

KOBİ

HAZİRAN 2012

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

TÜRKİYE'NİN KADIN GİRİŞİMCİLERİ 2012



Ekonomist **Garanti** KAGİDER



Bu yıl 6'ncı kez düzenlenen Türkiye'nin Kadın Girişimcileri yarışmasında ödüller sahiplerini buldu.

■ Küçük şirketlerden Çin'e private label çalımı

■ Toplantınıza evinizden katılmak ister misiniz?

■ Diş kliniği danışmanı restoran girişimcisi oldu

■ 'Bugün ne giysem' sendromu iş fikri oldu

20 ÜLKEDEN İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

SİGORTASIZ ESNAF KALMASIN BENCE!

10 ay boyunca ayda 19 TL'den başlayan fiyatlarla,
işyerinizi ve mallarınızı su baskını, yangın,
hırsızlık gibi risklere karşı Garanti'ye alın.

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

 **EUREKO**
SİGORTA

**ESNAFIN
GELECEK
GARANTİSİ**



www.garanti.com.tr/sigorta



YAYINCI

Doğan Burda Dergi

Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

İCRA KURULU BAŞKANI Mehmet Y. Yılmaz
YAYIN DİREKTÖRÜ M. Rauf Ateş
YAYIN YÖNETMENİ Talat Yeşiloğlu
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ (Sorumlu) Asım Aslan
HABER MÜDÜRÜ Mustafa Kemal Çolak
ARAŞTIRMA MÜDÜRÜ Orhan Karaca
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

EDİTÖRLER

BORSA - FİNANS Talip Yılmaz
MEDYA Fatoş Bozkuş
DIŞ HABERLER Emrah Gürkan
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay,
 Özge Yavuz, Gözde Yeniova, Burcu Tuvay,
 Mustafa Gündoğdu, Kıvanç Özvardar, Sibel Atik
MARKA MÜDÜRÜ Didem Alakın Güven
SAYFA UYGULAMA Fatih K. Tural, Erdal Şahin
GRAFİK Yaman Tetik
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
ARŞİV Nihal Yörükçü
ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
 Tel: 0 312 207 00 71-207 00 95
 ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM

GENEL YAYIN KOORDİNATÖRÜ Yeşim Denizel
TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ Murat Köksal
SATIŞ DİREKTÖRÜ Orhan Taşkın
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kürücü
ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoglu

REKLAM

GRUP BAŞKANI Viki Habib
GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Nil Ertan
SATIŞ KOORDİNATÖRÜ Emel Sönmez
SATIŞ 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 / 57 / 59
 Faks: 0 212 336 53 92 / 93
ANKARA REKLAM BÖLGE TEMSİLCİSİ
 Sezinur Balıkcıoğlu
 Tel: 0 312 207 00 72 / 73
HEDEF SAYFALAR
 Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ

Kuştepe Mahallesi Mecidiyeköy Yolu Caddesi
 No 12 Trump Towers Kule 2 Kat 21-22-23-24
 34387 Şişli İstanbul
 Tel: 0 212 410 32 56 Faks: 0 212 410 32 55

BASKI

Doğan Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık AŞ
 Doğan Medya Tesisleri, Hoşdere Yolu
 C Blok 34850 Esenyurt/İstanbul
 Tel: 0 212 622 19 00

DAĞITIM

Yaysat AŞ 0 212 622 22 22
YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300
 okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
 Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13
 abone@doganburda.com
 www.doganburda.com

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

6 bin 200 başarılı kadın girişimci

Bazen sadece bir fikir olarak başlayan bir proje, yüzlerce hatta binlerce kişiye de içine alan büyük bir organizasyona dönüşebiliyor. Türkiye'nin Kadın Girişimcileri Yarışması işte bu projelerden biri...

Garanti Bankası işbirliği ve KAGİDER'in katkılarıyla düzenlediğimiz bu yarışma başladığından bu yana göz açıp kapayıncaya kadar tam altı yıl geçmiş. İlk yıl sadece 113 kadın girişimcinin başvurduğu bu yarışmaya bu yıl tam 6 bin 200 kadın girişimci başvurdu. Kartopu etkisiyle yarışmaya artan bu ilginin, haklı gururunu yaşıyoruz.

Bu yıl bir kez daha gördük ki artık Türkiye'nin Kadın Girişimcileri Yarışması, kabına sığmayan, Türkiye'nin her bölgesini kucaklayan bir yarışmaya dönüştü.

'İş yaşamında kadının adı yok' diyenlere, en güzel yanıtı bu yarışmaya başvuran kadın girişimciler veriyor. Evet hala kadının iş yaşamına katılımı istenen noktada değil, evet hala ülkemizde kadının iş yaşamında pozitif ayrımcılığa ihtiyacı var. Ama şurası bir gerçek ki artık hiçbir şey eskisi gibi değil. Zira yarışmadaki başvurulara baktığımızda artık kadınların, erkeklerin domine ettiği sektörlerde de söz sahibi olmaya başladığını görüyoruz.

Örnek mi? Yarışmaya Bursa'dan katılan Epsa Yalıtım Ambalaj Yapı Kimyasallar'ın kurucusu Nurcan Özdemir, ağırlıklı olarak erkeklerin çalıştığı yalıtım sektöründe yaptığı başarılı faaliyetler sayesinde 'Türkiye'nin Kadın Girişimcisi' seçildi.

Örnek mi? 'Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci' kategorisinin bu yılki birincisi Mardin Taş Ocakları'nın işletmecisi Yasemin Kalya seçildi.

Örnek mi? Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi' kategorisinin bu yılki birincisi genetikte mucizeler yaratan Nesiller Genetik'in Kurucusu Gülay Özgön oldu.

Kadın girişimcilerimiz artık her sektörde. Üstelik karşı cinslerine sıkı birer rakip olarak.

Bizim için yarışmaya başvuruda bulunan her kadın girişimci birinci. Bizlere öykülerini anlatan, ayakta kalma savaşlarını, hayal kırıklıklarını, sevinçlerini paylaştan tüm kadın girişimcilerimize teşekkür ediyoruz.

İyi bir ay geçirmeniz dileğiyle...

Burcu Tuvay

İçindekiler

- 5** KOBİ Gündemi
- 9** Bu kampta sadece İngilizce konuşuluyor
- KAPAK KONUSU**
- 10** İşte Türkiye'nin kadın girişimcileri
- 16** Türkiye, Sodexo'nun markajında
- 18** Ev tekstili fuar alanı bekliyor
- 20** Küçük şirketlerden Çin'e private label çalımı
- 22** İzmir'i binicilik merkezi yapacak
- 24** 53 ülkenin çocukları bu kampta buluşuyor
- 26** Çinli 'güneş' devi Türkiye'de
- 28** Toplantınıza evinizden katılmak ister misiniz?
- 30** Doğal ürünleriyle 4 milyon dolara koşuyor
- 32** Dış kliniği danışmanı restoran girişimcisi oldu
- 34** Şirketlerdeki 11 bin ekranı yönetiyorlar
- 36** 'Bugün ne giysen' sendromu iş fikri oldu
- 38** Gençlerin farkındalığı 'UpAguru!' ile artacak
- 40** **Nihayet Durukanoğlu:** Ortak Transit Sözleşmesi gereğince gümrüklere verilecek teminat
- 42** Geleceğin otel yöneticilerini birlikte yetiştirecekler
- 44** Yurt dışı mal talepler
- 47** Vergi takvimi
- 48** Yurt dışı fuar takvimi
- 49** Yurtiçi fuar takvimi
- 50** **Prof. Dr. Ali Beba:** Dünya sırlamalarında Türk üniversiteleri ve girişimcilik



9



18



36

KOBİ Gündemi

Hayvancılık yatırımının yeni merkezi Bosna Hersek

Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker'in himayelerinde oluşturulan Bosna Hersek ile ilişkilerin geliştirilmesi ve Bosna Hersek'in ekonomik kalkınmasına yardım programı çerçevesinde İstanbul'da "Bosna Hersek'te tarım ve hayvancılık sektöründeki yatırım imkânları" isimli bir toplantı gerçekleştirildi.

Sütaş, Pınar Et, Pınar Süt, Aytaç, Saray Hayvancılık, SEK Süt, Beşler, Canet, Mc Donald's, Yörsan, Pehlivanoglu, Torunoğlu gibi SETBİR'e üye firmaların üst düzey temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda Bosna Hersek'teki tarım ve hayvancılık konularındaki yatırım imkânları, Türkiye ve Bosna Hersek tarafından yatırımlara sağlanan destekler, kredi imkânları kapsamlı olarak değerlendirildi. Gümrük vergilerinin sıfırlandığı Bosna Hersek ve Türkiye arasında yatırımcı için ticari hiçbir engel bulunmuyor. Bosna Hersek, ülkelerine yatırım yapan Türk iş adamlarına arsa hibe ediyor ve ya çok düşük fiyatlarla 15-30 yıllığına arsa kiralama imkanı sunuluyor. Yatırımcılardan vergi alınmayan Bosna Hersek'te ayrıca çok düşük faizli kredi imkanları var.



Geniş mera alanları ve yılda üç kez hasat imkanıyla yem bitkileri yetiştiriciliği maliyetlerinin oldukça düşük olduğu Bosna Hersek'te yatırım yapan kuruluşlar hayvancılık maliyetinin yüzde 70'ini oluşturan yem fiyatlarından ciddi tasarruf sağlamış oluyor. Uygun ırklarla hem küçükbaş hem de büyükbaş hayvancılık yatırımları için cazip fırsatlar sunan Bosna Hersek'te Türk yatırımcılar küçük süt işletmeleri, peynir yoğurt tesislerinin yanı sıra büyük hayvan çiftlikleri ve koyun-keçi sütü işleyen tesisler kurmayı planlıyor.

Bilişim sektörünün büyüklüğü 66.7 milyar TL

Bilişim Sanayicileri Derneği'nin (TÜBİSAD), Türkiye'de bilgi ve iletişim sektörleriyle ilgili güvenilir bilgi elde etme ihtiyacını karşılama ve kamuoyuna bilişim sektörü ile ilgili doğru bilgiyi sağlama misyonuyla başlattığı "Bilişim Sektörü Verileri-Bilgi Merkezi Projesi"nin ilk sonuçları açıklandı.

TÜBİSAD Bilgi Merkezi Komisyonu Başkanı Mustafa Çağan, 100'e yakın dernek üyesinin online ankete verdiği yanıtlardan yola çıkarak Türkiye bilişim sektörünün büyüklüklerinin ortaya çıkartıldığını söyledi.

Çağan'ın verdiği bilgilere göre, Türkiye bilişim sektörünün 2011 yılında büyüklükleri şu şekilde sıralandı: Türkiye'de 2011 yılında donanım, yazılım ve hizmet, elektronik haberleşme, e-ticaret, savunma sanayi, çağrı merkezi, mobil cihazlar pazarlarının toplam cirosu 66.7 milyar TL. Donanım, yazılım ve hizmet, elektronik haberleşme, e-ticaret, savunma sanayi, çağrı merkezi 2011 yılı toplam istihdamı ise 164 bin 412 kişi oldu. En fazla istihdam 55 bin kişi ile çağrı merkezlerinde gerçekleşti. İstihdamda kadın oranının en yüksek olduğu alanlar yüzde 70 ile çağrı merkezleri ve yüzde 40 ile bilgi teknolojileri sektörü oldu.

TÜBİSAD verilerine göre 2011 yılında Türkiye bilişim sektörünün toplam ihracatı 732,6 milyon TL olarak gerçekleşti. Bu ihracatın 455,9 milyon TL'lik tutarı yazılımda, 117,6 milyon TL'si donanımda, 159 milyonu ise savunma sanayii de gerçekleşti. Bu veriler, Türkiye bilişim sektörünün ihracatta önemli bir payı olduğunu gösteriyor.

Güral'dan ihracatçıya uyarı

Türkiye Genç İşadamları Konfederasyonu (TÜGİK) Genel Başkanı Erkan Güral, Avrupa'da yaşanan son seçim ve gelişmelerin ardından yaptığı değerlendirmede, Euro'nun bir zayıflama sürecine girebileceğini belirterek, "İhracatçılarımız mutlaka kur risklerini hedge etmeli, yani kendilerini kur riskinden korumalıdır," dedi. Erkan Güral, Avrupa'daki olumsuz gelişmeler karşısında, alternatif pazarlar konusunun Türkiye için ne denli önem taşıdığının bir kez daha ortaya çıktığını ifade etti.

Euro'nun yine uzun süreli bir zayıflama sürecine girebileceğini söyleyen Güral, Euro'nun böyle bir sürece girmesinin ihracatçılarımızı zor durumda bırakma riski mevcuttur. Buna çözüm olarak da ihracatçılarımızın mutlaka kur risklerini hedge etmeleri, yani kendilerini kur riskinden korumaları gerekir," dedi.



KOBİ Gündemi



İşletmelerin geleceğe olan güvenleri artıyor

Regus İş Güven Endeksi sonuçları, işletmelerin çoğunun önümüzdeki 12 ay içinde gelirlerini artıracaklarına inandığını gösterdi. Ankete göre şirketler gelir artışı konusunda artık sadece satışları artırmaya değil, genel giderlerini düşürmeye de odaklanıyor. İşletmeler arasında giderleri azaltmanın en tercih edilen yöntemleri ise esnek zamanlı (free lance) personel kullanımını artırmak, üçüncü taraflar aracılığıyla daha çok satış yapmak ve bulut bilişim uygulamalarını kullanmak.

Geçmişe baktıklarında, Türk firmaları ekonomik gerileme döneminde sabit emlak kiralarnı kurumsal sıkıntının başlıca nedeni olarak görüyor. Şirketlerin yüzde 55'i bunu dağıtımçılara, bayilere ve tanıtıcılara ödenen sabit marjlar izliyor. Türk firmaları daha geniş müşteri ağına ulaşmayı ve düşük maliyetli sermaye erişimini, büyüme ve iş istikrarına en büyük katkıyı yapacak faktörler olarak algılıyor.

Al Turki'den girişimcilere tavsiyeler

Suudi Arabistan Odalar Birliği Eski Başkanı ve Nesma Holding Yönetim Kurulu Başkanı Saleh Ali Abdurrahman Al Turki, Girişimci İşadamları Vakfı'nın (GİV) Girişimci Buluşmaları'nın Mayıs toplantısının konuğu olarak Türkiye'ye geldi. Saleh Al Turki, Türkiye ile Ortadoğu ülkeleri arasındaki ekonomik ilişkiler hakkında bilgi vererek, girişimci işadamlarına tavsiyelerde bulundu.

Başarılı bir şirket için en önemli konunun çalışanları olduğunu söyleyen Saleh Al Turki, "Bir girişimci olarak etrafınızda bilgili insanları buldurmanız, çevrenizde bilgili çalışanlarınızın olması gerekiyor. Şirket sahibi olduğunuzda,



para kazanmaya başladığımızda onu iyi yönetmeniz çok önemli" dedi.

Girişimci gençlerin desteklenmesi gerektiğini vurgulayan Saleh Al Turki, eğitimle ilgili vizyon sahibi olmanın da önemli olduğunu belirtti. Saleh Al Turki, şunları söyledi: "Bu konuda birkaç tavsiye vermem gerekirse, projenizden eminseniz tam gaz devam edin. Beklemeyin ve vizyonunuzun peşinden gidin. Projenizi başka projelerle kıyaslamayın. Kendi projenizin ne kadar ne kadar iyi olduğunu sorun kendinize. Başkalarıyla fikirlerinizi birleştirmek ve ortak vizyonlar geliştirmek çok önemli. Fikirlerinizi paylaşın. Nerede olursanız olun, entelektüel olmanız bu iş yürümez."

Girişim sermayesinin önemi artıyor

Ernst & Young ve Türkiye'nin Fonlar Fonu İstanbul Venture Capital Initiative (iVCi) işbirliği ile Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen ve 'girişim sermayesinin firmalara sağladığı hissedilen katma değeri' araştıran anket sonuçları yayınlandı. Ülkemizde hızla büyüyen sektörün nabzını tutmayı amaçlayan anket, girişim sermayesi yatırımı alan 100'ün üzerinde firmanın katılımı ile bağımsız olarak gerçekleştirildi.

iVCi Stratejik Ağ Başkanı Pınar Eczacıbaşı, çalışmanın sonuçlarından edindiği izlenimlerin çok olumlu olduğunu ve girişim sermayesinin Türkiye'deki kısa geçmişine rağmen hızla gelişerek, kalkınmış pazarlarda olduğu kadar değer yarattığını vurguladı ve bu durumun İstanbul'un yakın gelecekte girişim sermayesi için bir merkez haline getirme vizyonunu

desteklediğini ifade etti. Anket çalışmasının sonuçlarına göre, çalışmaya katılan firma yöneticilerinin yüzde 79'u fon yatırımının firmalarında hızlı büyümeye büyük katkısı olduğunu, yüzde 81'i ise finansal standartların gelişmesinde de çok önemli rol oynadığını belirtti.

Ernst & Young ortaklarından Demet Özdemir anket sonuçlarının Türkiye'de faaliyet gösteren fon yöneticileri için ek veriler sunduğunu, fonların, rekabete ve büyümeye sağladıkları katkıyla ekonomide dinamizm yarattığını ve önümüzdeki dönemlerde fonların Türkiye'ye olan ilgisinin artarak devam edeceğini belirtti. Özdemir, özellikle fonların yatırım yapılan şirketlerdeki hızlı büyümede ve şirketlerin finansal standartlarının gelişmesindeki rollerinin ankette öne çıktığını ifade etti.

Ortadoğu ve Kafkasya girişimcilikte Türkiye'yi örnek alıyor

Boston Tufts Üniversitesi ev sahipliğinde, Amerikan Dışişleri Bakanlığı'nın Küresel Girişim Programı (GEP) ve Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) işbirliğiyle gerçekleştirilen, 'Türkiye'de Girişimcilik: Yeri ve Önemi' adlı panel iş dünyasının önemli isimlerini bir araya getirdi. Tufts Üniversitesi Başkanı Anthony P. Monaco ve Fletcher Hukuk ve Diploması Okulu Müdürü Peggy Newell tarafından, girişimcilik adına gösterdiği üstün başarıdan dolayı Ali Sabancı'ya Sanat ve Bilim Okulu'nun 'Dekanlık Nişanı' takdim edildi.



Tufts Üniversitesi Öğretim üyesi ve Amerikan Dışişleri Bakanlığı Orta Doğu Danışmanı Prof. Dr. Vali Nasr, Türkiye'nin Ortadoğu ve Kafkaslarda girişimcilik açısından son derece çok büyük bir itici güç olduğunu belirterek şöyle konuştu: "Türkiye'nin potansiyeli çok itici güç olabilir. İstanbul ve

Türkiye'nin kendisi çok hızlı geliyor. Dolayısıyla Türkiye'deki girişimcilerin rolü çok önemli. İş camiası ve uluslararası yatırımcılar nasıl faydalanır bilemem ama Arap dünyasına açılan bir kapı olacak. Arap coğrafyasında büyük bir hayranlık var. Bir rol model. Buradaki insanlara bir umut veriyor."

SUDER'in yeni başkanı İsmail Özdemir

Ambalajlı Su Üreticileri Derneği'nin (SUDER) 7. Olağan Genel Kurulu gerçekleşti. Seçim sonunda 2 yıldır SUDER Başkanvekili olarak görev yapan Dağdelen Doğal Mineralli Suları Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Özdemir'in Başkanlık görevini devralmasına karar verildi. Temeli 2000 yılında atılan ve günümüzde ambalajlı su sanayinin önde gelen temsilcilerini çatısı altında toplayan Ambalajlı Su Üreticileri Derneği'nin başkan yardımcılığına Erikli Su ve Meşrubat Yönetim Kurulu Başkanı



Serdar Seyhanlı seçildi.

SUDER Başkanı İsmail Özdemir konuşmasında, sektörün büyümesinin tüketici bilincinin artması ile doğru orantılı olduğunu, sağlıklı olan ambalajlı su tüketimini artırmanın ilk hedefleri olduğunu, şu an ülkemizde kişi başı yıllık tüketim miktarı olan 133 litre, AB ülkeleri ile aynı seviyelere çıkarmayı hedefledikleri belirtti.

SUDER'in bünyesinde, ambalajlı su üreticisi firmalar ve tedarikçi firmalar olmak üzere toplam 43 üye bulunuyor.

Anadolu e-alışverişte atağa geçti



Türkiye'de anne-bebek ve çocuk kategorisindeki e-ticaret büyük bir hızla Anadolu'ya, özellikle de Doğu ve Güneydoğu Anadolu'ya kayıyor. Hepsiburada.com'un verilerine göre; Anadolu'da, bu konudaki ürünler satışlarda rekorlar kırıyor.

Satışların yüzde 63'ü, 73 bin adet ile 3 büyük şehrin dışındaki illerden yapılıyor. Bilgisayar başında bir 'tık' ile istediği ürün ve markaya kolaylıkla ulaşan Anadolu tüketicisi satışları rekor oranda arttırdı.

Anadolu'nun 2012 yılında satış grafiği en fazla yükselen

şehirleri ise Gaziantep, Mardin, Osmaniye, Gümüşhane, Kilis, Niğde ve Konya. Anne-bebek-çocuk kategorisinin müşteri profiline bakıldığında, İstanbul 28 bin 87 adet ile yüzde 23.61, Ankara 9 bin 373 adet ile yüzde 7.49, İzmir 6 bin 595 adet ile yüzde 5.61'lik dilime giriyor. Geçmiş yıla, bu yılın ilk yarısındaki genel satış ve ürün bazında yüzde artışlarına bakıldığında genelde yüzde 38'lik bir artış göze çarpıyor. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yüzde 78 ile açık ara zirvede. Diğer illerin artışları ise şöyle; Ege Bölgesi yüzde 46, Marmara yüzde 44, İç Anadolu yüzde 37, Doğu Anadolu ve Karadeniz yüzde 23.

Anadolu'da en fazla yükselişte olan ürünler ise bebek bezleri, ana kucakları, bebek sağlık ürünleri ve bebek arabaları. Güneydoğu Anadolu bebek bezi satışında rekor kırıyor.

KOBİ Gündemi

Gıda sektörü çöpten katma değer yaratıyor

Gıda sektöründe katma değeri artırabilmek için arayışlara giren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ege İhracatçı Birlikleri'nin koordinatörlüğünde gerçekleştirdiği Gıda Ar-Ge Proje Pazarı yarışmasında birbirinden ilginç projeler yarıştı. İncirli lokumdan toprak havuzlarda mavi yengeçin çipura havuzlarının atık

sularında yetiştiriciliğine, gökkuşağı alabalıklarının sıcaklığa bağlı cinsiyet değişimi ve spermelerinin dondurularak saklanmasından nohut cipsine kadar akıl almaz 190 proje yarıştı. Bunların 116'sı sergilenirken, birçoğunun katma değer yaratacak şekilde üretimleri gündeme geldi.

Gıda Ar-Ge Proje Pazarı Yürütme Kurulu Başkanı Eli Alharal, bu yıl ilki gerçekleştirilen yarışma sayesinde Türkiye gıda sektöründe rekabet üstünlüğü olan inovatif ürünler üretileceğini söyleyerek yeni üretim-ambalaj-lojistik-pazarlama süreç ve tekniklerinin geliştirileceğini kaydetti. Ar-Ge'ye harcanan kaynağın artırılmasının önemine değinen Alharal,



bugün yüzde 1 seviyesinde olan bu oranın 2023'te yüzde 3 oranına taşınmayı hedeflediklerinin altını çizdi.

Toplam 116 projenin yarıştığı Gıda Ar-Ge Proje Pazarı'nda dereceye giren projeler ayakta alkışlandı. Kozmetik ve ilaç sanayide kullanılacak "Atık Balık Pullarının Ekonomiye Kazandırılması"

projesi ile Sevinç Kopuz birincilik ödülünün sahibi olurken, nohuttan cips üreten Özge Erdoğan ve Mahir Turan ikincilik ödülünü kazandı. Reşat Atılğan'ın koruk suyunun hafif ısı ile işlemle UVC ışınlama ile raf ömrünün artırılması projesi ise üçüncülüğü elde etti. Dereceye giren projelere ödülleri Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ile TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi birlikte verdi. Yarışmada ikinciliği kazanan nohuttan cipsin tadına bakan Çağlayan, salondaki konuklara "Oldukça lezzetli. Hepiniz denemelisiniz" diye seslendikten sonra TİM Başkanı Büyükekşi'ye de elleriyle nohut cipsi yedirdi.

KOBİTİM'den İdeal Seramik'e destek

KOBİ'lerin en önemli sorunlarından olan finansal problemleri aşmaları için "devlet ve kalkınma ajansları'nın teşvik ve destek paketlerinden yararlanmalarına aracılık eden Kobi Destekleri Danışmanlığı Şirketi KOBİTİM, İdeal Seramik firmasının İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA)'nın yeni destek projesi olan "İşletmelere Yönelik Çevre ve Enerji Dostu İstanbul Mali Destek Programı"ndan yararlanmasını sağladı. İSTKA bu yolla, İdeal Seramik Sıhhi Tesisat Malzemeleri San. ve Tic. A.Ş.'nin; "Tünel Tipi Vitriyeli Seramik Pişirme Fırını Bacalarında Atık Gazlardan Isı Ekonomisi Sağlanması" projesine geri ödemesiz maddi destek verdi. İSTKA, İdeal Seramik için hammadde kaynaklarının daha etkin kullanımının sağlanmasına, geri dönüşümün artırılmasına, çevreye dost üretim süreçleri ve hizmetlerin uygulanmasına ve sanayide, çevresel etki ve enerji talebinin azaltılmasına, enerji verimliliğinin artırılmasına



yönelik çalışmalar da bulunacak. Projede İSTKA'nın Hibe Programı'nın genel hedefleri ile uyumlu olarak, geri dönüşümün artırılması, çevreye dost üretim süreçlerinin hızlanması, sanayide çevresel etkinin ve enerji talebinin azaltılıp verimliliğin artırılması hedefleniyor. Geliştirilecek olan yenilikçi sistemlerle elektrik ve doğalgaz tüketimi azaltılacak ve yılda 1,5 milyon TL üzerinde tasarruf elde edilecek.

Projeye yüksek basınçlı döküm teknikleri ile vitriyeli üretim teknolojisinin ithal edilerek, firma bünyesine kazandırılması yerine, firmada özgün mühendislik çalışmaları gerçekleştirildi.

Yüksek basınçlı döküm tekniğinin yurt dışından ithal edilmesinin yaklaşık maliyeti 1,2 milyon Euro iken İdeal Seramik, ürettiği teknoloji ile zamandan yüzde 80, enerjiden yüzde 30, işçilikten yüzde 500 tasarruf sağlayarak, fire oranını ise yüzde 50 azalttı.

Bu kampta sadece İngilizce konuşuluyorlar

Okan Üniversitesi, İbrahim Kutluay Sport Academy'nin yönetimini üstlendiği Amerikan Yaz Kampı 'Camp Bradley'e ev sahipliği yapacak. 25 Haziran-3 Ağustos tarihleri arasında 4-16 yaş arası çocukların ağırlanacağı 'Okan Camp Bradley', sadece İngilizce'nin konuşulduğu iddialı programıyla dikkat çekiyor.

Okan Üniversitesi, Amerika'nın en ünlü yaz kamplarından 'Camp Bradley'e ev sahipliği yapıyor. Basketbol okulları ve yaz kamplarındaki tecrübesiyle Amerikan Yaz Kampı ayrıcalığını İstanbul'a taşıyacak olan İbrahim Kutluay'ın yönetimini üstlendiği 'Okan Camp Bradley', 25 Haziran-3 Ağustos tarihleri arasında yatılı ve gündüzlü opsiyonları ile tüm çocukların hizmetine açılacak. 4-16 yaş arasındaki çocukların ağırlanacağı kamp için Okan Üniversitesi ve Camp Bradley, İngilizce'nin hakim olduğu iddialı bir program hazırladı.

Benzeri yok

Okan Camp Bradley'in Yöneticisi Aylin Yurdagül, bu kamp konseptinin Türkiye'de bir ilk olduğuna dikkat çekiyor. ABD'de uygulanan konsepti Türkiye'de ilk kez birebir adapte ettiklerini söyleyen Yurdagül, şu bilgileri veriyor:

"Bu konseptin Türkiye'de bir benzeri yok. Çocuklara spor ve sanatın iç içe olduğu bir kamp sunuyoruz. Kampın asıl hedefi çocukların İngilizce gelişimine katkıda bulunmak. İngilizce eşliğinde çocuklar pratik yapma şansı buluyor. Beysboldan futbola, tahta boyamadan heykel yapımına kadar çok çeşitli aktiviteler var. Aktiviteler her 40 dakikada bir değişiyor."

11 yılda 10 bin çocuk

11 yılda 10 bin çocuğa ulaştıklarını belirten Kutluay, şunları söylüyor: "Kampımızın üç dönemine de devam eden bir



çocuğun önemli derecede pratik İngilizce elde etmesi, kampa 2-3 yıl devam eden bir çocuğun İngilizce konusunda son derece rahat bir konuma geleceğini düşünüyoruz. Halen okullarında İngilizce öğrenmekte olan çocuklarımızın da pratik hayatta İngilizce kullanma eksikliğini ders takviyesi yapmadan, eğlenerek, spor ve sanat yaparak gidermesini hedefliyoruz. Gökova ve Bodrum yaz kampları ve spor okullarımızla son 11 yılda 10 bine yakın çocuğumuza iyi bir sporcu olmaktan öte iyi birer birey olmanın değerlerini öğretmeye çalıştık. Okan Üniversitesi ile de yeni başarılı bir işbirliğine imza atmayı arzu ediyoruz."

Doğayla iç içe

Okan Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı Bekir Okan ise çocuk ve gençlere kaliteli bir eğitim sağlamayı hedeflediklerine belirterek, şunları söylüyor:

Öğrencilerimize üç yaşından itibaren İngilizce, 6 yaşından itibaren ise İspanyolca, Fransızca, Çince ya da Rusça dillerinden birisini ikinci dil olarak öğretiyoruz. Okan Koleji'ndeki bütünleşik eğitim modeliyle öğrenciler yetenekleri doğrultusunda eğitim görüyorlar. Güçlü altyapı özelliklerine sahip Okan Üniversitesi ve Okan Koleji'nde bu yıl çok farklı bir yaz kampı açacağız. Yabancı dil eğitiminde önemli rol oynayan yaz kampı kavramına farklı bir bakış açısı getireceğini düşündüğümüz 'Okan Camp Bradley' ile artık çocuklarımız, Amerika ve benzer ülkelerde yıllardır uygulanan yaz kampları için binlerce kilometre öteye gitmek zorunda kalmayacaklar. 'Amerikan Yaz Kampı' konseptini; çok daha ekonomik koşullarda İstanbul'da, Türkiye'nin en modern kampüsünde doğayla iç içe çocuklarımıza sunacağız."

Bu kampta sadece İngilizce konuşuluyorlar

Okan Üniversitesi, İbrahim Kutluay Sport Academy'nin yönetimini üstlendiği Amerikan Yaz Kampı 'Camp Bradley'e ev sahipliği yapacak. 25 Haziran-3 Ağustos tarihleri arasında 4-16 yaş arası çocukların ağırlanacağı 'Okan Camp Bradley', sadece İngilizce'nin konuşulduğu iddialı programıyla dikkat çekiyor.

Okan Üniversitesi, Amerika'nın en ünlü yaz kamplarından 'Camp Bradley'e ev sahipliği yapıyor. Basketbol okulları ve yaz kamplarındaki tecrübesiyle Amerikan Yaz Kampı ayrıcalığını İstanbul'a taşıyacak olan İbrahim Kutluay'ın yönetimini üstlendiği 'Okan Camp Bradley', 25 Haziran-3 Ağustos tarihleri arasında yatılı ve gündüzlü opsiyonları ile tüm çocukların hizmetine açılacak. 4-16 yaş arasındaki çocukların ağırlanacağı kamp için Okan Üniversitesi ve Camp Bradley, İngilizce'nin hakim olduğu iddialı bir program hazırladı.

Benzeri yok

Okan Camp Bradley'in Yöneticisi Aylin Yurdagül, bu kamp konseptinin Türkiye'de bir ilk olduğuna dikkat çekiyor. ABD'de uygulanan konsepti Türkiye'de ilk kez birebir adapte ettiklerini söyleyen Yurdagül, şu bilgileri veriyor:

"Bu konseptin Türkiye'de bir benzeri yok. Çocuklara spor ve sanatın iç içe olduğu bir kamp sunuyoruz. Kampın asıl hedefi çocukların İngilizce gelişimine katkıda bulunmak. İngilizce eşliğinde çocuklar pratik yapma şansı buluyor. Beysboldan futbola, tahta boyamadan heykel yapımına kadar çok çeşitli aktiviteler var. Aktiviteler her 40 dakikada bir değişiyor."

11 yılda 10 bin çocuk

11 yılda 10 bin çocuğa ulaştıklarını belirten Kutluay, şunları söylüyor: "Kampımızın üç dönemine de devam eden bir



çocuğun önemli derecede pratik İngilizce elde etmesi, kampa 2-3 yıl devam eden bir çocuğun İngilizce konusunda son derece rahat bir konuma geleceğini düşünüyoruz. Halen okullarında İngilizce öğrenmekte olan çocuklarımızın da pratik hayatta İngilizce kullanma eksikliğini ders takviyesi yapmadan, eğlenerek, spor ve sanat yaparak gidermesini hedefliyoruz. Gökova ve Bodrum yaz kampları ve spor okullarımızla son 11 yılda 10 bine yakın çocuğumuza iyi bir sporcu olmaktan öte iyi birer birey olmanın değerlerini öğretmeye çalıştık. Okan Üniversitesi ile de yeni başarılı bir işbirliğine imza atmayı arzu ediyoruz."

Doğayla iç içe

Okan Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı Bekir Okan ise çocuk ve gençlere kaliteli bir eğitim sağlamayı hedeflediklerine belirterek, şunları söylüyor:

Öğrencilerimize üç yaşından itibaren İngilizce, 6 yaşından itibaren ise İspanyolca, Fransızca, Çince ya da Rusça dillerinden birisini ikinci dil olarak öğretiyoruz. Okan Koleji'ndeki bütünleşik eğitim modeliyle öğrenciler yetenekleri doğrultusunda eğitim görüyorlar. Güçlü altyapı özelliklerine sahip Okan Üniversitesi ve Okan Koleji'nde bu yıl çok farklı bir yaz kampı açacağız. Yabancı dil eğitiminde önemli rol oynayan yaz kampı kavramına farklı bir bakış açısı getireceğini düşündüğümüz 'Okan Camp Bradley' ile artık çocuklarımız, Amerika ve benzer ülkelerde yıllardır uygulanan yaz kampları için binlerce kilometre öteye gitmek zorunda kalmayacaklar. 'Amerikan Yaz Kampı' konseptini; çok daha ekonomik koşullarda İstanbul'da, Türkiye'nin en modern kampüsünde doğayla iç içe çocuklarımıza sunacağız."

İŞTE TÜRKİYE'NİN KADIN GİRİŞİMCİLERİ

Bu yıl 6'ncısı düzenlenen Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'na toplam 6 bin 250 kadın girişimci başvurdu. Yarışmanın bu yılki birincisi Bursa'dan çıktı: Epsa Yalıtım Ambalaj Yapı Kimyasalları'nın kurucusu Nurcan Özdemir. 'Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci' kategorisinin bu yılki birincisi ise Mardin Taş Ocakları'nın işletmecisi Yasemin Kalya seçildi. Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi' kategorisinde birincilik kürsüsüne de Nesiller Genetik'in Kurucusu Gülay Özgön çıktı.



Ekonomist dergisi olarak Garanti Bankası ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği'nin (KAGİDER) işbirliğiyle, bu yıl 6'ncı kez düzenlediğimiz 'Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması' nı geçen 6 Haziran'da sonuçlandırdık. Yarışmanın jürisi, kadın girişimcileri, risk alması ve cesaret göstermesi, istihdam yaratması, sürdürülebilir finansal yapıya sahip olması, pazarlama yöntemlerini etkin kullanması ve kârlı bir bilanço'ya sahip olması gibi kriterlere göre değerlendirdi.

Yarışmaya Bursa'dan katılan Epsa Yalıtım Ambalaj Yapı Kimyasalları'nın kurucusu Nurcan Özdemir, ağırlıklı olarak erkeklerin çalıştığı yalıtım sektöründe yaptığı başarılı faaliyetler sayesinde 'Türkiye'nin Kadın Girişimcisi' seçildi. Türkiye'nin dört bir yanından 6 bin 200 kadın girişimcinin başvurduğu yarışmanın 'Yöresinde Fark Yaratın Kadın Girişimci' kategorisinin bu yılki birincisi ise Mardin Taş Ocakları'nın işletmecisi Yasemin Kalya seçildi. Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi' kategorisinin bu yılki birincisi ise Nesiller Genetik'in Kurucusu Gülay Özgön'dü.

6 bin 200 kişi başvurdu

Yarışmanın amacı, ülkemizdeki kadınların girişimci ruhunu ortaya çıkartarak, Türkiye'deki kadın girişimci sayısının gelişmiş ülkelerin seviyesine yükselmesi için katkıda bulunmak.

Yarışmada gerçek başarı hikayelerini kendileri yazan ve Türkiye'nin dört bir yanında faaliyetlerini sürdüren kadın

girişimcilerimizin projelerini değerlendiriyoruz. Kadın girişimcilerimizin girişimci ruhunu ortaya çıkartarak Türkiye'deki tüm kadınlara örnek teşkil eden başarı hikayelerinin duyurulmasını hedefliyoruz. Zira ilk yıl yalnızca 113 adet başvuru aldığımız yarışmanın bugün 6 bin 200'e ulaşması, haklı bir gurur da yaşıyoruz bize.

Kapak haberefinde finale kalan 14 kadın girişimcinin birbirinden ilginç başarı hikâyelerini okuyacaksınız.



"29 milyon kadından 7 milyonu iş hayatında"

Ödül töreninde konuşan Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, ülkenin geleneksel ataerkil yapısının da etkisiyle, iş hayatında erkek istihdamının daha yüksek olduğunu gördüklerini söyledi. Kadın girişimcilerin sayısının ise gelişmiş ülke standartlarının altında kaldığını ifade eden Karadere şöyle devam etti:

"2011 yılı TÜİK rakamları, Türkiye'de çalışma potansiyeline sahip 29 milyon kadından yalnızca 7 milyonun çalışma imkanı bulabildiğini gösteriyor. Bu tablo da henüz değerlendirilmeyen işgücü potansiyelimizin ne kadar büyük olduğunu ortaya koyuyor. Biz, bu potansiyeli fırsata dönüştürmek amacıyla kadınlara pozitif ayrımcılık yapıyor, girişimciliklerini destekliyoruz."

Yalıtım sektörünün kraliçesi

Bu yıl Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Bursa'dan Epsa Yalıtım Ambalaj Yapı Kimyasalları'nın kurucusu Nurcan Özdemir seçildi. 1973 yılında Ardahan'ın Ardicdere Köyü'nde, yedi çocuklu bir ailenin 3'üncü çocuğu olarak dünyaya gelir Özdemir. İlkokulu köyünde okuduktan sonra ortaokulu Ardahan Yatılı Bölge Okulu'nda tamamlar.

1989 yılında ailesiyle Bursa'ya taşındığında ekonomik sıkıntılardan dolayı lise 1'inci sınıfta okulu bırakıp tül perde üreten bir tekstil fabrikasında işçi olarak çalışmaya başlar. 1992'de havalandırma ve yalıtım işi yapan küçük bir dükânda sekreterlik yapar. 1992'den 1998 yılının sonuna dek çeşitli pozisyonlarda çalıştıktan sonra eşini ikna ederek, ilk olarak İzonur İzolasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi'ni kurar. Türkiye genelinde ısı, su, ses, çatı ve cephe kaplama konusunda uygulama ve satış yapar. 2007'de, üretim yapmaya karar verir ve 2009'da Bursa Kestel Barakfaki Sanayi Bölgesi'nde EPSA'yı kurarak, üretime geçer.

Kapak konusu



"Daha kadın dostu, daha dinamik bir ekonomi"

KAGİDER Yönetim Kurulu Başkanı Gülden Türkkan da, Türkiye'de kadın girişimci olmanın, ataerkil kalıpların dışında olmak anlamına geldiğini ifade ederek, şunları söyledi: "Türkiye'de kadın girişimci olmak demek, gerektiğinde aileye, bazen de eşe rağmen başarmak demek. Toplumsal yargıların ve normların dışına çıkmak, sistemi dönüştürmek demek. Bu yüzden yarışmadaki dönüştürücü güç çok önemli. Ülkemizin ekonomisini daha kadın dostu, daha dinamik ve daha adil yapacak güç, aslında sizlerden, girişimcinin gücünden geliyor."

EPSA olarak, ikinci yatırımını yine yalıtım alanında yaparak yapı kimyasalları sektörüne yönelir. Özdemir, aylık kanalıyla TOKİ'lere ve farklı sektörlerdeki firmalara ürünlerini pazarlamaya devam ediyor. 2012'de Mantoyap markası altında, mantolama alanında hizmet vermeye başlayacak olan kadın girişimci, EPSA Yalıtım Ambalaj'ın ardından ısı yalıtım malzemelerinin tamamlayıcısı ürünlere yönelik yıl sonuna dek yeni bir yatırım daha yapmayı planlıyor. EPSA, önümüzdeki on yıl içerisinde faaliyet gösterdiği alanlarda, Türkiye'nin ilk üç firmasından biri ol-

mayı hedefliyor.

Dağdan taş çıkaran kadın girişimci

'Yöresinde Fark Yaratın Kadın Girişimci' kategorisinin bu yılki birincisi de yine Mardin'den... Mardin Taş Ocakları'nın işletmecisi Yasemin Kalya'nın Mardin'de bir taş ocağı kurma fikri, Tekirdağ Çerkezköy İlçesi Belediyesi'nin Mardin'deki taş saat kulesini görüp aynısını ilçe meydanına yapmak istediğini söylemesi ile başlar. İş bilmediği halde doğunun kültürünü Batı'ya taşıma fikri ve Mardin'in taşını tüm ülkeye tanıtabilme ihtimali bu teklifi kabul etmesine neden olur.

Profesyonel olarak taş çıkarma ve işleme amacıyla doğduğu şehir olan Mardin'e giderek işletmesini kurup çalışmalara başlar. Üç çalışan ile başladığı bu yolculuk, 20 çalışan ve pek çok eserle devam ediyor. Mardin Sabancı Müzesi, Mardin Müzesi, Mardin merkezdeki 5 yıldızlı Erdoba Elegance Otel, Mardin Valiliği, Van merkez ve Hakkari Yüksekova ilçelerinde iki adet cami Mardin taşı ile inşa edildi. Mardin taşlarını Diyarbakır Orta Doğu Fuarı'nda, İstanbul CNR Natural Stone Fuarı'nda ve Şam'daki Mermer Fuarı'nda tanıtan Kalya'nın öncelikli hedefi daha geniş bir alandan taş çıkarmak, işlemek ve Mardin taşını daha geniş alanlarda kullanılabilmek için çalışan bir firma haline gelebilmek.

Genetikte mucizeler yaratıyor

'Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi' kategorisinin bu yılki birincisi ise Nesiller Genetik'in Kurucusu Gülay Özgön. 2009 yılında rutin genetik laboratuvar hizmetleri ve araştırma geliştirmenin de yapılabileceği Nesiller Genetik Tanı ve Bilgi Hizmetlerini kuran Özgön'ün amacı, Türkiye'de güvenilir, yenilikçi, know-how üretebilen bir tanı laboratuvarı kurarak 21'inci yüzyıl nimetlerinden yararlanılmasını sağlamaktır. 230 metrekairelik laboratuvarın 2009'da ruhsatlandırılmasıyla doğum öncesi, doğum sonrası, tüp bebek, kanser, sağlıklı yaşam ile ilgili genetik hizmetleri vermeye başlayan Özgön, bazı testlerde yurt dışına olan bağımlılığı azaltmak için Ar-Ge çalışmalarına başlar. TÜBİTAK'tan iki adet 400 bin TL ödenek ile Türkiye için



önemli iki çalışma gerçekleştiren Özgön'ün yakın gelecekteki hedefi, geliştirilen projeleri rutin olarak uygulamak ve Türkiye'de genetik biliminin yeniliklerini tıp biliminin içine taşımak.

Açığı gördü, üretime başladı

Bu yıl finale kalan kadın girişimcilerden biri de Soley Biyoteknoloji'nin Kurucusu Nazan Çalışır. 2009 yılında 10 bin TL sermaye ile firmasını kuran Çalışır, firma ve atölye mikroyosun imalatında kullanılan yüksek teknolojlili fotobiyoreaktör imalatı konusunda hizmet veriyor.

Endüstriyel anlamda mikroyosun üreten cihazların dünyada üretilmediğini görmesi nedeniyle endüstrinin ihtiyaç duyduğu sistemleri üretmeye başlayan Çalışır, 2011 Ocak ayından sonra şahıs firmasını limited şirketine dönüştürür. İlk 12 ayda yaklaşık 12 farklı ülkeye ihracat yapar. Almanya, Kanada, Kenya, Hindistan, Sudan, Macaristan, Romanya, Polonya, Slovakya, Slovenya, Çek Cumhuriyeti, Bosna Hersek, Sırbistan, Moldova, Malezya, Tayland ve Endonezya'da temsilcilikleri bulunan Çalışır'ın, 2014 hedefi ise yurtdışı temsilciliklerinin sayısını arttırmak, sadece ihracata yönelik değil iç pazarda da bu tip sistemlerin kullanılması için gerekli tanıtımları yapmak.

Deney hayvanları üretiyor

Bu yıl finalistler arasında yer alan Begüm Buğdaycı Açıkkol, Kobay Deney Hayvanları Laboratuvarları'nın kurucusu. Ankara Üniversitesi Veterinerlik Fakültesini 2007 yılında dereceyle tamamlayan Açıkkol, 2008 yılında 'BirFikrimVar' yarışmasına katılıp, birinci seçildi.

Starbucks Genel Müdürü Can İkinci, Henkel satın alma müdürü Bülent Tunç Coşkun, Lab X genel müdürü Fuat Sami'nin de aralarında bulunduğu yedi ortaklı Kobay Deney Hayvanları Laboratuvarı A.Ş. yi kurdu.

Şirket, dört tür deney hayvanı üretimi ve satışı ile başlayıp, şu anda 10'dan fazla türde deney hayvanı üretip satabiliyor. Ayrıca Türkiye'deki tüm üniversite hastanelerinde kurslar düzenleyerek Orman ve Su İşleri Bakanlığı onaylı 'deney hayvanı kullanım sertifikası' veriyorlar. Açıkkol, gelecekte, Ankara dışında İstanbul, İzmir gibi büyük kent-



lerde de laboratuvarlar kurarak o illerdeki araştırmacılara daha iyi hizmet vermeyi ve daha çok kişiye istihdam sağlamayı hedefliyor.

Kısa devre güç laboratuvarı kurdu

İzmitli LVT Test Laboratuvarları'nın kurucusu Başak Arslanlı ise Türkiye'de enerji sektörünün en büyük ihtiyacı olan güç laboratuvarı projesinin aktif olarak hayata geçmemiş olmasından hareketle uzman mühendislerin ortak çalışmaları ile uluslararası tanınırlığı olan akredite kısa devre güç laboratuvarı projesine başlayan bir girişimci.

Gerekli altyapı çalışmaları iki yılda tamamlandıktan sonra 2009 yılında yüzde 100 yerli sermaye ile kısa devre güç laboratuvarını kurar. Kuruluşundan bu yana süren çalışmaların neticesinde ilk denetimde TÜRKAK (Türk Akreditasyon Kurumu) tarafından akredite olarak uluslararası tanınırlık alır. Kuruluşundan bu yana amacı ise yerli üreticiye Ar-Ge desteği sağlamak, yurtdışı bağımlılığı ve uygulanan fahiş fiyat politikalarını ortadan kaldırmak.

Değişen standartlara uygun olarak ve yurtdışında çok yüksek maliyetlere gerçekleştirilen deneyler konusunda altyapı çalışmaları devam eden Arslanlı, gelecekte, uluslararası standart komisyonunun üyesi olarak Türkiye'yi temsil et-



Kapak konusu



“Erkek işi alanlarda da kadınları görüyoruz”

Capital, Ekonomist ve PCnet dergilerinin Yayın Direktörü Rauf Ateş de, yarışmanın birkaç kişilik kadın girişimcinin katılımıyla başladığını anlatarak, şunları söyledi:

"Şimdi 6 binli rakamlara ulaştık. Ancak, rakamsal büyümenin yanında, bir başka önemli gelişmenin de altını çizmek gerekiyor. Artık giderek daha fazla, bir zamanlar 'erkek işi' gibi görünen alanlarda da kadınların şirket kurduğunu görüyoruz. Üstelik geçmişe oranla daha büyük cirolarla yarışmaya katılıyorlar."

mevi, uygulamaya uygun ölçütler çerçevesinde standart çalışmalarının yapılmasına katkıda bulunmayı ve Avrupa'da olduğu gibi onaylanmış kuruluş unvanını almayı hedefliyor.

Sosyal medyayı farklılaştıracak

BBG Reklam Prodüksiyon/wandadigital'ın kurucusu Burçak Günsev de bu yıl finale kalan bir başka kadın girişimciydi. 2002 yılında klasik reklam hizmeti veren Grafitürk şirketiyle başlayan Günsev, 2006 yılında interaktif bir reklam ajansı olan ve sosyal medya, tasarım, mobil ve interaktif iletişim dünyası üzerine hizmet veren Wanda Digital'i kurar. 2010 yılında sosyal medya departmanını Wanda Socialist adıyla markalaştırır. 2011 yılında ise mobil dünyayı ve entegre projeleri yönetmek adına MobiWan'ı kurar. Gelecekte yabancı bir şirketle, şirket evliliği yapmayı planlayan Günsev, sektördeki en iyi ilk 5 ajans arasında kalmayı ve yine birinciliğe oynamayı hedefliyor.

Afrika'ya paketleme makinesi satıyor

Komat'ın Kurucusu Ankaralı Belma Kayalar ise Afrika kıtasının ilgisini çekmesi nedeniyle deneyim kazanmak üzere hazır tüketim malları ihracatı yapan bir firmada bir yıl çalıştıktan sonra ayrılarak 1995 yılında kendi şirketini kurar. Conakry,

Mali, Burkina Faso gibi ülkeleri hedef olarak belirler. Amacı, bu ülkelerde fabrikalar kurularak hammadde ve yedek parça satışları yapmak, ihracatta sürekliliği sağlamaktır.

1996'da Conakry'e giderek marketlerini ve sanayi bölgelerini inceler, beraberinde götürdüğü numuneler sayesinde çeşitli siparişler alır. Türkiye'ye dönüp ofisini kiraladıktan sonra bu ülkeye dokuz adet paketleme makinası ve çeşitli hammaddeler satar. Daha sonra Burkina Faso, Mali ve Moritanya'ya gider ve Ar-Ge çalışmaları yapmaya başlar. 2000 yılında yaptıkları bir ihracatla Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 'yeni pazar' ödülünü alır. Kayalar, bugün dört kişilik kadrosuyla Angola, Gabon, Congo, Cameron, Moritanya, Mali, Gine gibi ülkelerle ticaretini sürdürüyor.

Her türlü su ürününü ihraç ediyor

Pina Su Ürünleri Üretim Mühendislik'in kurucusu Gülden Erdoğan, iş hayatına, İtalyan filolojisi okuduğu dönemde İtalyan rehberliği yaparak başlayan bir kadın girişimci. Üniversitenin son yılında endüstriyel mutfaklar sektöründe üretim, ithalat ve ihracat yapan yerli bir firmanın ithalat departmanında çalışmaya başlayan Erdoğan, altı ay sonra ithalat müdürü olur ve 2002 yılına kadar aynı firmada çalışır. 2002 yılında yüzde 100 yabancı sermayeli bir firmaya ihracat müdürü olarak transfer olur.

Bu işleme fabrikasının yönetiminden ve tüm satış pazarlama faaliyetlerinin kalite standartlarına uygun şekilde yürütülmesinden sorumlu olarak görev yapar. 2005 yılında yüzde 60'ı yabancı sermayeli, yüzde 40'ı ise yüzde 10'ar dilimlerle 4'e bölünmüş yeni bir su ürünleri firmasının kurucu ortaklarından biri olur. 2006'da ortaklığı sona erer. 2008 yılı başında Pina Su Ürünleri firmasını küçük bir sermaye ile yüzde 50 ortak olarak kurar.

Firma, taze ve dondurulmuş, bütün, ham veya işlenmiş su ürünleri alımı ve ihracatı konusunda faaliyet gösteriyor. Erdoğan'ın hedefleri arasında ise ihracat potansiyelini ve cirosunu geçen yıla göre yüzde 10 artırmak var.

Yalıtımla büyüyor

Çorumlu Deniz Yalıtım ve Konut Sistemleri'nin kurucusu Yurdağül Sivri ise 1985 yılında ODTÜ Makina Mühendisliği'nden mezun olduktan sonra, Sivas Demir Çelik İşletmeleri'nde proje mühendisi olarak çalışır. 1997 yılında ise Deniz Mühendislik Müşavirlik'i ikinci şirketi

Deniz Yalıtım ve Konut Sistemleri'ni ise 2008 yılında kurar. 2009 yılında yalıtım alanından üretime geçen Sivri, aynı yıl yüzde 4 pazar payına sahip olur. 2011 yılında ise makina parkındaki tır sayısı üçe ulaşır. 2011 Ortadoğu Kalkınma Ajansı'na 'Kadının Eli Yalıtımın Gücü' projesini sunar ve bu proje kabul edilir. Sivri, ihracatını artırmayı ve kendi yapı kimyasallarını üreterek 10 yıl garantili ürünler sunmayı hedefliyor.

Kadın istihdamına katkı

Actus Sağlık Danışmanlık/kraliçekelebekler.com'un kurucusu Pelin Akman, 1989 yılında Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi'nden mezun olur. 1997 yılında Omega



Araştırma şirketinde çalışmaya başlar. 2006 yılında, Omega Araştırma'nın bir alt şirketi olarak ACTUS'u saha araştırmaları alanında, başta kadınlar olmak üzere toplumun genelinde fayda sağlayacak sosyal araştırmalar yapmak, projeler üretmek ve stratejiler geliştirmek amacıyla 3 ortaklı olarak kurulur.

'Kraliçe Kelebekler' ismini verilen kadın istihdam projesini ise 2011 yılının Eylül ayında hayata geçirir. Projede meslek sahibi olması hedeflenen kitle 30 yaş ve üzeri, çalışmaya ihtiyaç duyan ancak profesyonel ve kalıcı bir iş bulma anlamında eğitim ve tecrübe olarak yetersiz kadınlardır. Kraliçe Kelebekler projesinin ilk aşamasında bir grup kadın taksit, servis ve makam şoförü olarak yetiştirilir. Akman'ın hedefi ise Türkiye genelinde bin kadını istihdam etmek.

Diyarbakır'da organik tarım

Lidea Gıda'yı kuran Lütfiye Yurdum Hasgül Çağatay da finale kalan kadın girişimciler arasındaydı. 1971'de Malatya'da doğan ve ailesinin isteği ile Fırat Üniversitesi Elektrik Elektronik Bölümü'nde iki yıl okuyan Çağatay, ailesinden gizli sınavlara girerek Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ni kazanır ve Ankara'ya gider.

1994'te idari yargı hakimliği sınavını kazanarak göreve başlar. 1997 sonunda istifa eder. İktisat Yüksek Lisansı yaparken gayrimenkul yatırım ortaklığı şirketinde çalışmaya başlar.

2001 Ekim'de oğlunu dünyaya getiren Çağatay, birkaç ay sonra eşinin önceden kurmuş olduğu danışmanlık firmasının başına geçer. KOSGEB girişimcilik ihalelerinden dört tanesini kazanır ve firmayı dokuz sigortalı çalışanı ile faal duruma geçirir. Güneydoğu'nun potansiyelini gören ve çocuklar için doğal ürünlerin üretilebileceğine inanan Çağatay, Diyarbakır'da iyi tarım uygulamalarını destekleyecek ve organik tarım için örnek bir model yaratmak amacıyla çalışmalar başlatır. İyi tarım uygulamaları ve tarım ürünleri işleme için LİDEA'yı, organik tarım çalışmaları için de Seboş'u kurar.

Gıda kontrolü ondan soruluyor

Kalite Sistem Grubu'nun kurucusu Nevriye Nerma Gökçe, ilk aile şirketleri olan SQ Mart danışmanlık şirketi ve kalibrasyon laboratuvarlarının yönetim yetkisini eşinin 15 yıl önce vefatı üzerine devralarak dört yıl boyunca yürütür. Çalışanlarından yeterince destek görmeyince şirketlerini satmaya karar verir. Kimya yüksek mühendisi olarak, elinde olan nüve laboratuvar üzerinden yatırım ve büyüme kararı verir.

Grubun ilk laboratuvarı kanatlı sektörüne hizmet veren Kalite Sistem Merkez Laboratuvarları'dır. 2004'te sadece gıda ürünlerinin kontrolü için Kalite Sistem Özel Gıda Kontrol Laboratuvarları'nı kurar. Gıda sektörünün yanı sıra deterjan, ilaç, kozmetik, ambalaj sektörlerine de analiz, denetim, danışmanlık ve eğitim hizmetleri verir hale gelir. 2011 itibarıyla yedi hizmet biriminden oluşan Kalite Sistem Grubu, yüzde 100 yerli yatırımlı şirketler grubuna dönüştürür 86 kişilik kadrolarının yüzde 58'i kadınlardan oluşuyor. Gökçe'nin hedefi ise 2012 yılı itibarıyla yurt dışına verdiği hizmet alanlarını genişletmek ve özellikle Suudi Arabistan'da ortaklık ve yatırım yapmak.

Ödüllü bilim kadını

Selektif Teknoloji'nin kurucusu Figen Kadırgan, İTÜ'de öğretim üyesi olarak yaptığı çalışmaları üretime dönüştürmek amacıyla 'Güneş Enerjisini Yüksek Verimle Isıya Dönüştüren Nanokaplamaları Sürekli bir Yöntemle Rulodan Rulo Sararak Prototip Üretimi' isimli projeye KOSGEB altında Selektif Teknoloji Şirketi'ni kuran bir girişimci.

Üniversitenin Arı Teknokent'in, İTÜ KOSGEB'in ve TÜBİTAK-TEYDEB'in hibe desteğini alan Kadırgan, ayrıca teminat verilerek KOSGEB'den geri ödemeli borç alınmış ve projeyi başlatmış. 2010'da başlanan projenin amacı, hem yüksek verimli soğurucu yüzeyleri geliştirmek hem de bunu yatırım maliyeti düşük, hızlı, otomasyona yatkın ve yenilikçi bir prosesle üretmek.

Projenin patent başvurusunu yapan Kadırgan, bu projeye Elginkan Vakfı 2011 Teknoloji ödülünü kazandı.

S ö y l e Ő i

“KOBİ’lere, önemli fırsatlar sunuyoruz”

Sodexo Türkiye, bugün 20 ilde 3 bin çalışanıyla faaliyet gösteriyor. Türkiye’de her yıl yüzde 50 büyüdüklerini söyleyen Sodexo Türkiye Genel Müdürü Sinan Fındıkoğlu, “Türkiye, Sodexo’nun sunduğu fırsatlar nedeniyle merak altına aldığı birkaç ülkeden biri. Hizmet alanını genişletiyoruz. Büyük grupların yanında Anadolu’daki Şirketlere ve KOBİ’lere dönük önemli fırsat sunan hizmetlerimiz bulunuyor” diyor.

Türkiye’de toplu yemek sektörünün büyüklüğü 3 milyar Euro’nun üzerinde olduğunu hesaplanıyor. Nüfusuyla büyük bir potansiyel taşıyan Türkiye, toplu yemek sektörü için de ayrı bir önem taşıyor. Dünyanın 80 ülkesinde, 34 bin hizmet noktasında, her gün en az 50 milyon kişiye hizmet veren Sodexo için de Türkiye’nin ayrı bir yeri var.

1992 yılından bu yana Türkiye’de hizmet veren Sodexo, bugün 20 ilde yaklaşık 3 bin çalışanla faaliyet gösteriyor. Her yıl ortalama yüzde 20 büyüme hedefleri olduğunu söyleyen Sodexo Türkiye Genel Müdürü Sinan Fındıkoğlu, Sodexo’nun BRIC ülkelerinin yanı sıra Türkiye’nin büyümesine de odaklandıklarını belirterek, “Genç nüfusu, canlı ekonomisi ve barındırdığı fırsatlar ile Türkiye merkez altında olan birkaç ülkeden biri” diyor.

Fındıkoğlu’nun sorularımıza verdiği yanıtlar şöyle:

KOBİ Girişim: Sodexo’nun global anlamda ve Türkiye’de bugün ulaŐtıđı büyüklük nedir?

Sinan Fındıkoğlu: Sodexo’yu dünyanın 80 ülkesinde, 34 bin hizmet noktasında, her gün en az 50 milyon insanın hayatına dokunan dev bir organizasyon olarak tarif edebiliriz. Her kıtada 132 farklı ulustan 413 bin çalışanıyla dünyanın en büyük 22’nci iŐvereni. Günlük yaşam kalitesini artırmaya yönelik çözümlerde en yaratıcı çözümleri tasarlayan ve uygulayan, faaliyet gösterdiği pek çok ülkede referans alınan bir kurum aynı zamanda. 1992’den beri Türkiye’deki hizmet pazarına pek çok katkıda bulunduk. Sodexo, bugün ülkemizin 20 ilinde, yaklaşık 3 bin çalışanıyla, pek çok sektörün ana faaliyet alanına girmeyen ama iş hayatının ayrılmaz parçası olan destek hizmetlerini sunuyor.

Peki, Sodexo Türkiye’nin diğer ülkelerle kıyaslandığında büyüme performansını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bildiğiniz gibi dünyanın ekonomik genişlemesinde BRIC ülkelerinin ağrlığı tartışılmaz. Özellikle ifade etmek isterim ki, global merkezimizde bu ülkelere ek olarak, genç nüfusu, canlı ekonomisi ve barındırdığı fırsatlar ile Türkiye de merkez altında olan birkaç ülkeden biri. Büyüme performansını etkileyen pek çok faktör var.

Nedir o faktörler?

Toplam nüfus, çalışan sayısı, işletmelerin büyüklüğü, yerel gelenekler, yerleŐim yerlerine uzak çalışma alanları, çalışan haklarına verilen önem gibi... Hizmet alımında dış kaynak kullanımı açısından Avrupa ve ABD’nin gerisinde olan Türkiye’nin, bu anlamda bir fırsatlar ülkesi olduğuna inanıyorum. Örnek vermek



gerekirse, Avrupa’nın gelişmiş ülkelerinde yüzdesel olarak bakarsanız daha stabil bir seyir var ancak büyüklükler farklı olduğu için nominal olarak Türkiye’nin ilerisinde olabiliyorlar.

2012 yılında ne kadar büyüklüğe ulaşmayı planlıyorsunuz? 2013’e ilişkin hedefleriniz neler?

Bizim hedefimiz her yıl ortalama yüzde 20 büyümek. Bu büyüme hem mevcut portföyümüzdeki hizmet yelpazesinin genişlemesi, hem de yeni kuruluşların bizi çözüm ortağı olarak seçmesiyle mümkün olabilir. Elbette 2013 yılına dair hedeflerimiz ülke ekonomisinin genel gidiŐatından etkilenecek olsa da bugünden söyleyebileceğimiz yüzde 20’yi aşan bir büyüme ve Sodexo Türkiye portföyündeki tesis yönetimi projelerinin sayısının artması hedefidir. Sayısal büyüme hedefleri dışında Better Tomorrow Plan (Daha iyi yarınlar) adını verdiğimiz ve global

Doğru çözüm ortağı, doğru fiyat

Sektörün insan kaynağı yaklaşımı, fiyat bazlı rekabeti etkileyen satın alma davranışı ve enflasyon ile finansman konusunda problemler yaşadığını söyleyen Findıkoğlu, şöyle devam ediyor:

“Devletin sektör gelişimi ve düzenlenmesi için getirdiği mevzuat hakkında sektörün köklü firmalarına danışması gerektiğini, konunun hem istihdam hem de insan sağlığı boyutunda daha detaylı incelenmesini isterdim. Bu hususta meslek örgütlerinin de daha programlı ve aktif olması gerekiyor. Sektör insana insanla hizmet veriyor ama yetişmiş insan kaynağı bulmak her zaman kolay olmuyor, üstelik maliyet baskısı yüzünden her pozisyondaki çalışana doğru ücretler ödenmiyor. Toplu yemek işinde ‘ucuz olsun, ne fark eder’ yaklaşımı kabul edilemez bir risktir. Bir tarafta çalışan, bir taraftan da maliyetlerin doğru bir dengede yönetilmesi gerekiyor. Müşteriyi iyi analiz etmek, talep ve beklentilere kulak vermek, yaratılacak katma değerin tatminkar olmasını sağlayacak, dolayısıyla doğru çözüm ortağından, doğru fiyatı almak “piyasanın en ucuzunu bulmak” tan çok daha önemli.”



Sinan Findıkoğlu

düzeyde insana, topluma, doğaya ve çevreye karşı sorumluluklarımızı yol haritası olarak önümüze koyduğumuz bir yaklaşımla farklılaşmak da hedeflerimiz arasında.

KOBİ'lere yönelik ne gibi hizmetleriniz var?

KOBİ'ler için ölçek ekonomisinin gücünden faydalanmak ve kurumsal büyümelerini gerçekleştirirken ana faaliyet konuları dışındaki konulara odaklanmamanın önemli olduğunu düşünüyorum. Ürün ve hizmet alırken etkin bir tedarik yönetimi gerçekleştirmek, seçenekleri en doğru biçimde kıyaslamak ve optimum için hızlı hareket etmek de önemli. Sodexo bu anlamda deneyimini büyük oynamak isteyen ve büyük düşünen KOBİ'lerle paylaşmak tutluluk duyacak.

Maliyetlerini etkin yönetemeyen, tedarik sorunları yaşayan ama hepsinden önemlisi en önemli varlıkları olan çalışanlarını

mutlu etmeyi başaramayan KOBİ'lerin vizyonlarına uygun başarıları yakalaması çok zor olacak. Biz bu zorlukları aşma yolunda deneyimizi ortaya koymak için buradayız.

Bina yönetimine ilişkin bir projeniz vardı. O proje ne aşamada?

Aslında bina ve tesis yönetimi Sodexo Türkiye olarak uzun zamandır fiilen sürdürmekte olduğumuz projeler arasında. Türkiye'deki hizmet pazarına yiyecek-içecek hizmetleri ile girmiş olsak da 2007'den beri tüm destek hizmetlerini tek marka altında verebilen bir altyapıya kavuşmuş durumdayız. Günümüzde akıllı binalar, çok amaçlı tesisler, LEED benzeri önemli sertifikasyonlarla aday olan kompleks yapılar giderek ağırlık kazanıyor.

Bu tip bina ve tesislerde inşaat aşamasından itibaren hizmet ihtiyaçlarının belirlenmesi ve önceliklendirilmesi, gerekli altyapının oluşturulması, gerekli yetkinliklere sahip doğru insan kaynağının istihdamı ve iş akışlarının pek çok parametre gözetilerek oluşturulması gerekli. Sodexo olarak biz, hizmetin fiili başlangıç öncesi verdiğimiz danışmanlık hizmetlerinden tutun da, bina ve tesisler tam kapasiteye ulaştığında gerekli olan hizmetlerin bilfiil yürütülmesine kadar her aşamada sorumluluk üstlenebiliyoruz.

Toplu yemek sektörüne girmeyi planlayan girişimcilere neler önerirsiniz?

Öncelikle sektörü iyi araştırmaları, kuralları ve rekabet koşullarını doğru anlamaları gerekiyor. Başkalarının sunmakta zorlandığı türden hatta benzersiz bir değer önerisi yaratmak üzere uzun süre çalışmak şart. Örneğin, Sodexo dünyanın 80 ülkesinden elde ettiği verileri değerlendirdiğinde, insanların değer yargıları ve ihtiyaçlarına hakkında global eğilimleri belirleyerek, buna göre strateji belirliyor. Artan bireysellik, etik değerlere atfedilen önem, yeni gerçeklik arayışı ve öze dönüş gibi çok farklı yaklaşımlarla hizmet tasarlanabilir.

Değer önerisini oluşturduktan sonra, az sayıda müşteriyle yola çıkıp sayıyı artırmakta acele etmeden, eldeki müşterileri çok mutlu ederek, büyümeyi doğru planlamalı ve yönetmelidir. Sektörün dinamiklerini yaşayarak gördükten, güvenilir tedarikçilerle hatasız çalışan bir satın alma ağı oluşturduktan, yetkin profesyonellerle kadrolarını güçlendirdikten, sektörün mali-idari-hukuki gereklerine vakıf olduktan sonra sağlıklı bir büyüme modelinin oluşacağına inanıyorum.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Söyleşi

Ev tekstili fuvar alanı bekliyor

Her yıl düzenli olarak ihracatını artıran ev tekstili sektörü fuvar alanı bekliyor. Uluslararası standartlarda bir fuvar alanına ihtiyaç duyulduğunu söyleyen Türkiye Ev Tekstili Sanayici ve İşadamları Derneği (TETSİAD) Başkanı Yaşar Küçükçalık, böyle bir fuvar alanının sektörü büyüteceğini düşünüyor.

Türkiye’de ev tekstili sektörü her geçen büyüyor. 2011’de 7,95 milyar dolarlık tekstil ihracatının yüzde 45’e yakın kısmını ev tekstili sektörü gerçekleştirdi. Ev tekstili ihracatında Türkiye, Çin, Pakistan ve Hindistan’dan sonra dördüncü sırada yer alıyor. Bu artışta kuşkusuz turizm sektörünün gelişiminin katkısı büyük.

Türkiye Ev Tekstili Sanayici ve İşadamları Derneği (TETSİAD) Başkanı Yaşar Küçükçalık, “2023’te Türkiye genelinde konulan 500 milyar dolarlık ihracat hedefinin, payımıza düşen 4 milyar dolarlık kısmını zorlanmadan gerçekleştirebileceğimizi düşünüyorum” diyor.

Sektör olarak en büyük beklentilerinin uluslararası standartlara ulaşmış büyüklük ve modernlikte, profesyonel bir yönetimle takip edilen bir fuvar alanına kavuşmak olduğunu söyleyen Küçükçalık’ın sorularımıza yanıtları şöyle:

KOBİ Girişim: Türkiye’de ev tekstili sektörünün kapasitesi ve mevcut durumu nedir?

Yaşar Küçükçalık: Bugün Türkiye, tekstil ve konfeksiyon ticareti açısından dünyanın en önemli oyuncularından biri. 1980’lerden itibaren önemli bir gelişme gösterdi, iç talep ve ihracatta önemli artışlar ortaya koydu. 2011 yılında Türkiye’den 190’dan fazla ülkeye 23.4 milyar dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatı yapıldı ve 2010 yılına göre yüzde 13.7 oranında artış gösterdi. Ev tekstili ihracatında Türkiye, Çin, Pakistan ve Hindistan’dan sonra dördüncü sırada yer alıyor. Şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki, sektörümüz bugün dünya ev tekstili pazarından yaklaşık yüzde 5 pay alıyor.

Farklı sektörler de büyümede etkili mi?

Sadece evleri değil, otel, restoran ve turistik tesisleri de biz giydireyoruz. Şüphesiz, turizm sektöründeki gelişmeler, ev teks-



Yaşar Küçükçalık



tilinin büyüüp gelişmesine katkıda bulundu. Ülkemiz turizm sektörü geliştikçe, yatak kapasitesi artıkça sektörümüzün iş hacmi büyüdü ve bu gelişmeden dolayı mutluyuz. Ayrıca Türk ev tekstili sektörü modern makinelerde üretim yapıyor, yaratıcı tasarımlar geliştiriyor ve bu tasarımlar tüm dünyada büyük beğeni topluyor. 2011'de 7,95 milyar dolarlık tekstil ihracatının yüzde 45'e yakın kısmını ev tekstili sektörü gerçekleştirdi. Bu oldukça önemli bir rakamdır. Üreticilerimiz yurtdışındaki fuarlarda sektörümüzü başarı ile temsil ediyor ve en önemlisi her yıl Evtex Fuarı ile dünyanın trend yaratıcıları ve üreticilerini Türkiye'de ağırlıyoruz. Çok geniş bir katılımı Evtex'i yani dünyanın en büyük ikinci tekstil fuarını gerçekleştiriyoruz.

Türkiye'nin ev tekstili sektöründe taşıdığı potansiyeli değerlendirir misiniz?

Türkiye bugün ev tekstili ihracatının üçte birini Almanya'ya yapıyor. ABD, Fransa, Hollanda ve İtalya en fazla ihracat yaptığımız ülkeler ve ayrıca gelişen pazarlara yöneliyoruz. Ukrayna Çin, İsrail, Irak, Rusya ve İsviçre'ye, ev tekstili ihracatımızın artıyor. 8-10 yıldır iç pazarımız çok hareketli, ev tekstili kullanımında büyük artış var ama ithalatımız da oldukça fazla. Yine de Cumhuriyetimizin 100'üncü kuruluş yıldönümü olan 2023'te Türkiye genelinde konulan 500 milyar dolarlık ihracat hedefinin, payımıza düşen 4 milyar dolarlık kısmını zorlanmadan gerçekleştirebileceğimizi düşünüyorum. 2023 yılı hedefleri belirlenirken sektörümüz için her yıl yüzde 4 artış öngörülmüştü ki, global bir kriz yaşamadığımız sürece bu hedefe ulaşmak zor olmayacak.

Sektörün daha fazla ve hızlı gelişmesi için, sektör temsilcilerinin ve devletin neler yapması gerektiğini düşünüyorsunuz?

Sektörümüz fikri ve sınai haklarla ilgili sorunlar yaşıyor ve uygulamadaki eksikliklerin giderilmesi için çalışmalar yürütülüyor. Bu konuda atılacak adımların sadece ev tekstili sektöründe değil, Türkiye genelinde adil bir rekabet ortamı yaratacağını düşünüyorum.

Bugün en önemli sermayemiz fikri haklarımız, desenlerimiz, renklerimiz. Bunların taklit edilmesini önlemek gerekiyor. Taklit ürün sadece bizim değil tüm dünyanın ve pek çok sektörün problemi, çözümünün ise daha etkili bir hukuki bir zemine oturtulması gerekiyor. Adil rekabet ortamı için taklit ürünlerle etkin bir mücadele gerekiyor. Ülkemizde bu amaçla düzenlenmiş yasalar var. Bu yasaların uygulamaya yansıtılması konusunda hükümetimizle çalışmalar yürütüyor, kısa sürede aşılmasını, koruyucu önlemler ve caydırıcı cezalar uygulanmasını bekliyoruz.

Ayrıca hızla gelişen ev tekstili sektörü, tanıtımın en önemli aracı olan fuarcılık açısından da yeni bir yapılanmaya ihtiyaç duyuyor.

Rakamlarla ev tekstili

- 2011 yılında Türkiye'den 166 ülkeye ev tekstili ihracatı yapıldı.
- 2011'de 1.96 milyar dolarlık ev tekstili ihracatı gerçekleştirildi ve 2010'a oranla yüzde 13.9'luk artış elde edildi.
- Ev tekstili ihracatının 1.7 milyar doları AB ülkelerine gerçekleştirildi.
- Ev tekstili ihracatında en büyük pay, yüzde 31.4 ile Almanya'nın.

İstanbul'dan dünyanın trend yaratıcıları geçti

16-20 Mayıs 2012 tarihleri arasında İstanbul EXPO'da dünyanın ikinci büyük ev tekstili fuarı Evtex'te, Türkiye Ev Tekstili Sanayici ve İşadamları Derneği (TETSİAD) tarafından uluslararası bir trend semineri düzenlendi. Yurtdışından ve Türkiye'den 16 uzmanın konuşmacı olarak katıldığı Trend Semineri'ne ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren firmaların temsilcileri, dekoratörler, iç mimarlar, tasarımcılar ve öğrenciler büyük ilgi gösterdi. Konuşmacılar, dört gün süren trend zirvesinde 2013 ve 2014'ün genel trendleri, renk ve kumaş trendleri, ev tekstili ve iç dizayn sektörüne özel trendler, renklerin etkileri, trendlerin nasıl oluşturulduğu, yeni mağazacılık anlayışı ve umudun pazarlanması konularında bilgi ve görüşlerini paylaştılar.

Ne bekliyorsunuz bu anlamda?

Beklentimiz, uluslararası standartlara ulaşmış, sektörümüzü yansıtabilecek büyüklük ve modernlikte, profesyonel bir yönetimle takip edilen bir fuar alanına kavuşmak. Böyle bir fuarın sektörün gelişmesine katkıda bulunacağına inanıyor ve yetkililerin bir an önce adım atmasını diliyoruz.

Türkiye'de ev tekstili konusunda marka oluşturmak ve bu markaları dünya çapında yaygınlaştırmak mümkün mü ya da nasıl mümkün olur?

Türkiye'de ev tekstilinde pazarlama problemi yaşıyor. Yarı mamul ürün satmanın bazı dezavantajları var. Örneğin perdeler kumaş, yarı mamuldür ve ancak evde perde haline dönüştüğünde mamul olur. Perde, çarşaf, yatak örtüsü gibi ürünler pakete girmeye başladığında mamul oluyor ve markalar ön plana çıkıyor.

ABD ve Avrupa'da ünlü markaların ev tekstili sektörüne adım atmasıyla birlikte markalaşma başladı. Uluslararası hazır giyim markaları bu boşluğu tespit etti ve ev tekstili sektörüne girdi. Ev tekstilinde moda bu sayede gelişme gösterdi. Yeni markaların ortaya çıkması, hem pazarımızı derinleştirecek hem de sektörümüzü geliştirecektir ama öncelikle fikri haklar sorununun çözüme ulaşması gerekiyor.

Mustafa Kemal Çolak mcolak@ekonomist.com.tr

Küçük şirketlerden Çin'e private label çalımı

Özel markalı ürünler pazarında Avrupa'daki talep ibresi yavaş yavaş Türkiye'ye dönmeye başladı. Bunu iki hafta önce Hollanda'nın Amsterdam kendinde düzenlenen dünyanın en büyük PL fuarında görmek mümkündü. Fuara 63 firma ile katılan Türkiye pavilyonuna olan ilgi büyük oldu. Avrupalı şirketler Türk şirketlerini özellikle sipariş hızı ve kalite farkı nedeniyle tercih etmeye başladı.

Üretici KOBİ'leri her geçen yıl biraz daha güçlenen Türkiye private label (özel markalı ürünler pazarı) pazarında giderek güçleniyor. Bu alandaki en güçlü rakipleri olan Çinli rakiplerini kalite ve sipariş hızında geride bırakan Türk üreticiler, iki hafta önce Hollanda'da bu konuyla ilgili yapılan fuarın en popüler şirketleri olarak göz doldurdu.

Özel etiketli ürünler sektörü, başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada hızla büyüyor. Dünya genelinde pazar büyüklüğü 250 milyar dolar olan sektörün Türkiye'deki pazar büyüklüğü ise henüz 2,5 milyar dolar. Dünyanın pek çok ülkesine özel etiketli üretim yapan Türk firmaları, kaliteyi yüksek tutup siparişleri zamanında teslim edince birçok üründe Çinli rakiplerinden pazar kaptı. Talep Çin'den Türkiye'ye kaydı.

Bu gelişimi gören İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB), sektöründe dünyanın en büyük etkinliği olarak kabul edilen ve her yıl Hollanda'nın başkenti Amsterdam'da gerçekleşen PLMA's World Of Private Label Fuarı'na daha yüksek bir şirket katılımı ile gitti.

63 şirket katıldı

Bu yıl dördüncü kez milli katılım organizasyonu düzenleyen İKMİB 22 - 23 Mayıs 2012 tarihleri arasında 27'incisi düzenlenen PLMA Fuarı'nda, 28'i milli katılımı olmak üzere toplam 63 Türk firması yer aldı.

Türkiye milli katılımının yanı sıra 40'tan fazla ulusal ve bölgesel pavilyona ev sahipliği yapan fuarda, gıdadan kozmetiğe kadar uzanan geniş bir yelpazede ürünler sergilendi. Gıda ve gıda-dışı olmak üzere iki temel bölü-



Murat Akyüz

me ayrılan PLMA Fuarı, 70'den fazla ülkeden gelen üretici ve tedarikçiler dahil olmak üzere 2 binin üzerinde katılım-cıyı ağırladı.

İKMİB, PLMA Fuarı'na, 2009 yılından bu yana milli katılım organizasyonu düzenliyor. Bu yıl temizlik, plastik, ambalaj, gıda, kozmetik, kişisel bakım ve sağlık ürünleri gibi pek çok sektörden Türk üretici, fuarda kendini tanıtmaya ve yeni iş bağlantıları kurma şansını yakaladı. PLMA Fuarı, Türk firmalarına dünya markaları ile bir araya gelme fırsatı sunması açısından da önemli.

PL hızla büyüyor

İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Murat Akyüz, özel etiketli ürünler sektörünün dünyada ve Türkiye'de hızla büyüdüğüne dikkat çekerek, bu potansiyeli değerlendirmek isteyen Türk firmalarının PLMA Fuarı'na büyük ilgi gösterdiğini söyledi. İKMİB milli katılımının bu yıl 28 firma ve 414 metrekaarelik alana ulaştığını belirten Akyüz, sayının çok daha fazla olabileceğini ancak birçok firmanın çok istedikleri halde fuar alanında yer olmaması nedeniyle katılmadığını dile getirdi.

Private label pazarının ülkemizdeki durumunu da değerlendiren Murat Akyüz, "Geçtiğimiz yıl özel etiketli ürünler sektöründe 300 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Önümüzdeki 2 ya da 3 yıl içinde bu rakamın 500 milyon dolar düzeyine çıkmasını bekliyoruz. Türkiye, üretim kalitesi ve hızı ile bu alandaki en büyük rakibimiz Çin'i geride bıraktı. Çinli üretici istenen nitelik ve kalitede üretim yapmıyor, siparişleri zamanında teslim edemiyor. Durum böyle olunca private label sektöründe talep Türkiye'ye kaydı" diye konuştu.

Birçok markaya üretim

Türkiye'nin özellikle Avrupa'da çok büyük avantajı sahip olduğunu vurgulayan Akyüz, "Bugün Avrupa'nın ve dünyanın pek çok önemli markasına üretim yapıyoruz. Adı tasarım ile birlikte anılan İtalya, artık Türk firmalarına üretim yaptırıp ülkesinde markasını koyuyor. Bölgeye lojistik olarak yakınız. Kalitemizle istenen üretimi yapıp zamanında teslim edebiliyoruz." dedi.

Özel markalı ürünler sektörü Türkiye'de 1990'lı yılların başında tüketiciyle buluşmasına rağmen 2005 yılından itibaren ivme kazanarak perakendeci ve üreticiler tarafından ayrı bir konsept şeklinde geliştirilerek kaliteli ve çeşitlilik açısından birçok ürün tüketicinin beğenisine sunuldu.

Bu süreçte birçok kez ekonomik krize maruz kalan Türkiye'de doğal olarak Private Label ürünlerin değeri arttı ve sektör de hızlanarak büyüdü. Birçok tüketici ilk başlarda sadece daha ekonomik olduğu için aldığı ürünleri daha

Türkiye'nin avantajı

Özellikle halen birçok Avrupa ülkesine göre düşük işgücü maliyetlerinden dolayı Türkiye çok ciddi avantajlara sahip olmasına rağmen henüz bunu tamamen fırsata dönüştürebilmiş değil.

Oysa ki PL üreticilerinin yaptığı yatırımlarla ürün çeşitliliğinin artması, süreklilik, kalite standartlarının yakalanması, üretim kapasitelerinin artırılmasıyla ve stratejik bir coğrafyada olmamız nedeniyle hızlı mal sevkiyatı Türkiye'yi bir adım daha ön plana çıkarıyor. Bu özelliklere sahip firmalar birçok dünya markasına ve perakendeci grubuna üretim yapabilecek güce sahip.

Avrupa'da yaşanan son gelişmeler ve krizleri fırsata çevirebilmemiz durumunda Türkiye bu alanda tarihi fırsat yakalayabilir. Gelişmekte ve büyümekte olan bir Türkiye birçok büyük Avrupa firması için can simidi gibi cazip bir pazar olmakla beraber, aynı zamanda üretim avantajlarımızdan dolayı da Avrupa Türkiye için çok ciddi bir fırsat durumunda.

sonra kalitesinden de memnun kalarak sürekli tercih etmeye başladı.

Dernek kuruldu

Tüketicilerin PL ürünlere olan ilgisini fark eden hem perakendeciler hem de üreticiler bu sektörde daha radikal çözümler bularak bu konuda daha ciddi çalışmalara başladı. Üreticiler potansiyellerinin bir bölümünü PL üretimine kaydırırken perakendeciler de PL ürün sayısını artırmaya, daha özenli ve çeşitli ambalajlar yapmaya ve hatta sadece PL ürünler için çalışan departmanlar oluşturdu. Sektörün öneminin giderek artması neticesinde de öncelikle bu konuyla ilgili dernek bir dernek olan PLAT kuruldu.

Bu dernek tarafından yaklaşık 11 yıldır TÜYAP'ta her yıl aralık aylarında "Özel Markalı Ürünler Fuarı" düzenleniyor.

Dünyadaki PL pazarının 250 milyar dolar civarında bir büyüklüğe sahip olduğu tahmin ediliyor. Türkiye'deki hacim ise 2.5 milyar dolar ve PL ihracatımız da 350 milyon dolar seviyelerinde.

Bu rakamlar Türkiye'nin sahip olduğu potansiyele rağmen bu alandan yeteri kadar pay alamadığını gösteriyor. Oysa ki orta ve küçük ölçekli üreticiler private label üretimleri sayesinde kurumsallaşma, markalaşma ve inovasyon konularında önemli gelişmeler sağlayarak aynı zamanda kendi markalarını yaratmada da önemli başarılar yakalıyor.

Asım Aslan aaslan@ekonomist.com.tr



T u r i z m



İzmir'i binicilik merkezi yapacak

Uluslararası deniz taşımacılığı yapan İzmirli Emirsoy Holding'in sahipleri Dilek ve Muhsin Emirsoy, doğa ve at tutkusunu iddialı bir hedefe yönlendirdiler. Eminsoy Ailesi'nin İzmir Seferihisar'daki faaliyete geçirdikleri Konvoy Hotel & The Country Clup, bir taraftan turizme hizmet ederken, diğer yandan Avrupa'nın en büyük üç binicilik tesisinden biri oldu. Kurucu Dilek Eminsoy, "Hobimizi işe dönüştürdük. Yatırımımızla, İzmir'i binicilik sporunda uluslararası bir marka kent haline getireceğiz" diyor.



Ege'nin dünyaya açılan kapısı İzmir'in tanınmış amatörlerinden Emirsoy Holding, yakın zamanda ilginç ve iddialı bir girişimleri ile adlarından farklı alanlarda da söz ettirmeye hazırlanıyor. Doğa ve binicilik sevgilerini birarada yaşayan Emirsoy Holding'in Genel Müdürü Muhsin ve Yönetim Kurulu Üyesi Dilek Emirsoy, çok sevdikleri hobileri sayesinde İzmir'e çok önemli bir tesis kazandırdılar.

İzmir'in, 'cittaslow' (sakin şehir) unvanına sahip Seferihisar İlçesi'nde iki yıl önce faaliyete geçirdikleri Konvoy Hotel & The Country Club, bugün dönüm arazi üzerinde Avrupa'nın ilk üçü arasına giren bir binicilik kulübüne dönüştü. Mimarisi, geniş arazileri, zeytin ağaçları, zengin mutfağı ve çok iyi eğitilmiş atları ile iddialı bir turizm tesisine dönüşen Konvoy Hotel&The Country Club, müşterilerine hem dinlenmeyi, hem de atlarla ve doğa ile başbaşa olmayı ve aynı zamanda binicilik eğitimini birarada sunuyor. Kuruculardan Dilek Emirsoy, "İddialı bir binicilik eğitimimiz var. Önemli yarışlara ev sahipliği yapacağız. İzmir'i binicilikte uluslararası bir marka kente dönüştürme hedefimiz bulunuyor" diyor.

Asıl işleri deniz taşımacılığı olan Emirsoy Holding'in sahipleri Muhsin ve Dilek Emirsoy, uzun yıllardır binicilik sporu ile ilgileniyor. Tutku derecesinde bağlı oldukları doğa ve atlarla zaman geçirmeyi çok seven çift Seferihisar'daki çiftliklerinde hobilerini işe dönüştürmeye karar verirler. İki yıl önce yatırımı tamamlanan Konvoy Hotel & The Country Club, 290 dönüm arazi ile Avrupa'nın en büyük binicilik merkezlerinden biri haline getirilir. Konvoy Hotel & The Country Club, İngiliz yarış atlarının yetiştirildiği bir harayı da bünyesinde barındırıyor. Atlarla bütünleşen bir yaşamın bulunduğu tesis, uluslararası binicilik federasyonunun kriterlerine uygun manejlere de sahip. Ayrıca Konvoy Hotel & The Country Club'da, mevsim önceliklerine göre doğa yürüyüşleri, dalış, yelken, sörf, dağ bisikleti, tarih gezileri ve özel şarap tadım etkinlikleri de düzenlenebiliyor.

İzmir'e yeni ünvan

Kısa sürede başta Ege Bölgesi'nden olmak üzere tüm binicilik tutkunlarının buluşma noktası haline gelen tesiste yatırımlarına devam eden Emirsoy çifti, şimdi de İzmir'i "Binicilik sporunda uluslararası bir marka kent" haline getirmek amacıyla harekete geçti.

Turgut Köyü'nde bulunan 24 lüks odalı tesiste, biniciliğin bir kitle sporu haline getirilmesi ve profesyonel sporcular yetiştirilmesi amacıyla Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi kuruldu. Binicilik sporuna gönül veren Dr. A. Fuat Ünver başkanlığında eğitim faaliyetlerine başlayan Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi, yetkin eğitim kadrosu ile biniciliğin geniş halk tabanına yayılmış, bilimsel ve çağdaş esaslar dahilinde yapılan bir kitle sporu haline getirilmesini ve profesyonel biniciler yetiştirilmesini amaçlıyor.

Konvoy Binicilik'in, ata sporunda ulusal ve uluslararası alanda kalıcı başarılar elde edebilmek ve İzmir'i bu alanda bir marka kent olarak adlandırmak için yola devam edeceğini belirten Dilek Emirsoy, "Bu alana yatırımlarımızı sürdüreceğiz" diyor.

Emirsoy, "Tüm bu gelişmelerin çağdaş, bilimsel ve ülke ihti-



Dilek Emirsoy, Muhsin Emirsoy, Dr. A. Fuat Ünver

"Üniversitelerle işbirliği hedeflerimiz arasında"

Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi Başkanı Dr. A. Fuat Ünver ise, binicilik sporunun en önemli bileşeni olan spor eğitim uygulamalarının bilimsel bir anlayış ile icra edilmesinin üniversitelerle işbirliği yapmaktan geçtiğini belirtiyor. Biniciliğin üniversitelerin çatısı altında hayat bulması, Türk biniciliğinin uluslararası alanda hak ettiği yeri alarak dünya ile kalıcı bir rekabet içerisine girebilmesi için çağdaş ve bilimsel bir altyapı üzerinde olması gerektiğini belirten Ünver, "Bu düşüncelerden hareketle Konvoy Hotel & The Country Club tesislerimizde, Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi'ni hizmete açtık. Merkezimizde uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanmış ve 2012-2013 eğitim döneminde uygulanmaya başlayacak olan Konvoy Binicilik Eğitim Programları uygulanacaktır. Üniversitelerimizi de, bu alanla ilgili sorumluluk taşıyan tüm yetkililerimizi de yapılabilecek işbirliği esaslarını görüşmek üzere bekliyoruz" dedi.

yaçlarına cevap verebilecek şekilde doğru, ekonomik ve binicilik sporunun evrensel niteliklerine uygun biçimde yönlendirilmesi büyük bir önem kazanmaktadır. Bu amaçla yola çıktık. Ülkemizde binicilik sporunun halk tabanında yaygınlaştırılarak tıpkı tarihinde olduğu gibi yeniden üretken bir yapıya kavuşturulması için çalışıyoruz. Önceliklerimiz arasında Türkiye'nin de talip olduğu 2020 Olimpiyatları'na Türk binicileri yetiştirmek de var" dedi.

Mustafa Kemal Çolak mcolak@ekonomist.com.tr

T u r i z m



İzmir'i binicilik merkezi yapacak

Uluslararası deniz taşımacılığı yapan İzmirli Emirsoy Holding'in sahipleri Dilek ve Muhsin Emirsoy, doğa ve at tutkusunu iddialı bir hedefe yönlendirdiler. Eminsoy Ailesi'nin İzmir Seferihisar'daki faaliyete geçirdikleri Konvoy Hotel & The Country Clup, bir taraftan turizme hizmet ederken, diğer yandan Avrupa'nın en büyük üç binicilik tesisinden biri oldu. Kurucu Dilek Eminsoy, "Hobimizi işe dönüştürdük. Yatırımımızla, İzmir'i binicilik sporunda uluslararası bir marka kent haline getireceğiz" diyor.



Ege'nin dünyaya açılan kapısı İzmir'in tanınmış amatörlerinden Emirsoy Holding, yakın zamanda ilginç ve iddialı bir girişimleri ile adlarından farklı alanlarda da söz ettirmeye hazırlanıyor. Doğa ve binicilik sevgilerini birarada yaşayan Eminsoy Holding'in Genel Müdürü Muhsin ve Yönetim Kurulu Üyesi Dilek Emirsoy, çok sevdikleri hobileri sayesinde İzmir'e çok önemli bir tesis kazandırdılar.

İzmir'in, 'cittaslow' (sakin şehir) unvanına sahip Seferihisar İlçesi'nde iki yıl önce faaliyete geçirdikleri Konvoy Hotel & The Country Club, bugün dönüm arazi üzerinde Avrupa'nın ilk üçü arasına giren bir binicilik kulübüne dönüştü. Mimarisi, geniş arazileri, zeytin ağaçları, zengin mutfağı ve çok iyi eğitilmiş atları ile iddialı bir turizm tesisine dönüşen Konvoy Hotel&The Country Club, müşterilerine hem dinlenmeyi, hem de atlarla ve doğa ile başbaşa olmayı ve aynı zamanda binicilik eğitimini birarada sunuyor. Kuruculardan Dilek Emirsoy, "İddialı bir binicilik eğitimimiz var. Önemli yarışlara ev sahipliği yapacağız. İzmir'i binicilikte uluslararası bir marka kente dönüştürme hedefimiz bulunuyor" diyor.

Asıl işleri deniz taşımacılığı olan Emirsoy Holding'in sahipleri Muhsin ve Dilek Emirsoy, uzun yıllardır binicilik sporu ile ilgileniyor. Tutku derecesinde bağlı oldukları doğa ve atlarla zaman geçirmeyi çok seven çift Seferihisar'daki çiftliklerinde hobilerini işe dönüştürmeye karar verirler. İki yıl önce yatırımı tamamlanan Konvoy Hotel & The Country Club, 290 dönüm arazisi ile Avrupa'nın en büyük binicilik merkezlerinden biri haline getirilir. Konvoy Hotel & The Country Club, İngiliz yarış atlarının yetiştirildiği bir harayı da bünyesinde barındırıyor. Atlarla bütünleşen bir yaşamın bulunduğu tesis, uluslararası binicilik federasyonunun kriterlerine uygun manejlere de sahip. Ayrıca Konvoy Hotel & The Country Club'da, mevsim önceliklerine göre doğa yürüyüşleri, dalış, yelken, sörf, dağ bisikleti, tarih gezileri ve özel şarap tadım etkinlikleri de düzenlenebiliyor.

İzmir'e yeni ünvan

Kısa sürede başta Ege Bölgesi'nden olmak üzere tüm binicilik tutkunlarının buluşma noktası haline gelen tesiste yatırımlarına devam eden Eminsoy çifti, şimdi de İzmir'i "Binicilik sporunda uluslararası bir marka kent" haline getirmek amacıyla harekete geçti.

Turgut Köyü'nde bulunan 24 lüks odalı tesiste, biniciliğin bir kitle sporu haline getirilmesi ve profesyonel sporcular yetiştirilmesi amacıyla Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi kuruldu. Binicilik sporuna gönül veren Dr. A. Fuat Ünver başkanlığında eğitim faaliyetlerine başlayan Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi, yetkin eğitim kadrosu ile biniciliğin geniş halk tabanına yayılmış, bilimsel ve çağdaş esaslar dahilinde yapılan bir kitle sporu haline getirilmesini ve profesyonel biniciler yetiştirilmesini amaçlıyor.

Konvoy Binicilik'in, ata sporunda ulusal ve uluslararası alanda kalıcı başarılar elde edebilmek ve İzmir'i bu alanda bir marka kent olarak adlandırmak için yola devam edeceğini belirten Dilek Emirsoy, "Bu alana yatırımlarımızı sürdüreceğiz" diyor.

Emirsoy, "Tüm bu gelişmelerin çağdaş, bilimsel ve ülke ihti-



"Üniversitelerle işbirliği hedeflerimiz arasında"

Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi Başkanı Dr. A. Fuat Ünver ise, binicilik sporunun en önemli bileşeni olan spor eğitim uygulamalarının bilimsel bir anlayış ile icra edilmesinin üniversitelerle işbirliği yapmaktan geçtiğini belirtiyor. Biniciliğin üniversitelerin çatısı altında hayat bulması, Türk biniciliğinin uluslararası alanda hak ettiği yeri alarak dünya ile kalıcı bir rekabet içerisine girebilmesi için çağdaş ve bilimsel bir altyapı üzerinde olması gerektiğini belirten Ünver, "Bu düşüncelerden hareketle Konvoy Hotel & The Country Club tesislerimizde, Konvoy Binicilik Eğitim Merkezi'ni hizmete açtık. Merkezimizde uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanmış ve 2012-2013 eğitim döneminde uygulanmaya başlayacak olan Konvoy Binicilik Eğitim Programları uygulanacaktır. Üniversitelerimizi de, bu alanla ilgili sorumluluk taşıyan tüm yetkililerimizi de yapılabilecek işbirliği esaslarını görüşmek üzere bekliyoruz" dedi.

yaçlarına cevap verebilecek şekilde doğru, ekonomik ve binicilik sporunun evrensel niteliklerine uygun biçimde yönlendirilmesi büyük bir önem kazanmaktadır. Bu amaçla yola çıktık. Ülkemizde binicilik sporunun halk tabanında yaygınlaştırılarak tıpkı tarihinde olduğu gibi yeniden üretken bir yapıya kavuşturulması için çalışıyoruz. Önceliklerimiz arasında Türkiye'nin de talip olduğu 2020 Olimpiyatları'na Türk binicileri yetiştirmek de var" dedi.

Mustafa Kemal Çolak mcolak@ekonomist.com.tr

53 ülkenin çocukları bu kampta buluşuyor



Osman Gözet

Geleceğin Yıldızları, düzenlediği kamp programlarıyla, 7-17 yaş arasında çocuklara, sömestr kayak kamplarından film yönetmenliğine, yelken ve yurt dışı yaz kamplarına kadar pek çok farklı aktivite sunuyor. Geleceğin Yıldızları yöneticilerinden Osman Gözet, "Türkiye'de 7-17 yaş arasında 16 milyonluk nüfus var. Kampçılık anlamında büyük potansiyel taşıyor" diyor. Gözet, her yıl 53 ülkeden çocuğu yaz kamplarında buluşturduklarını söylüyor.

Yaz aylarının gelmesi ve okulların kapanmasıyla birlikte, aileler, çocukları için hem eğitici hem de iyi bir tatil geçirmeleri için çeşitli aktivite arayışına girdi. Bu anlamda yaz kampları iyi bir alternatif olarak karşımıza çıkıyor. Çünkü bu kamplar, düzenledikleri aktivitelerle çocuklara yabancı dilden, film yönetmenliğine, sörfen kayağa kadar farklı dallarda kişisel becerilerini geliştirmeleri için imkanlar sunuyor. İşte bu kampları düzenleyen şirketlerden biri de Geleceğin Yıldızları...

Geleceğin Yıldızları'nın kuruluş öyküsü ise ilginç. Bursa Anadolu Lisesi ve Oyak Renault takımlarında basketbol oynayan Fahrettin Gözet, 1986 yılında girdiği ÖSS sınavının ardından üniversite öğrenimi için Bursa'dan İstanbul'a taşınır.

1989 yılında ise birkaç sakatlık yaşayan Gözet, basketbola ara vermek zorunda kalır. Bu süre zarfında fason gelinlik üretmeye karar veren Gözet'in, yeterli sermayeyi bulamaması kendisine

Geleceğin Yıldızları'nın ilhamını verir. Yaz tatili boyunca çocuklara basketbol öğretmenin iyi bir fikir olacağını düşünen Gözet, bir okulun bahçesinde bu işe başlar.

Ardından kardeşleri Murat ve Fahrettin'in de kendisine katılmasıyla birlikte işleri daha da büyütür. Zira Geleceğin Yıldızları, Türkiye'nin ilk özel basketbol okulu olma özelliğini taşıyor. 1993 yılında ailelerden gelen talep üzerine Türkiye'nin ilk yaz kampı aktivitesini de onlar başlatmış. Bugün 14 farklı kamp programı sunan Geleceğin Yıldızları, Türkiye'nin ilk uluslararası gençlik kampında her yıl 53 ülkeden çocuğu bu kamplarda ağırıyor. Bu organizasyonda Uludağ'a dünyanın her yerinden gençler geliyor.

Özgüven artırıyor

7-17 yaş arası gençlere spor, sanat ve doğa programlarını içe-

Bu yaz hangi kamplar var?

Yaz Gelişim Kampı	1 – 14 Temmuz 2012 Uludağ
İngilizce Gelişim Kampı	1 – 14 Temmuz 2012 Uludağ
Basketbol Gelişim Kampı	1-14 Temmuz 2012 Uludağ
Voleybol Gelişim Kampı	1-14 Temmuz 2012 Uludağ
Uluslararası Gençlik Kampı	17-30 Temmuz 2012 Uludağ
İngilizce Gençlik Kampı	17-30 Temmuz 2012 Uludağ
Film Yönetmenliği Kampı	17-30 Temmuz 2012 Uludağ
Uls.Basketbol Kampı	17-30 Temmuz 2012 Uludağ
Alaçatı Sörf Kampı	24-31 Temmuz/31 Temmuz-7 Ağustos/7-14 Ağustos Çeşme
Yelken Eğitim Kampı	4-11 Ağustos 2012 Göcek
İngiltere Yaz Lisan Kampı	6-20 Temmuz
İngiltere Yaz Lisan Kampı	1-21 Temmuz
İngiltere Yaz Lisan Kampı	1-14 Temmuz / 1-28 Temmuz



ren yaşam deneyimleri sunduklarını söyleyen Osman Gözet, basketbol okulu çalışmalarından uluslararası gençlik kamplarına, sömestr kayak kamplarından İngilizce, sörf, film yönetmenliği, yelken ve yurt dışı yaz kamplarına kadar pek çok farklı aktivite düzenlediklerini ifade ediyor.

Yeni beceriler edinebilme, dış dünyayı tamamen güvenli ve pozitif bir ortamda, kendi başına tecrübe ederek tanıma imkanı sağlayan Geleceğin Yıldızları, kamplara gençlerin özgüvenlerini artırarak daha önce yapamayacaklarını düşündükleri şeyleri yapmalarını sağlıyor. Zira Osman Gözet, ailesinden ilk kez ayrılan çocuklar için aşçılık, radyo ve gazetecilik, hokey, Amerikan futbolu, masa tenisi, outdoor gibi farklı alanlarda aktiviteler sunduklarını ve bu aktivitelerin çocuklara özgüven aşıladığını belirtiyor.

Her 3 öğrenciye 1 eğitmen

Farklı fiziksel özellikleri, yetenekleri ve ilgi alanları olan gençler için geliştirilen programlara katılmak için özel bir deneyim gerekmiyor. Geleceğin Yıldızları'nın 14 farklı programında gençlerin bilgi ve deneyimlerine göre özel gruplar oluşturuluyor. Geleceğin Yıldızları'nın farklı bölgelerde yapılan kampları 7-10, 10-13, 13-16 ve 16-17 yaş olmak üzere dört farklı yaş grubuna ayrılıyor. Geleceğin Yıldızları kamplarında yetişmiş koçlar, kampta geçen süre içinde her bir kampçıya özel ilgi göstererek kampı grubun amaçları ve yetenekleri çerçevesinde şekillendirmeye yardımcı oluyor. Bugün 150 eğitmenle çalıştıklarını söyleyen Gözet, "Dünya standartlarında bu tarz kamplarda normalde yedi öğrenciye bir eğitmen düşerken, bizim kamplarımızda her üç öğrenciye bir eğitmen düşüyor" diyor.

Koçluk eğitimi veriyor

Kamplardan her yıl ortalama 600 ile 700 arasında öğrenci mezun oluyor. Kamplardan mezun olan yaklaşık 40 öğrenci ise geleceğin koçu olmak için liderlik eğitimi alıyor. Bu eğitimlerde geleceğin koçlarına risk yönetimi, liderlik gibi konular işleniyor. Bu eğitimleri başarıyla tamamlayan adaylar, sertifika alıyor ve bu sonraki dönemde kamplara 'koç' unvanıyla katılıyorlar. Koçluk için her yıl yurtiçi ve yurtdışından yüzlerce başvuru aldıklarını ifade Gözet, şunları söylüyor:

"Kamplarda çalışacak personel konusunda son derece titiz



davranıyoruz. Her yıl kamp ekibinin büyük bölümünü bir önceki yıldan devam eden başarılı personel oluşturuyor. Koçlardan, aktivite liderlerine ve eğitmenlere, aşçılardan, teknik personele kadar kampta çalışacak herkesin çocuklarla ve gençlerle çalışmak için gerekli standartlara ve isteğe sahip olmaları ve kamp öncesi oryantasyonuna katılmaları esas alıyoruz. Ana dili İngilizce olan eğitmenlerle çalışıyoruz."

"Büyük potansiyel var"

Kampa gelen çocukların yüzde 20'sinin yabancı olduğunu vurgulayan Gözet, İzlanda'dan Suriye'ye, Gürcistan'dan Almanya'ya, İtalya'dan Litvanya'ya kadar çeşitli ülkelerden çocukların bu kamplara geldiklerini ve bunun kültürel çeşitlilik anlamında çocuklara pozitif katkı sağladığını kaydediyor. Türkiye'de kamp sektörünün dünya ile kıyaslandığında hala çok düşük seviyelerde kaldığına da dikkat çeken Gözet, şu bilgileri veriyor:

"Örneğin, ABD'de her yıl yaklaşık 12 milyon çocuk kampa gidiyor. ABD'de 20 milyar dolar büyüklüğünde bir kamp ekonomisi var. Zaten kamp aktivitesini başlatan da ABD. ABD'de üç jenerasyon aynı kampa gidebiliyor. Türkiye'ye baktığımızda ise her yıl yaklaşık 1 milyon 200 bin çocuğun kamplara gittiği ifade ediliyor. Bu sektörün Türkiye'deki büyüklüğü 350-400 milyon dolar arasında. Türkiye'de 7-17 yaş arasında 16 milyon çocuğun olduğu düşünüldüğü büyük bir potansiyel taşıdığını söyleyebiliriz."

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Dünya kampçıları 2014'te Türkiye'de

Geleceğin Yıldızları, Türkiye'de kampçılık kültürünü yaygınlaştırmak için uğraş veren bir şirket. Zira kurucusu Fahrettin Gözet, Uluslararası Kamplar Derneği'nin yönetim kurulu üyesi. Türkiye Kamplar Derneği de yine Gözet'in öncülüğünde iki yıl önce kurulmuş. Sektörde standart belirleme anlamında çeşitli girişimleri de olduğunu söyleyen Osman Gözet, "Türkiye'nin büyük bir organizasyona ev sahipliği yapması için çeşitli girişimlerde bulundu. 2014 yılında her yıl üç yılda bir düzenlenen Dünya Kampçılık Organizasyonu'nun ev sahipliğini Türkiye yapacak. Dünyanın çeşitli yerlerinden kamp yöneticileri gelecek. Sektöre pozitif katkısı olacağını düşünüyoruz" diyor



Çinli 'güneş' devî Türkiye'de

Dünyanın en büyük güneş panelleri üreticilerinden Yingli Solar, Türkiye pazarına giriyor. Dünya genelinde 14 bin çalışanı olan 2.5 milyar dolar cirolu şirket, büyük potansiyel gördüğü Türkiye pazarında söz sahibi olmayı hedefliyor. Yingli Solar Türkiye Genel Müdürü Uğur Kılıç, "Öncelikle 500 KW altı projelere odaklanmayı, ardından daha büyük projeler için gerekli hazırlıkları yapmayı planlıyoruz" dedi

Uğur Kılıç



Güneş'i büyütecek

Merkezi Çin'de bulunan ve dünyanın en büyük güneş panelleri üreticilerinden olan Yingli Solar, Türkiye'de kurduğu ofisle Haziran ayından itibaren resmen faaliyetlerine başladı.

Dünya genelinde 14 bin çalışanı olan 2.5 milyar dolar cirolu şirket, yıllık 50 bin MW güneş enerjisi potansiyelin olduğu Türkiye pazarında söz sahibi olmayı hedefliyor. Alanında dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan Yingli Solar, Türkiye'de panel satmanın yanı sıra kurulum hizmeti de verecek. Yingli Solar Türkiye Genel Müdürü Uğur Kılıç, Türkiye'nin sahip olduğu en büyük ve en önemli yenilenebilir enerji kaynağının güneş enerjisi olduğunu altını çizerek tüketicinin ihtiyacı olan güneş enerjisi projelerini hayata geçirmek için çalıştıklarını söyledi.

Hedeflerinin uluslararası alandaki bilgi ve tecrübelerini Türkiye'de yapacakları projelere aktararak güneş enerjisi pazarının büyümesine katkı sağlamak olduğunu belirten Kılıç, "Yingli Solar olarak öncelikle 500 KW altı projelere odaklanmayı, 2013

Türkiye'nin enerji sektöründe attığı liberalleşme adımları yurt içi ve dışındaki girişimciler tarafından büyük bir ilgi ile takip ediliyor. Enerjinin hemen her alanında serbest piyasa koşullarını oturma adına yapılanlar, özelleştirme uygulamaları sektörün hemen her sahasında önemli yatırımların devreye alınmasına yol açıyor. Bu durum doğal olarak dünya devlerinin de merceğine her zamankinden daha fazla Türkiye'nin girmesine yol açıyor. Türkiye'yi bir süreden beri takip eden yabancı devletlerden biri de Çin'in güneş panelleri devî Yingli Solar idi. Çinli dev sonunda kararını verdi ve bu aydan itibaren Türkiye ofisini resim olarak faaliyete geçirdi.





yılı itibarıyla ise de daha kapsamlı ve daha büyük projeler için gerekli hazırlıkları yapmayı planlıyoruz. Türkiye Ofisi'nin faaliyetlerine başlamasıyla Yingli Solar olarak hem yatırımcı hem kullanıcı hem dağıtımçı hem de proje sahibine direk ulaşma imkanına sahip olacağız" dedi.

"KOBİ'lere açığız"

Yönetmelikler nedeniyle Türkiye'de henüz büyük projelerin hayata geçirilemediğini ancak şirket olarak bu projelere uygun ortamı yaratmayı amaçladıklarını da dile getiren Kılıç, planlamaları ile ilgili şu bilgileri verdi: "Amacımız ilk 1 yıl lokal firmalarla çalışmak, pazarı geliştirmek. Bir anlamda Anadolu da dahil KOBİ'lere dönük projeler gerçekleştirmek istiyoruz. Yerli firma-



ların, yüklenicilerin, proje ofislerinin büyük yatırımlar için hazırlıklı olması ve bilgilendirilmesi çok önemli. Türkiye'de yıllık 40-50 bin MW güneş enerjisi potansiyeli var. Bu potansiyel yerli ve yabancı yatırımcıların ilgisini çekiyor. EPDK yönetmeliğine göre 2013 sonuna kadar 600 MW yatırıma izin var. Potansiyele göre bu rakam çok düşük. Ancak 500 KW'ın altındaki yatırımlar için lisans almaya, enerji şirketi kurmaya gerek yok. Enerjinin bir bölümünü kendiniz kullanıp kalanı en yakın dağıtım şirketine satabiliyorsunuz. Önümüzdeki yıl bu anlamda çok proje olacak. Kısa vadede hastaneler, oteller, siteler, spor tesisleri ve okullar hedef kitlemiz olabilir. Nihai

hedefimiz büyük şirketleri ulaşıp projeler üretmek. Zaten konut projeleri için görüştüğümüz şirketler var. Birkaç otel de cephelerine ve teraslarına güneş panelleri kurmamızı istiyor".

Akdeniz, Ege ve Doğu Anadolu'nun güneyi ışınım ve güneş alma oranı yüksek bölgeler olduğunu da vurgulayan Kılıç, "Bizim de bu bölgelerle ilgili planlarımız var. Van'la ilgili görüşmelerimiz sürüyor. Bazı şirketlerle birlikte çalışarak depremle sarsılan bölgeye enerji sağlamak istiyoruz. Doğu'da birçok bölgede kısıtlı enerji imkanı olan bölgelere de projelerimizle ulaşmayı amaçlıyoruz" dedi.

Mustafa Kemal Çolak mcolak@ekonomist.com.tr

Bayern Münih'in sponsoru, Türkiye'den de tekliflere açık

YINGLI Solar, dünya genelindeki iddialı sponsorluklarıyla da tanınıyor. 2010 Dünya Kupası'na sponsor olan şirket, Brezilya'da 2014'te gerçekleştirilecek kupanın da sponsorluğunu üstlendi. Şirket, Amerikan Futbolu Ligi'nin (NFL) ve New York Jets takımının ardından geçen yıl ünlü Alman futbol kulübü Bayern Münih'in de sponsoru oldu. Uğur Kılıç, Türkiye'de de spor alanında sponsorluk yapmak istediklerini anlattı. Kılıç, "New York Jets'in antrenman sahasının etrafını güneş panelleriyle donattık. Sahanın enerjisini panellerimiz sağlıyor. Türkiye'de de görüşmelerimiz var. Bazı sahalara benzer hizmeti sunabiliriz" dedi.

Dünyada 3 büyükten biri

Merkezi Çin'in Boading şehrinde olan Yingli Solar, 1998 yılında kuruldu. Bugün dünyanın en büyük 3 güneş paneli üreticisinden biri... 10 ülkede ofisi, dünya genelinde 14 bin çalışanı olan şirketin hisseleri 2007 yılından beri New York Borsası'nda (NYSE) işlem görüyor. ABD ve İspanya'da Ar-Ge ile teknik destek birimi bulunuyor. Şirketin 2011 cirosu 2.5 milyar dolar oldu. Şirketin 3 GW (3 bin MW) kurulu gücü var.



Toplantınıza evinizden katılmak ister misiniz?

Kilometrelerce yol kat etmeden, zamandan ve paradan tasarruf ederek, eğitim, seminer, konferans ve şehir dışı toplantılarınıza, internete ulaşabileceğiniz her yerden My Company TV ile katılmak mümkün. Kalabalık çalışma gruplarınızın bulunduğu noktaya gitmeye gerek kalmadan toplantı ve eğitim düzenleyebilir, tüm kontrolü elinizde olan bu sistem sayesinde ister bir kişiye ister milyonlara ulaşabilirsiniz.



Türkiye'de eğlence ve medya sektörü birbiriyle bağlantılı. Ve bu sektör Türkiye'de büyük bir hızla büyüyor. Geçen yıl 6.5 milyar doları aşan ve PricewaterhouseCoopers (PwC) Küresel Eğlence ve Medyaya Bakış 2011-2015 Raporu'na göre 2015'te 11.4 milyar dolara ulaşması beklenen sektörde, asıl gelişmenin dijital kanallardan gelmesi bekleniyor.

İşte bu alanda yeni fırsatları yakalayan şirketlerin önü çok açık. Bu şirketlerden biri de 1990'lı yılların başında New York'ta Key Media Network, Inc olarak kurulup, 1994'te İstanbul'da faaliyet göstermeye başlayan Kent Prodüksiyon. Key Media Network olarak ABD'den Türkiye'ye, TRT, ATV, Star, Kanal 7, STV, TV8, NTV, CNN Turk, Show TV, Kanal D, Sky Turk 360, Habertürk, İHA, DHA, Milliyet, Sabah, Akşam Gazeteleri başta olmak üzere, Digitürk, Kanal 1, Elmax gibi bir çok yayın kuruluşunda haber, TV programı, belgesel, reklam, prodüksiyon, tanıtım alanlarında medya sektöründe faaliyet gösteren şirketin bugünlerde Kent Prodüksiyon olarak yeni bir projesi var. O da My Company TV.

Zamandan tasarruf

Teknoloji geliyor, zaman ise çok değerli. Örneğin İstanbul'da çalışıyorsunuz, İzmir'de ise çok önemli bir seminer var. Ancak bu seminere gitmek için zamanınız yok. İşte My Company TV sizin için o seminere gidip çekim yapıyor. İster daha sonra size verilen şifreyle bu semineri My Company TV'den izleyebiliyor ve hatta şirket çalışanlarına da izletebiliyorsunuz. İsterseniz bu semineri canlı olarak da izleyebiliyorsunuz. My Company TV, aslında birçok sektöre hitap ediyor. Finanstın, halkla ilişkilere, medyadan pazarlama ve sağlığa kadar birçok alanda bu uygulamayı kullanmak mümkün. Örnekler çoğaltılabilir. Yurt içi ve yurt dışı eğitim fuarlarından bilgi almak istiyorsunuz fakat buldukları noktaya gidebilmek mümkün değil veya istediğiniz alanda eğitim konferanslarına katılmak için davetiyeniz yok... Kullanıcı adı ve şifreniz ile fuar ve konferanslara hızlı ve kesintisiz bağlantı ile katılabiliyorsunuz. Eğitim konferanslarınızın ve fuar tanıtımlarınızın geniş kitlelere ulaşması da aynı sistem sayesinde My Company TV ile mümkün. Yine, bir başka örnek de kişisel

gelişim ile ilgili olabilir. Kendinizi geliştirmek için kurslara katılmak ve sertifika almak istiyorsunuz ancak bu tempoya yetişecek vaktiniz yok... Yol masrafı olmadan, zaman kaybetmeden; size özel oluşturulan kullanıcı adı ve şifre ile dilediğiniz kursa katılıp, sertifika alabiliyorsunuz.

Eğitime de hitap ediyor

My Company TV, eğitimciler için de farklı çözümler sunuyor. Yalnızca öğrencilerinize özel, konu anlatımlı ders tekrarları, çeşitli kategorilerde yetenek testleri ve online sınavlar düzenleyebilir, hem eğitim merkezinizin hem de öğrencilerinizin başarı oranını arttırabilirsiniz. Şirketler için personel eğitimleri son derece önemlidir. Bazen ise şirketlerdeki salonlar yetersiz kalır. İşte bu noktada da hizmet verdiklerini anlatan Kent Prodüksiyon Genel Müdür Yardımcısı Can Diler, "Kalabalık çalışma gruplarınıza ulaşmak ve uzak noktadaki bayilerinizin de katılımını sağlamak bu sistemle mümkün hale geldi. Şirketlerin daha fazla sayıda personeli, internete ulaşabilen her yerden eğitimlere katılabilir.

Oluşturulan sistem sayesinde çalışanlara verilen kullanıcı adı ve şifre ile, firmaya özel eğitimler, sadece şirketin seçtiği kişiler tarafından izlenmekte. Dolayısıyla şirket sahipleri kimlerin izlediğini görebilir, anket veya süreli performans değerlendirmeleri düzenleyebilir" diyor.

KOBİ'ler için de fırsat

My Company TV'nin hedef kitesinde KOBİ'ler de var. Örneğin; franchise veren bir şirketin yaklaşık 600 mağazası var ve şirket sahibi her mağaza sahibiyle ortak iletişime geçmek istiyor. Bu sistem sayesinde şirket sahibi veya yönetimi her mağaza sahibi ile aynı anda toplantı vs. yapabiliyor. Bu da hem zamandan hem de ekonomik yönden ciddi faydalar sağlıyor.

Zamanı doğru değerlendirebilmenin iş hayatında çok önemli bir unsur olduğunu söyleyen Diler, "Kilometrelerce yol kat etmeden toplantı, seminer ve almak istediğiniz eğitimler My Company TV ile parmaklarınızın ucunda. Nerede olursanız olun tüm kontrolü elinizde olan bu sistem sayesinde ister bir kişiye ister milyonlara ulaşmanız mümkün" diyor.

Peki, bu sisteme nasıl ulaşılabilir? My Company TV internet altyapısı aracılığıyla, yayın yapılmasını istediğiniz lokasyondan ulaşmak istediklerinize hızlı bir şekilde bağlanmanızı sağlıyor. Diler, sistemle ilgili şu bilgileri veriyor: "128 bit güvenlik sistemiyle korunan kullanıcı adı ve şifre sayesinde eğitim, seminer, konferans ve şehir dışı toplantılarımıza, internete ulaşabileceğiniz her yerden katılabilirsiniz. Kalabalık çalışma gruplarınızın bulunduğu noktaya gitmeye gerek kalmadan toplantı ve eğitim düzenleyebilirsiniz."

Kent meydanları, TV'de

Kent Prodüksiyon'un bir diğer girişimi de Kent Meydanı TV. Kent Meydanı TV, uzaklarda unutulmaya yüz tutmuş yöresel değerleri, Anadolu'nun kültürünü yansıtmayı hedefliyor izleyicilerine. Özellikle de memleket hasreti çeken insanları hedefliyor. Can Diler, yeni heyecan duydukları bu girişim-



Prodüksiyon ve broadcasting hizmet veriyor

Hizmet alanı prodüksiyon ve broadcasting olan Kent Prodüksiyon canlı yayın hizmetleri, televizyon programları, program formatları, haber ve belgesellerin çekimlerini gerçekleştirmek, yapım sonrası yayına hazır hale getirerek tüm prodüksiyonlara hizmet etmek, grafik - 2D / 3D animasyon, kurgu-montaj sistemleri, reklam filmi, kurumsal tanıtım, etkinlik tanıtım, sosyal sorumluluk projesi, seslendirme ve dublaj hizmetleri, showreel, dijital aktarım ve çoğaltım sistemleri, stüdyo ve ekipman kiralama işlerini yapıyor. Broadcasting olarak ise TV projelendirme, naklen yayın aracı projelendirmesi, kurulumu ve yayıncılığı, uplink, downlink ve metro ethernet sistemleri kurulumu, IPTV sistem kurulumu, playout ve otomasyon sistemi, storage sistemleri, intercom sistemleri, kamera sistemleri, stüdyo, ses, radyo sistemleri, sanal stüdyo çözümleri, monitoring sistemleri, ölçüm sistemleri, naklen yayın sistemleri, teknolojik danışmanlık işleri yürütüyor.

leriyle ilgili olarak da şunları söylüyor: "Platformumuzun TV kanalı ve internet sitesi vasıtası ile memleket özlemi çeken insanımıza vereceği hizmetin yanı sıra; Anadolu'nun kent kültürünü, folklorik mirasını, sosyal yaşamını, tarihi ve turistik değerlerini yurt içi ve yurt dışına tanıtmasını hedefliyoruz. Böylelikle turizm sektörüne ve dolayısıyla ülke ekonomisine katma değer yaratacağımızı düşünüyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın proje ve organizasyonlarının tanıtımını yaparak toplumsal bilgilendirme yapacak ve eğitime katkı sağlayacağız."

Yerel belediyelerin kültürel organizasyonlarını tanıtarak hem yerel hem de evrensel bilgi sunumu yapılması hedeflenen bu kanalda sorunların da dillendirilmesi planlanıyor. Diler, "Kent Meydanı TV, insanımızın doğduğu ve yaşadığı şehre ait kültürel değerlere sahip çıkması için aracı olacaktır.

Doğduğu yerden uzakta yaşayan insanımıza memleketi ile ilgili haberler sunulacak ve platform üzerinden katkıda bulunmasına imkan sağlanacaktır. Kent Meydanı TV, çok yakında dijital platformda yayında olacak. Hem internet üzerinden hem de uydu bağlantısıyla izleyiciler bu kanala ulaşabilecek" diyor.

Özge Yavuz oyavuz@ekonomist.com.tr

K o z m e t i k

Doğal ürünleriyle 4 milyon dolara koşuyor

Kozmetik sektörüne 70'li yıllarda Tahtakale'de kozmetik dağıtım işiyle başlayan Yorgun Ailesi, bugün Kanadalı Belvedere International'ın Türkiye distribütörlüğünü yapıyor. 2015 yılına kadar Balkanlar ve Ortadoğu ülkelerinin de distribütörlüğünü yapacak olan şirket, geçen yıl 4 milyon dolar olan cirosunu bu yıl yüzde 100 büyütmeyi hedefliyor.

Dünyada 240 milyar dolar büyüklüğe sahip olan kozmetik sektörü, Türkiye'de ise 3.5 milyar dolar hacme sahip. Kozmetik ürünleri kategorisinde 46 bini yerli 170 bin civarında da ürünün iç pazarda dağıtımını yapıyor. Sağlık Bakanlığı'nın elektronik bildirim sistemine kayıtlı firma sayısı ise 2 bin 659. Sektörün bu yıl sonunda 4 milyar doları bulması bekleniyor. 2010 yılında 590 milyon dolar olan Türkiye kozmetik sektörü ithalatımızda 2011 yılında yüzde 8.5'lik artışla 640 milyon dolarlık ithalat yapıldığı gözleniyor. Kozmetik ürünleri ithalatımızdan en fazla payı alan ülkeler ise sırayla Fransa, Almanya, Polonya, İngiltere ve ABD olarak sıralanıyor. İthalat yapan firma sayısının ise bin 430 olduğu biliniyor.

Selen Kozmetik de genç bir nüfusa sahip olan Türkiye'de kozmetik pazarının geleceğine inanarak ithalata başlayan bu şirketlerden biri. 1996 yılından beri Kanadalı Dunaturals firmasının Türkiye distribütörlüğünü yapan şirket, 2015 yılına kadar Balkan ülkeleri ve Ortadoğu'ya da ürün verme yetkisine sahip. Kriz nedeniyle bu ülkelere açılmayı askıya aldıklarını ve son beş yıldır Türkiye pazarına odaklandıklarını söyleyen

Selen Yorgun



Selen Kozmetik Genel Müdürü Bülent Yorgun, "2007 yılında yapılan bir anlaşma ile markanın Türkiye dışında Balkanlar ve Ortadoğu distribütörlüğünü üstlendik. Ancak ekonomik göstergelerin dış pazarlara açılmak için uygun olmadığı için bir süre bu planlarımızı erteledik. Ürün gamımız her geçen yıl artıyor. 40 kişilik ekibimizle geçen yıl yaklaşık 4 milyon dolar ciroya ulaştık. Bu yıl yüzde 100 büyüme planlıyoruz" diyor.

İtiryatçılıktan geliyor

İstanbul Üniversitesi İnşaat Fakültesi'nden mezun olan Bülent Yorgun, beş yıl kadar burada öğretim üyeliği yapar. Aynı zamanda boş kalan zamanlarında ise ailesinin Tahtakale'deki 'Mini Pazar' isimli kozmetik dağıtım firmasında çalışır. 1985 yılında askerliğini bitirdikten sonra öğretim üyeliği görevini bırakarak bir süre mühendislik yapar. Ancak kozmetik işinin büyümesi üzerine ise tamamen bu alana yönelir. Kısa sürede firmaları Unilever'in Marmara Bölgesi'nin en büyük dağıtım şirketi olmayı başarır.

285 adet firmanın 15 bin tane ürününü satar hale gelen Mini Pazar, 1996 yılına geldiğinde ise Loreal'in Marmara dis-



Bülent Yorgun

tribütörü olur. Bunu, Lever ve Hunca bayilikleri izler. O dönem Kanadalı Dunaturals firmasının ürünlerini de sattıklarını belirten Yorgun, diğer gelişmeleri şöyle anlatıyor:

“Bu markanın ürünlerini ithal eden bir şirket vardı. Onlar çekilmeye karar verince Türkiye’deki satışları iyi giden bu Kanadalı firma ile biz anlaşma yoluna gittik. Markanın ithalatını yeni bir şirket üzerinden yapmamızı istedikleri için Selen Kozmetik isimli yeni bir şirket kurduk. Sonrasında ise kozmetik toptancılığı işini bırakarak Mini Pazar’ı kapattık. Yolumuza 1997’den itibaren sadece Kanadalı Belvedere International isimli firmanın Türkiye distribütörü olarak devam etmeyi seçtik. Saç ve vücut bakımı alanında beş markanın ürünlerini ithal ediyoruz.”

Sülfat ve paraben içermiyor

Bülent Yorgun’un şirkete adını veren Selen Yorgun da bir yıldır şirkette pazarlama bölümünde görev yapıyor. Koç Üniversitesi Ekonomi Bölümü’nü bitirdikten sonra Kanada’da ‘İş yönetimi ve pazarlama’ üzerine sertifika programına katıldıktan sonra aile şirketinde çalışmaya başlayan Selen Yorgun, şir-

ketin sosyal medyada görünürlüğü konusunda etkili olur. Facebook ve Twitter’dan da 7 x 24 tüketicileri dinlediklerini ve son dönemde sosyal medyada yürüttükleri kampanyalarla ürünlerinin doğallığına vurgu yaptıklarını dile getiren Yorgun, şöyle devam ediyor:

“Ürünlerimizin içeriğinde insan sağlığına ve çevreye zararlı paraben ve sülfat bulunmuyor. Bu katkı maddeleri çok zararlı. Sülfat köpürmeye yarıyor, paraben de raf ömrünü uzatıyor. ABD ve AB’de belli bir standart var o miktarın üstündekiler yasal olarak üretim lisansı alamıyor, kısıtlama geliyor. Biz paraben ve sülfat içermeyen yüzde 98 organik içerikli ürünler sunuyor. Türkiye’deki bu açığı kapattık. Sülfatsız ürünler kuaförlerde 100 – 200 lira arasında satılırken bizde 15.90 liradan başlıyor.”

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

Markalara ilham verdi

Belvedere International’ın ürünleri Migros, Macrocenter, Metro, Kipa gibi tüm ulusal marketlerde, Watson’s, Rossmann, Gratis gibi zincir parfümerilerde ve Anadolu’daki kozmetik zincirlerinde satılıyor. Saç bakım ürünlerinin üzerindeki koala resmi ile özdeşleştiğini, son dönemde ise içeriğinde antioksidan etkili nar, yaban mersini, bambu ve argan yağı bulunan ürünlerin büyük ilgi gördüğünü belirten Yorgun, “Tüm dünyada trend kozmetik ürünlerde doğallığa doğru kaydı. Kanadalı şirketin de böyle bir misyonu var. Argan yağı, nar gibi ürünleri bileşimlerinde kullanarak birçok markaya ilham verdi” diyor.



Girişim

Diş kliniği danışmanı restoran girişimcisi oldu

Yıllardır hastanelere özel diş kliniklerinin kurulması ve işletilmesi konusunda danışmanlık yapan Alper Çıldır, İtalyan restoran zinciri Rossopomodoro'yu Türkiye'ye getirdi. Çıldır, "Önce şubeleşiyoruz, sonra isim hakkı vereceğiz" diyor.

Diş hekimliği ile tanışması orta öğretim döneminde ciddi bir diş problemi yaşamasıyla olmuş Alper Çıldır'ın. Yaşadığı bir kaza sonucu ön dişlerinde ciddi sorunlar oluşmuş ve uzun süren diş tedavileri sırasında diş doktoruna gidip geldikçe bu mesleğin kendisi için çok uygun olduğuna karar vermiş.

Öğretmen çocuğu olarak kalabalık bir ailede büyüyen Çıldır, o zamanın şartları nedeniyle ilkokul yılları dahil her yaz tatilinde tekstil, mobilya, ambalaj atölyelerinde, lise döneminde ise aktif pazarlama gibi özellikle el yeteneği ve işletme becerisi isteyen birçok işte çalışmış. Bu işler sayesinde özellikle işletme, ticaret alanında bilgi ve becerileri artmış. İletişim konusunda aldığı eğitimlerle bu yönünü üniversite yıllarında daha da geliştirmiş. Diş hekimliğini kazandıktan sonra da tanıdığı bir diş hekiminin yanında tecrübe edinmeye başlamış.

Yeni şubeler açacak

15 yıl kadar da kalabalık bir hekim ve uzman kadrosuna sahip olan hastanelerin diş klinklerinde çalışmış. Zaman içinde iş modelinde değişime giden Çıldır, hastanelere özel diş klinikleri kurmanın yanı sıra işletilmesi konusunda da danışmanlık yapıyor. Çıldır'ın farklı bir alanda da girişimi bulunuyor. Dünyada 150 şubesi bulunan İtalyan restoran zinciri Rossopomodoro'yu Türkiye'ye getiren Çıldır'ın

mekanının ilk şubesi, İstanbul Göztepe'de faaliyete geçmiş durumda. Restoranlarında 30 kişilik bir ekiple hizmet verdiklerini söyleyen Çıldır, " Bir yıl içinde İstanbul'da ikinci şubeyi açmayı planlıyoruz. Ankara, Bursa ve İzmir ise ikinci yıl gibi planlandı. Daha sonra ise isim hakkını verebileceğimiz bir yapı oluşturacağız" diyor.

Diş kliniği kuruyor

Özel hastanelerde diş hekimliği son yıllarda kabul edilen bir alan oldu. 1998 yılında ilk özel hastanede diş kliniğinde işe başladığında insanların uzun yıllar diş kliniğinin sadece acil işlemler için olduğunu düşündüklerini, protez ve implant uygulamaları gibi özellikli işlemler için genellikle muayenehaneleri tercih ettiklerini fark eden Çıldır, kalabalık bir hekim ve uzman kadrosu olan hastanelerin diş klinklerinde ekip halinde çalışmanın hız ve başarı getirdiğini görmüş. Çalışma arkadaşlarıyla beraber özel hastanelerde diş klinikleri açma fikri de tecrübesi artıca iyice olgunlaşmış. Hastanelerin kendilerinin yönettiği diş hekimliği kliniklerinde yeterli başarı sağlanmadığını gözlemleyen Çıldır, şöyle devam ediyor:

"Diş hekimliği diğer birçok hekimlik alanlarından farklı olarak giderleri ve yatırımı büyük olan bir alan. Bu nedenle hem yatırım ve işletme sırasında yapılabilen bazı hatalar hem de kadro seçimindeki dikkatsizlikler başarıya ulaşmada-

Maliyet 100 bin TL'den başlıyor

Çıldır, özel hastanecilik altında altı adet diş kliniğini şahsen kurmuş. Tüm dental makine yatırımı, personel yatırımı, idari ve hekim kadroları ile tüm sorumluluğu alarak 'Anadolu Diş Sağlığı' şirketi altında bu klinikleri kurmuş. Klinikleri hastane içerisinde out-source klinikler şeklinde çalışmakta olup tüm yatırımlar şirketi tarafından yapılıyor. Kendi klinikleri dışında beş diş kliniğinin de kurulması ve işletilmesi konusunda danışmanlık yapan Çıldır, şunları anlatıyor:

"Hastane diş kliniği işletme bilgisi konusunda çok iddialıyım çünkü çok spesifik bir konu ve ne yazık ki hem hekim olup hem de işletme konusunda bilgili olan pek fazla hekim yok. Bu nedenle ayda 4-5 klinikten yardım veya fikir konusunda çağrı alıyorum. Bir sonraki hedefim, tüm diş klinklerini bir marka altında toplayıp bu alanda lider olmak. Ayrıca diş kliniği kurulumları için bir proje departmanı, diş kliniği işletme yönetim departmanı, özel bir çağrı merkezi oluşturulması, lojistik ve satın alma departmanları gibi bölümler oluşturmayı planlıyorum. Şimdiye kadar sadece İstanbul'da faaliyet gösterdim ama üç aydan beri üzerinde çalıştığımız Ankara, Diyarbakır ve Bakü'de diş klinikleri kurma projelerimiz de var. Diş kliniklerindeki maliyet, 100 bin lira ile 1 milyon lira arasında değişiyor. Genelde geri dönüş hızı 2 - 4 yıl arasında oluyor."



Alper Çıldır

ki en büyük engelleri oluşturmakta. Bu alanlardaki bilgi ve tecrübem sayesinde özel hastanecilik içerisinde özel ve ayrıcalıklı diş klinikleri kurmakla ilgili fizibilite raporu hazırlayıp sunduğumuz her hastaneden çok olumlu tepkiler aldık ve hemen işe başladık.”

Bu şekilde anlaşma yapıp ilk diş hekimliği kliniği kurdukları hastanede diş bölümü cirolarını daha ilk aylardan 10

katına çıkardıklarını ifade eden Çıldır, “Hastane tarafından da bakıldığında herhangi bir şeyle uğraşmadan sadece hastane içerisinde belli bir bölümü diş kliniğine kiralarak ciddi gelirler elde edilmiş oldu. Bu sayede hem diş klinikleri hem de hastane tarafından kazan-kazan formülü, başarılı olarak uygulanabilmiş oldu” diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

Şirketlerdeki **11 bin** ekranı yönetiyorlar

Kurumlar var olan panolarını ekrana dönüştürüp gerek müşterileriyle gerek çalışanlarıyla iletişim kurmayı tercih ediyor. Bu konuda çalışan Sistem 9 Medya, gelen taleple birlikte şu anda 11 bin ekranı yönetiyor. Şirket, yönettiği ekran sayısı ile bu alanda Avrupa'nın en büyük network'ü olmuş durumda.

Son yıllarda ekranlar hayatımızı çepeçevre sarmış durumda. Telefon, televizyon, tablet, bilgisayar, panolar derken neredeyse mağaza vitrinleri bile birer ekrana dönüşüyor. Özellikle kurumların kendilerini anlatmak için bu ekranlardan yararlanmaya başlamaları restoranların fiyat panolarını bile birer ekrana dönüştürdü. Kısacası bu sistem yani kurumsal TV

sistemleri pek çok şirkette karşımıza çıkıyor. Özellikle finans sektörü başta olmak üzere pek çok kurum ve kuruluş güncel yayın akışı içinde kendi ürünleri hakkında içerik ve ilanlarını bu yolla müşterilerine birebir ulaştırmayı tercih ediyor. Bu alanda hizmet veren şirketlerden biri de Sistem 9 Medya.

2005 yılında CTV fikriyle yola çıkan ve A plus kuaför



salonlarına kurdukları ekranla faaliyetlerine başlayan şirket, bugün 240 kuaför salonunda bin 300 ekranla faaliyetine devam ediyor. Kurumsal TV sistemleri sonradan iş yapış akışına dahil olduğu halde şu anda şirketin iş kalemlerinin yüzde 70'ini kapsıyor. Bu alanda Türkiye çapında 10 bini aşkın ekran yönettiklerini söyleyen Sistem 9 Medya Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Akin, "Gerek yazılımının kendine ait olması, gerek satış sonrası Türkiye çapında 7/24 teknik servis hizmeti verilmesi gerekse 32 farklı başlıktan oluşan yayın içeriği bakımından alanında en büyük firmayız" diye konuşuyor.

Nasıl kuruldu?

Kaan Akin iş hayatına 1992 yılında başlamış bir kişi. Bilgi işlem alanında çalışan Akin, 2005 yılında kendi işini yapma kararı alıyor. Yedi ay iş fikri aramak için yurt dışında farklı ülkeleri gezen Akin, İngiltere'de kuaför salonlarındaki ekranları görmüş ve bu işi Türkiye'ye taşımaya karar vermiş. Yakın bir arkadaşının kuaför salonunda ilk denemelere başlamış. Aynaların içine monitörler asan Akin, bunun yazılımını da hazırlayarak yayına başlamış. Tuttuğunu görünce de şirketi yani Sistem 9 Medya'yı kurmuş. Önce 30 salona çıkılmış. Ancak para kazanmaya salon ve ekran sayısı artınca başlanmış. 240 salon bin 300 ekranlı bir network'e kavuşunca asıl para

kazanmaya başladıklarını ifade eden Akin, bu iş için 6 milyon dolarlık yatırım yaptıklarını anlatıyor.

Dönüm noktası ise bugün ING Bank adını alan Oyak Bank'ın bir yetkilisinin kuaförde gördüğü bu sistemi banka şubelerine taşımak istemesi olmuş. Banka için özel bir yazılım hazırlanmış ve donanımları paket olarak verilmiş. Sonra onu göre diğer bankalardan da talep alınmış. Bu işten para kazandıklarını gören Akin bu alana odaklanmaya karar vermiş. Şirket ikiye bölünmüş reklam ve kurumsal olarak. Kuaförlerde çalışan sistem reklam, şirketler ise kurumsal taraftaki işler ise kurumsal tarafta görülmeye başlanmış.

Neden kurumsal TV?

Dokuz kişi başladıkları işte bugün 56 kişinin çalıştığını söyleyen Akin, bugün kurumsal tarafta 11 bin ekranı yönettiklerini ve Avrupa'nın en büyük network'ü olduklarını anlatıyor.

Holdinger, eğitim kurumları, gayrimenkul şirketleri, turizm, yiyecek sektörü, alışveriş merkezleri gibi pek çok alandan kurumsal TV hizmeti almak için başvurular aldıklarını söyleyen Akin bugün Denizbank, Akbank, ING Bank, Finansbank, McDonalds, Cinebonus, BP, Omsan, HP, Deloitte gibi pek çok şirkete bu hizmeti verdiklerinin altını çiziyor.

Yenilikçi ürünlerle öne çıkıyor

Kurumsal ekranlar konusunda müşteri ihtiyaçları doğrultusunda sürekli yenilik yarattıklarını söylüyor Akin. Örneğin Vodafone için yapılan dokunmatik mağaza vitrinleri bunlardan biri. Buradan kişiler farklı bilgileri tıklayarak öğrenebiliyorlar.

Ya da MAC spor salonlarında kullanılan tabletler. Bu tabletlere kilo, yaş ve benzeri bilgilerinizi giriyorsunuz. Sistem9 Medya'nın yazdığı yazılım sayesinde tablet size hangi aletlerle çalışmanız gerektiğini ve bu aletlerin yerini gösteriyor. Ya da vitrin içine yerleştirilen bir cihaz sayesinde önceden çekilmiş defile görüntülerini vitrinden müşterilerinize izletebiliyorsunuz.

Şimdilerde yeni bir ürünü piyasaya sunmak üzere olduklarını söyleyen Akin, bu ürünün detaylarını ise şöyle anlatıyor:

"Vitrinin iç tarafına taktığınız bir cihazla vitrin camını hoparlöre çevirebiliyorsunuz. İçerde ses olmuyor ama dışarıda gümbür gümbür müzik bile çalabiliyorsunuz. Bunu şirketler çok farklı şekillerde kullanabilirler."

Peki şirketlere kurumsal TV' şirketlere ne gibi fırsatlar sağlıyor? Bu sistemin öncelikle şubeler arası haberleşme imkanı yaratarak iletişimde hızlilik prensibinin hayata geçmesini sağladığını belirten Akin, bu sayede kağıt tüketiminin minimuma indiğinin üzerinde duruyor. Özel kutlamalar, organizasyonlar gibi personel motivasyonuna yönelik iletişim avantajları yaratan bu sistemin bir reklam mecrası olarak kullanıldığını da dile getiren Akin konuşmasını şöyle sürdürüyor:

"Örneğin Denizbank diğer projeler arasında canlı yayın da yapabilme özelliğine sahip tek proje. Bu sayede 'Deniz TV' adıyla Digitürk'ten yayın yapıyor ve tüm müşterilerine bilgi verebiliyorlar. Ayrıca, genel müdür personele yönelik bir bilgilendirme yapacağı zaman aynı anda canlı yayın ile Türkiye'nin dört bir yanındaki şube çalışanlarına seslenme şansına sahip olabiliyor. Geliştirdiğimiz bir yazılım sayesinde kartlı sıra numarası alanların hangi müşteri segmentinde olduğunu anlayıp onlara özel teklifler sunulabiliyor."

Ortaklık teklifi alıyor

Bazı şirketlerin kurumsal TV'leri kendileri yönetmek istediklerini ancak sonra vazgeçtiklerini söyleyen Akin bunun zor olduğunu söylüyor. Kendi ekibi içinde editörler olduğunu ve içeriklerin bunların süzgecinden geçtiğinin altını çizen Akin, bu nedenle pek çok şirketin ekranlarını kendilerinin yönetmesini istediğini anlatıyor.

İngiltere'de şirket kurmak, Azerbaycan'da ise franchise vermek için son aşama geldiklerini de sözlerine ekleyen Akin, yabancı şirketlerden ortaklık teklifi aldıklarını ve bunları değerlendirebileceklerinin de altını çiziyor.

Fatoş Bozkuş fbozkus@ekonomist.com.tr



Kadın Girişimci



Sema Işık Saral

Sibel Türker

‘Bugün ne giysem’ sendromu iş fikri oldu

Kadınların, özellikle de iş dünyasındaki kadınların “Bugün ne giysem?” sıkıntısı hiçbir zaman bitmez. Özellikle formel giyimin zorunlu olduğu iş yerlerinde hem şık hem de rahat giyinmek isteyen kadınların alternatifleri çok gibi görünse de farklı zevk ve ihtiyaçlara uygun ürün bulmak hep zordur.

Giydikten sonra yaşadığınız sıkıntılar da cabası... Bir gömlek alırsınız oturduğunuzda düğme araları açılır, degaje

yaka gömleğinize eğilip kalktığınızda hakim olamazsınız. Ya da bir sunumda kolunuzu kaldırırsınız gömleğiniz pantolon ya da eteğinizin içinden çıkıverir.

İşte bu durumları iş hayatında yaşamış bir iş kadını olan Sibel Türker, kötü deneyimlerini iş fikrini farklılaştırmak için kullanmış. Monist markasını yaratan Türker, önce üst giyim üretmeye başlamış. Ardından alt giyim ve elbise üretimine giren Türker şimdilik ürünlerini internetten satıyor. Ancak



Deloitte Türkiye’de denetim ortağı olarak çalışırken farklı bir iş kurma kararı alarak şirketten ayrılan Sibel Türker, iş hayatında giyim konusunda çektiği sıkıntılardan yola çıkarak bir marka yarattı. Ruhun maddeye dönüşmesi anlamına da gelen Monist ismiyle kadın giyim üretimine başlayan Türker, internette yaptığı ticareti yakın zamanda açacağı mağazalara taşımayı planlıyor.

Türker, yıl bitmeden ilk mağazasını açma hedefinde.

Denetim işindeydi

Sibel Türker, üniversite eğitiminin ardından Deloitte Türkiye’de işe başlamış. Türkiye ofisinin yanında şirketin Londra ofisinde de görev alan Türker son altı senesini şirketin denetim ortağı olarak sürdürmüştü. Bankacılık ve finansın uzmanlık alanı olduğunu söyleyen

Türker’in şirkette 17’nci yılını doldurmasıyla birlikte farklı iş fikirleri kafasında uçuşmaya başlamış. Kendi ihtiyaçlarından yola çıkarak kadın giyim konusunda çalışmaya karar veren

Türker, iki yıl boyunca araştırma yapmış. Bu konuda uzman danışmanlarla çalışan Türker, işi bırakmadan önce onlardan tüm süreçlerle ilgili bilgi ve eğitim almış. İhtiyaçlar belirlendikten sonra sıra kumaş, aksesuar gibi materyallerin alınmasına gelmiş. Bu arada marka arayışına da başlamış Türker. Tam bu dönemde tasarımcı konusunda araştırma yaparken bir arkadaşı onu tasarımcı Sema Işık Saral ile tanıştırmış. Birkaç görüşme neticesinde beraber çalışmaya karar vermiş ikili. Bu arada isim arayışları da neticelenmiş. Şirket ismi olarak sözlükler karıştırılırken ‘monizm’ yani ruhun maddeye dönüşmesinden türeyen Monist’te karar kılınmış.

Mağaza da açacak

Her dilde aynı anlama geldiği için marka ismi olarak Monist’i seçtiklerini ifade eden Türker sonraki çalışmalarını şöyle anlatıyor:

“Üretime odaklanarak başlamaya karar verdim. Kendi ihtiyaçlarımdan yola çıkarak üst giyime önce girme kararı aldım. Çünkü iş hayatında en çok üst giyime ihtiyaç duyarsınız. Ardından etek ve pantolon alternatifleri de yaptık. Elbisenin ardından yakın zamanda ceketle üreteceğiz.”

8 Mayıs’ta internet sitesinden ürünlerini satmaya başladığını ifade eden Türker ilk etapta mağaza açmanın maliyetini kaldıramayacağını düşünmüştü. İnternette markayı tanıtır bir müşteri kitlesi yarattıktan sonra mağaza açacaklarını vurgulayan Türker bu süreyi çok uzatmayacak. Zira Türker, eylül ayında mağaza açma hedefinde.

Monist markasının kaliteden hiçbir zaman ödün veremeyeceğini ve kadının gücünü yansıtacak ürünlerle öne çıkacağını ifade eden Türker ürünler ve ürün sunumlarında da farklılıklara gitmiş.

9 kişiden oluşan bir ekipte bu ürünleri ürettiklerini söyleyen Türker her ürünü önce kendisinin denediğini sonra seri üretime geçildiğini anlatıyor. Yakın zamanda aksesuar üretimine de başlayacaklarını belirten Türker, her bluzla özel takılar üreteceklerini söylüyor. Zira tasarımcı Sema Işık Saral bir gravür sanatçısıymış. Saral’ın bu sanatı konuşturup gerek gömlek boyamaları gerekse aksesuarlarda Monist’i farklılaştıracak tasarımları yakın zamanda görebileceğimizi de ekliyor Türker.

Fatoş Bozkuş fbozkus@ekonomist.com.tr

Kadınların hayatını kolaylaştıran ayrıntılar

Toplantılarda özellikle sunum yaparken bir taraftan nasıl görünüyorum diye düşünüp bir taraftan konuşmanın zorluğunu yaşamış biri olarak üst giyimde bazı detaylara özellikle dikkat etmiş Türker.

Örneğin düğmeli gömleklerin otururken aralarının açılmasına önlem olarak görünmeyen çitçitler kullanmış ürünlerinde. Kolunu kaldırırken gömleğinin etek ya da pantolonun altından çıkmasına önlem olarak gömlekleri daha uzun yapmış. Bütün gün aynı gömlekle rahatça dolaşmak için pamuklu ya da ipeklili kumaşlar kullanmış. Ve buna benzer pek çok ayrıntıya dikkat etmiş. Ürün sunumunda ise yine kadınların hayatını kolaylaştıracak ayrıntılar düşünülmüş. Örneğin satın aldığınız bluzu size gönderdikleri kutunun içinde moda kartı buluyorsunuz. Bu bluzla nasıl giyinmeniz gerektiği, makyaj ve saçınızdaki alternatiflerin neler olabileceği bu kartta yer alıyor. Bluzlardaki yıkama talimatlarının kadınları rahatsız ettiğini deneyimleyen Türker bu talimatları da ürünün üzerine değil kutunun içine yerleştirmiş.

Söyleşi / Kariyer



Gençlerin farkındalığı 'UpAguru!' ile artacak

Alanında profesyonel dört eğitmen ve koç tarafından şekillendirilen UpAguru!, kariyeri ile ilgili sorunları, kafa karışıklığı olan herkese açık olan yepyeni bir proje olarak hayata geçti. Tolga Hancı, Müge Çevik, Arda Ös ve Tülay Celme'nin bir araya gelip oluşturdukları proje, işe öncelikle üniversiteli gençlerden başlıyor. UpAguru!, üniversiteli ve liseli gençlerin yanında, iş hayatına başlayanların, fakat potansiyelinin farkına varamayan kişilerin de geleceklerini şekillendirmeleri ve 'farkına varmaları' ile de ilgili.

Ücretsiz 'Kariyer Eğilimleri Yönetimi' (KEY) eğitimlerini ilk etapta; Okan, Marmara, İstanbul, Mersin, Kocaeli üniversiteleri ile bir kez daha Marmara ve İTÜ'de seminerler vererek başlatan UpAguru!, önümüzdeki dönemde daha fazla kişiye ulaşmayı hedeflerken, gruplara kariyer koçluğu seansları düzenlemeyi de planlıyor. UpAguru! eğitmenleri ve koçları ise sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

UpAguru! fikri nerede ve nasıl ortaya çıktı?

Tolga Hancı: Koçluk yolculuğunda birlikte yürüdüğümüz Müge'yle hep üniversitelere, öğrencilere gidip kariyerle ilgili bir

iş hayatına hazırlanan üniversiteli gençler ve iş hayatına başlamasına rağmen kendini ifade edemeyen kişiler için hayata geçirilen UpAguru!, üniversitedeki seminerleriyle dikkat çekiyor. Verdikleri ücretsiz seminerlerle daha fazla insana ulaşmayı hedefleyen UpAguru! eğitmenleri, olası sponsor desteğiyle de etki alanlarını daha da artırmayı planlıyor.

şeyler anlatmak ve konuyla ilgili farkındalıklarını artırmakla ilgili bir şeyler yapmanın iyi olacağını konuşup duruyorduk. Sonra Müge, uzun süredir görmediği bin yıllık arkadaşının da koçluk yaptığını öğrendiğini söyledi ve ziyarete gitti. Bu kişi Qualia'nın ortağı Arda'ydı.

Müge Çevik: Arda sayesinde Tülay'la tanışmış oldum. Sonra bir gün Tolga'yla birlikte gittik Qualia'ya. Kelimenin tam anlamıyla

la çok eğlendik! Herkes daha ilk görüşmeden inanılmaz ısınmıştı birbirine ve fikirler havada uçuşuyordu. “Üniversitelerle ilgili bir şey yapsak” fikrini de koyduk masaya ve herkes üstüne eklemeye başladı.

UpAguru! ismi nereden geliyor?

Arda Ös: UpAguru!, misyonumuz ile örtüşen bir anlama sahip Sanskritçe bir kelime. ‘Yanımdaki Öğretmen’ anlamına geliyor. Bu öğretmen, çoğu durumda kişinin kendisi...

UpAguru! olarak neyi amaçlıyorsunuz?

Arda Ös: Bizler, öğrencilerin kullanabilecekleri tek kapasitelerinin okudukları bölümlerle ilgili olduğuna inanmıyoruz. Herkesin mutlaka kullanabileceği, farklı alanda göstereceği yetenekleri vardır. Onlara esin kaynağı olabilecek şekilde koçluk yaklaşımını kullanarak gerçekleştirdiğimiz konuşmalarda, kapasitelerinin farkına varmalarına yardımcı oluyoruz.

Tolga Hancı: Ne istediğimizi bilmeden üniversiteye giriyoruz, son sınıfa kadar da pek çoğumuz çıkınca ne olacak, kariyerimiz ne olacak diye düşünmüyoruz. K.E.Y seminerlerinin amacı, tüm öğrencilerde farkındalık yaratmak ve gerçekten mutlu olacakları bir kariyere sahip olmaları için potansiyellerini keşfetmelerini sağlamak.

Hedef kitlenizi kimler olarak belirlediniz? Kitle çoğunlukla öğrenciler mi?

Arda Ös: Üniversite öğrencileri ve iş hayatında bulunan, gelişime açık olan kitleyi hedefliyoruz. Öğrencilere, teoride öğrendiklerini pratiğe nasıl aktaracakları konusunda yardımcı olmaya çalışıyor, tecrübelerimizi paylaşıyoruz.

Müge Çevik: İş hayatındakiler içinse kendi potansiyelinin henüz farkına varamamış, yapısı ile örtüşmeyen bir işte çalışan ve bunun henüz farkına varamayan kişilerle çalışmalar yapıyoruz.

Organizasyonun işleyiş şeklini açıklayabilir misiniz? Sadece üniversitelerde mi eğitim veriyorsunuz?

Tülay Celme: Üniversitelerde eğitim değil, seminer veriyoruz. UpAguru! eğitimleri Şapka’da gerçekleşiyor. Üniversite seminerlerinin çıkış noktası zaten hepimizin etrafımızda görüp tanıdığı ‘mutsuz profesyoneller’. Sorunu baştan ele almak üzere üniversitelerden başlamayı seçtik. Ancak iş hayatındaki mutsuz insanlara da ulaşp onların da seçenekleri olduğunu vurguluyoruz ve bunun için nasıl bir yol izleyebilecekleri ile ilgili birlikte çalışıyoruz.

Tolga Hancı: Koçluk yaparken hepimizin danışanları ile fark ettiği şey aynı: “Seçilen kariyer değiştirilemez” gibi davranıyor insanlar. Oysa dilediğiniz zaman dilediğiniz her şeyi değiştirebileceğiniz gibi kariyerinizi de değiştirebilirsiniz. Önemli olan bunu nasıl yapacağınızı bulmak... Bu konuda çalışmak isteyenlerle birlikte ilerliyoruz.

Bugüne kadar gerçekleştirmiş olduğunuz projelerden biraz bahsedebilir misiniz?

Tülay Celme: Üniversitelerin kariyer günleri, sınav tarihleri, bahar festivalleri falan diye değerlendirince çok tuhaf bir zamanlamayla başladık. Açıkça söylemek gerekirse akademik takvime göre bu yıl biraz geç kaldık diyebiliriz. Buna rağmen sadece iki ayda yedi üniversiteye ulaştık.

Arda Ös: Kocaeli ve Mersin Üniversiteleri, İstanbul dışında gittiğimiz iki okul. Her ikisindeki ilgiyi hatırladıkça “Daha çok üniversiteye ulaşmalıyız” düşüncesini güçleniyor. Gerçekten genç arka-

“Proje adeta kendiliğinden oluştu”

Bilindiği üzere ekip çalışmasında sinerji ve her bir bireyin ekibin motivasyon ve enerjisini yükseltmesi, en önemli bir şeylerin başında gelir. Daha ilk toplantılarında bunun için çaba harcamalarına hiç gerek olmadığını anladıklarını dile getiren Arda Ös, herkesten ayrı bir dinamizm fışkırdığını, projeninse adeta kendiliğinden oluştuğunu dile getiriyor. Tülay Celme ise bir araya gelmelerini şöyle anlatıyor: “Arda’nın koyduğu muhteşem isim sonrası detayları ve iş bölümünü yaptık. Açıkçası başlangıçta işin bu kadar hızlı ilerleyeceğini beklemiyorduk.” Celme, bundan sonraki süreçte ise kendilerini henüz doğru düzgün duyuramamalarına rağmen kendilerine üst üste davetler geldiğini belirtiyor.

daşların aç hissettiği bir konuda, bilgiyle o açlığı doymak yaptığımız işi yapıyor olmamızın en büyük sebebi.

Tolga Hancı: Arda haklı... İstanbul Üniversitesi, Okan Üniversitesi, Doğu Üniversitesi, iki kez de Marmara Üniversitesi... Sadece iki ay içinde ikisi şehir dışında yedi üniversite az buz bir olay değil. Daha güzeli; hem öğretim görevlilerinden hem de öğrencilerden aldığımız olumlu tepkiler. Hepsi işimizi daha da sevmemize neden oluyor.

Müge Çevik: Gelecek yıl daha çok öğrenciye ulaşmak ve onlara daha çok vakit ayarabilmek için plan ve programa başladık bile. 18 Aralık 2012’de İTÜ’deyiz mesela.

Katılımlarınızda herhangi bir ücret söz konusu mu?

Müge Çevik: Üniversitelerde verdiğimiz seminerler tamamen ücretsiz. UpAguru!, her şeyden önce bir sosyal sorumluluk projesi, amacı da kariyer koçluğunu öğrencilerin kullanımına sunmak. Öğrencilere ulaşmamız konusunda üniversite kulüpleri etkin rol oynuyor. Kulüpler bizimle internette, ağırlıklı olarak Facebook’tan iletişim kuruyor, tüm organizasyonu onlar yapıyor. Kampüs içinde afişlerle duyurup katılımı sağlıyorlar. Bazı hocalar da derslerini iptal edip öğrencilerini seminere getiriyor ve bir araya geliyoruz.

Tolga Hancı: Niyetimiz de öğrencilerle birlikteliğimizi her zaman ücretsiz devam ettirebilmek. Sürdürülebilirlik ve tüm Türkiye’ye ulaşmak açısından ilgilenen markalar ile sponsorluk görüşmelerimiz devam ediyor.

Önümüzdeki dönemde UpAguru!’nun hedefleri neler olacak?

Tülay Celme: Daha faydalı olmak istiyoruz... Bunun için de daha çok zaman ayırmak şart. Önümüzdeki dönem UpAguru! atölyeleriyle daha fazla insana daha fazla bilgi ve birikim aktarmayı amaçlıyoruz.

Tolga Hancı: Bir yandan da sponsorluk çalışmalarının vereceği sonuca göre üniversitelerde sadece iki saatlik seminerle değil, gruplara kariyer koçluğu seansları düzenleyerek ya da atölyeleri ücretsiz olarak ayaklarına götürerek de katkı sağlamakla ilgili planlarımız da var.

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr

Mevzuata

Farklı Bir Bakış



**Nihayet
Durukanoglu**

Verdi ve Yazıcı
Avukatlık Ortaklığı
Dış Ticaret Müşaviri

“Ortak Transit Sözleşmesi” gereğince gümrüklere verilecek teminat

Türkiye'nin Avrupa Gümrük Birliği'ne girişinden itibaren, Türkiye gümrük mevzuatının Avrupa Birliği gümrük mevzuatına uyum süreci başlatılmıştır. Geçen süre içerisinde gümrük modernizasyon projesiyle gümrük işlemlerinin elektronik ortama taşınması süreci tamamlanarak gümrük beyannameleri elektronik ortamda düzenlenmeye başlanmıştır. Gümrük işlemlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesine yönelik önemli projelerden diğeri ise “**Ortak Transit Sözleşmesi**”ne 1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren Türkiye'nin taraf olacağıdır.

Bu sayda Türkiye'nin Ortak Transit Sözleşmesi'ne taraf olmasından sonra gümrüklere hitaben verilecek olan teminat mektuplarının işleyişine yer verilecektir. Ancak, gerekli açıklamalara geçmeden önce “Transit Rejimi” ile “Ortak Transit Rejimi”nin kısa bir tanımının yapılması yerinde olacaktır.

Transit rejimi, yolcu, taşıt ve gümrük vergileriyle ticaret politikası önlemlerine tabi tutulmayan serbest dolaşıma girmemiş eşyanın ya da gümrük işlemleri tamamlanmış çıkış eşyasının duruma göre yabancı bir ülkeden gelip, Türkiye gümrük bölgesinden geçerek yabancı bir ülkeye ya da Türkiye'ye, Türkiye'den yabancı bir ülke ya da Türkiye gümrük bölgesindeki bir iç gümrükten diğeri bir iç gümrüğe taşınması olarak tanımlanmaktadır.

Ortak transit rejimi, basitçe ifade edilmek gerekirse, Ortak Transit Rejimi 1987 tarihli Ortak Transit Sözleşmesi'ne dayanan ve AB üyesi ülkelerin uyguladığı transit kurallarının komşuları olan EFTA ülkelerince (İsviçre, Norveç ve İzlanda) de uygulanmasını sağlayan ve ileride de bu Ortak Transit Sistemi'ne dahil olmak isteyen tüm üçüncü ülkelere de uygulanabilecek bir transit sistemidir.

Ortak Transit Rejimi'nin amacı bir AB üyesi ülkede açılan transit beyannamesinin, verilen teminatın ve tanınan basitleştirmelerin AB'ye üye olmayan ancak Ortak Transit Rejimi'ne taraf olan bir ülkede de geçerli olması ve bu ülkeye girişte ayrıca bir transit beyanında bulunulmasına gerek kalmadan ortak transit işleminin kesintisiz bir şekilde tamamlanmasıdır. Aynı durum bir EFTA ülkesinde başlatılan her ortak transit işlemi için de söz konusudur.

1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren Avrupa Birliği'ne üye olan 27 ülke (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Almanya,

Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, İspanya, İsveç ve Birleşik Krallık) ile EFTA ülkeleri (İsviçre, Norveç ve İzlanda) arasında yapılacak transit işlemlerinin tamamı elektronik sistem üzerinden takip edilecek ve eşyanın çıkış ülkesinde eşya yüklenmeden önce gümrük vergilerine ilişkin banka teminat mektubu (bireysel ve kapsamlı) alınacak ve eşyanın nihai ülkesine varışına kadar yukarıda belirtilen ülkere-den geçerken ayrıca teminat alınmadan geçiş yapılacak ve malın varış ülkesine varmasıyla ortak transit sözleşmesi kapsamında beyanı veren asıl sorumlunun yükümlülüğü yerine getirilmiş olacaktır. Teminat serbest bırakılabilecektir.

Şu andaki uygulamada ise Türkiye henüz “Ortak Transit Sözleşmesi”ne taraf olmadığından Türkiye'den transit geçecek olan eşyanın Türkiye sınırından girişinde teminat alınmakta ve eşya Türkiye sınırını terk ettikten sonra teminat serbest bırakılmaktadır. Getirilecek yeni düzenleme ile uygulamadaki banka teminat mektubu uygulamasına ilişkin alışlagelen yapının dışına çıkılacağından (bankalar, asıl boçlunun “gümrük beyannamesini veren firma” yukarıda yer verilen ülkelere karşı olan gümrük yükümlülüklerine asıl borçlu ile birlikte müşterek ve müteselsil kefil olacak.) konunun Avrupa Birliği ile EFTA ülkelerine mal ihrac eden firmalar ile Türkiye'de faaliyet gösteren bankalarca detaylı bir şekilde incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Ortak Transit Sözleşmesine Türkiye'nin taraf olmasıyla birlikte Türkiye'den Serbest İhracat Rejimi kapsamında ve Türkiye gümrük sahası dışında yani gümrük antreposunda bekleyen eşyanın yukarıda yer verilen ülkelere gönderilmesi bu sözleşme kapsamında işleme tabi tutulacaktır. Bu çerçevede eşyanın Türkiye'den çıkışı yapılmadan önce gümrüklere hitaben banka kefalet mektubu verilmesi gerekecektir.

Türkiye Ortak Transit Sözleşmesi'ne taraf olmasından sonra AB veya EFTA ülkelerine yönelik taşımalarda (Türkiye çıkışlı transit ve normal ihracat dahil olmak üzere) ülkemizdeki hareket gümrük idaresinde düzenlenen transit beyannamesi (T1) ile eşya AB veya EFTA ülkesindeki varış gümrük idaresine kadar tek bir transit beyanı ve tek bir teminat ile taşınabilecektir. Aynı şekilde bir AB veya EFTA ülkesinden gelen eşya da tek bir beyan ve tek bir teminat ile Türkiye'deki varış gümrük idaresine kadar taşınabilecektir.

Kefil olabilecek bankalar 5 bin 411 sayılı Bankacılık Kanunu'na göre Türkiye'de faaliyet gösteren bankalarca (T.C Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından gümrüklere hitaben teminat mektubu düzenleyecek bankalar) düzenlenebilecek ve "Teminat İdaresine" (fişli bireysel teminat, kapsamlı teminat ve teminattan vazgeçme için Gümrükler Genel Müdürlüğü ve bireysel teminat için Gümrük Müdürlükleri- 24 Ağustos 2011 tarih, 28035 RG, Md.2) teslim edilecek ve kabul edildikten sonra mektup yürürlüğe girecektir.

Ortak Transit Sözleşmesi'nde "ana sorumlu" beyanı veren firma bankanın garantisi ise "kefalet" olarak tanımlanmaktadır. Ortaya çıkabilecek zarar ve ziyanın tazmini için önce ana sorumlu sıfatıyla beyanı veren firmadan ödeme yapması talep edilecek ve aynı zamanda "kefil" e de bildirim yapılacak. Asıl borçludan tahsilat yapılmadığında "kefil" konumundaki bankadan ödeme yapması talep edilecektir.

Bankalarca düzenlenecek "kefalet mektubu" lehtar AB üye ülkelerin ile EFTA'ya dahil olan her bir ülke bankalarca düzenlenecek olan kefalet mektubunun lehtar olarak gösterilecektir. Hernekadar kefalet mektubunun Türkiye Teminat İdaresi'ne verilecek olsa bile kefalet mektubunun lehtarı yani düzenleyen bankadan bu kefaletin bedelinin talep etme hakkına sahip olacak kişi AB'ne üye 27 ülkenin herbiri ile EFTA'ya dahil olan ülke gümrük idarelerinden herbiri olacaktır.

Mevcut uygulamada transit işlemler nedeniyle bankalarca gümrüklere hitaben verilen teminat mektupları sadece Türkiye gümrük idareleri tarafından bankalardan tazmin talebinde bulunulurken yeni uygulamada ise Alman gümrük idaresi veya başka bir ülke gümrük idaresinden kefalet mektubunu düzenleyen bankaya ödemeye ilişkin talep gelebilecektir.

Teminat idaresi, Ortak Transit Sözleşmesi gereğince, sözleşmeye taraf olan her ülke verilecek teminat mektubu için bir "teminat idaresi"ni belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye'de "teminat idaresi" olarak Gümrükler Genel Müdürlüğü ile Gümrük İdareleri belirlenmiştir.

Kefaletten vazgeçme, bankalarca düzenlenecek kefalet mektubu süresi dolmadan önce banka kefaletinden vazgeçebilecek ve bu durumu yönetmelikte belirtildiği gibi Türkiye'deki "teminat idaresi"ne -Gümrükler Genel Müdürlüğü- iletebilecektir. Bu çok yeni ve farklı bir uygulama olacak bankalar açısından. Ortak Transit Sözleşmesi ekinde yer alan mektup örneklerinde bankalarca düzenlenecek kefalet mektubu üzerinde de bu vazgeçme hakkı belirtileceği ifade edilmektedir.

"Kefalet mektubu" üzerinde 30 ülkede tebligat adresi gösterilmesi mecburiyeti yeni uygulama ile Avrupa Birliği'ne üye olan 27 ülke ve EFTA ülkeleri (İzlanda, Norveç ve İsviçre) arasındaki eşyanın transit taşınması sırasında eşyanın çıkış yapacağı ülke gümrük idaresine o ülkede faaliyet gösteren bir banka tarafından düzenlenecek bireysel ve kapsamlı teminat mektubu örnekleri (mektup örnekleri Ortak Transit Sözleşmesi ekinde temin edilebilir) üzerinde 30 ülkede gösterecekleri temsilci isim ve iletişim adreslerinin (hukuki anlamda tebligat adresi) ayrı ayrı gösterilmesi mecburiyeti bulunmaktadır. 30 ülke arasında yer

alan ülkelerden birinden eşyanın transit geçiş sırasında bir sorun olması halinde, o ülke gümrük idaresince kefalet mektubunu düzenleyen banka tarafından kefalet mektubu üzerinde o ülke için belirtilen tebligat adresine bilgi verilmesi mecburiyeti getirilmekte ve aynı zamanda kefalet mektubunun da nakde çevrilmesi için ortak transit sözleşmesi kapsamında yetkilendirilmektedir.

Ancak herşeye rağmen Ortak Transit Sözleşmesi kapsamında Türkiye'de faaliyet gösteren bankalarca düzenlenecek kefalet mektupları üzerinde yukarıda yer verilen 30 ülkenin herbirinde temsilci belirlemek ve düzenlenecek herbir mektup üzerinde bu bilgilerin (tebligat adresi) yer alacak olması "Ortak Transit Sözleşmesi"nin getireceği bir zorunluluk olacaktır.

Dolayısıyla Avrupa Birliği'ne dahil olan bir ülke bankasınca (örneğin, Fransa'da Societe Generale, Paris tarafından düzenlenecek olan bir banka garantisi üzerinde Türkiye'de belirleyeceği temsilci ismini ve iletişim adresinin "tebligat adresi" olarak gösterilmesi mecburiyeti var. Uygulamaya geçiş için sürenin yaklaşmış olması nedeniyle son zamanlarda Avrupa bankaları ile Türk bankaları arasında "Tebligat Adresi"nin belirlenmesi için yazışmaların yoğunlaştığı gözlenmektedir.

Kefalet mektubu üzerinde gösterilen Tebligat adresine yapılacak bildirim: Bankalarca düzenlenecek olan kefalet mektubu (Ortak Transit Sözleşmesi'nde "ana sorumlu" beyanı veren firma ödeme yapmadığı durumda bankaya dönüleceğinden bankalar "kefil" olarak tanımlanmaktadır.) üzerinde gösterilecek olan 30 ülkedeki Tebligat adreslerine yapılacak bildirim kefalet mektubu düzenleyen bankaya yapılmış olacağı belirtilmektedir. Bankalarca gösterilecek Tebligat adresleri o ülkelerdeki muhabir bankalarından biri olabileceği gibi bir hukuk bürosu veya gerçek bir kişi de olabilecektir.

Örneğin Türkiye'de faaliyet gösteren (A) Bankası tarafından (C) firmasınca Hollanda'ya yapılacak ihracat nedeniyle Türk Gümrük İdaresine "Gümrükler Genel Müdürlüğü" verilen "kefalet mektubu" üzerinde Bulgaristan'da Tebligat adresi olarak Foreign Bank, Sofya gösterildiğinde ve transit eşya Bulgaristan sınırlarını terk etmeden herhangi sorun olduğunda ve gümrük vergilerinin tahsil edilmesi gerektiğinde ana borçluya yapılacak ödeme ihbarı ile birlikte Foreign Bank, Sofya'ya da bildirim yapılacaktır. Bu bildirim Türkiye'de "kefalet mektubu"nu düzenleyen (A) Bankası'na yapılmış kabul edilecektir.

Sonuç itibarıyla konuya ilişkin çalışmalar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmekte olup, Ortak Transit Sözleşmesi kapsamında gümrüklere hitaben verilmesi gereken banka kefalet mektubu örnekleri henüz Resmi Gazete'de yayımlanmamıştır. "Ortak Transit Sözleşmesi" kapsamında transit işlemler nedeniyle gümrüklere verilmesi gereken teminata ilişkin Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından kapsamlı bir bilgilendirme yapılması beklenmektedir.

Yararlanılan kaynaklar: Ortak Transit Sözleşmesi, 24 Ağustos 2011 tarihli, 28 bin 35 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Ortak Transit Yönetmeliği ile <http://www.gumrukticaret.gov.tr> İnternet adresi.

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

Geleceğin otel yöneticilerini birlikte **yetiştirecekler**

Özyeğin Üniversitesi ve The Marmara, stratejik bir işbirliği anlaşması imzaladı. The Marmara, anlaşmayla genel müdür düzeyinde yetiştireceği çalışanlarını, alanında Türkiye'nin ilk ve tek akademik programı olan ÖzÜ Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencileri arasından seçecek.

Özyeğin Üniversitesi ve The Marmara, alanında Türkiye'nin ilk ve tek akademik programı olan Özyeğin Üniversitesi Otel Yöneticiliği Lisans Programı'na yönelik stratejik bir işbirliği anlaşması imzaladı. Anlaşma, Özyeğin Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Hüsnü Özyeğin, Özyeğin Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Erkut, The Marmara İcra Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, The Marmara İnsan Kaynakları Direktörü Muazzez Kutay ve Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü M. Teoman Alemdar'ın katılımıyla gerçekleşti.

The Marmara, anlaşmayla birlikte Özyeğin Üniversitesi Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencilerine staj imkanı sunarken, aynı zamanda yönetici pozisyonları için yapılan mülakat ve işe alımlarda da bu öğrencilere öncelik taniyacak. Özyeğin Üniversitesi öğrencileri, The Marmara Grubu'nun sağlayacağı destek ile teorik ve pratik donanımlarını tamamlamış birer otel yöneticisi olarak mezun olabilmeye imkanına kavuşacak. Aynı zamanda The Marmara Grubu yönetici ve çalışanları, Özyeğin Üniversitesi'nin The Marmara için özel olarak hazırladığı mesleki gelişim programlarına katılabilecek, vizyon ve teorik bilgilerini güçlendirebilecekler.

Otel odası konseptini okula taşıyacak

Özyeğin Üniversitesi olarak kendileri gibi turizmde hizmet kalitesini yükselten kurum ve kuruluşlarla işbirliğine gittiklerini vurgulayan Özyeğin Üniversitesi Rektörü Erhan Erkut şunları söylüyor:

"The Marmara'nın inşa halindeki örnek otel odalarından Şehir Merkezi Otel Odası konseptini üstlenmeye ve bazı öğrencilerimize esnek çalışma olanakları sunmaya olumlu bakmasıyla her iki kurum arasında sağlıklı bir bağ oluştu. Böylece, The Marmara ile yaptığımız görüşmeler sonucunda karşılıklı fayda temelinde bir işbirliği anlaşması gerçekleştirerek bu beraberliği güçlendirmek istedik. Amacımız bu işbirliği ile hem sektörün, hem de sektörün geleceği olan gençlerimizin sağlıklı kazanımlar elde etmeleri sonucu, sektördeki hizmet kalitesini evrensel düzeye çıkarmak."



Olağanüstü yönetici nesil

Alanında Türkiye'nin ilk ve tek programı olan ÖzÜ Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencilerinin, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen otelcilik şirketlerinde yönetici olacak şekilde yetiştirildiğini söyleyen Özyeğin, şunları ifade ediyor:

"Türkiye'nin önde gelen otelcilik gruplarından The Marmara ile yaptığımız anlaşma, öğrencilerimize ülkenin en iyi otellerinde yöneticilik alanında staj yapma imkanı verecek. Üniversitemizin sunduğu mükemmel eğitim ve The Marmara'nın sahip olduğu benzersiz deneyimle sektörün olağanüstü bir yönetici nesline sahip olacağına inanıyorum."

Turizme ilgi duyan sektöre kazandırılacak

The Marmara İcra Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk ise bu işbirliği ile turizm sektörüne katkı sağlamak üzere yetkin çalışanlar yetiştirmeyi hedeflediklerini belirtiyor. Turizm öğrencilerine teorik ve pratik eğitimi bir arada sunma imkanı sağlayan bu proje sayesinde, turizm öğrencilerinin iş hayatına etkin bir şekilde geçebileceğini söyleyen Öztürk, "Sektöre gönül vermiş öğrenciler, normal şartlarda mezuniyet sonrası kazandıkları deneyimleri, eğitimleri esnasında alacakları bu mesleki rehberlik sayesinde mezun olmadan önce edinebilecekler" diyor. Öztürk, şöyle devam ediyor: "Amacımız, nitelikli eleman yetiştirilmesi konusunda üniversitelere destek vermek ve 'Management Trainee' programları düzenleyerek, turizm bölümü dışındaki branşlardan mezun olan gençlerimiz arasından turizm ve otelcilik ilgi duyanları sektöre kazandırmak. Uluslararası zincirlerle rekabet eden bir Türk markası olarak önümüzdeki dönemde de turizm sektörüne katkı sağlayacak atılımlarımız devam edecek."

Geleceğin otel yöneticilerini birlikte **yetiştirecekler**

Özyeğin Üniversitesi ve The Marmara, stratejik bir işbirliği anlaşması imzaladı. The Marmara, anlaşmayla genel müdür düzeyinde yetiştireceği çalışanlarını, alanında Türkiye'nin ilk ve tek akademik programı olan ÖzÜ Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencileri arasından seçecek.

Özyeğin Üniversitesi ve The Marmara, alanında Türkiye'nin ilk ve tek akademik programı olan Özyeğin Üniversitesi Otel Yöneticiliği Lisans Programı'na yönelik stratejik bir işbirliği anlaşması imzaladı. Anlaşma, Özyeğin Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Hüsnü Özyeğin, Özyeğin Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Erkut, The Marmara İcra Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk, The Marmara İnsan Kaynakları Direktörü Muazzez Kutay ve Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü M. Teoman Alemdar'ın katılımıyla gerçekleşti.

The Marmara, anlaşmayla birlikte Özyeğin Üniversitesi Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencilerine staj imkanı sunarken, aynı zamanda yönetici pozisyonları için yapılan mülakat ve işe alımlarda da bu öğrencilere öncelik taniyacak. Özyeğin Üniversitesi öğrencileri, The Marmara Grubu'nun sağlayacağı destek ile teorik ve pratik donanımlarını tamamlamış birer otel yöneticisi olarak mezun olabileme imkanına kavuşacak. Aynı zamanda The Marmara Grubu yönetici ve çalışanları, Özyeğin Üniversitesi'nin The Marmara için özel olarak hazırladığı mesleki gelişim programlarına katılabilecek, vizyon ve teorik bilgilerini güçlendirebilecekler.

Otel odası konseptini okula taşıyacak

Özyeğin Üniversitesi olarak kendileri gibi turizmde hizmet kalitesini yükselten kurum ve kuruluşlarla işbirliğine gittiklerini vurgulayan Özyeğin Üniversitesi Rektörü Erhan Erkut şunları söylüyor:

"The Marmara'nın inşa halindeki örnek otel odalarından Şehir Merkezi Otel Odası konseptini üstlenmeye ve bazı öğrencilerimize esnek çalışma olanakları sunmaya olumlu bakmasıyla her iki kurum arasında sağlıklı bir bağ oluştu. Böylece, The Marmara ile yaptığımız görüşmeler sonucunda karşılıklı fayda temelinde bir işbirliği anlaşması gerçekleştirerek bu beraberliği güçlendirmek istedik. Amacımız bu işbirliği ile hem sektörün, hem de sektörün geleceği olan gençlerimizin sağlıklı kazanımlar elde etmeleri sonucu, sektördeki hizmet kalitesini evrensel düzeye çıkarmak."



Olağanüstü yönetici nesil

Alanında Türkiye'nin ilk ve tek programı olan ÖzÜ Otel Yöneticiliği Lisans Programı öğrencilerinin, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen otelcilik şirketlerinde yönetici olacak şekilde yetiştirildiğini söyleyen Özyeğin, şunları ifade ediyor:

"Türkiye'nin önde gelen otelcilik gruplarından The Marmara ile yaptığımız anlaşma, öğrencilerimize ülkenin en iyi otellerinde yöneticilik alanında staj yapma imkanı verecek. Üniversitemizin sunduğu mükemmel eğitim ve The Marmara'nın sahip olduğu benzersiz deneyimle sektörün olağanüstü bir yönetici nesline sahip olacağına inanıyorum."

Turizme ilgi duyan sektöre kazandırılacak

The Marmara İcra Kurulu Başkanı Hüseyin Öztürk ise bu işbirliği ile turizm sektörüne katkı sağlamak üzere yetkin çalışanlar yetiştirmeyi hedeflediklerini belirtiyor. Turizm öğrencilerine teorik ve pratik eğitimi bir arada sunma imkanı sağlayan bu proje sayesinde, turizm öğrencilerinin iş hayatına etkin bir şekilde geçebileceğini söyleyen Öztürk, "Sektöre gönül vermiş öğrenciler, normal şartlarda mezuniyet sonrası kazandıkları deneyimleri, eğitimleri esnasında alacakları bu mesleki rehberlik sayesinde mezun olmadan önce edinebilecekler" diyor. Öztürk, şöyle devam ediyor: "Amacımız, nitelikli eleman yetiştirilmesi konusunda üniversitelere destek vermek ve 'Management Trainee' programları düzenleyerek, turizm bölümü dışındaki branşlardan mezun olan gençlerimiz arasından turizm ve otelcilik ilgi duyanları sektöre kazandırmak. Uluslararası zincirlerle rekabet eden bir Türk markası olarak önümüzdeki dönemde de turizm sektörüne katkı sağlayacak atılımlarımız devam edecek."

Vergi Takvimi

Haziran Ayı Mali Yükümlülükler Takvimi

11 Haziran 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 16-31 Mayıs 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● 16-31 Mayıs 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
15 Haziran 2012 Cuma	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
20 Haziran 2012 Çarşamba	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Alkollü İçeceklerle İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Mayıs 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
25 Mayıs 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayıs 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ● Mayıs 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ● 1-15 Haziran 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
26 Mayıs 2012 Salı	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayıs 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi ● 1-15 Haziran 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
2 Temmuz 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Gelir Vergisi 2. Taksit Ödemesi ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba) ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs) ● Mayıs 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Yurt dışı girişim

20 ülkeden işbirliği çağrısı

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'ne Mayıs ayı içerisinde birbirinden farklı sektör ve ülkelerden işbirliği çağrısı geldi. 21 ülkeden gelen işbirliği tekliflerini sizler için derledik.

ABD

FİRMA ADI: Maple Leaf Farms, Inc.

YETKİLİ KİŞİ: Dr. Zheko Kounev / Director of New Business Ventures

Tel: +359.889.982041;

e-mail: zhekokounevv@yahoo.com;

web: www.mapleleaffarms.com

Pekin ördeği yetiştiriciliği konusunda uzman olan Maple Leaf Farms, Inc. adlı ABD firmasının Doğu Avrupa temsilcisi Dr. Zheko Kounev, Bulgaristan'daki Burgaz Başkonsolosluğu'na başvurarak Türkiye'nin ve İstanbul'un kendileri için önemli bir pazar olduğunu belirtti ve bir Türk firmasıyla ortak bir şirket kurmak suretiyle faaliyette bulunmak istediklerini bildirdi.

HİNDİSTAN

FİRMA ADI: MANAN ENTERPRISES

ADRES: 21 ASHIRVAD -2, PRAHALAD NAGAR AUDA GARDEN, AHMEDABAD-380015 INDIA

YETKİLİ KİŞİ: VIPUL

Tel: +91.97.12966001;

e-mail: vipul@mananentp.com

Tarımsal ürünlerim iç ve dış ticaretiyle uğraşan firma, ürünlerini (senna leaves, polds & powder, natural & hulled sesame seeds, guar gum & powder, mustard seeds, fennel seeds, fenugreek seeds, cumin seeds & powder, coriander seeds, psyllium seeds, husk & powder, raw cottons) Türkiye'ye de satmak istiyor.

BOSNA HERSEK

FİRMA ADI: AD - HARBI d.o.o. Sarajevo

ADRES: Kromolj 126A, 71000 Sarajevo

YETKİLİ KİŞİ: Harbinja Muhamed

Tel: +387.62.158 051;

e-mail: bekircapljic@hotmail.com

Bosna Hersek'te pirofilit madeninin imtiyaz hakkını alan firma, pirofilit çıkarma ve işleme sürecinde modern teknoloji ile üretim gerçekleştirebilmek için Türkiye'den yatırımcı arıyor.

ALMANYA

FİRMA ADI: Avrupa İşletmeler Ağı (İstanbul Sanayi Odası)

ADRES: Meşrutiyet Caddesi, No: 62, Tepebaşı - İstanbul

YETKİLİ KİŞİ: Onur Emül

Tel: +90.212.292 21 57 / 315;

e-mail: oemul@iso.org.tr; **web:** www.aia-istanbul.org

İçecek sektöründe kullanılan şişelerin açılması ve boşaltılması süreci için yeni bir teknoloji geliştiren firma, teknolojisini üretim hattına uygulamak isteyen içecek sektöründen firmalar arıyor. Sistem, cam veya PET şişelerin düzgün bir şekilde açılmasını ve örneğin yanlış etiketlenmiş/eksik doldurulmuş ürünlerin geri kazanımını sağlıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 11 DE 0855 3N7G referans numarasını belirterek İstanbul Sanayi Odası'na başvurmaları gerekiyor.

İRAN

FİRMA ADI: Montazam's Trade Company

ADRES: Bonbaste Badkubehi, Bahare Shargi St, Felestin Ave, Tabriz/East Aza - Iran

YETKİLİ KİŞİ: Hoosain Montazam / Başkan

Tel: +98.914.3074930; **Faks:** +98.411.4762057;



e-mail: montazam@gmail.com

Firma Türkiye'den ızgaralık piliç eti ithal almak istiyor. İlgilenen firmaların fiyat tekliflerini, Incoterms (uluslararası ticari teslim şekilleri) çerçevesinde göndermeleri isteniyor.

FİRMA ADI: M. MAHDAVIEH EXPORT CO.

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

YETKİLİ KİŞİ: Taher Mahdaviéh / Managing Director

Tel: +98.21.2205 88 43; **Faks:** +98.21.2201 94 32;

e-mail: mahdaviéh_export@yahoo.com;

web: www.mec-dft.com

Firma Türkiye'den kanalizasyon sistemlerinde kullanılan plastik borular için gerekli hammaddeleri ithal etmek istiyor. Taher Mahdaviéh, "TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Grubu" üyesi.

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

Tarımsal gıda ürünleri üreticisi olan firma; çizilme, şekil bozukluğu ve ölçü uyumsuzluğu gibi nedenlerle satılamayan biber ve salatalık gibi ürünlerini işlemek suretiyle meze gibi yiyecekler elde ederek endüstriyel değerini arttırabilecek gelişmiş teknolojiler için teknik ve ticari işbirliği yapabileceği ortaklar arıyor. Firmanın dondurarak koruma gibi tekniklerle ilgilenmediği bildiriliyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 ES 27F4 3OZL referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

İZLANDA

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

Gıda endüstrisi için yeni ve otomatik bir mikropsuzlaştırma (disinfection) sistemi geliştiren İzlandalı bir KOBİ, teknik işbirliği ya da teknik destekli ticari işbirliği anlaşmaları yapabileceği firmalar arıyor. Sistem, çevreyle dost olup, benzersiz kimyasal bulutu yöntemi, kimyasalların gıda maddelerinin yüzeylerindeki ulaşılması çok zor olan yerlerine bile ulaşmasını sağlıyor. Yöntemin geleneksel yöntemlere göre diğer üstünlüğü ise; su, kimyasallar, enerji ve işgücünün daha az kullanımı sayesinde mikropsuzlaştırma maliyetlerinin azalması



biçiminde ifade edilebilir. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 IS 81ET 3OT4 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

YUNANİSTAN

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

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

YETKİLİ KİŞİ: Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

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

web: www.ebicege.org.tr

Özellikle bütünüyle kontrol edilebilir şartlarda, zeytinyağı üretimindeki yan ürünlerin fiziksel arıtılmasıyla elde edilen yeni bir gübre geliştiren bir Yunan teknik üniversitesi, lisans anlaşmaları yapabileceği zeytinyağı fabrikaları arıyor. Yeni gübrenin zeytin, bağcılık, bahçecilik, meyve ağaçları ve patates yetiştiriciliği ile ilgili biyolojik işlem için ideal olduğu bildiriliyor. Teknik üniversite ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 GR 49R2 3OWJ referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

İNGİLTERE

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

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

YETKİLİ KİŞİ: Can Şenyılmaz / Proje Uzmanı

Tel: +90.232.343 44 00 / 166;

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

web: www.ebicege.org.tr

Ev temizlik ürünleri üreticisi olan bir küresel firma; özellikle düşük sıcaklıklardaki (15 - 20°C) sulu yıkama ortamlarında, değişik yüzeylere yemeklerden ve diğer etkenlerden bulaşan yağ lekelerinin giderilmesini sağlayabilecek çözümler arıyor. Kimyasal, biyolojik ya da fiziksel çözümleri olan ve bu firma ile bağlantı kurmak isteyen akademik veya endüstriyel kuruluşların 12 GB 40n4 3O8V referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

Yurt dışı girişim



AVUSTURYA

FİRMA ADI: Avusturya Büyükelçiliği Ticaret Müsteşarlığı

ADRES: Armada İş Merkezi, Eskişehir Yolu, No: 6, A Blok, Kat: 13, No: 19 06520 Söğütözü - Ankara

YETKİLİ KİŞİ: Konstantin Bekos / Avusturya Ticaret Müsteşarı

Tel: +90.312.219 21 41; **Faks:** +90.312.219 21 45;

e-mail: ankara@advantageaustria.org;

web: www.advantageaustria.org/tr

Yenileşimci ahşap yapı sistemleri, ahşap evler, ahşap doğramalar, ahşap cepheler ve inşaat ahşabı vb. üreticisi olan Avusturyalı Şirket, Türkiye'de aynı alanlarda ve/veya enerji sistemleri ve biyogaz tesisleri alanlarında faaliyet gösteren bir temsilci ya da dağıtımçı arıyor. İşbirliği yapılacak firmanın bürosunda Almaca konuşulabiliyor olması gerekiyor. Söz konusu Holzagentur Stadler (www.stadlerholz.at) Şirketi ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların Avusturya Ticaret Müsteşarlığı'nın ankara@advantageaustria.org adresine veya (312) 219 21 45 numaralı faks şirket bilgilerini 3875713 referans kodu ile göndermeleri isteniyor.

PAKİSTAN

FİRMA ADI: PROGRESSIVE MULTI TRADE INTERNATIONAL

ADRES: 51/G/1, P.E.C.H.S. BLOCK 6, NURSERY, SHAHRAH-E-FAISAL, KARACHI-75400 PAKİSTAN

YETKİLİ KİŞİ: M. I. Ahmed / CEO

Tel: +92.21.34522112; **Faks:** +92.21.34302113;

e-mail: pmti.pak@gmail.com

Hacca veya umreye giden Müslümanların kullanımı için ihram örtüleri (Ahram Towels) üreticisi olan firma ürünlerini ihraç etmek istiyor. Firma yetkilisine +92 332 322 52 33 numaralı cep telefonundan da ulaşılabilir.

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: Semih Erden

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

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

web: www.ebicege.org.tr

Cüzdan, çanta, kartvizitlik gibi deri aksesuar üreticisi firma, deri tedarikçileri arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120326016 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

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: Semih Erden

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

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

web: www.ebicege.org.tr

Lokanta ve barlarda kullanılan paslanmaz çelik gereçler (alkollü kokteyl karıştırma kabı, vb.) ve plastik mutfak gereçleri (pipet, 50 ml ölçü kapları vb.) satıcısı olan firma, ürün çeşitlerini artırmak için bu tür ürünleri alabileceği firmalar arıyor. Aranılan tedarikçinin Fransa ve AB standartlarına uygun sertifikasyon ile üretim gerçekleştirmesi ve ürünlerinin gıdalarla kullanılabilir özellikte olması isteniyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120329008 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

Hollandalı bir yalıtım teknolojisi uzmanı, inşaat/endüstrilerde uygulanabilecek aerogeller veya diğer dayanıklı, yüksek kaliteli ve ince yalıtım ürünleri alanında aktif olan şirketler veya araştırma enstitüleri arıyor. Teknik destekli ticari işbirliği anlaşmaları yapmak isteyen firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 NL 60FI 3OJ9 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

İSVİÇRE

FİRMA ADI: Avrupa İşletmeler Ağı

(İstanbul Sanayi Odası)

ADRES: Meşrutiyet Caddesi, No: 62, Tepebaşı - İstanbul

YETKİLİ KİŞİ: Onur Emül

Tel: +90.212.292 21 57 / 315;

e-mail: oemul@iso.org.tr; **web:** www.aia-istanbul.org
Enerji tasarrufu için ısı yalıtım malzemeleri, paketleme malzemeleri ve taşıtların çarpışmalarına karşı dayanıklı olması gereken parçalarının üretiminde kullanılan hafif termoplastikler üreten firma, ürünlerinin çevreye olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla biyolojik esaslı polimerlerin kullanıldığı yenileşimci çözümler arıyor. Bu malzemeler ideal olarak gıda olarak tüketilmeye değmeyecek atık niteliğinde bitkisel maddelerden yapılması gerekiyor. Bu durum jeopolimerler için de söz konusu. İsviçreli firma; ortak girişim, lisans anlaşmaları ve söz konusu malzemenin ortak geliştirmesi konularında işbirliğine açık. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 CH 84FB 3OU2 referans numarasını belirterek İstanbul Sanayi Odası'na başvurmaları gerekiyor.

PERU

FİRMA ADI: ROEDA

ADRES: Av. Brasil 203 - Lima 1 – Perú

YETKİLİ KİŞİ: Estefany Castillo Aguirre / Planner
Dpto. Técnico Comercial

Tel: +511.423 2297; **Faks:** +511.332 6956;

e-mail: ecastillo@roeda.com.pe;

web: www.roeda.com.pe

Hidrolik bağlantılar, adaptörler ve sanayi tipi hortum ithal etmek isteyen firmanın, bu ürünleri üreten firmalarımızla bağlantı kurmak istediği bildiriliyor. İlgilenen firmaların, Büyükelçilik 2'nci Kâtibi Sayın Aytunç Menevşe'den (aytunc.menevse@mfa.gov.tr) yardım isteyebilecekleri belirtiliyor.

İSRAİL

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

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

YETKİLİ KİŞİ: Semih Erden

Tel: +90.232.343 44 00 / 165;

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

web: www.ebicege.org.tr

Fazla basıncı enerjiye dönüştüren türbin üretimi üzerine uzman olan firma, işbirliği yapabileceği ortaklar arıyor. Firma, boru içine yerleştirilen türbinleri kullanmak isteyen su teknolojisi firmaları ve türbinleri yaptıkları projelerle bütünleştirmek etmek isteyen altyapı ya da mühendislik firmaları arıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 0120206036 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

LETONYA

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

Odun kömürü üreticisi firma, üretim için ham ahşap malzemedeki nemi düşürmeyi amaçlayan, yenilikçi ahşap kurutma teknolojisi arıyor. Teklif edilen teknoloji uygun maliyetli ve tam gelişmiş olmalıdır. Firma teknik destekli ticari sözleşmeler ile ilgileniyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 LV 58AD 3OQ4 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurmaları gerekiyor.

ÖZBEKİSTAN

FİRMA ADI: International Business Travel Co.

ADRES: 32 A, Usman Nasir str, 100070, Tashkent, Uzbekistan

YETKİLİ KİŞİ: Dugalyova Ekaterina / Tour Operator

Tel: +998.71.255 6077; **Faks:** +998.71.255 6077;

e-mail: ekaterina@ibt.uz; **web:** www.ibt.uz

Özbek ve Çin ortaklığı olan ve Özbekistan Ticaret ve Sanayi Odası'nın da katılımıyla kurulan bir ticaret fuarları organizasyon firması; Türkiye'ye iş seyahatleri organize etmeleri konusunda çok başvuru aldıklarını ve başvuru sahiplerinin de özellikle fırıncılık, gıda ambalajlama, tekstil, gıda ve halıcılık sektörlerinde kullanılan endüstriyel makine ve donanım üreticisi olan firmalarla ilgilendiklerini bildiriyor. Firmanın yazısında, bu konularla ilgili fabrikaları ziyaret edebilme olanakları aradıkları belirtiliyor. Dugalyova Ekaterina ile +998 (90) 9687495 numaralı cep telefonundan da bağlantı kurulabilir.

TAYVAN

FİRMA ADI: J.D Machinery Co. Ltd.

YETKİLİ KİŞİ: J-Cheng / Forging turnkey project leader

Tel: +886.42.3265080; **e-mail:** forging-

turnkey@umail.hinet.net

El aletleri, otomobil parçaları, motosiklet, bisiklet, havacılık vb. endüstriler için makineler üreten ve anahtar teslim projeler gerçekleştiren şirketler grubu, makineleri için Türk alıcılar arıyor.



Akıl Teri



Prof. Dr. Ali Beba

**Hong Kong
Bilim ve Teknoloji
Üniversitesi
Öğretim Üyesi**
alibeba@ust.hk

DÜNYA SIRALAMALARINDA TÜRK ÜNİVERSİTELERİ VE GİRİŞİMCİLİK

Günümüzde dünyadaki üniversite sayısı 18 bin mertebesinde. Üniversitelerin sıralamaları toplumun çok ilgisini çekiyor. Çünkü üniversite seçmeye çalışan öğrenciler, değişik üniversitelerden iş başvurusu alan şirketlerin aday belirlemeleri ve en önemlisi üniversitelerin başlangıç oranında destek almasına yönelik bir sistemin oluşmasında bu sıralamalar önem kazanıyor.

Türkiye Üniversiteleri Nerede?

Dünyada geçerli olan üniversite sıralama sistemleri ve bu sistemlerin kullandığı kriterler oldukça teknik bir konu. Ancak en saygın sıralamaların hiç birinde Türk üniversiteleri ilk 250'ye girmiyor. Bazı sıralamalarda Türk üniversitelerinin ilk 500'e girmeleri olası görünmekle birlikte daha yukarı tırmanabilmeleri mevcut yapıları gereği olanaksız gibi.

Hong Kong Üniversiteleri nerede?

Hong Kong'da toplam 11 üniversite var. Bunlardan dört tanesi hemen dünya sıralamasında ilk 100'ün içinde. Her bir üniversite belirli sahalarda uzmanlaşmayı seçmiş. Birkaç alanda bazı örtüşmeler olsa da odaklandıkları konular birbirinden farklı olmuş. Biri bir alanda çok başarılı diye diğeri onu kopyalamamış. Her kurum en güçlü olabileceği alanda uzmanlık geliştirmiş.

Halen görev yaptığım Hong Kong Bilim ve Teknoloji Üniversitesi (HKUST) oldukça yeni. Sadece 21 yıllık geçmişi var. Ama en son sıralamalara göre Asya'nın ilk 200 üniversitesi içinde ikinci kez 'birinci' seçildi. Dünyadaki ilk 200 üniversite arasında başka da bir sıralamada 40'nci ve diğer bir sıralamada 62'nci oldu (*) HKUST'de eğitim ve araştırma programları dünyanın en iyi Amerikan üniversitelerindeki (Harvard, Stanford, MIT) programlar ile yarış halinde. Ama HKUST aynı zamanda çok odaklı hareket ediyor. Bünyesinde kuruluşundan bu yana sadece dört fakülte var. Uzun bir zaman daha, farklı kampuslar dışında,

yeni fakülte açmak niyeti de düşüncesi de yok. Bunun yerine mevcut fakülteleri güçlendirmek temel hedef olmuş. Ayrıca, eğitim ve öğretim ile birlikte üçüncü kuşak üniversite olmanın bilinci ile topluma hizmeti ön planda tutuyor. Bu amaçla üniversitenin kuruluşu ile birlikte (1991) 'Bilgi Transfer' ünitesi oluşturulmuş. Halen direktörlüğünü yaptığım ve her yıl bir milyon dolar değerinde girişimcilik yarışmaları düzenlemekte olduğumuz Girişimcilik Merkezi işte bu oluşumun doğal bir parçası.

Üniversitemizde Girişimciliğin Önemi

Ülkemizde 170'den fazla üniversite var ama bunların hiç biri maalesef dünya sıralamalarında ilk 100 değil, 250 içinde bile değiller. Çünkü rakamsal çoğalmak çare değil. Dünya sıralamalarında önlere yer almak için her alanda iyi olmak değil, belirli alanlara odaklanmak şart. Özellikle Türkiye gibi kaynakları kısıtlı ül-

kelerde üniversiteler gelişecekleri sahalarda stratejik tercihler yapmak zorunda.














Bu tercihlerden biri 'girişimcilik'. Çünkü günümüzde girişimcilik hemen her üniversitede yükselen bir yıldız konumunda. Ancak bunun da bilinçli yapılması lazım. Bana göre girişimcilik sahasını tercih ederek fark yaratacak üniversiteler kurucularının 'girişimci' kimliğini yansıtan Bilkent, Koç, Sabancı, Kadir Has, Bilgi, Özyeğin, Doğuş, Okan, TOBB vb gibi bazı vakıf üniversiteleri olmalı.

Özetle, Türk üniversitelerinin dünya sıralamalarında yukarıya çıkmasının yolu araştırma çıktılarına yukarıya çekmekle birlikte belirli bilim sahalarına odaklanmalarından geçiyor.

(*) No. 1 Quacquarelli Symonds (QS) University Rankings: Asia, 2012; No. 40, World's Top 200 Universities (2011), (QS World University Rankings); No. 62, World's Top 200 Universities (2011), (Times Higher Education World University Rankings)



Ekonomist'te Neler Olacak?

CEO Club Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde kurulan CEO Club, Türkiye'yi yönetenleri araştırmada, anket, etkinlik, konferanslarda bir araya getiriyor...  katkısıyla	Anadolu 500 Anadolu'nun En Büyük 500 Şirketi araştırması...  katkısıyla	CFO Buluşmaları Etkinlikleri giderek artan CFO'ları bir araya getiren ve paylaşım ortamı yaratan bu buluşmalarda, güncel gelişmeler konuk konuşmacılarla tartışılıyor...  katkısıyla	Kobi Girişim Büyüme, kurumsal yapısını güçlendirmek ve dışa açılmak isteyen KOBİ'lerin yeni rehberi...  katkısıyla
Best Brands Avrupa'nın önemli araştırmalarından... Ekonomist ve GfK Türkiye iş birliği ile dev araştırmanın merakla beklenen sonuçları	Perakende Liderleri Bilişimden gıdaya, giyimden yapı malzemelerine Türkiye'nin en büyük perakende şirketleri...  katkısıyla	Gayrimenkul Saati Emlakta doğru yatırımı yapmak için herkes Gayrimenkul Saati'nin çalışmasını bekliyor...	Franchise 100 Franchise veren büyük şirketlerle, girişimcileri buluşturan dev araştırma dosyası...
Yılın İş İnsanları Yılın İş İnsanı, Yöneticisi, Girişimcisi, Bürokrati ve Sivil Toplum Önderi... 21 yıllık heyecan...	Kadın Girişimci Ödülleri Başarıdan başarıya koşan girişimci kadınlar hak ettiği ödüle kavuşuyor...  katkısıyla	Anadolu'nun En Etkili 50 İş İnsanı Anadolu başarı öykülerinin arkasındaki güçlü isimler özel anketlerle belirleniyor...	Anadolu Markaları 81 ilin yükselen markalarının başarılarını paylaşan yarışma ve konferans dizisi...
VOB Sanal Portföy Yarışması Finansal sistemin yükselen yıldızı Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası'na özel ödüllü yarışma...  katkısıyla	Türkiye'nin En Başarılı Turizm Yatırımları Araştırması Türkiye'de turizm sektörünün yatırımlarını teşvik etmek ve katkı sağlamak için düzenlenen araştırma, 11 farklı kategoride turizm yatırımlarını ödüllendiriyor.  katkısıyla	M&A 2011 İş dünyasını sarsan birleşmeler, sektöre yön veren satın almalar...	Global KOBİ'ler Platformu Anadolu'nun dört bir yanından global bakış açısına sahip bütün KOBİ sahibi iş adamlarını kulübümüze davet ediyoruz...  katkısıyla
En Zengin 100 Türk Birkaç basamak birden yükselenler, ilk 10'daki yeri hiç değişmeyenler, listeye ilk kez girenler...	Garanti Mortgage Yeni konut projeleri, AVM ve plazalarda son trendler, avantajlı krediler, uzman görüşleri...  katkısıyla	Yılın En İyi Filo Yöneticisi Gittikçe büyüyen bir sektör haline gelen filo kiralama, sürdürülebilir filo anlayışının desteklenmesi ve başarılı filo yöneticilerinin ödüllendirilmesini hedefliyor...  katkısıyla	Varant Kullanım Kılavuzu Piyasanın yeni enstrümanlarıyla ilgili, bilgi risk ve avantajlarını içeren analize yer veriyoruz.  katkısıyla
The Banker Dünyanın en önemli bankacılık dergisi 'The Banker' iş birliği ile sektöre dünya ölçeğinde geniş perspektifli bir bakış...  katkısıyla	Türkiye'nin En Başarılı Emlak Yatırımları Araştırması Türkiye'nin başarılı emlak yatırımları, 11 farklı kategoride seçiliyor...  katkısıyla	Vergide Gündem Vergi konusunda uyarıcı bilgiler, mevzuata ilişkin son gelişmeler...  katkısıyla	Yatırım Uzmanı Güncel ve yatırımcıların ilgi gösterdiği yeni yatırım enstrümanlarını kapsamlı şekilde ele alıyoruz...  katkısıyla

f /garanti t /garanti

**VADELİ
SATAMAM!**

**PEŞİN
ÖDEYEMEM!**

**Garanti Ödeme
yapın!**

**Garanti Ödeme
yapın!**

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

Garanti Ödeme hem esnafın, hem KOBİ'nin ticaretini kolaylaştıran bir yenilik. Taraflar birbirini hiç tanımasa bile, alıcının vadesi gelen ödemesinin de, satıcının tahsilatının da garantisi Garanti'de. Üstelik, alıcıya özel kredi limiti ve satıcıya özel alacağını iskonto edebilme ayrıcalığıyla birlikte. Piyasaya bereket gelsin diye Garanti Ödeme, Garanti'de.

Ayrıntılı bilgi için Garanti şubelerine bekliyoruz.

444 5624 garanti.com.tr/kobi

**ESNAFIN
GELECEK
GARANTİSİ**