

KOBİ

NİSAN 2012

Garanti

# GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

## MESLEK AKADEMİLERİ GİRİŞİMİN YENİ GÖZDESİ



Modadan aşçılığa, ağırlama hizmetinden makyaj uzmanlığına kadar pek çok alanda nitelikli eleman yetiştiren meslek akademileri, girişimin yeni adresi oldu. Her geçen gün sayıları artan bu akademilere, sundukları iş garantisiyle de gençler tarafından yoğun talep var...

■ Shakespeare in Love yeni bayiler arıyor

■ Dijital anılara hayat veriyorlar

■ Yaşlı ekonomisi girişimci çekiyor

■ İnternette 10 bin pırlanta satacaklar

**21 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 Yörükçü

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.

## Nitelikli gençlerle nitelikli işler...

Türkiye'nin en büyük sorunlarından biri istihdam... İstihdam sorunu kendi içinde spesifik olarak incelendiğinde karşımıza çıkan ise nitelikli istihdam... Yani bir yanda ciddi bir işsizlik yaşanırken, diğer yanda birçok şirketin bazı pozisyonlar için nitelikli eleman bulmakta güçlük çektiği gerçeğiyle karşılaşırız.

Uygulamalı eğitim modelimiz olamadığı için, okul sıralarında alınan teorik bilgiler maalesef iş gerçek hayatta pratiğe dökülmeye geldiğinde başarılı olmuyor, olamıyor. Okul sıralarında ezberletilenler, siz daha o okul sıralarını terk etmeden aklınızdan uçup gidiyor ya da eskiyor... Birçok diplomalı üniversiteli işsiz gencin olduğunu da hesaba kattığımızda, bir yerlerde ciddi yanlışların olduğunu daha iyi anlıyoruz.

Son yıllarda mesleki eğitimlere yönelik olarak açılan akademilerin sayısında büyük bir artış var. Bu akademiler genelde nokta atışı yaparak, belli bir alanda uzmanlık eğitimleri veriyor. Moda, yemek, makyaj, basım yayım, dış ticaret gibi belli alanlarda uzun soluklu kurs olarak eğitim veriyorlar.

Eğitimlerin süresi minimum altı ay... Bazı akademilerde bu süre iki yıla kadar çıkıyor. Sektöre nitelikli eleman yetiştirmeyi hedefleyen bu akademiler, yurtdışında staj, iş gibi sundukları olanaklarla gençler tarafından oldukça yoğun ilgi görüyor.

Çoğu akademi istihdam garantisi de sunuyor. Yani siz eğitiminizi tamamladığınızda diplomanızı koltuğunuzun altına koyup sizi yollamıyorlar. Daha okurken belli bir network ağına sahip oluyorsunuz bile. Eğitim esnasında alanınıza göre uygulamalı olarak gördüğünüz dersleri, stajlarla pratiğe dökme şansına da sahip oluyorsunuz...

4+4+4 eğitim modeli tartışmalarının sürdüğü bugünlerde biz aslında nitelikli gençlerin yetişmesi gerektiğine odaklanılması gerektiğini düşünüyoruz. Bu nedenle kapak haberimize bu akademileri taşıdık. Hatta gördük ki nitelikli eleman yetiştirme artık şirketlerin de meselesi haline gelmiş ve bu yönde sertifika programları başlatmışlar.

Bazı şirketler ise Anadolu'nun unutulmaya yüz tutmuş mesleklerine yeniden hayat öpücüğü vermek için sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştiriyor.

Kim ne adına yaparsa yapsın asıl sorunumuz nitelikli genç yetiştirmekte. Meselemiz de 'nitelikli' gençlerle 'nitelikli' işler çıkartmak olmalı...

Hepinize iyi bir ay geçirmeniz dileğiyle

Burcu Tuvay

# İçindekiler

- 5** KOBİ Gündemi
- 9** KOBİ'lerde çevre bilinci artışa geçti
- 10** **KAPAK KONUSU**  
Girişimin yeni adresi: Meslek Akademileri
- 15** İşini hızla büyüt yatırımcını bul
- 16** İnternette 10 bin pırlanta satacaklar
- 18** Yaşlı ekonomisi girişimci çekiyor
- 20** Hasta bezi için İsveç'ten geldi
- 22** Garanti, Anadolu'yu karış karış geziyor
- 24** Gaziantep yemekleri Rihan'da toplandı
- 26** Corpoline, seri e-girişimci yetiştiriyor
- 28** Koska Cidde'den sonra Paris ve Londra'da açılacak
- 30** Dijital anılara hayat veriyorlar
- 32** E-ticaretin hedefine çocuklar da girdi
- 34** AGT, 11 yılda 50 kat büyüdü
- 35** KOBİ'ler için çalışan bir TİM
- 36** Bu düğmelerin tümü yüzde 100 organik
- 38** Butik zeytinyağı Dutlukuyu'yla hayat buldu
- 40** **Nihayet Durukanoglu:** KOSGEB tarafından sağlanan girişimcilik destekleri
- 42** Shakespeare in Love yeni bayiler arıyor
- 43** Vergi takvimi
- 44** Yurt dışı fuar takvimi
- 45** Yurt içi fuar takvimi
- 46** Yurt dışı mal talepleri
- 50** **Gülşay Özkan:** İçinden inovasyon geçmeyen girişimcilik



# KOBİ Gündemi

## “2023 yılında İstanbul Avrupa’nın fuar merkezlerinden biri olacak”

100 bin metrekare kapalı alanı ile Türkiye’nin en büyük fuar alanına sahip olan İstanbul Fuar Merkezi, 2011 yılını geçen yıla göre yüzde 30 artış ile 98 fuar organizasyonu gerçekleştirerek kapattı.

İstanbul Dünya Ticaret Merkezi tarafından işletilmekte olan İstanbul Fuar Merkezi’nin gerçekleştirdiği fuarların binlerce firmayı yeni pazarlara taşıdığını belirten Genel Müdür Haluk Kanca, “2012 yılında fuar sayısında aynı yüksek seviyeyi koruyacağımızı görmekteyiz. 2012 yılında da fuarların konuları ile alakalı çeşitliliğin arttığını görüyoruz. 2012 yılında fuarların hacim olarak büyüdüğünü, kullanılan toplam m<sup>2</sup> alanların arttığını, bugünden yapılan rezervasyonlardan görebiliyoruz” dedi.

Türkiye’de fuarcılık sektörünün dünyadaki örneklerinde olduğu gibi büyük kentlerde özellikle İstanbul’da yoğunlaşması gerektiğini belirten Genel Müdür Haluk Kanca, Anadolu’da sadece bölgelerin merkezlerinde



Haluk Kanca

fuar alanlarının bulunması gerektiğini, bunun dışında yapılan yatırımların tamamının geri dönüşümü olmayan projeler olduğunu söyledi. İDTM’nin işletmekte olduğu ve Doğu Karadeniz Bölgesi’nin merkezi olan Trabzon Fuar Merkezi’nde yılda 12, Kayseri’de ise yılda 6 fuar düzenlendiğini ifade eden Haluk Kanca şunları söyledi;

“Ulaşımın kolay ve ucuz olduğu ülkemizde, katılımcılar ve ziyaretçilerin büyük şehirlerdeki fuarlara artık daha rahat ulaşabildiklerini düşünmekteyim. Bu nedenle her şehirde fuar alanı yapma hayali kurma yerine, bölgesel merkezlerde ve büyük şehirlerde tanınan fuarlara katılmak daha ekonomik ve akılcı olacaktır.”

Uluslararası fuar organizasyonlarında Türkiye’nin henüz bir çekim noktası olmayı başaramadığını belirten Haluk Kanca, “Yine de sektörün hızla gelişmekte olduğunu görüyoruz. 2023 yılında İstanbul’un Avrupa’nın 5 büyük fuar merkezinden biri olacağına inanıyoruz” dedi.

## Çenesiz’den Yeni TTK uyarısı

**T**ÜR KONFED (Türk Girişim ve İş Dünyası Federasyonu) Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz, 1 Temmuz 2012’den itibaren yürürlüğe girecek olan Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun (TTK) KOBİ’ler için önemli bir kilometre taşı olduğunu söyledi. Çenesiz, konuyla ilgili olarak yaptığı açıklamada şunları söyledi: “KOBİ’lerimiz ülkemiz

ekonomisinin amiral gemisi. Onların 2023 Türkiye vizyonu rotasından sapmadan ilerlemeleri için yarım asırlık Ticaret Kanunu’nun değiştirilmesi ve günümüz koşullarına göre düzenlenmesi gerekiyordu. Kanunun yasalması, ülkemiz KOBİ’lerinin kurumsal yönetime



Erdem Çenesiz

geçisi için tamamlanan en büyük yasal reform olarak tarihe geçti. Ancak kanun devreye girmeden yapılması gereken düzenlemeler de son derece hayattır.”

Erdem Çenesiz, Türk Ticaret Kanunu’nun yönetim, kontrol ve şeffaflık mekanizmalarına getirdiği yeni uygulamaların, kurumsallaşmayı ve kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanmasını teşvik etmesi ve KOBİ’leri uluslararası rekabete

hazırlaması açısından olumlu taraflarının çok fazla olduğunu belirtti. Çenesiz, hapis cezaları, şirket sırlarının ifşası ve güncel ekonomik yapıya ters düşen kısıtlamaların fazlalığı gibi konularda, kanunun devreye girmesinden önce mutlaka düzenleme yapılması gerektiğinin altını çizdi.

# KOBİ Gündemi

## KAGİDER, BM'de Fırsat Eşitliği Modeli'ni anlattı

Birleşmiş Milletler Kadının Statüsü Komisyonu 56'ncı oturum toplantısında, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği-KAGİDER tarafından hayata geçirilen Türkiye'de 'İş yerinde eşit fırsatlar modeli', 'Fırsat Eşitliği Modeli-FEM' anlatıldı. KAGİDER Başkanı Dr. Gülden Türktan, "Fırsat eşitliği

modelinin sunduğu eşitlikçi prosedürler kurumlara önemli bir yol haritası sunuyor. Bu örnek modeli burada, Birleşmiş Milletler huzurunda paylaşmak bizim için çok anlamlı. İş yaşamında eşitlik anlayışının yayılması ve bu durumun dünyada genel bir uygulama haline gelmesi için çalışıyoruz. Türkiye'de bu modelin uygulanması konusunda yola on bir firma ile çıktık. Şimdiki hedefimiz ise bu modelin beş yüz firmada uygulanması ve Türkiye dışındaki ülkelerde de yayılması" dedi.

Fırsat Eşitliği Modeline destek veren Dünya Bankası'nın üst düzey müdürlerinden, eski Türkiye Başkanı Ulrich Zachau, bu modelinin Türkiye'de gelişmesine memnuniyetle destek verdiklerini ve halen Türkiye ile çeşitli projeler üzerinde çalıştıklarını dile getirdi. Türkiye'de kadınların iş gücüne katılımının yeterli olmadığını belirten Zachau, Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranlarının biraz artması halinde bile bunun ülkeye çok büyük oranda ekonomik yarar getireceğini anlattı. Zachau, Türkiye'de KAGİDER ve Türk Basketbol Federasyonu'yla kadın ve kız çocuklarına yönelik fırsatların artmasına yönelik yeni bir proje üzerinde çalıştıklarını da bildirdi.



## Çağrı merkezlerine ulusal meslek standardı

Çağrı merkezi sektöründeki mesleklere ilişkin Ulusal Meslek Standartları'nın hazırlanması için Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ile Çağrı Merkezleri Derneği (ÇMD) arasında resmi protokol imzalandı ve dernek bu çalışma için görevlendirildi. Ulusal Meslek Standartları'nın AB tarafından belirlenen yeterlilik seviyelerine göre hazırlandıktan sonra yıl sonuna kadar resmi gazetede yayınlanması bekleniyor.

Bu sayede, çağrı merkezi sektöründe yer alan çeşitli meslekleri icra eden kişilerin işlerini daha verimli ve kaliteli bir şekilde yapabilmeleri için gerekli olan genel eğitim gereksinimleri, ayrıca kişisel tutum ve davranış özelliklerini, biçimlerini sistematik olarak asgari düzeyde ortaya koyan normlar da belirlenmiş olacak. Çalışanlar alacakları sertifika ile mesleğe ait yetkinliklere sahip olduklarını hem Türkiye içinde hem uluslararası alanda kanıtlamış olacaklar.

Bu standartların sektördeki firmalara ise işe alımlarda daha uygun adayların seçilmesi, eğitim maliyetlerinde avantaj, sektörle ilgili temel bilgilere hakim daha bilinçli bir profil ile çalışma imkanı gibi avantajlar sağlaması hedefleniyor. ÇMD Yönetim Kurulu Başkanı Bahadır Pekkan konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Geçtiğimiz dönemde hayata geçirdiğimiz önemli gelişmelere ek olarak aldığımız bu sevindirici sonuçla da sektörümüze katkı sağlayacak olmanın gururunu ve

mutluluğunu yaşıyoruz. İlk etapta çağrı merkezi sektöründeki Müşteri Temsilciliği ve Takım Liderliği meslekleri için hazırlayacağımız standartların sektördeki çalışanlara ve işverenlere pek çok yararı olacağına inanıyorum."



# Vinç ithalatına tepki

**T**ürkiye Elektrikli Vinç İmalatçıları Derneği (TEVİD) Başkanı Ahmet Tekin Çelikkbilek, Türkiye’de yerli vinç imal edilirken ve 7 milyar dolar dış ticaret açığına rağmen son 2 ayda yaklaşık 8 milyon dolarlık vinç ithalatı yapıldığını vurguladı. Bu açığın yerli ürünle kapatılabileceğini belirtti.

Dünyada ve Türkiye’de otomotivden makineye demir çelikten metal eşya ve tersaneye, kimyadan gıdaya kadar ekonominin can damarı pek çok sektörde vinç kullanıldığına dikkat çekerek sektörün 100 milyon dolarlık büyüklüğe sahip olduğunu belirten Çelikkbilek, şunları söyledi:

“Yerli üreticilerin sesi olmak ve merdiven altı üretimin yoğun olduğu sektörümüze öncelikle üretimde düzenleme ve standart getirmeyi amaçlıyoruz. Türkiye’de kaliteli vinç imalatı yapan şirketler var. Yerli imalat vinçler yabancı marka vinçlerden kalite açısından hiçbir farkı yokken üstelik daha uygun fiyattan satılırken maalesef talep edilmiyor, yurt dışından ithal ediliyor. Son 2 ayda yaklaşık 8 milyon dolarlık

vinç ithalatı yapıldı. Türkiye dış ticaret açığını yerli vinç kullanımıyla kapatabilir.”



## Yeni bisiklet yolları yapılacak

**H**ava kalitesinin artırılması, gürültünün azaltılması, trafiğin önlenmesi ve düşük karbon salınımı için çalışmalar yapan Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, bisiklet kullanımının yaygınlaştırılması için harekete geçti. Çevre ve Şehircilik Bakanı Erdoğan Bayraktar, ulaşım odaklı, güvenli bisiklet yollarının yapılması için hazırlanan uygun projelere her türlü desteği vereceklerini açıkladı.



Kararın Türkiye’de bisiklet kullanımının yaygınlaşması açısından önemli bir adım olduğunu söyleyen Bisikletliler Derneği Başkanı Murat Suyabatmaz, “Türkiye’de yaklaşık her yıl 1 milyon yeni bisiklet satılıyor. Ülkemizde 30 milyon kullanılabilir bisiklet var. Kullanıcı sayısı ise 50 milyonu buluyor. Kullanımın artması için güvenli altyapı ve topyekün çalışmalar yapılmalı. Bisikletin ülke ekonomisine katkısı çok büyük. Bisiklet kullanımı arttıkça tamamen ithalata dayalı olan akaryakıt tüketimi azalacak. Buna karşılık sağlık giderlerinden de tasarruf sağlanacak” diye konuştu. Türk halkının bisiklet kullanımı konusunda giderek bilinçlendiğini ifade eden Murat Suyabatmaz şöyle devam etti:

“Enerji Bakanlığı’nın geçen yıl yaptığı ulusal ankette bisiklet ile ilgili sorulara katılımcıların yüzde 66.7’sinin ulaşım aracıdır yanıtını verdiği görülüyor. Bisikleti çocuk oyuncakı olarak görenlerin oranı ise yüzde 33.3 civarında. Bu halkın bilinç seviyesinin arttığını gösteriyor.”

## Ambalaj sektörü 10 milyar \$’a koşuyor

**A**mbalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Yönetim Kurulu Başkanı Sadettin Korkut, 2005 yılında 4.75 milyar dolar büyüklüğü olan



ekonomisinden daha hızlı büyüyerek, 2011 yılında 9 milyar dolar büyüklüğe ulaştığını söyledi. Korkut, şunları kaydetti:

“Ambalaj sektörümüzün büyüklüğü 9 milyar dolar ama 300 milyar dolarlık bir ekonomik hareketliliği etkiliyoruz. Ambalaj bir ürünün giysisidir. Ürününüz ne kadar iyi olursa olsun giysisi iyi değilse satmanız zor olacaktır. Türkiye’de mevcut ve son yıllarda gelişme eğilimi gösteren sanayi dallarında üretilen çeşitli tarım ve gıda ürünleri ile diğer gıda dışı ürünlerin amaca yönelik pazarlanmasında, özellikle ihracat mallarında ambalaj giderek daha önemli bir yer tutmaktadır.

Ambalaj ürünün tüketiciye en ekonomik yolla ulaşmasını sağlar, depolama kolaylığı yaratır. Önemli bir görevi de taşıdığı bilgilerle tüketiciye seçim ve kullanım kolaylığı sağlamasıdır.”

20 yıl önce, 24 Ocak 1992 tarihinde Türkiye Ambalaj Sektörünün gelişmesi için 39 ambalaj sanayicisinin bir araya gelerek Ambalaj Sanayicileri Derneği’ni kurduğunu belirten Korkut, bugün Derneğin 200 üyesi bulunduğunu söyleyerek; “Dernek üyeleri üretilen ambalajın ana malzemesine göre gruplandırıldığında 13 alt grubu kapsamaktadır.” dedi.

# KOBİ Gündemi

## Helal Gıda Sertifikası etiketlerde kullanılabilir



**M**ÜSİAD Gıda ve Tarım Sektör Kurulu Türkiye İstişare, Aksaray'da 'Yeni Kodeks ve Yönetmeliklerle Gıda ve Tarım Sektörü'nün Geleceği' konu başlığının tartışıldığı bir oturum ile gerçekleşti. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Müsteşar

Yardımcısı Dr. Nihat Pakdil, KDV oranlarının düşürülmesi noktasında Başbakan Erdoğan'ın talimatı olduğunu ve maliye bakanlığının bu konuda çalışma yaptığını söyledi. Dr. Pakdil hükümetin KDV oranlarını yeniden düzenlediğini belirterek, özellikle toptancıda yüzde 1 iken perakendeye dönüştüğünde yüzde 8'i bulan KDV oranının rekabet üretiminde kayıt dışına neden olduğunu söyledi ve KDV oranlarının düşürüleceğini açıkladı. Pakdil, Tarıma Dayalı Organize Hayvancılık Bölgeleri'nin Sanayi Bakanlığı'ndan, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na devrolunacağını söyledi.

Pakdil, Helal Gıda ve Yeni Etiket Yönetmeliği ile ilgili olarak şunları söyledi:

"Yeni etiket yönetmenliğine göre, tüketici sağlığına yönelik alınan tüm uluslararası belgeler ve özellikle TSE 'den Helal Gıda Sertifikası alan firmalar bu logo ve işaretleri ürettikleri ürünlerin etiketlerinde bundan sonra rahatlıkla kullanabilecekler. Gıda Güvenliği ve Tüketici Sağlığını geliştirmeye yönelik faaliyetler ortaya koyması koşuluyla bu tür belgeleri kullanabilecek."

## İYSAD'dan okullarda ücretsiz yemek projesi

**İ**stanbul Yemek Sanayicileri Derneği (İYSAD) Başkanı Sadık Çelik ülke çapındaki tüm devlet okullarında parasız yemek uygulamasına geçilmesini önerdi. Dengesiz ve kötü beslenme alışkanlıklarının okul çağındaki çocukları olumsuz etkilediğini belirten Çelik yaptığı açıklamada konuyu Milli Eğitim ve Sağlık Bakanlıkları ile paylaşmak istediklerini açıkladı.

Çelik şunları söyledi:

"Sosyal devlet olmanın bir gereği olarak okullarda yemek ücretsiz olmalıdır. İlköğretim, Lise ve Üniversitelerde sağlıklı, dengesiz ve kötü beslenme nedeniyle obezite oranı giderek artmaktadır. Kantinler ne kadar sıkı denetlenirse denetlensin öğrencilerin kalori hesabı yapılmış sağlıklı ve dengeli yemek ile beslenmesi gereklidir. Ayrıca okullarda dar gelirli ailenin çocukları da hiç değilse bir öğünde dengeli ve yeterli gıdaya eşit



şekilde ulaşma imkanına kavuşmuş olacaktır. Kitabını ücretsiz veren, ücretsiz IPAD dağıtabilen devlet öğrencilerin karnını da doyurabilmelidir."

Çelik, konuyla ilgili Milli Eğitim Bakanı Ömer Dinçer ve Sağlık

Bakanı Recep Akdağ ile görüşeceklerini belirterek; YÖK ve Milli Eğitim'e bağlı tüm eğitim kurumlarına her türlü altyapı ile birlikte personel, araç-gereç ve teknik bilgi desteği İYSAD tarafından karşılıksız olarak sağlanacağını belirtti.

## Süt sektörü iddialı

**A**mbalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği (ASÜD)'nin, 2. Olağan Genel Kurulu gerçekleşti.

ASÜD Başkanı Harun Çallı, ülkemiz süt sektörünün, yüksek kalite ve kapasitede üretim yapan ve çok sayıda firmadan oluşan güçlü bir sanayiye sahip olduğunu kaydederek, "Böylesine güçlü bir sektöre sahip olan ülkemizin, dünya sıralamasında ilk 10'da yer alması için hiçbir eksiği bulunmuyor. Hükümetimizin güçlü hayvancılık politikaları ve



sektörümüzün dünya standartlarındaki yenilikçi üretim anlayışı bir araya geldiğinde bu hedef her zamankinden daha gerçekçi bir hal alıyor" dedi.

Dünyanın 14'üncü büyük süt üreticisi olan Türkiye'nin toplam süt üretiminin, 2011 yılında 14 milyon tonu aşacağını ifade eden ASÜD Başkanı, Türkiye süt sektörünün, yüksek kalite ve kapasitede üretim yapan güçlü bir sanayiye sahip olduğunu belirtti.

# KOBİ'lerde çevre bilinci artışa geçti

KOBİ'ler çevresel danışmanlık hizmetleri de talep etmeye başladı. Ekonorm Çevre Mühendislik Anadolu Pazarlama Departmanı Yöneticisi Rasih Yılmaz, "Artık sadece sanayici değil, geleceği gören akıllı KOBİ'ler de çevre konusundaki yükümlülüklerini sektirmeden yerine getiriyor. Hiçbir firma, KOBİ isminin çevre cezalarıyla yan yana gelmesini istemiyor" diyor.



Rasih Yılmaz

Giderek artan çevresel duyarlılık, artık dev yatırımların kaderini "çevresel izinlere" bağlı hale getirirken, sanayiciyle birlikte KOBİ'lerin de bu konudaki duyarlılığını da artırdı. Çevre konusundaki taleplerini sadece mevzuatla sınırlı tutmayan KOBİ'ler, mevzuatta olmayan çevresel danışmanlık hizmetleri de talep etmeye başladı.

Ekonorm Çevre Mühendislik Anadolu Pazarlama Departmanı Yöneticisi Rasih Yılmaz, "Artık sadece sanayici değil, geleceği gören akıllı KOBİ'ler de çevre konusundaki yükümlülüklerini sektirmeden yerine getiriyor. Hiçbir firma, KOBİ isminin çevre cezalarıyla yan yana gelmesini istemiyor." diyor.

## Cezalar etkili oldu

Çevre izinleri ve çevre mevzuatının artık yatırımların temeli haline geldiğini belirten Ekonorm çevre Mühendislik Anadolu Pazarlama Departmanı Yöneticisi Rasih Yılmaz, "Öyle ki milyar dolarlık bir enerji yatırımında 60'a yakın izin ve belge süreci oluyor. Bu süreçlerin de büyük bölümü çevre ile ilgili" diyor.

Sadece sanayicilerin değil artık KOBİ'lerin de çevreyle

ilgili düzenlemelere uymaya büyük önem verdiklerini belirten Yılmaz, şunları söylüyor:

"Çevre konusunda mevzuata uymayan firmalar, ağır cezai yaptırımlarla karşı karşıya gelebiliyor. Bu alandaki düzenlemeler ve artan bilinç, firmaların bakış açısını da değiştirdi. Sadece büyük sanayi işletmeleri değil, geleceğini düşünen 'akıllı' KOBİ'ler de çevreye yatırım yapıyor. Mevzuatta olmayan çevresel hizmetleri de talep ediyor. Karbon ayakizi talep ettikleri hizmetlerden sadece biri. Bize gelen müşteri taleplerinin son 2 yılda yüzde 80 artması da bu durumun göstergesi."

## 296 projeye ÇED olumlu raporu verildi

Türkiye'deki çevresel mevzuatın temelleri arasında bulunan ÇED süreci, bu konudaki gelişimi de ortaya koyuyor. Türkiye'de ilk ÇED yönetmeliğinin çıktığı 1993 yılından bu yana, "2 bin 400'e yakın yatırıma 'ÇED olumlu raporu' verildi. 1993-1998 yılları arasında toplam 380 projeye ÇED olumlu raporu verilirken, 2011 yılında bu rakam 296'ya kadar çıktı.

Afyon'da yapılan 19 proje bu kapsamda yer alırken, Ankara'da 15, İzmir'de 18, Gaziantep'te 12, Konya'da 14, İstanbul'da 9 proje ÇED olumlu raporu aldı.

## Tüketiciler çevreyi önemsiyor

Sürdürülebilirlik Akademisi'nin Schneider Electric ve GFK Türkiye işbirliğiyle yaptığı ve geçtiğimiz günlerde yayımlanan 2011 Yeşil Tüketim Araştırması, çevresel bilincin tüketici davranışlarına olan etkisini ortaya koydu. Bin 487 kentli tüketici ile yapılan araştırmaya göre, Türk tüketicileri çevre konusunu önemsiyor, ancak henüz bu bilinç istenilen düzeyde satın alma davranışlarına yansımıyor. Satın aldığı ürünlerin yeşil/çevre dostu olması gerektiğini düşünenler yüzde 71 oranındayken, sıklıkla yeşil/çevre dostu ürün satın alanlar sadece yüzde 19'da kalıyor. Araştırmaya göre her 3 kişiden biri çevreyle ilgili çalışmaların olumlu yönde geliştiğini belirtirken, tüketicilerin yüzde 33'ü hükümetin bu konudaki rollerini devam ettirmesini bekliyor. Ayrıca tüketiciler bu alanda STK, bireysel, özel sektör ve medyanın da rollerini artırarak sürdürmesini bekliyor.



# Girişimin yeni adresi: MESLEK AKADEMİLERİ

Güzellik sektöründen aşçılığa, basım yayımdan ağırlama hizmetlerine modadan aşçılığa kadar çok çeşitli alanda eğitim veren akademilerin sayısı her geçen gün artıyor. Sektörlere nitelikli eleman yetiştiren bu akademiler, sağladıkları iş ve staj olanaklarıyla da dikkat çekiyor.



**T**ürkiye’de istihdam alanında yaşanan sıkıntıların temelinde işgücünün eğitim ve bilgi seviyesinin, dolayısıyla üretim düzeylerinin yeterli olmaması yatıyor. Uygulamadan uzak bir mesleki eğitim anlayışının yanı sıra uygulama pratiği de önemli sıkıntılar arasında yer alıyor. Teknolojiyi anlayan ve uygulamayı bilen, verimli ve kaliteli mal ve hizmet üretebilen vasıflı işgücüne duyulan talep bugün daha da öne çıkmış durumda.

Zira işverenler de vasıflı, iyi eğitilmiş eleman bulamaktan şikâyetçi. Bu anlamda nitelikli eleman yetiştiren meslek akademileri giderek önem kazanmaya başladı. Güzellik sektöründen aşçılığa, basım yayımdan ağırlama hizmetlerine kadar çok çeşitli alanda eğitim veren akademiler var. Bu akademiler hem nitelikli eleman yetiştiriyor hem de istihdam garantisi sağlıyor.

Bu akademileri sizler için araştırdık...

#### **Mutfaka nitelikli eleman yetiştiriyor**

2004 yılında Mehmet Aksel tarafından kurulan Mutfak Sanatları Akademisi (MSA), senede 750’nin üzerinde mezunu ile yiyecek içecek sektörüne nitelikli, eğitilmiş personel yetiştiriyor. Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı ve uluslararası mesleki yeterlilik sertifikası veren dünyaca ünlü City & Guilds’e Türkiye’den akredite ilk ve tek profesyonel aşçılık okulu MSA, Dünya Şefler Birliği (WACS) tarafından profesyonel eğitimde üstün kalite ödülüne layık görülmüş.

MSA bünyesinde profesyonel aşçılık, profesyonel pasta-ekmekçilik, yiyecek-içecek işletmeciliği ve profesyonel barmenlik eğitimleri veriliyor. Profesyonel mutfaklarda sekiz ay süren profesyonel aşçılık ve pasta-ekmekçilik eğitimlerinin dört ayı profesyonel mutfaklarda uygulamalı eğitim, dört ayı da otel ve restoranlarda staj olarak gerçekleştiriyor.

MSA kampüsünde, profesyonel mutfaklar, seminer odaları, Türkiye’nin ilk ve tek mutfak oditoryumu, Yeme - İçme Konulu Uzmanlık ve Nadir Eserler Kütüphanesi, yiyecek - içecek müzesi, AR-GE mutfak laboratuvarı ve Okulun Mutfak ismi restoran yer alıyor.

#### **ABD ve Avrupa’da çalışma şansı**

MSA bünyesinde bir İK departmanlarının olduğunu söyleyen Mutfak Sanatları Akademisi Kurucusu Mehmet Aksel, “Tüm öğrencilerimize, eğitimleri devam ederken insan kaynakları konusunda eğitim veriyoruz. Mezuniyetleri sonrasında da bir kariyer danışmanı olarak onlarla beraber kariyerlerine yön veriyor, takip ediyoruz. Üstelik bu hizmet MSA mezunları için tamamen ücretsiz olarak yapılıyor. Ayrıca kurduğumuz MSA Mezunlar Derneği çerçevesinde mezunların birbirilerini bulmasına, bir networking sistemi kurmasına yardımcı oluyoruz” diyor.

MSA mezunları City & Guilds akreditasyonuna sahip MSA’ dan aldıkları Europass geçerliliğine sahip diploma-

## **Lüks gemilerde iş imkanı**

**MC** Akademi güzellik sektöründe yetiştirdiği kursiyerlerine İngiliz Steiner firmasıyla yaptığı işbirliği ile ayda en az 2 bin ile 3 bin dolar arası maaşla lüks yolcu gemilerinde iş imkânı sağlıyor. İngilizce bilen mezunlarına dünya turu vaat ettiklerini söyleyen Mustafa Koç, “Yurtdışına gidecek ilk adaylarımızı mezun ettik. Türk öğrencilerin yanı sıra, Moğolistan, Ermenistan, İsrail ve Cezayir’den gelen yabancı uyruklu öğrenciler de eğitimlerini tamamlamanın ve sertifikalarına kavuşmanın mutluluğunu yaşadılar. Çok yakında yeni görevlerinin başında olacak öğrenciler 3 bin dolar maaş ile çalışıp dünyayı dolaşmanın keyfini çıkartacaklar” diyor.

larıyla Avrupa’da herhangi bir ülkede rahatlıkla çalışma ve yaşama izni alabiliyor. MSA öğrencileri ve mezunlarına sunduğu Amerika’da maaşlı staj imkanı ile hem kariyerlerini uluslararası bir platforma taşıyabilmelerine hem de maddi birikim sağlamalarına yardımcı oluyor. Department of State’in temsilci kurumunun özel izniyle düzenlenen maaşlı staj programı çerçevesinde şef adayları 8 aylık eğitimin 4’üncü ayından itibaren başlayan mecburi staj dönemini Amerika’da geçirerek hem kurumsal bir mutfak ortamında staj yapabilecek hem de İngilizce düzeylerini yükseltebiliyor.

#### **Servis ve lezzet akademisi**

Dünyada 25 yıldır ağırlama ve mutfak sektörlerinde kariyer gelişimi odaklı eğitim veren ve dört kıtada okulları bulunan American Hospitality Academy International Hospitality Management Schools’un (AHA-IHMS) Türkiye haklarını alan Uluslararası Servis ve Lezzet Akademisi (USLA) Türkiye’nin ilk ağırlama akademisi olarak açıldı.

2 bin m<sup>2</sup>’lik sekiz kattan oluşan USLA’da farklı büyüklüklerde olan sınıflarda teori eğitimleri verilirken, ön büro, bar ve barista dahil olmak üzere yiyecek ve içecek servis, misafir odası gibi uygulamalı eğitimlerin verildiği sı-



# Kapak konusu



niflarda mevcut. USLA Genel Müdürü Korkut Anıç, "USLA AHA-IHMS'in dünyada bulunan tüm okullarında okuyan öğrencilerle ve eğitmenlerle buluştukları 'e-campus' ile öğrencilerine eğitim konularında konuşma, fikir alışverişi, beyin fırtınası, video konferans ve birlikte proje yapabileme imkanı sunuyor" diyor.

### Yurt dışında staj imkanı

Uluslararası Mutfak Sanatları Programı ile

geleceğin şeflerine profesyonel yemek pişirmenin temellerini, farklı yemeklerin hazırlanmasında gerekli olan prensipleri, prosedürleri ve teknikleri sunarak, onlara gerekli olan profesyonel yetkinlikleri kazandırılıyor. Profesyonel Aşçılık Temel Seviye Programı ile American Hospitality Academy'nin sekiz aylık uluslararası akredite sertifika programı gerek mutfak sanatlarında uluslararası geçerli yetkinliklere sahip olmak isteyenlere gerekse bu dalda yeni bir kariyer adımı atmak isteyenlere özel hazırlanan bir program.

Profesyonel Pasta ve Ekmekçilik Programı sekiz aylık uluslararası akredite sertifika programı öğrencilere profesyonel pasta ve ekmekçiliğin temellerini, tüm hazırlık süreçlerinde gerekli olan prensipleri, prosedürleri ve teknikleri sunarak, onlara gerekli olan profesyonel yetkinlikleri kazandırıyor. Uluslararası Ağırlama Hizmetleri Programı ise ağırlama hizmetleri içerisinde bulunan tüm operasyonel akışı detaylı bir şekilde sunuyor, yurtiçi ve yurtdışı staj imkanlarıyla alınan eğitimi gerçek hayat deneyimi ile birleştiriyor.

Odalar Bölümü Uzmanlık Programı, resepsiyon, rezervasyon, danışma ve santral operasyonu gibi odalar bölümünün farklı bölümleri ile ilgili gerekli olan profesyonel yetkinlikleri kazandırıyor. Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Uzmanlık Programı, resmi veya resmi olmayan bir yiyecek



ve içecek işletmesinde misafirlere toplam deneyim yaşatacak, onları memnun edecek ve fark yaratacak bir servis verebilmeleri için gerekli olan profesyonel servis tekniklerini ve becerileri sunuyor.

### Güzellik sektörüne istihdam

Özel meslek akademisi MC Akademi ise güzellik sektöründe yer almak isteyenleri meslek sahibi yapıyor. MC Akademi'de, kuaförlük, estetisyenlik, lazer epilasyon, manikür ve pedikür, protez turnak, profesyonel makyaj, kalıcı makyaj, plastik makyaj ve klasik masaj eğitimleri veriliyor.

MC Akademi Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç, "Akademimizde uyguladığımız programla kursiyerlerimizi, güzellik sektöründe başarıya ulaşmaları doğrultusunda eğitiyoruz. Akademimizde teorinin yanı sıra pratiğe de önem veriyoruz ve her branşta ileri teknikleri öğretiyoruz. Kursiyerlerimiz altı aylık kurs bitiminde kendi salonlarını açabilecek deneyim ve donanıma ulaşmış oluyor" diyor. MC Akademi, mesleki eğitimlerini başarıyla tamamlayan kursiyerlerine dünyanın her yerinde geçerliliğe sahip Milli Eğitim Bakanlığı onaylı eğitim sertifikası da veriyor. Koç sunları söylüyor:

"Alanında uzman eğitim kadromuzla profesyoneller yetiştirmek, akademik düzeyde eğitim vermek, kurs bitiminde her kursiyeri kendi salonunu açabilecek yeterlili-



ğe getirmeyi amaçlıyoruz. Akademimize yurtdışından bile büyük ilgi var. Şu ana kadar 40'a yakın ülkeden birçok kursiyeri meslek sahibi yaptık. Verdiğimiz sertifikayla kendi ülkelerinde salon açma imkanı sunduk. Özellikle İran, Almanya, Rusya, Portekiz, Amerika ve Finlandiya'dan yoğun katılım oldu. Bu kursiyerlerin birçoğu kendi salonlarını açtı, açılan her salonu temsilcimiz olarak görüyorum. Çok yakında Almanya'da Türk gençlerine yönelik eğitimler vermeye de başlayacağız."

### Makyaj uzmanları yetiştiriyor

Alan derslerinin yanı sıra iletişim, müşteri ilişkileri, girişimcilik, mesleki İngilizce, kişisel gelişim, salon yönetimi, iş organizasyonu, iş güvenliği, işletme-iktisat ve zara-

fet gibi dersler de veriliyor.

Özellikle dizi, sinema, televizyon ve katalog çekimlerinde kuaförlük, makyaj, plastik makyaj ve masaj gibi konularda profesyonel hizmete ihtiyaç duyulduğunu belirten Koç, "Akademimizde verdiğimiz eğitimlerle güzellik sektörüne uzmanlar yetiştiriyoruz. Bu uzmanları özellikle yoğun çalışılan ve çok sayıda güzellik uzmanına ihtiyaç duyulan setlerde ekip olarak görevlendiriyoruz. Çekimlerin büyüklüğüne göre iki kişiden başlayan ve ihtiyaca göre sayıyı artırdığımız ekiplerimiz var. Bu ekiplerde kuaförler, makyöz/makyörler, plastik makyaj uzmanları, estetisyenler ve masör/masözler bulunuyor" diyor.



#### Basım yayıma eleman

Merkezi Finans ve İhale Birimi (MFİB) ile Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından açılan VOC-TEST Merkezleri Hibe Programı kapsamında İstanbul Ticaret Odası (İTO) tarafından hazırlanarak sunulan ve hibe almaya hak kazanan VOC-Test Merkezi projesi de basım yayım sektörüne nitelikli istihdam sağlamayı hedefliyor.

Proje ile İTO bünyesinde, matbaa sektörüne yönelik olarak gerekli akreditasyonların yapıldığı bir test ve sınav merkezi oluşturulacak. Proje ile belirlenen meslek dallarında, meslek standartları ve ulusal yeterlilik taslağı hazırlanacak, kurumsal bilgi sistemi bilişim altyapısı oluşturulacak merkez ile "Personel Belgelendirme Akreditasyonu" ve Mesleki Yeterlilik Kurumu "sınav ve belgelendirme kuruluşu" konusunda yetki alınması hedefleniyor. Bu sürecin sonunda Türkiye'de basım yayım sektöründe sertifikasyon konusunda yetkilendirilmiş ilk merkez oluşturulacak. İTO yetkilileri, bu sertifikanın, hem işi yapacak kişiye hem de işi yaptıracak işverene güven verecek bir sertifika olacağını söylüyorlar.

#### Çıtır Usta'dan eğitim

Akademilerin dışında artık şirketlerin de kendi içlerinde nitelikli iş gücü yetiştirmeye yönelik projelerine rastlıyoruz. Bu firmalardan biri de Çıtır Usta... Firma, İstanbul Aydın Üniversitesi ve İŞKUR işbirliği ile kurduğu Çıtır Usta Eğitim Akademisi'nde "Çağrı Merkezi ve Servis Elemanı" sertifika programı uyguluyor. 2012 sonu-

## Mutfak Sanatları Akademisi'nden ücretler

Profesyonel aşçılık 13 bin 900 TL

Profesyonel pasta ve ekmekçilik 11 bin 800 TL

Profesyonel yiyecek içecek işletmeciliği 4 bin 320 TL

Chef&Owner, 16 bin 600/aşçılık, 14 bin 500 TL/pastacılık

ProChef 6 bin 400 TL

Profesyonel barmanlık ve mikoloji, 2 bin 950 TL

Temel aşçılık 12 bin 700TL

na kadar 500 kişinin mezun olması planlanan Akademi'den sertifika alacaklara şirket bünyesinde ve sektördeki uygun pozisyonlarda yüzde 51 oranında iş garantisi sunulacak.

HACCP gıda güvenliği, ürün eğitimleri, iş sağlığı ve güvenliği, 21'nci yüzyıl beş yıldızlı müşteri servis programı, kişisel bakım ve hijyen, İngilizce, etkili ve düzgün konuşma, iletişim ve ikna, müşteri ilişkileri ve stres yönetimi gibi derslerin verildiği Çıtır Usta Eğitim Akademisi Çağrı Merkezi ve Servis Elemanı Sertifika Programı'nda dersler, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin eğitim kadrosu tarafından veriliyor.

#### Çağrı merkezi ve servis elemanı

Çıtır Usta Eğitim Akademisi'nin sektöre nitelikli personel kazandırmak adına önemli bir oluşum olduğunu anlatan Çıtır Usta Yönetim Kurulu Başkanı Atilla Külekçioglu, şunları söylüyor:

"Çıtır Usta Eğitim Akademisi ile yemek sektörüne nitelikli eleman sağlamak fikri ile yola çıktık. Başlattığımız 'Çağrı Merkezi ve Servis Elemanı Sertifika Programı'yla standardı gittikçe yükselen servis sektöründeki eğitimli personel açığını kapatmaya; ülkemizin en hızlı büyüyen alanlarından biri olan çağrı merkezi sektörüne de nitelikli eleman kazandırmaya yardımcı olmayı hedefliyoruz. Amacımız akademimizdeki sertifika programından mezun



# Kapak konusu



olacak kişilere iş güvencesi sağlamak. Yalnızca kendi şubelerimizde değil, sektör genelinde personel eğitimini yükseltmek bizim için çok önemli.”

## **Bir usta bin usta**

Anadolu Sigorta da ‘Bir Usta Bin Usta’ projesiyle kaybolmaya yüz tutan mesleklerin yeniden canlanmasını sağlamayı hedefliyor. Proje, Kültür Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Müdürlüğü’nün teknik danışmanlığında yapılıyor. Proje süresince Kültür Bakanlığı, iller ve illerdeki kaybolma riski olan meslekleri öneriyor, STK’ları belirliyor ve İl Kültür Müdürlükleri’ni yönlendiriyor.

Proje kapsamında her yıl Kültür Bakanlığı’nın önerdiği iller arasından beş il ve meslek seçiliyor ve her meslek için 15 ile 20 arasında kursiyer eğitiliyor. Proje ile 10 yıl boyunca 50 mesleğin ve toplam bin usta adayının desteklenmesi hedefleniyor.

Proje kapsamında 2012 senesi içerisinde ise Ankara’da



sedef kakma kursu, Kars’ta kilim ve heybe yapımı, Muğla’da cam üfleme, Nevşehir’de çömlek yapımı ve Tokat’ta yazma baskı kursları başlatılacak.

## **Moda fabrikası**

LaSalle, Türkiye’nin ilk moda, tasarım okulu olarak açıldı ve bugüne değin sektöre binlerce eleman yetiştirdi. 1993’te İstanbul şubesi açılan Kanada merkezli LaSalle İstanbul, 6 ülkedeki 18 şube arasında dünyadaki en iyi 5

okuldan biri seçildi. Bu başarının arkasında Hugo Boss, Roberto Cavalli, Mavi Jeans, Park Bravo, İpekyol gibi önemli markalara tasarımcı yetiştiren büyük bir moda fabrikası gibi çalışması yatıyor.

La Salle İstanbul’da Türkiye’de nitelikli insan kaynağı yetiştirmek için dizayn ve finans konularına yönelik diploma ve sertifikalar veriyor. Bilgisayar operatörü, marka temsilcileri, pazarlamacı, grafik tasarımcı, stil ve trend uzmanları gibi branşlarda uzmanlar yetiştiriliyor. Eğitim sistemi iki aşamadan oluşuyor. Birincisi, uluslararası diploma programlarını kapsıyor. Bu program moda işletmesi ve markalaşma ağırlıklı. İki yıl yoğun süren eğitim programlarının ardından mezunlara diploma veriliyor.

Bir diğeri ise sertifikalı eğitim programı. Burada pozisyona göre eleman yetiştiriliyor. Örneğin stilist, modelist, bilgisayarlı grafik tasarım, moda pazarlaması, stil, trend ve koleksiyon bilgisine yönelik eğitimler veriliyor. Sınıflar ise 16 kişiden oluyor. Eğitimcilerin tümü La Salle mezunu. Dünyanın dört bir yanından eğitimciler geliyor.

## **Çocuk gelişimi, saç bakımı**

Hızlı gelişen iş yaşamı ve ortaya çıkan yepyeni sektörler meslek yüksekokullarına olan ilgiyi her geçen gün artırıyor. Üniversitelere nazaran daha kısa süreli eğitim programlarıyla iş yaşamına yetişmiş insan gücü kazandıran meslek yüksekokulları dünyasına geçen yıl iddialı bir isim katıldı. İstanbul’un merkezi kabul edilen Nişantaşı’nda faaliyete geçen Nişantaşı Meslek Yüksek Okulu (NMYO), yükseköğrenim camiasının lider kuruluşları arasında kendini gösterecek.

İş dünyasının beklentileri doğrultusunda nitelikli, uygulama ağırlıklı eğitim almış öğrenciler yetiştirmeyi amaçlayan Nişantaşı Meslek Yüksek Okulu, dokuz bölümden oluşuyor. Çocuk Gelişimi, Bilgisayar Programcılığı, Moda Tasarımı, Dış Ticaret, Lojistik, İşletme Yönetimi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Uygulamalı İngilizce ve Türkçe Çevirmenlik, Saç Bakım ve Güzellik bölümlerine kayıt yaptıracak öğrenciler, Türkiye’nin en etkin ve iş yaşamına hakim akademik kadrolardan eğitim alıyor.

## **Staj ve iş olanağı**

Okulun temel misyonu, teorik eğitimin yanı sıra uygulama olacak. İşadamları ve üst düzey profesyonel yöneticilerinin de devrede olduğu Nişantaşı Meslek Yüksek Okulu’nda uygulamalı eğitim temel alınıyor. Her bir öğrenci bulunduğu bölümle ilgili periyodik olarak şirketlerde uygulamalı pratik eğitime tabi tutuluyor. Staj ve iş yaratma olanakları da yüksekokulun diğer iddialı olduğu alanlardan.

Nişantaşı Meslek Yüksek Okulu, özellikle staj ve iş edinme misyonu ile öne çıkıyor. İş dünyasının ulusal ve uluslararası güçlü şirketleri ve gruplarıyla ortak hareket eden Nişantaşı Meslek Yüksek Okulu, öğrencilerin staj ve iş konularına alternatifli çözümler üretecek, yine nitelikli ara eleman ihtiyacına dönük yaklaşım geliştirecek.

## E t k i n l i k

# İşini hızla büyüt yatırımcını bul

Türkiye'nin büyüyen girişimcilik sektörüne başarı hikâyeleri yazdırma hedefiyle kurulan Startup Labs, 6-26 Nisan tarihleri arasında Özyeğin Üniversitesi'nde gerçekleştirilecek. Dünyanın dört bir yanında düzenlenen bir girişimcilik yarışması olan Startup Weekend'in yaratıcıları tarafından kurulan Startup Labs, girişimcileri 3 hafta içinde işlerini kurup büyütme yönünde teşvik ederken, onları uluslararası yatırımcılarla da biraraya getirecek.



Startup Weekend'in yaratıcıları tarafından kurulan erken aşama yatırım fonu Startup Labs, Galata Business Angels ve Girişim Fabrikası tarafından Türkiye'ye getiriliyor. Türkiye'nin önde gelen melek yatırımcı grubu Galata Business Angels ve ICT sektörü odaklı fikirlerin ticarileşirmesi amacıyla kurulmuş, Türkiye'nin ilk ve tek iş hızlandırma programı olan Girişim Fabrikası işbirliğiyle başlatılan program, 6-26 Nisan tarihleri arasında Özyeğin Üniversitesi Çekmeköy Kampüsü'nde gerçekleştirilecek.

Üç hafta sürecek olan Startup Labs programı süresince takımlara GBA & Startup Labs'den ortak 30 bin dolarlık yatırım, mentorluk, ofis alanı, startup dünyasının en önemli isimleriyle ve diğer yatırımcılarla bir araya gelme fırsatı verecek. Temel amacı takımları kullanıcı/gelir hedefleri üzerine odaklanarak çok hızlı bir sürede büyümeye ve sadece üç haftalık bir zaman içerisinde şirketlerinin çalıştığını ispatlamaya itmek olan programın son gününde ise takımların kendilerini uluslararası yatırımcılara gösterip daha fazla yatırım desteği alabilecekleri bir "Demo Günü" düzenlenecek.

## Pazarlama stratejisi belirlenecek

Startup Labs yöneticilerinden Tuğçe Ergül "Her şey iyi bir iş fikri olan parlak, enerjik insanlarla başlıyor. Türk girişimcilerinin çoğu gibi. Startup Labs ise buna gereken yardımcı ve destek kanallarını da ekleyerek geleceğin büyük şirketlerinin yaratılmasına yardımcı oluyor," diyor. Ergül ayrıca önümüzdeki iki sene dünya çapında 100 şehirde programlarını düzenlemeyi planladıklarını da sözlerine ekliyor.

Startup Labs'te ülkenin önde gelen isimleriyle çalışmaya, bir iş fikrini rafine etmeye ve problemlerin üstesinden gelebilmeye yardımcı olacak kaynaklar sunulurken, şirketlere satış/ pazarla-

ma stratejisi belirleme fırsatı da veriliyor. Aynı zamanda ülkenin en iyi danışmanlarından hukuk, muhasebe ve finans alanında hızlandırılmış derslerin de verildiği Startup Labs İstanbul'un yatırım ortağı olan Galata Business Angels, Türkiye'nin büyüyen girişimcilik sektörüne başarı hikâyeleri yazdırma konusunda da kararlı. Galata Business Angels Direktörü Elbruz Yılmaz "İstanbul'un teknolojik ilerlemesinin ve Doğu ile Batı arasındaki konumunun bir rekabet avantajı sağladığına inanıyoruz. Burada henüz keşfedilmemiş ve el değmemiş yeteneklerden oluşan bir hazine saklı. Startup Labs, işte bu yeteneklerin bir kısmını gün ışığına çıkarmayı amaçlıyor," diyor.

## Kaynağa ihtiyaç var

Türkiye'nin inovasyon başlı fikirlerle yola çıkmış global girişimcilere ihtiyacı olduğu bilinciyle hareket eden Girişim Fabrikası Direktörü İhsan Elgin ise Startup Labs girişiminin Türkiye'deki girişimcilik ekosistemiyle ilgilenen bütün paydaşlara çeşitli işbirlikleri gerçekleştirerek küresel seviyede büyük başarılar imza atma fırsatı sunan bir katalizör görevi gördüğünü söylüyor. Elgin, Türkiye'de yeni kurulan şirketlerin, çıktıkları bu girişimcilik yolculuğunda çok daha fazla kaynağa ihtiyacı olduğunu vurguluyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

## Uzman isimler mentorluk yapacak

Startup Labs bu sıralar seçilecek olan 5 takımı 3 haftalık serüvenlerinde destekleyecek önde gelen mentor ve danışman ağını yaratmakla meşgul. Programda mentor olarak takımlarla çalışmak üzere Sina Afra, Melih Ödemiş, Elbruz Yılmaz, İhsan Elgin, Emre Kurttepel, Numan Numanbayraktaroğlu, Ali Karabey, Burak Divanlıoğlu, Nevzat Aydın ve Ziya Boyacıgiller gibi isimler bulunuyor. Takımlar programa 15 Mart 2012'ye kadar <http://istanbul.startuplabs.org> adresinden ulaşabiliyor olacak.

e - t i c a r e t

# İnternette 10 bin pırlanta satacaklar

Genç girişimciler Ertuğrul Belen ve Nurettin Özdoğan'ın Zen Pırlanta'nın sahibi Emil Güzelış ortaklığıyla altı ay önce hayata geçirdikleri [www.divaspırlanta.com](http://www.divaspırlanta.com), Türkiye'nin her tarafına uygun fiyatlarla pırlanta satıyor. Birinci yılın sonunda 10 binin üzerinde ürün satmayı hedefleyen ortaklar, şu anda bu hedefin yüzde 45'ini yakalamış durumda. Siteden, Dubai, Almanya ve İngiltere'ye de satış yapılmaya başlandı.

Başta internet olmak üzere yeni bilgi teknolojilerinin gelişimiyle başlı başına bir sektör haline gelen e-ticaret, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızlı bir şekilde büyüyor. İnternet kullanım oranıyla paralel şekilde büyüyen e - ticaret sektörü her yıl yüzde 50'ye yakın bir büyüme gösteriyor.

Öyle ki geçen yıl 22.9 milyar lira hacme ulaşan sektörün büyüklüğünün 2012 sonunda ise 34 milyar lirayı bulması bekleniyor. Türkiye'de bugün 5 milyonun üzerinde internet üzerinden alışveriş yapan kullanıcı sayısının da 2016'ya gelindiğinde on katın üzerinde büyüyeceği öngörülüyor. Veriler,

Türkiye'nin dünyada e-ticaret alanında en hızlı pazarlarından biri olduğunu gerçeğini ortaya koyarken, pek çok girişimciyi de tetikliyor. Ertuğrul Belen ve Nurettin Özdoğan da geleceği e-ticarette gören bu genç girişimcilerden.

Tüketicilerin alışverişlerini online olarak yapmaya alıştıklarını gözlemleyen iki arkadaş, kurdukları [www.divaspırlanta.com](http://www.divaspırlanta.com) adresi üzerinden uygun fiyatlı pırlanta takı satışı gerçekleştiriyor. Pırlanta sektöründe Zen Pırlanta'nın üretim ve sektör deneyimini de arkalarına aldıklarını belirten Divas Diamond ortaklarından Ertuğrul Belen, " Birinci yılın sonunda



Ertuğrul Belen ve ekibi

10 binin üzerinde ürün satmayı hedefliyoruz. Şu anda bu hedefin yüzde 45'ini yakalamış durumdayız. Birinci yılımızın sonunda 3 milyon lira ciro hedefliyoruz. Açılalı altı ay olmasına rağmen yabancı yatırımcılar sitemizle ilgilenmeye başladı" diyor.

#### Hedefi 30 milyon lira

Türkiye'de pırlantalı takı pazarının büyüklüğü 1.5 milyar lira olarak hesaplanıyor. Divas Diamond da önümüzdeki beş yılda yüzde 1 ya da 2'lik pazar payı hedefliyor. Sitenin önümüzdeki beş yılda ulaşmayı planladığı ciro ise 30 milyon lira. 2012 yılında Türkiye'de dikey e-ticaretin gelişeceğini öngördüklerini ve kadınlara alışveriş yaptırmayı hedefledikleri için böyle bir site kurduklarını söyleyen Belen, "Ayrıca pırlanta kullanmanın herkesin hakkı olduğunu düşündük. Bütün bu görüşler doğrultusunda da mağaza açmadan, sadece internet sitemizden satış yapmak için altı ay önce sitemizi faaliyete geçirdik. Dört kişilik bir ekiple Türkiye'nin her noktasına uygun fiyatlı pırlanta satıyoruz. Ayrıca Dubai, Almanya, İngiltere'de satışlarımız başladı. Amazon.com'dan onay aldık. İlk kez Türkiye'den bir pırlanta şirketi Amazon'da mağaza açacak. Avustralya ve İngiltere'den de onay alma aşamasındayız" diye anlatıyor.

#### Adını 'Dives'ten aldı

Belen ve Özdoğan'ın keşişme noktaları e-ticaret olmuş. Daha önce PricewaterhouseCoopers Türkiye'de ve kendi aile şirketleri Sihar Mobilya'da farklı görevlerde çalışan Belen, e-ticaretteki gelişmeleri yakın takibe almış. Türkiye'nin ilk kurumsal sosyal medya stratejik planlama ajansı Dekatlon Buzz'un kurucusu olan arkadaşı Nurettin Özdoğan da onun gibi e-ticaret alanında yeni bir şeyler yapmak peşindeymiş. Bunun için de hisselerini devredip tamamen bu alana odaklanmış. Sonrasında iki arkadaş birlikte hareket etmeye karar vermiş ve 'İnternette ne satabiliriz?' üzerine çalışmalar yapmış. Kadına yönelik bir site açma konusunda hem fikir olan ikili, onlarca iş arasından kadınlara ulaşabilir fiyatlarla pırlanta satmayı seçmişler.

Türkiye'de son yıllarda her şeyin bir arada satıldığı yatay e-ticaret sitelerinin ağırlıklı olduğunu, ancak 2012 yılında sadece bir ürüne yönelik sitelerin yaygınlaşarak dikey e-ticaretin gelişeceğini öngördüklerini söyleyen Belen, "Sadece ayakkabı, sadece gözlük, sadece saat gibi ürünlerin satıldığı e-ticaret siteleri geliyor. Biz de bunun için sadece pırlanta satmaya karar verdik. Altı ay önce sitemizi açtık. 1 milyon dolarlık yatırım yaptık. Markamıza İngilizce zenginlik anlamına gelen 'Dives' kelimesinden yola çıkarak 'Divas' adını verdik.

#### Hedef 30 milyon lira ciro

Türkiye'de pırlantalı takı pazarının büyüklüğü 1.5 milyar lira olarak hesaplanıyor. Divas da önümüzdeki beş yılda yüzde 1 ya da 2'lik pazar payı hedefliyor. Sitenin önümüzdeki beş yılda ulaşmayı planladığı ciro ise 30 milyon lira. Divas'ın arkasında, uzun yıllardır pırlanta sektöründe faaliyet gösteren Zen Pırlanta'nın tasarım, üretim gücünün yanı sıra sektör tecrübesi de var. Pırlanta üzerine internette satış yapmaya

## Satışlarının yüzde 60'ı Anadolu'ya yapılıyor

Divas Diamond, tüketicilerine pırlanta sertifikası, 30 gün süre içerisinde geri iade ve yıl içerisinde ücretsiz tamir ve temizlik garantisi gibi katma değerli hizmetler de sunuyor. Hatta sitede ürünün elde nasıl durduğunu gösteren 3 boyutlu videolar ve fotoğraflar bile bulunuyor. Yaptıkları araştırmalarda en çok iade sebebinin ürünün beklenden küçük olması nedeniyle yapıldığını gördüklerini ve bu nedenle böyle bir uygulama başlattıklarını belirten Özdoğan, satışlarının yüzde 60'ının Anadolu'dan olduğuna da değiniyor.

Pırlantaya erişimi kolaylaştırdıklarını söyleyen Özdoğan, şöyle devam ediyor: "Sitemizden alışveriş yapanlar ağırlıklı olarak Anadolu'dan. Konya, Kayseri, Gaziantep gibi iller öne çıkıyor. Ürünlerimizi çok hoş kokan, gül yaprakları içinde bir kutuda gönderiyoruz. Bu sunum çok hoşuna gidiyor tüketicinin. Hatta kokumuz o kadar beğeniyormuş ki parfüm mağazalarında bu kokuyu arayanlar varmış".

karar verdikten sonra Zen Pırlanta'nın sahibi Emil Güzeliş'in kapısını çaldıklarını ve böyle bir işbirliğinin doğduğunu dile getiren ortaklardan Nurettin Özdoğan, şöyle devam ediyor: "Emil bey fikrimizi çok beğendi ve ortaklık teklif etti. Yüzde 50 ortak olduk. Farklı bir marka yaratmanın doğru olduğunu söyledi. Bunun sonucunda 'Divas' ortaya çıktı. Avrupa'nın önde gelen pırlanta tesisine sahip olan Zen'de, Divas için ayrı bir üretim bandı kurduk. Kendi tasarımlarımızı imal etmeye başladık. Mağazalaşmak yerine sadece internette satışa odaklandık. AVM'ler ve cadde mağazalarında kiralar ve giderler oldukça yüksek. Biz mağazalaşmadığımız için bu maliyetlerimiz de yok. Üstelik sadece 4 kişilik bir ekibiz. Bütün firmalar operasyonel giderlerini genelde ürün birimine yansıtırlar. Bizim gider kalemimiz düşük olduğu için bu durumu ürün fiyatlarımıza yansıtıyoruz. Bizden uygun fiyatlı pırlanta olmadığı konusunda iddialıyız."

#### Altın yükselince satışları arttı

Siteyi faaliyete geçirdikleri 1 Eylül 2011 tarihinde altın fiyatlarında büyük bir artış olduğunu hatırlatan ve bu durumun satışları için olumlu bir etki yarattığına değinen Özdoğan, şunları anlatıyor: "Sitemizi açarken fiyatlarımızı çok iyi belirlemiştik. Ama bir anda birinci ayın sonunda işler farklı gelişti. Çeyrek altın fiyatını pırlanta sattığımız için düşüncü, doğum günü gibi günlerde bizim ürünlerimiz tercih edilir oldu. Üstelik bizden aldıkları ürünleri istedikleri şehre ve adrese kadar gönderdiğimiz için ilgi yoğun oldu. Pırlanta her zaman lüks aksesuar olarak algılanmıştı. Bin liranın altında ürün bulmak çok zordu. Ama biz 'akıllı tasarımlar'ı geliştirdik. Pırlantayı değerini düşürmeden, herkesin satın alabileceği bir hale getirdik. Fiyatlarımız 99 liradan başlıyor."

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr



# Yaşlı ekonomisi girişimci çekiyor

Alanında Avrupa'nın lider kuruluşları arasında yer alan Belçikalı Senior Assist Sağlık Grubu Türkiye'de faaliyetlerine başlıyor. Türkiye'ye ilk etapta 160 milyon Euro'luk yatırım ile giren Senior Assist, +60 Yaşam Evi, evde bakım, gündüz bakım ve tele bakım alanlarında hizmet verecek.

Avrupa ülkeleri arasında en genç nüfusa sahip olan Türkiye de giderek yaşlanan ülkeler arasına girmeye başladı. Zira şu anda 60 yaş üzeri 6 milyon kişinin bulunduğu nüfusun 2050 yılında 17 milyona ulaşması öngörülüyor.

Bu öngöründen yola çıkan şirketler, Türkiye'ye yatırım yapmaya başladı bile. Bu şirketlerden biri de Senior Assist...

Güney Amerika, Büyük Britanya, İspanya ve Belçika başta olmak üzere dünya genelinde 3 bin 200 yatak kapasiteli 42 huzurevi bulunan Avrupa'nın alanında liderlerinden Senior Assist Sağlık Grubu, Türkiye'de +60 yaşam evleri, evde bakım, gündüz bakım ve tele bakım olmak üzere dört temel alanda hizmet sunuyor.

İlk etapta Güre'de 80 yatak kapasiteli, hazıranda tamamlanacak 280 yatak kapasiteli Beylikdüzü merkezleri ile faaliyetlerine başlayan Senior Assist, beş yıl içerisinde yatak kapasitesini beş bine çıkarmayı planlıyor.

## Altı milyon yaşlı

Senior Assist Yönetim Kurulu Başkanı Bart Vanderschrick, Senior Assist'in 2006 yılında ileri yaştaki bireylerin fiziksel,



zihinsel ve sosyal açıdan iyi bir yaşam sürdürmesini sağlamak hedefiyle kurulduğunu ve bugün 42 yaşam merkezinde 3 bin 200 yatak kapasitesiyle hizmet verdiğini söylüyor. Vanderschrick; "Yaşlı bakımındaki uluslararası birikimimizi, 60 yaşın üzerindeki 6 milyon kişi için Türkiye'ye getirdik" diyor.

Avrupa'da yaşlı nüfusun arttığını söyleyen Bart Vanderschrick, Türkiye'de 60 yaş üzeri yaklaşık altı milyon insan olduğunu ve bu rakamın 2050 yılında 17 milyona ulaşmasının öngörüldüğünü belirtiyor.



### 300 milyon Euro'luk yatırım

Türkiye'de 1960'lı yıllarda başlayan huzurevi hizmetlerinde 52 senede 24 bin yatak kapasitesine ulaşıldığını söyleyen Senior Assist CEO'su Emrah Gültekin ise Türkiye'deki merkezlerinde beş yılda toplam beş bin yatak kapasitesi ile hizmet vermeyi planladıklarını belirtiyor. Gültekin, 60 yaş üzeri kişilerin hayat kalitesini yükseltmek ve yaşama aktif katılımlarını sağlamak için Türkiye'de bakım standardını yükselteceklerini ifade ediyor. Türkiye'ye üç yılda 160 milyon Euro'luk yatırım ile girdiklerini kaydeden Gültekin, "Hedefimiz bu rakamı 5 yılda 300 milyon Euro'ya çıkarmak. Yerel ihtiyaçları da analiz ediyor ve planlamalarımızı yapıyoruz ancak öncelikle yaşlı nüfusun yoğun olduğu İstanbul, Kuzey Ege, Ankara ve İzmir bölgelerine odaklanacağız" diyor.

### Tüm hizmetler kayıt altında

Şirket yapısını ve işleyişini sürekli geliştiren Senior Assist, ERP sistemi ile iş yapış süreçlerindeki verimliliği artırırken kendi geliştirdiği online takip sistemi ile de bireylere verilen tüm hizmeti kayıt altına alıyor. Bu sayede, bireyin izniyle, yakınları buldukları yerden internet aracılığıyla Senior Assist'in sistemine giriş yaparak, yapılan tüm işlemleri görebiliyor.

Doğal güzellikleri ve temiz havasıyla Türkiye'nin sayılı termal merkezleri arasında yer alan Güre +60 Yaşam Evi'nde 24'ü özel bakım ünitesi olmak üzere, tümü deniz ve dağ manzaralı, 80 yataklı 40 oda bulunuyor. Standart aktivitelere ek olarak Güre'de termal terapi de uygulanıyor. Hazırda hizmete girecek olan 280 yatak kapasiteli Beylikdüzü +60 Yaşam Evi'nde ise ile sağlıklı yaşlı bakımı, yatakta sürekli bakım, fizik tedavi ve rehabilitasyon ve gündüz bakım hizmetleri verilecek.

### Kişiyeye özel bakım

Yaşlı ergonomisi düşünülerek inşa edilen Senior Assist merkezlerinde her kat değişik zevklere uygun olarak farklı renk, koku ve görsellerle tasarlanmış.

Bireylerin fiziksel, zihinsel ve sosyal ihtiyaçlarına odaklanan Senior Assist, misafirlerinin yaşam kalitelerini koruyarak ve geliştirerek aktif hayata daha fazla katılımlarını sağlayacak aktiviteler de sunuyor. Öte yandan bireylerin bakım planlaması ise disiplinli bir gözlem ve değerlendirme süreci sonucunda yapılıyor. Senior Assist merkezlerinde konaklayan sakinlerin tedavisi yakından takip ediliyor, dengeli ve sağlıklı beslenme için de 'kişisel beslenme' programı uygulanıyor.

### Fiziksel aktiviteler ön planda

Otel standardında çeşitli hizmetler sunan, spa, sağlık merkezi, terapi merkezi ve tedavi merkezleri bulunduran +60 Yaşam Evi'nde uygulanan başlıca programlar arasında çeşitli sosyal ve kültürel aktiviteler de yer alıyor. Fiziksel aktiviteler arasında ise yoga, pilates, dans, günlük vücut egzersizleri, vücut masajları, doğa yürüyüşleri, yüzme ve fitness bulunuyor. Ayrıca, bireysel terapi ve grup terapileri ve başlıca psikolojik aktiviteler ile birlikte 7/24 sağlık hizmetleri de sunuluyor.



## Birçok destek sunuyor

Senior Assist, günlük yaşam şartlarını koruyarak tedavi sunmak, hastalığın oluşturabileceği yetersizlik etkisini azaltmak amacıyla hasta ve ailelerine, yaşadıkları ortamda sağlık desteği de veriyor. Evde bakımın tıbbi hizmetleri kapsamında, aile hekimi/evde bakım doktoru ziyareti, uzman doktor ziyareti, telefonla danışmanlık, tıbbi girişimler bulunuyor. Bakım hizmetleri kapsamında ise hastanede ve evde planlı hemşire veya bakım destek personeli hizmeti, prematüre, yenidoğan bebek bakımı ve aile eğitimi, yoğun bakım hizmeti, diyetisyen hizmeti, fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri, sosyal hizmet uzmanı ve psikolog desteği veriliyor. Özel tedavi hizmetleri kapsamında, her hastanın karşılaştığı sorunlar ve bakım gereksiniminin kişiyeye özel olduğu düşünülerek kişiyeye özel hizmet planı hazırlanıyor. Ayrıca hastanın kendi bakımını üstlenmesinin önemli olduğu hastalıklar için geliştirilmiş bir hastalık yönetim hizmeti de bulunuyor. Hastanın evden çıkamadığı acil ya da zorunlu durumlarda gereksinimlerini karşılamak amacıyla verilen destek hizmetleri de Senior Assist'in özel tedavi hizmetleri kapsamında. İş yerinde sağlık hizmetin de ise kurumun gereksinimleri doğrultusunda hedef kitle odaklı programlar planlanıyor ve çalışanlara buldukları ortamda hizmet veriliyor.

+60 Yaşam Evi merkezlerine ek olarak önümüzdeki dönemde yaşam köyü projesi de hayata geçirmek istediklerini söyleyen Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Bengi Tutak, "Türkiye'de 60 yaş üzeri bireylere sunduğumuz hizmeti bir adım öteye taşıyarak onlara yeni yaşam stili ve desteği sunan bir yaşam köyü inşa etmeyi planlıyoruz" diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

# Hasta bezi için İsveç'ten geldi

Kişisel bakım ürünleri pazarında dünya devi, hasta bezi kategorisinde ise Avrupa'da pazar birincisi olan TENA markasını Türkiye'de satışa sunan İsveçli dünya devi SCA Hijyen, Türkiye pazarına iddialı girdi. Önümüzdeki iki yıl içinde üretim kapasitesini üç misline çıkarmayı planlayan şirket, Türkiye üzerinden Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Türk Cumhuriyetleri'ne de ulaşmayı hedefliyor.



Yaşlı nüfus potansiyelini gören şirketlerden biri olan İsveçli SCA, inkontinans (mesane zayıflığı) ürünlerinde 'TENA' markası ile dünyada yüzde 24, Avrupa'da yüzde 41 pazar payı ile lider bir global şirket... SCA Hijyen, 2011 yılının Ağustos ayında SAN Sağlık'ın yüzde 95 hissesini satın alıp firmaya kendi adını vererek Türkiye pazarına girdi. Hasta bezi kategorisinde üretim yapan marka, lider konumunda. Dışarıdan ihracat yerine girdiği ülkede üretim yapan firma, dünyanın birçok yerinde farklı markalarla faaliyet gösteriyor.

SCA Hijyen, Ülker Grubu'nun bebek bezi, hijyenik ped, ıslak mendil ve şampuan grubunu üreten Komili firmasına

yüzde 50 ortak olup faaliyetlerine SCA Yıldız olarak devam ediyor. Dünyada farklı branşlarda 281 fabrikası olan, 102 ülkede faaliyet gösteren SCA Hijyen, ürün gamını bayi ağına sundu.

#### İki yılda üç katı üretim

Hijyenik sağlık ürünleri kategorisinde hayatı kolaylaştıracak yüksek kaliteli çözümler üreten SCA Hijyen, Türkiye pazarına sunduğu TENA markası ile sağlık sektöründe önemli bir yere sahip olan yetişkin hasta bezine sektördeki son teknolojiyi kullanacak. TENA ürünleri, idrar tutamama sorunu yaşayanlar için çözümler öneriyor.



SCA Hijyen Türkiye'de, TENA dünya markası ile klasik hasta bezinin yanı sıra üç çeşit tek kullanımlık iç çamaşırı şeklinde hasta bezi, kadın mesane pedi, erkek mesane pedi ve yatak koruyucu gibi ürünleri piyasaya sundu. Önümüzdeki iki yıl içinde ilave edilecek iki hat ile üretim kapasitesini üç misline çıkarmayı planlayan şirket, yapılacak bu yatırımla gelecekte Türkiye üzerinden Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Türk Cumhuriyetleri'ne de ulaşmayı ve Türkiye pazarında da lider konuma ulaşmayı amaçlıyor.

#### “Türkiye gelecek vaat ediyor”

Genç nüfusa sahip Türkiye'deki hasta bezi pazarının, Avrupa'ya oranla daha küçük olmakla beraber önümüzdeki dönemde potansiyel vaat ettiğini belirten SCA Hijyen Türkiye Genel Müdürü Cem Türker, pazarı büyütmek için önemli adımlar attıklarını ifade ediyor.

Türker, bu konuda en önemli gündemin SGK ile yapılacak görüşmeler sonrasında, geri ödeme sisteminin iyileştirilmesine yönelik çalışmalar olduğunu belirtirken, hasta bezinin şu anda yüzde 18 olan KDV'sinin yüzde 8'e düşürülmesinin de son tüketicie fiyat açısından olumlu yansıtacağını vurguluyor.

#### Geri ödemeye SGK ayarı

Bu amaçla Nisan ayında Kopenhag'da yapılacak, 55 ülke-deki tüm geri ödeme sistemlerinde yer alan yöneticilerin katılacağı İnkontinans konulu Global Forumu düzenleyen şirket, tüm dünyada uygulanan modelleri Türk kamuoyunun faydalanması için bilgisine sunacak. Türker, bu organizasyonla, kamu kurumlarını tüketicie daha iyi hizmet vermesi için dünyada kabul görmüş fikirleri sunmak ve Türkiye'deki hasta bezi pazarını büyütmek konusunda çalışmada bulunmayı amaçladıklarını ifade ediyor.

En önemli gündemin SGK ile yapılacak görüşmeler sonrasında, geri ödeme sisteminin iyileştirilmesine yönelik çalışmalar olduğunu belirten Türker, “SGK hasta bezi kullanan tüketicilere bez başına 60 kuruş geri ödeme yapıyor. Yılda 120 adetle sınırlı olan bu ödemeler, KDV'siz 72 TL oluyor” diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

## Dünyadaki güçlü SCA markaları



## Türkiye Hasta Bezi Pazarı



Medikal market	13.800.000 €	36 %
Eczane	7.350.000 €	19 %
Süpermarket	6.750.000 €	18 %
Hastane	5.250.000 €	14 %
Belediye	2.250.000 €	6 %
Huzurevi	1.900.000 €	5 %
Evde bakım firmaları	700.000 €	2 %
<b>TOPLAM</b>	<b>38.000.000 €</b>	<b>100 %</b>

## SCA Hakkında



## 45 bin çalışanı var

1929 yılında İsveç'te kurulan SCA, 12,2 milyar Euro ciro ve 45 bin çalışanı ile kişisel bakım ürünleri pazarında dünyanın lider firmalarından biri. Kişisel bakım ürünlerinde hasta bezi, çocuk bezi, hijyenik ped, temizlik kağıtları kategorilerinde faaliyet gösteren SCA, ayrıca dünyanın en büyük ev dışı kağıt ürünleri, orman ürünleri ve ambalaj firmaları arasında yer alıyor. Hasta bezi kategorisinde TENA markası ile dünya ve açık ara Avrupa'da pazar lideri konumunda olan SCA, çocuk bezi ve hijyenik ped'de Avrupa 3'üncüsü, tüketici ve ev dışı kağıt ürünlerinde ise Avrupa lideri durumunda. SCA'nın 102 ülkede, toplam 281 fabrikası bulunuyor.

## E t k i n l i k

# Garanti, Anadolu'yu karış karış geziyor

**Garanti Bankası, İzmir ve Yalova Anadolu Sohbetleri ile Antalya ve Denizli Kadın Girişimci Buluşmaları'nı gerçekleştirdi. Bir sonraki Anadolu Sohbetleri 26 Nisan tarihinde Antalya'da, Kadın Girişimci Buluşması ise 16 Nisan tarihinde Antakya'da olacak.**



Garanti Bankası her ay KOBİ'leri buluşturduğu Anadolu Sohbetleri'nin yanı sıra kadın girişimcileri de Kadın Girişimci Buluşmaları kapsamında biraraya getiriyor. Garanti Bankası, 2002'den bu yana düzenlediği Garanti Anadolu Sohbetleri'nin 10'uncu yılına bu yıl İzmir'de başladı.

"Dünya Kenti Olma Yolunda İzmir" başlıklı toplantıya İspanya'dan katılan iki uzman, coğrafyası, iklimi ve yaşam tarzıyla İzmir'e benzeyen Barcelona'nın markalaşma hikayesini, örnek vaka olarak anlattı. Garanti Anadolu Sohbetleri'nin 76'ncı buluşmasına, Barcelona Kentsel Projeler Direktörü Prof. Josep Anton Acebillo ile Garanti Bankası'nın ortağı BBVA'nın Katalonya Bölgesi Danışma Kurulu Başkanı Pedro Fontana konuk oldu.

Garanti Bankası Genel Müdürü Ergun Özen, "10 yılda, 56 ilde 75 toplantı düzenledik, tam 120 bin km yol kat ettik. Ülkemizin üretici güçleri için, Anadolu'yu karış karış dolaşan bir marka yarattık. Gündeme getirdiğimiz konular, gerçek projelere dönüştü. 10 yılda, işletmelerimiz için Türkiye'nin en büyük bilgi platformunu kurduk." dedi.

Dünya kenti olma perspektifiyle uluslararası platformdan bakıp Barcelona modelini inceleyerek, İzmir'e bir düşünce penceresi açmayı amaçladıklarını vurgulayan Özen, İzmir'in sahip olduğu dinamizmi gerçek bir atılıma dönüştürmesi halinde dünyanın özgün metropollerinden biri haline gelebileceğini ifade etti.

## 77'nci toplantı 77'nci ilde

Garanti Anadolu Sohbetleri'nin 77'nci toplantısı ise Türkiye'nin 77'nci ili Yalova'da gerçekleşti. Toplantıda, Doğu Marmara kentsel bölge oluşumu ve Yalova planlaması, sağlık turizmi, çiçek kültürüyle marka olmak, makro-ekonomik veriler ışığında Yalova'nın bugünü ve geleceği tartışıldı.

Etkinlik; Yalova Ticaret ve Sanayi Odası Meclis Başkanı Mehmet Gürel, Yalova Belediye Başkanı Yakup Bilgin Koçal ve Yalova Valisi Esengül Civelek'in açılış konuşmalarıyla başladı. Ardından, İstanbul Şehir Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Murat Güvenç, İç Hastalıkları ve Geriatri Uzmanı Prof. Dr. Vecdet Tezcan, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Silvikültür Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Alper Çolak ve İstanbul Bilgi Üniversitesi Öğretim Üyesi Asaf Savaş Akat birikimlerini paylaştı.

## Kadınlar buluşuyor

Bunun yanı sıra Kadın Girişimci Buluşmalarını da düzenleyen Garanti Bankası Türkiye Kadın Girişimciler Derneği'nin (KAGİDER) işbirliğiyle, 2012 yılının ilk buluşmasını Antalya'da yaptı. Kadın girişimcilerin yoğun katılım gösterdiği toplantıya, Antalya İş Kadınları Derneği Başkanı Işık Yargın da katıldı.

"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 hikâyesini paylaştığı sohbetle tamamlandı.

## Başarılı rol modeller

17'nci Kadın Girişimci Buluşması ise 15 Mart tarihinde Denizli'de yapıldı. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, şunları söyledi:

"Garanti Bankası olarak, desteklenen ve güçlenen kadın girişimciliğinin, yadsınamayacak ekonomik kalkınma, büyüme ve verimlilik artışının yanı sıra, işsizlik ve yok-





sulluğun azalmasına da katkıda bulunduğunu biliyoruz. Günümüzde artık devlet, kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları, kadınlarımızın bu konudaki çalışmalarına daha etkin destek veriyor. Kadın girişimcilerimiz, onları motive edecek çok başarılı rol modellerine sahip.

Finansal kaynak bulma, bilgiye kolayca ulaşma olanakları arttı.”

Bir sonraki Anadolu Sohbetleri 26 Nisan tarihinde Antalya’da, Kadın Girişimci Buluşması ise 16 Nisan tarihinde Antakya’da gerçekleşecek.

## “Denizli’de girişimcilik potansiyeli var”

Kadın Girişimci Buluşmaları’nda konuşan KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Gülden Türktan Denizli’nin geçtiğimiz yıl Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’na en çok sayıda başvurunun geldiği kentlerden birisi olduğunu belirterek, şunları söyledi: “Bu kentteki girişimcilik ve istihdam potansiyelini gururla izliyoruz. Çünkü KAGİDER modelinde kadının ekonomik güçlenmesi için girişimcilik ve istihdamın el ele ilerler. Profesyonel olarak çalışan kadının girişimcilik için gerekli sosyal ve finansal sermayeyi hazırlaması daha kolaydır. Hem girişimcilik hem de istihdam alanındakadına Fırsat Eşitliği sağlanması çok önemlidir. Bu görüşten hareketle KAGİDER olarak geliştirdiğimiz iş yaşamında Fırsat Eşitliği Modeli’ni geçtiğimiz hafta Birleşmiş Milletler Kadının Statüsü Komisyonu Toplantıları’nda sunduk ve ülkemiz için örnek olan bu modele büyük destek aldık. Garanti Bankası da eşitlik modeli projemize tabi olan örnek firmalardan birisidir. Bu model ülke ve sonra bölge geneline yaymayı hedefliyoruz. Kadın girişimcilerin, iş sahiplerinin bu süreçte önemli bir rolü olduğuna inanıyoruz.”

Hizmet

# Gaziantep yemekleri Rihan'da toplandı

Gaziantep mutfağının seçmelerini Suadiye'de sunan Rihan, genç girişimci kardeşler Aytunç ve Özlem Mekik ile onların aile dostları Rıza Akkaş tarafından hizmete açıldı. Turşuyu Antep'ten, tereyağını Göynük'ten getirdiklerini, etleri ise çiftliklerde kendilerine özel ürettirdiklerini belirten ve kısa sürede büyük bir müşteri kitlesine ulaştıklarını söyleyen Aytunç Mekik, ikinci şubeyi ise Avrupa Yakası'na açmayı planladıklarını söylüyor.



Aytunç Mekik

**S**on yılların popüler mekânlarından biri olan Ziyade Fasil'in sahipleri yeni bir mekân açtılar. Adı Rihan... Konsepti ise Gaziantep mutfağı. Esas mesleği İngilizce-Almanca turist rehberliği olan Aytunç Mekik özel bir şirketin pazarlama departmanında çalışırken, kız kardeşi Özlem Mekik ise bir gıda firmasının franchise müdürüydü. Kız kardeşinin işten ayrıldıktan sonra Aytunç Mekik'e "Kafe açalım" ısrarları üzerine aile dostları Rıza Akkaş ile birlikte 2005 yılında İstanbul'un Levent semtinde Ziyade Fasil'i açarlar.

Ziya Fasil çok ilgi görür, hatta bir ay önceden tüm rezervasyonlar dolar. Mekânın kapasitesinin yetmemesi üzerine 2008 yılında Suadiye'ye ikinci bir şube açılır. Ancak açıldıktan bir hafta sonra elektrik kontağı nedeniyle yangın çıkar. Ardından mekan için yeniden kuruluş çalışmalarına başlanarak girişimciler, bir ay sonra ikinci kez Ziyade Fasil'i açarlar.

#### Turşular Antep'ten

Aytunç Mekik'in aklıdan hep bir kebabçı açmak vardır. Bunu üzerine gavurdağı salatasından içli köfteye, fıstıklı kebabtan turşuya kadar onlarca kez tadım denemeleri yaparlar ve sonunda istedikleri lezzeti yakalamaları üzerine kebab restoranı açmaya hazır olduklarına karar verirler.

İşte Rihan 2012 yılının Ocak ayında böyle kurulur. Mekânda Antep yemekleri sunuluyor. Turşu Antep'ten özel olarak getiriliyor, tulum peyniri ise Erzincan'da özel olarak üretiliyor. Tereyağı Bolu Göynük'ten geliyor, nar ekşisi ise ev yapımı. Etlar Balıkesir'de farklı çiftliklerde özel olarak üretiliyor.

Mekik, Gaziantep mutfağının hem zengin olması hem de kendi damak tatlarına hitap etmesi nedeniyle seçtiklerini söylüyor.

#### Müşteriyle birebir ilgileniyor

Mekik, "Büyüyen bir işletmeyiz. Kazandığımız tüm parayı yine işimize yatırıyoruz. Ben 2009'dan beri aynı arabaya biniyorum. Bu bana yetiyor. Ama yanımda daha fazla insan çalışıyor" diyor. Rihan'da yaklaşık 50 kişi çalışıyor. Bu sayı yaz aylarında ise 90'a kadar çıkacak. Keza diğer mekânlarla birlikte toplam istihdam edilen kişi sayısı yaklaşık 200 kişi.

Mekânda telefonlara Aytunç ve Özlem kardeşler birebir bakıyor. Mekik, müşteriyle birebir kendilerinin ilgilediklerine de dikkat çekiyor. Sabah saat 09.00'da mekânın kapılarını Mekik

## Kurumsal aile işletmesi

**M**ekanın kurumsal bir aile işletmesi olduğuna ve artık Rıza Akkaş'ın çocuklarının da yavaş yavaş işletmelerin içerisinde yer almaya başladığına dikkat çeken Aytunç Mekik, şunları söylüyor:

"Biz tüm çalışanlarımızla bir aileyiz. Herkesin işletmeler içerisinde bir iş bölümü var. Örneğin kardeşim Özlem, rezervasyon ve satın almalarla ilgileniyor. Ben ise operasyon ve pazarlama kısmındayım. Ortağım Rıza Bey muhasebe ve operasyon. Rıza Bey'in oğlu Engin Akkaş ise operasyon konusunda destek veriyor."

## Uygun fiyatlı münüler

**İ**ş yemekleri için grup uygulamaları da yaptıklarını belirten Mekik, müşteri profilini genelde beyaz yaka çalışanların oluşturduğunu ancak yönetici ve patronların da mekânı sıkça ziyaret ettiğine dikkat çekiyor. Menü fiyatlarının da oldukça uygun olduğunu belirten Mekik, "Tavuk şiş 17 TL, çöp şiş 20 lira. Kişi başı bir menü ortalama 40 ile 50 lira arasında tutuyor" diyor.

Rihan'ın ikinci şubesini Avrupa Yakası'na açacaklarını bunun için de çalışmalara başlayacaklarını ifade eden Aytunç Mekik, bununla birlikte farklı restoran konsepti yaratmayı istediklerini de sözlerine ekliyor. Bu yıl 12 milyon TL ciro hedeflediklerini belirten Mekik, bu cironun önümüzdeki yıllarda daha da artacağını sözlerine ekliyor.

Kardeşler açıyor, gece kapanışı da onlar yapıyor. Kısacası işletmelerin her detayıyla birebir kendileri ilgileniyorlar.

#### Reyhan otunun moru

Aytunç Mekik, Farsça'da reyhan otu anlamına gelen Rihan'ı şöyle anlatıyor:

"Burası Antep yemekleri sunulan bir kebabçı. Mekanın ana rengi mor. Çünkü reyhanın yaprakları da mor. Bostancı sahilinde olduğumuz için Adalar'ı seyrediyorsunuz. 200 kişilik kapalı 200 kişilik açık kapasitemiz, sevenler için ocakbaşı da var. Güneydoğu Anadolu mutfağı ön planda. Münümüzü Türkçe-İngilizce yaptık. Masaya ilk olarak yulafli unla hazırlanan pideler veriyoruz. Sağlıklı olması açısından pidelerimizde tam buğday ununu tercih ediyoruz. Patlıcan, yoğurt ve bol baharat vazgeçilmez tatlarımız. Benim buluşum olan 'Baron' adlı acılı bir mezeyi yemeden kimseyi kaldırmıyoruz masadan. Muhammara, çiğ köfte, gavurdağı salatası ve içli köftelerimiz çok farklı. Pastırmalı humus, küşneme, Ali Nazik, fıstıklı kebab, terbiyeli şiş, şaşlık, fırında Beyti'nin tadına doyum olmuyor. Dondurmalı irmik ve kabak tatlısı da var."

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



# Coproline, seri e-girişimci yetiştiriyor



İnternette kendi işini kurmak isteyen girişimcilerle, ürünlerini dünya pazarına ihraç etmek isteyen veya dijital ekonomi ile güçlenmeyi planlayan şirketleri hedefleyen Coproline , modern iş simülasyonları eşliğinde uygulamalı olarak verdiği eğitimlerle farklılaşıyor. Şirketin yönetici ortağı Berke Sarpaş, kendilerini seri e-girişimci yetiştiren bir kurum olarak tanımlıyor.

**S**anal dünyada gerçekleşen alışveriş son beş yıldır hızla büyüyor. Büyük kurumlardan girişimcilere kadar herkes e-ticaret alanında varlık göstermek için birbiriyle yarışıyor.

Geçen yıl yüzde 50 oranında büyüme gösteren ve gelecekte de benzer büyüme performansına imza atması beklenen e-ticaret alanında iş yapmak isteyen ancak bu konuyla ilgili fikri ve bilgisi olmayanların imdadına ise farklı kurumların açtığı kurs ve sertifika programları yetişiyor. Bunlardan biri de 30 yıldır eğitim ve danışmanlık hizmeti veren Baltaş Grubu'nun eğitim şirketi Coproline .

2007 yılından bu yana e-ticaret ve dış ticaret eğitimleri veren şirket bugüne kadar özel ve tüzel 2 bin 500 kişiye eğitim, danışmanlık ve projelendirme hizmeti vermiş. Kuruluşların interneti kullanarak ticaret yapmasına olanak

sağlamak, bireysel girişimcilerin ise internette kendi işlerini kurarak onları ticaret hayatına sokmak için çalıştıklarını söyleyen Coproline Kurucu Ortağı Berke Sarpaş, bugüne kadar pek çok girişimcinin iş sahibi olmasına olanak sağladıklarının altını çiziyor.

#### İş fikrini de veriyorlar

“Biz seri e-girişimci yetiştiriyoruz” diyen Sarpaş, girişimcilere yönelik eğitim programıyla ilgili olarak şunları anlatıyor: “Bizim eğitimlerimize e-mail atabilen herkesi kabul ediyoruz. Projeniz olması gerekmiyor ancak kararlı ve emek verecek olmanız lazım. Eğitimlerde tüm bilgiler eksiksiz ve modern iş simülasyonları eşliğinde uygulamalı olarak öğretiliyor ve konular nöro-psikolojik yöntemlerle akılda kalıcı hale getiriliyor. Pazar araştırmasından ürün tespitine, mar-

kadan, satış stratejisine hatta katalog oluşturmaya kadar birebir uygulamalı eğitim veriyoruz. Eğitim sürecinde katılımcıya dış ticaret konusunda da pek çok bilgi veriliyor.”

Bugüne kadar eğitime katılan girişimcilerin kendilerinin verdiği iş fikrinin dışında iş fikirleriyle farklı alanlara girdiğini söyleyen Sarpaş, kimseden destek almadan şirket kurulumundan dış ticaret bağlantılarının sağlanmasına kadar her adımı eğitim sayesinde girişimcinin kendisinin yaptığını da altını çiziyor.

Eğitimler bilgisayarlı ortamda uygulamalı veriliyor. Altı haftada, cumartesi ve pazar günleri 4'er saat verilen eğitimlerin fiyatı 2 bin TL. Ancak bunun içinde şirketin kurulumuyla ilgili tüm giderler de dahil.

### KOBİ eğitimleri

Her ekranın bir vitrin olduğu günümüzde KOBİ'lerin de bu alana ilgi gösterdiğinin altını çizen Sarpaş, KOBİ'lere sundukları ihracatı artırmaya yönelik Global Kobi programlarının olduğunu da belirtiyor.

Coproline'in en büyük avantajı pek çok kurum tarafından akredite edilmiş olması. Örneğin, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2007 yılında, Uluslararası Ticaret Eğitimcileri Birliği (IATTO) tarafından 2008 yılında ve Ekonomi Bakanlığı tarafından 2009 yılında akredite edilen Coproline , ilgili kuruluşların rutin denetimi altında. Dolayısıyla bir KOBİ'nin, Ekonomi Bakanlığı'ndan aldığı eğitimin maliyetinin bir kısmını geri alabildiğini vurguluyor Sarpaş.

Sarpaş bugüne kadar 2 bin 500 özel ve tüzel kişiye eği-



## Coproline'in farkı nedir?

Gerek e-ticaret gerekse dış ticaret konusunda eğitim veren üniversiteler de dahil, pek çok kurum var. Berke Sarpaş Coproline 'ı bu kurumlar arasından ayırtıran en önemli farkın eğitim koçları olduğunu söylüyor. Eğitimcilerinin aktif çalışma hayatı devam eden sektör profesyonellerinden oluştuğunu anlatan Sarpaş, diğer farklı noktaların altını ise şu sözlerle çiziyor:

“En büyük farkımız eğitim ve danışmanlık çalışmalarımızı ‘sonuç odaklı’ sunmamız. İster bir girişimci olun, ister bir KOBİ sahibi ya da büyük ölçekli şirket temsilcisi, biz size sonuç aldırarak üzere çalışır ve bu odakta hizmet sunarız. Geri kalan her şey bizim için ikinci planda gelir. Coproline Ar-Ge'si sürekli olarak güncel kaynakları araştırarak eğitim programlarını ve danışmanlık çalışmalarını besler. Katılımcılarımız eğitimler ve danışmanlık çalışmalarımızda en güncel kaynaklar ve yöntemlerden istifade ederler.”

tim veren şirketten eğitim alanları şöyle anlatıyor:

“Kurumumuz, Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA) üyesi yaklaşık 300 kuruluşu, İstanbul Maden Metaller İhracatçı Birlikleri (IMMIB) üyesi 450 kuruluşu, Uludağ İhracatçı Birlikleri (UIB) üyesi 170 kuruluşu, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) üyesi yaklaşık 90 kuruluşu e-ticaret ve dış ticaret uygulamaları konusunda eğitti. Bunun dışında pek çok bireysel girişimci de bizden eğitim aldı.”

### Eğitimciler sektörden

Şirket bugünlerde Dijital Pazarlama ve E-Ticaret Micro Master Programı'nı da yaşama geçirmek üzere. Bu programın en önemli özelliği eğitimcilerin sektörün guruları ve üst düzey yöneticileri olması. Eğitim kadrosu içinde şu anda Migros Kangurum Genel Müdürü Hüseyin Aktuğ, Paypal Türkiye Ülke Müdürü Kıvanç Onan ve Turkcell Perakendeler Bölüm Başkanı Sait Ayaydın gibi isimlerin olduğunu anlatan Sarpaş konuşmasını şöyle sürdürüyor:

“Bu program şirketlerin pazarlama ve satış departmanlarında çalışan ve yeni pazarlama, satış stratejileri, sosyal medya ve dijital pazarlamayı öğrenmek isteyenlere yönelik bir program. Ayrıca şirketlerin e-ticaret sorumlularını da bekliyoruz.”

7 hafta, 100 saat sürecek bu programın en cazip tarafı sanal gerçeklik, sosyal ticaret, alternatif ödeme sistemleri, güvenlik sistemleri gibi pek çok konunun işlenecek olması. 20 kişilik sınıflarda verilecek eğitimin fiyatı ise bin 960 TL.

Şirket bünyesinde verilen bir başka eğitim ise doğrudan dış ticaret personeli yetiştirmeye yönelik. Sarpaş, 2009'dan bu yana verilen bu eğitimde dış ticaret mevzuatı direkt öğretiliyor ve bu eğitimi bitiren kişilerin şirketlerde dış ticaret operasyonunun yönetir hale gelebildiğini söylüyor.

Fatoş Bozkuş fbozkus@ekonomist.com.tr

## Söyleşi

# Koska, Cidde'den sonra Paris ve Londra'da açılacak



Emin Dindar

Koska markasıyla yurt dışında 70 bayisi bulunan ve ilk şubesini de geçtiğimiz aralık ayında Cidde'de açan Merter Helva, yeni pazarlara açılıyor. Bu yeni yapılanma için 5 milyon TL'lik bir kaynak ayırdıklarını söyleyen Merter Helva Yönetim Kurulu Üyesi Emin Dindar, Koska markasını Cidde'den sonra Londra ve Paris'e de taşıyacaklarını belirtiyor.

## KOSKA

**T**emelleri Hacı Emin Bey'in Denizli'deki helvacı dükkânıyla atılan Koska, bugün dördüncü kuşağın çabalarıyla yurtdışında da kendini gösterme imkanı buldu. Yurtdışında 1992 yılından beri bayilik kanalıyla büyümeye çalışan marka, artık şubeleşme yoluna gidiyor.

Yurt dışında 70 bayisi bulunan marka, ilk şubesini ise geçtiğimiz aralık ayında Cidde'de de açtı. Ürünlerin Türkiye'den yollandığı Cidde pazarında işlerin iyi gittiğini ifade eden Merter Helva AŞ Yönetim Kurulu Üyesi ve ihracat sorumlusu Emin Dindar, yeni şubeler için de çalışmalarının sürdüğünü açıklıyor. Bunun için Londra ve Paris Opera Meydanı'nda mağaza açmak istediklerini kaydeden Dindar, buralarda özellikle lokum ve şekerleme ürünlerinin ağırlıkta olacağını söylüyor. 125 milyon TL cirosunu bu yıl yüzde 25 artırmak istediklerini ifade eden Emin Dindar ile şirketin gündemindeki konuları konuştuk...

**KOBİ Girişim: Dördüncü kuşak temsilci olarak özellikle yurtdışında ciddi bir atak yaptığınızı görüyoruz. Yurtdışındaki**

**çalışmalarınız ne düzeyde, bu açılımı anlatır mısınız?**

**Emin Dindar:** Bu bizim dede mesleğimiz ve en iyi bildiğimiz iş. Dolayısıyla yurtiçindeki yapılanmamız gayet iyi giderken, yurtdışı ayağımızı da güçlendirmek istedik. Bunun ilk 1992 yılında Boston'daki pazarlama eğitimimi tamamlayıp işin başına geçtiğimde özellikle yurtdışı ayağımızı kuvvetlendirmek üzere çalışmalar yürüttüm.

**Kaç ülkede bayiniz var şu an?**

O zaman yani 1992 yılında çalışmalara başladığımda 3 bayimiz vardı. Bugün ise Avrupa, Balkanlar, Rusya, Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu'dan yaklaşık 60 ülkede 70 bayimizle bugünlere geldik. Fakat artık yurtdışında şubeleşme çalışmalarına hız verdik.

Geçtiğimiz aralık ayında Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın katılımıyla Cidde'de bir şube açtık. Şu an bundan çok memnunuz ve yeni şubeler için de yer arayışlarımız sürüyor.

**Hangi pazarlarda mağazalaşmayı düşünüyorsunuz?**

Tabii gündemimizde Avrupa, Körfez ve Uzakdoğu ülkeleri var. Fakat burada şöyle bir ayırım yapıyoruz şube ve bayi ağı.





Yani ürünlerimizin yerleşik olmadığı pek tanınmadığı ülkelerde yine bayilikler aracılığıyla büyümeyi istiyoruz. Bunun için de ilk hedefimiz Malezya, Endonezya, Çin gibi Uzakdoğu ülkelerine bayiler kanalıyla girmeyi istiyoruz. Orada ürünlerimizi pazarlayacak ve tanıttacak bir bayi yapılamasına ihtiyaç var. O nedenle bayilik yoluyla ilerleyeceğiz. Şubeleşme ise bizim için aslında yeni bir konu. O alanda da yeni mağazalarımız için Londra ve Paris'te yer arayışımız var. Dubai'de de bir mağazamız açılacak.

**Londra ve Paris'te nasıl ilerleyeceksiniz, mağazalarınız nasıl olacak?**

Londra'da da şu an yer bakıyoruz. Lokum ve şekerleme ürünlerimizle otantik bir mağaza açacağız orada. Paris'te de Opera Meydanı yakınlarında bir yer olacak. Türk lezzetini otantik olarak yaşatacak bir nokta olacak.

**Şubeleşme için ne kadarlık bir kaynak ayırdınız?**

5 milyon lira gibi bir rakam ayırdık. Bu bütçeyi bu yıl içinde yeni şubelerimiz için kullanacağız. En yakın ihtimalle iki şube hayata geçecek bu yıl. Sonraki yıllar da yavaş yavaş devam edecek bu.

**Peki şirketin cirosuna yurtdışının nasıl bir katkısı olacak?**

Geçen yılı 125 milyon TL gibi bir ciro ile kapattık. Bu yıl da yeni pazarlarında etkisiyle bu rakamı yüzde 25 artırma gibi bir planımız var. Sözünü ettiğim 60 pazarın ciromuza katkısı ise yüzde 20 civarında. Ancak yeni şubeler ve pazarlarla bu rakam daha da yukarılara çıkacaktır.

**Şirketin yurtiçindeki yapılanması nasıl, kaç şubeniz var?**

Avcılar ve Kütahya'daki tesislerimizde yıllık 14 bin 500 ton üretim yapılırken, bu ürünler 115 bayi kanalı ve yerel, ulusal market zincirleriyle tüketiciye ulaşıyor. İzmir, Ankara ve İstanbul'da bölge satış merkezlerimiz var. Ankara depomuz mesela 36 ile dağıtım yapıyor. Dolayısıyla Anadolu'da da etkin bir dağıtım ağıımız bulunuyor zaten.

**Son olarak aile bugün iki ayrı koldan aynı marka ile çalışmalarını sürdürüyor. Bir de logo davası var aranızda, iki aile görüşüyor mu?**

Çok yoğun herkes. Kimse birbiriyle görüşemiyor zaten. Daha doğrusu herkes işiyle meşgul aslında...

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr

## İki marka arasında boncuk davası

Denizli'de 1907 yılında Hacı Emin Bey'in girişimleriyle temelleri atılan Koska, baba mesleğini sürdüren Halil İbrahim Dindar'ın 1931 yılında oğulları ile birlikte İstanbul'un Koska semtinde bir dükkân açmasıyla devam ediyor. Zamanla Adil Bey'in yaptığı helva ve tatlıların lezzetiyle ünlene mağaza, bulunduğu semtten dolayı Koska Helvacısı olarak anılmaya başlıyor. Aile daha sonra Koska isminin patentini alarak, ürünlerinin markası yapıyor. 1974'te Topkapı'da kurulan fabrikada helvanın yanı sıra lokum, reçel ve koz helva üretimine başlayan Koska, 1982 yılında ise bir bölünmeye gitmiş. Kardeşlerden Nevzat ve Mümtaz Dindar, Koska markası altında Merter Helva'yı, Mahir Dindar ise Mahir Gıda'yı kurar. İki şirket de üretime kendi mağazalarıyla ve aynı markayla devam ediyor. Ayrışması için markaya bir nazar boncuğu yerleştirdiklerini ifade eden Emin Dindar, buna karşı ailenin diğer fertleri tarafından açılan dava ile ilgili ise "Dava açıldı. Biz de konuyla ilgili savunmamızı verdik, hakim davayı reddetti. Şu an dava temyizde ve sonucunu bekliyoruz" diyor.



## Ortadoğulu tahini, Ruslar helvayı sevdi

Ana üretimi helva olan Merter Helva AŞ'nin İstanbul Avcılar ve Kütahya'daki tesislerinde günlük üretimi sadece helvada 50 ton. Reçel ve tahin üretimi ise 20'şer ton olurken, pekmezde günlük üretim 15 ton. Şekerleme ve krokanlar ise günlük 5 ton civarında üretiliyor. Yurtdışı pazarlara Türkiye'den giden ürünler içinde bölgelere göre tüketim ise değişiyor. Ortadoğu pazarında Mısır, Suudi Arabistan ve Yemen gibi ülkeler daha çok humus yapımında kullandıkları için tahini tüketiyor. Bir de reçel ve lokumlar çok seviliyor. Ruslar ise helvayı daha çok tüketiyor. Rusya'da helva ayçiçekten yapıldığı için tadı ve kokusu daha farklı. O nedenle burada susamdan yapılan helva çok rağbet görüyor.

# Dijital anılara hayat veriyorlar

Alp Berri Ariti ve Mahir Ariti kardeşlerin 2011 yılının Mayıs ayında kurdukları Lukapu, dijital fotoğraf makineleri ile çekilen ve bilgisayarların hard diskinde gözlerden uzak saklanan fotoğraflara foto kitap olarak hayat veriyor. Kısa zamanda Türkiye'nin pek çok kentinden sipariş alan şirket, yurt dışından da satın alma konusunda teklifler alıyor.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte artık her anı telefonlarımızla fotoğrafa dönüştürebiliyoruz. Peki bu fotoğrafların ne kadarına tekrar geri dönüp bakabiliyoruz? Hele ki bu fotoğraflar bilgisayarımızda yüklüyse ayda yılda bir kere ya açıyor ya da açmıyoruzdur. İşte bu gerçekten yola çıkan iki girişimci kardeş, teknolojiyle nostaljiyi birleştirdi.

Alp Berri Ariti ve Mahir Ariti adlı iki kardeş tarafından 2011 yılının Mayıs ayında kurulan Lukapu, teknoloji alanında hizmet veren genç bir şirket... Türkiye'de yeni gelişen bir alanda hizmet yürütüyorlar. Dijital fotoğraf makineleri ile çekilen ve bilgisayarların hard diskinde gözlerden uzak saklanan fotoğraflara hayat veriyorlar. İster tatilde, ister doğum gününüzde, isterseniz düğününüzde çektiğiniz fotoğraflarınızı Lukapu sayesinde bir fotokitap haline getirip ölümsüzleştirabiliyorsunuz...

## İkisi de farklı işlerdeydiler

Alp ve Mahir kardeşler bu işe girmeden önce yaklaşık bir yıl süren pazar araştırması yapmışlar. Mahir Ariti pazarlama ve reklamcılık, Alp Berri Ariti ise işletme, finans ve fotoğrafçılık geçmişine sahip. Mahir Ariti önce New York Hamilton College, sonrasında ise İstanbul'da Bilgi Üniversitesi'nde reklamcılık okur.

Kendi butik ajansı da dahil bir çok reklam ajansında altı yıl boyunca reklam yazarı, stratejist ve ekip lideri olarak çalışır. Alp Berri Ariti ise önce Boston'daki Brandeis Üniversitesi'nde ekonomi okur, sonra uluslararası finans masteri yapar. Çokuluslu şirketlerde iş hayatına atıldıktan sonra, fotoğraf tutkusunun peşinden giderek bu alanda birçok eğitim alır ve New England School of Photography'de ders verir.

## Fotoğraf tutkusuyla gelen iş fikri

Fotoğraf tutkusu sayesinde bir gün kardeşi Mahir'le bir araya gelir ve "Biz de yurt dışındaki gibi dijital fotoğrafları albüm haline getirelim. Bu hizmet neden Türkiye'de de layığıyla yapılmaz?" diye sorar. Mahir ise uzun bir süredir internet iş modelleri konusunda araştırma yapıyordu. İki kardeşin bilgisi ve tecrübesi bir araya gelince "Neden bu işi biz yapmayalım?" diye sorarlar ve araştırmaları sonucu bu işe girmeye karar verirler. Öncelikle Türkiye'de bu işi yapmayı denemiş



hemen hemen herkesle görüşürler. Sayısı 20'yi bulan bu girişimcilerin nerelerde başarısız olduklarını analiz ederler. Ayrıca yurtdışındaki birkaç başarılı benzer işletmeyle iletişime geçerek, konuyu en ince detaylarına kadar görüşürler, yurtdışı fuarlara katılırlar. Bu fuarda bu işin teknolojileri hakkında fikir sahibi olurlar. Sonunda hem tasarım hem de yazılım anlamında çok güvendikleri bir ekiple işe başlarlar.

## Türkiye'ye yayıldılar

İşe başlayalı çok kısa bir süre olmasına rağmen, Türkiye çapında 52 ilden yaklaşık 15 bin adet sipariş almayı başarırlar. En büyük ilgiyi doğal olarak İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Adana gibi büyük şehirlerden görürler. Ama onları en

çok şaşırta Hakkâri'den, Şırnak'tan, bütün Karadeniz ve Akdeniz hattından yani aslında hemen hemen bütün Türkiye'den sipariş almak olur.

www.lukapu.com sitesine girilerek istenilen bilgisayara bir program yükleniyor. Bu fotoğraf istenilen görselin, rengin, yazının ve fotoğrafın yüklenmesini sağlıyor. Ve ardından sipariş veriliyor. Bu esnada dosyalar Lukapu'ya yükleniyor. Sipariş verildikten üç gün sonra albüm müşteriye teslim ediliyor.

### Nostaljiye geri dönüş

Hedeflerinin oldukça büyük olduğunu söyleyen Mahir Ariti, şu ana kadar gelen taleplerden oldukça memnun olduklarını ifade ediyor. İngiltere, Azerbaycan gibi ülkeler-



den bile talep aldıklarını kaydeden Ariti, "Yurt dışındaki Türklerden siparişler alıyoruz" diyor.

Lukapu'nun müşteri kitlesi oldukça geniş. Müşterilerin yaklaşık yüzde 65'i ise kadın. Bunun yanı sıra katalog siparişleri de alınıyor. Teslimatın üç günde yerine getirilmesinin müşterilere oldukça cazip geldiğini belirten Alp Ariti, şunları söylüyor:

"En çok evlilik ve doğumla ilgili albüm oluşturma konusunda talepler alıyoruz. Bu aslında biraz da nostaljiye geri dönüş. Artık telefonla her yerden çok fazla fotoğraf çekiliyor. Bu fotoğraflar bilgisayarda kalınca açılıp bakılmıyor. Yavaş yavaş insanlar o fotoğraflardan seçip masasına koymak istiyor."

## 30 gün garantili albüm

Fotoğraf albümleri toplam altı boyuttan oluşuyor. Zira bir sayfaya ister tek isterseniz 100 fotoğraf sığdırabiliyorsunuz. En küçük albümün boyutu ise 24 sayfa... Bu sayı 136 sayfaya kadar çıkıyor. Fiyatlar ise 24 liradan başlıyor, sayfa sayısına göre 105 liraya kadar çıkabiliyor. Ayrıca müşteri 30 gün içerisinde albümü iade etmek isterse para garantili olarak ürünü teslim edebiliyor. Alp Ariti, "Müşteri memnuniyeti bizim için en önemli şey" diyor.

## Evlenme teklifi eden bile oluyor

İlgilic siparişler de aldıklarını söyleyen Mahir Ariti, şöyle devam ediyor: "İki taraftan arkadaştan biri, arkadaşıyla yıllardır gittiği maçları bir albüm haline getirdi ve ona hediye etti. Bunun dışında en ilginç örneklerden biri, evlenme teklifiydi. Nişanlısına evlenme teklifi etmek için bir albüm oluşturdu. Kapağında "Benimle evlenir misin?" yazıyordu. İçinde de bugüne kadar çektikleri fotoğrafları vardı ve her dilde "Benimle evlenir misin?" diye yazmış. Biz de daha sonra "Teklifi kabul etti mi?" diye arayıp sorduk. Olumlu yanıt almış."

### Yurt dışından teklif alıyor

Mahir Ariti, yurtdışından satın alma ile ilgili teklifler aldıklarını ve bunları değerlendirdiklerini söylüyor. Özellikle internetle ilgili yapılan işlerin yabancı yatırımın ilgisini çektiğini ifade eden Ariti, "Biraz daha güçlenip şirketimizi satmayı düşünebiliriz" diyor. Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu ülkelerinden sipariş talepleri aldıklarını belirten Ariti, ileride bu ülkelerde de işbirliği olanaklarını değerlendirebileceklerini sözlerine ekliyor.

Bu albümü değişik platformlarda da sipariş verebilme ve albüm haline getirme konusunda çalışmalarını belirten Ariti, önceden hazırlanmış ve sadece müşterinin çektiği fotoğraflardan oluşan çocuk, bebek kitapları konusunda da çeşitli konseptler geliştirdiklerini kaydediyor.

### En büyük oyuncu Almanya

Fotokitabın en büyük pazara sahip olduğu ülkenin Almanya olduğunu ifade eden Alp Ariti, ardından ABD'nin en büyük ikinci oyuncu olduğunu söylüyor. Avrupa'da fotokitabın oldukça yaygın olduğuna dikkat çeken Ariti, "Yurtdışındaki tanıdıklarımızla konuştuğumuzda bize 'Türkiye'de bu iş yok muydu zaten?' diye şaşkınlıkla soruyorlar. ABD'de bu işin yapan birkaç büyük firmayı kendimize örnek aldık. Ancak bizim onlardan en büyük farkımız, telefonla destek vermemiz" diyor.

ABD'de teslimatta gecikmeler yaşandığını belirten Ariti, müşteri hizmetinin bu işin en büyük parçası olduğunu bildiriyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

E - t i c a r e t

# E-ticaretin hedefine çocuklar da girdi



Sezai Emre Erkan

Yelda Erkan

Butik bir site olarak çocukların ihtiyaçlarını hedef alan yuppidi.com, çocuklara üzerine binerek taşınabilen tekerlekli bavullar, yalnız uyumak istemeyen çocuklar için kokulu, sıcak hayvancıklar, banyo yapmakta zorlanan çocuklar için dondurma süngerler gibi çok farklı ürünleri bir arada sunuyor. Sitenin kurucusu girişimci Sezai Emre Erkan, gazetede okuduğu 'Trafikte Çocuk Güvenliği' yasası haberi ile bu siteyi kurmaya karar vermiş.

**E**-ticarete artan pazar payı her geçen gün yeni ürünlerle albenisini de artırıyor. Pek çok girişimcinin çabalarıyla internet kullanıcılarına yeni kapılar açan e-ticarete, çocuklara yönelik girişimler de adından söz ettiriyor. Bu girişimlerden biri de yuppidi.com. Butik bir site olarak çocukların ihtiyaçlarını hedef alan yuppidi.com, bu doğrultuda farklı bir kulvar yaratmış kendine.

Kendi bavulunu taşımak istemeyen çocuklara üzerine binerek taşınabilen tekerlekli bavullar, yalnız uyumak istemeyen çocuklar için kokulu, sıcak hayvancıklar, bebeklerin rahat uyuması için anne karnı sesi, ya da okyanus sesi çıkaran uyku arkadaşları, banyo yapmakta zorlanan çocuklar için dondurma süngerler gibi çok farklı ürünleri bir arada sunuyor. 0-14 yaş grubu çocuklar için yaratıcı, ilginç ve eğlenceli ürünlerin bir arada toplandığı yuppidi.com, ebeveynlerin de hayatını kolaylaştırmayı hedefliyor. Örneğin, çocuğunun ödevini yetiştirmek isteyen bir müşteriye istediği ürünü birkaç saat içinde ulaştırabiliyor. Doğum günü hediyesine not yazdırmak isteyen bir ebeveynin istediği notu yazıp ertesi gün uzaklardaki çocuğuna ulaşmasını sağlayabiliyor.

#### Gazete haberi ilham oldu

yuppidi.com sitesini geçtiğimiz temmuz ayında hayata geçiren Sezai Emre Erkan, asında son beş yıl süren bankacılık kariyerinin ardından böylesine zor bir kararı almış. Kendi işini kurmak isteyen Erkan, yaratıcılığı kullanabileceği, iletişim ve araştırma yönünü geliştirebilecek bir işin hayalini kurarken, e-ticaret işinde karar kılmış. 2010 yılında, öncelikle e-ticaret ve dış ticaret sertifika programına katılan ve sonrasında da gazetede okuduğu bir haberden ilham alan Sezai Emre Erkan, girişim hikayesini şöyle anlatıyor:

“İlk iş fikrim, gazetede okuduğum “Trafikte Çocuk Güvenliği” yasası haberi ile doğdu diyebilirim. O dönemde Türkiye’de yaygın olmayan yasa ile zorunlu hale gelen, üç yaş üzeri çocuklar için kullanılabilen oto koltuk yükselticisi ürününü Uzakdoğu’dan ithal etmekle başladım. Haziran ayında ürünleri Türkiye’ye getirdiğim gün nakliye kamyonundan ilk satışımı yaptım, tatil dönemi idi ve yasa ile birlikte çok ilgi gören bir ürün oldu. Bu şekilde ithalatını yaptığımız ürünler o dönemde 5 yaşında olan kızım Derin’in ihtiyaçlarına göre şekillenmeye başladı. İşte bu noktada ithal ettiğimiz ve beğenerek kullandığımız ürünleri de satabileceğimiz bir e-ticaret girişimi yapma fikri doğdu ve Darma Dış Tic. Ltd. Şti’imi kurdum.”

Ardından kızlarının sevindiği zaman “yuppidi” diye tepki vermesinden etkilenerek sitelerinin adına karar verdiklerini söyleyen Erkan, çocukları sevindirecek her şey bu sitede yer verdiklerini söylüyor.

#### Birbirinden ilginç ürünler

Temmuz 2011’de devreye giren yuppidi.com ‘un konsept bir site olarak planladığını ifade eden Erkan, hem çocuğun, hem de ailesinin hayatını kolaylaştıran, renklen-

## Hedef çocuklu anneler

**S**iteyi ziyaret eden kişilerin yüzde 80’inin ağırlıklı 25-44 yaş aralığında ve kadınlardan oluştuğunu söyleyen Sezai Emre Erkan, özellikle hedef kitlelerinin çocuklu anneler olduğunu kaydediyor.

Türkiye’de kadın internet kullanıcılarının günde yaklaşık 30 dakika kadar interneti aktif olarak kullandığını aktaran Sezai Emre Erkan şöyle devam ediyor: “Özel bir içerik ve cazip bir kampanya başlattığımızda Yuppidi.com için ortalama site ziyaret sürelerimiz gün içinde yaklaşık 5-6 dakika arasına çıkarak normal günlerden yüzde 90 daha fazla tekil kullanıcı bazında ziyaret süresi olarak artış gösteriyor. Mobil cihazları kullanan sayfa ziyaretçilerimiz toplam ortalamanın yüzde 5’ini oluşturuyor. Bu rakamları kaliteli içerik ve eğlenceli farklı ürünler ile daha yükseklerle çıkarmayı hedefliyoruz” diyor.

diren, eğlendiren ve farklı bir tarz yaratan niş bir site olarak yola çıktıklarını kaydediyor. Hedef kitlelerini 0-14 yaş arası olduğunu anlatan Erkan, “Amacımız yapılmayan bir site olmaktı. Bu doğrultuda tüm ürünleri tek tek seçerek sitemize koyduk. Hedef kitlemizi de geniş tuttuk, 0-14 yaş grubuna hitap eden ürünlerimizin yanı sıra kendini çocuk hissedenlere de yönelik ürünlerimiz var. Yaratıcı, farklı, stil sahibi kıyafet, oyuncak, aksesuar ya da ihtiyaç ürünü arayan, bizim bakış açımıza yakın hisseden herkesin ilgisini çekebilecek bir ürün mutlaka bulunabiliyor” diyor.

#### Ürün çeşitleri

Sitede ne yok ki... Kendi bavulunu taşımak istemeyen çocuklara üzerine binerek taşınabilen tekerlekli Trunki bavullar, yalnız uyumak istemeyen çocuklar için kokulu, sıcak Aroma Home hayvancıklar, bebeklerin rahat uyuması için anne karnı sesi, ya da okyanus sesi çıkaran Cloud-B uyku arkadaşları... Banyo yapmakta zorlanan çocuklar için dondurma süngerler, göze su kaçırmayan su kapları, odasında yatmak istemeyenler için odayı yıldız yağmuruna çeviren ya da gökkuşağı yapan oda aksesuarları, yemek yemekte zorlananlar için yemek yerken kullanabilecekleri yemek zamanı resim malzemeleri...

Birbirinden güzel yaratıcı sanat tasarım setleri, çevreci ürünler, bilim setleri, okula gitmeyi eğlenceli hale getirmek için hayvan figürlü okul çantaları... Müzikli cetveler, mutfakta ebeveynleri ile eğlenceli vakit geçirebilmeleri için renkli figürlü mutfak önlükleri, kurabiye baskı setleri, babalar için boksör eldiven ve suda zıplayan özellikli toptan, sihir malzemelerine kadar yaratıcı oyuncaklar, bebekler için en kaliteli ve dünyaca ünlü kişilerin kullandığı fonksiyonel bebek arabalarına kadar her şey düşünülmüş.

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr



## Mobilya



Mustafa Hulusi Söylemez

Mehmet Emin Söylemez

**11** yılda üretim alanını 20 bin metrekareden 360 bin metrekareye, çalışan sayısını ise 40'tan 624'e çıkaran AGT, mobilya sektörüne yarı mamul üretmek üzere 1984 yılında kurulan ve sektörüne yön veren şirketlerden biri. 2000 yılında yalnızca bir ülkeye ihracat yapan AGT, 2011'in sonundaysa ihracatta 61 milyon 531 bin dolara ulaşırken, ihracat yaptığı ülke sayısını ise 58'e yükseltti.

Türkiye'de kendi sektörünün bir numarası olan AGT, dünyada ise en büyük üç mobilya yarı mamulü üreten markadan biri konumunda. İran'da ofis açıp kapayan şirket, Rusya pazarını test ederken, bir yandan da yurt dışı çalışmalarını sürdürüyor. Türkiye'de ve dünyada en büyük mobilya şirketleri ile çalışan AGT, 11 yılda yatırımlarıyla 50 kat büyüme gösterirken, 2023 ciro hedefini ise 1 milyar dolar olarak belirledi.

### 180 milyon TL yatırım

Mobilya bileşenleri üreticisi AGT, 2015 yılında tamamlayacağı yeni tesisleri ile birlikte 500 kişiyi daha istihdam etmeyi hedefliyor. AGT Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Hulusi Söylemez, beş yeni tesis için 180 milyon dolar yatırım yapacaklarını belirtirken şunları söylüyor:

### Yabancı ortak gelebilir

**D**aha önce İran ve Rusya'da fabrika yatırımı düşündüklerini ancak bundan vazgeçtiklerini belirten Mustafa Söylemez şunları söylüyor: "İran'daki istikrarsızlık, Rusya'daki maliyet dezavantajları bizi bu yatırımlardan vazgeçirdi. Tesislerimizin hepsini Türkiye'ye yapma kararı aldık. Şu anda Alman ve Avusturyalı şirketlerden satın alma ve ortaklık teklifleri alıyoruz. Özellikle Avusturyalı şirketlerden bir tanesi çok ciddi ilgileniyor" diyen Söylemez, planlarına uyduğu takdirde Avrupa'da girmek istedikleri yerlere ulaşmak amacıyla ortaklık düşünebileceklerini belirtiyor.

# AGT, 11 yılda 50 kat büyüdü

**Türkiye'nin en büyük mobilya bileşenleri üreticisi AGT, 11 yılda yaptığı yatırımlarla 50 kat büyürken, 2023 yılına kadar cirosunu 1 milyar dolara çıkarmaya hazırlanıyor. Önümüzdeki dönemde beş yeni tesis için 180 milyon dolarlık bir yatırıma soyunacak olan şirket, 2012 yılında 300 milyon dolarlık ciro ve 150 milyon TL'lik bir ihracat rakamına ulaşmayı hedeflerken, mevcut istihdamına 500 kişiyi daha eklemeyi planlıyor.**

"Tüm dünya pazarlarına mobilya bileşenlerimizi satıyoruz, şimdiki amacımız ise daha ileri bir boyuta geçerek hammadde üreticisi olmak. 2023 yılı için AGT olarak 1 milyar dolar ciro hedefini belirlemiştik. Ama tesislerimizin hazır hale gelmesiyle birlikte bu hedefe çok daha erken ulaşmayı planlıyoruz. Yeni tesisler için 500 kişiyi istihdam edeceğiz."

### İhracat hedefi 150 milyon TL

2000 yılında sadece bir ülkeye 40 bin dolar civarında bir ihracatlarının olduğunu söyleyen Mustafa Hulusi Söylemez, amaçlarının hep bu rakamı artırmak olduğunu dile getiriyor. "O yıl 40 çalışanımız varken şu anda bu rakam 700 kişiye dayandı. 350 bin metrekarelik tesiste üretim yapıp 58 ülkeye ihracat yapıyoruz. İhracatta gün itibarı ile ulaştığımız seviye 62 milyon dolar. 2012 yılında 300 milyon TL ciro yapıp, 150 milyon TL'lik ihracat hedefliyoruz" diyen Söylemez, 2000 yılından 2011 yılına kadar AGT'nin 50 kat büyüdüğünü, önümüzdeki 10 yılda ise 10 kat daha büyüme niyetinde olduklarının altını çiziyor.

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr



## Girişim



# Bu düğmelerin tümü yüzde 100 organik

Giysilerin en önemli tamamlayıcısı olan düğmeler uygun koşullarda ve doğal olmayan maddelerden elde edildiği zaman insan sağlığını tehdit eden kanserojen maddelere dönüşebiliyor. Form Düğme, dünyayı dolaşarak ilginç ürünlerden organik düğmeler üretti. Firma, palmye ağacının meyvesi koroza, boynuz, deniz kabuğu, sedef, inci ve Hindistan cevizi kokonattan yüzde 100 doğal olarak düğme üretiyor.



Günlük yaşamımızda sayısını hatırlayamayacağımız kadar üzerimizdeki kıyafetin tamamlayıcı olan düğmelere dokunuruz. Peki, küçük bir ayrıntı olarak düşünülen, düğmenin hangi malzemeden yapıldığı, sağlıklı olup olmadığı yaşamımız için önemli midir? İçeriğinde polyster, plastik, naylon bulunan ve normalden çok fitalat (karbon kökenli madde, plastik malzemeyi yumuşatmak için kullanılan kimyasal) ve kimyasal boyalar kullanılan düğmelerin kanser riskini artırdığı ifade ediliyor.

“Ne giydiğiniz değil, neyi giyindiğiniz önemlidir” diyor Form Düğme Genel Müdürü Mustafa Oktay, kıyafet üzerinde küçük bir ayrıntı gibi duran düğmelerin aslında insan sağlığı açısından büyük önem taşıdığını belirterek, organik maddelerden elde edilmiş düğmelerin yer aldığı giysilerin tercih edilmesinin sağlık ve çevre açısından da oldukça önemli olduğuna dikkat çekiyor.

Dünyayı dolaşarak topladıkları ürünlerden düğme üre-

ten Form Düğme'nin üretiminde insan sağlığının önemine ve çevre dostu olmaya özen gösterdiğini belirten Oktay, palmiye ağacının meyvesi koroza, boynuz, deniz kabuğu, sedef, inci ve Hindistan cevizi kokonattan yüzde yüz doğal olarak düğme ürettiklerini vurguluyor.

#### Sağlık sertifikasının önemi

Avrupa'nın en önemli tekstil firmalarına düğme modeller sunduklarını belirten Oktay, işletmelerin uluslararası standartlara uygun şekilde denetlenmesi ve sağlık sertifikalarına sahip olması gerektiğinin önemine değiniyor. Oktay, Tekstil sektöründe tüm ham ve ara maddelerin işlenme aşamalarında zararlı kimyasalların kullanılmadığını ortaya koyan, dünya çapında 40 ülke tarafından kabul gören ve uygulanan Oeko Tex 100 Standardı'na uygun üretimlerin sağlık açısından çok önemli olduğunu vurguluyor.

Form Düğme'nin ilk kurulduğunda İtalya ve Uzakdoğu'daki firmaların düğme ve çitçit ürünlerinde acen-ta ve distribütörlüğünü yaptığını dikkat çeken Oktay, şöyle devam ediyor:

"Form Düğme'nin servis kalitesi çok yoğun bir talebi beraberinde getirdi. Bunun sonucunda başlangıçta bitmiş halde konfeksiyon firmalarına sunulan düğmeler için boyahaneler kuruldu. Sonraki aşamada ise ithalatını yapmış oldukları düğmelerin üretimine başladı. Üretim yeri Merter olan şirketimiz, ufacık bir ofisten büyüdü ve 6 bin m2 dev bir fabrikaya dönüştü. Düğme sektöründe ithalatçıydı. Üretici pozisyonuna geçilmesi ile Form Düğme'nin hem gereksiz stoklardan kurtulmasına, hem de müşterilerinin tüm taleplerin karşılanmasını sağladı."

#### Doğaya geri dönüyor

Form Düğme olarak, organik düğmeler ürettiklerine de değinen Oktay, doğal malzemelerden elde edilen düğmelerin yine orijinal renkleriyle kullanıldığını sözlerine ekliyor.

İnsan sağlığına zarar vermeyen yüzde yüz doğal ürünler üreterek çevre dostu olma özelliğiyle de dikkat çektiklerini ifade eden Oktay, şunları söylüyor:

"Form Düğme'nin en çok talep edilen ürünü olan (bir tür palmiye ağacının çekirdeği) Koroza düğme, kullanımının artması ile birlikte yetişmiş olduğu bölgedeki ormanların kesilmesini önlerken, bu ormanların korunmasını sağlıyor. Koroza düğmeler doğaya bir ay gibi kısa sürede geri dönüyor. Form Düğme'nin bir diğer ürünü olan boynuz düğme ise eti için kesilen inek ve bufaloların atıklarından ve boynuzu değerlendirilerek üretiliyor."

#### Avrupa'nın en büyük üreticisi

Form Düğme'nin doğal düğmede Türkiye'de lider firma olduğuna dikkat çeken Oktay, özellikle Koroza düğmede dünyanın en büyük 2'nci alıcısı ve Avrupa'da ise en büyük üretici olduğunu sözlerine ekliyor. Oktay, şöyle devam ediyor:

"Gerçek boynuz düğmeyi Türkiye'de ilk yapan bizim fir-



## Ar-Ge departmanı ile yeni modeller

1996 yılında kurulan Form Dış Ticaret, İstanbul'un Esenyurt İlçesi'nde yer alan 6 bin metrekare kapalı alana sahip yeni fabrikasında her türlü düğme ve aksesuar üretimi ve ithalatı yapıyor. Özellikle üst düzey markalara düğme ve aksesuar satışı yapan firmanın her türlü koroza ve sedef düğmeyi istenilen renk ve adelerde boyayabildiğini bunun da servis kalitesini artırdığını ifade eden Mustafa Oktay, "Dünya piyasasını çok yakından takip ediyoruz. Yüksek kalite, uygun fiyat, servis kalitesi en önem verdiğimiz konular. Ar-Ge departmanımızla günün modasına uygun olarak yeni model ve materyal çalışmalarına da ağırlık veriyoruz" diyor.

## Yeni pazarlara girecek

Türkiye'de düğme pazarı 500 milyon TL civarında. Pazarda 10 büyük firmanın yanı sıra irili ufaklı birçok firma bulunuyor. Form Düğme'nin sektöründeki pazar payının yüzde 15 olduğunu kaydeden Oktay, "Yurtiçinde Vakko, Beymen, Altınyıldız, Ramsey, KİP, Sarar, yurtdışında ise Zara, Massimo Dutti, Burberry, Hugo Boss, Mark Spencer, Ted Baker ve Marco Polo'ya üretim yapıyoruz. Bu yıl ABD, Rusya, İran ve İspanya pazarına girmeyi hedefliyoruz" diyor.

mamızdır. Ayrıca gerçek sedef düğme için Uzakdoğu'da partnerlerimiz bulunuyor. Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli fark tüm müşterileri için onlara ait bir departmanı gibi çalışarak her yıl iki kez kendilerine özel tasarım ve koleksiyonlar oluşturmamız. Hindistan, Pakistan, Uzak Doğu İtalya ve Ekvator'dan getirilen doğal malzemeleri kendi makinelerinde istenilen şekle dönüştürebiliyoruz."

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

## Söyleşi



# Butik zeytinyağı, Dutlukuyu'da hayat buldu

Butik zeytinyağcılık sektörüne son dönemde giriş yapan Dutlukuyu, 2010 yılından beri tüketicileri ile buluşuyor. Özellikle internet üzerinden yaptıkları satışlarla dikkatleri çeken şirket, 2012 yılında da geçen iki yılda gösterdiği gibi bir büyüme bekliyor. Butik üretimin en önemli özelliği olan üst düzey tatların sunulduğu ürünlerini en doğal halde sunmaya özen gösteren Dutlukuyu, geleneksel üretim tarzlarıyla da dikkat çekiyor.

Zeytinyağı sektöründe son yıllarda ön planda olan bir segmenttir butik zeytin ve zeytinyağcılık. Son yıllarda bu segmentte bir marka ise dikkatleri çekmeye başladı. Edremit Körfezi'nin en güzel yerlerinden biri olan Artur'da, 2010 yılında Murat Aslan ve eşi Selma Aslan tarafından kurulan Dutlukuyu, özellikle üretim tarzıyla adından bahsettiriyor. Burhaniye'de 22 dönümlük bir tarla satın aldıklarını dile getiren Dutlukuyu'nun kurucusu Murat Aslan, 2007 yılında 600 adet yerli yağlık zeytin fidanını dikmesiyle bu hikayeye başladığını anlatırken, marka olarak butik üretim ile yüksek nefasetteki tek bir bahçenin ürününü kullandıklarını dile getiriyor. Bu da zeytinin niteliğini etkileyen en önemli kavram. 2011 yılında oldukça iyi bir yıl geçirdiklerini söyleyen Aslan, KOBİ Girişim olarak diğer sorularımıza ise şu şekilde

yanıtlıyor:

**KOBİ Girişim: Zeytinyağı sektörü günümüz itibarı ile ne kadarlık bir büyüklüğe ulaştı?**

**Murat Aslan:** Türkiye'de kişi başına tüketilen zeytinyağı miktarı 2000 yılında bir kilogram iken, 2010 yılında bu miktar iki kilogram civarına çıktı. Bu artışın en önemli nedeni sağlıklı beslenme, sağlıklı yaşam kaygılarının medyada büyük yer bulması kuşkusuz. Ama yeterli mi diye sorarsanız, tabii ki hayır... Yani başımızdaki Yunanistan'da kişi başı tüketimin 20 kilogram olduğu düşünüldüğünde bizdeki tüketim, hala ortalamanın çok çok altında.

**Dutlukuyu fikri nasıl ortaya çıktı?**

20 yıl çokuluslu şirketlerde çalışmış bir profesyonelim.

2008 yılında işimi kaybettim, emekliliğimde uğraşmak üzere 2006 yılında 600 adet zeytin fidanı dikmiştim. Emekli olunca ya dek fidanlarım büyüyecek, biz de yazlığımız olan Artur'daki evimize yerleşerek tarımla uğraşacaktık. Ticaret ya da butik üretim/satış aklımızda yoktu. Yani hikaye, emeklilik öncesinde güzel bir hayat yaşamaktan ibaretti. Ama emekli olmadan önce işsiz kalınca hayalimizi yaşamayı öne çektik diyelim. 2009 yılında zeytin bahçemizin önünde bulunan devasa dut ağacı ve kör kuyudan esinlenerek 'Dutlukuyu' markasını yarattık ve ticari hayata adım attık.

**Şu anda Dutlukuyu olarak sadece belirli yerlerde ve internetten satışlarınız mevcut. İleriki dönemde satış stratejiniz nedir? Büyük marketlere girmeyi de düşünüyor musunuz?**

Öncelikli hedefimiz markamızı güçlendirerek e-ticaret platformunda büyümek ve doğrudan tüketiciye ulaşmak. Ayrıca ürünlerimizi tüketicinin kapısına teslim ederek zahmetsizce ulaşılabilirliğini sağlamak da öncelikli amaçlarımızdan biri. Büyük marketlere girmek gibi bir hedefimiz, şimdilik yok. Bir telefon, SMS ya da elektronik posta ile Türkiye'nin her yerine gönderim yapabiliyoruz. Şu anki koşullara bakarsak, internette daha kolay ulaşılabilir bir market düşünüyorum.

**Şu an için satışlarınız nasıl gidiyor? Yıl sonuna kadar ne kadarlık satış yapmayı ve ciro rakamına ulaşmayı düşünüyorsunuz?**



Dutlukuyu markası olarak çok yeni bir firmayız. Bu nedenle rakamlar ilk adımda çok da anlamlı değil. Örneğin 2012 ilk çeyrek ciromuz 2011 toplam cirosunun üzerine çıkmış durumda. 2011 cirosu da ilk tam yıl faaliyet gösterdiğimiz 2010'un iki katıydı. Sonuç olarak doğru yolda ilerlediğimizi ve cirosal bazda iyi gittiğimizi söyleyebilirim. Ayrıca, 2012 yılında yine geçen yılki ciromuzun bir hayli üzerine çıkacağımızı belirtmemiz gerek.

**Dutlukuyu'yu piyasadaki diğer zeytinyağlarından ayıran noktalar nelerdir? Kısaca bahsedebilir misiniz?**

Butik üretimin en ayırıcı özelliği üst düzey nefesettir. Büyük hacimli üretici çeşitli bahçelerin, yörelerin yağlarını karıştırarak paçal yapmak durumundadır. Biz Dutlukuyu olarak, butik üretim ile yüksek nefesetteki tek bir bahçenin ürünü

## İstanbul'dan Artur'a yerleştiler

İTÜ'den 1986 yılında İşletme Mühendisi olarak mezun olan Murat Aslan, 1987 yılında İngiltere'ye gittiğini dile getiriyor. 20 yıllık profesyonel çalışma hayatını 2008 yılı Mart'ında sonlandırmayı tercih eden Aslan, sözlerine şöyle devam ediyor: "Çalışırken en büyük hayalim emekli olduğumda Burhaniye-Ayvalık arasında bulunan Artur'da devamlı surette yaşamak ve zeytinle uğraşmaktı. 2006 yılında eşim Selma Aslan ile birlikte bu hayalimizi gerçekleştirme yolunda ilk adımı atık ve Burhaniye'de 22 dönümlük bir tarla satın aldık." 2007 yılında 600 adet yerli yağlık zeytin fidanını diktiklerini dile getiren Aslan, 2008 yılında beklentisinden 10 yıl kadar daha önce erken emekli olunca İstanbul'u terk ettik ve Artur'a yerleştiklerini dile getiriyor.

nünü kullanıyoruz. Bu da bizi piyasadaki diğer zeytinlerden ayırıyor.

**Yaptığınız iş aslında 'butik zeytincilik' olarak anılıyor. Piyasadaki marketlerde satılan diğer zeytinlerle butik zeytinlerin arasındaki farklar neler?**

Zeytinin tek bahçe ürünü olmasının yanı sıra nasıl işlendiği de butik zeytinciliği belirleyen önemli bir faktördür. Dünyada ve ülkemizde en yaygın uygulama 'İspanyol Yöntemi'dir. Bu yöntemde zeytine kostik verilerek hızlandırılmış fermantasyon uygulanır. Zeytinler birkaç günde yenecek kıvama gelir ve raflarda yerini alır. Biz ise ürünlerimizi atalarımızın yöntemiyle, yani salamura suyunu değiştirmek suretiyle ortam ısısına bağlı olarak üç ila dört ya da beş ila altı ayda doğal fermantasyon ile olduruyoruz. Ekonomik olarak hiç anlamlı olmasa da bizim birinci önceliğimiz nefesettir.

**Zeytinyağı pazarında, tüm sektörün en büyük sorunlarından biri sahte zeytinyağı ve tağşiş adı verilen uygunsuz karışım... Sizin bu konuda her hangi bir çalışmanız bulunuyor mu? Piyasada tağşiş yağ oranı ne kadardır?**

Sahte zeytinyağı ve tağşiş sadece ülkemizde değil tüm dünyada çok büyük bir sorun. Örneğin tüketiminin yüzde 98'ini ithal eden ABD'de marketlerde yapılan bir araştırmada mevcut yağların yüzde 70'inin etikette yazan özelliklere sahip olmadığı belirlendi. Biz Dutlukuyu olarak her ortamda tüketiciyi bilinçlendirmeye çalışıyoruz. Bu yüzden tüketicilerimiz ucuz yağdan uzak durun, merdiven altına rağbet etmeyin diyoruz.

Tağşiş yağlar için somut bir oran söylemek ise maalesef çok da mümkün değil. Ancak yağımızı pazarlamaya çalıştığımız birçok ortamda karşımıza çıkan 'imkansız ucuz' zeytinyağları çok olduğunu teyit eder nitelikte. Bu bağlamda son söyleyeceğim şey, misyonumuzun Dutlukuyu'nun doğru beslenmeye ve damak tadına önem veren, sağlığına yatırım yaparak kendine değer veren tüketicilerin bulunduğu bir marka olarak ekonomik dünyanın içinde yer almasıdır.

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr

# Mevzuata

## Farklı Bir Bakış



**Nihayet  
Durukanoğlu**

Verdi ve Yazıcı  
Avukatlık Ortaklığı  
Dış Ticaret Müşaviri

# KOSGEB tarafından sağlanan girişimcilik destekleri

Girişimciliğin desteklenmesi ve sürdürülebilir gelişiminin sağlanabilmesi için sivil toplum kuruluşları ile kamu kuruluşlarının işbirliği ile geliştirilen AR-GE, girişimcilik ve eğitim programları için sağlanan desteklerin başında KOSGEB'in sağlamış olduğu destekler gelmektedir.

Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümünün temel faktörü olan KOBİ'lerin (Küçük ve Orta Boy İşletmeler) girişimciliğin desteklenmesi ve başarılı işletmelerin kurulması, sektör ihtiyaçlarının karşılanabilmesi ve sürdürülebilir desteklerin sağlanması amacıyla 15 Haziran 2010 tarih, 27 bin 612 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği kapsamında KOSGEB İcra Komitesi tarafından hazırlanan 2010/2 sayılı Girişimcilik Destek Programı kamuoyu ile paylaşılmıştır.

KOBİ statüsündeki girişimciler ile iş sahiplerinin mevcut işlerini geliştirmeleri için ihtiyaç duyabilecekleri girişimcilik eğitimi ile uzman personel ihtiyaçlarının karşılanması, işletmelerinin ihtiyacı olan makina ve teçhizat ile ofis donanımının

sağlanması, işletme kuruluş desteği ile sabit yatırım desteklerine yönelik olarak ihtiyaç duyacakları kamu desteklerine ilişkin kısa açıklamalara bu sayıda yer verilerek girişimciler ile paylaşılacaktır.

KOSGEB tarafından sağlanan desteklerin diğer

bir amacında ülkemizde henüz yeterli düzeyde oluşmayan girişimcilik kültürünün gelişiminin kalıcı bir şekilde yaygınlaştırılmasının desteklenmesi ve bu konudaki çalışmaların sürekli ve kalıcı olabilmesi için yerel yönetim ve dinamiklere dayalı işbirliğine yönelik olarak İş Geliştirme Merkezleri'nin (İŞGEM) kurulması ile girişimciliğin geliştirilmesi ve istihdamın artırılması da yer almaktadır.

KOSGEB tarafından sağlanan Girişimcilik Destek Programı 3 alt programdan oluşmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken eğitimlerin KOSGEB tarafından belirlenen çerçevede ve kurallara göre gerçekleştirilecek olmasıdır. Örneğin aşağıda belirtilen birinci sıradaki eğitim alınmadan ikinci sıradaki eğitimin alınması mümkün bulunmamaktadır.

1. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi
2. Yeni Girişimci Desteği
3. İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

### I. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi

- Minimum 60 saatlik eğitim programı olup, atölye çalışmasından oluşan eğitim programını kapsar. Eğitimin

içeriğinde; girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri egzersizleri yapılması ve iş planı hazırlanması vb. konular yer almaktadır.

- Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri KOSGEB veya diğer kurum ve kuruluşlar tarafından



Destek unsuru		Üst limit (TL)	Destek oranı (%) (1. ve 2. Bölge)	Destek oranı (%) (3. ve 4. Bölge)
İşletme Kuruluş Desteği	Geri ödemesiz	5	60 (Kadın veya özürli girişimci: 70)	70 (Kadın veya özürli girişimci: 80)
Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat ve Ofis Donanım Desteği	Geri ödemesiz	10		
İşletme Giderleri Desteği	Geri ödemesiz	12		
Sabit Yatırım Desteği	Geri Ödemeli	70		

düzenlenebilir. Örneğin üniversiteler, İŞKUR, meslek kuruluşları, belediyeler v.b kuruluşlar tarafından düzenlenmesi mümkün bulunmaktadır.

- Eğitimler, genel ve özel hedef grupları (gençler, kadınlar, dezavantajlı gruplar) için düzenlenir ve eğitimlerden ücret alınmaz.

## 2. Yeni Girişimci Desteği Destek Unsurları

Bu destekten; uygulamalı girişimcilik eğitimini tamamlayarak işini kuran girişimciler ve İŞGEM girişimcileri faydalanabilir.

Destek unsurlarının içeriğine ve kısa açıklamalarına aşağıdaki tabloda yer verilmiş olup, tabloda belirtilen 1. 2. 3. ve 4'üncü bölgelere ilişkin 16 Temmuz 2009 tarih, 27 bin 290 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararında kamu ve özel sektör tarafından yapılacak yatırımlarda sağlanacak devlet destekleri bölgelerin sosyal ve ekonomik açıdan gelişmişlikleri dikkate alınarak dört bölgeye ayrılmış ve her bir bölgede yer alan şehirlere ilişkin tablo EK:1 olarak aynı Bakanlar Kurulu Kararı ekinde yayımlanmıştır.

Detay bilgi için anılan Bakanlar Kurulu Kararı'ndan yararlanılması mümkün olup, kararın tamamına T.C Ekonomi Bakanlığı'nın <http://www.ekonomi.gov.tr> internet adresinden ulaşılabilir.

## 3. İş Geliştirme Merkezi Desteği

- İş Geliştirme Merkezleri, bünyesinde barındırdığı işletmelere, işletme geliştirme danışmanlığı, uygun koşullarda iş yeri mekânı, ortak ofis ekipmanı, ofis hizmetleri gibi hizmetler sunarak işletmelerin en kırılgan oldukları ilk yıllarını sağlıklı bir şekilde aşmalarını ve büyümelerini sağlamak amacıyla kurulan ve işletilen merkezlerdir.
- İşletme Geliştirme Merkezleri'nin kuruluş

başvurusu; belediyeler, üniversiteler, özel idareler, kalkınma birlikleri, meslek kuruluşları ve kar amacı güzetmeyen kooperatifler tarafından münferiden veya birlikte yapılabilir.

## 3.1 İş Geliştirme Merkezi Desteği Destek Unsurları

İş Geliştirme Merkezi desteklerinden yararlanmak isteyen kurucu ilgili yönetmelik ekinde yer alan İş Geliştirme Merkezi Desteği Başvuru Formu, İş

Geliştirme İş Planı ve diğer belgeler ile birlikte hizmet merkezlerine başvuruda bulunmaları gerekir. Başvuruların değerlendirilmesinden sora uygun bulunmayanların müraccatlarını gözden geçirmesi ve tespit edilen eksikliklerin giderilmesi talep edilebilir. Başvuruları uygun bulunarak destekten yararlandırılmasına karar verilen işletmeler için aşağıdaki tabloda özetlenen desteklerden faydalanması mümkündür. İşletmelerin kuruluşu sırasında acil ihtiyaçları olan işletme kuruluş desteği, işletme giderleri, sabit yatırım giderleri ile makina ve teçhizat giderlerine yönelik olarak sağlanan bu destekler işletmelerin kuruluş aşamasında son derece önemlidir.

Destek unsuru		Üst limit (TL)	Destek oranı (%) (1. ve 2. Bölge)	Destek oranı (%) (3. ve 4. Bölge)
İşletme Kuruluş Desteği	Geri ödemesiz	5	60 (Kadın veya özürli girişimci: 70)	70 (Kadın veya özürli girişimci: 80)
Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat ve Ofis Donanım Desteği	Geri ödemesiz	10		
İşletme Giderleri Desteği	Geri ödemesiz	12		
Sabit Yatırım Desteği	Geri Ödemeli	70		

Sonuç olarak, iş kurmak isteyen genç girişimciler için kuruluş aşamasındaki maliyetlerin en aza indirilebilmesi sağlanacak devlet destekleri ile mümkün olup, iş kurmaya karar veren yeni girişimcilerin yararlanabilecekleri destek konusunda sivil toplum kuruluşları ile işbirliğine giderek, ihtiyaç duyulan araştırmaları yaparak yararlanabilecekleri ve bu desteklerden yararlanabilmek için gerekli olan belgeler ile formların hazırlanarak ilgili yerlere müracaat edilmesiyle sözkonusu desteklere ulaşmalarının mümkün olduğunun unutulmamalıdır.

**Yararlanılan kaynaklar:** KOSGEB tarafından yayımlanan Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları, yatırımlarda Devlet yardımlarına ilişkin Bakanlar Kurulu Kararı ile KOSGEB İnternet sayfası.

Not: Soru, görüş ve önerilerinizi [ekonomist@ekonomist.com.tr](mailto:ekonomist@ekonomist.com.tr) adresine bekliyoruz.



# Shakespeare in Love yeni bayiler arıyor

Maremo Tekstil, franchising bedeli olmayan, konsinye ürünlerle donatılmış Shakespeare in Love mağazalarında, tüm danışmanlık ve tanıtım hizmetlerinin bedelsiz alınacağı farklı bir sistemle yeni bayilikler verecek. Bu yıl altı adet daha bayilik verilmesi planlanıyor.



## 12 ay franchise bedeli yok

Bayilik için ilk 12 ay franchising bedeli istenmiyor, mağaza sahibi sattıkça ödüyor. Tüm malın konsinye olarak verildiği, bayinin ürünleri satın almayıp, sattıkça ödediği bu yeni sistemde, bayilere tanınan kar marjının da piyasanın

çok üstünde olduğu belirtiliyor. Shakespeare in Love markasının bayisi olacak kişi ya da kuruluşlardan, Türkiye genelinde ve bölge bazında yapılan reklamlara katkı istenmiyor. Bilgisayar otomasyon programı sayesinde satış ve kasa işlemleri merkez ile koordine yönetiliyor.



Merkez, bayinin sezon başlarında mağaza konsept tasarımı, mal dizimi ve yerleşimini yaparak, bayiye ürünler hakkında bil-

**M**aremo Tekstil, 2009 yılında Türkiye piyasasına sürdüğü 'Shakespeare in Love' markasını Türkiye genelinde yaygınlaştırma kararı aldı. Marka, farklı bir mağaza konsepti içinde, plaj giysileri, ev tekstili ürünleri ve pijamalardan, mobilya, dekoratif objeler, aydınlatma ürünleri ve peştamal/havlu koleksiyonuna kadar geniş ürün yelpazesi sunuyor.

15-45 yaş arası bayanlara hitap eden 'Shakespeare in Love' için firma, ağırlıklı sahil şeridinde konumlandığı mağaza zincirini, ürün çeşitliliğini artırarak ve artık tüm sezonlar için hazırladığı geniş koleksiyonuyla, öncelikle İstanbul ve Ankara'daki yeni mağazalarla büyütecek. Tüm mağazalarını bayilik esasıyla işleten firma, yeni bir bayilik modeli de geliştirdi.

gilendiriyor. Ayrıca merkez depo bayinin satışına göre haftada iki kez ürün dağıtımı gerçekleştiriliyor.

## Kâr marjı yüksek

Satılmayan tüm mal merkez firmaya ait, dolayısıyla bayi herhangi bir risk taşımıyor. Firma, tüm mağazaları sezon boyunca yeni koleksiyon ve modellerle destekleyerek müşteri memnuniyeti ve satışı destekliyor. Mağazada yer alan ürünler sezon boyunca yeni ve farklı koleksiyonlarla yenileniyor.

Uygulamada, bayinin karı perakende satış fiyatı üzerinden ortalama yüzde 45 olarak değerlendiriliyor ve bu oran indirim dönemlerinde değişmiyor. Shakespeare in Love markası halen 14 bayi ile Türkiye'de aktif satış yapıyor. 2012 yılı sonu itibarı ile bayi sayısını 20, shop in shop sayısını ise 40 olarak hedefliyor. Bayilik için öncelikle uygun mağaza olması veya planlanmış olması gerekiyor.

Mağaza dekorasyonu için harcanacak tutar m2 başına 500 ile 700 dolar arasında değişebiliyor. 45 ile 70 m2'lik bir mağaza için 25 bin ile 45 bin TL arasında yatırım gerekiyor. Ayrıca 35 bin TL civarında teminat mektubu isteniyor.

## İşin Aynası

**Uygun yer:** Yeni bayilikler için öncelikle İstanbul ve Ankara tercih edilecek.

**Yatırım maliyeti:** Franchise giriş bedeli alınmıyor. 25 bin ile 45 bin TL arasında.

**Bayilerde aranan özellikler:** Perakende bilgisi ve tecrübesi aranıyor.

**Başvuru için:** bayilik@shakespeareinlove.com.tr

# Vergi Takvimi

## Nisan Ayı Mali Yükümlülükler Takvimi

<b>10 Nisan 2012 Salı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2011 Yılına İlişkin Bilanço Esasına Göre Defter Tutan Gelir Vergisi Mükellefleri İçin Kesin Mizan Bildirimi</li> <li>● 16-31 Mart 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● 16-31 Mart 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi</li> <li>● 16 Nisan 2012 Pazartesi Mart 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi</li> </ul>
<b>20 Nisan 2012 Cuma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Alkollü İçeceklerle İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> </ul>
<b>24 Nisan 2012 Salı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı</li> </ul>
<b>25 Nisan 2012 Çarşamba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2011 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisi Beyannamesinin Verilmesi</li> <li>● 1-15 Nisan 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> <li>● 1-15 Nisan 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi</li> </ul>
<b>26 Nisan 2012 Perşembe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait Tevkifatların Ödemesi (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi</li> <li>● Ocak-Şubat-Mart 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi</li> </ul>
<b>30 Nisan 2012 Pazartesi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2011 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisinin Ödemesi</li> <li>● 2011 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Kesin Mizan Bildirimi</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)</li> <li>● Mart 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi</li> </ul>



# Yurt İçi Fuar Takvimi

Nisan 2012 - Mayıs 2012

FUAR ADI	BASLANGIÇ	BİTİŞ	KONUSU	YERİ
Medex İstanbul	06 Nisan 2012	09 Nisan 2012	Dalış, Su Sporları, Malzemeleri, Ekipmanları, Okulları, Doğa Sporları ve Balıkçılık Malzemeleri, Ekipmanları	İstanbul
Otel 2012 Fuarı Bodrum	11 Nisan 2012	14 Nisan 2012	Endüstriyel Ürünleri, Asansör, Otomasyon, Buklet Malzemeleri, Züccaciye, SPA-Hamam, Sauna Ekipmanları, Arıtma Sistemleri, İstima, Soğutma, Havalandırma Teknolojileri	Muğla
Diyarbakır Tarım-Hayvancılık Fuarı 2012 (4.)	11 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Tarım Hayvancılık, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi	Diyarbakır
Akare Yurtiçi Eğitim Fuarları	12 Nisan 2012	12 Nisan 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yabancı Dil, Yaz Okulu, Lise Eğitimi	Ankara
5.Uluslararası Solarex Güneş Enerjisi ve Tekn.Fuarı	12 Nisan 2012	14 Nisan 2012	Güneş Enerjisi Fotoelektrik Mamulleri ve Güneş Enerjisi Su Isıtıcı ve Ürün Teçhizatları	İstanbul
IBATECH 2012	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	5.Uluslararası Ekmeç, Pasta Makineleri, Dondurma, Çikolata ve Teknolojileri Fuarı: Ekmeç, Pasta Makineleri, Dondurma, Çikolata ve Teknolojileri	İstanbul
Santek-İsparta Yapı, Dekor ve Doğalgaz Fuarı (16)	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Doğalgaz, Güneş Enerjisi, Kaba Yalıtım, Kombi Çihazları, Kazanlar, Radyatör, Yapı ve Dekorasyon Ürünleri	İsparta
9.DEOYAP Ege İnşaat Grup Fuarı	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	İzolasyon, Prefabrik Ürünler, Çatı Sistemleri, Banyo, Mutfak, Kapı Ve Pencere Sistemleri, Zemin Kaplama, Mobilya, İnşaat Ve Makinalar	Denizli
Alanya Yapı Dekor 2012	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Çelik ve Ahşap Kapılar, İstima ve Soğutma Üniteleri, Zemin ve Duvar Kaplamaları, Aydınlatma, Mutfak Banyo, Dekorasyon Ürünleri,	Antalya
1.Anuga İstanbul Gıda Fuarı	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Gıda Ürünleri, Teknolojileri ve Endüstrileri	İstanbul
Mersin Fooddays	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Mersin 6.Uluslararası Gıda, Gıda Teknolojileri ve Paketleme : Gıda İçecek Üretim Teknolojileri, Unlu Mamuller, Ambalajlama, Etiket	Mersin
EKSPOMED 2012	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Görüntüleme, Ameliyathane, Yoğun Bakım, Fizik Tedavi, Rehabilitasyon, Ambulans Sistem ve Donanımları, Ortopedi Ürünleri, Protezler, Hasta Yatakları, Hastane Donanımları, Sarf Malzemeleri,	İstanbul
LABTEK 2012	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Laboratuvar Analiz, Kalite Kontrol, Test Ölçüm Çihazları, Mikroskoplar, Sarf Malzemeleri, Kimyasallar, İstima-Soğutma Sistemleri, Laboratuvar Tezgah ve Mobilyaları	İstanbul
EKSPOTERMAL 2012	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Kaplıcalar, Estetik-Güzellik Merkezleri, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezleri, Masaj Kondisyon Aletleri, Sauna, Hidroterapi, Çihaz Ürün ve Donanımları	İstanbul
ICSM EXPO	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	İç, Dış Temizlik Makineleri ve Donanımları, Kimyasallar, İlaçlama Ekipmanları, Koruyucu Malzemeler, Personel Kiyafetleri, Kuru Temizleme ve Çamaşırhane Sistemleri, Bakım, Onarım	İstanbul
HOBİST 2012 Spor, Müzik, Eğlence, Hobi Fuarı	12 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Açık-Kapalı Alan ve Doğa Sporları, Bisiklet, Dalış, Avokluk, Müzik Aletleri, Ses ve Işık Sistemleri, Fotoğraf, Oyuncaklar, Oyuncak, Market,	İstanbul
16.Expo Silver Antalya 2012	12 Nisan 2012	16 Nisan 2012	Altın, Gümüş, Mücevher, Saat, Değerli Ve Yan Değerli Taşlar, Malzeme Ve Ekipmanları, Kuyumcu Bilgisayar Programı	Antalya
EQUİST At ve Binicilik Fuarı- İstanbul Horse Show	13 Nisan 2012	15 Nisan 2012	At, Malzemeleri, Beslenme, Sağlık, Güvenliği, Eğitimi, Taşınması, Ahırları, Binici Eğitimi, Kiyafetleri, Kişiler, Yayınlar,	İstanbul
Herkes İçin Sanat Fuarı	13 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Çağdaş ve Güncel Sanat Galerileri, Müzeler, Sanat Kurum ve Kuruluşları	İstanbul
Akare Yurtiçi Eğitim Fuarları	14 Nisan 2012	15 Nisan 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yabancı Dil, Yaz Okulu, Lise Eğitimi	İstanbul
17.İzmir Kitap Fuarı	14 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Kitap ve Süreli Yayınlar	İzmir
Akare Yurtiçi Eğitim Fuarları	17 Nisan 2012	17 Nisan 2012	Yurtiçinde Lisans, Yüksek Lisans, Doktora, Sertifika, Yabancı Dil, Yaz Okulu, Lise Eğitimi	İzmir
Karmodel Fuarı	17 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Mobilya, Aksesuarlar, Dekorasyon Üniteleri, Mutfak Banyo Mobilyaları, Aydınlatma, Halı ve Çeyiz	Trabzon
Hasyurt Tarım Fuarı	18 Nisan 2012	21 Nisan 2012	Tarım, Tarım Teknolojileri, Seracılık, Fidanlık, Sulama Ve Gübreleme	Antalya
BUSWORLD TURKEY	19 Nisan 2012	21 Nisan 2012	Otobüs, Midibus-Minibus Üreticileri, Yedek Parça, Aksesuar Ve Ekipman.	İstanbul
Üniversite Tanıtım Fuarı	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Üniversite ve Dil Okulları	İstanbul
KÜTAP'12	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Ziraat ve Tarım Makineleri, Tohum, Fide, Fidan Üreticileri, Seracılık Ekipmanları, Ziraal İlaçlama, Gübre, Hayvancılık Ekipmanları, Veteriner, Yem	Kütahya
Best Car Show	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Oto Müzik Sistemleri, Modifiye, Süspansiyon Sistemleri, Fren Sistemleri, Motor, Şanzıman, Aşın Besleme, Yürüyün Aksamı, Sıvılar, Body Killer, Oto Düzeyim	İstanbul
Aymod 8.Uluslararası Ayakkabı Moda Fuarı	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Ayakkabılar, Çantalar, Kemerler, Güzdanlar, Kurum, Müesseslikler Ve Basın	İstanbul
Olivtech Fuarı	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Zeytin, Zeytinyağı, Fidan Tohum, Gübre, Şişe, Kasa ve Bidonlar, Ambalaj Malzemeleri, Üretim Teknolojileri, Saklama Üniteleri, Gıda Analiz Laboratuvarları	İzmir
Ankara Emlak Yatırım Fuarı	19 Nisan 2012	22 Nisan 2012	Yerli ve Yabancı İnşaat Şirketleri, Gayrimenkul Konusunda Hizmet veren Danışmanlık, Hukuk, Sigorta, Değerleme, Finans ve Tedarik Şirketleri	Ankara
5.Uluslararası İstanbul İplik Fuarı 2012	21 Nisan 2012	24 Nisan 2012	Pamuk, Elastan, Yün, Viskon, Akriklik, Fantezi, Polyester, İpek, Polipropilen, Poliamid, Naylon, Ketan, Rejener, Organik, Tekstüre, Elyaz, Bobin Masurlar	İstanbul
ITM TEPO EURASIA 2012	21 Nisan 2012	24 Nisan 2012	Tekstil, Dokuma, İplik, Boya, Baskı, Terbiye, Örgü, Çorap Lazer, Nonwoven Makineleri, Laboratuvar Çihazları, Makine Yan Sanayiler, Tekstil Kimyasalları	İstanbul
HIGHTEX 2012	21 Nisan 2012	24 Nisan 2012	Endüstriyel, Kuyucu, Medikal, Otomotiv, Giyim, Sport, Tarım, İnşaat, Gıda, Hijyen, Zemin Teknik Tekstilleri, Jeotekstiller, Nonwoven, Üretim Teknolojileri, Kompozitler	İstanbul
Yerel Zincirler Buluşuyor 2012 (3.)	24 Nisan 2012	26 Nisan 2012	Yiyecek ve İçecek, Et ve Süt Ürünleri, Temizlik ve Kağıt Ürünleri, Yazarkasalar, Market Donanımı ve Ekipmanları	İstanbul
İCİ	25 Nisan 2012	27 Nisan 2012	Yenilenebilir Enerji Teknolojileri ve Fosil Yakıt Üretim Teknolojileri, Kojeenerasyon, Çevre Teknolojileri, Enerji İletim, Dağıtım, Otomasyon Sistemleri	İstanbul
KONMAK 201	26 Nisan 2012	29 Nisan 2012	Metal İşleme, Kaynak, Delme, Kesme Teknolojileri, El Aletleri, Hidrolik, Pnömatik,	Konya
KONLEX 2012	26 Nisan 2012	29 Nisan 2012	Konya 7 Elektrik, Elektronik, Elektromekanik, Enerji Üretimi, Otomasyon ve Aydınlatma Fuarı: Elektronik, Elektronik, Elektromekanik, Enerji Üretimi, Otomasyon ve Aydınlatma, Kablo	Konya
İSKON 2012	26 Nisan 2012	29 Nisan 2012	Konya 7 İstifleme, Depolama, Taşıma, Vinç ve Lojistik Fuarı: İstifleme, Depolama, Taşıma, Vinç ve Lojistik	Konya
Yozgat 3.Tarım, Gıda ve Hayvancılık Fuarı	26 Nisan 2012	29 Nisan 2012	Tarım Teknolojileri ve Mekanizasyon, Hayvancılık Teknolojileri, Hayvan Sağlığı, Yem, Tohum, Fidanlık, Sulama, Gıda ve Teknolojileri	Yozgat
5.A Plus Gayrimenkul ve Finans Hizmetleri Fuarı	27 Nisan 2012	29 Nisan 2012	Lüks Gayrimenkul, Konut, İşyeri ve Finans Firmaları	İstanbul
Ortaoğu Altın ve Mücevher Fuarı	27 Nisan 2012	30 Nisan 2012	Altın, Mücevher, Pırlanta, Gümüş, Değerli - Yan Değerli Ve Sentetik Taşlar, Saat, Güzellik Makine Ve Ekipmanları, Kuyumcu Yazılımları	Gaziantep
İzmir Boat Show	28 Nisan 2012	02 Mayıs 2012	Tekneler, Rüzgar Sörfü, Motorlar, Gemi Yapımı Malzemeleri, Tekne ve Yat Aksesuarları, Dalış ve Balıkçılık Ekipmanları, Su Sporları, Acil Durum Ekipmanları, Charterler, Surf	İzmir
2.Karadeniz Kitap, Kültür Sanat Fuarı	01 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Kitap, Süreli Yayınlar, Kültür Sanat, El Sanatları, Hediyelik Eşya ve Yöresel Ürünler	Trabzon
Manisa 5.Jünes Kayn, İstima ve Mesleki Eğit. Fuarı	02 Mayıs 2012	04 Mayıs 2012	İnsan Kaynakları, İstihdam, Eğitim, Danışmanlık	Manisa
İSK-SODEX 2012	02 Mayıs 2012	06 Mayıs 2012	İstima, Soğutma, Klima, Havalandırma, Yalıtım, Pompa, Vana, Tesistat, Su Arıtma, Havuz ve Güneş Enerji Sistemleri	İstanbul
POOLEXPO 2012	02 Mayıs 2012	06 Mayıs 2012	Havuz, Yalıtım ve Döşemesi, Havuz Mekanik Tesistat ve Arıtma, Filtrasyon, Sauna, Kimyasallar, Aydınlatma ve Aksesuarları, Kapama Sistemleri, SPA, Peyzaj, Bahçe Mobilyaları	İstanbul
35.Uluslararası Yapı Fuarı İstanbul 2012	02 Mayıs 2012	06 Mayıs 2012	Hizmetler, Altyapı, Kaba Yapı, İnce Yapı, Bitirme İşleri, Tesistat, Elektrik-Elektronik, Bina Donanımı, Mutfak-Banyo, Çevre Dizenleme	İstanbul
2.Ekodünya Fuarı 2012	02 Mayıs 2012	06 Mayıs 2012	Çevre Dostu Yapı Ürünleri, Malzemeler, Teknolojiler, Alternatif Enerji ve İklimlendirme Sistemleri	İstanbul
Fethiye Marina Yacht Show Fuarı 2012	09 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Denizcilik, Yelkenli ve Motorlu Deniz Araçları, Su Sporları ve Ekipmanları	Muğla
2.Malahya Yapı ve Dekorasyon Fuarı	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Ahşap Yapı Elemanları, İnşaat Malzemeleri ve Teknolojileri, İstima Soğutma, Tesistat ve Yalıtım, Mobilya İç Dekorasyon, Doğalgaz Teknolojisi	Malatya
Kalp Avrasya 2012	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Bursa 6.Kalp Teknolojileri ve Yan Sanayiler Fuarı: Kalp Teknolojileri ve Yan Sanayi	Bursa
Ambalaj-Plastik Fuarı 2012	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Bursa 11.Ambalaj ve Plastik Endüstrisi ve Kauçuk Fuarı: Ambalaj ve Plastik Endüstrisi	Bursa
Bursa 2.Güvenlik Sis. ve End.Tem.ve Hiz.Fuarı	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Güvenlik Sistemleri ve Endüstriyel Temizlik ve Hizmetleri	Bursa
Bursa Otomotiv Yan Sanayi 2012	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	5.Otomotiv Yan Sanayi, Yedek Parça ve Aksesuarları Fuarı: Otomotiv Yan Sanayi, Yedek Parça ve Aksesuarları	Bursa
TRIKONFEX	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	2.Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Tekn.: Triko, Triko İpliği, Konfeksiyon ve Teknolojileri	Gaziantep
Plastech	10 Mayıs 2012	13 Mayıs 2012	Plastik, Ambalaj ve Teknolojileri	İzmir
Konya Otoshow 2012	15 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Konya 6.Otomobil, Ticari Araçlar, Motosiklet, Bisiklet ve Aksesuarları: Otomobil, Ticari Araç	Konya
Araç Üstü Ekipman ve Yan Sanayiler Fuarı	15 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Üst Yapımlar, Polis ve Askeri Araçlar, Belediye Araçları, Romonk Yan Sanayiler, Damp ve Karoseri Üreticileri, Tankerler, Şase, Yardımcı Ekipman ve Aksesuar, Vinç	Konya
EVTES 2012 İstanbul Ev Tekstil Fuarı	16 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Tü, Perde, Döşemelik Kumaş, Havlu, Halı, Mutfak Tekstil, Duvar Kaplama, Yatak Ve Banyo Tekstil, Dekoratif Aksesuar	İstanbul
8.İstanbul Ev Tekstil Fuarı	16 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Perde, Döşemelikler, Uyku ve Yatak Odası, Mutfak ve Yemek Odası, Banyo, Balkon ve Bahçe Tekstilleri, Güneş Koruma Sistemleri, Halı ve Zemin Kaplamaları, Dekorasyon	İstanbul
2.Yan Tarım, Hayvancılık ve Gıda Fuarı	17 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Tarımsal Üretim Geliştirme, Makine ve Yan Sanayi, Sulama Sistemleri, Seracılık, Hayvancılık, Anonik, Organik Gıda, Gübre, Peyzaj	Van
3.Cami Donanımları Fuarı	18 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Cami yapımı ve yenilenmesi için gerekli tüm mimarlık, dekorasyon, inşaat malzemeleri	Gaziantep
İstima Moda Fuarı	18 Mayıs 2012	20 Mayıs 2012	Giyim, Konfeksiyon, Aksesuar, Moda ürünleri	Gaziantep
Karadeniz Oto Show	21 Mayıs 2012	27 Mayıs 2012	Otomobil, Ticari Araçlar, Yedek Parça ve Aksesuarları	Rize

## Yurt dışı girişim

# 21 ülkeden işbirliği çağrısı

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne (TOBB) mart ayı içerisinde pek çok ülke ve farklı sektörden işbirliği çağrısı geldi. 21 ülkeden gelen işbirliği tekliflerini sizler için derledik.

## 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

At, köpek, kedi, balık ve yırtıcı kuşlar için yem katkı maddeleri, ek besinler, bakım ürünleri üzerine çalışan Alman firma, organik ve doğal özelliğe sahip bu ürünleri için dağıtımıcı arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120120022 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

## HIRVATİSTAN

**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

Firma, soğuk pres yöntemiyle ayçiçeğinden, kolzadan, soyadan, kabak çekirdeğinden, ketenden, susamdan ve kenevir tohumundan yağ üretim donanımları ve teknolojisini arıyor. Teknolojinin tam olarak gelişmiş olmasını bekleyen firmanın; üretim ve teknik destekli işbirliği anlaşmaları yapabileceği kuruluşlar aradığı bildiriliyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 HR 89GJ 3NZB referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.



## ABD

**FİRMA ADI:** BLACK SEA FISHERIES CORP.

**ADRES:** 102 Maryland Avenue Paterson N.J 07503 USA

**YETKİLİ KİŞİ:** Muhittin Bağrıyanık

**Tel:** +1.917.865 7658; **Faks:** +1.866.402 8561;

**e-mail:** blackseafisheries@yahoo.com;

**web:** www.seafoodturkish.com

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tek Türk balıkçılık firması, Türkiye'den balık almak istiyor. Firmanın haftalık ortalama 10 Ton Akdeniz çipurası ve levreği sattığı bildiriliyor.

## 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:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;

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

**web:** www.ebicege.org.tr

Hızlı tüketim malları sektöründe faaliyet gösteren çok uluslu bir firma, tüketim mallarını paketlemede kullanılabilecek auxetic polimer (auxetic-genişlemeye eğilimli) ve kumaşlar arıyor. Firma, çığır açacak bilgiye, fikri mülkiyet haklarına ve bu gibi materyalleri üretebilecek üretim kapasitesine sahip işbirliği yapabileceği firmalarla ilgileniyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 BE 0213 3NW8 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

**HİNDİSTAN**

**FİRMA ADI:** BLB Commodities Limited  
**ADRES:** ECE House, 28-A, 3rd Floor, Annexe II, KG Marg, New Delhi - 110001  
**YETKİLİ KİŞİ:** Deepesh Kumar Srivastava / Sr. Analyst-Commodity  
**Tel:** +91.11.4932 5628; **Faks:** +91.11.2335 2749;  
**e-mail:** deepesh.bcpl@blblimited.com;  
**web:** www.blbcommodities.com

46 yıllık bir ticaret ve tedarik zinciri yönetimi firması, Türkiye'ye tarımsal gıda ürünleri (grains, oil & oilseeds, pulses, spices, herbs, fruits and vegetables) satmak istiyor. Deepesh Kumar Srivastava ile +91 9953221771 numaralı cep telefonundan da görüşülebilir.

**KKTC**

**FİRMA ADI:** AHMET AYDIN TİC. VE TUR LTD.  
**ADRES:** İskenderun cad. Metform Plaza A blok No:4-5, Doğanköy - Girne  
**YETKİLİ KİŞİ:** Mustafa Aydın  
**Tel:** +90.392.81 50 715; **Faks:** +90.392.81 50 721;  
**e-mail:** aydingida@gmail.com;  
**web:** www.a-aydinltd.com

Firma, 3000 Ton buğday (protein:13.5, energy: 200, gluten: 26-27) almak istiyor. "TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler 13. Grubu" üyesi olan Mustafa Aydın ile +90 (533) 8429840 numaralı cep telefonuyla da bağlantı kurulabilir.

**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

Et endüstrisi alanında faaliyette bulunan ve yüksek basınçlı et paketleme teknolojisi arayan Polonyalı bir KOBİ, teknik destekli ticari sözleşmeler ile ilgileniyor. Ette oluşabilen mikroorganizmaları etkisiz hale getirmek amacıyla kullanılacak olan bu yüksek basınçlı sistem, gıdanın uygun depolanmasının şeffaflığını garanti etmeli. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 PL 61AJ 3NR8 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

**BULGARİSTAN**

**FİRMA ADI:** TURKISH BULGARIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY  
**ADRES:** 138 V. Levski blvd, Sofia 1504, BULGARIA  
**YETKİLİ KİŞİ:** Timur Halilov / Executive Director  
**Tel:** +359.2.945 39 55;  
**e-mail:** timur.halilov@tbcci.bg; **web:** www.tbcci.bg

Firma, Türkiye'den yüklü miktarda tütün satın almak istiyor. Alıcı firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların Sofya'da bulunan Türk Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası'na başvurmaları gerekmektedir. Türkçe konuşan Timur Halilov ile +359 87 813 45 28 numaralı cep telefonundan da bağlantı kurulabilir.

**BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ**

**FİRMA ADI:** GIFTEX Corp.  
**ADRES:** P.O.BOX : 30200, Abu Dhabi, UAE  
**YETKİLİ KİŞİ:** Mr. Ali Marei  
**Tel:** +971.2.6772299; **Faks:** +971.2.6777349;  
**e-mail:** alimarei@giftex-intl.com;  
**web:** www.giftex-intl.com

Firma, afet ve mülteci kamplarında kullanılmak üzere; hazır mutfaklar, kamp çadırı, barınma ve depolama için konteynerler, temizlik malzemeleri, çadır kentlerde kullanılan malzemeler almak istiyor. Firmanın yukarıdaki ürünleri üreten ve Kızılay'a yukarıdaki ürünleri tedarik etmiş olan (Kızılay'dan referansı olan) Türk firmalarıyla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor.

**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:** Semih Erden  
**Tel:** +90.232.343 44 00 / 165;  
**e-mail:** semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;  
**web:** www.ebicege.org.tr

Yüksek kalite kadın ayakkabıları tasarlayan ve dağıtım yapan İngiliz firma ürün çeşitliliğindeki bu modeller ve diğer üst gelir grubu kadın ayakkabı modelleri için ticari araçlar arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120130028 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

**KORE CUMHURİYETİ**

**FİRMA ADI:** Ege İş ve Yenilik Merkezi (EBIC-Ege)  
**ADRES:** Ege Üniversitesi Bilim Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi (EBİLTEM) 35100 Bornova - İZMİR



# Yurt dışı girişim



**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

Petrokimyasalların üretimi ve satışı alanında uzman Koreli bir firma, biyodizel ve metil ester geliştirme teknolojisi arıyor. Hammadde elde edilmesinin kolay olmasını ve ekonomik olarak uygulanabilir olmasını bekleyen firma, endüstriyel ortak lisans anlaşması, ortak geliştirme ve teknik danışmanlık yollarıyla işbirliğine gitmek istiyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 KR 9A9E 3NUX referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

## RUSYA

**FİRMA ADI:** RUSYA TİCARET VE SANAYİ ODASI TÜRKİYE YETKİLİ TEMSİLCİLİĞİ

**ADRES:** Nispetiye Mah., Engin Sitesi Yolu Sk., Maçka Apartmanı, D:5 Beşiktaş - İstanbul

**YETKİLİ KİŞİ:** İldar Fattakhov / Yetkili Temsilci

**Tel:** +90.212.324 04 12; **Faks:** +90.212.324 04 13;

**e-mail:** istanbul@rus-ticaret-odasi.ru;

**web:** http://tr.rus-ticaret-odasi.ru

Dekoratif laminat folyo üretimi yapan "Ortohim" adlı Rus şirketi, işlerini genişletmek amacıyla bu alanda çalışan, PVC kaplama ve vinil cephe kapama maddeleri üreticisi Türk firmalarıyla işbirliği yapmak istiyor.

## UKRAYNA

**FİRMA ADI:** Technopipe Ltd.

**ADRES:** Crimea, Karla-Marksa 34, Simferopol - UKRAINE

**YETKİLİ KİŞİ:** Mukhamed-Ali Sulaymanov/Gnl.Md.

**Tel:** +380.99.7533410; **Faks:** +380.65.2706314;

**e-mail:** contechltd@ukr.net; **web:**

www.technopipe.com.ua

Şirket, Türkiye'den aside dayanıklı boru ithal etmek istiyor. Şirket Genel Müdürü Mukhamed-Ali Sulaymanov, "TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler 12. Grubu" üyesi.

## FRANSA

**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

Suların arıtılması için basit, çevreye duyarlı ve yenilikçi bir yöntem sunan Fransız bir KOBİ, ticari anlaşmalar, teknik destekli ortaklıklar veya AB işbirliği programları içinde ortaklıklar arıyor. Bu yöntem, mevcut su minerallerini korurken, ağır metaller, virüsler, kolera gibi zararlı maddeleri süzüp çıkarabiliyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 FR 38n0 3MY2 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

## HOLLANDA

**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

Endüstriyel bakım ve soğuk metal püskürtme uygulamaları alanında uzman olan ve bu teknoloji için çeşitli yeni uygulamalar geliştiren firma, teknik işbirliği ve uygulamalarını diğer gereksinimlere de uyarlama konusunda işbirliği yapabileceği firmalar arıyor. Soğuk metal püskürtme teknolojisi, herhangi bir metal cismin/yüzeyin başka bir tür metal tabakasıyla kaplanmasına olanak tanıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 NL 60AH 3KNS referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

## 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:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;

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

**web:** www.ebicege.org.tr

Otomasyon ve endüstriyel kontrol sistemleri alanında deneyimli İspanyol bir KOBİ, zeytinyağı üretim sürecini görmek, yönetmek ve denetlemek için PLC temelli SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition) sistemi geliştirdi. Bu sistem, üreticilerin farklı üretim birimlerine uzaktan erişimine de olanak sağlıyor. Teknik

işbirliği ve teknik destekli ticari işbirlikleri yapmak isteyen firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 ES 27F4 3NY9 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

### 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:** Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı  
**Tel:** +90.232.343 44 00 / 166;  
**e-mail:** can.senyilmaz@ebiltem.ege.edu.tr;  
**web:** www.ebicege.org.tr

Nano elmas sentezi ve elmas nano parçacıkların türlü ortamlardaki tanıtımı için özgün rekabetçi bir teknoloji geliştiren firma, teknolojisinin ve ürünlerinin ticarileştirilmesi amacıyla, nano elmas uygulamaları alanında AR&GE projeleri içerisindeki ortaklıklar için akademik ya da endüstriyel ortaklar arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 IL 80EP 3NMN referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

### 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:** Semih Erden  
**Tel:** +90.232.343 44 00 / 165;  
**e-mail:** semih.erden@ebiltem.ege.edu.tr;  
**web:** www.ebicege.org.tr

Yenileşimci beton karıştırma sistem ve donanımları (beton karıştırma tesisi, beton santrali, beton enjeksiyon donanımları, silindire sıkıştırılmış beton için serme ve sıkıştırma (Roller Compacted Concrete Plants) donanımları üreticisi olan İtalyan firma, ürünleri için acenteler ve dağıtımcılar arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120117015 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

### LETONYA

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

Letonya'dan oyuncak üreticisi bir firma, küçük dokuma parçaların hassas kesimi için lazer kesim aygıtı arıyor. Kadife ve organik pamuktan üretilen parçaların kesimi için kullanılacak aygıt, milimetre hassasiyetinde kesim yapabilir özellikte olmalı ve aygıtta bağlı yazılım özellikli ve detaylı kesime olanak sağlamalı. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 LV 58AD 3OF7

referans numarasını belirterek İstanbul Sanayi Odası'na başvurmaları gerekiyor.

### LÜKSEMBURG

**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

Yapı sektörüne yönelik su arıtma alanında yeni teknolojiler arayan firma, anahtar teslimi çözüm sağlayacak ortak arıyor. Yapı projesinin parçası olarak, suyun kendi kendine bina içerisinde yetmesi için toplama, arıtma ve dağıtım işlemlerini sağlayan teknolojiyi uygulamak için bir deneysel alanın sağlanacağı belirtiliyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 LU 70DB 3O4R referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

### FİNLANDIYA

**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

Akıllı şebekeler için gelişmiş kontrol altyapısı (AMI - Advanced Metering Infrastructure) geliştiren Finlandiyalı yazılım firması, bu ürünü ticarileştirip pazara kazandırmak için ortaklar arıyor. Bu altyapıyı kullanarak sayaçlardan gelen düzenli bilgileri toplamak çok kolay olmakta ve bu sistem ile her üreticinin kendilerine özel sistemi kullanması yerine bilgiler bir sistemden okunabilmekte. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 FI 30I3 3O3U referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.







**Gülay Özkan**  
Bilgi Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi,  
MBA Programı  
[www.gulayozkan.com](http://www.gulayozkan.com)

# KOBİLGİ

## İÇİNDEN İNOVASYON GEÇMEYEN GİRİŞİMCİLİK

Son yıllarda Türkiye’de neredeyse devlet politikası haline gelen girişimciliğin desteklenmesiyle birlikte doğal olarak her yerde girişimcilikten bahsediliyor. Ancak son zamanlarda “girişimcilerin çalgın yaratıcı olması” gibi bir klişe yarattığını fark ettim. Biz girişimciler olarak ilgilendiğimiz konu yaratıcılık mı? Yoksa siz yeterince yaratıcı değil misiniz? Ya inovasyon?

Yazıyı “içinden deniz geçen şehir” İstanbul’dan da yazarken bu başlık da kaçınılmaz oldu.

### Başlığımız yanlış!

Öncelikle başlığımız yanlış çünkü içinden inovasyon geçmeyen işlere zaten girişimcilik demiyoruz. Mesela mahallenizde 10 tane manav varsa ve siz aynı şekilde 11’inci manava açılıyorsanız hiçbir yenilik eklemeyen, o zaman yeni bir iş sahibi olabilirsiniz ancak yeni bir girişim sahibi değilsiniz. Tek söyleyebileceğim batma riskinizin çok çok yüksek olduğudur. Peter Drucker’in tanımlaması ile bir işletme sahibine girişimci diyebilmemiz için işindeki herhangi bir şeyi (iş modeli, servis, pazarlama vs.) yenilikçi (inovatif) bir yöntem ile yapıyor olması gerekiyor.

### Neden inovasyona ihtiyacımız var?

Drucker “Pratik uygulayıcıları farkında olmasa bile her pratik bir teoriye dayanır” der. Bu konunun teorisinden de bahsederken de Schumpeter’den bahsetmemek mümkün değil. Schumpeter 1930’larda getirdiği yaklaşımda ekonomik dalgalanmalarda işlerin tek ve tek çıkış yolunun inovasyon ve bu inovasyonu gerçekleştiren girişimciler olduğunu söyledi.

Bu teoriye göre ekonomik daralmanın durması ve yeniden büyümeyi sağlayacak asıl kişiler girişimcilerdir. Yani dünyada bu dönemde bu kadar “girişimcilik” pazarlamasının yapıyor olması bir tesadüf değil!

Hepimizin tahmin edebileceği gibi tüm

hibe ve teşvik gibi destekler ekonomik büyümeyi sağlamak amacı ile veriliyor. Schumpeter’i de artık bildiğimize göre bu desteklerin ancak inovasyon içeren projelere verilirse bu misyonu yerine getirdiğini de artık biliyoruz. Yoksa boşuna dağıtılmış, geri dönüşü olmayan paralar olmaktan öteye gidemez.

Biz girişimci olarak Schumpeter’i biliyor olmayı pratik hayatımızda nasıl uygulayacağız? Eğer projelerimiz inovasyon içermiyorsa bunlara yatırım yapmanın ne kadar riskli olduğunun farkında olacağız. İkinci ve asıl önemli unsur, bu projelerle başvurduğumuz desteklerden eğer sonuç alamıyorsak bunu bu kurumların beceriksizliğine değil, işlerini doğru yaptığını ve bizim yanlış yaptığımızı biliyor olacağız.

### Siz yoksa yaratıcı değil misiniz?

Aslında bu yazıyı yazmama sebep olan konu bu idi. Yani “girişimcilerin o çalgın yaratıcı olma” klişesinin yaratılması. Ve “girişimcilik” ve “yaratıcılık” kelimelerinin bu kadar sık aynı cümlede kullanılması.

Girişimcilik perspektifinden bizim ilgilendiğimiz şey inovasyondur, yaratıcılık değil. Elbette yaratıcılık inovasyonun kaynağı ama hepsi değildir. Mesela çok yaratıcı yeni bir elma satma yöntemi / modeli düşünmüş olabiliriz. Bu yaratıcıdır ancak bunu bir işe dönüştürüp bir fayda sağlıyorsanız bu ancak inovasyon olur. Bizim ilgilendiğimiz bu ikincisi. Dolayısı ile yaratıcılığınız ile biz direkt ilgilenmiyoruz.

Son olarak ekonomiyi kurtaracak askerler olarak biz girişimciler için, bu zor ve çetrefilli mücadelede inovasyon bizi yaşatacak olan temel unsurdur. Yani içinden inovasyon geçmeyen bir girişimcilik olamaz ve de bununla hiç mi hiç ilgilenmiyoruz!

**Not:** Gelecek aylarda cevaplamamı istediğiniz soru ve konular olursa, bana @gulayozkan twitter hesabından ulaşabilirsiniz.