta daha yüksek rakamlara kadar çıkabiliyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: AVM'ler ve gelir düzeyi yüksek caddeler.
Yatırım maliyeti: 100 bin TL
Başvuru için: (0232) 463 68 78

Teknon

Dağıtım depoları

Teknon firması, Tyan markasıyla sunucu ve depolama ürünleri satışı yapıyor. KOBİ'lere uygun ürünlerin yanı sıra büyük bilgi işlem gereksinimi olan telekom, hosting, IDC gibi konularda hizmet veriyor. Ayrıca Iguana markası altında üretmiş olduğu güvenlik kameraları ile 16 kameranın işini tek başına yapabilen ürünler üretiyor. Uygun bulunan her ilde tek bir firma ile çalışmayı planladıklarını söyleyen şirketin genel koordinatörü İlker Çağlayan, "O il sınırları içinde tüm talepleri bu firma üzerinden karşılamayı düşünüyoruz. Bu anlamda bölgesel olarak dağıtım depoları ile tüm ülke coğrafyasında ürünlerimizin ve yedek parçalarının hızlı ve kolay tedarik edilebilmesini hedefliyoruz. İş yaptığımız lokasyonlarda partnerlerimizle birlikte yürüyeceğiz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Türkiye geneli.
Yatırım maliyeti: Her bayinin belirlenmiş olan numuneleri bulundurması gerekiyor. Ortalama maliyeti her ilin pazar büyüklüğüne göre değişmekle birlikte 5-100 bin dolar arasında.
Başvuru için: www.teknon.com.tr

SAMM**Telekom ve ısıtmada iddialı**

SAMM telekom, bilişim, inşaat ve endüstriyel ürünlerde uzmanlaşmış bir dış ticaret ve mühendislik firması. Telekom, korozyon koruma, endüstriyel ısıtma konusunda ürünleriyle le çözümler sunuyor. Türkiye genelinde bayilik veriyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Türkiye geneli.

Yatırım maliyeti: Maliyet ve franchise için giriş bedeli istenmiyor. Ancak stok tutulması tavsiye ediliyor.

Başvuru için: 444 1 726

EĞİTİM**Helen Doron****Erken yaşta İngilizce**

Tüm dünyada 700'ün üzerinde şubesi ile erken yaşta İngilizce eğitimi veren uluslararası kuruluş Helen Doron Early English, franchising veriyor. İstanbul'da EFINST Dil Okulları ile master franchise anlaşması yapan Helen Doron, ilk etapta İstanbul'da 50, İzmir'de 20, Ankara'da 20 şubeye, ardından da Türkiye genelinde 150 şubeye ulaşmayı planlıyor. Yatırım için gerekli olan 70 bin Euro'ya, tüm ekipman, eğitimli öğretmenler ve tanıtım dahil. Helen Doron İstanbul Genel Müdürü Burak Uçkun, Helen Doron'un kadın girişimciye de cazip gelebilecek bir eğitim konsepti olarak düşünülmesi gerektiğini belirterek, "Tüm dünyada başarısı kanıtlanmış özel bir eğitim. Türkiye'de de büyük başarı elde edecek" diye konuştu.

**İŞİN AYNASI**

Uygun yer: Türkiye geneli.

Yatırım maliyeti: 70 bin Euro.

Başvuru için: 0212 279 90 74

Alta Eğitim**İtalya ve İspanya'ya okul açacak**

'5 günde İngilizce öğretme' hedefiyle yola çıkan Alta A.Ş. beş gün boyunca sabah saat 9 ile akşam saat 18 saatleri arasında

yoğun bir kamp programı uyguluyor. İstanbul'da iki adet şubesi bulunan Alta Eğitim'in franchising vermeyi hedeflediği iller ise Ankara İzmir Bursa Adana Denizli ve Antalya. Toplam 15 şubeye ulaşmayı hedefliyor. İtalya, İspanya ve İngiltere'de kendi okullarını açmak için çalışmalarını sürdürdüğünü söyleyen firma yetkilisi Mesut Erkan, "İlk etapta İtalya ve İspanya'yı hedefliyoruz" diyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Ankara İzmir Bursa Adana Denizli ve Antalya.

Yatırım maliyeti: 250 bin TL isim hakkı bedeli alınıyor.

Başvuru için: 444 54 86

Kültür Dershaneleri**Dershane zincirini büyütüyor**

Kültür Dershaneleri, İstanbul'da kurulan bir dershaneler zinciri. 1979'da İstanbul Beyazıt'ta ilk dersini vererek başlayan kurumun bugün Türkiye genelinde 92 şubesi bulunuyor. LYS, YGS ve SBS sınavlarına yönelik eğitim-öğretim yapan Kültür Dershaneleri franchising veriyor.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgeleri öncelikli olmak üzere Türkiye'nin her iline isim hakkı verilebiliyor.

Yatırım maliyeti: 250 bin ile 500 bin lira arasında değişiyor.

Başvuru için: 0212 572 17 77

LOJİSTİK**PSC International****Paketleme ve gönderide sigorta sistemi**

PSC International, kurumsal, bireysel müşterilere ve tüketicilere paketleme, gönderi ve sigortalama hizmetlerini birarada sunan, Türkiye çapında bayilik sistemi ile hizmet veren bir franchising ağı. Gelişmiş paketleme teknik ve teknolojileri kullanılarak paketlenmesi ve varış noktalarına güvenli bir biçimde tesliminin yapılabilmesi için sigortalıyor. PSC International, franchising vermeye başlayalı henüz 14 ay olmasına rağmen 40 bayisi var.

İŞİN AYNASI

Uygun yer: Ankara, Adana, Samsun, Trabzon, Kütahya, İznik, Nevşehir - Kapadokya, Eskişehir, Aydın, Malatya ve Diyarbakır.

Yatırım maliyeti: 67 bin 500 TL.

Başvuru için: 0216 456 51 19

Türkiye'yi yıkanabilir bebek bezi ile tanıştırdı

Türkiye'de organik ürünleri ve yıkanabilir bebek bezi üretimiyle bir ilke imza atan BabyNEO, bu alanda Türkiye'deki tek üretici. Denizli'deki fabrikada aylık 120 bin adet yıkanabilir bebek bezi üretimi gerçekleştirdikleri söyleyen BabyNEO Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Özsökmen, "Ar - Ge çalışmalarımız hızla sürüyor. Son olarak yüzde 100 Organik Pamuk Fleece Battaniye de geliştirdik. Bu da Türkiye'de bir ilk" diyor.



Kaan Özsökmen

2008 yılında Türkiye'de çalışmalarına başlayan ve bugüne gelen BabyNEO, yüzde 100 yerli sermayeli ve Denizli'de üretim yapan bir marka. Ürün gamında yıkanabilen bebek bezinin yanı sıra, alıştırma külotları, mama ve salya önlüğü, alt açma pedi, omuz bezi, değişik tipte havlular, bebek bezi mayosu ve yıkanabilir kadın pedleri de yer alıyor. Ürünlerinin tamamı organik pamuk ve bambudan imal eden marka, aylık 120 bin adet yıkanılabilir bebek bezi üretimi gerçekleştiriyor. Türkiye'de 400 kişiye istihdam sağlayan BabyNEO, 2012'de artan iş hacmine paralel olarak aylık üretim kapasitesini genişletmeyi hedefliyor. 2012'de bebek bezi alanında yüzde 70 büyümeyi planladıklarını söyleyen BabyNEO Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Özsökmen, "Klasik modelimiz üç yıldır satılıyor ama asıl talep gören 'yeni nesil' modelimiz 2011'in ortalarında piyasaya çıktı. Kendi markamız dışında bu alanda dünyanın en büyük 6 firmasının da fason üretimini yapıyoruz. Onların markalarını fason olarak üretilip ihraç ediyoruz. Kendi markamız açısından bakarsak ise, Türki Cumhuriyetler ve Ortadoğu ülkeleri hedef pazarlarımız. Şu an Türkmenistan'da iki, Azerbaycan'da bir müşterimiz var. Ama önce kendi ülkemizde büyümeyi planlıyoruz. Geçen yıl 118 bin lira olan ciromuzu da bu yıl 2 kat artırmayı hedefliyoruz" diye anlatıyor.

2008 yılında kuruldu

Kaan Özsökmen, 1970 doğumlu. İşletme öğrenimi sonrası üretim yönetimi ve pazarlama yüksek lisansının ardından, iş hayatına atılmış. İlk 1996 yılında tekstil sektörü ile tanışan Özsökmen, önemli tekstil firmalarında çalıştıktan sonra 2003 yılında kendi mümessillik firmasını kurmuş. Avrupa ve Amerika'daki çeşitli tekstil firmalarının Türkiye'de mümessilliğini yapmaya başlayan işadami, 2008 yılında ise Natura Bebek Tekstil'i kurmuş. Şu an her iki koldan da iş hayatına devam ettiğini söyleyen Özsökmen, yıkanabilir bebek bezi işine giriş öyküsünü ise şöyle anlatıyor: "Bu iş mümessillik yıllarımda başladı. Yurtdışındaki firma kendi yıkanabilir bebek bezlerini Türkiye'de üretirmek istiyordu. Türkiye için çok yeni olan bu ürün aslında Avrupa'da 14 -15 yıldır satılmaktaydı. Onlar için üretici araştırdık, gerekli alt yapıların kurulmasını sağladık. Daha sonra diğer birkaç yabancı marka ile görüşüp onların

üretimini Türkiye'ye aldık. O zamanlar "bu ürün Türkiye için garipti. Zamanla çok güzel ve sağlıklı bir ürün olduğunu öğrendik. 2008'de neden artık bizim ülkemizde de yok deyip, kolları sıvadık. Natura Bebek Tekstil'i kurduk ve kendi markamız olan BabyNEO'yu çıkardık."

6 firmaya üretim yapıyor

Yıkabilir bebek bezi 15 yılı aşkın süredir İngiltere ve Amerika başta olmak üzere birçok ülkede kullanılıyor. Her ne kadar eskiden evde annelerin hazırladığı bezlere benzese de bu modern şeklini, daha sağlıklı ve kullanışlı halini ilk İngiliz ve Amerikalılar yapmış bulunuyor. O günden günümüze gelene kadar pek çok değişikliğe uğrayan ürün, Türkiye'de ise oldukça yeni. BabyNEO'nun üç yıl önce ilk kez Türkiye'de satmaya başladığı 'klasik model' tarzda ürünlerin çıkışının yurtdışında

yaklaşık 10 yıl öncesine dayandığını söyleyen Özsökmen, şu değerlendirmede bulunuyor: "Ne yazık ki biz epey geriden takip ediyoruz. Ama şu an artık tüm dünyanın tercih ettiği ve bizim 'yeni nesil' diye adlandırdığımız modellerin iki - üç yıl gibi bir geçmişi var. Biz de zaten 2011 yılı ortalarından itibaren satmaya başladık. Avrupa ve Amerika'nın bu sektörde en büyük ve tanınmış 6 firmasının fason üretimini yaptığımız için yenilikleri devamlı izliyorduk. Sadece fason üretim yapmakla kalmayıp, bazı özel müşterilerimiz için Ar-Ge çalışmalarını da yapmaktayız. Kendi

ürünleri için yaklaşık 1.5 yıl gibi çalışmalar ve testler yaptıklarını söyleye Özsökmen, "Sonunda 'yeni nesil' bezimiz ortaya çıktı. En büyük özelliği, dünya piyasalarında bulunan diğer tüm yıkanabilir bebek bezlerinden farklılığı, sızdırmaz pedi sayesinde sadece pedi değiştirerek kullanıma olanak sağlayan bir model olması. Genelde tüm diğer modellerde bez kullanıldığında bütün hepsi değiştirilmesi gerekirken, bizim modelimizde eğer bebeğinizin tuvaleti ana gövdeye geçmemişse, sadece içteki pedi değiştirerek kullanıma devam edebilirsiniz. Bu da daha fazla ekonomik olmasını sağlarken, aynı zamanda çifte sızdırmazlık özelliği de kazandırıyor" diye anlatıyor.

Nano teknoloji kullanıldı

1.5 yıllık Ar-Ge çalışması süresince dünyada kullanılan genel beden ölçülerini baz alarak işe başladıklarını dile getiren Özsökmen, önce ürünün olması gereken özelliklerini saptayıp ona göre kullanılması gereken kumaşları oluşturmaya çalıştıklarını söylüyor. Birçok değişik kalitede kumaş üzerinde çalıştıktan sonra en ideal sonucu verecek birleşimi bulduklarını belirten Özsökmen, şunları ekliyor: "Farklı dikiş özellikleri denendi. Sızdırmazlık konusunda mümkün olan en ileri

Organik battaniye üretti

Ar-Ge çalışmalarının hızla devam ettiğini ifade eden Özsökmen, şu gelişmeyi anlatıyor: "Çalışmalarımızın meyvelerinden birini de daha yeni çıkardık. Yüzde 100 Organik Pamuk Fleece Battaniye. Bu da Türkiye'de bir ilk. Günümüzdeki organik battaniyeler genelde penye veya ince dokuma kumaş kalitesindeki ürünler. Bizim geliştirdiğimiz ürün uzaktan bakınca bildiğimiz polar battaniyelere benziyor ama polyester değil, tamamen yüzde 100 organik pamuktan üretilmiştir. Yaklaşık 8-9 ay önce gelişimini tamamladığımız bu kumaş kalitesi özellikle Avrupa'dan ciddi anlamda talep görmekte."

Fiyat avantajı var

BabyNEO, kullan-at bebek bezlerine kıyasla sağlıklı ve ekonomik yapısı ile dikkat çekiyor. BabyNEO ürünleri, doğal anti-alerjik ve anti-bakteriyel bambu kumaş ya da tamamen organik pamuktan üretildiği için pişik ve alerji oluşumunu engelliyor. BabyNEO, ürünleri organik oluşunun yanı sıra geri dönüşüm özelliği ile çevreyi de koruyor. Ürünler, tüm Türkiye çapında bebek mağaza zincirlerinde (Joker-Maxitoys, E-Bebek), organik mağazalarda, bebek mağazalarında ve www.babyneo.com.tr internet sitesi üzerinden satışa sunuluyor. Kaliteli bir kullan-at bez kullanıldığında, normal sürelerde değiştirildiği ve bebekte pişik veya alerjik bir reaksiyon söz konusu olmadığı düşünülürse 2.5-3 yıl içinde harcanan paranın en az 2 bin lira civarında olduğunu söyleyen Özsökmen, BabyNEO ile yıkama masraflarını bile dahil etseniz, cebinizden çıkacak paranın en fazla 700 lira civarında olacağını belirtiyor. Kullanım ve yıkama talimatlarına uygun kullanıldığı taktirde ürüne bir yıl garanti verdiklerini kaydeden Özsökmen, "Bu ürünün kullanım süresinin bir yıl olduğu anlamına gelmiyor. Bezlerimizi bir yıl boyunca önerildiği şekilde her gün yıkayabilirsiniz. 1 yıl sonra ürün bozulmazken, bebek büyüyeceği için bir üst bedene geçilmesi gerekiyor. Eski bezleri atmıyıp ikinci bebekte kullanmaya devam edebilir veya bir yakınınıza vererek kullanmasını sağlayabilirsiniz" diyor.

teknolojiler sayesinde, bebeklerin cildine zarar vermeyen özel bir nano teknoloji kullanıldı. Böylelikle dikiş deliklerinden bile sızmanın engellenmesi için çalışıldı. Dünya'da nano teknolojiyi yıkanabilir bezlerde kullanan ilk firma biziz. Yabancı müşterilerimize sunar sunmaz hemen kendi ürünlerine uygulamamızı istediler. Daha sonra ülkemizde 20 farklı cinsiyette, vücut yapısında ve yaşta bebeklerle çalıştık ve onlara denettik. Ailelerden gelen bilgiler doğrultusunda gerekli düzenlemeleri yaptık."

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

4 milyar dolarlık pazara e-ticaretle girdi

Giyimden kitaba, ayakkabıdan restorana kadar pek çok alanda kendini kabul ettiren e-ticaret, gördüğü ilgiyle yeni girişimlere de kapı aralıyor. İnternet üzerinden yapılan alışverişle artan harcamalar bu alanda potansiyel gören Beka Grup da bu alana ofisegelsin.com ile girdi. 4 milyar dolarlık kırtasiye ürünleri pazarında e-ticaretle giren Beka Grup, bu işten aylık 10 bin TL ciro hedefliyor.



Çok değil 1996 yılında Türkiye'de internet hala nereye evirileceği belli olmayan, sadece bilişimcilerin ve teknoloji meraklılarının dünyası ile sınırlı bir mecra iken artık bugün ticaretin de en önemli üslerinden biri haline geldi. Giyimden kitaba, ayakkabıdan restorana kadar pek çok alanda kendini kabul ettiren e-ticaret, gördüğü ilgiyle yeni girişimleri de peşinden sürüklüyor. Yaklaşık 23 milyon internet kullanıcısının yarattığı 15 milyar dolarlık e-ticaret pazarının kervana katılan yeni ürünlerle katlanarak büyümeye devam edeceği kesin.

İnternet üzerinden yapılan alışverişle artan harcamalar bu alanda potansiyel gören pek çok girişimciye de yeni kapılar aralamaya devam ediyor. Online satışın kolaylığı ve artan harcamaların cazibesine kapılan Beka Grup da yönünü bu alana çevirenlerden. Şirket, bünyesinde kurduğu Ofisegelsin.com sitesiyle kırtasiye ve ofis ürünlerini internet sitesi üzerinden daha uygun fiyatlarla satışa sunuyor. Bir ay önce devreye giren bu girişimde ana hedef, büyük alım gruplarına satış yapmak. Hastaneler, bankalar, okulları radarına alan Ofisegelsin.com, daha ilk bir aylık süreçte günlük ziyaretçi sayısını da 5 bin kişiye taşımayı başardı.



Kemal Güney

Fikri Almanya'dan aldı

Ofisegelsin.com, Beka Grup'un Almanya'dan yaptığı alımlarda dikkatini çekmiş. İstanbul merkezli bir dış ticaret firması olarak 2007 yılında kurulan Beka Grup'un Almanya'da da bir şubesi bulunuyor. Yurtdışından ağırlıklı yapı ürünleri, küçük ev aletleri ve çocuk araç gereçleri ithal eden Beka Grup'un Genel Müdürü Kemal Güney, Almanya'da tanıştığı bu sistemi Türkiye'de uygulamaya karar vermiş. "Ofisegelsin.com kuruluş fikri bana ait. Almanya'dan yaptığımız alımlarda ofis ürünlerde online alışverişin çok ciddi bir pazar olduğunu gördük. Buradan hareketle birçok kişinin ortak düşüncesine başvurarak bu fikri hayata geçirdik" diyen Kemal Güney, kurdukları sitenin önemli bir boşluğu dolduracağına inandıklarını söylüyor.

Bu girişime karar verirken en büyük etkenin şirket olarak kendi ofis ve kırtasiye türündeki ürünleri tedarik ederken yaşadıkları sıkıntılar olduğunu belirten Güney, bu tür ihtiyaçlarda tedarik süresi ve alış fiyatlarının çok önemli olduğu kaydederek bu anlamda profesyonel hizmet alabilecekleri bir firma bulmakta zorlandıklarını dile getiriyor. Güney "Biz Almanya'daki ofisimizde bu tür ürünlerin tedarikini online olarak büyük kurumların web sitelerinden uygun fiyatla ve adrese teslim olarak alıyorduk. Oradan almak yerine kendi sitemizi kurup buradaki alım gruplarına hitap etme yoluna gittik ve geçen bir ay içinde daha evvel çalıştığımız tüm firmalar, ofis ve kırtasiye malzemeleri alımında bizimle yıllık anlaşmalar yaptı" diyor.

4 milyar dolarlık pazar

Sektörde ciddi bir potansiyel olduğunu kaydeden ve buradan hareketle birkaç veriyi de paylaşan Kemal Güney, ofis ürünlerinin Türkiye'de online ve fiziksel pazar büyüklüğünün 4 milyar dolar olduğunu kaydediyor. Güney, "Sektörde 500 marka, 350 üretici ve toptancı, 120 yerli üretici, 10 yabancı üretici, 200 ithalatçı ve 30 bin de perakendeci bulunuyor. Yüzde 70'inin ithal edildiği ofis ürünleri alanında pazarın ulaştığı bu büyüklük de yeni girişimimizde bize yol gösterdi" diyor. Türkiye'de ofis ihtiyaçlarının genelde kırtasiyeler üzerinden tedarik edildiğini aktaran Güney, buna karşılık büyük çaplı alımlar yapacak grupların ise bu alanda online hizmet olarak hem fiyat hem de tedarikte önemli avantajlar elde ettiklerini belirtiyor. Güney, "Tam da bu noktada Beka Grup bünyesinde kurulan ofisegelsin.com, firmaların ofis ihtiyaçlarını online sipariş olarak kapılarına kadar en uygun fiyatlara hızlı bir şekilde teslim ediyor. İstanbul içinde kendi araç filosuyla, İstanbul dışında ise anlaşmalı olduğu kargo firmalarıyla çok uygun fiyatlara ürün teslimatını gerçekleştiriyor" diye konuşuyor.

Kuruluş aşamasında ürünleri tedarik edecekleri noktalarla anlaşmalar yaptıklarını ve fotokopi kağıdı, klasör gibi bazı ürünleri ithal etmeye karar verdiklerini ifade eden Güney, e-ticaret işinin sanıldığı kadar kolay olmadığını da sözlerine ekliyor. Bu nedenle sorun yaşamamak için bu konuda tecrübesi olan kişilerle çalışma yoluna gittiklerini de belirten Güney, çok iyi bir IT ekibi kurduklarını ve şu ana kadar teslimatlarda sıkıntı yaşanmadığını dile getiriyor.

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr

Aylık hedef 10 bin TL ciro

Dünyada çok yaygın olan ofis ürünlerinde online çözüm sistemlerinin Türkiye'de de şimdiden çok ilgi gördüğünü dile getiren Güney, bu konuda daha ziyade profesyonel hizmet sunan Ofisegelsin.com'un üye sayısını da hızla artırdığını belirtiyor. Henüz yeni kurulmuş olmasına rağmen Ofisegelsin.com'un günlük 5 bin kişinin üzerinde ziyaretçi aldığını kaydeden Kemal Güney, 7/24 online sipariş verebildiğini söylüyor. Kredi kartı, havale/EFT veya kapıda ödeme kolaylığının yanında sipariş hattından da müşterilere hizmet verdiklerini ifade eden Güney "2012 yılı sonu itibarıyla aylık 10 bin TL'lik bir ciro hedefi koyduk kendimize" diyor.



Sanal ödeme sistemleri hızlı büyüyecek

e-ticaretin gelişmesiyle ödeme sistemlerinde de köklü bir değişim yaşanıyor. Sanal POS, GTS, Garanti Alışveriş, Ortak Ödeme Sayfası, BonusPay gibi uygulamalar sayesinde işyerlerinin ödeme altyapısı ihtiyacını karşıladıklarını söyleyen Garanti Ödeme Sistemleri Üye İşyeri Pazarlama Direktörü Altan Taşkıran, "Kartlı ödeme sistemlerinde önümüzdeki yıllarda büyüme çok daha hızlı olacak" diyor.

Garanti Bankası tarafından 1999 yılında kurulan Garanti Ödeme Sistemleri (GÖSAŞ), çip bazlı, çok ve ortak markalı kart programları, ticari kartlar, sanal kartlar, işyeri pazarlama ve e-ticaret hizmetleri veriyor. Garanti Ödeme Sistemleri, Türkiye'nin ilk çipli ve çok markalı kredi kartı Bonus ile alışveriş alışkanlıklarını değiştirdi.

Garanti, Türkiye'nin ilk mil programlı kredi kartı Shop&Miles, ilk sanal kart, ilk çevreci kart, bozuk parayı ödeme sistemlerine dahil eden ve Avrupa'da ilk olan Bonus Trink, kişisel ihtiyaç ve beklentilere göre şekillendirilebilen Flexi Card, yatırım yapmak isteyenler için Altın Bonus, mobil Sim ile kredi kartı çipini birleştirerek, dünyada NFC uygulamasını başlatan Bonuslu Avea, kredi kartı ve banka kartının toplu taşımada bilet yerine kullanılması gibi çalışmalara imza attı, bir anlamda ödeme sistemlerinin gelişmesine katkı sağladı.

Garanti, bugün İzlanda'dan Fransa'ya, Hindistan'dan Yunanistan'a birçok bankaya danışmanlık hizmeti veriyor.

Sanal POS, GTS, Garanti Alışveriş, Ortak Ödeme Sayfası, BonusPay gibi uygulamalar sayesinde işyerlerinin ödeme altyapısı ihtiyacını karşıladıklarını söyleyen Garanti Ödeme Sistemleri Üye İşyeri Pazarlama Direktörü Altan Taşkıran, kartlı ödeme sistemlerinde önümüzdeki yıllarda büyüme çok daha hızlı olacak" diyor.

Kobi Girişim: Gelişen teknolojiyle birlikte e-ticarette ödeme sistemlerinde nasıl bir dönüşüm yaşanıyor?



Altan Taşkıran: Kartlı tahsilat sistemlerinin temel amacı ticaretin gerçekleştiği her noktada bir ödeme sistemi çözümü oluşturmaktır. Elbette internet üzerinden yapılan alışverişlerde ilk akla gelen kartlı ödeme sistemleridir. Son 10 yılda Türkiye'de e-ticaret çığ gibi büyüdü. E-ticaret sitelerinin sayıları, ciroları ve satılan ürünlerin çeşitliği arttı. Neredeyse her şeyi internette alırdık. İnternet erişimi olan kişilerin sayısındaki artış bu hızlı gelişimde etkili oldu. Artık her yerde kolay ve hızlı bir internet erişimine sahibiz. Bu durum e-ticaret hacimlerinin artmasında etkili oldu. İşlemler yüz yüze satış olmadığı için kart sahibini doğrulamak amacıyla birçok güvenlik yöntemi (3D, SMS doğrulama vb.) geliştirildi.

Başka ne gibi değişimler oldu sektörde?

Kart sahiplerinin diledikleri anda para veya limit aktarabildikleri sanal kartlar kullanılmaya başlandı. İlk zamanlarda sadece peşin satışlar gerçekleştirilirken, zamanla bankaların loyalty (sadakat) programları da kullanılmaya başlandı. Zamanla taksit yapılabilen, ödül kazanılan ve harcatılan altyapılar geliştirildi. BonusPay gibi internet alışverişlerinde kredi kartı veya hesap bilgilerinizi vermeye gerek kalmadan, sadece

Kullanıcı profili değişimi büyümeyi tetikledi

Türkiye'de e-ticaretin her geçen gün büyüdüğünü söyleyen Garanti Ödeme Sistemleri Üye İşyeri Pazarlama Direktörü Altan Taşkıran, şöyle devam ediyor: "Neredeyse her şeyi internette bulabiliyor, fiyat karşılaştırıyor ve dilediğimiz siteden alabiliyoruz. Türkiye'de e-ticaret ciroları son beş yılda çok hızlı büyüdü. Toplam kartlı alışveriş cirosunun yüzde 8-10'una ulaştı. Yeni iş modelleri oluştuğu bu ciro üzerinde etkili oluyor. Örneğin, son dönemlerde moda olan fırsat siteleri cirodaki ivmelenmede etkili oldu. Bu yıl da hızlı büyüme devam edecek. Önümüzdeki yıllarda ise büyüme çok daha hızlı olacak. Bunun sebebi teknolojiye beklenen gelişmelerden çok, kullanıcı profilindeki değişim kaynaklıdır. İnternet kullanımı en yüksek olan grup gençler, gelirleri yüksek olmadığı için aynı oranda e-ticaretin içinde yer almıyorlar. Bu gençlerin iş hayatına atılmaları ile birlikte gelirleri artacak ve e-ticaret içinde ciddi bir itici güç olacaktır."

cep telefonu numarasını girerek işlemin başlatıldığı sistemler hayata geçti.

Şu anda e-ticarette en çok hangi ödeme sistemi tercih ediliyor?

E-ticaret işlemlerinde ilk günden beri kartlı ödeme sistemlerinin üstünlüğü bulunmaktadır.

Günlük hayatta alışverişlerimizde kredi kartı veya nakit ödemeyi tercih ederiz. Sağladığı kolaylıklar nedeniyle yıllar içinde kredi kartının payı artmış, nakidin payı ise sürekli azalmıştır. Hayatımıza bu denli girmiş olan kredi kartlarını internet alışverişlerinde de en çok kullanılması şaşırtıcı değil.

Sizin bu konuda geliştirdiğiniz ne gibi paketler, çözümler var?

E-ticaretin farklı bir uzmanlık olduğuna inanıyoruz. Bu amaçla kurulmuş bir e-ticaret ekibimiz bulunuyor. Bu ekibin amacı; hem kart sahiplerinin hem de internet üzerinden satış yapmak isteyen işyerlerinin ihtiyaçlarının karşılayacak çözümler üretmek. Sanal POS, GTS, Garanti Alışveriş, Ortak Ödeme Sayfası, BonusPay gibi uygulamalarımız sayesinde işyerlerinin ödeme altyapısı ihtiyacını karşılıyoruz. Kart sahiplerimize ise mevcut kartlarımızın yanında Sanal Kart, Sanal Kredi Kartı, BonusPay gibi alternatifler sunuyoruz. İşyerlerimizin 7/24 arayabildikleri e-ticaret call center numaramız bulunuyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Ciro bazında lider

Bireysel kredi kartlarında Bonus, Shop&Miles, American Express ana markaları ile müşterilerine ulaşan Garanti Çevreci Bonus, Aynalı Bonus, Şeffaf Bonus, taraftar kartları gibi yan ürünlerin yanında Bonus Card alt yapısı ile yaratılan Money Visa, Flexi ve Altın Bonus gibi segmente edilmiş ürünleri ile ek fırsatların yanı sıra kişisel beğeni ve ihtiyaçlara da cevap veriyor. Ticari kartlar portföyünde ise dört grupta dokuz farklı ürünü bulunan Garanti bu konuda Türkiye'nin en fazla ürün çeşidine sahip olan bankası. Bu alanda yaptığı çalışmalar ile ciro bazında lider. Alışverişlerde nakit yerine kullanabilen banka kartı markası ParaCard ile de ciro bazında lider. Bonus Card markasını 2002 yılında bir ilke imza atarak diğer bankaların da kullanımına açan Garanti, oluşturduğu kart platformu ile pazara yeni bir model sunmuştu. Bugün kullanımda olan her 4 karttan 1'inin Bonus olmasını sağlayan bu çalışma sayesinde Bonus, Türkiye'nin en çok kullanılan ve en büyük kredi kartı programı konumunda bulunuyor.



Kadın Girişimci

İş kıyafetlerinin sıkıcı havasını moda uyarlayan Selda Eruzun, yarattığı 'Washa' markasıyla 2 bin firmaya kurumsal kıyafetler tasarlıyor. Türkiye'de, kurumların sıkıcı iş kıyafetlerini yenilemesi gerektiğini düşünen modacı, son olarak KOBİ'lere özel iş kıyafetleri de sundu. 'Katu Style' adını verdiği projeye 150 özel tasarım hazırlayan Eruzun, firma çalışanlarına modacı eli değmiş kıyafetler giydirecek. Eruzun ayrıca, bir atölye kurarak üniversite mezunu gençleri meslek sahibi yapmayı da planlıyor.



Washa KOBİ'leri de giydirecek



Bayramlık çikolata kutusu tasarlayarak kazandığı 100 lira ile yola çıkan iş kadını Selda Eruzun'un başarı hikâyesi, kadın girişimcilere örnek oluyor. Çalıştığı iş yerlerinde rengârenk kıyafetleri nedeniyle sürekli eleştiri alan Eruzun, kurduğu 'Washa' markasıyla kurumsal kıyafetleri baştan dizayn ediyor. Ülker, Coca Cola, Mey İçki, İnoksan gibi 2 bin firmaya kurumsal kıyafetler tasarlıyor. Türkiye'de, kurumların sıkıcı iş kıyafetlerini yenilemesi gerektiğini düşünen modacı, son olarak KOBİ'lere özel iş kıyafetleri de sunuyor. 'Katu Style' adını verdiği projeye 150 özel tasarım hazırlayan Eruzun, firma çalışanlarına modacı eli değmiş kıyafetler giydirecek.

Washa markasıyla 2 binden fazla markanın iş kıyafetlerini tasarlayan Eruzun, proje kapsamında Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya başta olmak üzere showroom'lar açacak. Eruzun, İstanbul Kasımpaşa'da kuracağı atölye ile ise üniversite mezunu 50 genç tasarımcı adayına kurumsal moda eğitimi verecek.

10 bin katalog hazırladı

İngiltere'den Almanya'ya, Filipinler'den KKTC'ye kadar çok sayıda ülkeye iş kıyafetleri tasarlayan Eruzun, 2012 yılında franchising yoluyla Türkiye genelinde 5 showroom açacak. Büyük kurumsal firmaların yanı sıra KOBİ'lerin de çalışanların kıyafetlerine önem vermeye başladığını anlatan Eruzun, şunları anlatıyor: "Anadolu Grubu, Mey İçki, Ülker, Reina, İnoksan, Kosifler Holding gibi kurumlara iş hedeflerine uygun kıyafetler tasarladık. Türkiye'de kurumsal moda kavramı yerleştikçe Anadolu'daki KOBİ'lerden de ciddi talepler almaya başladık. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak her sektöre göre özel kıyafetler tasarladık. 'Katu Style' projesiyle 10 bin katalog hazırladık. Ünlü mankenlere iş kıyafeti giydirecek defileler düzenleyeceğiz. En küçük esnafın bile kurumsal moda uygun kıyafetler kullanmasının önünü açacağız."

Gençleri eğitecek

Üniversite mezunu moda ve tasarıma gönül vermiş çok

İş kıyafetlerini renklendirdi

Washa'yı kurarken geldiği toprakları unutmamak için Lazca'da 'hareket', 'değişim' anlamına gelen bu ismi kullandığını belirten Eruzun, "Firmalar kıyafet seçerken kurum imajı, algı, renklerin anlamları gibi kriterlere yeterince önem vermiyor" diyor. Eruzun, "İlk üç saniye güven ve sevgiyi kazanmak için çok önemli. İnsanların kafasında ne algı oluşturulmak isteniyorsa biz ona göre tasarımlar yapıyoruz. Bir kuruma girdiğinizde sizi karşılayan insanların kıyafetleri algınızı etkiler. İş dünyası ile modayı sentezleyerek çalışanların iş elbisesi, işçi tulumu diye beğenmedikleri kıyafetleri rengarenk bir hale getirdik" diye anlatıyor.

sayıda eğitilmiş gencin hayalindeki mesleği yapmadığını ifade eden Eruzun, Türkiye'de tasarımcı eksikliğinden şikayet edildiğini fakat eğitilmiş gençlerin daha dikmiş dikmeden, üretim aşamasını hiç görmeden tasarım yapmaya başladığını eleştiriyor.

Washa olarak bir atölye kurarak üniversite mezunu gençleri meslek sahibi yapacaklarına da değinen Eruzun, şunları anlatıyor: "Tasarım, dikim, kalıp, satış gibi alanlarda eğitimler vermek istiyoruz. Eğitimlerini tamamlayanlara sektör içerisinde veya kendi firmamız bünyesinde istihdam edeceğiz. İlk etapta 50 genç yetenekle eğitimlere başlamayı hedefliyoruz. Daha sonra İŞKUR ve Milli Eğitim Bakanlığı destek olursa kurumsal moda alanında daha fazla gencin katılacağı programlar düzenleyeceğiz. Bu gençlerin hazırladığı tasarımları ve kıyafetleri sergileyerek elde edilen geliri gene gençlerin eğitimine harcayacağız. Kurumsal moda çok bakir bir pazar, taleplere yetişemiyoruz fakat bir taraftan da çalıştıracak eleman bulamıyoruz. Şu anda 60 kişiye iş imkanı sağlıyoruz. Yıl sonuna kadar 120 çalışana ulaşmak istiyoruz."

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

Girişim

Stressiz yumurta stressiz büyüyor

Flotty markasıyla Türkiye'nin en büyük yumurta üreticisi olan Umut Tavukçuluk, yeni bir yatırıma soyundu. Cage free sistemini yani serbest dolaşimli kümesleri Türkiye'ye getiren Umut Tavukçuluk, tavukların strese girmeden yumurtladıkları yumurtaları Green Ranch markasıyla sunacak. Şirket ayrıca organik tavuk üretimi de planlıyor.

Umut Tavukçuluk, 32 yıllık Elazığlı bir aile şirketi. İlk etapta bin 200 tavukla başlayan şirket, bugün 350 bin tavuk ve 300 bin konvansiyonel yumurta üretimine ulaştı. Umut Tavukçuluk, aynı zamanda Flotty markasıyla Türkiye'nin en büyük organik yumurta üreticisi. Günlük 30 bin adet yumurta üretimi kapasitesine sahip.

Şirket, yaptığı yeni yatırımla yumurta sektöründe öncü bir akım başlattı. 'Cage free' yani serbest dolaşım sistemini Türkiye'ye ilk getiren ve yatırımını ilk tamamlayan şirket olan Umut Tavukçuluk, bu yatırımla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 'İyi Tarım' sertifikası da almış. Tamamlandığında toplam 10 milyon dolarlık yatırım yapılmış olacak.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın 2012 yılının Ocak ayında hazırladığı 'Çiftlik Hayvanlarının Refahına İlişkin Yönetmelik'e göre 2015 yılına kadar artık tüm yumurta üreticilerinin mevcut kafeslerini değiştirerek, zenginleştirilmiş kafes sistemine geçmeleri gerekiyor.

Özgür tavuklar

10 yıldır Avrupa'da hayvan refahı ile ilgili çalışmalar Avrupa'da devam ettiğini, 2012 Ocak'tan itibaren başta Almanya olmak üzere eski tip üretim şekli yasaklandığını söyleyen Umut Tavukçuluk Genel Müdürü Cengiz Gülmez, "Bütün ekipmanları ve kümes malzemelerini getirdik. Bu yılın başında da üretime başladık" diyor.

Türkiye'de bir tavuğa bir A 4 kağıdı boyutlarında yer kaldığını söyleyen Cengiz Gülmez, tavuğun bu alanda hareket edemediğini ve bunun fabrikasyon mantalitesi taşıdığını belirtiyor. Gülmez, Avrupa'da şimdiki sistemin, kafeslerin kapakları olmadığını, kafeslerden rahatlıkla çıkarak talaşlı ortamda özgürce gezebildiklerini ifade ediyor. Toz banyosu, folluk, tünek gibi doğal ekipmanlarla tavukların adeta köy hayatında gibi yaşadığını belirten Gülmez, şunları söylüyor:

"2012 Ocak ayından itibaren biz bu cage free sistemini



uygulamaya aldık. Bu sistemle üretilen yumurtaları 'Green Ranch' markasıyla sunacağız. Eski tip sistemde tavuklar hiç enerji sarf etmedikleri için daha fazla yumurta elde edilebiliyor. Ancak bizim şöyle bir avantajımız var: Hayvan refahı kapsamında bu sistemde hayvanlar çok daha sağlıklı, lezzetli ve kali-

Organik yumurta pazarı büyüyor

Ortadoğu'ya ihracat görüşmelerinin sürdüğünü, özellikle Birleşik Arap Emirlikleri ile görüştiklerini ifade eden Cengiz Gülmez, yakın zamanda ihracata başlayabileceklerini söylüyor. Türkiye'de organik yumurta pazarının her geçen gün büyüdüğünü vurgulayan Gülmez, şunları söylüyor:

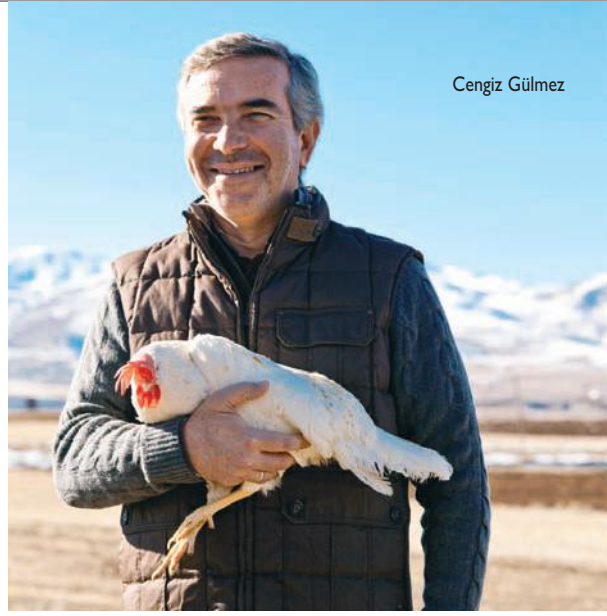
“Türkiye genelinde organik yumurtaya yönelik 20 bin müşterimiz var. Türkiye'de organik yumurta pazarı her geçen gün geliyor. Ancak üretimin yüzde 1'i organik. Günlük 50 milyon adet yumurta üretimi var. Bunun yüzde 25'i iç pazarda tüketiliyor. Geri kalanı Ortadoğu ülkelerine ihraç ediliyor.”



“Stres hayvandan insana geçebiliyor.”

Sektör hızla dönüşecek

Tamamlandığında toplam 10 milyon dolarlık yatırım yapılmış olacak. Bina inşasının ardından Almanya'dan bu özel kafesleri getirttiklerini belirten Gülmez, bu sistemin Almanya'da başladığını ve şu an tüm Avrupa genelinde kullanılmaya başlandığını ifade ediyor. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan İyi Tarım Sertifikası almaya hak kazandıklarını ve bunun Türkiye'de bir ilk olduğunu kaydeden Gülmez, şöyle devam ediyor: “2012 yılının başında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bir kararname çıkardı. Artık yeni yapılacak kümeslerde, hayvan reformu yapılacak. 2015 yılından itibaren ise eski kümesler tamamen dönüştürülecek. Bu yeni kanunla birlikte sektör çok hızlı dönüşecek. Hatta geçen gün Diyarbakır'dan bir üretici bizim tesisleri ziyaret etti. Çok etkilendi ve kendisi de bunu yapmaya karar verdi. Bunun ilk öncüsü biz olduk ve bundan dolayı çok mutluyuz.”



Cengiz Gülmez

En büyük organik üretici

Eski kümesleri de en yakın zamanda yeni sisteme dönüştüreceklerini belirten Gülmez, “Kapasitemizin yüzde 25'i bu sistemden yararlanıyor. Üretimimizi 200 dönümlük bir alanda yapıyoruz” diyor.

Green Ranch Türkiye'deki tüm Migros'lara dağıtılıyor. Günlük 300 bin adet üretim kapasitesine sahip olduklarını ve bunun yüzde 25'ninin cage free sistemiyle yapıldığını ifade eden Gülmez, organik yumurta üretimini de Flotty markasıyla gerçekleştirdiklerini sözlerine ekliyor. Türkiye'nin en büyük organik yumurta üreticisi olduklarını kaydeden Gülmez, Türkiye'deki tüm büyük marketlerde yer aldıklarını ve üretiminin yüzde 30'unu organik yumurtanın kapsadığını söylüyor. ABD ve Avrupa'da yumurta paketlerinin üzerinde “Bu yumurta cage free sistemiyle üretilmiştir” ibaresinin yazdığını kendilerinin bu ibareyi paketlerin üzerine koyduğunu ifade eden Gülmez, “ABD ve Avrupa genelinde bu sistem çok önemseniyor” diyor.

Organik tavuk da üretecek

Green Ranch'in kapasitesinin her yıl yüzde 25 büyütüleceğini ve bu projenin beş yılda tamamlanacağını belirten Gülmez, şunları söylüyor:

“Elazığ'da sözleşmeli olarak kümeslerde organik yumurta üretiyoruz. Kümes, yem gibi her türlü desteği üreticiye biz veriyoruz. Onlar da bizim adımıza üretim yapıyor. 10 tane üreticimiz var. Organik tavuk üretimi planlıyoruz. Bunu öncelikle tüm gurmelerle tattıracağız, diyetisyenlere göstereceğiz. Eğer başarılı olduğumuza inanırsak buna da başlayacağız. Tavukları kümese koyduk. 80 gün sonra ilk sonuçları alacağız.”

Bu yıl Green Ranch ve organik tavuk ile birlikte yüzde 100 büyümeyi hedeflediklerini kaydeden Gülmez, “Geçtiğimiz yıl 10 milyon TL ciro yaptık. Bu yıl 25 milyon TL ciro hedefliyoruz” diyor.

Bugün 67 çalışanı olan Umut Tavukçuluk, Ankara, İzmir, Antalya, Adana, Bursa gibi şehirlerde de üreticilerle çalıştıklarını ve dolaylı istihdamın 150 kişiye ulaştığını kaydediyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Refah arttıkça kadın girişimci de artacak

Yalnızca 80 bin kadın girişimciye sahip Türkiye’de, kadın girişimcilerin önünde hala büyük engeller ve engellemeler var. Ancak kanaat önderleri, refah seviyesi arttıkça ve başarı örnekleri çoğaldıkça, kadın girişimciliğin önümüzdeki yıllarda iyi noktaya geleceği konusunda hem fikirler.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü yaklaşıyor. Ancak Türkiye’de kadın olmak ve bunun üzerine bir de kadın girişimci olmaya çalışmak hala oldukça güç. Zira rakamlar da bunları doğrular nitelikte...

Global Entrepreneurship Monitor’un (Küresel Girişimcilik Raporu) son raporuna göre, Türkiye’de olgunlaşmış girişimci oranı çalışan nüfusun yüzde 3,7’si. Türkiye ile aynı ekonomik gelişim ve zenginlik seviyesindeki ülkelerde bu oran yüzde 6,7. TOBB rakamlarına göre Türkiye’de her 16 girişimciden sadece 1’i kadın girişimci.

Örneğin, girişimcilik konusunda en ilerideki ülkelerden birisi olan ABD’de son 30 yılda kadınların başlattığı iş sayısı erkeklerin başlattığı iş sayısının iki misli civarında seyrediyor. ABD’de kadınların sahibi olduğu işletmeler arasında yıllık geliri 1 milyon doların üzerinde olanların sayısı 250 bin.

Raporda ülkeler üç temel grupta analiz ediliyor. Türkiye birçok Latin Amerika ve Balkan ülkesi ile birlikte Etkinlik Güdümlü Ekonomiler arasında yer alıyor. Bu grupta erken dönem kadın girişimciliği oranlarına bakıldığı zaman Türkiye Romanya ve Rusya’dan bir adım önde ve diğer ülkelerin gerisinde yer alıyor. Grubun lideri yüzde 27 civarındaki erken dönem kadın girişimci oranı ile Peru, Türkiye ise yüzde 6 civarında bir orana sahip. Arjantin, Meksika gibi ülkelerin de oranı bizlerden yüksek. İnovasyon güdümlü ekonomilere baktığımızda ise dünya liderlerinin ABD, İngiltere, Avustralya olduğunu görüyoruz. Aynı çalışmaya göre erken dönem girişimcilikte Türkiye en büyük kadın-erkek farkının yaşandığı ülke... Beş erkek girişimciye sadece bir kadın girişimimiz var.

80 bin kadın girişimci

Türkiye’de kadın girişimciliği konusunda farkındalık ve toplumsal destek artıyor. 2002 yılında KAGİDER kurulduğu zaman iş dünyasının ve girişimcilik alanının erkek egemen yapısına bir alternatif olarak kuruldu. Kurulda 37 olan üye sayısı bugün 245 ve bu sayı gittikçe artıyor. Olumlu bir gelişmelerin olduğunu söyleyen KAGİDER Başkanı Gülden

Türkkan, 2000’lerden bu yana Türkiye’de artan kadın girişimciliğinin artık örgütlü bir hal almaya başladığını ifade ediyor. Türkkan, şöyle devam ediyor:

“Birçok ilde kadın girişimci dernekleri kuruldu. Kurumsal yapılar oluşturuldu. Ayrıca, KOSGEB gibi yapıların fon, destek çalışmaları arttı. Kadın girişimcilere özel krediler, avantajlar arttı. Dolayısı ile geldiğimiz noktayı büyük bir kazanım olarak görüyorum. Ancak tabii ki yeterli değil. TOBB verilerine göre 80 bin kadın girişimci var ülkemizde. Bu sayının daha da artması gerekiyor. Bizler de bunun için çalışmalarımıza devam ediyoruz ve edeceğiz.

ABD’li kadınlar iş kurmada hızlı

Ülkelerin büyük çoğunluğunda kadın girişimciliğinin erkek



Gülden Türkkan

girişimciliğinin gerisinde olduğunu söyleyen Özyeğin Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Erkut, durumun Türkiye kadar dengesiz olduğu ülkelerin genellikle Türkiye'den daha az gelişmiş olan ülkeler olduğunu belirtiyor. Ekonomik gelişimini tamamlamış ülkelerde diğer alanlarda olduğu gibi girişimcilikte de kadın-erkek arasındaki farkların hızla ortadan kalktığını belirten Erkut, "Örneğin girişimcilik konusunda en ilerideki ülkelerden birisi olan ABD'de son 30 yılda kadınların başlattığı iş sayısı erkeklerin başlattığı iş sayısının iki misli civarında seyrediyor. ABD'de kadınların sahibi olduğu işletmeler arasında yıllık geliri 1 milyon doların üzerinde olanların sayısı 250 bin" diyor.

Hükümet ve AB destekliyor

Türktan'a göre kadın girişimciliğinin önündeki en büyük sorunlar, krediye erişim, network, kültürel faktörler- ataerkil yapı nedeni ile güvensizlik ve baskı, kariyer destek mekanizmalarının olmaması, çocuk bakımı gibi devlet destek mekanizmalarının yokluğu, eğitimsizlik ve yüksek vergiler.

"Hepimizin çabası ve kadın girişimciliğine verilen önem nedeni ile daha iyi noktalara gelecektir" diyen Türktan, AB fonlarının ve hükümetin de kadın girişimciliğine olumlu destek verdiğini sözlerine ekliyor.



Erhan Erkut

Kadın girişimcinin engeli çok

Araştırmacılara göre kadın girişimciliğin önünde şu engeller var:

- Genellikle erkeklerin iş kurma sebebi patron olmak ve amaçları da işi büyütebildikleri kadar büyütmek. Buna karşılık kadınların büyük çoğunluğu kendilerini denemek ve sınamak için iş kuruyorlar ve işlerinde iş-aile dengesini erkeklerden daha fazla gözetiyorlar. Bu da işin çok fazla büyümesine engel olabiliyor.
- Kadınların sermayeye ulaşımı erkeklere göre daha kısıtlı. Hem zenginliğin büyük çoğunluğu erkeklerin elinde, hem kadınlar borç almaktan hoşlanmıyorlar, hem de bankalar erkeklere borç vermeye daha yatkınlar. Bu faktörler kadınları daha az sermaye gerektiren ve daha az büyüme şansı olan girişimlere (perakendecilik veya hizmetler gibi) yönlendiriyor.
- Kadınlar iş ağılarına yeteri kadar dâhil değiller. Özellikle büyük ihalelerin yapıldığı B-to-B sektörü hemen tümüyle erkeklerin kontrolünde ve kadınların bu sektörde ihale kazanma şansı düşük.
- Kadınların okuma-yazma oranı erkeklere göre daha düşük (Yüzde 95 ve yüzde 80). 15 yaşın üzerinde olup okuma yazma bilmeyen nüfusun yüzde 84'ü kadın.
- Kadınları iş gücüne dâhil olma oranı (Yüzde 23) dünyanın en düşük ülkelerinden birisinde yaşıyoruz. Müslüman ülkeler arasında kadınların iş gücüne dâhil olma oranı azalan tek ülke Türkiye.
- Türkiye'de kadınların siyasi gücü zayıf. Son seçimlerde parlamentodaki kadın oranı yüzde 14'e yükselmiş olsa da gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında bu oran çok düşük. Siyasi gücü olmayan gurupların kendi ekonomik ve sosyal statülerini olumlu yönde etkileyecek kanunların çıkmasına katkıda bulunamayacakları ifade ediliyor.

Zenginleştikçe engeller kalkacak

Ülkede girişimciliğin öneminin tüm ekonomik aktörlerin iyice kavradığını söyleyen Erkut, şunları söylüyor:

"Hükümet, Türkiye'nin sürdürülebilir büyümesinin sadece girişimcilik ile mümkün olabileceğinin farkında ve önemli adımlar atmaya başladı.

Nüfusun yarısını dışarıda bırakan hiçbir ekonomik planın başarıya ulaşması mümkün değil ve Türkiye kadın girişimciliğinin önemini de kavramış durumda. Özellikle TOBB Kadın Girişimciler Kurulu ve KAGİDER gibi kurumlar bu konuda çok aktifler. Türkiye'deki bankalar da kadın girişimciler için özel krediler ve faiz oranları uygulamaya başladı. Ülke zenginleştikçe ve eğitim seviyesi yükseldikçe engeller yavaş yavaş ortadan kalkacak. Bunun yanında daha hızlı sonuçlar için kadınlara yönelik girişimcilik eğitimleri ve programları da sıkça görülmeye başlandı."

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr

120 kadın girişimci aranıyor

Kendi işini kurmuş, fakat işini büyütmek için yeterli imkânlardan yoksun kadınlara ücretsiz girişimcilik ve işletme eğitimlerinin verildiği '10.000 Kadın Girişimci Sertifika Programı'nın 3'üncü yıl başvuruları başladı. Küresel finansal hizmetler firması Goldman Sachs tarafından 2008 yılında başlatılan ve şu anda 22 ülkede yürütülen bir sosyal sorumluluk projesi olan 10.000 Kadın Girişimci Sertifika Programı, Türkiye'de Özyeğin Üniversitesi tarafından yürütülüyor. Bu yıl Türkiye'de toplam 120 kadın girişimcinin yararlanma imkanı bulacağı ücretsiz programa, işini büyütmek isteyen tüm kadınlar başvurabilecek.

Program, dünya çapında 10 bin kadına girişimcilik ve işletme eğitimleri vererek kadınların işlerini büyütmelerini, dolayısıyla kadın erkek eşitsizliğinin azaltılmasını ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmayı hedefleyen bir sosyal sorumluluk projesi. 10.000 Kadın projesinin Türkiye programı, Özyeğin Üniversitesi ve Goldman Sachs Vakfı işbirliği ile 2009 yılında hayata geçti. Dört yıl sürecek projenin temel hedefi, işlerinde büyüme ve istihdam yaratma potansiyeline sahip ancak yeterli imkânlardan yoksun 400 kadına ücretsiz olarak girişimcilik ve işletme eğitimleri vermek.

İşlerini büyütüyor, istihdamı artırıyor

Bugüne dek 155 kadın girişimcinin mezun olduğu program, mezunlarının iş dünyasında hızla önemli başarılar kaydetmesiyle dikkat çekiyor. Bugüne dek alüminyum dökümden sağlığa, gıdadan eğitime, halkla ilişkilerden sosyal medyaya kadar geniş bir

Dünya çapında 10 bin kadına girişimcilik ve işletme eğitimleri vererek kadınların işlerini büyütmelerini, dolayısıyla kadın erkek eşitsizliğinin azaltılmasını ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmayı hedefleyen '10.000 Kadın Girişimci Sertifika Programı'nın 3'üncü yıl başvuruları başladı. Bu yıl Türkiye'de toplam 120 kadın girişimcinin yararlanma imkânı bulacağı bu ücretsiz programa, işini büyütmek isteyen tüm kadınlar başvurabilecek.



alanda kendi işinin patronu olan 10.000 Kadın Programı mezunları programın yararını görmeye başladılar bile.

Örneğin ilk yıl mezunlarının yüzde 63'ünün hem ciro, hem de istihdam sayıları artmış durumda. İlk yıl mezun olan kendi işini kurmuş 51 kadın girişimci, mezuniyetleri sonrasında 131 kişilik yeni istihdam yaratmış bulunuyor. Bu nedenle 16 Nisan'da sona erecek üçüncü dönem başvurularında şimdiden önceki dönemlere göre önemli bir artış olduğu gözlemleniyor.

Dersler üniversite kampüsünde

Eğitim programı, işini yönetebilmesi için gerekli olan düzgün bir işletme eğitimini alamamış kadınların konu ile ilgili tüm eksiklerini kapatmayı hedefleyecek şekilde düzenlenmiş altı modülden oluşuyor. Üç dönem halinde yıl içine yayılan tüm eğitimler burslu olarak veriliyor ve katılımcılardan ücret talep edilmiyor.

10.000 Kadın Girişimci Sertifika Programı kapsamında seçilen kadın girişimcilere üç aya yayılmış bir süre içerisinde toplam altı haftada 173 saat eğitim veriliyor. Özyeğin Üniversitesi Altunizade Kampüsü'nde yürütülecek program süresince katılımcılar, Girişimciliğin Temel İlkeleri, Pazarlama ve Satış, Organizasyonel Planlama ve Süreç Yönetimi, Muhasebe ve Finans, Sermayeye Erişim, İş Planı Geliştirme ve Değerlendirme gibi dersleri alacaklar.

Eğitimler her katılımcıya program süresince sağlanacak düzeyde bilgisayarlar desteğinde gerçekleştiriliyor. Eğitim dili Türkçe olan dersler, Özyeğin Üniversitesi akademisyenlerinin yanı sıra kendi alanında uzman profesyonel danışman/egitmen ve konuk konuşmacılar tarafından veriliyor.

Başvurular www.10000kadin.org sitesi üzerinden yapılıyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Kimler başvurabilir?

- En az lise mezunu,
- İşletme lisans veya yüksek lisans eğitimi almamış,
- İşini büyütmeyi kendine hedef koyan,
- Daha önce bu tür eğitimlerden maddi koşulları nedeniyle yararlanamamış,
- En az iki yıllık iş tecrübesine sahip,
- İstanbul'da düzenlenecek, 3 aya yayılmış 6 haftalık programa katılabilecek durumda olan bütün girişimci kadınlar başvurabiliyor.

Mezunların başarı hikayeleri

REFİKA ÖZOĞLU
Osiana Deri



Kız Meslek Lisesi'ne devam ederken bir yanda da giysi tasarımı ve ilgili diğer sanat dallarına ilgisi gelişerek devam etti. Halk Eğitim Merkezi'nin ne kadar sertifika programı varsa hepsine katılarak kendini geliştirmek için çalıştı. Sırasıyla modelistik, giysi tasarımcılığı ve stilistik sertifikalarını aldı. 1995 yılında deri giysi konfeksiyon firmasında çalışmaya başladı. 12 yıl boyunca çalıştığı işyerinde en alt basamaktan başlayarak tasarım ve üretim müdürlüğüne kadar yükseldi. Patronunu kaybettikten sonra erkek egemen deri sektöründe bir kadın olarak küçük bir atölyede Osiana ismiyle işlerini yürütmeye başladı. Firması her türlü deri ürünleri kullanarak deri giyim ürünleri üretiyor. Firmasının kurulduğu 2007 yılından bu yana üretim anlayışı olarak yüksek satış adetleri yakalamak yerine kaliteli ürünler için üretim kabiliyetini geliştirmek ve bunu sürdürebilmenin yöntemlerini geliştirmek üzerine yoğunlaştı. Üç yıllık süre zarfında hammaddenin üreticileri ve diğer paydaşlar ile uyumun geliştirilmesini sağlayarak üretim süreçlerinin iyileştirilmesini sağladı.

OYA GÜRPINAR
Balpasta



Ankara Üniversitesi'nde kimya mühendisliği okudu. Ardından, Gazi Üniversitesi'nden de Pedagojik Formasyon Eğitimi aldı. Hobi olarak yaptığı tezhip çalışmalarının devamında, pastacılık hikayesine sosyal bir projede, SHÇEK çocukları için yaptığı ve kendisinin isimlendirdiği, Pamuk Prenses Tatlısı ile başladı. Bu

sosyal projede çalışarak aldığı hazzın devamında, bir dönem sürekli yaptığı Pamuk Prenses Tatlısı ile de aile bütçesine destek olmayı planladı. Pamuk Prenses Tatlısı satışı ile ev ortamında kayda değer kâr elde etti. Böylece, 2005 yılından beri ülkemizde tanınmaya başlayan, her geçen günde sosyal hayatta popülerleşen şeker hamuru ile şekerden oyuncaklar yaparak pasta süsleme tekniğini fark ederek bu iş koluna yöneldi. Kısa dönem eğitimler aldı.

EMEL AYABAKAN
Amerikan Klt. Drn. Dil Okulları Aydın Şb.



2006 yılında Balpasta'nın kuruluşu ile birlikte Balpasta Butik Pasta Tasarım Atölyesi'nin marka tescilini de alarak hobisini mesleğe dönüştürmeye kesin karar verdi. Böylece 2007 yılında da pastacılık ve ekmekçilik okudu, stajda üretim için cesaret ve tecrübe kazandı. 1980, İzmir doğumlu. Lise eğitimi İzmir'de tamamladı. Hemen sonrasında çalışmaya başladı. Bir yıl çalıştıktan sonra üniversiteyi kazandı ve 2002'de Celal Bayar Üniversitesi Biyoloji Bölümü'nden mezun oldu. Eczacıbaşı İlaç Pazarlama'da işe başladı. 2005 yılında Sanovel İlaç Firması'na transfer oldu. Esnaf bir babanın kızı olduğu için her zaman kendi işinin sahibi olmayı hedefledi. Hayalinde her zaman, insanlarla yüz yüze iletişimin yoğun olduğu satış sektöründe olmak vardı. Amerikan Kültür Derneği Dil Okulları bünyesinde bu işi yapmaya karar verdi. 2007 Şubat ayında Aydın'da şubeyi açtı. Çok zorlu yıllar geçirdi. Önce, daha firma kendini yeni ispatlayacağı sırada ekonomik kriz çaldı kapılarını. Ardından 10.000 Kadın Programı'nı gördü internette. 3,5 ay süren eğitimini tamamladı. O günden beri de her ay düzenli koçluk ve danışmanlık çalışmalarına katılıyor. Kendisi bu eğitimleri bir terapi gibi görüyor ve eğitimle ilgili şunları söylüyor:

"Eğitimi aldıktan beri işlerim yüzde 100 büyüme gösterdi. Firma olarak kurumsallaşmamızı tamamlamak adına eğitimde öğrendiğim bütün bilgileri kullanıyorum. İşimle ilgili her kararı daha bilinçli alıyorum. İş planımı takip ediyorum."

Söyleşi

İnovasyon gurusu eğitim için geliyor

Dünyadaki birçok şirketin sürdürülebilir, başarılı ve verimli bir inovasyon sürecine sahip olmak için aldığı Innovation Master Workshop, 29-30 Mart tarihlerinde Türkiye’de gerçekleştiriliyor. Idevo’nun ev sahipliğinde yapılacak bu eğitimlere katılanlar Jeffrey Phillips’ten eğitim alacak.

Idevo
Sustainable Rapid Innovation

Idevo, inovasyon ve inovasyon süreçleri konusunda uzmanlaşmış bir şirket. Profesyonel ekibiyle müşterilerine inovasyon hakkında uçtan uca danışmanlık ve eğitim hizmetleri sunan şirket müşterilerinin kendi pazarlarında fark yaratabilecekleri inovasyonları verimli ve sürekli bir şekilde üretebilmelerini sağlamak için çalışıyor.

Başarıyı hızlandırmak, maliyetleri azaltmak, en uygun fikri belirlemek ve başarıyla geliştirmek için inovasyon metodolojisinin baştan sona her adımında müşterisiyle birlikte çalışan Idevo’nun kurucu ortağı Mehmet Yitmen bugünlerde 29 – 30 Mart tarihleri arasında yapılacak Innovation Master Workshop’u üzerine odaklanmış durumda. Eğitimi Kuzey Amerika, İngiltere başta olmak üzere dünyanın pek çok bölgesinde eğitim programlarına katılacak Jeffrey Phillips verecek.

Phillips, Fortune 500 şirketleri, akademik enstitüler ve kar amacı gütmeyen organizasyonlar için inovasyon süreçleri tasarlayan, kurumların inovasyon süreçlerini tanımlayan ve bunları kurumsal stratejik hedefleri ile uyumlu hale getirmeye yardımcı oluyor. Phillips’in bu eğitimine çoğunlukla üst düzey yöneticiler, şirket bünyesinde bulunan inovasyon ekibi çalışanları, pazarlama uzmanları ve Ar-Ge personellerinin ilgi göstermiş. Yitmen’le Innovation Master Workshop eğitimi üzerine konuştuk.



KOBİ Girişim: Böyle bir etkinliği daha önce yapmış mıydınız?

Mehmet Yitmen: Innovation Master Workshop eğitimi bugüne kadar dünyanın birçok ülkesinde binlerce katılımcıya verilmiş olan bir eğitimidir. İnovasyonun önemini bilen ve bu doğrultuda sürdürülebilir, başarılı ve verimli bir inovasyon sürecine sahip olmak isteyen dünyadaki birçok şirket bu eğitimi alarak kendi inovasyon süreçlerini şekillendirmiş. Türkiye’de bu yıl ilkinin yapıyoruz.

Bu etkinlik fikri nereden çıktı?

Apple’ın cirosunun yüzde 72’sini iPhone ve iPad’e borçlu olduğunu biliyoruz. Oysa bundan 5 yıl öncesine kadar bu ürünlerin adı bile yoktu. Ya da bir diğer önemli örnek IBM. Dünya teknoloji devinin yaklaşık 50 bin civarında patente sahip olduğunu biliyoruz. Bu şirketler geliştirdikleri inovasyonlarla fark yaratmış dünya liderleri. Bu örneklerde olduğu gibi, başarı için Türkiye’de de şirketlerin günü kurtarmak yerine orta ve uzun vadeli stratejiler oluşturmaları, bu stratejilerini de mutlaka inovasyonla desteklemeleri gerekmektedir. Idevo olarak biz de sunmakta olduğumuz eğitim ve danışmanlık hizmetlerimizle birlikte şirketlere sürdürülebilir, başarılı ve verimli inovasyon süreçleri oluşturmaları için yardım ediyoruz.

Belki her şirket bir Apple ya da IBM olmayacak, olamayacaktır. Ancak, inovasyonla birlikte her şirketin kendi alanında ve pazarında avantaj yaratacağı kesin. İşte biz de bu avantajın yaratılması için hizmet üretiyoruz.

Neden Jeffrey Phillips?

Jeffrey Phillips, Fortune 500 şirketleri, akademik enstitüler ve kar amacı gütmeyen organizasyonlar için inovasyon süreçleri tasarlamakta, kurumların inovasyon süreçlerini tanımlamakta ve bunları kurumsal stratejik hedefleri ile uyumlu hale getirmeye yardımcı olmaktadır.

Bu doğrultuda Jeffrey, T. Rowe Price, Hewlett-Packard, Raytheon, AIG, Wellpoint ve US Bank gibi dünyanın birçok önemli firmaları için inovasyon programları tasarlamış bir kişi. Yeni trendleri yakalamak ve senaryo planlamadan fikir üretimine, inovasyon süreçleri ve inovasyon kültürünü geliştirmeye kadar inovasyonun bütün aşamalarında deneyimli olmasının yanında Kuzey Amerika, İngiltere, Batı Avrupa, Ortadoğu, Güneydoğu Asya ve Latin Amerika’da ve 29 – 30 Mart 2012 tarihlerinde ise de İstanbul’da inovasyon eğitimi verecek.

Katılımcılara neler anlatacak?

İki günlük eğitim süresince; inovasyon süreçlerine genel bir bakış kazanmakla beraber etkin fikir geliştirme ve yönetimi, yeni ürün ve hizmetlerin başarı oranlarının artırılması ve kurum içerisinde inovasyon kültürü yaratma gibi konular katılımcılarla paylaşılacak.

Bu eğitimin amacı katılımcılara temel inovasyon modellerini aktarmak, katılımcıların kendi şirketlerinde verimli inovasyonlar üretebilmeleri için oluşturmaları

Yeni etkinlikler yolda

Bu etkinliğin katılımcılara sağlayacağı en temel faydanın kurum içerisinde tekrarlanabilen ve ölçeklendirilebilen tutarlı bir inovasyon sürecinin tanımlanması olacağını söyleyen Mehmet Yitmen, “Bununla birlikte inovasyon araçlarının ne zaman ve nerede kullanılacağını belirlenmesi, fikrin ürün veya hizmete dönüştürülme süresinin kısaltılabilmesi, en iyi fikirleri üretebilmek için kurum yeteneklerinin geliştirilmesi gibi konularda katılımcılar bilgi sahibi olabilecekler” diyor.

Idevo inovasyon konusundaki eğitimlere önümüzdeki dönemde de devam ediyor olacak. Temel anlamda inovasyon modellerini ve inovasyon sürecini tanıtan Innovation Master Workshop eğitimi dışında önümüzdeki dönemde ‘Rapid, Disruptive Innovation Workshop’ ve ‘Open Innovation Workshop’ gibi daha spesifik konulara yönelik detaylı eğitimleriyle de şirket gündeme geliyor olacak.

gereken inovasyon kültürü ve süreci hakkında yön göstermek.

Bugüne kadar yapılan inovasyon etkinliklerinden farkı ne olacak?

Sürekli olarak inovasyonun öneminden, inovasyonlarıyla öne çıkmış şirketler ve onların başarı hikâyelerinden bahsediyoruz. Ancak, nasıl inovasyon üretir bir hale gelebiliriz, bunun için şirket stratejimiz, kültür ve sürecimiz içerisinde neler yapmamız gerekir çok fazla bilmiyoruz. İnovasyon üretebilmek için sadece buna istekli olmak ve iyi fikirlerin bizleri bulmasını beklemek maalesef yetmiyor. İnovasyon ciddiyle, disiplinle ele alınması gereken bir süreçtir. İşte bu doğrultuda Idevo olarak biz, kendi stratejileri doğrultusunda inovasyondan fayda elde etmek isteyen şirketlere kendi bünyelerinde nasıl bir inovasyon kültürü ve süreci yaratabileceklerini, ne gibi modellerle başarılı ve verimli inovasyonlar üretebileceklerini anlatıyoruz.

Doğru bir inovasyon süreci ve bunu destekleyen bir şirket kültürü ile birlikte tüm şirketler çeşitli alanlarda ve büyüklüklerde inovasyon üretebilir hale gelebilmektedir. Idevo olarak bizim amacımız da daha çok şirketin inovasyonla fark yaratmasını sağlamak.

Kaç kişinin katılımı bekleniyor? Şirketlerde hangi düzeyde katılım olacak?

Eğitimlerimiz 25 kişilik sınıflarda gerçekleştirilmekte. Mart ayındaki Innovation Master Workshop eğitimimiz için kapasitemizin hemen hemen dolduğunu söyleyebilirim.

Eğitimlerimize çoğunlukla üst düzey yöneticiler, şirket bünyesinde bulunan inovasyon ekibi çalışanları, pazarlama uzmanları ve ARGE personellerinin ilgi gösterdiğini söyleyebiliriz.

Fatoş Bozkuş fbozkus@ekonomist.com.tr

T u r i z m

Kartepe turizm yatırımcısı bekliyor

Yılda 400 bine yakın turist çeken Kartepe, yatırımcı bekliyor. Şu anda 250'si butik olmak üzere bin 50 yatak kapasitesine sahip olan ilçe, imara açılan alanlarla birlikte bu yatak kapasitesini kısa zamanda 4 bine çıkarmayı hedefliyor.



İstanbul'un hemen dibinde yer alan ve şehrin kaosundan kurtulmak isteyenlerin adresi olan Kartepe, hafta sonu tatilcilerinin en uğrak yerlerinden biri. Kocaeli'nin en büyük ilçesi konumunda olan Kartepe, yeni dönemde turizm alanında atağa geçmeyi hedefliyor. İstanbul, Ankara, Kocaeli ve Adapazarı'ndan yaklaşık 20 milyon kişinin ilgi gösterdiği Kartepe için, özellikle yeni otel yatırımcısını çekmeyi amaçlayan belediye yönetimi, imarlı arazi sayısını 13 bin 500 çıkarıyor. Geçtiğimiz hafta sonu Kartepe'de gerçekleştirilen "Kartepe Turizm Pastası'ndan payını nasıl artırabilir" konulu toplantıyla ilçenin sorunları, turizmi dört mevsime nasıl yayabileceği tartışıldı.

Yeni girişimleri bölgeye çekmek ve Kartepe'de dört mevsim turizm imkânlarını değerlendirmek üzere yapılan panele, Turizm Yazarları Derneği (TUYED) Başkanı Kerem Köfteoğlu moderatörlük yaptı. Panele konuşmacı olarak TUYED Genel Sekreteri Osman Nihat Aydoğan, Kırsal Turizm Derneği Başkanı Nedim Zurnacı, TÜROFED Mali Danışmanı Cüneyt Ertürk, GeziciYak Seyahat Acentası Genel Müdürü Sevinç Akdoğan ve Marka Uzmanı Yrd. Doç. Dr. Metin Çelik konuşmacı olarak katıldı.

Toplantının açılış konuşmasını yapan Kartepe Belediye Başkanı Şükrü Karabalık, kayak turizmi, Sapanca Gölü ve ses-

siz tepeleri ile ünlü ilçelerinin doğal güzelliklerini koruyarak dış turizme açmayı hedeflediklerini aktardı. Şu anda ilçeye gelenlerin büyük bölümünün daha çok kayak turizmine geldiğini aktaran Karabalık, "Sapanca Gölü'nde su kayağı yapılması yönünde tesis yapımı yönünde çalışmalar yapılıyor. Haziran ayından itibaren su kayağı yapılmaya başlanacak. Ayrıca bölgede 489 at ahırının hipodroma dönüştürülmesi yönünde çalışmalar yapılıyor. Amacımız burada yapılacak yatırımlarla turizmi 4 mevsime çıkarmak" diye konuştu.



Yatak kapasitesini artıracak

Bölgede şu anda 250'si butik olmak üzere 1050 yatak kapasitesi bulunduğunu anlatan Karabalık şu bilgiyi verdi: "Bölgedeki yatak kapasitesi yeterli değil. Yeni otel yatırımlarına ihtiyaç var. Bu otel yatırımlarını çekmek için şu anda 3 bin 500 olan imarlı alanı 13 bin 500 dönüme çıkardı. Ayrıca otel yatırımları için 10 kata kadar yapı ruhsatı verebiliyoruz. Yakında 600 yataklı bir otelin yapılması için çalışmalara başlayacağız."



2008 yılının haziran ayında ilçe konumuna geçen Kartepe'ye olan ilgi giderek artıyor. Öyle ki ilçe olduktan itibaren nüfus 18 bin 500 kişi birden artarak 88 bine geldi. İzmit merkez ve İstanbul'dan şehir hayatının stresinden uzaklaşmak isteyenlerin Kartepe'de mülk edindiklerini aktaran Şükrü Karabalık, "Özellikle İstanbul ve Kocaeli'nde yaşayanlar burada ev sahibi olmayı istiyor. Bu nedenle verilen bu artışın büyük kısmı burada ev alıp yaşamaya başlayanlardan kaynaklanıyor" dedi.

Bu nedenle müteahhitlerin de bölgede arsa baktığını anlatan Karabalık, "Artık 100-150 siteli konutlar yapılıyor. Arsa metre-kare fiyatları da belediye olunca 2 kat artmaya başladı. Bugün metre-kare fiyatları 130 TL ile 200 TL arasında değişiyor" bilgisini verdi.

13 aylık çalışmayla marka olmanın şifreleri oluşturuldu

Kartepe'nin turizmde marka olabilmesi için akademik bir çalışma da yapıldı. Çalışmanın başkanı Marka Uzmanı Yrd. Doç. Dr. Metin Çelik, Kartepe Belediye işbirliğinde 13 ay boyunca ilçede turizm alanında yaptıkları çalışmaları belgelendirdikleri 350 sayfalık "Kartepe Turizm Marka Kent Strateji Planı" kitabı ile 2023 stratejisini oluşturduklarını kaydetti. İlçede 72 turizm şekli belirlediklerini belirten Çelik, "Turizmçilerle bire bir görüşmeler yaparak problemlere çözüm önerileri getirdik. İlçenin tanıtımı adına değişik çalışmalar içinde bulunarak turizm çalışmayı düzenledik. Katıldığımız uluslararası fuarlarla Kartepe'nin bir destinasyon merkezi olmasını sağladık. Bu sayede Kartepe'de artık muhatap bulabilmektedir" dedi.

Kar turizminde rekabetin artırılması

Konuşmacılardan TUYED Genel Sekreteri Osman Nihat Aydoğan da bölgede daha çok aile işletmesi hakim olduğunu belirtirken, tesislerin genellikle birbirini taklit ettiğini kaydetti. Nitelikli turizme kayması gerektiğine işaret eden Aydoğan, böylece bölgenin turizmden elde edeceği gelirin artacağını söyledi. Böylece tesislerin yenilenmesi için fonların ayrılabilceğini ifade eden Aydoğan, "Günübirlikte özellikle hafta sonu burada olağanüstü bir kalabalık yaratıyoruz. Hatta Boğaziçi trafiğinden daha fazla yoğunluk yaratılıyor. Bu kalabalık yaban hayatını ürkütüyor. Bu nedenle doğanın korunması için buraya çıkan araçlara sınırlandırmalara getirilebilir" önerisinde bulundu.

Gezici Yak Seyahat Genel Müdürü Sevinç Akdoğan, turizmde pasta payını artırması için gençlerin, ailelerin ve yabancı misafirlerin getirilmesini sağlayacak ürün çeşitliliği sunulması gerektiğini bununda sezona yayılarak doğaya yapılacak baskının azaltılması gerektiğini söyledi. Yayla turizmi için köy evlerinin pansiyona dönüştürülebileceğine işaret eden, trekking rotalar geliştirilmesinin önemli olduğunu aktaran Aydoğan, "çocuk ve gençlik kamplarının kurulmasını sağlayacak çalışmalar yapılabileceğini söyledi.

Kırsal turizm yaygınlaştırılabilir

Konuşmacılardan Kırsal Turizm Derneği Başkanı Nedim Zurnacı ise eko turizm, tarım turizmi, çiftlik turizmi ve köy turizmini kapsayan kırsal turizmin dünya genelinde hızla yayılan bir turizm dalı olduğunu ve artık insanların bağlar, bahçeler, tarlalarda çalışarak, pekmez şıra yapımını öğrenerek tatil yapmaya başladıklarını hatırlattı. Kartepe'de de ne varsa onun üretildiği çiftliklerde kırsal turizmin yaygınlaştırılabileceğini söyleyen Zurnacı, tarım ürünlerinin sağlıklı üretimi, ambalajlanması ve pazarlanması konusunda yerel halkı bilgilendirerek iş ve gelir imkanlarının da artırılabilceğini söyledi.

Sibey Atik satik@ekonomist.com.tr

Girişim

Şahin Sucukları, süt ve kuruyemişe kanat açıyor

Yaptığı iletişim çalışmalarıyla kısa bir sürede işlenmiş et ürünleri sektöründe Türkiye'nin en bilinen üçüncü markası olan Şahin Sucukları, yeni yatırımlara hazırlanıyor. Yedi ay önce Kayseri mantısı ile marketlere giren Şahin, şimdi ise süt ve süt ürünlerinin yanında kuruyemiş pazarına da giriş yapacak.

İşlenmiş et sektöründeki büyümesini son hızla sürdüren Şahin Sucukları, temelleri 1920'li yıllara dayanan bir aile şirketi. Sektöründe Pınar ve Aytaç'tan sonra bilinirlikte üçüncü sırada bulunan şirketin kısa dönemde bu kadar bilinirliğini artırmasıyla beraber, yeni dönem hedeflerini revize etmiş durumda. Sucuk, pastırma, salam ve sosis gibi şarküteri ürünlerinden sonra şirket, yakın bir zaman önce mantı alanına da girdi. Kayseri mantısını el değmeden paketler halinde satışa sunan Şahin, kuruyemiş ile süt ve süt ürünleri segmentine de hızlı bir şekilde giriş yapmaya hazırlanıyor.

2004 yılından bu zamana yürüttükleri büyük reklam kampanyalarıyla tanınarak, müşterilerin beğenisini kazandıklarını dile getiren Şahin Sucukları Ortaklar Kurulu Başkanı Salih Fazlıoğlu, ayrıştırıcı özelliklerinin bölgesel tat alışkanlıklarına uygun ürünleri değil, bilinen Kayseri lezzetlerini müşterilerine ulaştırıyor olduğunu vurguluyor. Şirket yaptığı yatırımlarla girdiği segmentlerde de kısa zamanda önemli payları elde etmeyi hedefliyor.

Günlük üretim 50 ton

Kayseri'deki fabrikasında günde en az 200 büyükbaş hayvan kesimi gerçekleştiren Şahin Sucukları, yıllık 18 bin 500 tonluk üretim kapasitesine sahip. Bu da şirketin günlük ortalama 50 tonluk üretim yapabildiğini gösteriyor. Şahin Sucukları, büyükbaş hayvan ihtiyacının ise yüzde 80'ini yurt içi, geri kalanını ise AB ülkelerinden karşılıyor.

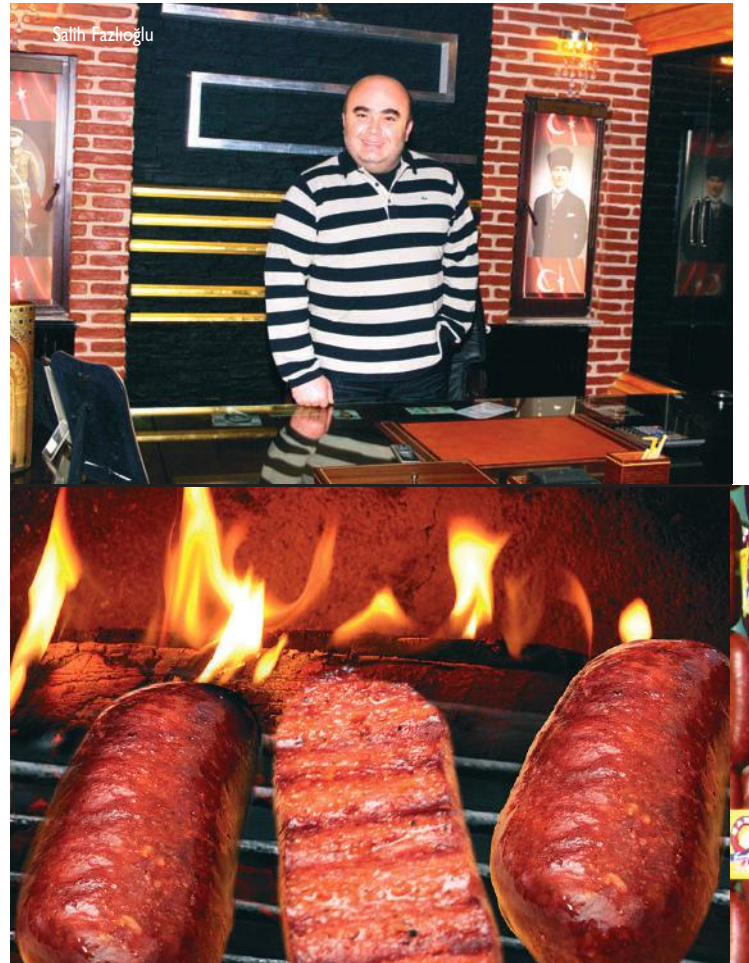
Geçen yılı 87 milyon lira ciro ile kapattıklarını belirten Salih Fazlıoğlu, 2012'de yüzde 50 büyüme ve 130 milyon lira ciro öngörüyor. "15 bin metrekare kapalı alan toplam 20 bin metrekarelik fabrikamızda yıllık 18 bin 500 ton üretim kapasitesine sahibiz. Şirketimizde şu an için 165 kişi istihdam ediyoruz" diyen Fazlıoğlu, 2012 yılı sonu ciro hedeflerinin ise 150 milyon TL olduğunu söylüyor. Şahin Sucukları, değeri 2.5 milyar liraya ulaşan işlenmiş et sek-

töründe yüzde 12'lik bir paya sahip.

Şahin Sucukları hatırlanacağı üzere 2004 yılından itibaren reklam iletişim çalışmalarını başlatmıştı. Bu iletişim çalışmalarına toplamda 7 milyon Euro yatıran şirket, bu yatırımın ardından bilinirlikte üçüncü sıraya yerleşti.

Kayseri mantısı da ekleniyor

İşlenmiş et kategorisinde pastırma, sucuk, kavurma, salam, sosis ve burger üretimi yapan Şahin Sucukları'nın gıda sektöründeki en yeni yatırımı ise Kayseri mantısı... Geleneksel Kayseri etli ev mantısını Şahin markası ile ürettiklerini ifade eden Salih Fazlıoğlu, bunun için 1 milyon liralık yatırım yaptıklarını belirtiyor. "Ürünün Ar-Ge çalışması iki yıl sürdü. Üretim kapasitemiz yıllık 750 bin ton. Hijyenik şartlarda ve standartlaşma sağlanarak üretilen mantının en önemli özelliği otomatik





makinede el değmeden üretilmesi" diyen Fazlıoğlu, mantı üretimi ile birlikte unlu mamullerde çeşitliliklerini (kesme çorba, erişte vs.) artıracıklarını dile getiriyor.

2012 yılında mantıdan 130 bin TL ciro elde etmeye hazırlanan Şahin Sucukları, bu alanda 50 kişiye ise istihdam

sağlamayı hedefliyor. Şirketin bugüne kadar tüm tesislerine yaptığı yatırım miktarı ise 20 milyon Euro'yu bulmuş durumda.

Almanya'da büyüyecekler

Kayseri Bahçebaşı mevkiinde başlayan üretim, 1945'ten sonra Türkiye'nin adı konmamış ilk organize sanayi bölgesi kabul edilen Karpuzatan'da üretimini sürdüren Şahin Sucukları, artık sadece Türkiye sınırları içinde kalmak istemiyor.

Kısa süre içinde Almanya'da bir fabrika satın alarak burada üretime ve satışa başlamayı hedefleyen Şahin Sucukları, 2013 yılında da tüm dünyaya açılmaya hazırlanıyor. Fazlıoğlu şirketlerini şöyle anlatıyor: "Şahin Sucukları'nı iki kelime ile tanımlamak istesek; modern ve geleneksel en uygun kelimeler olur. Modern üretim teknolojisine sahibiz ve geleneksel lezzetler

Kuruyemişe de kanat açacak

Et ürünleri, unlu mamüller, süt ve süt ürünleri derken kuruyemiş sektörüne de gireceklerini belirten Şahin Sucukları Ortaklar Kurulu Başkanı Salih Fazlıoğlu, burada yatırım maliyetini de 10 milyon TL olarak öngördüklerini dile getiriyor. "2015 yılında işletmeye alınacak ve 150 dönüm üzerine kurulacak çok daha modern ve gelişmiş bir tesis hazırlıyordayız" diyen Fazlıoğlu, kuruyemişe üç yıla kadar yüzde 10 pazar payı hedeflediklerini dile getiriyor. Şirket ayrıca bu yıl içinde makarna üretimine de başlayacak.

sunuyoruz." Bu iki baskın özellikleriyle sadece Türkiye değil, tüm dünyada farklılık yaratabileceklerini belirten Fazlıoğlu, şu anda Kuveyt Irak'a, Türk Cumhuriyetleri bölgelerine ihracat yaptıklarını dile getiriyor.

Süt ve süt ürünlerine giriyorlar

Yedi ay önce mantı ile birlikte unlu mamül segmentine giren Şahin Sucukları, asıl mesleklerinin hayvancılık olduğunu ve bu alanda sadece et ile değil süt ve süt ürünleri ile de raflarda boy göstereceklerini anlatıyor. "Hâli hazırda büyükbaş hayvanlar ana faaliyet alanımızın temelini oluşturuyor. Bu sinerjiden faydalanmak, et konusundaki tecrübemizi bu grupta da değerlendirmek istiyoruz. Yıllık 185 bin ton süt işleme ve üretim kapasitesine göre hazırlığımızı yapıyoruz. Yatırım miktarımız ise 40 milyon TL'yi bulacak" diyen Fazlıoğlu, daha sonra süttan mamül ürünleri de üretmeyi planladıklarını kaydediyor. Açıklanan yatırımda ise olası bir ortak da yer alabilir.

'Made in Kayseri'yi yarattılar

Uzun yılların karşılaştırmasıdır: 'Sucuk Kayseri'den mi çıkmıştır, Afyon'dan mı?... Bu sorunun karşılığında uzun uğraşlar sonucu sucuk ve pastırmaya 'Made in Kayseri' damgasını getirdiklerini söyleyen Fazlıoğlu, sucuk ve pastırmanın ana vatanının Kayseri olduğunun altını çiziyor.

Fazlıoğlu'nun özellikle değindiği başka bir konuya piyasadaki ürünlerin güvenilirliği... Yüzde 100 oranında dana etinden olduğunu belirtirken, sucukta esas olan şeyin kullanılan ham maddenin dana olması ve baharatlar olduğunu belirten Fazlıoğlu, "Piyasada maalesef raflarda satılan ürünlerde çok fazla bir denetleme yok. Bu yüzden yüzde 100 dana ibaresi aslında o kadar da güvenilir bir şey değil. Kaldı ki sucuğun kilosu kıymadan daha ucuz olursa, tüketici burada durup biraz düşünmeli" derken, kendi ürünlerinin bu anlamda diğer ürünlerden ayrıştığı sözlerine ekliyor.

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr



“30 yılda en büyük dev sıralaması beş kez değişti”

Genç Yönetici ve İşadamları Derneği'nin düzenlediği konferansa katılan Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Hanzade Doğan Boyner, e-ticaretin hızla ilerlediğini söyledi. Son 30 yılda hızlı bir değişimin yaşandığına dikkat çeken Boyner, “30 yılda dünyanın en büyük şirketi beş kere değişti. Bunların dışında devler ligine çıkıp sonra kaybolan bir sürü şirket var. Çünkü bu yüzyılın değişmeyen gerçeği baş döndürücü hızda bir değişim ve değişimin altında yatan yıkıcı teknolojiler” dedi.



Hanzade Doğan Boyner

Genç Yönetici ve İşadamları Derneği (GYİAD), geçtiğimiz ay ‘Genç Patronlarla Sohbetler’ konferansı düzenledi. Konferansa katılan Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Hanzade Doğan Boyner, e-ticaret, bilişim sektörü ve Doğan Grubu'ndaki son durum hakkında bilgi verdi. Boyner, Doğan Grubu'nun enerji ve perakendeye odaklandığını, e-ticaret alanında ise özellikle inşaat sektörünün gelişmesine bağlı olarak ev dekorasyonu, mobilya sektörü ve anne çocuk ürünlerine yöneldiklerini söyledi.

Bilişim dünyasının son 30 yılda çok hızlı gelişme gösterdiğini vurgulayan Boyner, bu nedenle dünyanın en büyük şirketi sıralamasının beş kez el değiştirdiğini ifade etti. Çiğ gibi büyüyen e-ticaret alanında Türkiye'nin henüz yolun başında olduğuna dikkat çeken Boyner, gidilecek çok uzun bir yol ve yapılacak çok iş olduğunu belirtti.

Değişmeyen tek gerçek değişim

Apple'ın dünyanın en büyük şirketi olduğunu, ancak dünyanın en büyük şirketi olma unvanının 1980'den beri beş kez el değiştirdiğini dile getiren Boyner, şöyle devam etti:

“Yani ister 'teknoloji devrimi' deyin, ister 'dijital çağ' deyin, bizim yüzyılımızın değişmeyen tek gerçeği değişim. Değişim baş döndürücü derecede hızlı. 30 yıl çok kısa bir süre. 30 yılda dünyanın en büyük şirketi beş kere değişti. Bunların dışında devler ligine çıkıp sonra kaybolan bir sürü şirket var. Çünkü bu yüzyılın

değişmeyen gerçeği baş döndürücü hızda bir değişim ve değişimin altında yatan yıkıcı teknolojiler. Farkında olmadan yeni modeller, yeni teknolojiler gelip bizim dev zannettiklerimizi yok edebiliyor.”

En büyük yedinci pazar

GYİAD Başkanı Burcu Akdarı ise Avrupa'da e-ticaretin 326 milyar euroya ulaştığına dikkat çekti. Türkiye'de de e-ticaret çok hızlı bir yükseliş gösterdiğini ifade eden Akdarı Türkiye'nin şu anda 35 milyon internet kullanıcısı ile Avrupa'da 4'üncü sırada olduğunu belirtti. Akdarı sözlerine şöyle devam etti:

“Araştırmalara göre Türkiye'de 9 milyon online alışveriş kullanıcısı var. Kredi kartı kullanıcılarının sayısı ise 51 milyon. Yüzde 64'lük kredi kartı penetrasyonu dünyadaki en büyük yedinci pazar konumunda bulunuyoruz. Türk internet kullanıcısı aylık internette 32,4 saat zaman geçiriyor. Bu da Avrupa ülkeleri içinde 3. sırada olduğumuz anlamına geliyor. Ayrıca sosyal medya kullanım oranlarımızda oldukça dikkat çekici.”

“Silikon Vadisi'ni tahtından edeceğiz”

Türkiye'nin e-ticaret alanında yüzde 68 büyüme hızıyla Hindistan'dan sonra dünyanın en hızlı büyüyen ikinci ülke olduğuna dikkat çeken Akdarı, Türkiye'nin genel ekonomisinin yüzde 8 büyüdüğünü düşünürken, e-ticaretin oluşturduğu sıçramanın çarpıcı bir şekilde ortaya konulduğunu belirtti. Türkiye'nin bu hızla çok kısa süre içerisinde Silikon Vadisi'ni tahtından edeceğine inandığını ifade eden Akdarı, “İnanıyorum ki ülkemiz birkaç yıl içinde e-ticaret alanında tam anlamıyla bir rol model ülke olacak. Genç nüfusumuz, girişimcilik ruhumuz, kıvrak zekamızla e-ticarete de damgamızı vuracağız” dedi.

T u r i z m

Başarıyı birey odaklı turlarla yakaladı

2000 yılında kurulan genç bir turizm şirketi olmasına karşın hızla büyüyen Cafe Tur, bugün 40 ülkede 150 şehre tur düzenliyor. Bunları kişiye özel turlar olarak paketleyen ve her talebe yanıt veren Cafe Tur'da başarı da bununla birlikte gelmiş.

Turizmde eski alışkanlıklar, hızla yenilerine terk ediyor yerini. Bu hem seyahat edenler için geçerli, hem de bu seyahatleri organize edenler için... Örneğin şu anda mobil platformlarda olmayan bir turizm şirketini düşünebiliyor musunuz? Ya da hala manuel bilet satmaya çalışan bir turizm acentesini... Turist profilinde ve taleplerinde de büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanıyor. Bugün artık çok rafine taleplere hizmet veren turizm şirketleri belirliyor trendleri. Gurme turlar, kültür türleri, endemik bitki turları, kutuplara seyahat ve daha niceleri tüketiciden gelen bu yoğun taleplerle oluşturulan, daha sonra da tüm kitlelere mal edilen turlar olarak dikkat çekiyor. Bu vizyonu görebilen şirketler ise bugün turizm sektörünün yükselen şirketleri olarak öne çıkıyor.

Fransa'da Mondial adında bir firmanın sahibi ve ortağı olan Haldun Özcan ve Cem Çetinkaya'nın ortak fikri olarak 2000 yılında kurulan Cafe Tur da işte böyle bir şirket. Fransa'dan baktıklarında Türk turizmdeki aksaklıkları daha net görülebilen ortaklar turizmin birey odaklı yapılamadığı inancıyla hareket ediyor.

Fransa'ya 18 bin kişi gönderiyor

Türkiye'de daha iyi turizm yapılabilir idealiyle ilk olarak İstanbul- Paris uçaklarının verdiği avantajla "Hergün hareketli İstanbul-Paris turları"nı başlatıyorlar. Müşteriden alınan olumlu tepkilerle üzerine bunu dünyanın tüm ülkelerine kişiye özel



Murad Yılmaz

turlar düzenleme işi izliyor. 2011 yılına gelindiğinde hem turizm profesyonelleri hem de tatilciler tarafından kabul edilen bir turizm şirketi haline gelen Cafe Tur, genç bir turizm şirketi olmasına karşın halen sadece Fransa'ya yılda 18 bin kişiyi götürüyor, Fransa'dan da Türkiye'ye yılda 15 bin kişiyi tatil için getiriyor.

Bugün Café Tur, Fransa başta olmak üzere dünyanın birçok noktasına paket turlar düzenleyerek Türk turistleri yurtdışında ağırlıyor. Gördüğü yoğun ilgi ve yüksek memnuniyet nedeniyle yurtdışı seyahat noktalarını her geçen gün zenginleştiren Café Tur, 2012 yılı içinde açtığı yeni seyahat noktalarıyla yüzde 35 büyümeyi hedefliyor.

Farklı ülkeler de geliyor

Cafe Tur, 2012 yılı içinde Kuzey Amerika, Güney Amerika, Küba, Yunanistan ve Zanzibar'ın da aralarında olduğu birçok yeni ülkeyi yurtdışı turlarına dahil edecek.

Türk turistlerin artık çekinmeden dünya üzerinde arzu ettikleri noktalara daha rahat seyahat ettiğini belirten Café Tur Genel Müdür Yardımcısı Murad Yılmaz, 'Paris, Roma, Atina ve Madrid gibi yakın noktalar, hafta sonu seyahatleri için kahve içme bahanesiyle bile gidilebilecek yerler haline geldi. Bu tür yakın yerler günümüzde neredeyse Türkiye metropollerinin bir uzantısı gibi oldu. İnsanlarımız artık farklı yerleri görmeyi arzularken yurt dışı seyahatlerini daha rahat planlar hale geldiler' diyor.

Asım Aslan aaslan@ekonomist.com.tr

Birey odaklı konsept

Aldıkları yüksek müşteri memnuniyeti ve buna bağlı olarak yaratılan yeni taleplerin kendilerini daha farklı destinasyonlara yönlendirdiğini belirten Yılmaz, müşterilerinin artık uzak ülkelere giderek yeni yerler keşfetmeyi istediklerini söylüyor. Destinasyonlardaki yaratıcılık ve birey odaklı tatil konseptine ağırlık vermek istediklerini söyleyen Yılmaz şöyle diyor:

"Ülkemizde tatil anlayışı her geçen yıl değişiyor. Fiyatların demokratikleşmesinden kaynaklanan bir ivmeyle artık herkes rahatlıkla seyahat edebiliyor. Otel odalarına kapanmak yerine ara sokaklarda kaybolmak, Zanzibar'ın ıssız koylarında yüzmek ya da Yunanistan'ın Halkidiki gibi keşfedilmeyi bekleyen kıyılarına gitmeyi arzu ediyorlar. Biz de bu talepleri göz önünde bulundurarak 2012 rotamızı müşterilerimizin güven içinde seyahat edebilecekleri noktalara çeviriyoruz."

Mevzuata

Farklı Bir Bakış



**Nihayet
Durukanoglu**

Verdi ve Yazıcı
Avukatlık Ortaklığı
Dış Ticaret Müşaviri

T.C Başbakanlık tarafından öncelikli e-devlet projesi kapsamına alınarak ihracat maliyetleri ile bürokrasinin azaltılarak yurt dışına e-ticaretin yaygınlaştırılmasına imkan sağlaması amacıyla Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Ekonomi Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde yürütülen çalışmalar sonucunda "Yurtdışına e-Ticaret Projesi" tamamlanarak Mart 2011 tarihinden itibaren AHL Kargo Gümrük Müdürlüğü ile Sabiha Gökçen Gümrük Müdürlüğü'nde uygulamaya başlanmıştır.

Gümrükte dolaylı temsilci; gerçek ve tüzel kişilerin gümrükteki dolaylı temsilcisi olarak PTT ve hızlı kargo şirketleri gümrük işlemlerini yapabilecektir. Bunun için PTT veya hızlı kargo taşımacılığı yapan firmalara (DHL, TNT, UPS vb) ayrıca vekalet verilmesine gerek bulunmamaktadır. Gönderici/alıcı kişi PTT veya hızlı taşıma yapan ve e-ticaret konusunda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'ndan izin alan firmalardan birini çağırıp gönderisini (ticari veya gayri ticari nitelikte eşya bulunan paket, koli, poşet vb) teslim ve tesellümüne ilişkin belgelerin

Kadın girişimcilerin yurt dışına en kısa açılma yolu elektronik ticaret (e-ticaret)

imzalanmasıyla bu yetkinin kendileri hesabına doğrudan kullanıldığının kabul edildiği anlamına gelmektedir.

08.04.2011 tarihi itibarıyla PTT ve hızlı kargo taşıma şirketlerinin e-ticaret kapsamında yaptıkları işlemler nedeniyle gümrük müşaviri çalışmalarını zorunlu hale getirilmiştir.

e-ticarete konu edilen mal miktarı ve değeri,

ağırlığı 30 kilogram ve değeri 1500 Euro'yu geçmeyen ihracat rejimine konu eşyanın yurt dışına e-ticaret kapsamında ihracı mümkün hale getirilmiştir. Bilindiği gibi yukarıda belirtilen mevzuat düzenlemesi yapılmadan önce miktar ne olursa olsun yurt dışına gönderilmesi gereken tüm malların fiilen gümrük sahasına gönderilerek gümrük ve ihracat mevzuatı kapsamında işleme tabi tutulması gerekmektedir.

Hedef kitle; evi veya işletmesinden dünya pazarlarına açılmak isteyen gerçek kişi statüsündeki girişimciler (özellikle evinde geleneksel ürünleri üreten kadın

Yurt dışına e-ticarete ilişkin yapılan mevzuat değişiklikleri

İhracat Yönetmeliğinde Yapılan Değişiklik

Yurt dışına e-ticaretin tanımı: 12 Temmuz 2008 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği'nin 1. maddesinde "uzaktan iletişim araçlarıyla başka bir ülkeye yönelik olarak gerçekleştirilen mesafeli mal satışı" şeklinde tanımlanmıştır.

Yurt dışına e-ticaretin tabi olacağı hükümler: İhracat Yönetmeliği'nin 13. maddesinde yurtdışına e-ticaret kapsamındaki mal ihracıyla ilgili işlemler dış ticaret ve gümrük mevzuatı hükümlerine tabi olacağı belirtilmiştir.

Gümrük Kanununda Yapılan Değişiklik

Dolaylı temsil yetkisini sağlayan düzenleme: 07.10.2009 tarih, 27369 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2009/15481 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'nın 126. maddesinde Posta İdaresi ya da Hızlı Kargo Taşımacılığı Yapan Şirketlerin Dolaylı Temsilci Olarak Yetkili Kılınmasına İlişkin Şartlar belirlenmiştir.

Gümrük Müşaviri çalıştırma zorunluluğu: 08.04.2011 tarih, 27369 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2011/1546 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı(BKK) ile 4458 sayılı Gümrük Kanununun bazı maddelerinde değişiklik yapılarak yurt dışına e-ticaret kapsamında posta ve uluslararası hızlı kargo taşımacılığı yapan şirketlerin gümrük müşaviri çalıştırması zorunlu hale getirilmiştir.

Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığına İlişkin Gümrük Genel Tebliği

Gümrük Genel Tebliği (Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığı): Hızlı kargo taşımacılığı yapan şirketler ile Posta İdaresine 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nun 225. maddesinin birinci fıkrası uyarınca dolaylı temsil yetkisi tanınması ile 2009/15481 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'nın 126. maddesinde belirtilen eşyanın (brüt 30 kg. ve 1500 Euro değerinde olan) gümrük beyanı dahil tüm gümrük işlemlerinin bu kişiler tarafından dolaylı temsil yoluyla takip ve sonuçlandırılmasına ilişkin usul ve esaslar.

Miktar ve değerde artırım yetkisi: 08.04.2011 tarih, 27899 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2011/1546 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile 4458 sayılı Gümrük Kanununda yapılan değişiklikle ihracat rejimine konu eşyanın yurt dışına e-ticaret kapsamındaki 30 kg. ve 1500 Euro tutarındaki limitlerin 5 katına kadar artırılması için Gümrük ve Ticaret Bakanlığına yetki verilmiştir.

girişimciler), KOBİ niteliğindeki işletmeler, kurumsal firmalar (numune ve tanıtım ve reklam malzemeleri vb) ile bugüne kadar fiilen yurt dışına satış yapamayan e-pazaryerlerimiz artık yurt dışına kapıda teslim imkanı ile internet üzerinden satış yaparak ihracata başlayabilmektedir.

Elektronik entegrasyon, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen işlemlerin elektronik ortamda yapılmasına olanak sağlayan BİLGE sistemi üzerinden yurt dışına e-ticarete ilişkin yapılması gereken teknik çalışmalar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı koordinatörlüğünde ilgili taraflar (PTT ve hızlı kargo şirketleri) ile tamamlanarak AHL kargo Gümrük Müdürlüğü ile Sabiha Gökçen Gümrük Müdürlüğü'nde uygulamaya alınmıştır.

E-ticaret kapsamında yurt dışına ihraç edilen eşyanın PTT veya hızlı kargo şirketine teslim edilmesi, gümrük işlemlerinin tamamlanarak yurt dışı edilmesi ve teslimine ilişkin tüm süreç Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından kullanılmakta olan BİLGE sistemi üzerinden izlenebilecektir. Kısacası tüm işlemler elektronik ortamda gerçekleştirilerek elektronik ticarete ilişkin istatistik bilgileri daha sağlıklı ve güncel olarak takip edilebilecektir.

e-Ticaret Rehberi; sistemin nasıl işleyeceğine ilişkin esaslar ile yurtdışındaki alıcılara nasıl erişilebileceğine ilişkin bilgileri içerecek olan "e-Ticaret Rehberi" Ekonomi Bakanlığı (eski Dış Ticaret Müsteşarlığı)

tarafından hazırlanmış olup detay bilgiye <http://www.ekonomi.gov.tr> adresinden erişilmesi mümkün bulunmaktadır. e-ticaret yapmak isteyen kadın girişimcilerin, e-ticaret web siteleri ve e-pazaryerlerinin dikkatle izlenmesi ve çalışmalara yön vermek üzere bağlı oldukları sivil toplum kuruluşları aracılığıyla katkıda bulunması, ilgili kurumlar nezdinde gerekli girişim, talep ve desteklerini sürdürmeleri büyük önem taşımaktadır.

Ödemelerin gerçekleştirilmesi, internet üzerinden yurt dışına satış yapmak isteyen kadın girişimcilerin öncelikle ürettikleri mala ilişkin tanıtıcı bir İnternet sayfası hazırlamaları ve siparişin nasıl verileceği ve en önemlisi sipariş edilen mala ilişkin bedelin nasıl ödeneceğine ilişkin açıklayışı ve net bir bilginin sayfada

yer alması gerektiği unutulmamalıdır.

Ödeme konusunda girişimcilerin gözden kaçırmamaları gereken konu ise önce siparişe ilişkin tahsilatın yukarıda belirtilen seçeneklerden biri ile gerçekleştirilmesinin sağlanmasıdır. Malın gönderilmeden önce bedelinin tahsil edilmesi son derece önemlidir. Sipariş tutarı tahsil edilmeden malın gönderilmesi durumunda mal teslimi sağlanmış ancak bedeli tahsil edilemez duruma gelmiş olur ki buda tercih edilen bir durum olmayacaktır.

e-ticaret kapsamında ithalat, yurt dışından mal sipariş edilerek Türkiye'ye getirilmesinin önünde mevzuat olarak bir engel bulunmamaktaydı. Ancak, yapılan düzenleme çerçevesinde hem ihracat hemde ithalat işlemlerinde 30 kilogram ağırlığında ve 1500 Euro değerindeki eşyanın ithal ve ihracı Gümrük ve Ticaret Bakanlığı BİLGE sistemi üzerinden elektronik ortamda gerçekleştirilecek. İhracat işlemlerinde herhangi bir gümrük vergisi ödenmez. Ancak ithalat işlemlerinde ödenmesi gereken maktu gümrük vergisi bankacılık sistemi üzerinden Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Maliye Bakanlığı ile gümrük vergilerinin

tahsiline ilişkin protokol imzalayan bankalarca tahsil edilebilecektir.

Sonuç olarak, yukarıda belirtilen mevzuat düzenlemelerinin yapılması sonucunda e-ticaret yapmak isteyen kadın girişimciler ile KOBİ niteliğindeki üreticilerin gümrüğe gitmek zorunda kalmadan hızlı kargo

taşıyıcıları aracılığıyla daha düşük maliyetle ihracat yapma imkanına kavuşmuştur.

Kadın girişimcilerin konuya ilişkin gelişmeleri Ekonomi Bakanlığı www.e-ticaret.gov.tr internet sayfasından, teknik işleyişe ilişkin uygulamaları ise Gümrük ve Ticaret Bakanlığı <http://www.gumruk.gov.tr> internet sitesinden takip edebilirler.

Yararlanılan kaynaklar: 12.07.2008 tarih, 26934 sayılı Resmi Gazete'de yapılan İhracat Yönetmeliği'ne ilişkin değişiklik, 07.10.2009 tarih, 27369 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Kanunu değişikliği, 28.01.2010 tarih, 27476 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Genel Tebliği ile 08.04.2011 tarihli Resmi Gazete.

Ödemelerde tercih edilmesi gereken yöntem

Banka havalesi

Yurt dışına e-ticaret kapsamında mal göndermek isteyen girişimcilerin çalıştıkları banka hesap numarasını (IBAN dahil) belirterek bu hesaba havale edilmesinin sağlanması. Hesaba havalenin yapılmasından sonra malın taşıyıcı firmaya teslim edilmesi.

Kredi kartı ile ödeme

Son yıllarda kredi kartının yaygın kullanılmaya başlaması ile birlikte sipariş verecek olan kişinin kredi kartı ile ödeme yapmak istemesine olanak sağlamak. Bunun için kredi kartına borç kaydedilmesine imkan sağlayacak yetkilendirmeye ilişkin talimatın İnternet sayfasına konulması ve siparişi veren kişinin kredi kartı hesabına borç kayıt edilerek bedelin tahsil edilmesi.

Paypal ödeme sistemi

Türkiye, Avrupa ülkeleri ve Amerika'da yaygın olarak kullanılan bir elektronik ödeme sistemidir. Bu sisteme dahil olduktan sonra banka hesaplarından havale gönderme, kredi kartı(sanal kart dahil) ile ödeme yapılması mümkün.

Not: Soru, görüş ve önerilerinizi ekonomist@ekonomist.com.tr adresine bekliyoruz.

Yurt İçi Fuar Takvimi

Mart 2012 - Nisan 2012

FUAR ADI	BASLANGIÇ	BİTİŞ	KONUSU	YERİ
Aysaf	29 Şubat 2012	03 Mart 2012	8.Uluslararası Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı: Ayakkabı Yan Sanayi Ürünleri, Aksesuar, Deri, Suni Deri, Taban, Tekstil, Makineler, Kurum Müesseslikler ve Dergiler	İstanbul
4.Yapı ve Otel Fuarı Bodrum	29 Şubat 2012	03 March 12	Seramik Dekorasyon Ürünleri, Ahsap Ürünleri, Zemin Kaplama Malzemeleri, Havalandırma, İnşaat Makine Malzemeleri, Cephe Sistemleri, Boya ve İzolasyon	Muğla
TEXBRIDGE İstanbul Tekstil ve Aksesuarları Fuarı	01 Mart 2012	03 Mart 2012	Kumaş (Dokuma, Öme, Denim), Aksesuarlar (Askı, Bilgisayar ve Etiketleme Sistemleri, Etiket, Fermuar, Düzme, Çırtot, Transfer Baskı, Votka Vb.)	İstanbul
MOYAF 2012	01 Mart 2012	04 Mart 2012	5.Mobilya Yan Sanayi ve Ahsap Makineleri Fuarı: Ahsap İşleme ve Mobilya Makineleri, Mobilya Aksesuarları, Dışsamelik Deri ve Kumaş, Empronye, Ray Sürgü Sistemleri, Sünger, Mobilya Tekelek ve Ayakkal	Bursa
3.Gıda, Tarım ve Hayvancılık Fuarı	01 Mart 2012	04 Mart 2012	Tarım Teknolojileri, Tarımsal Mekanizasyon, Hayvancılık Teknolojileri, Hayvan Sağlığı, Yem, Tohum, Fidanlık Sulama, Gıda ve Gıda Endüstrisi, Ambalaj	Muğla
Eurasia Moto Bike Expo	01 Mart 2012	04 Mart 2012	Motosikletler, Biskikletler, Motosiklet, Biskiklet Ekipman ve Aksesuarları, Tuning, Servis ve Bayiler	İstanbul
FOTEĞ İstanbul 2012	01 Mart 2012	04 Mart 2012	Gıda İşleme Teknolojileri Uluslararası İhtisas Fuarı: Katkı Maddeleri, Ambalajlama ve Lojistik, Teknolojileri, Unlu Mamul Teknolojileri, Gıda Güvenliği ve Hijyen	İstanbul
Mersin Agrodays	01 Mart 2012	04 Mart 2012	Mersin 7.Uluslararası Tarım Fuarı: Tarım, Tarım Makineleri, Gübre, Tohum, Seraçılık, Hayvancılık, Sulama	Mersin
Belediye Ekipmanları Fuarı	01 Mart 2012	04 Mart 2012	Belediye Ekipmanları İhtiyaçları, Kent Mobilyaları, Park, Bahçe Düzenleme Ekipmanları, Anıtma Ekipmanları ve Malzemeleri, Taşıma Sistemleri	İzmir
İstanbul Pencere 2012	01 Mart 2012	04 Mart 2012	13.Uluslararası Pencere Fuarı: Pencere ve Panjur Sistemleri, Profil, Üretim Teknolojileri ve Makineleri, Aksesuar, Ham Madde ve Tamamlayıcı Ürünler	İstanbul
İstanbul Cam 2012	01 Mart 2012	04 Mart 2012	2.Cam Ürünleri ve Uygulamaları, Üretim - İşleme Teknolojileri ve Makineleri, Tamamlayıcı Ürün ve Kimyasalları Fuarı	İstanbul
İstanbul Kapı 2012	01 Mart 2012	04 Mart 2012	4.Kapı, Kepenik, Kilit, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları Fuarı: Yapı-Endüstriyel Kapı, Bariyer Kilit, Alarm, Güvenlik Geçiş Kontrol Sistem, Kepenik, Panel, Pano, Bölme Sistem ve Aksesuarları	İstanbul
Edufair's Yurtiçi Eğitim Fuarları	04 Mart 2012	04 Mart 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Ankara
Edufair's Yurtiçi Eğitim Fuarları	06 Mart 2012	06 Mart 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İzmir
Edufair's Yurtiçi Eğitim Fuarları	08 Mart 2012	08 Mart 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	Bursa
Avrasya Demiryolu, Hafif Raylı SİS, Altyapı, Loj. F.	08 Mart 2012	10 Mart 2012	Demiryolu ve Hafif Raylı Sistem Araç, Gereçleri, Demiryolu ve Hafif Raylı Sistemler Altyapısı Araç, Gereçleri, Demiryolu Lojistiği ve İnsan Taşımacılığı Araç, Gereçleri	İstanbul
Çukurova Gıda / Gıda-Tek Fuarı 2012 (6.)	08 Mart 2012	11 Mart 2012	Gıda, İçecek Ürünleri, Gıda İşleme, Unlu Mamuller Teknolojileri, Depolama, Soğutma, Taşıma ve Mağaza-Market Ekipmanları	Adana
Adana 6.Ambalaj Fuarı 2012	08 Mart 2012	11 Mart 2012	Ambalaj ve Plastik Malzeme ve Makineleri, Paketleme İşlemleri, Kalıp, Çevre Teknolojileri ve Kauçuk	Adana
Matbaa ve Reklamcılık Fuarı 2012 (2.)	8 Mart 2012	11 Mart 2012	Baskı Makineleri ve Malzemeleri, Akış Hava Reklamcılığı Kağıt Endüstrisi, Promosyon ve Reklam Malzemeleri	Adana
MODA'S 2012	8 Mart 2012	11 Mart 2012	2.Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Tekn. Fuarı: Tekstil, Moda Aksesuarları ve Üretim Teknolojileri	İstanbul
3T '12	8 Mart 2012	11 Mart 2012	10.Uluslararası Metal İşleme, Kalıp, Otomasyon Tekn. Fuarı	İzmir
Uluslararası LIGHTTECH 2012 Fuarı	8 Mart 2012	11 Mart 2012	Aydınlatma ve Yönlendirme Ürünleri, Armatürler, Avizeler, Lambalar, Tesistat, Elektrik Malzemeleri, Bina Otomasyonu, Ledler, Sensörler, Alarm Sistemleri ve Projeler, Güç Kaynakları.	İstanbul
Pro-Show 2012	8 Mart 2012	11 Mart 2012	Profesyonel Show Teknolojileri, Eğlence Endüstrisi için Özel Efektler, Konserler, Sahnelene ve Prezantasyon Teknolojileri, Sinema Salonları	İstanbul
12.Zemin Fuarı	8 Mart 2012	11 Mart 2012	Zemin Kaplama Malz. Sektör Fuarı: Halı, Parke, PVC, Seramik, Endüstriyel Zemin Kaplamaları, Zemin Temizlik Bakım Ürünleri, Zemin Aksesuarları	Gaziantep
Edufair's Yurtiçi Eğitim Fuarları	10 Mart 2012	11 Mart 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yaz Okulu ve Yabancı Dil Eğitimleri	İstanbul
Bursa 10. Kitap Fuarı	10 Mart 2012	18 Mart 2012	Kitap ve Süreli Yayınlar	Bursa
Bursa Eğitim Fuarı	13 Mart 2012	18 Mart 2012	8.Yurt İçi ve Yurt Dışı Eğitim Fuarı	Bursa
İstanbul Güvenlik Teknolojileri 2012	14 Mart 2012	17 Mart 2012	Güvenlik Teknolojileri, Ekipmanları ve Aksesuarları	İstanbul
Subconist 2012	14 Mart 2012	17 Mart 2012	10.Uluslararası Yan Sanayi Ürünleri Fuarı: Döküm, Taban ve Tabançık Şekil Verme, Is ve Yüze İşlemler, Kalıplar, Plastik, Kauçuk, Elektrik, Elektronik	İstanbul
EF Endüstri 2012 - 5.Makine ve Otomasyon Fuarı	14 Mart 2012	17 Mart 2012	Hidrolik, Pomatik, Endüstriyel Otomasyon, Metal İşleme Makineleri, Yüze İşlemler, Takım Tezgahları	İstanbul
Transport Lojistik	14 Mart 2012	17 Mart 2012	Transport Firmaları, Araç Üstü Ekipmanlar, Uluslararası Taşımacılık Servis İdare ve Kontrol Sistemleri, Yazılım Çözümleri	İstanbul
Arisider 2012 Araçüstü Ekipmanları Fuarı	14 Mart 2012	17 Mart 2012	Araç Üstü Ekipman Üreticileri, (Dampör,Dorse, Lift, Köpür Yonulu, Hıtaile)	İstanbul
Konya Tann 2012	14 Mart 2012	18 Mart 2012	10.Uluslararası Tann, Hayvancılık ve Süt Endüstrisi Fuarı:Tann, Hayvancılık, Süt Endüstrisi	Konya
Kurtasye 2012	14 Mart 2012	18 Mart 2012	18.Uluslararası İstanbul Kurtasye, Kağıt, Okul ve Ofis Ürünleri Fuarı: Yazım Alet ve Aksesuarları, Kağıt, Dosyalama, Gönderi, Çizim ve Taslak Ürünleri, Okul Malzemeleri, İş ve Evrak Çantaları, Valizler, Tebrik Kartları	İstanbul
UNCERA	14 Mart 2012	18 Mart 2012	24.Uluslararası Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı: Seramik, Granit, Mermer, Mozaik, VitriFYe, Armatürler, Küvet, Duşkabini, Hidromasajı, Banyo ve Mutfak Mobilya ve Aksesuarları, Ankrastor Çiğazlar, Seramik İşleme Mak	İstanbul
KITCHEN WORLD 2012 (Mutfak Dünyası 2012)	14 Mart 2012	18 Mart 2012	Ahsap, Lamine, Lake Mutfaklar, Oturma Grupları, Tezgah, Evyie, Havalandırma Sistemleri, Banyo Mobilyaları ve Aksesuarları, Pişirme ve Yıkama Üniteleri, Soğutucular	İstanbul
DEKOREKS İSTANBUL 2012	14 Mart 2012	18 Mart 2012	2.Dekorasyon, Mobilya ve Aydınlatma Fuarı: İç Dış Mekan Mobilya ve Aksesuarları, Dekoratif Aksesuarlar ve Kaplamalar, İç - Dış Aydınlatma Üniteleri, Akıllı Ev, İklimlendirme Sistemleri, Dekorasyon Hizmetleri	İstanbul
Art Bosphorus-Çağdaş Sanat Fuarı	15 Mart 2012	18 Mart 2012	Resim, Heykel, Fotoğraf, Gravür	İstanbul
Mersin Otel Ekip. Kırk. Ağı. Tekn. ve Mız Fuarı	15 Mart 2012	18 Mart 2012	Yapı Malzemeleri ve Ekipmanları, Mobilya ve Aksesuarları, Spor ve Eğlence, Temizlik Ekipman ve Hizmetleri, Endüstriyel Mutfak, Servis Ekipman ve Malzemeleri	Mersin
Mersin Turizm ve Seyahat Fuarı	15 Mart 2012	18 Mart 2012	Konaklama Tesisleri, Seyahat Acentaları, Yolu Taşımacılığı Firmaları, Turizm Firmaları, Demek ve Birlikler	Mersin
Yapıda Yeni Ürünler Fuarı	15 Mart 2012	18 Mart 2012	Yapı Malzemeleri, Mobilya, Aydınlatma, Tesistat, Kapı ve Pencere, Çatı Kaplama Malzemeleri	İstanbul
IEFT Yurtiçi Eğitim Fuarları	18 Mart 2012	18 Mart 2012	Yurtiçi Eğitim Seçenekleri, Üniversiteler, Dil Okulları, Kolejler, Eğitim Kurumları, Konsolosluklar, Vakıflar	Ankara
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	20 Mart 2012	20 Mart 2012	Yurtiçi Eğitim Seçenekleri, Üniversiteler, Dil Okulları, Kolejler, Eğitim Kurumları, Konsolosluklar, Vakıflar	İzmir
19. Mesir Sanayi ve Ticaret Fuarı	20 Mart 2012	25 Mart 2012	Mobilya, İklimlendirme, Gıda, Otomotiv, Dayanıklı Tüketim Malları, İletişim, Bilgi, Hizmet, Yapı Ürünleri	Manisa
Marex 2012 (13.)	21 Mart 2012	24 Mart 2012	Mobilya, Güvenlik Sistemleri, Elektrik, Elektronik, Mutfak, Banyo, Sanayi Tipi Çamaşır Makinesi, Çevre, Bahçe Ekipmanları, Jeneratör, Çay ve Kahve Makineleri,	Muğla
Marble	21 Mart 2012	24 Mart 2012	18.Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı: Mermer, Traverten, Granit, Dekoratif Doğal Taşlar, Makine, Yan Sanayi	İzmir
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	22 Mart 2012	22 Mart 2012	Yurtiçi Eğitim Seçenekleri, Üniversiteler, Dil Okulları, Kolejler, Eğitim Kurumları, Konsolosluklar, Vakıflar	Adana
Avrasya Emlak Yatırım Fuarı 2012	22 Mart 2012	24 Mart 2012	Yerli Ve Yabancı İnşaat Şirketleri, Gayrimenkul Konusunda Hizmet Veren Danışmanlık, Hukuk, Sigorta, Denetim Ve Finans Şirketleri	İstanbul
Private Label İstanbul	22 Mart 2012	24 Mart 2012	11.Uluslararası Özel Markalı Ürünler ve Market Markaları Fuarı: Yiyecek - İçecek, Kosmetik, Temizlik - Hijyen, Ambalaj, Kağıt Ve Plastik Ürünleri	İstanbul
İstanbul Jewelry Show Mart 2012	22 Mart 2012	25 Mart 2012	Her Türü Değerli ve Yan Değerli Metalden Mamül Takılar, Değerli Yan Değerli Sentetik Taşlar, İnciler, Saatler, Değerli Hediye Eşyalar, İlgili Makine, Ekipman, Dekorasyon, Yazılım, Aksesuar	İstanbul
25.Uluslararası Yapı Fuarı Ankara 2012	22 Mart 2012	25 Mart 2012	Hizmetler, Altyapı, Kaba Yapı, İnce Yapı, Bitirme İşleri, Tesistat, Elektrik-Elektronik, Bina Donanımı, Mutfak-Banyo, Çevre Düzenleme	Ankara
6.Yapıdekor Ankara 2012	22 Mart 2012	25 Mart 2012	Doğal Taş, Anıtma Sis, Mutfak-Banyo, Boya, İzolasyon, Cephe Kaplama, Peyzaj, Kapı Pencere, Havuz, Şömine, Güneş Enerjisi, Aydınlatma, Zemin Kaplama	Ankara
Güzellik & Bakım 2012 (20.)	22 Mart 2012	25 Mart 2012	Profesyonel Cilt Bakım ve Kosmetik Çiğazları ve Ürünleri, Profesyonel Manikür Pedikür Çiğazları, Profesyonel Saç Ürünleri, Kuaför Ekipmanları...	İstanbul
IEFT Yurt Dışı Eğitim Fuarları	24 Mart 2012	25 Mart 2012	Yurtiçi Eğitim Seçenekleri, Üniversiteler, Dil Okulları, Kolejler, Eğitim Kurumları, Konsolosluklar, Vakıflar	İstanbul
Bilişim ve Teknolojileri	27 Mart 2012	01 Nisan 2012	Bilgisayar, Bilgisayar Yazılım Elektronik	Trabzon
Anlaş Cityexpo 2012 3.Sehircilik ve Teknolojileri	28 Mart 2012	30 Mart 2012	Çevre, Geri Dönüşüm, Atık Yönetimi, Su Teknolojileri, Belediye, Kent Mobilyaları, İş ve İnşaat Makineleri	Antalya
Citytech	28 Mart 2012	31 Mart 2012	6.Uluslararası Belediye ve Çevre 2012 Fuarı: Çevre, Geri Dönüşüm, Atık Yönetimi, Su Teknolojileri, Belediye Ekipmanları, Kent Mobilyaları	Ankara
HOSTECH BY TUSID 2012	28 Mart 2012	01 Nisan 2012	Mutfak ve Catering Donanımı, Masaüstü, Oda Banyo ve Çamaşırhane Ekipmanları, Otel Tekstili, Mobilya ve Dekorasyon End., Spor-Havuz-Spor Ve Rekreasyon End.	İstanbul
Ortaoğu 2.Ahsap İşleme Makineleri Fuarı 2012	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	Ahsap İşleme Makineleri, Kesici-Delici Takımlar, Presler ve El Aletleri	Diyarbakır
Ortaoğu 2.Mobilya Yan Sanayi Fuarı 2012	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları, Dışsamelik Kumaşlar, Kapı, Pencere ve Ahsap Teknolojisi ve Orman Ürünleri	Diyarbakır
Ortaoğu	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	3.Üretim Makineleri ve Yan Sanayiler Fuarı 2012: Metal İşleme Makineleri, Elektrik, Elektronik, Otomasyon, Hidrolik, Pnömatik Sistemler, Plastik Üretim Makineleri ve Ham Maddeleri, Yükleme, Depolama, İşleme	Diyarbakır
KAYTARIM 2012 Kayseri Tarım ve Hayv. Fuarı	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	Tarım, Tarım Teknolojileri, Seraçılık, Hayvancılık, Tohumculuk, Tavukçuluk, Süt Endüstrisi, Fidanlık	Kayseri
GAS TURKEY 2012	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	Uluslararası 5.LPG & CNG & LNG Fuarı: Otomotiv LPG, LNG ve CNG Sistemleri, LPG, LNG ve CNG Araç ve Ekipmanları, Tank-Silindri Sistemleri, LPG Ulaşım, Depolama Araç ve Ekipmanları, Pompalar Ve Üçüncü Çiğazlar	İstanbul
5.Willa Decor Fuarı	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	İnşaat Malzemeleri, Havuz, Peyzaj, Dekorasyon Ürünleri	İstanbul
2.İskele Kalıp Fuarı	29 Mart 2012	01 Nisan 2012	İskele, Kalıp Sistemleri, Aksesuarları, İnşaat Güvenliği Ekipmanları	İstanbul

Yurt dışı girişim

18 ülkeden işbirliği çağrısı

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'ne şubat ayı içerisinde farklı ülkelerden işbirliği talepleri geldi. 18 ülkeden gelen işbirliği taleplerini sizler için derledik.

BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ

FİRMA ADI: PIVOT Construction

ADRES: Abu Dhabi, UAE

YETKİLİ KİŞİ: Dr. Zahid Al Baloushi / Procurement Manager

Tel: +971.2.667 32 12; **e-mail:** z.albaloushi@pivot.ae;

web: www.pivot.ae

Firma, Türkiye'den mermer, seramik, demir – çelik, villalar için güneş enerjisi sistemleri ve her çeşit inşaat malzemeleri almak istiyor. Zahid Al Baloushi ile 00971 56 753 39 96 numaralı cep telefonu ile da görüşülebilir.

RUSYA

FİRMA ADI: VOZROJDENIE

ADRES: Russia, 188800, Leningrad Region, Vyborg, Leningradskoye shosse,18 a, Russian Federation

YETKİLİ KİŞİ: www.karier.ru

Tel: +7.8137.309-75; **Faks:**+7.8137.309-38;

e-mail: mikhail.seleznirov@karier.ru;

web: www.karier.ru

Rusya'daki Viborg şehrinde granit taşı üreticisi olan "Vozrojenie" şirketi, Rusya Federasyonu Türkiye Ticaret Temsilciliği aracılığıyla Birliğimize başvurarak, aynı konuda çalışan Türk firmalarıyla satıştan ortak üretime çok çeşitli tiplerde işbirliği yapmak istediğini bildiriyor. Mikhail Seleznirov ile +7 (921) 348-77-37 numaralı cep telefonu ile da bağlantı kurulabilir.

ALMANYA

FİRMA ADI: Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)

ADRES: Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR,

YETKİLİ KİŞİ: Semih Erden

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

e-mail: semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;

web: www.ebicege.org.tr



Hayvansal kaynaklı gıdaları tüketmeyenler (vegetarian and vegan) için gıda, meyve suları, organik, dondurulmuş ve kuru gıdalar üreterek kendi markası altında pazara sunan firma, bu ürünleri ile ilgilenen dağıtım ve toptancılar arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111223003 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

BELÇİKA

FİRMA ADI: Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)

ADRES: Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR,

YETKİLİ KİŞİ: Semih Erden

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

e-mail: semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;

web: www.ebicege.org.tr

Uluslararası çay fuarı düzenleyecek olan organizasyon firması, bu organizasyon ile ilgili beraber çalışabileceği çay üzerine uzmanlaşmış ortaklar arıyor. Fuar dünyanın dört bir tarafından çay ile ilgilenen uzmanları, üreticileri, profesyonelleri ve alıcıları bir araya getirecek. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120112008 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

HIRVATİSTAN

FİRMA ADI: Brodokomerc Nova d.o.o.

YETKİLİ KİŞİ: Ms. Dragica Kruzic

Tel: +385.51.657-140; **Faks:**+385.51.335-559;

e-mail: dragica.kruzic@brodokomerc.hr;

Perakende ve tüketiciye yönelik ürünler alanında çalışan bir firma, Türkiye'den bisküvi ithal etmek istiyor.

İSPANYA**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR,**YETKİLİ KİŞİ:** Semih Erden**Tel:** +90.232.343 44 00 / 165;**e-mail:** semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Ek besinler konusunda uzman firma, farklı ek besinler, diyet ürünleri gibi özel ürünler için ticari aracılık hizmeti sağlamaya hazır olduğunu bildiriyor. Aranan ürünlerin zincir dağıtım kanallarına girmiş olması isteniyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111227007 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

ROMANYA**FİRMA ADI:** MACROMEX LTD.**ADRES:** 27 Mihai Eminescu St., Bucharest 1, Romania 010 513**YETKİLİ KİŞİ:** Raluca Iordache / Purchasing Manager**Tel:** +40.372.137 800;**e-mail:** raluca.iordache@macromex.com;**web:** www.macromex.com

Dondurulmuş ve soğutulmuş gıdalar konusunda Romanya'nın en büyük ithalatçılarından olan firma; Türkiye'den közlenmiş-dondurulmuş biber, közlenmiş-dondurulmuş patlıcan salatası, dondurulmuş bamyas, dondurulmuş enginar ithal etmek istiyor. Firmanın; Carrefour, Metro, Selgross, Cora, Auchan, Real, Tesco vb. büyük alışveriş merkezlerine mal verdiği ve yıllık cirosunun 110 milyon Euro olduğu bildiriliyor. Raluca Iordache ile 0040 726444884 numaralı cep telefonundan da görüşülebilir.

İSRAİL**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Semih Erden**Tel:** +90.232.343 44 00 / 165;**e-mail:** semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Döşeme, duvar kaplamaları, kılıf, ofis mobilyaları gibi farklı alanlarda kullanılabilen jakarlı kumaşlar üreten firma, ticari aracı ve ortak yatırım ortakları arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111227031 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

SİRBİSTAN**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Semih Erden**Tel:** 90.232.343 44 00 / 165;**e-mail:** semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Karton kutu, ambalajlama ve baskı işleri konusunda uzmanlaşmış olan firma, yatırım projeleri gerçekleştirmek amacıyla yeni bir şirket kurmak (joint venture) için ortak arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20111226015 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

FRANSA**FİRMA ADI:** Avrupa İşletmeler Ağı (İstanbul Sanayi Odası)**ADRES:** Meşrutiyet Caddesi No: 62, Tepebaşı - İstanbul**YETKİLİ KİŞİ:** Onur Emül**Tel:** 90.212.292 21 57 / 315;**e-mail:** oemul@iso.org.tr; **web:** www.aia-istanbul.org

Doğal gaz üretimi ve işlenmesi alanında deneyimli ve önde gelen bir Fransız firması, gaz kurutması (gaz dehidrasyonu) konusunda önemli geleneksel yöntemlere göre büyük avantajlar sağlayan patentli bir sistem geliştirdi. Anahtar teslimi kurulumu yapılan bu sistemle ilgili olarak firma, uluslararası işbirliği kanalları arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 FR 38m9 3MX1 referans numarasını belirterek İstanbul Sanayi Odası'na başvurmaları gerekiyor.

POLONYA**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Seraların projelendirilmesi ve kurulumu işleri yapan firma, çatı yalıtımı için gelişmiş, kendisini kanıtlamış ve pazara sürülmeye hazır bir teknoloji arıyor. Ticari ve teknik işbirliği olanakları arayan firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 10 PL 64BH 3JF6 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.



Yurt dışı girişim



FİLİPİNLER

FİRMA ADI: HHIC-PHIL INC.

ADRES: Greenbeach 1, Redondo Peninsula, Sitio Agusuhin Brgy. Cawag, Subic Zambales, Philippines

YETKİLİ KİŞİ: Ju Hyun Ka

Tel: +63.47.306 51 00; **Faks:** +63.47.252 27 10;

e-mail: hh-ihka@hanjinso.com; **web:** www.hhic-phil.com

2006 yılında kurulduğu ve Filipinler’de gemi yapımında en büyük şirket olduğu belirtilen şirketin nitelikli gemi mühendislerine gereksinim duyduğu belirtilerek, Türk gemi sanayii firmaları ile iş bulma şirketlerine duyurulması isteniyor.

İTALYA

FİRMA ADI: Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)

ADRES: Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR

YETKİLİ KİŞİ: Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

Tel: +90.232.343 44 00 / 166;

e-mail: can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;

web: www.ebicege.org.tr

Elektromanyetik gelen dalga ile bağlantılı enerjiyi soğurabilen (absorbe edebilen) ve yansıtılabilen yeni nano yapıları elektromanyetik malzemeler geliştiren İtalyan araştırma grubu, özel gereksinimler için özel firmalarla veya araştırma merkezleri ile teknik işbirliği yapmak istiyor. Araştırma Grubu ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 IT 55X8 3MXL referans numarası ile Ege İş ve Yenilik Merkezi’ne başvurmaları gerekiyor.

BULGARİSTAN

FİRMA ADI: PORTABLE WINCH BULGARIA

YETKİLİ KİŞİ: Mr. Daniel Lashev

Tel: +359.89.9939366;

e-mail: office@portablewinch-bg.net;

web: www.portablewinch.eu

Firma, birçok amaç için kullanılabilen taşınabilir vinçler için Türkiye’de dağıtımcular ve bayiler arıyor.

LİTVANYA

FİRMA ADI: ECT Europe, UAB

ADRES: Naugarduko str. 100 – 603, Vilnius LT-03202, Lithuania

YETKİLİ KİŞİ: Jonas Sileika

Tel: +370.633.31831;

e-mail: jonas@ecteuropa.com; **web:** www.ecotouch.eu

Su kullanmaksızın araç yıkama için çevreye duyarlı ürünler alanında Litvanya’nın önde gelen firmaları arasında olduğu bildirilen firma, bu alanda işbirliği yapabileceği Türk firmaları arıyor.

İRAN

FİRMA ADI: M. MAHDAVIEH EXPORT CO.

ADRES: Unit 102 No. 177 Africa Ave. Tehran 191566 3331 - Iran

YETKİLİ KİŞİ: Taher Mahdaviéh / Managing Director

Tel: +98.21.22058843; **Faks:** +98.21.22019432;

e-mail: mahdaviéh_export@yahoo.com;

web: www.mec-dft.com

Firma, Türkiye’den salon çatı kaplamalarında kullanılmak üzere aşağıda belirtilen özellikleri taşıyan (STEEL GRADE: CGCC JIS G 3312, DIMENSION: 0.500X12, TOP COLOR: RAL 3000, TYPE OF TOP FINISH COAT: POLYESTER UHD) polyester UHD kaplı çelik sac almak istiyor. Başlangıç siparişinin 500 MT olacağı ve ayrıca firmanın, sıcak haddelenmiş çelik bobin de ithal edeceği bildiriliyor. “TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Grubu” üyesi olan Taher Mahdaviéh, Türkçe konuşabiliyor.

ESTONYA

FİRMA ADI: Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)

ADRES: Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR

YETKİLİ KİŞİ: Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

Tel: +90.232.343 44 00 / 166;

e-mail: can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;

web: www.ebicege.org.tr

Enerji verimli akıllı binaların inşaatında deneyimli bir KOBİ, daha az enerjinin tüketildiği binalar için uygun kapı, pencere, havalandırma ve ısıtma sistemleri üreten ve akıllı ev çözümleri geliştiren firmalarla işbirliği yapmak istiyor. Firma, düşük enerji tüketimi olan pasif ev çözümleri geliştirmek istiyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 10 EE 21C2 3K03 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi’ne başvurmaları gerekiyor.

ŞİLİ

FİRMA ADI: Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)

ADRES: Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR

YETKİLİ KİŞİ: Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

Tel: 90.232.343 44 00 / 166;

e-mail: can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;

web: www.ebicege.org.tr

Zeytin ve saf sızma zeytinyağı üreticisi Şilili firma, kamyon ya da başka bir taşıt tarafından çekilen motorsuz taşıtların üzerine kurulabilen ve gerektiğinde başka meyveleri de presleyebilme özelliği taşıyan, 700 kg/saat kapasiteli sızma zeytinyağı üretim makineleri arıyor. Zeytinyağı presi, deneme aşamasında veya tamamen gelişmiş olmalıdır. Şilili firma bu teknolojiyi sağlayabilecek bir ortak arıyor.

İNGİLTERE**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı**Tel:** 90.232.343 44 00 / 166;**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Havalandırma pencereleri için yeni bir açma-kapama sistemi geliştiren firma, elektrikle çalışan bu tür pencerelerin kurulması ve alçak voltajlı güç kaynaklarıyla çalışabilmesini sağlayabilecek ortaklar arıyor. Firmanın geliştirdiği teknoloji, çevresel değişiklikleri algılayıp pencerelerin açılıp kapanmasını sağlayan mikro işlemciler kullanmakta ve akıllı bina yönetim sistemleriyle bütünleşebiliyor.

SLOVAKYA**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Elektrik ve elektrik mühendisliği araştırmaları alanında faaliyet gösteren bir mucit, elektrik üretimi için uygun bir elektromanyetik jeneratör sunuyor. Buluş, elektromanyetik çember içerisindeki manyetik akımı değiştirerek elektrik enerjisi üretiyor. Mucit, lisans anlaşması veya teknik destekli ticari sözleşmeler ile ilgileniyor. Mucit ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 SK 69CT 3NQM referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurularını gerekiyor.

YUNANİSTAN**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı**Tel:** 90.232.343 44 00 / 166;**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Düşük ısıyı elektrığe çeviren ve bu enerjinin bir kısmını ısıtma amaçlı olarak yüksek ısıya çeviren, termodinamik çevrime dayanan yeni bir yenilenebilir enerji kaynağı geliştiren bir Yunanlı, lisans anlaşması için orta büyüklükte veya büyük firmalar arıyor. Bu çevrimin, yakıt tüketimi olmadan enerji üretimi gibi olağanüstü yararları bulunuyor. Yunanlı mucit ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 08 GR 49Q1 0JDR referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurularını gerekiyor.

ESTONYA**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR**YETKİLİ KİŞİ:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;**web:** www.ebicege.org.tr

Enerji verimli akıllı binaların inşaatında deneyimli bir KOBİ, daha az enerjinin tüketildiği binalar için uygun kapı, pencere, havalandırma ve ısıtma sistemleri üreten ve akıllı ev çözümleri geliştiren firmalarla işbirliği yapmak istiyor. Firma, düşük enerji tüketimi olan pasif ev çözümleri geliştirmek istiyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 10 EE 21C2 3K03 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurularını gerekiyor.

AVUSTURYA**FİRMA ADI:** Avusturya Büyükelçiliği Ticaret Müsteşarlığı**ADRES:** Armada İş Merkezi, Eskişehir Yolu 6, A Blok, Kat. 13, No: 19, 06520 Söğütözü - Ankara**YETKİLİ KİŞİ:** Konstantin Bekos / Avusturya Ticaret Müsteşarı**Tel:** +90.312.219 21 41; **Faks:** +90.312.219 21 45;**e-mail:** ankara@advantageaustria.org ;**web:** www.advantageaustria.org/tr

Çelik, dökme, kâğıt, otomotiv, ahşap ve yalıtım sektörlerinde kullanılan konveyör zincirleri, zincir dişlileri (sprockets) ve palet üreten Avusturyalı KettenWulf GmbH Austria şirketi, Türkiye için temsilci ya da dağıtımçı arıyor. KettenWulf GmbH Austria; teknik eğitim (sürücü teknolojisi) alanında çalışan, Almanca ve/veya İngilizce dillerini kullanan, satış deneyimi bulunan ve Türk sanayisi hakkında bilgisi bulunan Türk firmaları arıyor. Bu firma ile irtibata geçmek isteyen kuruluşların Avusturya Ticaret Müsteşarlığı'nın ankara@advantageaustria.org adresine veya (312) 219 21 45 numaralı faksa şirket bilgilerini 3875713 referans kodu ile göndermeleri isteniyor.



Vergi Takvimi

Mart Ayı Mali Yükümlülükler Takvimi

9 Mart 2012 Cuma	<ul style="list-style-type: none"> ● 16-29 Şubat 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
12 Mart 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 16-29 Şubat 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
15 Mart 2012 Perşembe	<ul style="list-style-type: none"> ● Şubat 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
20 Mart 2012 Salı	<ul style="list-style-type: none"> ● Şubat 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Şubat 2012 Dönemine Ait Alkollü İçecekler İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Şubat 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Şubat 2012 Dönemine Ait Dyn.Tüketim ve Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Şubat 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
23 Mart 2012 Cuma	<ul style="list-style-type: none"> ● Şubat 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı ● Şubat 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı
26 Mart 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 2011 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisi Beyannamesinin Verilmesi ● GVK Geçici 67. Madde Kapsamında İhtiyari Beyannamenin Verilmesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi ● Şubat 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi ● 1-15 Mart 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisi Beyanı ve Ödemesi ● 1-15 Mart 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
2 Nisan 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 2011 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisinin 1. Taksit Ödemesi ● 6111 Sayılı Kanunun 2, 3, 5, 6, 7 ve 8. Maddeleri Hükümleri Uyarınca Ödenmesi Gereken 6. Taksit Ödemesi ● 2011 Yılına İlişkin Bilanço Esasına Göre Defter Tutan Gelir Vergisi Mükellefleri İçin Kesin Mizan Bildirimi ● Şubat 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba) ● Şubat 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs) ● Şubat 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi



Gülay Özkan
Bilgi Üniversitesi
Öğretim Görevlisi,
MBA Programı
www.gulayozkan.com

KOBİBİLGİ

GİRİŞİMCİLİKTE UYGULAMADIR ASIL OLAN

21'inci yüzyılda zor olan fikir bulmak değil, uygulamaktır. Bu kadar fikir bolluğunda hızlı bir şekilde nereye gittiğinizi bilerek, ekosistemi iyi kullanarak uyguladığınız fikriniz ancak bir şey ifade edebilir. Yoksa fikir sahibi olmanın girişimcilik dünyasında çok da büyük bir önemi yok. Hatta kendime bunu her gün eğlenceli bir şekilde hatırlatmak için "fikir hiç bir şey uygulama her şey" mottosunu yarattım.

Fikir bolluğu

İnternetin bu kadar yaygın olmadığı dönemleri düşünürsek yeni kavramlardan haberdar olmak, yeni fikirler bulmak oldukça zordu. Ama şimdi bilgi her yerde ve herkesin erişiminde. Dolayısı ile çok fazla insan aynı anda aynı şeyleri düşünebiliyor. Hatta o kadar "aynılaşıyoruz ki" bir süre sonra artık "fikir sahibi" olmanın ciddi anlamda tartışılır olacağını düşünüyorum.

Büyük resim

Hem üniversitede verdiğim derslerde, hem de yatırım amaçlı görüşme yaptığım birçok KOBİ ya da yeni işe başlayacak olan girişimcilerde "fikrimizi çaldılar" yaklaşımı sıkça karşılaştığım bir durum. Ya da iş hayatının adil olmadığı üzerine yorumlar. Peki, fikrinizi koruyor olmak ya da yeterince hızlı davranıyor olmak da bu "oyunun" bir parçası değil mi? Patent almak fikir korumak yöntemlerinden biri. Ancak bu konudaki mevzuat gelişmekte olan bir ülkede aslında teknolojinin ya da iş hayatının hızına çok da yetişemiyor. Pratikte çoğu konuyu koruma altına alamıyoruz. O zaman bazen "sert" bulduğumuz bu oyunu oynarken, bu mevzuatların eksikliğini, gelişmekte olan bir ülkede iş yaptığımızı unutmamamız gerekiyor. Bu da bizim içinde bulunduğumuz büyük resmin bir parçası.

Bu büyük resmin ne kadar farkına vardığımız ise hem bilgi, hem içinde bulunduğumuz network hem de tecrübe ile oluyor. Şahsen ben kendi adıma yıllar geçtikçe sürekli bu büyük resmin yeni parçalarını keşfediyorum.

Uygulamanın gücü

Yatırım yaparken bilimsel çalışmalarla da doğrulanmış "2. sınıf bir takımın 1. sınıf fikrine" yatırım yapmaktansa "1. sınıf bir takımın 2. sınıf fikrine" yatırım yapmanın gerçekliği aslında uygulamanın gücünü gösteriyor.

Fikir tüm başarının kritik ama küçük bir parçası. Doğru iş modeli ile onu çok hızlı bir şekilde uyguluyor olmak ve yatırımcı süreçleri ile devam ediyor olmak zaten bütün mesele

Hız hız hız!

Bir üniversitede, bir kurumda, bir devlet dairesinde, bir STK'da hepsinde toplantılarda kullanılan zaman birimleri için hızının doğası gereği çok farklıdır. Üniversitede bir makale 1-2 yıllık süreçte yayınlanır. Ya da büyük bir kurum-

da işler haftalık, aylık süreçlerde ilerler. Ancak bir KOBİ için hayat günler, saatler ve haftalarla ifade edilir. Bir KOBİ için hafta-ay uzun bir zamanı ifade eder. Dolayısı ile bir KOBİ için hız her şeydir. Özellikle büyük kurumlarda uzunca süre çalışıp iş kuran ya da akademiden, memuriyetten ayrıлып iş kuran şirket sahipleri ile tanıştımda ilk gözüme çarpan olgu girişimcilerin konuşmalarında kullandıkları zaman birimleri olmuştur. Eğer siz başarılı bir KOBİ sahibi olmak istiyorsanız buna çok ama çok dikkat etmeniz gerekiyor. Kendinizi bazen dinleyin, ya da şirketinizde toplantılarda kullanılan zaman birimlerine. Eğer bunlar gün ve hafta hatta saat düzeyinde değilse o zaman gerekli olduğu kadar hızlı değilsiniz.

Şirketiniz ile ne yapacaksınız?

Geçen aylardaki yazılarında bahsetmişim. İş kuruyoruz, bazen nerdeyse insanüstü bir çaba ile ilerliyoruz ama neden bunu yapıyoruz? Bu şirket ile ne yapacağız? Büyütüp satmak mı istiyoruz yoksa ömür boyu bize belirli bir yaşam standardı sağlayacak bir şirket sahibi mi olmak istiyoruz (lifetime company)? Eğer satmak istiyorsak bu yolda ilerlerken yatırımcı süreçlerine girmek zorundayız. Bu şirketinizin karlı olmasından veya para ihtiyacınız olup olmamasından bağımsız bir durum. Birinci, ikinci, üçüncü raunt denilen yatırımcı aşamaları ile ilerlenen bir süreçte ancak istenen rakamlara işinizi satabilirsiniz. Çünkü her seviye yatırımın sizin işinize kattığı bir "akıl" var. Sonra 10-15 yıllık şirketleri 2-3 aylık bir şirketin yüzde 5 ile 10 arasında denk gelecek bir paraya satmanızı kaçınılmaz olur. Bugün basına da yansıyan 50-60 yıllık şirketlerin 2-3 yıl şirketler ile aynı rakamlara değerlendiriliyor olmasının arkasında bu gerçekler var. Tabii endüstri farklılıklarını da göz önüne almak gerekiyor

Toplam akıl ve ekosistem

Büyük resmi görmek ya da daha bilindik ifade ile "oyunun kurallarını bilmek" tecrübe, bilgi ve network ile olduğuna göre şu an bu durumu en iyilemek için ne yapmamız gerekiyor? Çünkü 80-90 yaşında çok bilgi sahibi ve çok büyük bir network sahibi değiliz çoğumuz. Bu işin en sihirli yaklaşımlarından biri toplam akıl. Sade kendi aklınız değil içinde bulunduğumuz ekosistemin toplam akli. Daha basit bir ifade ile sadece kendi aklımız ile değil başkalarının da aklını da kullanarak çalışmak. Bu başkaları bir başka kişi de olabilir bir kurum da olabilir. Bu da yine her seferinde özellikle yazdığım ekosistemi çok ama çok iyi kullanmak ile olabilir.

Uygulamanın gücü 21'inci yüzyılda gerçekten çok ama çok büyük. Biz hala eğer fikrimizin çalıştığını düşünüyorsak bu oyunun kuralları ya da büyük resim hakkında eksik bildiğimiz bir şeyler var demektir. Bunu da neyi eksik yaptığımızı düşünerek çözebiliriz.