

KOBİ

EYLÜL 2012

Garanti

GİRİŞİM

GARANTİ BANKASI'NIN KATKILARIYLA

GİRİŞİMCİLİĞİN YÜKSELEN TRENDİ

İNTERNET



Son yılların en gözde girişim alanlarının başında gelen internette başarılı 10 girişimcinin hikayesi...

Lezzet topları kurumsal hediye yeni trend

Parti yapmak onlardan soruluyor

Evdeki eşyalara ekspertiz yapacak

Singer üniversitelerde dikiş sınıfları açıyor

13 ÜLKEDEN İŞBİRLİĞİ ÇAĞRISI

YÜZÜNÜZÜ GÜLDÜREN KREDİLER, İŞİNİZİ BÜYÜTEN HİZMETLER.

İşinizin ihtiyacı ne olursa olsun, Garanti'de size uygun bir çözüm mutlaka var. Garanti'yle siz de tanışın, ayrıcalıklara alışı.

Garanti Şubeleri / 444 KOBİ-444 5624 / garanti.com.tr/kobi

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

ESNAFIN
GELECEK
GARANTİSİ





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 Kurucu
ÜRETİM DİREKTÖRÜ Servet Kavasoglu

REKLAM

GRUP BAŞKANI Viki Habif
GRUP BAŞKAN YARDIMCISI Nil Ertan Aydemir
SATIŞ MÜDÜRÜ Filiz Kavak - Seda Uğur Kesici
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

Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 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

FİPP üyesidir.

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

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

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

Pazar hariç hergün saat 08.00-20.00 arasında hizmet verilmektedir.

Hedef internet!

Avrupa ve Türkiye'de girişimcilik ruhu hızla artıyor. İnsanlar kendi kendilerinin patronu olmak, kendi fikirleriyle bir iş geliştirmek, kendilerini geliştirebilecekleri esnek iş saatlerine sahip olmak için girişimciliğe olumlu bakıyor ve bunu gerçekleştirme gücünü kendilerinde görüyor.

Yükselen trend internet, geldiği nokta itibarıyla artık çok büyük bir sektör. Google, Amazon, Facebook gibi siteler dünyanın en büyük şirketleri arasında yerlerini alırken, bu denli önemli boyuta ulaşan sektör, başarılı girişimlere imza atanları, bu girişimlerini ciddi rakamlara satmayı tercih eden isimleri, ayrıca internet girişimcilerini, melek yatırımcıları, fon yöneticilerini de içerisinde barındırıyor. Zira global raporlar da internet girişimciliğinin geldiği noktayı doğruluyor. Temmuz ayı içerisinde PricewaterhouseCoopers ve National Venture Capital'in birlikte hazırladıkları MoneyTree raporu ABD'de gerçekleştirilen yatırımlar arasında erken dönem şirketlerin öne çıktıklarını ortaya koyuyor.

2012'nin ikinci çeyreğinin ele alındığı raporda toplam 898 yatırım yer alıyor ve toplam yatırım miktarı 7 milyar dolar olarak görünüyor. Gerçi global krizin de etkisiyle bu rakam, bir yıl öncenin aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 12 daha düşük.

MoneyTree raporu, haziran ayında biten üç aylık dönemde özellikle erken dönem yatırımlarının yanı sıra yazılım sektörünün öne çıktığını gösteriyor. 2.3 milyar dolar yatırım alan yazılım firmalarının ardından 1.8 milyar dolar ile internet şirketleri geliyor.

Artık yatırım alan tüm bu girişimci ve yatırımcı profillerinin isimlerini Türkiye'de de duyuyoruz. Üstelik bu toprakların içinden çıkan ve teknoloji devrimine ayak uyduran önemli isimlere de sahibiz.

Örneğin geçtiğimiz yıl Markafoni'nin hisselerinin yüzde 70'e yakını, 129 ülkede faaliyet gösteren, 23 milyar dolarlık multimedya şirketi Naspers'a bağlı MIH-Allegro'ya satıldığını duymuştuk.

Bunun akabinde moda e-ticaret sitesi Trendyol.com, Kleiner Perkins Caufield & Byers'in başını çektiği Social Fund (S-Fund) ve mevcut yatırımcıları Tiger Global Company'den 26 milyon dolarlık yeni bir yatırım aldığını duyurmuştu.

Aradan çok zaman geçmedi Dragons Den Türkiye'de aldığı yatırımla adını duyuran ve Wired 100 listesine giren 'inplod' bu kez Galata İş Melekleri (Galata Business Angels) üyelerinden yatırım ve mentörlük desteği aldı.

Günlük ev kiralama konseptinde hizmet veren Hemenkiralik.com'a 212 Capital Partners'tan ikinci tur yatırım geldi.

Bu örnekler çoğaltılabilir. Kısacası artık internet girişimciliğinin her alanında başarıyı yakalamak ve yapılan girişime dünya devlerinden yatırım çekmek olası. Kapak haberimizde son dönemin dikkat çeken 10 başarılı internet girişimciliği modelini taşıdık.

Bu alanda yatırım yapmak isteyen girişimcilere ilham vereceğini düşünüyoruz.

İyi bir ay geçirmeniz dileğiyle...

Burcu Tuvay

İçindekiler

- 5** KOBİ Gündemi
- 9** Girişimcilere 60 saatlik uygulamalı eğitim
- 10** **KAPAK KONUSU**
- İnternet girişimcilerini başarıya taşıyan siteler
- 16** Evdeki eski eşyalara ekspertiz yapacak
- 18** Lezzet topları kurumsal hediye trend
- 20** Singer üniversitelerde dikiş sınıfları açıyor
- 22** Parti yapmak onlardan soruluyor
- 24** En janjanlı ambalajlar
- 26** Markaların yeni bir doktoru var
- 28** Fatih'in fotokopi makineleri Konica Minolta'dan
- 30** Rainbow, Adore Oyuncak ile anlaştı
- 32** İskandinavya'dan çocuk modasını getirdi
- 34** CardGusto dışarıda yeme alışkanlıklarını değiştirecek
- 36** Kadın Girişimci Kredisi ile çöp şiş restoranı açtı
- 38** Lavazza yeni yatırımcılar arıyor
- 40** Çay merakı girişimci yaptı
- 42** **Nihayet Durukanoğlu:** Yeni Türk Ticaret Kanunu çerçevesinde yurt dışından getirilecek yabancı sermayeye ilişkin işlemler
- 44** İlaç lojistiğinde dev ortaklık
- 45** Vergi takvimi
- 46** Mal talepleri
- 48** Yurtiçi fuar takvimi
- 49** Yurtdışı fuar takvimi
- 50** **Gülşay Özkan:** Mühendisler haklarını istiyor!



KOBİ Gündemi

Yeni mezunlar bir ile altı ay arasında iş buluyor



Kariyer.net, düzenlediği bir anket çalışması ile yeni mezunların iş bulma sürelerini araştırdı. Kariyer.net veritabanı üzerinden 25-31 Temmuz tarihleri arasında gerçekleştirilen anket çalışmasına toplam 6 bin 755 kişi katıldı. Anket sonuçları üniversiteden mezun olur olmaz iş aramaya başlayan adayların ortalama bir ile altı ay arasında işe girebildiğini ortaya koyuyor. Adayların yüzde 68'i kendi alanında çalışma istiyor. Yüzde 48'lik bir bölüm

ise mezun olduğu alanda iş bulma fırsatı yakalıyor.

Anket kapsamında yeni mezunlara sorulan "Ne kadar süredir iş arıyorsunuz?" sorusuna, katılımcıların yüzde 34.7'si yaklaşık bir aydır yanıtını verdi. Adayların yüzde 20.6'sı yaklaşık 6 aydır iş aradığını belirtirken, bir yıldan fazla süredir iş arayanların oranı yüzde 19.6, yaklaşık 15 gündür iş arayanların oranı yüzde 15.3 ve bir yıldır iş arayanların oranı ise yüzde 9,8 olarak gerçekleşti.

Kariyer.net veritabanı üzerinden gerçekleştirilen anket çalışmasında adaylara yöneltilen dikkat çekici sorulardan biri de "Kendi alanınızda mı iş arıyorsunuz?" sorusu oldu. Yeni mezun olan adayların yüzde 68.7'si kendi alanında iş aradığını söylüyor. Yüzde 31.8'i ise farklı bir alanda iş aradığını belirtiyor. Ankete katılan adayların yüzde 48.3'ü kendi alanında çalıştığını belirtirken; eğitim aldığı alanın dışında çalışanların oranı ise 51.6 olarak gerçekleşti. Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz, "Adaylar geleceklelerini inşa etmeye üniversite eğitimi aldığı yıllarda başlıyor. Kişinin yaptığı işi seviyor olması büyük önem taşıyor. Aksi takdirde çok uzun vadeli bir iş ilişkisi olmayacaktır" dedi.

Egeli ihracatçılardan başarı hikayeleri

Geçtiğimiz günlerde Tübitak tarafından iyi örnek seçilen ve ayrıca ödüllendirilen 7'nci Çerçeve Programı projesi olan "Baharatların Dekontaminasyonu" projesinin yürütücüsü olan Ege İhracatçı Birlikleri, bu kez de koordinatörlüğünü yaptığı "Küme Yöneticileri İçin Kapasite Gelişimi Projesi" ile Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından başarı hikayesi olarak yayımlandı.

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Avrupa Birliği'nin KOBİ ve işletmelere yönelik olarak sunduğu "Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı - CIP" kapsamında desteklenen ve başarı hikayesi olan Türk ortaklı projeleri tek çatı altında topladı. Ege İhracatçı Birlikleri'nin koordinatörü olduğu "Küme Yöneticileri İçin Kapasite Gelişimi Projesi" de İnovasyon Projeleri



Mustafa Türkmenoğlu

alanında yayımlanan başarı hikayeleri arasında yerini aldı. Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Mustafa Türkmenoğlu, Ege İhracatçı Birlikleri olarak ihracatı artırmak için Egeli firmalarla yürüttükleri projeler ile destek sağlamaya çalıştıklarını söylüyor ve şöyle devam ediyor:

"Projelerimizin sayısı gün geçtikçe artıyor. Henüz 7'nci Çerçeve Programı projemizin gururunu yaşarken kümelenme projemizin de başarı

hikayeleri arasına girmesi gururumuzu iki katına çıkardı. Yaptığımız çalışmaların Türkiye'nin önde gelen kurumları tarafından takdir edilmesi ile 2023 ihracat hedefine ulaşmamız için doğru yolda olup doğru adımları attığımızı gördük. Bundan sonra da hem ulusal hem de uluslararası platformda projeler geliştirmeye devam edeceğiz."

KOBİ Gündemi

Helal pazar İstanbul'da buluşuyor



Dünyadaki pazar potansiyeli 850 milyar dolar olan helal gıda sektörü, ilaç, kozmetik, tekstil, temizlik gibi sektörlerle birlikte düşünüldüğünde günümüzde 2.1 trilyon dolarlık bir potansiyele ulaştı. Her yıl büyüyen dev pazardan pay almak isteyen firmalar, yurtdışından gelen alıcılar, market ve süpermarketler, toptancılar, distribütörler, perakendeciler, tedarikçiler, üreticiler, ithalatçılar ve ihracatçılar 11-14 Ekim tarihleri arasında CNR EXPO çatısı altında bir araya gelecek. Türkiye'nin, dünya helal gıda ticaretindeki payını artırmayı hedefleyen Helal ve Sağlıklı Ürünler Fuarı, CNR Holding kuruluşlarından Sine Fuarçılık organizasyonu, Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Araştırmaları Derneği (GİMDES), World Halal Council (WHC) ve KOSGEB desteğinde yapılacak.

Organizasyon, firmalara uluslararası alanda büyük kolaylık sağlayacak "helal ve sağlıklı ürün sertifikası" konusunda yurtdışı pazarlarına açılmak isteyen ihracatçı ve üretici kuruluşlara olanak tanıyacak. KOSGEB'in katılımcı firmalara katılım desteği sağladığı organizasyonda, küçük ve orta ölçekli firmalar yüzde 50 oranında geri ödemesiz destek alıyor. 10 bin metrekarelik alanda 150'nin üzerinde firmanın katılımıyla gerçekleştirilecek fuar için yurtdışında ve yurtdışında yoğun çalışmalar yürütüldü.

Liderler teknolojik girişim için Türkiye'ye geliyor

1 3-14 Kasım 2012 tarihlerinde Bilgi Üniversitesi'nde düzenlenecek Bootcamp Ventures Innovation Xchange: 4iX etkinliği ile Vodafone Ventures, Samsung Ventures, Passion Capital, Atamico, Lakestar, FMO gibi dünyanın en önemli yatırımcıları teknoloji alanında devrim yaratabilecek yeni Türk girişimcilerini aramak üzere ilk defa Türkiye'ye geliyor. Bootcamp Ventures ve yerel ortağı WBCons tarafından düzenlenen etkinlik bu sene beşinci yılını kutluyor. Etkinlik, yenilikçi fikir sahibi Türk girişimcilerinin 20 farklı ülkeden dünyanın lider yatırımcılarına tanıtılmasına imkan sağlayan bir platform oluşturuyor.

Etkinliğe katılacak girişimciler çok ciddi bir ön araştırma ve inceleme sürecinden sonra seçiliyor. Bu seneki etkinliğe, doğru iş modeline sahip ve yurtdışı hedefleri bulunan 20 girişimci şirket



katılabilecek. Yüzlerce başvuru arasından seçilecek olan bu girişimler, etkinlik süresince şirketlerini, Avrupa ve Amerika pazarına tanıtmanın yanı sıra stratejik ve finansal ortak bulma şansı da elde edecek. Etkinlikte şirket sunumu yapması için seçilen 20 şirketin yöneticileri etkinlik öncesi, marka danışmanlığı konusunda ciddi başarılarla imza atmış profesyoneller ile birlikte çalışarak şirket sunumlarını hazırlama şansı da elde edecek.

1 Eylül tarihi itibarıyla bu platformda şirketini tanıtmak isteyen girişimciler ön başvuruda bulunabilecek. Girişimcilerin yanı sıra etkinliğe izleyici olarak katılmak isteyenleri de pek çok yabancı yatırımcı ile tanışma fırsatının yanı sıra 'Türk girişimciler yabancı yatırımcıların ilgisini nasıl çekebilir?' veya 'Gelişmekte Olan Piyasaların 2013 Yılı Değerlendirmesi' gibi farklı oturumlar bekliyor.

Garanti'ye 400 milyon dolarlık seküritizasyon kredisi

Garanti Bankası, yurtdışı borçlanma programı çerçevesinde, Amerikan OPIC (Overseas Private Investment Corporation) kurumundan, 14 yıl vadeli, 400 milyon dolar tutarında seküritizasyon kredisi sağladı. Türkiye ve dünyada gerçekleştirilen, havale akımlarına dayalı en uzun vadeli seküritizasyon işlemi sonucunda sağlanan kredi, yıllık cirosu 10 milyon TL'ye kadar olan içinde kadın girişimciler ile kalkınmada öncelikli iller dahil Türkiye çapındaki KOBİ'lerin ihtiyaçlarını finanse etmek için kullanılması amaçlanıyor. Türkiye'de ilk kez 2009 yılında, yine Garanti'ye kredi sağlayan OPIC, vereceği krediyi; Amerikan Sermaye Piyasaları'nda ihraç edilen ve Bank of New York Mellon'ın pazarlamaya yetkili olduğu katılım sertifikaları (Certificates of Participation – COPs) aracılığıyla fonlayacak. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Ali Fuat Erbil, şu

bilgileri veriyor:

"Garanti Bankası olarak seküritizasyon kredileri alanındaki uzmanlığımızı, uluslararası bankacılık ilişkilerindeki gücümüzü bir kez daha ortaya koyduk. OPIC'in Türkiye'de doğrudan kredi sağladığı ilk banka olan Garanti, son işlemle OPIC'in Türkiye'de en yüksek tutarlı kredi sağladığı kurum oldu. Garanti, yabancı bir bankaya ihtiyaç duymadan başından sonuna kadar tüm işlemi yapılandırarak, bu alandaki uzmanlığını ispat etti. Bugüne dek Türkiye'de bu boyutta bir işlemi kendi kendine düzenleyebilen tek banka olan Garanti'nin, yurtdışı borçlanma yaratma ve kredi olanaklarını derinleştirmedeki başarısı, OPIC kredisiyle bir kez daha kanıtlandı. Bankamız, uluslararası piyasalarda tercih edilen kurum olma konumunu sürdürüyor."

KOBİ'leri uçtan uca kontrol ediyor

Başta perakende, otomotiv, hizmet, servis, profesyonel hizmetler, hızlı tüketim ve dağıtım gibi ana sektörler olmak üzere dünya çapında 35 binden fazla KOBİ'nin can simidi olan SAP Business One, bir süre önce tanıştığı Türkiye'deki KOBİ'ler tarafından da büyük ilgi görüyor. KOBİ'lere uçtan uca operasyonel kontrol sağlayan Business One, firmalara sağladığı düşük maliyet avantajıyla işletmenin tüm fonksiyonlarının kısa sürede bütünleşik olarak çalışabilmesine imkan veriyor.

SAP Business One, ek lisans gerektirmeyen mobil özellikleriyle de KOBİ çalışan ve yöneticilerinin sipariş girişi, stok yönetimi ya da müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) gibi birçok operasyonu online yürütmesine ve takip etmesine imkan veriyor. SAP



Gökçe Özen

Business One, KOBİ'lerin yeni TTK'nın gerektirdiği en önemli değişikliklerden birisi olan Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'na (IFRS) göre raporlama yapılabilmesini de sağlıyor. SAP Türkiye Business One Kanal Satış Yöneticisi Gökçe Özen, yazılımın tüm KOBİ'lerin taleplerini karşılamak üzere geliştirilmiş bütünleşik ve esnek bir ERP (Kurumsal Kaynak Planlama) çözümü olduğunu vurgulayarak sunları söylüyor:

"SAP Business One, yazılım, finans, satış, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), servis, depo, satın alma, lojistik ve raporlama modüllerinin tümünü bir

arada ve entegre bir şekilde sunan geniş kapsamlı bir çözüm olma özelliğine sahip. Yalnızca bir kullanıcısı olan firmalara dahi entegre edilebilen SAP Business One, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için tasarlandı."

Sabancı Üniversitesi 7'nci Çerçeve'nin birincisi

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun 24'üncü toplantısı kapsamında Avrupa Birliği 7'nci Çerçeve Programı ara değerlendirme raporu yayımlandı. 1 Ocak 2007- 30 Haziran 2012 dönemini kapsayan raporda 7'nci Çerçeve Programı'ndan ortaklık sayısının öğretim üyesi sayısına oranlanmasıyla oluşan ilk on üniversite sıralamasında



Sabancı Üniversitesi birinci sırada yer alıyor. 7'nci Çerçeve Programından en fazla yararlanan ilk elli kuruluş arasında ise Sabancı Üniversitesi TÜBİTAK ve ODTÜ'den sonra üçüncü sırada yer

alıyor. Toplam ortaklık sayısına göre başarılı ilk on üniversite sıralamasında ise Sabancı Üniversitesi ikinci sırada yer alıyor. Sabancı Üniversitesi 6'ncı Çerçeve Programı'nda da öğretim üyesi başına düşen en yüksek bütçe alan üniversite olmuştu.

Garanti Bankası'ndan kadın girişimcilere ücretsiz eğitimler

Garanti Bankası, Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi'nin (BÜYEM) işbirliğiyle, şimdi de kadın girişimcilere yönelik ücretsiz eğitim programları düzenleyecek. "Kadın Girişimci Yönetici Okulu" adlı eğitimler, Eylül, Ekim ve Kasım aylarında, sırasıyla Ankara, İstanbul ve İzmir'de gerçekleştirilecek. BÜYEM, haftada 3 gün 4'er saat sürecek program kapsamında; kadın girişimcileri kurumsallaşma, inovasyon, sürdürülebilir şirket yönetimi konularında bilgilendirecek. Eğitimlerle, kadın girişimcilerin işletmelerinin sürdürülebilirliği için ihtiyaç duyduğu donanımı oluşturmak ve vizyonlarını genişletmek amaçlanıyor. Eğitim almak amacıyla ön görüşmelere katılmak isteyenlerde; en az lise mezunu ve yüzde 100 yerli sermayeli bir şirketin sahibi ya da ortağı olma, faaliyetlerini Ankara, İstanbul ve İzmir illerinde en az 1 yıldır aynı unvanla sürdürme, şirketinde en az 3 en çok 100 kişiye istihdam sağlama şartları aranıyor. Başvurular 28 Ağustos itibarıyla tamamlandı. BÜYEM'in akademisyenleri tarafından yüz



yüze gerçekleştirilecek ön görüşme ve değerlendirme sürecinin ardından, programa katılacak kadın girişimciler seçiliyor. Eğitimi başarıyla bitirenlere, Boğaziçi Üniversitesi tarafından 'Yeterlilik Sertifikası' veriliyor.

Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, iş hayatında cinsiyete değil yetkinliklere göre değerlendirme yapılmasını, başarmak isteyenlerin desteklenmesini arzu ettiklerini söyleyerek, şöyle devam ediyor: "İşgücündeki kadın sayısını artırmak, kadın girişimcilerimizi risk alma ve istihdam yaratma konusunda cesaretlendirmek için yeni projeler üretiyoruz. Boğaziçi Üniversitesi'yle geliştirdiğimiz eğitim gibi projelerle, Türkiye'nin dört bir yanındaki kadın girişimci potansiyelini ortaya çıkarmaya çalışıyoruz. Bugüne kadar gördüklerimiz, bizi daha fazlasını yapmaya teşvik ediyor."

KOBİ Gündemi

İlaç sektörü 10 yılda iki kat büyüdü

Kimya sanayinin en önemli alt sektörlerinden biri olan Türk ilaç sektörü, son yıllarda hızlı büyüme rakamlarıyla dikkat çekiyor. Yüksek katma değer yaratan sanayilerin başında gelen sektör, 10 yıl öncesine göre yaklaşık iki kat büyüyerek 15 milyar liralık pazar büyüklüğüne ulaştı. Türkiye'de sağlık sisteminde yaşanan dönüşüm ile birlikte hizmet kalitesi yükselip pazar büyürken, diğer yandan yerli ilaç üreticisinin yaşadığı sorunlar da artıyor. Maliyetlerin giderek artması, buna rağmen ilaç fiyatlarının eski rakamların da altına düşmesi nedeniyle iç pazarda zora giren üretici, çareyi ihracatta buldu. İlaç ihracatı son beş yılda yüzde 58.6 oranında artış gösterdi.

Geride bıraktığımız yılda, ilaç sektörü en fazla ihracatı Almanya, Irak ve İsviçre'ye yaptı. İngiltere, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Slovenya, Belçika, Azerbaycan-Nahcivan, ABD ve Cezayir de ilaç ihracatı yapılan



Murat Akyüz

ilk 10 ülke arasında yer alıyor. Sektörün son beş yıldaki ihracat rakamlarına bakıldığında; 2007 yılında 322 milyon 785 bin dolar olan ihracatın 2011 yılında 512 milyon 161 bin dolara yükseldiği, bu dönemdeki ihracat artışının yüzde 58.6 olduğu görülüyor. Sektör, 2012 yılının yedi aylık döneminde ise, 316 milyon 168 bin dolarlık ihracata ulaştı. Büyük ölçekli şirketlerin hakim olduğu ilaç sektöründe şu an yaklaşık 300 firma faaliyet gösteriyor. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Murat Akyüz, kimya sektörünün önemli alt sektörlerinden biri durumundaki ilaçta, son yıllardaki ihracat artışlarının dikkat çekici olduğunu ancak Türkiye'nin bu alandaki potansiyelinin

yüksekliği göz önüne alındığında, katma değer artışının sağlanmasıyla birlikte ihracatın da ivme kazanacağını dile getirdi.

Otomotiv yan sanayi fuarı aralıkta başlıyor

Hızla büyüyen sektörde ana sanayicilerle yan sanayiciler arasında ticari iş birliklerinin geliştirilmesinin ve iş hacminin artırılmasının hedeflendiği '18.Uluslararası Otomotiv Yan Sanayi, Yedek Parça, Aksesuar ve Servis Ekipmanları Fuarı', CNR Holding kuruluşlarından Sine Fuarçılık ve İstanbul Fuarçılık organizasyonunda CNR EXPO İstanbul'da 06-09 Aralık tarihleri arasında düzenleniyor. Sektörün bu uzun soluklu fuarı, KOSGEB tarafından destekleniyor. KOSGEB organizasyona katılan küçük ve orta ölçekli firmalara yüzde 50 oranında geri ödemesiz destek sağlıyor. 40 bin metrekarelik alanda 300'ün üzerinde firmanın katılımıyla gerçekleştirilecek Otomotiv 2012'ye, yurt içinden ve yurt dışında yoğun talep geliyor.

Çin, Tayvan, Almanya, Güney Kore, İtalya gibi ülkeler fuara hem milli düzeyde, hem de firma bazında katılacaklarını bildirdiler. Ağırlıklı olarak yenileme ve orijinal yedek parça pazarında faaliyet gösteren firmaların hedeflendiği fuarı, Beyaz Rusya, Bosna Hersek, Rusya Federasyonu, Ukrayna, Pakistan, Fas, Tunus, Cezayir, İran, Irak, Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, Portekiz, İspanya, Brezilya, Şili, Meksika, Arjantin ve ABD'den çok sayıda profesyonelin ziyaret etmesi bekleniyor. Fuarda motor ve motor parçaları, iç ve dış lastikler, aktarma organları, fren sistemleri ve parçaları, hidrolik ve pnömatik aksamlar, süspansiyon parçaları, emniyet aksamaları, kauçuk ve lastik parçalar, elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri, sübap, piston ve krank milleri, akümülatörler ve oto camları sergilenecek.



Tasarım yarışmasında başvuru uzatıldı

Bijuteri ve Tekstil Aksesuarları Fuarı kapsamında Cemil İpekçi'nin jüri başkanlığında yürütülen 'Takı Tasarım Yarışması'na başvuru süresi yoğun ilgi sebebiyle 7 Eylül tarihine uzatıldı.



Uluslararası platformdan gelecek olan yerli ve yabancı profesyonelleri ağırlamaya hazırlanan "Bijoux Expo Turkey"de katılımcılar, hazırladıkları 2013 modası takılarını ve aksesuarlarını değişik showlarla ziyaretçilere tanıtacaklar. Tanıtım ve işbirliklerinin yanısıra genç, başarılı ve yaratıcı takı tasarımcıları da sektöre kazandırılacak. Fuarda özellikle Türk ve Osmanlı kreasyonlarının yurt dışında büyük ilgi görmesi nedeniyle, yabancı alıcılar ve Türkiye'de anahtar teslim şube açmak isteyen büyük firmalara da "franchise" vermek için fırsat sunuluyor. Bijuteri ve Aksesuarları kullanılarak günlük yaşamda kullanılabilecek, üretilebilir ve özgün olması şartıyla yeni tasarım ve yeni ürünlerin ortaya konması beklenen yarışmaya

katılacak olan tasarımcılar, en geç 7 Eylül tarihi saat 17.00'a kadar tasarımlarını tutanak karşılığında BİJUDER (Bijuteri ve Aksesuarlar Derneği) dernek merkezine teslim edecekler.

Eğitim

Girişimcilere 60 saatlik uygulamalı eğitim

TOSYÖV ve KOSGEB tarafından ülke çapında başlatılan ve Garanti Bankası tarafından desteklenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, Ankara'da start aldı. Son olarak İzmir ve Ordu'da düzenlenen eğitimlerde, girişimcilik niteliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri gibi konular atölye çalışmalarlarıyla 60 saatlik uygulamalı eğitim olarak sunuluyor.

TOSYÖV ve KOSGEB tarafından ülke çapında Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri düzenlenmesi ile ilgili imzalanan protokolün ardından Garanti Bankası tarafından desteklenen ilk eğitim mayıs ayında Ankara'da başlamıştı. Üniversite mezunu ve iş fikrine sahip başvuru sahipleri arasından seçilen 30 kişi için açılan eğitimlerde girişimcilik niteliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri, pazarlama, üretim, yönetim, finansman, iş planı konuları atölye çalışmaları ile 60 saatlik uygulamalı eğitim olarak sunuluyor. Sekiz saatlik ek modüllerde, inovasyon, girişimci destekleri, patent konuları katılımcılarla paylaşılıyor.

Doğru yönetim becerisi

Eğitimlerin ikinci ayağı, 10-31 Temmuz tarihlerinde İzmir Ticaret Borsası'nda gerçekleştirildi. TOBB İzmir Kadın Girişimciler Kurulu tarafından da desteklenen ve üniversite mezunu girişimci adaylarına duyurulan eğitimde Garanti Bankası'nın Bölge Müdürü Hakan Kulakçı, şunları söyledi:

"Günümüzde işletmelerin uzun ömürlü olabilmesi için girişimcilerin doğru yönetim becerilerine sahip olması giderek önem kazanıyor. Adaylar, TOSYÖV uzman ve eğitmenleri tarafından verilecek eğitimlerle pazarlama, üretim, finansman, yönetim planlaması süreçleri, iş geliştirme ve kurumsallaşma konularında bilgi sahibi olarak eğitimi tamamlamış olacaklar"

"Fırsatlar ülkesi girişimciliğe bağlı"

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Seza Yorulmaz ise mülakatlar sonucu eğitimlere katılan adaylara iş yaşamı hakkında tavsiyeler vererek, "Fırsatlar ülkesi olmamız, sizler gibi fikirlerinizi iş planına çevirebilecek girişimci adaylarımızın çoğalmasıyla mümkün olabilir. Ekonomik kalkınma ve istihdam sorunlarının çözümü sadece ve sadece girişimciliktir" diye konuştu.



KOSGEB İzmir Kuzey Hizmet Merkezi Müdürü M. Oğuz Kılıncı ise konuşmasında, eğitim sürecinde adaylarla sürekli diyalog halinde bulunacaklarını ve program hakkında ayrıntılı bilgi vereceklerini belirterek, adaylara iyi bir eğitim dönemi geçirmeleri temennisinde bulundu.

Son eğitim ise temmuz ayında Ordu Ticaret Sanayi Odası'nda gerçekleştirildi. Garanti Bankası Ordu Şube Müdürü Eşref Karabatak, Garanti Bankası'nın KOBİ'lere ve genç girişimcilere yönelik verdikleri desteklere değinerek, Ordu'nun genç girişimcilere ihtiyacı olduğunu bu anlamda Garanti Bankası olarak da genç girişimcilerimizin yanında olduğunu belirtti.

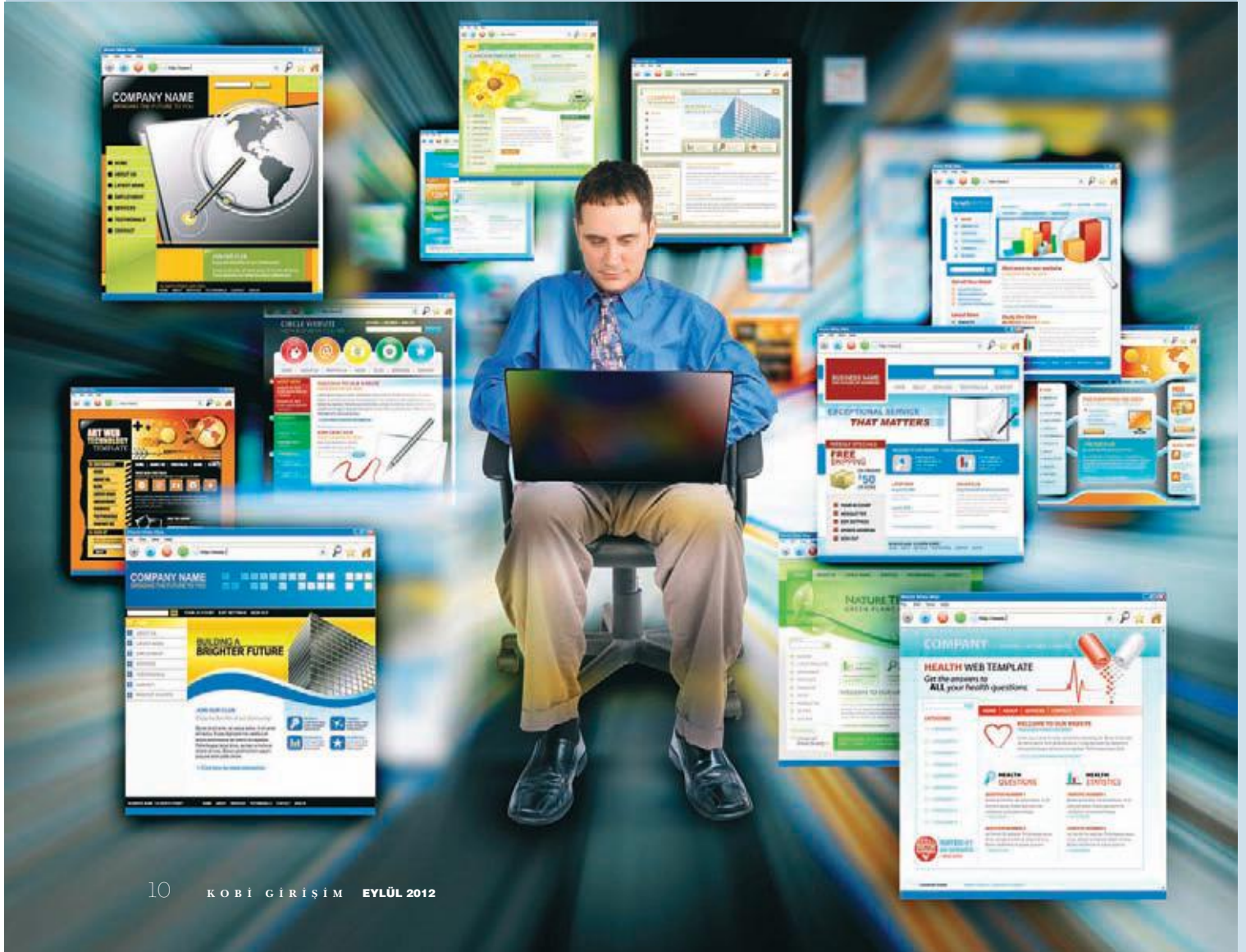
TOSYÖV Vakfı Yönetim Kurulu Üyesi ve TOSYÖV Samsun Destekleme Derneği Başkanı Turan Özurat ise "Girişimci eğitimini en birikimli uzman eğitmenler vasıtasıyla gerçekleştireceğiz. Amacımız, yüzlerce, hatta binlerce yaratıcı, yenilikçi, bilinçli, özgüven sahibi, daima sosyal sorumluluk çerçevesinde düşünen, topluma katma değer sunan, küresel vizyonla hareket eden girişimciler yetiştirmek" dedi.

27 bin TL hibe

Garanti Bankası ile yapılan sponsorluk anlaşması ile Adana, Bursa, Gaziantep, Denizli, Malatya ve Konya olmak üzere yıl sonuna kadar toplam dokuz Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi gerçekleştirilmiş olacak. Etkili sunum tekniklerinin ve uygulamaları içeren programın İzmir ayağı TOSYÖV Proje Koordinatörü ve Girişimcilik Eğitmeni Cüneyt Örkmez tarafından sunuldu. Katılımcılar eğitim sonunda hazırlayacakları iş planı ile KOSGEB'e başvurabilecek, KOSGEB'in onay vermesi durumunda 27 bin TL'ye varan hibe, 70 bin TL'ye varan faizsiz kredi imkanlarından faydalanabilecekler.

Kapak Konusu Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

İNTERNET GİRİŞİMCİLERİNİ BAŞARIYA TAŞIYAN SİTELER



Türkiye son 10 yılda 50'den fazla başarılı internet girişimi çıkardı. Hatta Wired dergisi yeni sayısında Avrupa'nın en iyi (hot) 100 girişimini merccek altına aldı. Listede ve Türkiye'den de toplam 10 internet girişimi yer aldı. Türkiye'de her yıl yaklaşık yüzde 50 büyüme hacmine sahip olan e-ticaret sektörü, içinde barındırdığı fırsatlarla her sektörden yatırımcıların ilgisini çekmeyi sürdürüyor. Geçtiğimiz yıl yüzde 50'nin üzerindeki büyüme oranı ile 22 milyar TL'lik hacme ulaşan e-ticaret sektörü, girişimcilerin en gözde yatırım alanları arasında yer alıyor.

Türkiye'de internet odaklı girişimlerin başarılı olmalarının altında e-ticaret trendlerini iyi takip etmeleri ve gerek kredi kartı penetrasyonu gerekse internet kullanımıyla Türkiye'nin e-ticaret için ciddi bir kullanıcı potansiyeli barındırması yatıyor.

Bunun yanı sıra, talep anlamında Türk internet kullanıcıları özellikle son yıllarda internette alışveriş yapmaya alıştı ve güvensizlik sorunu da büyük ölçüde aşıldı. Arz tarafında ise lojistik ve teknolojik gelişmeler özellikle e-ticaret alanındaki büyümeyi tetikledi. Ayrıca, artık eğitimi ve iş deneyimi yüksek, kalifiye insanların da bu sektöre yönelmesi internet girişimlerinin kalitesini artırmış durumda.

Kredi kartı etkili oldu

Tüketici, istediği ürünü kolay, hızlı ve keyifli bir şekilde satın alma imkanı veren online alışverişe büyük ilgi gösteriyor. Bu talep de var olan sitelerin büyümesine ve yeni e-ticaret sitelerinin açılmasına neden oluyor. Şu an Türkiye'de 9 milyon civarında online alışveriş kullanıcısı var. Türkiye'de internet girişimleri sektörünün hızla büyümesi, son yıllarda birkaç farklı alanda yaşanan gelişmelerin birbiri ile örtüşüyor olmasına bağlanabilir.

Bunların başında, internet penetrasyonunun son altı yılda yüzde 13'lerden yüzde 50'lere ulaşması ve oldukça önemli seviyelere ulaşan kredi kartı penetrasyonu geliyor. Yüzde 62 gibi bir kredi kartı penetrasyonu oranıyla Türkiye, Avrupa ülkelerinde İngiltere'den sonraki ikinci ülke. Öte yandan nüfusun yarısından fazlasını oluşturan ve internet ile büyüyen 30 yaşın altındaki kesimin artık işgücüne dönüşmesi ve kendi gelirini elde etme girişimleri de bu girişimleri tetikleyen unsurlardan.

ABD'deki pazar

McKinsey Türkiye internet raporunda e-ticaretin toplam perakende pazarına oranı yüzde 0.9 olarak yer alıyor. Amerika pazarında ise bu rakam Türkiye'dekinin 10 katı. Dünya ortalaması ise 3.4 seviyesinde.

Son yılların en gözde yatırım alanlarından biri olan internet yatırımları, girişimciler arasında yükselen bir trend. Büyük beden kadın giysilerinden takı ve aksesuara, anahtar teslim canlı yayından sanal çarşıya kadar artık her sektörde ve alandan internet girişimine rastlamak mümkün.

Türkiye internet dünyasındaki en hızlı adaptasyonu satın alma siteleriyle yaşadı. Önümüzdeki dönemde 200 milyon ciroya ulaşması beklenen grup satın alma sektörü pazarda büyük bir hacme sahip. Geçen yıl bu alanda yüzde 100'ün üzerinde artış yakalandı. Ancak hala Türkiye nüfusunun internet kullanımı yüzde 48 ve bu oranın sadece yüzde 8'i internette alışveriş yapıyor. Buna karşın elektronik ticaret dünyası, Türkiye'de daralan değil, günden güne büyüyen bir sektör. İnsanların yüzde 62'si satın alma

kararından önce internette mutlaka araştırma yapıyor, yüzde 11'i internette alım yapıyor. Biz de kapak haberimize son dönemin başarılı 10 internet girişimini ve girişimcisini taşıdık. İşte başarıya yürüten yoldaki internet girişimcilerinin öyküleri...

yenicansim.com

Türkiye'nin en büyük sanal çarşısı

365 gün 24 saat açık, yüzlerce gerçek mağazadan oluşan, Türkiye'nin en büyük çarşılarından yeniçarşım.com, Ekim 2011'de kuruldu.

yeniçarşım.com'da ticari unvana sahip kişi ve kurumlar tarafından açılan yüzlerce gerçek mağaza ile birlikte Baymak, Fakir, Ariş, Nikon, Fujiifilm, Brillant, Goldmaster gibi markalar da bulunuyor. Elektronikten kozmetiğe, mutfak eşyalarından giyim ve aksesuara,

oyuncaktan mücevher-takıya kadar 24 farklı kategoride en rekabetçi fiyatlar ve farklı ödeme seçenekleri ile alışveriş deneyimi sunuyor.

Yeniçarşım.com'da sadece ticari unvana sahip kişi ve kurumlar mağaza açabiliyor. Mağaza açanlar, ilgili bilgi ve fotoğrafları siteye girerek ürünlerini satışa sunuyorlar. Sipariş verilen ürünler Hürriyet Güvenli Alışveriş Sistemi aracılığıyla müşteriye ulaştırılıyor. Aylık 3 milyon TL ciro yapıyor.

Bu sisteme göre



EMRE ÇORBACI
YENICARSIM.COM

müşteri, ürünü seçip satın alma işlemini gerçekleştirdikten sonra para, Hürriyet Güvenli Alışveriş Sistemi'nde müşterinin ürüne vereceği onayı bekliyor. Ürün müşteriye ulaştıktan ve müşteri ürünü görüp, kontrol ettikten sonra onay işlemi gerçekleşiyor ve

Kapak Konusu

İnternet girişimi için öneriler

- Fikrinize inanın ve fikrinize inanan pozitif insanlarla çalışın.
- Tanıtım için güçlü bir bütçe ve doğru bir mecrada mağaza açmalısınız.
- Sunduğunuz hizmet ve ürünlerde rekabetçi gücünüzü iyi analiz edip güçlü yönlerinize odaklanarak uzmanlaşmalısınız.
- Yapacağınız girişim bir e-ticaret projesi ise tüm dağıtım kanallarını değerlendirip mağazanıza doğru trafiğin geldiği, verimli kanalları iyi tespit etmiş olmalısınız.
- Online bir alışveriş sitesini yönetmenin, gerçek bir mağaza zincirini yönetmekten daha kolay olmadığını unutmamak gerekiyor.
- E-ticarette hem 'e'nin, yani elektronik ortamın, hem de 'ticaretin' kuralları geçerli. İş geliştirme konusunda, özellikle internet dinamiklerine paralel bakış açıları ile hareket etmek şart.
- İş ve altyapı geliştirmekle birlikte pazarlamadan anlayan bir çekirdek ekip kurulmalı.
- Fikir netleştikten sonra taslak bir iş planına odaklanmak, girişimcinin kendi işini öğrenmesini kolaylaştırır.
- KOSGEB, TÜBİTAK, Etohum gibi girişim ekosistemlerine yakın olup onların girişimcilere sağladıkları fayda ve fırsatları değerlendirin.
- Girişimci adayları kendilerini yarı yolda bırakmayacağından emin oldukları esnek bir yazılım altyapısı kullandıklarından emin olmalılar.

mağazaya ödeme aktarılıyor. Bu sistem sayesinde müşterilere hem ürünü görerek, deneyerek alma rahatlığı hem de internette güvenli alışveriş yapma imkanı sunuluyor.

Yeniçarşım.com Genel Koordinatörü Emre Çorbacı, "Aylık cirolarımız 3 milyon TL seviyesinde seyrediyor. Yeniçarşım.com olarak bugün aylık 1,5 milyon tekil internet kullanıcılarına ulaştık" diyor. Önümüzdeki dönemde bünyelerine Collezione, Muya, Cons, Missclare, Flo gibi yeni markaların ekleneceğini belirten Çorbacı, ürün yelpazelerinin genişleyeceğini de sözlerine ekliyor.

Peak Games

Dünyanın en büyük 3'üncü sosyal oyun şirketi

Türkiye'de Facebook platformu üzerinde oynanan oyun potansiyelini ve o sektördeki Türk şirketlerin yetersizliğini gören girişimci Sidar Şahin ve Hakan Baş, 2010 yılında Peak Games'i kurdular. Hakan Baş, New York Cornell Üniversitesi'ni bitirdikten sonra, New York'ta Bank of America'da ve sonra İstanbul'da Raymond James Financial'da yatırım bankacılığı yaptı. TGRT'den News Corp.'a, Canan Kozmetik'ten L'Oreal'e kadar pek çok markanın satışlarında görev aldı.

MBA için Yale Üniversitesi'ne giden ve burada girişimcilik ve risk sermayesi üzerine dersler alan Baş,

ardından Garanti Bankası'nda Stratejik Planlama Bölümü Başkan Yardımcısı olarak çalışmaya başladı. Girişimciliğin zamanının geldiğini düşünen Baş, bir ay sonra istifasını vererek, arkadaşı Sidar Şahin'le beraber Peak Games'i kurdu. Moda'da bir apartmanın bodrum katında kurdukları Peak Games, bugün dünyanın en büyük üçüncü sosyal oyun şirketi. Kuruluşundan kısa süre içerisinde Hummingbird Ventures tarafından 1.5 milyon dolar yatırım alan firma, yurtdışındaki başarılı oyunların lisanslarını alıp yerel pazarlara uyguluyor ve diğer taraftan kendi oyunlarını piyasaya çıkartıyor. Türkiye'nin Zynga'sı olmayı hedefleyen Peak Games'in, İstanbul ve Ankara ofisleri dışında İspanya, Brezilya ve Almanya'da ofisleri bulunuyor.

Ayrıca Mayıs 2011'de Earlybird Venture Capital tarafından 5 milyon yatırım alan Peak Games, sanal ürün alışverişi anlayışı ve alışkanlığının artmasıyla aylık cirosunu katlayarak artırıyor.

Lidyana.com

Takı ve aksesuarda fırsatı gördüler

Hakan Baş'ın bir diğer girişimi olan Lidyana.com da son dönemin dikkat çeken girişimlerinden biri... Öyküsü ise şöyle: Hakan Baş, arkadaşı Onur Kinay'la hızla büyüyen e-ticaret sektöründe birçok fırsat olduğunu düşünerek, en büyük potansiyelin takı ve aksesuar alanında olduğunu gördüler. Kadrolarına Markafoni kurucuları Sina Afra, Tolga Tatari, Ahmet Sarı, Yemeksepeti kurucusu Nevzat Aydın, Arda Turan, Saffet Ulusoy, İsmet Öztanık ve Raiffeisen Investment Türkiye ekibinden Gökçe Kabatepe, Aydın Özol ve Oytun Özer'den oluşan kadroyla Lidyana.com'u kurdular.

Online takı ve aksesuar sitesi olan Lidyana.com'da Kısmet by Milka, Meral Saatçi, MügeNY, Deniz Kaprol, d'Arc, MyNita, Pandora, House of Harlow, DKNY, Just Cavalli, Fossil, Diesel, Gucci, Low Luv ve daha pek çok markanın tasarımları uygun fiyatlarla kullanıcılara sunuluyor. Fiyat aralığı 15 TL ile 5 bin TL arasında değişen ürünler arasında kadınlar için çantadan kolyeye, kemerden küpeye, yüzükten saate binlerce takı ve aksesuarın yanı sıra erkekleri için de kol düğmeleri, bileklikler, kolyeler ve kemerler bulunuyor.

Site, günlük 40 bin ziyaretçi sayısına ulaşmış durumda. Üye sayısı ise



HAKAN BAŞ
PEAK GAMES

yaklaşık 50 bin civarında. Baş, “İlk ayda 6 haneli cirolara ulaşıp, ikinci ayda da bu ciroyu 2.5 katına çıkarmayı başardık. Şimdiye kadar e-ticaret siteleri arasında bu kadar kısa sürede bunu başarabilen olmamıştı. Aylık ciromuzu önümüzdeki 1-2 ay içinde 7 haneli rakamlara ulaştırmayı hedefliyoruz. Orta vadede ise yurtdışı açılımlarımız olacak, özellikle Orta Doğu ve Doğu Avrupa hedef bölgelerimizden” diyor.

Sanalpazar.com

Alıcıyla satıcıyı buluşturuyor

Sanalpazar.com, Gold Şirketler Grubu'nun bir girişimi... Ömer Dinç'in girişimiyle kurulan site, bir e-ticaret iş modeli olan C2C yani müşteriden müşteriye alış ve satış yapılan modelin henüz Türkiye'de gelişmediği fikrinden yola çıkılarak kurulmuş. Sanalpazar.com, alıcı ve satıcının bulunduğu bir alışveriş platformu. Sitede, ücretsiz ürün listeleme, dükkan açma, en düşük satış komisyonu gibi uygulamalar var. Alıcı ile satıcının özgürce iletişim kurabilmesi için isim, adres, telefon, e-mail, web adresi yayınlanabiliyor.



CEM KESİCİ
SANALPAZAR.COM

Sanalpazar.com Genel Müdürü Cem Kesici, “C2C olarak adlandırılan bu modelin bütün özelliklerini içeriyor. C2C sitelerindeki satıcının ürününü, alıcının da parasını koruma işlevine, Gold grubun güvencesini de ekledik. Bu yönde yakında açıklayacağımız yeni çalışmalarımız da var” diyor. Kesici, bu yılı 135 ile 150 milyon TL arasında bir işlem hacmi ile kapatmayı, üye sayısını da 750 bine ulaştırmayı hedeflediklerini de sözlerine ekliyor.

Yayınmatik.com

Anahtar teslim canlı yayın platformu

Yayınmatik, organizasyon, toplantı, konser, kongre, şirket içi eğitim gibi aktivitelerin, portal, web sitesi ya da Facebook ve Twitter gibi sosyal medya sitelerinden canlı yayınlanmasını sağlayan bir girişim... İnternet üzerinden canlı yayın yapmak isteyen kişi ya da kurumun yeri ve zamanı belirtmesi yeterli oluyor. Bir nevi ‘anahtar teslim canlı yayın platformu’ olarak tanımlanıyor. www.yayınmatik.com adresinden ulaşılabilen bir internet sitesine sahip bulunan platformdan, hem kişiler, hem de kurumlar yararlanabiliyor.

Sitede yer alan ‘Canlı yayın yapmak istiyorum’ butonuna tıklayıp form dolduruluyor. Bu aşamadan sonra

Önümüzdeki dönemde trendler ne olacak?

- Önümüzdeki dönemde bilinçli e-ticaret tüketicilerinin sayıları artacak.
- Tüketici, fırsatın yanında günlük ihtiyacını karşılayacak ürünleri almayı tercih etmeye başlayacak. Bu doğrultuda doğru ürünü sunan, tüketicisiyle doğru iletişim kuran ve koşulsuz müşteri memnuniyeti ilkesine sahip olan e-ticaret siteleri öne çıkacak.
- Tek ürün gamına odaklanmış dikey e-ticaret siteleri, son 3 yılda yıllık yüzde 50 gibi ciddi bir oranla büyüyor. Özellikle dikey e-ticaret şirketlerinin önümüzdeki dönemde daha fazla öne çıkacağı ifade ediliyor.
- Önümüzdeki dönemde farklı ödeme sistemleri sunarak hem kullanıcıya, hem de satıcıya kolaylık sağlayan sitelerin ön planda olacağı düşünülüyor.
- e-ticaretin büyük kısmı şu anda masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar aracılığı ile yapılıyor. Hızla sayıları artan tablet bilgisayarlar, PDA ve akıllı telefonlar aracılığı ile mobil siteler giderek önem kazanacak. Birçok fiziksel mağaza yapısı olan işletme, mağazasını kapatarak sanal mağazacılığı tercih etmeye başlayacak.
- Yerli e-ticaret girişimcileri yavaş yavaş yurtdışına açılacak.

kameradan ses ve ışık masası teminine kadar tüm süreci Yayınmatik ekibi yönetiyor.

Yayınmatik üzerinden yapılan yayınlardan sonra, tekil ve anlık izleyici sayıları, Web'den ve mobil cihazlardan izlenme rakamları ile yurtiçi ve yurtdışı izleyici rakamları, kısacası yayınlara ilgili tüm raporlar müşteriyle paylaşılıyor. Yayınmatik'in kurucusu aynı zamanda 444cicek.com ve Medianova'nın kurucusu olan Serkan Sevim... Zira Medianova şu anda Türkiye'nin en büyük platform servis sağlayıcısı olarak hizmet veriyor, yurtdışına servis ihracatı yapıyor. ‘Deloitte Teknoloji Fast50 Türkiye 2011 Programı’nda beşinci sırada yer alarak, Türkiye'nin en hızlı büyüyen beş teknoloji şirketinden biri. Sevim, “Yayınmatik ile ajanslardan sağlık sektörüne, inşaat sektöründen bankalar ve üniversitelere kadar çok geniş bir yelpazeye hizmet vermeyi amaçlıyoruz. Ayrıca düğün, doğum günü gibi özel günler ile workshop ve parti gibi etkinlikler de hedefimizde bulunuyor” diyor.

SenceBence.com

Markaları elçileriyle buluşturuyor

Türkiye'nin ilk risk sermaye yatırımı almış girişimlerinden birisi olan Akampüs, bir girişim grubu olarak bünyesinde bir gençlik iletişim ajansı (Akampus Youth Marketing) ve dijital teknolojilerin üretildiği ve yönetildiği bir kuluçka şirketini (Akampus Ventures) barındırıyor.

Kapak Konusu

Akampus Youth Marketing, gençlik odaklı pazarlama iletişimi çözümleri üretiyor, uyguluyor ve Türkiye'nin büyük markalarını gençlerle buluşturuyor. Akampus Ventures, internet teknolojilerine odaklanmış bir yatırım şirketi. Akampüs Yönetici Ortağı İbrahim Üğdül, "Akampüs olarak özellikle genç toplulukları markalarla buluşturan çalışmalar yaptık. Turkcell, Intel, YKM, Boyner, Garanti Bankası, İstanbul Modern, Perfume Jewels, Kiğılı gibi şirketlerin marka elçilerini yönettik. Son 2 yıldır da marka elçilerini kitlesel online bir güç olarak buluşturmaya odaklandık. Bu projelerden elde ettiğimiz tecrübeler ışığında SenceBence.com'u 2012 Mayıs ayında açtık" diyor.

SenceBence.com, sosyal etki sahibi bireyleri tespit edip markalarla buluşturan, anlık olarak kitlelerin nabzını tutarken ağızdan ağıza marka iletişimini başlatan, ölçülebilir ve ölçeklenebilir bir iletişim platformu. Yani markaların, elçileriyle bulunduğu bir paylaşım platformu. Site, şu anda 15 binden fazla sosyal etki sahibi kullanıcıyı üye olarak barındırıyor.

Üğdül, kurumların topluluk yönetimi, araştırma ve viral tanıtım ihtiyaçlarına ölçümlenebilir ve ölçeklenebilir şekilde çözüm sunabilecek şu an için tek platform olduklarına dikkat çekiyor.



İBRAHİM ÜĞDÜL
SENCEBENCE.COM

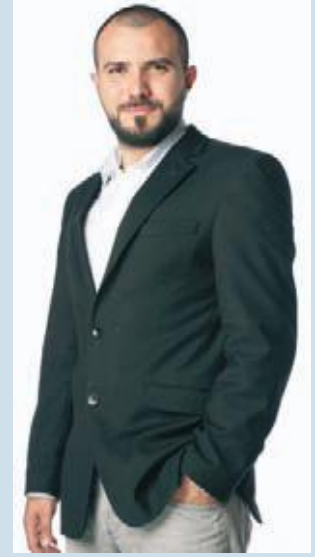
Gruphediye.com

Kuru kuru Facebook mesajından doğan iş fikri

Gruphediye.com, Cengiz Coşkun öncülüğünde Mayıs 2011'de kurulmuş bir site. Coşkun'un da içinde bulunduğu dijital ajansın ortakları Melis Sadıkoğlu İğbilen ve Talat İğbilen ile beraber iki yıl önce beyin fırtınası yaparken ortaya çıkmış. Coşkun, doğum gününde 180 adet Facebook mesajı ve sıfır hediye alınca "Kuru kuru Facebook mesajları yerine her arkadaşım 1 TL bile verse, kendim için güzel bir hediye alabilirdim" diye düşünmüş. Böyle bir ihtiyacın olduğu fark edilmiş ve Türkiye'nin ilk sosyal hediye alışveriş platformunu kurmuşlar. 2012 başında 1.5 milyon TL civarında bir yatırım almışlar. Bugün aylık 200 binden fazla ziyaret, 75 binin üzerinde tekil ziyaretçi alıyor.

Kullanıcılara site üzerinden grup kurma, sembolik bir hediye seçme, seçilen bu hediye için arkadaşlarını davet ederek para toplama imkanı veriliyor. Diyelim ki sevdiğiniz bir arkadaşınızın doğum günü yaklaşıyor. Ona çok istediğini bildiğiniz yeni iPad'ten almak istiyorsunuz. Yüzde yüz sosyal medyayla uyumlu olan

Gruphediye.com'a girip saniyeler içinde bir hediye grubu kuruyorsunuz, ardından hediye alınacak kişinin arkadaşlarını Facebook, Facebook'ta hesabı yoksa e-posta veya SMS yoluyla gruba davet ediyorsunuz. Hatta sadece hediye grubunuzu grup adı veya grup linki ile paylaşabiliyorsunuz. Gruba katılanlar yeni iPad alabilmek için ne kadar para toplanması gerektiğini görüyorlar ve bu hediyeye ortak olmak için kredi kartı ya da PayPal ile istedikleri miktarda ödeme yapıyorlar.



İBRAHİM ÜĞDÜL
GRUPHEDİYE.COM

Ardından toplanan miktar, Gruphediye MasterCard'a yüklenerek hediye alınan kişiye gönderiliyor. Kişi bu kartı MasterCard'ın geçtiği her yerde harcayabiliyor. Kişi, iPad mi yoksa başka bir hediye mi alacağına kendisi karar veriyor.

dünyaninfirsati.com

Grup satın alma siteleri patladı

Harika Sakallı Turan, 2007 yılından bu yana reklam ve yayıncılık alanında faaliyet gösteriyordu. Grup satın alma sitelerinin dünyadaki patlamasının ardından 4.5 ay gibi kısa bir süre sonra Türkiye'deki patlaması Turan'ı harekete geçirdi. Dünyanın Fırsatı'nın çıkış noktası, dünyada büyük ilgi gören ve Türkiye'de giderek popüler hale gelen sosyal satın alma platformlarına farklı bir tarz ve bakış açısı yaratıp, insanların arzu ettikleri etkinlikleri

indirimli satın alma isteklerini karşılamak.

Dünyanın Fırsatı başta yeme, içme, eğlence ve tatil olmak üzere her gün şehrin fırsatlarını tüketicilere sunan bir sosyal satın alma platformu. Fırsatlar, genellikle yüzde 50 ve üzeri indirimlerden oluşuyor.

Dünyanın fırsatının içeriğini şehrin en güzel restoranları, en iyi hizmeti sunan güzellik merkezleri, en iyi tatil ve konaklama fırsatları, etkinlik, eğitim ve hizmet fırsatları ve alışveriş fırsatları oluşturuyor. Günün en iyi fırsatlarını, şehir yaşamına



HARİKA SAKALLI TURAN
DÜNYANINFIRSATI.COM

yön veren tüm aktiviteler her sabah üyelere e-posta yolu ile ulaştırılıyor. 2012 yılını 3 milyon ciro ile kapamayı hedeflediklerini söyleyen Turan, şu an 150 bin kullanıcı sayısına ulaştıklarını belirtiyor.

buldumbuldum.com

İlginç hediyelerin sitesi

Güçlü Gökozan, Los Angeles Andersson Graduate School of Business'ta Entrepreneurship (Girişimcilik) dersleri alırken, şirketini üniversite 1'inci sınıftayken kurdu ve internet üzerinden kişiselleştirilmiş hediyelik ürün ve ithalat işlerine başladı. 3'üncü sınıftayken ise BuldumBuldum.com'u hayata geçirdi.

Farklı ve hiç kimsede olmayan ürünler bulmanın zorluğundan yola çıkarak, bu tür ürünlerin kolaylıkla satın alınabileceği bir internet sitesi kurma fikriyle yola çıktı. Dünyada çok popüler olmuş ancak Türkiye'de hiçbir yerde bulunmayan ilginç ürünler ve hediyeler



GÜÇLÜ GÖKOZAN
BULDUMBULDUM.COM

sitede bulunabiliyor. Bunun dışında kişiye özel yazılı Oscar ödülü, sertifikalar ve plaketler gibi kişiselleştirilebilen hediyeler de web sitesinde satışa sunuluyor. Dolar tuvalet kâğıdından özel yazılı Oscar ödülüne, kamera objektifi şeklindeki kupa bardaktan basıldığında şok veren kaleme, kitap şeklindeki kasadan Angry Birds peluşlarına kadar 3 binden fazla hediye web sitesinde satılıyor.

200 binden fazla üyelerinin olduğunu söyleyen Gökozan, "2011 ciromuz 2.2 milyon TL idi. 2012 hedefimiz 4-5 milyon TL, 2013 hedefimiz ise 10 milyon TL. 2012 sonunda 10 şubeye, 2013 sonunda da 25-30 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz. Gelir ortağı sayımızı 5 bine çıkarmayı hedefliyoruz" diyor.

dolabimiseviyorum.com

Büyük beden kadınlara site açtı

Büyük bedenli kadınlara özel kurulmuş bir site. Melika Çarpatan'ın çocukken anne ve teyzesiyle birlikte çıktığı alışverişlerde fazla kilolarından dolayı üzerlerine elbise bulamamasından yola çıkılarak kurulmuş.

Çarpatan da 2011 yılının sonunda, büyük beden kadınların güzel kıyafetler içinde mutlu olmalarını sağlamak için, ilk adımı atmış ve 'dolabımı seviyorum' isminde bir büyük beden giyim bloğu açmış. Bloğunda büyük beden kadınların bedenlerine uygun ve daha güzel görünmelerini sağlayacak giysi önerilerinde bulunmuş.

"En büyük hata 'kolay para kazanırım' algısı"

Gerek Inveon ve Inventures'ın başarılı girişimlerinden elde ettiğimiz deneyimle, gerekse global çapta başarı kazanmış projeleri dikkatli analiz etmemiz sonrasında, başarılı girişimlerin tesadüfi olmayan ortak noktaları olduğunu gözlemliyoruz.

Özellikle internet girişimlerinin başarısı için gerekli olan bileşenlerin kuvvetli bir iş modeli, rekabet üstünlüğü yaratan bir teknoloji ve işi yürütme becerisi olduğu inancındayız. Ayrıca en fazla gözardı edilen faktörün, işi doğru icra etmek olduğunu düşünürüz. Fikre eşlik edecek sermaye de hemen akabinde gelen, ayrıca önemli bir faktör. Girişimi doğru ekiple, doğru vizyonla, sebat ederek takip etmek daha da önemli. İnternet girişimlerinden çok çabuk para kazanılabileceği yönünde yanlış bir algı söz konusu olabiliyor. Fakat her girişimde olduğu gibi sebat etme, girişimin doğru planlamayla hayata geçirilip, emin adımlarla ilerletme gibi kritik süreçler söz konusu."



INVEON
YOMI KASTRO
Yönetici Ortak

Birçok ünlü tasarımcının fikirlerini almış, ardından da dolabimiseviyorum.com" isminde, büyük beden giysilerin bulunduğu satış sitesini kurdu.

Sitedeki ürünler 42 bedenden başlıyor, daha büyük bedenlere göre gidiyor. Sitede, ürünler tek tek alınabilmesine karşın, sunumu belli bir kombin olarak, manken üstünde yer alıyor. Ürün fiyatları, piyasadaki satış fiyatına oranla yüzde 5 ile 10 arası daha ucuz.

Sitenin nisan ayında açılmasına rağmen, 25 bin TL ciro yakaladığını belirten Çarpatan, "Üye sayımız ağustos ayı itibari ile 7 binin üzerinde. Kullanıcı sayımızı 2015 itibariyle 500 bin kişiye, ciromuzu da 80 milyon TL'ye ulaştırmayı hedefliyoruz" diyor.



MELİKE ÇARPATAN
DOLABIMISEVIYORUM.COM

Kadın Girişimci

Evdeki eski eşyalara ekspertiz yapacak

Koleksiyonluk objeleri satmak için dükkan dükkan fiyat soran eşya sahipleri, artık internet bağlantısıyla fiyat belirleyebilecek. Koleksiyonluk objelerin satışı için geniş eksper kadrosuyla hizmet veren Bukacparaeder.com sitesi antika severlere kısa sürede tek fiyat veriyor.

Herkesin evinde değerli olduğunu düşündüğü veya değerli olduğunu büyüklerinden duyduğu nice obje vardır. Dededen kalma bir saat, büyük annenin çeyizinden porselen yemek takımı veya biblolar... Belki bir servet değeri taşıyan nice eşya yıllarca evlerimizin bir köşesinde sessizce duruyor. Koleksiyonluk bu objeleri satmak için dükkan dükkan fiyat soran eşya sahipleri, artık internet bağlantısıyla fiyat belirleyebilecek. Koleksiyonluk objelerin satışı için geniş eksper kadrosuyla hizmet veren Bukacparaeder.com sitesi antika severlere kısa sürede tek fiyat veriyor.

Sitenin girişimcisi Muazzez Bodur, uzun zamandır düşündüğü bu fikrini gerçeğe dönüştürdü. Yatırımcının yönünü sanat eserlerine çevirdiği bugünlerde sitenin ilgi odağı olmasını bekle-

diklerini dile getiren Muazzez Bodur, uzun zamandır üzerinde çalıştığı BuKacParaEder.com sitesini nihayet geçtiğimiz günlerde hayata geçirdi.

Yurtdışından 69 eksper

Muazzez Bodur, 15 seneyi aşkın süredir Koç Grubu gibi kurumsal şirketlerde profesyonel olarak çalıştıktan sonra ve üç yıl önce kurduğu Koleksiyonerim.com internet sitesinden edindiği tecrübelerle Türkiye'de sanat objelerinin objektif ekspertizi konusunda çok önemli bir adım olduğunu fark eder. Yurtiçi ve yurtdışındaki eksperlerle iletişime geçtikten sonra siteyi kurmaya karar veren Bodur, yurtdışındaki ekspertiz şirketlerinin iş akışlarını incelemek için birçok kez yurtdışına gidip toplantılar yapar.



Muazzez Bodur



Yurtiçinde 40 eksper ile birebir görüşerek anlaşan Bodur, yurtdışında ise 69 eksper siteye eklemeyi başarır. Geçtiğimiz günlerde açılan siteye yönelik büyük beklentileri olduğunu söyleyen Bodur, “Türkiye’de hemen hemen herkesin evinde eski eşya, antika ya da sanat var. Gizli kalmış, kıymeti bilinmeyen hazinelerin gerçek değerini objektif uzmanlar aracılığıyla belirleyen ekspertiz sitesi, BuKacParaEder.com’u girişim hızlandırıcısı Enkuba Technologies desteğiyle kurduk” diyor.

BuKacParaEder.com sitesinin kurulmadan önce eşya sahiplerinin dükkan dükkan dolaşarak potansiyel alıcıların görüşlerine dayanarak yaklaşık bir fiyat belirlemek durumunda kaldıklarını ifade eden Muazzez Bodur, bu nedenle pek çok eşyanın değerinin çok altında elden çıkarıldığını söylüyor. Şu an site üzerinden alım satım işlemi yapılmadığını sadece ekspertiz hizmeti verdiklerini kaydeden Bodur, “Ancak ileri aşamada talep olursa tarafsızlığımızı bozmadan, dileyen değerli eşya sahiplerinin tamamen kendi istedikleri fiyattan ihaleye çıkabileceği bir alım satım platformu kurmayı planlıyoruz” diye konuşuyor.

Hedef 3 bin kullanıcı

Beklentilerinin ilk yıl minimum 3 bin tekil kullanıcıya ulaşarak 4 bin objenin ekspertiz raporunu oluşturmak olduğunu kaydeden Bodur, ileri aşamada talep olursa dileyen değerli eşya sahiplerinin tamamen kendi istedikleri fiyattan ihaleye çıkabileceği bir alım satım platformu kurabileceklerini dile getiriyor. Bodur, sigorta şirketleri, bankalar, sanat sektöründeki firmalar ile ortak projeler geliştirmek istediklerini de belirtiyor. Bodur şunları söylüyor: “Geçmişe dair her tür objeden söz edildiğinde, bu hiç şüphesiz çok geniş bir yelpaze. Türkiye’de ve yurtdışında konusunda uzman eksperler var ancak bu kişilere ulaşmak çok zor ve pahalı. Biz burada eksperler ile obje sahiplerini

Ekspertizi yapılan objeler

Ahşap objeler ve mobilyalar, altın ve gümüş objeler, bakır, pirinç, cam ve bronz ürünler, fotoğraf ve fotoğraf makineleri, gravür, harita ve diğer baskılar, güncel sanat, halı ve kilimler, kartpostal, kitap, dergi ve değerli evrak, klasik arabalar, kur’an, hat ve el yazmaları, makine ve bilimsel aletler, mücevher ve takı, müzik, film, spor, ünlü hatıra objeleri, nişan ve madalyalar, oyuncak figürleri, para, porselen, seramik ve çini, pul, saat, silahlar ve savaş objeleri, tablo, tasavvuf objeleri, tekstil ve işlemler, teşbih, Uzakdoğu objeleri, dönem kıyafetleri, çalgılar, müzik aletleri ve diğer objeler.

bir araya getiriyoruz ve üç iş günü içinde değeri merak edilen objenin ekspertiz raporunu hazırlayarak, danışana raporu teslim ediyoruz. Ekspertizlerimiz görüşlerini eşya sahibini tanımadan, hiçbir alışverişe taraf olmadan objektif bilgi birikimlerine dayanarak veriyorlar.”

Üç adımda değerlendirme

Bu tip objelerin tarafsız olarak değerlendirildiği ticari bir kurumun olmadığı Türkiye’de bir ilke imza attıklarının söyleyen Bodur, site-nin kullanımının da son derece basit ve hızlı olduğunu anlatıyor. Değerleme işleminin üç adımdan oluştuğunu dile getiren Bodur, “Etik kurallarına bağlı, objektif bilgi ve fiyat aralığını vererek korunması gereken kültürel varlıkların sahiplerini de bu anlamda bilgilendirmek temel amacımız. Önce obje her açıdan fotoğraflanarak siteye yükleniyor. Sonra açıklama notuyla birlikte ölçüler giriliyor. Site üzerinden 1, 3, veya 10 kontör alarak hemen ekspertiz başvurusu yapılabilir. Sanal ortamda ve yerinde hizmet veren bir değerlendirme internet sitesi olarak hizmete giren BuKacParaEder.com’da, değerlendirme yapan eksperlerin özgeçmişleri de yer alıyor” diyor.

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr



Kadın Girişimci



Betül Sungurlar

Siz de lezzet topu yapabilirsiniz!

Betie's ustaları tadı kadar görüntüsüne de dikkati çeken tatlılarının yapım sırrını, isteyen herkesle Lezzet Sınıfı'nda paylaşıyor. Kendi mutfağında düzenlediği temel pastacılık, cup cake-kurabiye-şeker hamuru yapımı ve figürleme eğitimleri ile Betie's, yediden yetmişe lezzet ve yemek tutkunlarını bir araya getiriyor. Pandispanya yapımından, pasta kreması hazırlanmasına, şeker hamuru yapımından, renklendirme tekniklerine, figür çalışmalarına kadar çok çeşitli eğitim hizmetlerinin ücreti 100 ve 150 TL arasında değişiyor.

Son yıllarda kutlamalar için çiçek ve çikolataya alternatif yeni ürünler geliştiriliyor. Kimi meyvelerden, kimi cup cake'lerden aranjman yaptırmayı tercih ediyor. Bu tarz yenilikleri tüketiciye sunan şirketlerin sayısı da gün geçtikçe artıyor. Son olarak bir kadın girişimcinin kurduğu Betie's eğlenceli lezzet toplarıyla dikkati çekiyor. 2011 yılında Betül Sungurlar tarafından kurulan şirketin ürettiği kurumlara özel, üzeri logolu ürünler yeni jenerasyon promosyonlar arasına girmeyi başardı.

Lezzet kadar tasarım da önemli

Betül Sungurlar, uzun süre restoran ve organizasyon firmalarında görev aldıktan sonra gıda üzerine kendi işini kur-

Görselliği kadar tadına da doyum olmayan, kişiye özel, yenilebilir hediyeler tasarlamak hayalinden yola çıkan bir kadın girişimcinin yarattığı Betie's markasının ürünleri, özel hediyeler için farklı bir alternatif haline geldi.



maya karar vermiş. İnsanların özel günlerinde, organizasyonlarında, kurumsal etkinliklerinde standartların dışına çıkıp hediye ve çiçek yerine alabilecekleri, hem lezzetli ve şık hediyeler yapmak hayalini, 26 Nisan 2011 tarihinde gerçeğe dönüştüren Sungurlar, ustalarıyla birlikte tecrübe ve fikirlerini birleştirerek, beş aylık bir Ar-Ge çalışması sonrasında, Betie's ürün gruplarını oluşturmuş.

Görselliği kadar ortak damak zevkine hitap eden, kişiye özel, yenilebilir hediyeler tasarlamak hayalinden yola çıkan Sungurlar, bu amaçla öncelikle Betie's özel ürünü olan lezzet toplarının formülünü hazırlamış. Hindistan cevizi ve kavrulmuş fındıkla hazırlanmış çikolatalı keklerinin sütlü çikolatalı kremayla birleştirilip, top haline getirilmesinin ardından,

Lezzet topları kurumsal hediye yeni trend

üzere çikolata kaplanarak formülize edilen lezzet topları için bundan sonrasında, keyifli bir tasarım süreci başlamış. Ürünlerin lezzetleri kadar tasarımlarının da kendileri için büyük önem taşıdığını söyleyen Sungurlar konuşmasına şöyle devam ediyor:

“Şu an www.beties.com sitesinde satılan ürünlerin her biri için onlarca kombinasyon denedik. Bazı özel ürünlerimizin taşıyıcılarını yurtdışından ithal ettik. Bu süreç, yaklaşık 3 ay sürdü. Tüm çalışmalarımızın sonunda çikolata veya bademli olarak hazırlanabilen Betie's lezzet toplarını yarattık. Bu ürün grubumuza ek olarak tekli ve aranjman şeklinde hazırlanabilen kek, kurabiye, cup cake ve tasarım pastalar ile ürün yelpazemizi genişlettik.”

Hedef tüm Türkiye'ye yayılmak

Bir sene gibi kısa süre içerisinde bireysel müşterilerin yanı sıra kurumlar tarafından da tercih edilen bir marka haline gelen Betie's, şirketlerin etkinlik ve özel gün kutlamalarına yönelik ürünleri ile satışlarına hız katıyor.

Yılbaşı, bayramlar, anneler-babalar veya Kadınlar Günü gibi özel zamanlarda işverenlerin, hediye seçeneği olarak toplu siparişler vermeyi tercih ettiğini söyleyen Sungurlar, işe alım, doğum, terfi gibi hediyelerde Betie's'in “Uğur Topları” gibi kişiselleştirilmiş ürünlerinin daha fazla tercih edildiğini belirtiyor.

Firmalara, yaptıkları kongre, fuar, lansman, tanıtım amaçlı özel partiler, bayi toplantıları gibi geniş çaplı katılımlı etkinliklerinde dağıtmak üzere tatlı “ikram” ve “hediye” seçenekleri de sunduklarını ifade eden Sungurlar, kurumsal müşterilerinin çalışanları için özel indirimler yaptıklarını da altını çiziyor.

Şu anda İstanbul'da Anadolu yakasında bir üretim tesisinde ürünlerini hazırladıklarını söyleyen Sungurlar, talep artışı nedeniyle Avrupa yakasında da bir üretim tesisi kurmak için kollarını sıvamış. Beties markasını franchise sistemiyle tüm Türkiye'ye yaymak istediğinin altını çizen Sungurlar bu yönde çalışmaların sürdüğünü de vurguluyor.

Fatoş Bozkus fbozkus@ekonomist.com.tr

Sosyal Sorumluluk

Singer üniversitelerde dikiş sınıfları açıyor

Singer Türkiye, sosyal sorumluluk projesi üniversitelerde Singer sınıfları açmaya başladı. Öğrenciler, projelerini bu şekilde daha hızlı, pratik olarak yapabilecekler. Singer Türkiye Genel Müdürü Sinem Kınran Parlak, "Ayrıca ilköğretim okullarında müfredata eskiden olduğu gibi ev ekonomisi dersini tekrar hobi ve beceri adı altında sokmaya çalışıyoruz. Bu şekilde yeni nesil ilköğretim çağında makina ile tanışacak" diyor.

Sinem Kınran Parlak



Dünyada 160'ıncı Türkiye'de 107'nci yılını kutlayan Singer, sektörde var olduğu ilk günden beri pazarının lideri. Geçen yıl Türkiye'de 120 bin adet Singer dikiş makinesi satan şirket, yüzde 80 ile pazarın hakimi. Singer doğrudan pazarlama yöntemlerini kullanan ilk firmalardan biri.

Dikiş makinelerinin nasıl kullanılacağını göstermekle görevli öğretmenler ve teknisyenlerle dağ köylerine kadar giden satıcılar, yıllarca Singer dikiş makinelerinin bu yolla satışını sağladı. Singer, Türkiye'de, izinli pazarlama yöntemini de kullanan ilk firma oldu.

Tüketicinin iznini alarak, akşamları ev ziyaretleriyle ürün tanıtımı ve satışı yapıyordu.

Zaman ilerledikçe, teknoloji geliştikçe Singer'de bu değişime ayak uydurdu ve her beklentiye cevap verecek makineler üretti ve üretmeye devam ediyor. 'Singer'siz çeyiz yapılmaz' sloganı ile tanınan şirket, Türkiye'de bu çeyiz kültürünü halen ayakta tutan bir konuma sahip.

Ayrıca, Türkiye'de hobi kültürü de gelişmekte ve Singer, kadınların hobi kültürünü yeni teknoloji ürünleriyle desteklemeye devam ediyor.

Şiddet gören kadına dikiş makinesi

Singer marka algısını ve var olan canlılığını korumak için çeşitli çalışmalarda bulunuyor. Bu sosyal sorumluluk projelerinde özellikle aile içi şiddeti gören kadınlara halk eğitim merkezlerinde Singer dikiş makinesi sağlanarak atölye çalışmaları sunuyor ve meslek edindirme konusunda yardımcı olunması hedefleniyor. Okulların tekstil ve tasarım bölümlerinde, ünlü tasarımcılarla workshop düzenliyorlar ve Singer makinelerini okullara bağışlıyorlar. Böylece öğrenciler yeni teknoloji makinelerle eserlerini üretebiliyorlar.

Halk eğitim merkezleri ve belediyelerle ortak çalışmalarında kadınlara dikiş, nakış, mefruşat, tekstil gibi makinayı içine alan konularda kurslar verdiklerini söyleyen Singer Genel Müdürü Sinem Kınran Parlak, bu kurstan sertifika alan öğrencilerin ya tekstil atölyelerinde ya da kendilerinin münferit olarak terzi, atölye gibi çalışmalar yaparak para kazanabildiklerine dikkat çekiyor. Parlak, "Bunun çok güzel örnekleri var. Bir kursiyerimiz tek bir makinayla başladığı iş hayatına Adapazarı'nın en büyük gelinlikçisi olarak devam ediyor. Birçok şubesi var ve yurt dışına ürün yolluyor" diyor.

Üniversitelerde Singer sınıfları açtı

'Bir varmış bir yokmuş herkes çocukmuş' adı altında Bizim Lösemili Çocuklar Vakfı'yla (BLÇV) birlikte özel bir çalışma yaptıklarını belirten Parlak, bu kapsamda modacıların Singer bebekleri tasarladıklarını ve bu bebeklerin özel bir geceyle ünlü isimlere açık artırımla satıldığını ifade ediyor. Gecenin geliri BLÇV'nin yaptırdığı hastanede kullanıldı. Bu yıl için de üniversitelere yönelik bir sosyal sorumluluk projesi başlattıklarını kaydeden Parlak, şöyle devam ediyor:

"Konya Selçuk, Ankara Hacettepe, Yeditepe Güzel Sanatlar, Aydın Üniversitesi, Marmara Güzel Sanatlar fakültelerinde Singer sınıfları açıldı ve öğrenciler yeni teknoloji ile tanıştı. Projelerini bu şekilde daha hızlı, pratik olarak yapabilecekler. Ayrıca ilköğretim okullarında müfredata eskiden olduğu gibi ev ekonomisi dersini tekrar hobi ve beceri adı altında sokmaya çalışıyoruz. Bu şekilde yeni nesil ilköğretim çağında makina ile tanışacak. Basit tamirat işlerini ya da yaratıcılığını kullanarak kıyafetlerini, mefruşatını üretecek, ekonomiye katkıda bulunacak."

Bayileri merkeze taşıyacak

Singer Sınıfları projelerinin devam edeceğini ifade eden Parlak, birçok özel ve devlet üniversitesinin güzel sanatlar, tekstil, moda tasarım gibi makinayla ilişkili bölümlerde sınıflar açmayı planladıklarını vurguluyor. Singer'in 107 yıldır Türkiye'de olduğunu ve birçok ilkleri Türkiye'ye getirdiğini söyleyen Parlak, şöyle devam ediyor:

"İlk faturalı satışı, ilk yabancı şirket, ilk kullanma kılavuzu kullanan, ilk bayi açan, ilk garanti belgesi veren şirketiz. Tabi



Her şey aşkla başladı

Dikiş makinası bugüne kadar icat edilmiş en yararlı bir kaç eşyadan biridir ve temelinde bir aşk öyküsü vardır. Isaac Merritt Singer karısının elleriyle bitmek, tükenmek bilmeyen dikiş uğraşını görür ve onu bu dertten kurtarmanın yollarını arar ve karısına olan aşkın bir sonucu olarak dikiş makinesini icat eder. Merritt Singer'in dikiş makinesini bulması, tasarım, tekstil ve ticaret alanında büyük bir devrim yaratır. Isaac Merritt Singer, ilk düz dikiş makinesini 1850 yılında Boston'da ürettikten sonra, dikiş makinesinin patentini, 12 Ağustos 1851'de aldı ve o günden itibaren Singer, en popüler dikiş makinesi oldu.

Singer'in ilkleri

- Türkiye'de alanında bayilik açan ilk yabancı şirket.
- 'Doğrudan pazarlama' yöntemlerini kullanan ilk firma. (Dikiş makinelerinin nasıl kullanılacağını göstermekte görevli öğretmenler ve teknisyenlerle dağıtım köylerine kadar giden satıcılar, yıllarca Singer dikiş makinelerini bu yolla sattılar.)
- Türkiye'de izinli pazarlama yöntemini kullanan ilk firma. (Tüketicinin iznini alarak, örneğin akşamları ev ziyaretleri ile ürün tanıtımı ve satış yaptılar.)
- Türkiye'de ilk kez kullanma kılavuzu hazırlayan firma. Yetkili satıcı modelini Türkiye'de ilk uygulayan şirketlerden biri oldu.
- Türkiye'de alanında ilk yaygın servis hizmetini veren firma.
- Türkiye'de 'garanti kuponu' uygulamasını başlatan ilk firma.
- Dikiş-nakış konusunda eğitim veren ilk kurum.

bunların hepsi birleşince Singer'in yıllardan beri gelen pazar lideri olma konumu devam ediyor. Türkiye'de bin bayimiz var. Mevcut bayi sayımız yeterli, sadece aktif olan merkezlere bayilerimizin bazılarını taşımak gibi bir hedefimiz var. Böylelikle daha görünür noktalarda olup, müşteriye daha çabuk ulaşabileceğiz."

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Kadın Girişimci

Parti yapmak onlardan soruluyor

İki kadın girişimci tarafından kurulan PartiPaketi, 2005 yılından bu yana parti vermek isteyenlere 3 bin 500'ün üzerinde ürün sunuyor. Noelden paskalyaya, bekarlığa vedadan cadılar bayramına kadar her konseptte uygun parti malzemeleri sunan şirket, franchising vererek büyümek istiyor.

Doğum yapmak, doğmuş olmak, terfi etmek, evlenmek, bir sağlık probleminde kurtulmak, askerden dönmek, uzun bir yolculuğa çıkmak... Hepsi birer kutlama vesilesi olduğundan, artık 'parti vermek' kavramı hayatımızda daha fazla yer kaplamaya başladı.

Bu düşünceden yola çıkarak kurulan PartiPaketi, 2005 yılında parti severleri mutlu etmek için oluşturulan bir parti marketi. Satış kökenli Aslı Pak Atansay ile reklam sektöründe çalışan Ceyden Casaretto'nun bir araya gelerek kurdukları bir girişim... Öyküsü ise şöyle:

Bebeklerine vakit ayırabilmek için profesyonel hayata ara veren Aslı Atansay ve Ceyden Casaretto, çocuklarının doğum günlerinde kullanabilecekleri parti malzemelerinin Türkiye'de bulunmadığını keşfettiler. Kendi çabalarıyla süsleme yapmaktan veya bir organizasyon firmasına avuç dolusu para vermekten başka çare yoktu. Vakti olmayan, el melekeli bulunmayan veya bu işlerden hoşlanmayan biri için bu büyük zorluktu. Böylelikle ortaklar, Amerika'da tanışmış oldukları konseptli parti modelini Türkiye'ye uyarlayarak gerçekleştirmeye karar verdi.

40 bin üyeye ulaştık

PartiPaketi'nin kurulduğu yedi yıl önce parti vermenin Türkiye için çok yeni bir kavram olduğunu söyleyen Aslı Pak Atansay, PartiPaketi'nin kuruluş amacı ve felsefesinin hayata keyif katmak için her özel günü bir partiye dönüştürmek isteyenlere kolay kullanımlı, kolay ulaşılır ürünler sunmak olduğunu altını çiziyor. Emeklemekte olan parti sektörüne girişlerini bir internet sitesiyle yaptıklarını belirten Atansay, şöyle devam ediyor:

"Öncelikle Türk tüketicisine parti ürünleri ne zaman, nerede, nasıl kullanılabilir tanıtıldı. Ürün gamını tüketicinin beğeni ve yergileri doğrultusunda geliştirdik. Eğlenceli kampanyalar, ücretsiz e-kartlar, parti münüleri ve ihtiyaç listeleri gibi ek hizmetlerle sadece alışverişe değil, ziyarete de yönlendirdik. 'Niş talep'lere de yoğunlaştık ve koleksiyon bu doğrultuda belirledik. Ve PartiPaketi yedi yıl içinde 40 bin üyesi olan internet sitesi, farklı şehirlerde yer alan beş mağazası ve toptan ağıyla, partiseverlerin tercih ettiği adres oldu."

3 bin 500 çeşit ürün

Bu model ile kendi partisini kendi organize etmek isteyen, kullanacağı ürünlerin pratik olmasına önem veren, partinin bitmesiyle birlikte yükünden de kurtulmak isteyen insanlara hitap edeceklerdi. Ürünler pratik, kaliteli, çeşitli ve ulaşılabilir olacaktı.

Dünyanın en büyük parti malzemeleri üreticilerinin Türkiye dağıtımını aldılar. 500 üründen başlayan koleksiyonları hızla artan talep ve müşteri memnuniyeti nedeniyle kısa sürede 3 bin 500'ü buldu. Temalı kağıt tabak konsepti sevildi, pratik ürünler sayesinde yorulmadan parti vermeye olanak tanıdılar.



Aslı Pak
AtansoyCeyden
Casaretto

Mezuniyetten cadılar bayramına

PartiPaketi, dünyaca ünlü Amerikan Party City zincir mağazalarının Türkiye ayağı. Dünyanın en büyük üreticilerinin a kalite ürünlerini bir arada bulabiliyor, ister mağazadan, ister internetten satın alabiliyorsunuz. Kendi partisini kendi organize etmek isteyenlere hitap eden PartiPaketi, 3 bin 500 civarında kullan-at parti malzemesini tüketicinin beğenisine sunuyor. PartiPaketi'nde bebek, çocuk, genç ve yetişkinlere yönelik, kombin halinde veya tek tek alınabilecek pek çok ürün alternatifi bulunuyor. Tüm ürünler plastik, kağıt ve folyodan.

Çocuk ve yetişkin doğum günü, ilk yaş partisi, 30-40-50-60 yaş partileri, yıldönümü, doğum, baby shower, dış buğdayı, mevlüt, sünnet, düğün, nişan, bekarlığa veda, kına gecesi, evlilik yıldönümü, yılbaşı, noel, paskalya, sevgililer günü, halloween/cadılar bayramı, anneler günü, babalar günü, mezuniyet, temalı partiler, kostümlü partiler, bahçe partileri, bahar şenliği, piknikler, sürpriz partiler ve tüm diğer kutlama ve özel günler için parti dekorları, tabak, bardak, çatal-bıçak, masa örtüsü, peçeteden oluşan sofralar, parti hediyelikleri, parti oyunları, pinyata, mum, pasta, kurabiye, kostüm, kostüm aksesuarları, balon ve partiye dair her şey, genel koleksiyonu oluşturuyor”

“Zengin işi değil”

PartiPaketi'nden önce parti vermenin zengin kesime ait bir eğlence gibi görüldüğünü söyleyen Casaretto, daha önceleri partilerin bir organizasyon firması aracılığıyla gerçekleştirildiğine dikkat çekiyor. “Buna gücü olmayanlar için ise parti, bir pasta ve balon ile geçirilen doğum günü eğlencelerinden ibaretti” diyor Casaretto, şöyle devam ediyor:

“PartiPaketi'nin pazarı herkesin bütçesine uygun, pratik ürünlere açmasıyla dekorlu, kostümlü, oyunlu, hediyeli bir eğ-

lence dünyasına giriverdi. Doğum günü ile sınırlı kutlamalar, Türkiye piyasasına sunulan bu geniş ürün gamıyla yeni trendlere aracı oldu. Doğumdan sonra yorucu bir döneme girecek annenin hayatını önceden kolaylaştırmak için yapılan bebeğe hoş geldin partisi 'Baby shower', hayat yoluna birlikte çıkmaya hazırlanan çiftlerin evlilik öncesindeki son 'özgür' gününü dostlarıyla kutladıkları bekarlığa veda, cadılar bayramı hayatımıza girdi... Ve işte böylece hedef kitle de sosyo-ekonomik anlamda daha geniş tabanlara yayıldı. PartiPaketi'nin müşteri kitlesi eğlenmeyi seven, özel günleri bir araya dönüştürmeyi isteyen, açık vizyonlu kişiler. Kadınlar, özellikle de anneler, bu kesimin geniş bir yüzdesini oluşturuyor.”

Yeni franchise'lar arıyor

PartiPaketi'nin bugün merkeze bağlı internet satış ağı ve üç mağazası dışında, iki adet franchise satış noktası bulunuyor. İstanbul'da Yeşilköy, Ataşehir ve çevre bölgeler ile Adana, Bursa, Antalya, Mersin hedef iller arasında. PartiPaketi, franchise bedeli veya royalti fee talep etmemekle birlikte, franchise, PartiPaketi'nin isim hakkı şartlarına uymakla yükümlü. Bunlar arasında PartiPaketi'nin satış noktası standartlarını birbir uygulamak, kampanyalarda yer almak, ürün gamının eksiksiz satışını yapmak yer alıyor. Kuruluş aşamasında 35 bin ile 50 bin TL arası bir yatırım bedeli öngörülüyor.

Her türlü tanıtım ve reklam desteği merkez tarafından yürütülüyor. Satış eğitimi, basın yayın organlarında yer alan röportaj, reklam ve haberler, 40 binin üzerindeki üye listesine yapılan düzenli ürün/kampanya/tanıtım çalışmaları, basılı materyal tasarımlarının gerçekleştirilmesi, dönemsel indirim/yarışma kampanyaları, müşteri yönlendirmeleri bu destekler arasında.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Ambalaj

En janjanlı ambalajlar

Ambalaj sektörünün en önemi yarışmalarından biri olan 'Ambalaj Ay Yıldızları' yarışması sonuçlandı. Yarışmada 'Yetkinlik 2012' ödülüne layık görülen ambalajlar, dilerse Dünya Ambalaj Örgütü'nün düzenlediği WorldStar Yarışması da dahil uluslararası yarışmalara katılabilecekler.



Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) tarafından bu yıl üçüncüsü düzenlenen Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nın sonuçları belli oldu. Yarışmaya başvuru yapan 170 ambalaj 12 farklı kategoride değerlendirildi. Yarışma ile ASD ülkemizde üretilen ticari malların yurt içi ve yurt dışı piyasalarda yer edinmesi, özgün ve doğru ambalaj uygulamaları ile sağlanacak katma değer ile rekabet gücü kazanmasına katkıda bulunacak bir ambalaj endüstrisinin gelişmesini hedefliyor.

Türk firmaların yurtiçinde ve yurtdışında üretmiş oldukları ve piyasaya sürdükleri ürünler ile katıldıkları Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması, WPO-World Packaging Organization (Dünya Ambalaj Örgütü) tarafından da akredite edilerek yetkinliği tanındı. Yarışmanın ilk aşamasında genel sıralamada jüri üyelerinin verdiği notlara göre en az 'iyi' olarak not verdiği ambalajlar 'Yetkinlik 2012' ödülüne layık görüldü. Yarışma kuralı uyarınca 'Yetkinlik 2012' ödülüne layık görülen ambalajlar dilerse WPO'nun düzenlediği WorldStar Yarışması da dahil uluslararası yarışmalara katılma hakkı kazandılar.

WorldStar'a katılabilecekler

İkinci aşamada 'Yetkinlik 2012' ödülüne layık görülen ambalajlar arasında yapılan değerlendirmede her bir kategorinin altın, gümüş ve bronz ödülleri belirlendi. Kategorilerin ödülleri 3 Eylül tarihinde düzenlenecek ödül töreninde açıklanacak. Ambalaj Ay Yıldızları Yarışması'nda verilen Altın Ödüller arasından TSE işbirliği ile Altın Ambalaj Ödülleri de verildi. Seçici kurul uygun gördüğü yarışma kategorilerinde verdiği altın ödüller içinden ayrıca iki adet 'Altın Ambalaj Ödülü'nü' seçti.

WorldStar yarışmasına katılmak isteyen kuruluşlar en az 'Yetkinlik 2012' ödülünü almış olmak kaydı ile 12 Ekim 2012 tarihine kadar WorldStar yarışmasına katılım başvurusunu ASD üzerinden yapabilecekler.

Zeytinyağı ön planda

Yaşantımıza önemli katkıları olan ambalajın özellikle gıda ve içecek ürünlerinin uygun miktar ve porsiyonlarda tüketimini sağlamasına yönelik tasarımlarını dikkat çektiğini söyleyen ASD Yönetim Kurulu Başkanı Sadettin Korkut, ambalajın daha kolay geri dönüşüm ve geri kazanımının önemini ve daha hafif yani daha çevreci ambalaj kavramının

Saadettin Korkut



ön plana çıktığı söylüyor. Korkut, şöyle devam ediyor:

“Grafik tasarımlarında kimi zaman sadelik kimi zaman da özellikle çocukları cezbedici renk ve desenler kullanılırken; kolay açılır-kapanır özelliklerinin geliştirildiği böylece her yaş grubunun daha kolay kullanabildiği ambalajlar dikkat çekiyor.

Özellikle ülkemiz coğrafyasının zenginliğinin göstergesi olan zeytinyağı çeşitliliğini ve önemini ön plana çıkaran ambalajlar yarışmada kazananlar arasında yer alıyor.”

Yarışma kategorileri

Yarışmada ayrılan ambalaj kategorileri şöyle: Gıda, içecek, sağlık ve güzellik ürünleri, ev-otomotiv-ofis araç ve gereçleri ile ihtiyaç malzemeleri, diğer gıda dışı ürünleri, tıp ve eczacılık, endüstriyel taşıma, ambalaj malzemeleri, satış noktası sergileme, sunum ve muhafaza ürünleri, fleksibl ambalajlar ve grafik tasarımı.

Strateji

Markaların yeni bir doktoru var

'Marka Doktoru' adıyla kurduğu şirkette firmalara markalaşma hizmeti veren turizmcı Gürkan Boztepe, halkla ilişkilerden reklam ajansına, iç denetçiliğinden dekorasyona kadar farklı alanlarda tek çatı altında hizmet veriyor.



Gürkan Boztepe

Gürkan Boztepe, 20 yıllık turizmcı. Daha Önce Yaşar Holding'de turizm başkan yardımcılığı yapan Boztepe, Business Center Boztepe Turizm'i kurdu. Ardından Vip Turizm'in Ege Bölgesi temsilcisi oldu. 'Amerika'da doğum', 'köpeklerle tatil', 'babamla kampa' gibi inovatif tatil konseptleri geliştirerek tüketicilere ulaşan Boztepe, İstanbul Nişantaşı'nda açtığı ofisle turizm ve yeme-içme alanında faaliyet gösterecek şirketlere özel bir danışmanlık hizmeti veriyor.

Boztepe, kurumsallaşmak ve markalaşmak isteyen şirketlere danışmanlık yapmanın ötesinde bir yaklaşım sunduklarını belirtirken alanında uzman kişilerle çalıştıklarını söylüyor. 'Marka doktorluğu' olarak tanımlanan konseptte hedef, belli bir süreç sonunda işletmelerin cirolarında ve kârlıklarında artış sağlamak.

Çözüm odaklı hizmet

Alanlarını sadece turizmle sınırlı olmadığını söyleyen Boztepe, şöyle devam ediyor:

"Turizmde markalaşmak isteyen tüm restoran, otel, eğlence sektörü, yabancı ortaklık isteyen yatırımcılar başta olmak üzere danışmanlık hizmeti sunuyoruz. Fakat bunu yaparken sadece Pr veya ajans bakış açısından değil direkt patrona bağlı, 'patronun karlılığını nasıl arttırırım' mantığında tüm pazarlama stratejilerini de hazırlayarak çözüm odaklı hizmet sunuyoruz. Bizim turizm ötesinde, baz istasyonu yapan inşaat firmasına kadar farklı sektörlerde hizmet sunduğumuz kuruluşlar mevcut. En önemlisi patronlara önce teşhis sonra, tedavi sunabilen ve gerçekleri yüzüne söyleyen tek birim Marka Doktoru..."

“İç denetim önemli”

Boztepe, patronlara zaman kaybetmemeleri adına tek bir noktadan hizmet sunmayı amaçlayarak 'Marka Doktoru'nu kurduklarını ifade ediyor. Marka doktorluğu kavramı ile işletmelere kârlılık odaklı bir yaklaşım getirmeyi hedeflediklerini söyleyen Boztepe, “Bir mekan kurulacağı zaman dekorasyondan, konseptine, mönülerinden iç organizasyon yapısına kadar her konuda müdahil oluyoruz. Halkla ilişkilerden reklam ajansına, iç denetçiliğinden dekorasyona kadar farklı alanlarda tek çatı altında hizmet veren bir anlayış planladık” diyor. Turizmciilerin yatırım aşamasında kendileri ile irtibata geçmesinin önemine işaret eden Boztepe, şunları söylüyor:

"Otel düşündüğünüz andan itibaren bir araya gelmekte fayda var. Siz Alaçatı'da 79 tane butik otel varken bir tane de ben dikeyim dersiniz sonra da bana gelerseniz sıkıntılı bir süreç olur. Bizim buradaki hedefimiz boşluk olan pazarı göstermek, yabancı ortaklık düşünüyorsanız potansiyel ortakları bir araya getirmek, iç denetleme ile kârlılığı arttırmak. Dünyanın en iyi otelini de yapsanız garson ter kokuyorsa başarılı bir işletme olamazsınız. Bunu da iç denetleme ile çözmek zorunluluğu var."

Sosyal medya vurgusu

İç denetleme konusunda Ege Üniversitesi ile çalıştıklarını İstanbul'da ise Bahçeşehir Üniversitesi ile işbirliği yaptıklarını ifade eden Boztepe, restoranlara verecekleri danışmanlık hizmeti konusunda ise Mutfak Sanatları Akademisi'nin kurucusu Osman Serim'den destek aldıklarını söylüyor. Boztepe, "Mönü oluşturmak başlı başına bir iş. Osman Serim gibi gastronomi sektörünün önde gelen bir ismi ile işbirliği yapıyoruz. Uluslararası restoranların gıda denetimini gerçekleştiren bir ekibimiz var" diyor.

Markalaşmak için internet üzerinden yapılan çalışmaların çok önemli bir hale geldiğini vurgulayan Gürkan Boztepe, sosyal platformlarda marka algısını oluşturmanın çok daha hızlı olduğunu kaydediyor. Bu alanda da ciddi çalışmalar yaptıklarını, markalaşmak isteyen şirketler için alternatifli web sayfası tasarımları üzerinde çalışıp sitelerini yenilediklerini belirten Boztepe, Twitter, Facebook gibi sosyal ağlar üzerinden kampanyalar yapmalarını sağladıklarının altını çiziyor.

“Düşünce kalıplarınızı değiştirin”

KOBİ'lere çeşitli firmalar tarafından eğitimler verildiğini ancak bunun yeterli olmadığına söyleyen Gürkan Boztepe, başarının sırrının farklı düşünmek ve gizli denetlemeden geçtiğine vurgu yapıyor. Karlılığın elde edilmesi için düşünce kalıplarının değiştirilmesinin gerekliliğine dikkat çeken Boztepe, şunları belirtiyor:

“Türkiye'deki mantık şu: 'Komşu para mı kazanıyor iyi biz de o işi yapalım, bu arada teşvik kredi devletten destek varsa alalım ama fazla prosedürlü olmasın. Mümkünse danışmanlık da almayalım. Biz zaten firmayı dededen kurmuşuz, bir de danışmanlara mı para kaptıracağız.' Yurtdışında rakipler neler yapıyor, Türkiye de başarılı markalar nasıl oluştu veya üç nesil sonra bu marka ne olacak? bunları sorgulayan ve çözüm üretebilen pek yok.”

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



“Hedef kitlede duygu yaratmak önemli”

Hindistan'ın sağlık turizmi ve bilişim konularına odaklandığını ve bu alanlarda birer marka algısı yarattığını söyleyen Gürkan Boztepe, bu iki alanda da Hindistan'ın Türkiye'yi geçtiğini vurguluyor. Tata'nın Jaguar'ı satın aldığını ancak Türkiye'de hala 'Türk arabasını kim yapmalı' tartışmalarının olduğuna dikkat çeken Boztepe, şöyle devam ediyor:

“Marka yedi adımda, zaman ve emekle olmakta. Konumlandırma, ürün geliştirme ve fiyatlandırma, reklam tanıtım, promosyon, dağıtım veya ulaşılabilirlik, müşteri sadakati ve trendler, marka karlılığı ve satın alma isteği. Satabilmek için de hedef kitlede duygular yaratmak önemli. Gerekli gereksiz reklam paraları harcanıyor, sonuç ne soran var mı? Örneğin, Turquality kesinlikle tebrik edilmesi gereken bir sistem... Ancak duyurusu yeterince yapılmamış durumda. Hala sadece tekstil sektörü için algılanıyor. Küçük ve orta boy firmalara yeterince ulaşmadığı düşüncesindeyim.”

Söyleşi

Fatih'in fotokopi makineleri Konica Minolta'dan

Konica Minolta, Türkiye'deki distribütörü Transteknik'i satın aldıktan sonra hedef büyüttü. Fatih Projesi'ne 3 binden fazla fotokopi makinesi vermeye hazırlanan şirket, bayilik ağını da genişleterek, satıştan kuruluma kadar her alanda hizmet vermeyi hedefliyor.



Gürsel AK

O fis baskı sistemlerinde dünya çapında adını duyurmuş olan Konica Minolta, Türkiye'deki distribütörü Transteknik'i satın alarak Türkiye'de 'Konica Minolta Turkey İş Teknolojileri A.Ş.' olarak faaliyet göstermeye başladı.

Şirketin bu çerçevede Türkiye'ye yönelik büyük hedefleri var. Türkiye pazarında birinci sıraya oturmayı hedefleyen Konica Minolta, ihalesini aldığı eğitimde fırsatları artırma ve teknolojiyi iyileştirme hareketi olarak bilinen Fatih Projesi kapsamında toplamda 3 bin 657 adet fotokopi makinesi ve yazıcı sağlayacak okullara.

Konica Minolta Türkiye Başkanı Gürsel Ak, uzun vadedeki hedeflerinin ise bünyesinde bir IT Service Provider (bir firmaya server'dan tüm bilgisayarlarına varana dek kurulum ve ağ) oluşturmak olduğunu söylüyor. Şirketin hedefi, bir başka deyişle kutu satışından öte teknolojinin her alanında kurum ve kuruluşlara danışmanlık yapmak.

Ak, sorularımızı şöyle yanıtladı:

KOBİ Girişim: Konica Minolta'nın global yapılanması hakkında bilgi verebilir misiniz?

Gürsel Ak: Konica Minolta Turkey İş Teknolojileri A.Ş. (BTR) merkezi Almanya'nın Langenhagen şehrindeki Konica Minolta Business Solutions Europe (BEU) firmasının bir şirketi olarak faaliyet gösteriyor. Avrupa'daki ana şirketimiz BEU ise EMEA denilen Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgelerini kapsayan bir şirket. Konica Minolta'nın Amerika kıtasından sorumlu bir merkezi ABD'de ve Asya Pasifik bölgelerinden sorumlu bir şirketi de Tokyo'da bulunuyor. BEU şirketinin Avrupa genelinde Türkiye dâhil 30 kendine ait ulusal ticari şirketi var ve EMEA bölgesinin geri kalanında ise 68 ülkede distribütörlükler aracılığı ile faa-

liyet gösteriyor.

Konica Minolta, Türkiye'deki distribütörü olan Transteknik'i neden satın almaya karar verdi?

Büyüme stratejilerine paralel olarak, Avrupa, Afrika ve Ortadoğu'da sürekli olarak yeni yatırımları, işbirliklerini ve satın almaları stratejik planlamalarının ana eksenini oluşturuyor. Bu çerçevede Avrupa ve dünyanın en hızlı büyüme göstergelerine sahip Türkiye de Konica Minolta için bir büyüme potansiyeli olarak algılanmaktaydı. Türkiye distribütörü Transteknik Teknoloji A.Ş. ile bu yönde yapılan görüşmelerden de fikir ve anlayış birliği çıktığı görülünce satın alma kararı verildi. Nisan 2012 itibarıyla Konica Minolta Türkiye'de kendi organizasyonunu yapılandırmaya başladı.

Bu satın alma ile neler hedefliyorsunuz?

Konica Minolta BEU, Türkiye'deki bu satın alma ile Avrupa'nın ve dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinin başında olan ülkemizin gelişen ekonomisine paralel bir büyüme hedefliyor. Ürün odaklı yaklaşım yerine geliştirmiş olduğu doküman yönetim yazılımları, müşterilerinin münhasır ihtiyaçlarına bire bir karşılık verecek olan hizmetleriyle daha ziyade danışmanlık odaklı bir büyümeyi hedefliyor. Bu anlamda dikey pazarlarda daha derin bir yapılanma, production printing pazarında daha yaygın bir hizmet ağı ve müşterilerimizin doküman işlerini optimize eden bir servis anlayışı ile pazardaki yerimizi güçlendirmeyi hedefliyoruz.

Dünya ve Türkiye'de ofis baskı sistemleri sektörünü karşılaştırdığınızda ne gibi farklılıklar ya da benzerlikler söz konusu?

Türkiye'de bazı bölgesel kalkınmışlık farklarının az da olsa halen mevcut olmasından dolayı, bazı bölgesel pazarlar halen resmi kurumsal yapılar şeklinde. Yani bazı illerimizde özel sektörün payı ne yazık ki çok fazla değil. Bu illerimizde pazarımız daha ziyade devlet daireleri ve bu pazara yönelik alımlar ise genelde devlet ihaleleri şeklinde. Öte yandan Avrupa gibi gelişmiş ülkelerde fotokopi pazarındaki renkli makine oranı bazı ülkelerde yüzde 70'lere kadar çıkıyor, bizim ülkemizde ise bu oran yüzde 20 seviyesinde. Çoğu gelişmiş ülkede yüksek çıktı hacmine sahip kurumlar bu ihtiyaçlarını kendi bünyelerinde oluşturdukları bir baskı merkezinde çok daha avantajlı maliyetlere çözüyorlar, bizde ise bu yöndeki ihtiyaçları karşılayan büyük "Copy Center"lar.

Bu yeni süreçte satışlarda ne gibi gelişmeler bekleniyor?

2012 yılında gerçekleşen bu yeni oluşumun satışlarımızı çok olumlu yönde etkileyeceğini ve Fatih Projesi'nin de

katkısıyla adetsel anlamda bu yıl lider olacağımızı öngörüyoruz. Ama biz artık kutu satıcı firmadan çok teknolojiyle ilgili her türlü danışmanlık hizmetini veren bir firma olmak istiyoruz. Biz doküman yönetimini bilen bir şirketiz ve müşterilerimizin bu işlerini bize vermelerini arzu ediyoruz. Makinelere kimin erişeceğinden kullanıcıların eğitimine kadar her türlü hizmeti vermeyi, makinelerin doğru ve verimli kullanılarak ömürlerini uzatmayı ve şirketlerin tasarruf etmelerini sağlayacağız. Buna optimize edilmiş baskı hizmetleri diyoruz. 2012 yılında güçlü bölgesi ile Konica Minolta Turkey İş teknolojileri A.Ş.'nin büyümemizde büyük katkısı olacağını düşünüyoruz. Türkiye'deki şirketimiz özellikle renkli makinelerin oluşturduğu pazar ve yüksek segment baskı makinelerinin oluşturduğu pazarda 2012 yılında lider konuma yükselecek.

Fatih Projesi ihalesi ile ne kadar adetlik fotokopi makinesi ve yazıcı sağlanacak?

MEB'in hayata geçirdiği Fatih Projesi'nde ihalesini aldığımız 3 bin 657 adet makinenin kurulumunu tamamlamak üzereyiz. Makine ile ilgili bilgilendirmeleri Konica Minolta yaparken, pratik bilgileri de içeren eğitim filmleri MEB yapısında internet sitesinde sürekli ulaşılabilir durumda. Bu, yeni bir yaklaşımla bilgiyi müşteriye götürmek anlamına geliyor.

Konica Minolta'nın ihaleden kazancı ne olacak?

Fatih Projesi, misyonu ve vizyonu ile bir teknolojik atılım projesi. Orta ve uzun vadede bu cihazlarımız ile servis gelirlerimiz olacak ancak daha da önemlisi bizim Konica Minolta olarak önem verdiğimiz en büyük kazancımız, Türkiye'nin en büyük IT projesine bir yüklenici olarak girmiş bulunmaktayız, bunun markamız açısından önemi çok büyük. Sektörümüzdeki her firmayı geride bırakarak bu projeyi üstlenmiş bulunuyoruz, bunun sorumluluğunu taşımak en büyük kazancımız.

Kısa ve uzun vadeli hedefleriniz neler?

Özellikle matbaalarda dijital, daha küçük işleri de yapabilecek çözümlere kayış var. Bizim bu yılki hedef pazarlarımızdan biri de bu. Matbaalarda dijitalin payı yüzde 1 ve sonsuz bir pazar var. Bu değişimden ciddi pay alacağımızı düşünüyoruz. Üretim segmenti dediğimiz makine segmentinde renklide birinciyiz, siyah beyazda da yine hedefimiz birincilik. Üç yıl sonra 50 milyon lira ciro hedefliyoruz. Kişiyi özel çözümler sunan ve gelirimizin yüzde 25'ini profesyonel hizmetlerden sağlamış olan bir şirket olmayı hedefliyoruz.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Bayilik ağını genişletecek

Bayilerin de bu satış sürecini çok olumlu şekilde karşıladıklarını söyleyen Gürsel Ak, Transteknik'in gücünü aynı zamanda iş ortaklıklarından aldığına dikkat çekiyor ve şunları söylüyor:

"Konica Minolta olarak bizler de güçlü iş ortaklarımız ile ticari faaliyetlerimizi daha da genişleterek sürdürmeyi amaçlıyoruz. Onların da beklentileri yeni dönemin kendilerini daha da büyüteceği yönünde. Çeşitli bölgelerde büyüme stratejimize paralel olarak bazı eklemeler de yapmayı planlıyoruz. Ancak temel olarak majör bir takım değişikliklerin yapılmayacağını söyleyebiliriz. Bayilerimizi daha da güçlü hale getirecek olan bazı bayi geliştirme programları da uygulamamızın bir parçası olacak."

Kadın Girişimci

Rainbow, Adore Oyuncak ile anlaştı



Esin Yürür

Dünyanın önde gelen lisanslarından biri olan Winx Club'ın sahibi Rainbow, Türkiye'de Adore Oyuncak'la stratejik bir işbirliği yaptı. Bu anlaşma ile Adore Oyuncak, Winx Club'ın yeni TV serisi ile beraber gelecek olan tüm oyuncaklarının Türkiye dağıtım haklarını aldı.

Dünyanın önde gelen İtalyan lisans, yapımcı ve distribütör şirketi Rainbow, perakende de yeni pazarlara açılma stratejisi dahilinde, en popüler markası Winx Club'ın oyuncakları için Türkiye'de Adore Oyuncak ile önemli bir anlaşmaya imza attı. Global dağıtım planı çerçevesinde, Winx Club'ın yeni 5'inci sezonunun lansmanı ile birlikte başlayacak olan bu ortaklık ile Adore Oyuncak yeni seri oyuncak bebek koleksiyonunu dağıtım hakkına sahip oldu. İşbirliğine ilişkin bilgi veren Adore Oyuncak'ın Genel Müdürü Esin Yürür, "Ben 10 ve Lego gibi erkek oyuncaklarında ağırlığımız vardı ve kız çocuklarına yönelik ürünlerde zayıftık. Rainbow ise Türkiye'de



Winx'in lisanslı ürünlerinde çok iyi bir konumdayken oyuncak alanında geride kalmıştı. Onlar da bu pazar için arayış içindelerdi biz de bu segmentte doğru bir marka arayışındaydık. Bu işbirliği ikimiz için de çok iyi oldu. Rainbow şirketi anavatanı İtalya'dan sonra İspanya ve Türkiye pazarlarına çok önem veriyor" diyor.

Ekimde piyasaya çıkıyor

Sihirli güçleri olan ve kötülüğe savaş açmış büyüleyici altı arkadaş... Milyonlarca çocuk-geç izleyicinin kalbini fethetmiş altı peri... Winx Club'ın 130'dan fazla ülkede yayınlanan, 104'ün üzerinde çizgi film bölümü ve dört adet televizyon filmi var. Yaklaşık 4 milyar dolara yakın cirosu olan Rainbow şirketinin yarattığı Winx Club, şirketin en popüler küresel markası. Dünya çapında en çok izlenen çizgi film ve perakende de en çok tercih edilen lisans ve ürün olma özelliğini sürdüren Winx, 3-9 yaş grubuna hitap ediyor. Winx, filmi kadar oyuncaqlarıyla da büyük ilgi görüyor.

Dünya çapında 50'den fazla ülkede dağıtılan ve model bebekler arasında ilk sıralarda yer alan Winx bebeklerinin Türkiye'de de en çok satılanlar arasına girmesi bekleniyor. Türkiye ve KKTC'de Winx bebeklerinin yanı sıra oyun setlerinin de dağıtımını yapacaklarını söyleyen Yürür, şöyle devam ediyor:

"Rainbow dünyanın en büyük lisans firmalarından biri ve Avrupa'nın en büyük film stüdyosuna da sahipler. En büyük markaları Winx. Bizim onlarla diyalogumuz üç yıl önce Winx'in içindeki diğer karakterlerden Popixie'lerin satışına başlamamızla oldu. Bunun ardından işbirliğimiz gelişti ve Winx'in Türkiye'deki dağıtımını bizimle yapmak istediler. Ekim ayında dağıtımına başlıyoruz. Her yerde Winx görmeye hazırlanın."

Pazar payı artacak

Rainbow, Winx lisansı konusunda Türkiye'de çok güçlü. 25 değişik alanda lisans veren şirket, pazarda oyuncaktaki ağırlığını artırmak için Adore ile anlaşmış. Bir çok Winx aktivitesi hazırlığında olduklarını söyleyen Yürür, "Rainbow'un Roma yakınlarında bulunan Rainbow Magicland diye yeni bir eğlence parkı var. Promosyonel unsur olarak olarak burayı da ön plana çıkaracağız. Kızların Winx parkına gitmesini hayal etmelerini sağlayacağız. Bütün oyuncakçılarda, hipermarketlerde, departman store'larda, hobi mağazalarında satılacak. İlk yıl için pazar payımızda Winx ile birlikte yüzde 50'lik bir artış bekliyoruz" diye anlatıyor.

Arkadaşının çocuğuna oyuncak ararken iş fikrini buldu

Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olan Esin Yürür, pazarlama üzerine yüksek lisans yaptıktan sonra 1986 yılından itibaren çeşitli birçok şirketin pazarlama – satış departmanlarında görev yapmış.

Ürün yöneticisi, pazarlama müdürü gibi pozisyonlarda çalışan Yürür, bir tesadüf sonucu oyuncak sektörüyle tanışmış. Bir arkadaşının çocuğuna eğitici oyuncak ararken Türkiye'de bu alanda çok büyük bir açık olduğunu görmesi onu bu alana itmiş. Bir yıl boyunca sektöre yönelik derin araştırmalar yürüten Yürür, Türkiye'de bu alandaki faaliyetlere ve eğitici oyuncak işinde olan yabancı firmalarla odaklanmış.

1996 yılında Adore Oyuncak firmasını kuran Yürür, bugün üç mağazada hizmet verdiklerini ve Türkiye'de oyuncak satışı yapan her firmaya oyuncak dağıtımını yaptıklarını söylüyor.

Yürür, bünyelerinde Lego, Ravensburger, Revell, Hurumika, Ben 10, PopPixie, Star Friends, Tamagotchi ve Sylvanian Families markalarının bulunduğu belirtiyor. Özellikle Lego'nun son üç yılın satışları en çok artan oyuncak olduğunu ifade eden Yürür, "Biz geçen yıl yüzde 70'lik büyüme oranıyla Lego'nun dünyada en çok büyüyen distribütörü olduk. Winx artı ciro getirecek. Bu yeni markanın ciromuza yüzde 50'nin üzerinde etkisi olacağını düşünüyoruz" diyor.

Türkiye'de de çok yakında Nickelodeon ile birlikte ulusal iki kanalda gösterilecek olan Winx Club'ın beşinci sezonunda, Winx Perileri; Bloom, Stella, Flora, Layla, Tecna ve Miusa su altı teması dahilinde çocukların karşısına çıkacak. Winx Perileri, televizyon çizgi filmi ve dijital medya ile bağlantılı olacak ve her bir oyuncak bebekte özel olarak bulunan kod ile çocuklar www.winxclub.com web sayfasından kendi bebeklerine için özel içerikler indirebilecek. Winx'in, Nickelodeon ortak yapımı olan 5'inci sezon lansmanı tüm dünyada bu yılın sonbahar mevsiminde yapılacak. Yeni seride oyuncaklar, kız çocukları oyunlarının ana unsurları olan, peri, moda ve saç modeli temalarını temsil edecek.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr

Kadın Girişimci

İskandinavya'dan çocuk modasını getirdi

Gittiği İskandinav ülkelerindeki çocuk modasından etkilenen kadın girişimci Yonca Muslubaş, Nuuba&theGang'i kurarak, İskandinav çocuk modasını Türkiye'ye taşıdı. Getirdiği markaların tasarımcıları ya da sahiplerinin ebeveyn olmasına dikkat eden Muslubaş, dört ayda 10 bin ziyaretçiye ulaştı. Kadın girişimci, şimdi de çocuk odaları tasarlamak istiyor.

Nuuba&theGang Kurucusu Yonca Muslubaş uzun yıllar reklam sektöründe çalıştı. Bu yıllar içerisinde edindiği deneyim, kendi markasını yaratma ve yönetme arzusunu körüklemeye başladı. Anne olduktan sonra, çocuklar için opsiyonların çok sınırlı olduğunu fark etti. Seyahat rotasını İskandinav ülkelerine çevirdiği sırada, Helsinki, Stockholm ve Kopenhag gezilerinde çocukların giyim ve tarzlarını çok sevdi. Parlak, canlı renkler, güçlü desenler, düşünülmüş detaylar ve bir o kadar sade, rafine, dozunda tasarımlar, Muslubaş'ın Nuuba&theGang fikrini doğurdu.

Nuuba&theGang, çocukları için özgün ve yaratıcı tasarımların arayışında olan anne ve babaların beklentilerini karşılayacak bir oluşum. Bebek ve çocuk modasına yeni soluk getiren, bağımsız, özgün, butik tasarımcıların izini sürüp keşfediyor Muslubaş. Bu kıyafetler www.nuuba.com.tr adresinde satışa sunuluyor. Şu anda sitede bebek ve çocuk giyimi ve aksesuarları bulunuyor.

İsveç prensesi Estelle'in markası

İskandinav ülkelerinin tasarım ve yetişkin modasına getirdikleri yenilikçi dili çok başarılı bulduklarını, ürün kalitelerini beğendiği İskandinav dünyasının çocuk markaları ile de kendisini çok etkilediğini söyleyen Muslubaş, şöyle devam ediyor:

"Derinlemesine araştırmalar, görüşmeler, fuar gezileri sonrasında keşfettiğimiz Danimarka, İsveç markaları ve tasarımcısı Danimarkalı olan bir İngiliz markasıyla yola çıkma kararı aldık. 2012 ilkbahar yaz sezonunda Albababy, Anive for the Minors, Ziestha, Little Duckling gibi bağımsız, butik markalar, İsveç Kraliyet Ailesi'nin minik prenses Estelle için tercih ettiği How to Kiss a Frog, tüm Avrupa'da ve hatta dünyada çocuk giyiminde son 10 yıldır trendleri etkileyen, büyüklüğüne rağmen özgünlüğünden taviz vermeyen Smafolk gibi markaları bir araya getirerek geniş bir seçki oluşturduk."

Ebeveyn tasarımcılar, patronlar

Yeni sezonda ise yine Avrupa ve dünyada bir ekol haline gelen Molo Kids, interaktif tasarım markası Ubang, rafine tarzıyla büyük ilgi gören Gro, yine tasarımıyla ilgi çeken Modeerska Huset gibi birbirinden farklı markaları portföylerine topladıklarını belirten Muslubaş, markaların İskandinav menşeli olmalarının yanı sıra bir diğer ortak özelliklerinin de kurucuları veya baş tasarımcılarının anne ya da baba olduğuna dikkat çekiyor. Bu özelliğin, çocuk dünyasını ve çocukların ihtiyaçlarını anlamada, bu anlayışı tasarıma aktarmada çok önemli bir kıstas olduğuna inandıklarını ifade eden Muslubaş, ayrıca markaları seçerken eco-design anlayışıyla üretilen organik veya uluslararası oekotex sertifikalı ürünleri tercih ettiklerinin altını çiziyor.

Oekotex sertifikalı ürünler

Nuuba&theGang'in Oekotex sertifikalı üretilmiş ürünleri portföyüne katmaya özen gösterdiklerini belirten Yonca Muslubaş, Oekotex sertifikası ile ilgili şu bilgileri veriyor:

"Oekotex, çocuklarımızın giysilerinin sağlığa zararlı hiç bir madde içermediğinin garantisidir. Oekotex sertifikalı ürünler, kanserojen ve alerjen metaller ihtiva etmez. Cildi tahriş etmez ve insan sağlığına zarar vermez. Sağlığımız için risk teşkil eden azoik boya kullanılmaz. Özellikle çok ince ve hassas olan bebek ve çocuk cildine zararlı maddeler nüfuz etmesin, çocuğumuzun t-shirt'ü üretilirken havayı, suyu zehirlenmesin, çalışanlara bir zarar vermesin istiyoruz."

Dört ayda 10 bin ziyaretçiye ulaştı

Çocuk giyim sektöründe faaliyet gösteren rakipleriyle birbirlerini tamamladıklarını belirten Muslubaş, "Gündelik tercihlerle, çok bilinen yüksek fiyatlı markalar ve ürünleri arasına biz yeni soluk getiriyoruz" diyor.

Nuuba&theGang'de satılan ürünler fairtrade (hakkaniyetli ticaret) anlayışıyla çalışanlara insani koşullar sunularak üretiliyor. www.nuuba.com.tr Mayıs 2012'de açılmış. Bu sezonu binler civarında ziyaretçiyle kapamayı hedeflerken sayı şimdiden 10 binleri bulmuş. Satışların üç büyük şehirden gelmesini beklerken, daha homojen bir dağılımla karşılaştıklarını kaydeden Muslubaş, şunları söylüyor:

"Şu an yurtdışına gönderimimiz olmamasına rağmen bizi Kırım'dan bulan bir müşterimiz kızı için bayram alışverişi yapıp



Yonca Muslubas

paketi bayramda ziyaret edecekleri Ordu'daki annesinin evine gönderdi ve paketlerine kavuşmak için ne kadar heyecan duyduklarını bizimle Instagram'da paylaştı. Bu sınırsızlığın çok önemli ve güzel bir göstergesi. Tüketicisiyle kurduğumuz ilişkiyi site dışına da taşımamız paylaşımı, ilgiyi doğal olarak artırıyor. Tüketicilerimizle, takipçilerimizle Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram ve bloğumuz yoluyla da karşılıklı sıkı bir temas içerisindeyiz.”

Oda aksesuarları da tasarlayacak

Yeni bir oyuncu olmalarına ve fırsat, indirim sunan bir konseptleri olmamasına rağmen yüksek bir talep ile karşılaştıklarını ifade eden Muslubas, “İlkbahar yaz sezonunu tam olarak kapamadık ama ön veriler bize sonbahar kış sezonunda yüzde 15-

20'lik bir büyümeyi hedef gösteriyor” diyor.

Şu anda giyim odaklı portföylerini kısa ve orta vadede oda aksesuarları, kırtasiye, oyuncak, kitap gibi alanlarda çeşitlendirerek nuuba.com.tr'yi bir konsept mağazaya dönüştürmeyi planladıklarını söyleyen Muslubas, 2013 sezonu için İsviçre, Almanya, Avusturya gibi pazarların özgün ve butik markalarıyla temas halinde olduklarını da sözlerine ekliyor. Özellikle oda aksesuarları alanında Nuuba&theGang markası altında kendi tasarımlarını yaratmayı planladıklarını belirten Muslubas, “Yolculuğumuzun ana rotası e-ticaret olacaksa da ileride, müşterilerimizin yarattığımız dünyayı ve konsepti fiziksel olarak da deneyimleyebilmeleri için fiziksel bir konsept mağaza açmayı da düşünebiliriz” şeklinde konuşuyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Gıda

Türkiye'nin ilk ve tek indirimli yemek kulübü olan CardGusto, hem tüketiciler, hem de üye iş yerleri için avantajlar sunuyor. Kısa bir süre için yıllık 49 TL'den satışa sunulan CardGusto, sadece İstanbul'da 120'den fazla restoranda indirimler sağlıyor. İstanbul dışında da hızla yayılmaya devam eden şirket, üye sayısı olarak da 10 bin rakamına dayanmış vaziyette.



CardGusto dışarıda yeme alışkanlıklarını değiştirecek

Dışarıda yeme alışkanlıklarını değiştirmeyi hedefleyen CardGusto, özellikle 18-40 yaşındaki interneti aktif kullanan ve kendilerini genç hissedenden müşterileri için çok özel avantajları tek kartta birleştirdi. Üye restoranlarda üç farklı indirim yapılabilirdiği bu kart sayesinde, müşterilerinin hem sosyalleşmesine hem de dışarıda yeme alışkanlıklarına yeni bir soluk getireceklerini dile getiren şirketin kurucularından Sinan Akdal, şu anda 9 bin 100 üye ve 120 farklı restorana ulaştıklarını belirtiyor. Her geçen gün müşteri ve üye iş yeri sayısını artıran CardGusto, İstanbul dışında da yıl içinde hızla yayılmayı hedefliyor.

Fikir İngiltere'de ortaya çıktı

“Erkam Akça ve Behiç Aydın’la yollarımız Londra’da yüksek lisans eğitimi alırken kesişti. Londra’da öğrenci olarak bulunduğumuzdan bütçemizi ciddi şekilde kontrol etmek durumundaydık. İngiltere’de yaşam genel olarak pahalı olduğu gibi dışarıda kaliteli yerlerde yemek yemek istiyorsanız, bir öğrenci için göz ardı edilemeyecek ücretleri gözden çıkarmanız gerekiyordu” diyen CardGusto’nun kurucularından Sinan Akdal, bu durumu avantaja döndürebilmek için yemek kulübü fikri ile tanıştıklarını söylüyor. Kendilerinin de daha sık gitmeyi arzuladıkları mekânlarda indirim sağlayan bir yemek



kulübüne üye olduktan sonra da Londra'da buldukları süre boyunca bu yemek kulübünün ayrıcalıklarından faydalandıklarını dile getiriyor Akdal. Bundan sonrası ise bu yöntemin Türkiye'de nasıl işleyip büyüyebileceği üzerine kurulan bir hikâye. Üçlü, Türkiye'ye döner dönmez de bu yemek kulübü fikrini CardGusto adı altında hayata geçirmek üzere alt yapı çalışmalarına başladı.

Üç farklı seçenek

CardGusto, seçkin restoran ve kafelerde, üyelerinin indirimli ve ayrıcalıklı hizmet almasını sağlayarak, dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını değiştirmeyi hedefleyen Türkiye'nin ilk ve tek yemek kulübü olarak geçiyor. Bu karta başvurup üye olmak içinse, www.cardgusto.com adresinden bir yıllık üyelik bedeli vermek gerekiyor. Bunun karşılığında üyeler, sahip oldukları üye kartları vasıtasıyla indirim seçeneklerinden sınırsız şekilde faydalanabiliyor. İndirim seçenekleri ise üçe ayrılıyor.

Bunlardan ilki 'Ana yemekte yüzde 50'. Bu seçenekte sadece ana yemeklerde geçerli olmak üzere anlaşmalı restoranlarda CardGusto üyelerine yüzde 50 indirim uygulanıyor. İkinci seçenek olan 'Ana yemekte 2Y1 (İki yerine Bir)'de ise alınan iki ana yemekten ucuz olanı CardGusto üyelerine ikram ediliyor.

Son seçenek olan 'Toplam hesapta yüzde 25'te ise toplam hesapta yüzde 25 oranında bir indirim mevcut. CardGusto, aynı zamanda sosyal bir platform sağladığı avantajların yanında kulüp üyelerini bir araya getirerek çeşitli aktiviteler düzenliyor.

İndirimleri çok cazip

CardGusto üyelerinin bir yıllık üyeliği boyunca CardGusto'nun anlaşmalı olduğu restoran ve kafelerde aldığı hizmetlerde 2 bin TL'ye kadar (haftada iki kere dışarıda yemek yenirse) tasarruf etme şansını olduğunu dile getiren Sinan Akdal, CardGusto üyelerinin www.cardgusto.com'da ve katalogta bulunan seçkin restoran ve kafe portföyü sayesinde bu mekânlarla ilgili tüm detaylı bilgilere tek platform üzerinden ulaşma şansı yakalayacağını anlatıyor. "CardGusto üyesi, dünyada milyonlarca kişinin üye olduğu Yemek Kulübü'nün Türkiye'deki uygulamasına katılarak bu sağlanan ayrıcalıkların keyfini yaşayan ailenin bir parçası olma imkânına sahip olur. CardGusto gerçekten cüzdanda taşınmaya ve kullanmaya değer bir kart, çünkü bir yıllık üyeliği için ödenen cüzi ücret ile sağladığı ayrıcalık ve indirimler karşılaştırılmaz seviyede" diyen Akdal, kullanıcıya üyeliği süresince inanılmaz bir tasarruf yaptırarak ve kendini iyi hissettirecek bir araç olduğunun altını çiziyor.

Gençleri yakalayacaklar

CardGusto kurucularından Sinan Akdal, hedef kitlelerini 18-40 yaş arası okuyan veya çalışan, dışarıda yemek yeme alışkanlığına sahip, interneti aktif şekilde kul-

Üye sayısı her geçen gün artıyor

Card üyelerinin www.cardgusto.com adresinden bir yıllık üyelik bedeli karşılığında sahip oldukları üye kartları vasıtasıyla istedikleri indirimlerden sınırsız şekilde faydalanabildiklerini söyleyen Sinan Akdal, yıllık üyelik bedelinin kısa bir süreliğine 49 TL olduğunu kaydediyor. "CardGusto henüz kısa bir geçmişli olmasına rağmen İstanbul'da 120'den fazla seçkin mekanda geçerli ve 9 bin 100 üyeye sahip bir kulüp haline geldi. Her geçen gün üye işletme ve kullanıcı üye sayısı artıyor" diyen Akdal, CardGusto'nun yoğunluğu ağırlıklı olarak İstanbul'da olduğunu belirtiyor. CardGusto avantajları şu an için Ankara, Bursa, Antalya, İzmir ve Muğla'daki anlaşmalı iş yerlerinde geçerli."

lanan genç diye tabir edebileceğimiz bir kesim olarak tanımlıyor.

"Pazarlama çalışmalarımızın odağında hedef kitlemiz bulunuyor ve onlara en kolay ulaşabileceğimiz mecraları kullanmayı planlıyoruz. Bu mecralardan en önemlilerinin online reklamlar, sosyal medya, halkla ilişkiler çalışmaları ve billboardlar olduğunu düşünüyoruz" diyen Akdal, yapacakları kulüp faaliyetleri sayesinde de olumlu bir ağızdan ağıza pazarlama stratejisi ile yayılacaklarını kaydediyor.

Üye yerler de kazanıyor

www.cardgusto.com'da partnerlerinin tanıtımının, fotoğraf, menü ve adres bilgilerinin yayınlanması ile mekânların bilinirliğinin artırılmasını sağladıklarını dile getiren Akdal, görsel, basılı ve sosyal medya (facebook, twitter) üzerinden partnerlerinin reklam ve tanıtımının yapılarak işletmelere ek bir reklam ve halkla ilişkiler kanalı oluşturduklarını kaydediyor.

"Bu tanıtım faaliyetlerine ek olarak seçkin restoran ve kafelerimizin detaylı bilgilerinin olduğu katalog kulüp üyelerine yollanır. Kulüp üyelerinin tavsiyeleri de partnerlerimizin müşteri sayısının artmasında çok önemli bir rol oynayacaktır" diyen Akdal,

portföylerindeki e-posta adreslerine düzenli olarak e-bülten yollandığını ve kulüp üyelerinin, partnerleriyle ilgili her türlü değişiklik ve güncellemelerden haberdar olmaları sağlandığını altını çiziyor:

"CardGusto, partnerlerini sunduğu ayrıcalıklı ve indirimli hizmet sayesinde diğer restoran ve kafelere kıyasla daha cazip ve tercih edilebilir bir lokasyon haline getirir. Bunun sonucu olarak CardGusto üyelerinin yemek yeme alışkanlıklarını değiştirerek partnerlerimize sadık ve seçkin müşteriler kazandırır."

Mustafa Gündoğdu mgundogdu@ekonomist.com.tr



Restoran

Kadın Girişimci Kredisi ile çöp şiş restoranı açtı

KOSGEB kadın girişimci kredisi ile yıllardır sevdiği bir tat olan çöp şiş üzerine bir restoran açan Seher Yaşayacak Gökman, özel sektörden ticaret hayatına atılan bir girişimci. Acıbadem'de Çöpçü ismiyle açtığı restoranında 25 kişiye istihdam yaratan Gökman, restoranında yemek hizmeti ile birlikte yöresel et ürünlerinin satışını da gerçekleştiriyor.



Türkiye'de kadın girişimci sayısı hızla artıyor. Kadın girişimcileri destekleyen özel ve kamu şirketlerinin de bu yeni yatırımlarda önemi büyük. Destek alan kadınlar işlerinde daha hızlı koşuyor, kendilerini güvende hissediyor. Bu yeni girişimcilerden biri de Seher Yaşayacak Gökman. Gazetecilikten ticarete geçiş yapan Gökman, yıllardır hep hayal kurduğu bir işi yapmak üzere harekete geçti. Çocukluğundan kalma bir damak tadı olan Ege'nin meşhur çöp şişini, bir restoranda tüm çöp şiş severlere sunmak için

girişimde bulunan Gökman'ı KOSGEB de destekledi.

30 bin TL'si hibe, 70 bin TL'si ise iki yıl kredi imkanı ile verilen KOSGEB desteğiyle Gökman, kendi birikimini de ekleyerek yeni bir işe girişmiş oldu ve Acıbadem'de restoranını açtı. Açılışın ardından kısa bir süre geçmesine rağmen, tüketicinin talebi yatırımcısını güldürdü. Bu talep karşısında oldukça da şaşırıldıklarını söyleyen Gökman, başarısını sürdürdüğü takdirde diğer kadın yatırımcılar için de örnek olmayı hedefliyor. Özel sektörde çalıştıktan sonra kişilerin kendi iş-

lerine geçmesi aynı zamanda biraz da cesaret gerektiriyor. Gökman'ı destekleyen KOSGEB'in de burada kadınları cesaretlendirdiğini göz ardı etmemek gerekiyor.

25 kişilik istihdam

Çöp şiş zincirleri özellikle İstanbul'da hızla yayılıyor. Bodrum'a karayolu ile seyahat edenlerin mola noktası olan Aydın Ortaklar'ın meşhur çöp şişi, yatırımcılar için de cazip bir yiyecek olarak görülüyor. Çöpçü markasının 11'inci şubesini Acıbadem'de açan Gökman, bahsettiğimiz gibi bir ekonomi muhabiriymiş. Gazete ve dergilerde çalışan, ardından da halkla ilişkiler sektörüne geçen

Gökman, KOSGEB kadın girişimci desteği ile Çöpçü Gıda'dan franchise alarak Acıbadem'de restoran açınca, herkesin "Gazeteciydi, Çöpçü oldu" esprisini yapıyor söylüyor.

Gökman, bu restoranda belli bir istihdam da yaratmış durumda. Restoranda tam zamanlı olarak 25 kişi çalışıyor. Yemek hizmeti ile birlikte yöresel et ürünlerinin satışı da gerçekleştiriliyor. Restoranda sonbaharla birlikte evlere servis de başlayacak.

Açılmadan müşteri akınına uğradı

Acıbadem Çöpçü'nün herkesin tatilde olduğu bir dönemde hizmete girdiğini belirten Gökman, "Yaz dönemi İstanbul'daki restoranlar için düşük sezon olarak görülse de Ramazan ayı başlamadan 3 gün önce restoranı açmak istedik. Restoranımızın test yemeklerini yaparken, ilk müşterimiz geldi ve çöp şiş yemek için çok ısrarcı oldu. Biz de kırmadık kendilerini. Restoranımızı akşam 18:30'da açtık. Hiç duyuru yapmadan sadece ilk müşterimizi görenlerin restorana akın etmesiyle büyük bir şaşkınlık yaşadık" diyor.

Müşterilere çöp şiş yetiştirebilmek için bu yoğun talep karşısında komilik, garsonluk yaptığını bildiren Gökman "Üç saat açık tuttuğumuz restoranımız, İstanbul'da 11'inci şubesi olan Çöpçü zincirleri arasında 1'inci sıraya yükseldi" diyor.

Tren garlarından doğan öykü

Ekonomi Gazetecileri Derneği üyesi de olan Gökman, İzmir Karşıyakalı... Çocukluğunda ailece gittikleri Çöpçü'nün ilk restoranı Bostancı'da tattığı o lezzeti hiç unutamıyor. Yıllar sonra o lezzetin peşinden giderek restoran işletmeciliğinde karar kılıyor. Seher Yaşayacak Gökman, çöp şişin nasıl yaygınlaştığını şu sözleriyle anlatıyor:

"Selçuk, Ortaklar, Aydın ve İzmir gibi Ege yerleşimlerinde, tren istasyonlarında ihtiyaç sonucu icat edilen Ege çöp şiş



Nerelerde franchise verecek?

Çöpçü, franchise yöntemiyle büyüyen bir şirket. Şimdilik İstanbul'da büyümeyi hedefliyor. Bu yılın ikinci yarısından itibaren ise İstanbul dışına çıkmayı planlıyor. Çöpçü Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Yuvalı'nın yönetiminde ve İrfan Baytaş'ın danışmanlığında çalışan şirket, İstanbul'un kalabalık bölgelerini hedefliyor. Baytaş, İstanbul'da olmak istedikleri bölgelerle ilgili şu bilgileri veriyor: "Kartal, Etiler, Maslak, Bakırköy, Beylikdüzü, Topkapı, Fulya, Florya, Yeşilköy ve İstoç hedeflediğimiz bölgeler. 2012 yılının ikinci yarısından itibaren İstanbul dışına da çıkmayı hedefliyoruz."

Yuvalı ve Baytaş, tüketiciler tarafından sevilen bir tat olan çöp şişte yatırımın oldukça cazip olduğunu söylüyor. Baytaş, "Biz müşterilerimiz için Aydın Ortaklar ve Selçuk'ta yedikleri leziz çöp şişi İstanbul'a getirdik. Bu lezzete odun ateşinde tandır lavaşı ilave ederek, lezzeti çok üst boyutlara taşımış olduk. Etlerimiz tamamen Trakya ve Ege'den geliyor ve sadece düve eti (1-2 yaşındaki dişi dana) kullanıyoruz" diyor.

şi trenle seyahatin popüler hatta elzem olduğu yıllarda istasyonlarda beş dakikalık molalarda keşfedildi. Zaman darlığı nedeniyle ızgaraya atıldığında çok kısa sürede pişebilmesi için etleri çok minik doğranıp, tahta kargılara dizilerek icat edildi. Tren görünmeye başladığında atılan çöp şişler, yolcular inene kadar pişiriliyordu. Aslında Türk işi fast food yemek kültürünün Ege'deki ilk ayak izleri sayılabilir. İstanbul'da çöp şiş, kebab salonlarında mөнünün içindeki kebab çeşitlerinden biriyken hak ettiği itibarı Çöpçü markasıyla kazandırıldığını söylemek yanlış olmayacaktır."

Özge Yavuz o@ekonomist.com.tr

Franchise



İşin Aynası

Uygun yer: İstanbul, Ankara, İzmir, Diyarbakır ve Samsun.

İlk sermaye: 140 bin Euro.

Ciro hedefi: 75 bin TL.

Kâr marjı: Yüzde 22.

Başvuru için: 444 05 91

Çekirdek kahve pazarında dünya devleri arasında yer alan kahve zinciri Lavazza, 2007 yılında Best İthalat ile yaptığı distribütörlük anlaşmasının ardından Türkiye pazarına girdi. Türkiye’de yıllık 22 milyon fincan kahve satışı gerçekleştiren Lavazza Türkiye, franchising sistemiyle kafe ağını genişletiyor. Lavazza Türkiye tarafından geliştirilen ‘Best Coffee Shop’ konsepti, 2012 sonuna kadar yurt genelinde 50 noktada daha misafirlerini ağırlayacak.

Global İtalyan markası Lavazza, 80 ülkeyi kapsayan ürün, servis ve eğitim ağı ile yatırımcıların dikkatini çekiyor. Lavazza ayrıca, eğitim merkezlerinde verdiği uluslararası geçerli sertifikalı barista eğitimi ile kahvelerin doğru hazırlanmasına destek oluyor.

50 şube açacak

Menüde İtalyan kahvelerinin yanı sıra pasta, kek, sandviç, makarna ve tostlar da bulunuyor.

2011 yılı sonunda tüm grup olarak 23 milyon TL ciroya ulaşan Best İthalat, 2012 yılı sonunda 33 milyon TL ciro hedefliyor. Lavazza Türkiye İcra Kurulu Üyesi Sertaç Akyüzöl, 2015 planlarını şöyle anlatıyor:

“2015 hedefleri doğrultusunda yeni bir yol haritası çizdik. Yılsonuna kadar 50 şube açmayı planlıyoruz. İstanbul, Ankara, İzmir, Diyarbakır ve Samsun öncelikli illerimiz. Yıllık 750 ton kahve satmak hedefindeyiz. Türk tüketicisi ağırlıklı olarak sütlü ve tatlı ürünleri tercih ediyor. Farklı aromala-

Lavazza yeni yatırımcılar arıyor

2012 yılı sonuna kadar 30 yeni franchise anlaşmaları ile 50 noktaya ulaşmayı hedefleyen Lavazza Best Coffee Shop, franchising veriyor. Öncelikli hedef iller ise İstanbul, Ankara, İzmir, Diyarbakır ve Samsun.

ra da ilgi büyük. Büyüyen Best Coffee Shop zincirlerimizle birlikte yıllık 750 ton hedefimize ulaşacağımıza inanıyorum.”

140 bin Euro yatırım bedeli

Dünyada yıllık 2.2 milyar fincan kahve satışı gerçekleştiren Lavazza, Türkiye’de 500’ün üzerinde seçkin kafe ve restoran ile 100’ün üzerinde otel ile en geniş bayi ağına sahip. Lavazza Best Coffee Shop, 2 bin metrekareli depolama alanı olmak üzere, 5 bin metrekarelik merkez binasında, 140 çalışana sahip. Lavazza Best Coffee Shop’un kar marjı ortalama yüzde 22. Şuanda Türkiye’de 25 şubesiyle hizmet veren kahve zincirinin aylık şube ciro aralığı metre karesi ve lokasyonuna göre değişmekle birlikte 75 bin TL civarında.

Lavazza Best Coffee Shop açmanın maliyeti ortalama 140 bin Euro. Bir yatırımcının ayda ortalama 17 bin TL net gelir elde ettiği ifade ediliyor.

Metrekareye bağlı olarak altı ve üzeri personel çalışacak şekilde olması gerekiyor. Türkiye’de ilk Best Coffee Shop kon-





Sertaç Akyüloz

septini 2007 yılında hizmete açan Lavazza Türkiye, öncelikli olarak İstanbul, Ankara, İzmir, Diyarbakır ve Samsun illerinde yayılacak. Lavazza Best Coffee Shop konseptine dahil olacak tüm franchise adaylarına eğitim, kiralama, pazarlama,

lokasyon seçimi, ekipman tedariki, projelendirme, teknik servis, reklam, denetim ve operasyon desteği yanı sıra hukuki danışmanlık desteği de veriliyor. Akyüloz, 2017 yılı sonunda 220 şubeye ulaşmayı hedeflediklerini sözlerine ekliyor.

Başarı Öyküsü



Aradığı çayları Türkiye’de bulamayınca Chado’yu kuran ve Uzakdoğu’dan özel çayları getirmeye başlayan Barış Çekin ve Tunç Berkman, hızla büyüyor. Papermoon, Pipa, Backyard gibi ünlü restoranlarda tüketilen Chado, özellikle iş dünyası tarafından tercih ediliyor.

Türkiye en fazla çay tüketen ülkeler arasında yer alıyor. Bu anlamda artık market raflarında çay çeşitlerinin arttığını görüyoruz. Örneğin, Vietnam’da özel yetiştirilen ve Lotus çiçeğinden yapılan Lotus çayı, kilo vermeye yardımcı olan Jasmine çayı akla ilk gelenler. Bu alanda büyük bir pazar ve girişim fırsatı söz konusu.

Bunun son örneklerinden biri ise iki girişimcinin getirdiği ve belirli karışımlardan oluşan, adını Uzakdoğu felsefesinden alan ve anlamı ‘çaya giden yol’ olan Chado... Chado’da Vietnam, Çin, Hindistan, Kore, Japonya, Güney Afrika, Brezilya her bölgenin kendine özel çayları mevcut. Barış Çekin ve Tunç Berkman tarafından Türkiye’ye getirilen Chado Çay, Papermoon’dan Backyard’a Pipa’dan Godiva mağazalarına kadar ünlü mekânlarda sunuluyor. Kısa zamanda piyasaya girmesine rağmen internette ve özel mekânlarda satış yapıyor.

“Çay da şarap gibi”

Barış Çekin ve Tunç Berkman’ın yolları aslında Koç Grubu’nda çalışırken kesişir. Çekin, aradığı çayları Türkiye’de bulamadığı için 2007 yılında Chado’yu kurar. Daha sonra 2010 yılında Berkman’ın ortak olmasıyla marka daha hızlı bir büyüme ivmesi kazanır.

Her zaman farklı tatlara ilgi duyduğunu söyleyen Çekin, sözlerine şöyle devam ediyor:

“Çay da şarap gibi çok sofistike bir ürün. Yetiştigi bölge, toplanma şekli, o yılki iklim şartları ve geçtiği işlemler gibi çayın tadını etkileyen çok sayıda parametre var. Çay bitkisi, çay çeşitleri, Uzakdoğu’da çayın içim şekli ve bu seremoniler çok ilgimi çekti. Araştırıp öğrendikçe bunu iş olarak yapmak is-



Çay merakı girişimci yaptı

tediğime karar verdim. Chado markasını yaratmadan önce de Uzakdoğu’dan kendim için getirdiğim inci topu şeklindeki Jasmine Pearls veya Güney Afrika’dan Rooibos gibi farklı çayları keyifle içiyordum.”

Farklılık avantaj yaratıyor

Chado markası altında 40’ın üzerinde çay çeşidi olduğunu ve sürekli yenilerinin eklendiğini belirten Berkman, tadı çok yumuşak beyaz çaydan, hiç kafein içermeyen mate çayına, yüksek oranda C vitamini içeren Rooibos’dan, yüksek oranda antioksidan içeren Japon Matcha çayına kadar her birinin çok farklı karakteristik özellikleri olduğuna dikkat çekiyor.

Zaman içinde sorunlar ve fırsatlar çıktıkça zaten bunlar üzerinde odaklanıyorsunuz.

En baştan beri kaliteli ve özel çayları Türkiye’ye getirmeyi hedeflediklerini ve bu yönde ilerlediklerini vurgulayan Çekin, ürünün kendisinin özel ve farklı olduğu zaman, pazarlama stratejisinin merkezine reklamı koymaya gerek kalmadığına dikkat çekiyor.

Çekin, “Ürünleriniz rakipleriniz ile aynılaştıkça, marka olarak da daha çok bağırmanız gerekiyor. Biz bundan hep kaçınmaya çalışıyoruz” diyor.

Doktorlar da tavsiye etmeye başladı

Ürünler internet dışında Macrocenter, Mudo Concept gibi üst segment çeşitli noktalarda da satılıyor. Ayrıca Godiva mağazaları, Papermoon, Hyatt Oteli, PiPa, Atatürk Havalimanı’nda





Barış Çekin



Tunç Berkman

Hindistan'dan Japonya'ya

Chado'da satışı yapılan 'Rooibos' çayı yüksek oranda C vitamini ve antioksidan içeriyor. Ayrıca hiç kafein içermediği için günün her saati içilebiliyor. 'Oolong' kategorisinde yer alan 'Champagne Formosa Oolong' ve 'Green Dragon' ile beyaz çay kategorisindeki 'White Earl Grey', 'Imperial White', 'Pai Mu Tan Rose Petals' çeşitleri içerdikleri yüksek antioksidan oranları ve yağ yakmaya yardımcı olmaları sebebiyle form tutmak isteyenler tarafından tercih ediliyor. İçimi yumuşak ve naif, arınma ve ferahlık hissi veren 'Champagne Formosa Oolong' çeşidi ve zencefil, portakal kabuğu ve yeşil çaydan oluşan 'Mansoon Rain', vücuda dinginlik ve enerji katan ürünler olarak öne çıkıyor. Ayrıca Chado'nun çeşitleri arasında özel baharatlar ile harmanlanmış Hint çayı 'Chai Masala', Yasemin yapraklarının yeşil çaya tek tek elle sarılması ile elde edilen 'Jasmine Pearls', Hint yeşil çayı 'Himalayan Sun Dried', Çin beyaz çayı 'Imperial White', Japon çay seremonilerinde kullanılan 'Matcha' ve 'Gyokuro' gibi özel çaylar da mevcut. Fiyatlar paket olarak 15 TL ile 25 TL arasında değişiyor.

Cakes & Bakes gibi birçok noktada sunumu yapıyor.

Sağlığını önemseyenler ve farklı deneyimlerden hoşlanan kişiler olarak Chado'nun müşteri profilinin en çok iki segmentte ağırlık kazandığını gözlemlediklerini belirten Berkman, "Müşterilerimizin birçoğu yurtdışında tadıp beğenip, Türkiye'de de bu çayları içmek isteyen kişilerden oluşuyor. Bunun yanında satış noktalarımızdan bazı diyetisyenlerin hastalarına önerdiğin, "Chado Beyaz Çay" önerdiğini öğreniyoruz" diyor.

İş dünyası tercih ediyor

Tunç Berkman, Chado'nun son zamanlarda restoranlarda özellikle iş dünyasının yaptığı toplantı ve buluşmalarda tüketilen bir içecek olarak yerini aldığını ifade ediyor ve şunları söylüyor:

"Öğlen ve akşam yemeklerinin sonunda tercih edildiği gibi, buzlu çay olarak servis edilince de çok ilgi görüyor. Son dönemde sağlıklı yaşam trendiyle popülerliği oldukça artan Chado'nun aroma ve kokusu müşteri kitlesi tarafından çok beğeniliyor. Chado çayları kendine ait cam demliğinde demleme usulü ile servis ediliyor."

Çay dışında tamamlayıcı ürünlerin satışını da yaptıklarını söyleyen Çekin, örneğin, parfümün dünyada başkenti olarak bilinen Fransa'daki Grasse şehrinde kokulu mumlar ürettiklerini belirtiyor. "Üretimin her aşamasında bulunduğu ve çok keyif aldığımız incir yaprağı ve portakal çiçeği kokulu mumları mevcut" diyen Çekin, ayrıca şu an satışta olan demlik setlerinin çeşidini artıracaklarını ve çay içme deneyimini daha özel hale getiren her türlü ürünü de ürün portföylerine ekleyeceklerini ifade ediyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Mevzuata

Farklı Bir Bakış



**Nihayet
Durukanoglu**

VERDİ Avukatlık Ortaklığı
Danışman

Yeni Türk Ticaret Kanunu çerçevesinde yurt dışından getirilecek yabancı sermayeye ilişkin işlemler

32 Sayılı Karar gereğince Türkiye’de kurulacak bir şirkete yurt dışında yerleşik kişilerin katılmaları ve pay sahibi olabilmeleri için şirket sözleşmesinde belirtilen pay tutarlarının yurt dışından döviz olarak (efektif dahil) Türkiye’ye “Yabancı Sermaye” açıklaması ile bankacılık sistemi üzerinden getirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır.

Yabancı sermayenin **efektif olarak yani nakit para** olarak Türkiye’ye getirilmesi halinde ise getirilen bedelin yurt dışı kaynaklı olduğunun ispatlanabilmesi için Türkiye Gümrük Bölgesi’ne giriş yapan kişi tarafından bu tutarın beyan edilerek “Nakit Beyan Formu”nun düzenlenmesi ve açıklama kısmına da “Yabancı Sermaye” olarak belirtilmesi gerektiği konuya ilişkin T.C Merkez Bankası tarafından yayımlanan Sermaye Hareketleri Genelgesi’nde belirtilmektedir.

Türkiye’de kurulacak şirketlerin pay sahiplerinin Türkiye’de veya yurt dışında yerleşik olmaları durumuna göre yapılması gereken işlemlere ilişkin açıklamalara TTK hükümleri ve TCMB Sermaye Hareketleri Genelgesi çerçevesinde aşağıda yer verilmiştir.

Türk Ticaret Kanununda sermaye tutarlarına ilişkin hükümler

1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanunu gereğince kurulacak şirketlerin ana sözleşmesinde aksi belirtilmediği sürece şirket sermayesine ilişkin taahhüt edilen payların en az yüzde 25’inin şirketin kuruluşundan önce 5 bin 411 sayılı Bankacılık Kanunu gereğince faaliyet gösteren bir bankada şirket adına açılan bir hesapta bloke edilmesi ve kalan bakiyenin de şirket kuruluşunun tescil tarihinden itibaren yirmidört ay içerisinde ödenmesi gerektiği TTK, Md.344 ile hüküm altına alınmıştır.

Diğer taraftan TTK, Md.345’de ise, yapılan ödemelerin 19 Ekim 2005 tarih, 5 bin 411 sayılı Bankacılık Kanunu’na bağlı bir bankada kurulmakta olan şirket adına yatırılacağı, taahhüt edilen payın bedelinin yatırıldığına banka tarafından ticaret siciline hitaben yazılacak bir yazı ile ispatlanacağı ve **ticaret sicili müdürlüğü tarafından şirketin kurulduğuna ilişkin yazının bankaya sunulması üzerine, anılan tutarın sadece şirkete ödenmek suretiyle serbest bırakılacağı** hüküm altına alınmıştır.

Yukarıda yer verilen Kanun maddeleri gereğince kurulacak yeni şirkete hissedar yani pay sahibi olarak taahhütte bulunması halinde, taahhüt edilen pay bedelleri pay sahibi adına değil şirket sahibi adına açılacak bir hesaba yatırılması gerektiği Kanun hükmü olması nedeniyle pay sahibinin hesaptaki tutarı kullanma yetkisi olmayacaktır.

Şirket adına açılan hesaptaki bakiyenin kullanılabilmesi ancak şirket kuruluş işlemlerinin tamamlanmasından ve şirket kuruluşunun bankaya yazılı olarak bildiriminden sonra TTK, Md.345/(1) fıkrasında açıklığa kavuşturularak bankaya yatırılan meblağın, şirketin tüzel kişilik kazandığının ticaret sicil müdürlüğü tarafından yazı ile bildirilmesi halinde sadece şirketin kullanımına açılması mümkün olacaktır.

Diğer taraftan, şirket kuruluşunun gerçekleşmemesi halinde TTK, Md.345/(2) fıkrası uyarınca ana sözleşmenin noterde onaylanmasından itibaren üç ay içinde şirket tüzel kişilik kazanamaz ve bu durum sicil müdürlüğü tarafından verilen bir yazı ile belgelenmesi halinde sözkonusu hesaba pay sahipleri tarafından yatırılan bedeller pay sahiplerine geri verilir.

T.C Merkez Bankası (TCMB) Sermaye Hareketleri Genelgesi’nde yabancı sermayeye ilişkin mevcut hükümler

TCMB Sermaye Hareketleri Genelgesi'nin "Sermaye İthal ve İhracı" başlığının 1.2 maddesindeki yabancı sermayeye ilişkin açıklamalar yeni kanunun yürürlüğe girmesinden sonra güncellenmemiş olup, Türkiye'de kurulacak bir şirkete ortak olacak yurt dışında yerleşik kişilerin yurda getireceği yabancı sermayeye ilişkin açıklamalar halen eski Kanun çerçevesinde Genelge'de yer almaktadır. Söz konusu Genelge'de yer alan açıklamaların da her hangi bir karışıklığa yer verilmemesi adına TTK'na göre güncellenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Yürürlükte bulunan TCMB Sermaye Hareketleri Genelgesi'nin Sermaye İthal ve İhracı başlığının 1.1 Türkiye'ye Gelecek Yabancı Sermaye Başlığı ve 1.2 Yabancı Sermaye'nin ödenmesine ilişkin başlığın 1.2 alt başlığının (2) numaralı bendinde yurt dışından Türkiye'ye getirilen sermaye bedeli

"Talep edilmesi halinde, döviz olarak getirilen yabancı sermaye bedeli Türk lirasına çevrilmeden kurulacak şirket veya hisse devri yapan ortak veya yabancı ortak alırken sermayesini artıran şirket adına bankalarda açılacak döviz tevdiat hesabında tutulabilir, yürürlükteki Kambiyo Mevzuatı hükümleri çerçevesinde döviz veya Türk lirası olarak kullanılabilir. Döviz tevdiat hesabında tutulan paralardan lehte ve aleyhte doğacak kur farkları şirkete veya hisse devri durumunda hisselerini devredene aittir."

şeklinde ifade edilerek Türkiye'de kurulacak şirkete yurt dışından yabancı bir ortağın veya ortakların kurulacak şirket adına getirecekleri paraları şirket adına bankalarda açacakları döviz veya Türk Lirası hesabına yatıracakları hüküm altına alınmıştır. Aynı maddenin (3) numaralı bendinde ise

"... Yabancı ortak tarafından yurt dışından gönderilen sermaye avansı şirket adına açılmış ya da açılacak Türk lirası mevduat veya döviz tevdiat hesabında tutulabilir. Bu hesapta tutulan sermaye avanslarının şirket tarafından kullanımı serbesttir" şeklinde olup, anılan bedellerin kullanımın **şirket açısından serbest olduğu** açık bir şekilde hüküm altına alınmıştır. Şirket kuruluşu gerçekleştirilmeden şirket adına açılan hesaptaki tutarlarının kullanılmasının mümkün olmadığı unutulmamalıdır.

Diğer taraftan, aynı maddenin (7) numaralı bendinde yer alan

"Yabancı sermayeli bir şirketin kuruluşu veya kurulmuş bir şirkete iştirak amacıyla gelen bedeller, şirket kuruluşu veya iştirakin gerçekleşmemesi halinde yurt dışından sağlanan kredi olarak değer-

lendirilmeyecektir. Şirket kuruluşu ya da iştirak gerçekleşmediğinde getirilen nakit sermayenin (Türk lirası ve dövizlerin) yabancı ortağa iadesi mümkündür."

şeklindeki düzenleme ile TTK, Md 345/(2) fıkrasındaki gibi şirketin kurulmamış olması halinde taahhüt edilen payların bedellerinin karşılığı olarak yatırılan tutarın yabancı ortağa iadesinin mümkün olduğu ifade edilmiştir. Yeni TTK'da pay sahiplerine bu tutarların iade edilebilmesi için şirket kuruluşunun gerçekleşmediğine ilişkin Sicil Müdürlüğü'nün yazısının hesap sahibi bankaya ibraz edilmesiyle pay sahiplerine iade edilmesi gerektiği hüküm altına alınmıştır.

Türk Ticaret Kanunu ile Sermaye Hareketleri Genelgesi karşılaştırıldığında; gerek Kanun ve gerek Genelge, kurulacak bir şirkette pay taahhüdünde bulunan kişilere, taahhüt ettikleri bedellerini şirket adına açılacak bir hesaba yatırma yükümlülüğü getirmekte ve her iki durumda da hesabın şirket adına açılması gerektiği hüküm altına alınmıştır. Bu nedenle, söz konusu hesap üzerinde sadece şirketin tasarruf yetkisinin bulunduğu dikkatten kaçırılmamalıdır.

İki düzenleme arasındaki temel farklılık ise, Türk Ticaret Kanunu'nun 345. maddesinin 1. fıkrası uyarınca şirketin hesap üzerinde tasarrufta bulunabilmesi için, şirketin kurulduğunun ticaret sicili müdürlüğü tarafından bankaya hitaben yazılacak bir belge ile tevsik edilmesi zorunluluğudur. 6 bin 762 sayılı eski Türk Ticaret Kanunu döneminde çıkarılmış olan Genelge'nin 1.2 alt maddesinin (3) numaralı bendinde ise, şirket adına açılmış hesaplara yatırılan bedellerin kullanılmasının şirket açısından serbest olduğu vurgulanmıştır.

Sonuç itibarıyla, pay sahipleri tarafından taahhüt edilen sermaye paylarının şirketin kurulmamış sayılması halinde, sahiplerine iade edileceği de her iki düzenlemede de hüküm altına alınmıştır. Yeni TTK ile TCMB Genelge arasındaki farklılık ise, TTK'da şirketin kurulmamış sayıldığına ilişkin durumun Sicil Müdürlüğü tarafından bankaya yazılı olarak bildirilmesidir. Bu çerçevede TCMB Genelgesi'nde de aynı paralelde değişiklik yapılması halinde uygulamada herhangi bir karışıklığa sebebiyet verilmeden işlemlerin gerçekleştirilmesi mümkün olabilecektir.

Yararlanılan kaynaklar: Yeni Türk Ticaret Kanunu ile TCMB Sermaye Hareketleri Genelgesi.

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

Lojistik



İlaç lojistiğinde dev ortaklık

Netlog Lojistik ve Farmakim İlaç Lojistik, güçlerini birleştirerek dev bir yatırıma imza attılar. İki şirket, ilaç lojistiği hizmetlerini geliştirmek ve sektöre yenilik getirmek üzere birlikte yeni yatırım yapma kararı aldı ve ortaklık anlaşması imzaladı. Buna göre ilki 20 bin metrekare olan ilaç ve kişisel bakım ürünlerine özel soğuk hava deposu yılsonunda Gebze de faaliyete geçecek.

Netlog ve Farmakim, ilaç lojistiği için önemli bir işbirliğine imza attılar. Yapılan anlaşma ile iki şirket ortak olarak yeni bir şirket kuracaklar. Yüzde 60'ı Netlog, yüzde 40 hissesi ise Farmakim'de olacak yeni şirket, yüksek kaliteli servis, ilaç ve data güvenliği ile soğuk zincir lojistik depoları kurarak sektöre büyük yenilik getirecek.

İlk aşamada Farmakim, hali hazırda yürüttüğü tüm operasyonlarını, kalite belgeleri, sertifikasyonları ve insan kaynaklarını kurulacak yeni yapıya geçirecek. Aynı şekilde Netlog Lojistik de kurulacak yeni şirketin hem tüm altyapısının inşa edilmesini üstlenecek, hem de hali hazırda kurduğu soğuk zincir taşıma sistemlerini yeni yapıya aktaracak.

Netlog/Farmakim, işbirliği ile biri Avrupa diğeri Anadolu yakasında olmak üzere iki depo yapılacak. İlaç lojistiği için yapılacak ilk depo 20 bin metrekarelik alana sahip olacak ve yıl sonunda Gebze Bölgesi'nde hizmete girecek. Avrupa yakasındaki depo da yine 20 bin metrekare büyüklüğe sahip olacak ve 2013 başında hizmete girmiş olacak.

Konuyla ilgili bir açıklama yapan Farmakim Yönetim Kurulu Başkanı Halil Yaşar, amaçlarının kendilerine göre ba-



sit bir lojistik operasyonu kurmaktan çok ileriye dönük ve farklı olduğunu vurguluyor.

İlaç ve data güvenliği

İlaç sektöründe, ihtiyaçları bilen, geleceğin taleplerini şimdiden algılayabilen bir ekipleri olduğunu söyleyen Yaşar, şöyle devam ediyor:

“Amacımız proaktif davranarak, sektörün öncü firmalarına ihtiyaç duydukları hizmetleri sunmak. Netlog'un soğuk zincir lojistik bilgisi ve üstün alt yapısını da arkamıza alarak hedeflediğimiz ama tek başımıza yapamadığımız hayallerimizi gerçekleştireceğiz. Netlog ve Farmakim ortaklığı ilaç sektöründe eksikliği hissedilen yüksek kaliteli servis, ilaç ve data güvenliği, soğuk zincir dağıtımı ile yeni bir bakış ve standart getirecek.”

Depolama ve lojistikte uzman

Yüzde yüz yerli sermayeye sahip olan ve 2003 yılında kurulan Netlog Lojistik Grubu, bugün lojistik alanında konularında lider 12 şirketiyle hizmet sunuyor ve hızla büyümeyi sürdürüyor. NETLOG Lojistik Grubu bünyesinde, PolarXP Soğuk Lojistik, İntercombi Uluslararası Taşımacılık, Netlog Lojistik Hizmetler, Özgür Entegre Lojistik (Netsafe), KTT Konteyner Taşımacılık, Anele Supply Chain Management, Nedlloyd Road Cargo İstanbul, VIP Oto (Netfilo), Eurasia ICL Services, ICL Danube Romanya ve Küresel Gıda Hizmetleri gibi firmaları bulunduruyor. 2006 yılında ilaç lojistiğine giren Farmakim İlaç Lojistik ise depolama ve lojistik hizmetleri verme iznine sahip bir lojistik firması. Farmakim İlaç Lojistik, ilaç ve gıda lojistiği gibi özel şartlar gerektiren ürünleri baz alarak kurulan, tüm yeni teknolojileri barındıran deposuyla hizmet sunuyor.

Vergi Takvimi

Eylül Ayı Mali Yükümlülükler Takvimi

10 Eylül 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 16-31 Ağustos 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
11 Eylül 2012 Salı	<ul style="list-style-type: none"> ● 16-31 Ağustos 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
17 Eylül 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazoz, Alkollü İçecekler ve Tütün Mamullerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
20 Eylül 2012 Perşembe	<ul style="list-style-type: none"> ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Kolalı Gazozlara İlişkin EK:7 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Alkollü İçecekler İlişkin EK:8 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Tütün Mamullerine İlişkin EK:9 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin EK:10 No.lu ÖTV Bildirim Formu ● Ağustos 2012 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
24 Eylül 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● Ağustos 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname ile Beyanı ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ● Ağustos 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı
25 Eylül 2012 Salı	<ul style="list-style-type: none"> ● 1-15 Eylül 2012 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ● 1-15 Eylül 2012 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödenmesi
26 Eylül 2012 Çarşamba	<ul style="list-style-type: none"> ● Ağustos 2012 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Ödemesi
1 Ekim 2012 Pazartesi	<ul style="list-style-type: none"> ● 6111 Sayılı Kanunun 2, 3, 5, 6, 7 ve 8. Maddeleri Hükümleri Uyarınca Ödenmesi Gereken 9. Taksit Ödemesi ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba) ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs) ● Ağustos 2012 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Yurt dışı girişim

13 ülkeden işbirliği teklifi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'ne ağustos ayı içerisinde birçok farklı sektör ve ülkeden işbirliği teklifleri geldi. 13 ülkeden gelen işbirliği taleplerini sizler için derledik.

MOLDOVA

FİRMA ADI: AMETIS-COM

ADRES: Moldova Şehir Komrat Sokak Vinnika 44

YETKİLİ KİŞİ: Viktor Konstantinov

e-mail: viktor_konstanti@mail.ru

Firma, Türkiye'den acilen bir TIR çilek almak istediğini bildiriyor. "TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Grubu" üyesi olan Viktor Konstantinov ile Türkçe iletişim kurulabiliyor.

BANGLADEŞ

FİRMA ADI: Western Mart Ltd.

YETKİLİ KİŞİ: Mr. Maruf Hossen

e-mail: info@westernmartbd.com;

web: www.westernmartbd.com

Firma, Türkiye'ye hazır giyim ürünleri, jüt ve deri ürünler satmak istediğini bildiriyor.

HONG KONG

FİRMA ADI: AIC INC.

ADRES: Room 901, 9/F., Stanhope House, 734 - 738 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong

Tel: +852.2375.6307;

e-mail: tony_lim@aicinc.com.hk;

web: www.aicincjp.com

Tekstil alanında faaliyet gösteren firma, Türkiye'den halı ve ev gereçleri ithal etmek istiyor. Söz konusu ithal talebi, T.C. Hong Kong Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği aracılığıyla iletildi.

HİNDİSTAN

FİRMA ADI: Hooghly Building & Investment Co. Ltd.

ADRES: 2nd Floor. 35A, Hazra Road, Kolkata 700 029 INDIA

YETKİLİ KİŞİ: Shantanu Mohta

Tel: +91.33.6455 4500;

e-mail: shantanumohta@gmail.com



Türkiye ile ticari ilişkiler kurmak isteyen dış ticaret firması; Hindistan'dan hafif mühendislik ürünleri, tıbbi malzemeler, ameliyat gereçleri, gübreler, ot öldürücüler ve deriden üretilmiş ürünler sağlayabileceğini bildiriyor.

HIRVATİSTAN

FİRMA ADI: EcoCortec

ADRES: Ivana Lucica 5, 10000 Zagreb/Croatia

YETKİLİ KİŞİ: Blazenko Maric / Sales and Marketing Department

Tel: +385.1.4854486; **Faks:** +385.1.4854501;

e-mail: blazenko.maric@ecocortec.hr;

web: www.ecocortec.hr

Merkezi Amerika'da olan ve ambalajlama, metal işleme, inşaat, elektronik, su arıtma, petrol & gaz ve diğer endüstri kolları için yenileşimci, çevreye duyarlı paslanma (korozyon) kontrol teknolojileri geliştirme uzmanı olan firma, Türkiye'de işbirliği yapabileceği firmalar aradığını bildiriyor.

MAKEDONYA CUMHURİYETİ

FİRMA ADI: ERHAN MUSTAFA

YETKİLİ KİŞİ: Erhan Mustafa

e-mail: hiperici@msn.com

Firma, Türkiye'den acilen yüzde 98 kostik soda (caustic soda) almak istediğini bildiriyor. İlk siparişin, 24-48 ton olabileceği belirtiliyor.

SLOVENYA

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

Su arıtma üzerine çalışan ve yerel su ağlarının (şebeklerinin) ve havuz sularının arıtımı için dozaj donanımları üreten bir KOBİ, tuz kullanmaksızın klor üretimi konusunda bir teknoloji arıyor. Söz konusu teknolojiyi sunabilecek, çevrebilim (ekoloji) ve güvenlik standartları çerçevesinde hizmet verebilecek firmalar aranıyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 12 SI 68CN 3P9T referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurularını gerekiyor.

TÜRKİYE

FİRMA ADI: DENSED YANGIN SÖNDÜRME VE GÜVENLİK SİSTEMLERİ GEMİCİLİK SANAYİ VE DIŞ TİCARET LTD. STİ.

ADRES: Cumhuriyet Mah. Cumhuriyet Cad. Delta Towers, K:12 D: VIP12 Beylikdüzü / İSTANBUL

YETKİLİ KİŞİ: Gülşah Taşar

Tel: +90.212.252 42 26; **Faks:** +90.212.252 42 27;

e-mail: gulsah@bonexturkey.com;

web: www.bonexturkey.com

Dünyada yangın söndürme teknolojilerinde önemli yenilikleri bulunan Japon "BONEX" firmasının Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcısı olan firma; "BONEX" firmasının Dünyadaki ilk atılabilir tip yangın söndürücüsü için Türkiye çapında bölge ve il bayilikleri vermek istediklerini bildiriyor. "BONEX" firmasının Azerbaycan, Gürcistan, Makedonya, Bulgaristan, Romanya, Irak, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan, Kırgızistan ve KKTC için de tek yetkili dağıtıcısı olan firma bu ülkelerde de ana bayilikler vermek istediklerini belirtiyor.

ALMANYA

FİRMA ADI: MODUS HANDEL

ADRES: Fritz-Windisch-Str.120 40885 Ratingen / DEUTSCHLAND

YETKİLİ KİŞİ: Ömer Yasemin

Tel: +49.2102.73 33 55; **Faks:** +49.2102.73 33 55;

e-mail: info@modus-handel.de;

web: www.modus-handel.de

Almanya pazarına girmek isteyen firmalara çeşitli hizmetler sunan firma; mop ve eklentileri olan temizlik malzemeleri üreten ve Almanya merkezli Avrupa'ya açılmak isteyen üretici şirketler aradığını bildiriyor.

NİJER

FİRMA ADI: GLOBAL ATOMIC FUELS CORPORATION

ADRES: 8 King Street East, Suite 1700, Toronto, ON M5C 1B5 Canada

YETKİLİ KİŞİ: Stephan G. Roman / Chairman, Persident & CEO

Tel: +1.416.368-3949; **Faks:** +1.416.368-5146;

e-mail: sgr@globalatomicfuels.com;

web: www.globalatomicfuels.com

Toronto'da yerleşik Global Atomic Fuels Corporation firmasının CEO'su Stephan Roman'ın Niamey Büyükelçiliği ile temasa geçtiği ve firmanın Türk firmalarıyla Nijer'de işbirliği yapmak istediği bildiriliyor. Firmanın, uranyum yataklarının bulunduğu Agadez Bölgesinde 2004'ten beri uranyum arama faaliyetleri yürüttüğü, madenin kurulmasına yönelik fizibilite sürecinin 12 ay içinde biteceği ve hemen ardından madenden uranyum çıkartılacağı belirtilmiştir. Silvermet adıyla ülkemizde İskenderun'da da çinko madenciliği yaptığı bildirilen firmanın, gerek maden inşaatı gerekse inşaat için gerekli ara ürünlerin üretimi konusunda deneyimli Türk firmalarıyla Nijer'de işbirliği yapmak istediği belirtiliyor. Söz konusu işbirliği teklifi, T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü aracılığıyla iletildi.

YUNANİSTAN

FİRMA ADI: SİNAN SALİH

ADRES: Gümülcine - Yunanistan

YETKİLİ KİŞİ: Sinan Salih

e-mail: sinankomotini@hotmail.com

Yunanistan Gümülcine'de yerleşik olup, ticaretle uğraşan bir soydaşımız, Yunanistan'dan mal almak, Yunanistan'a mal satmak isteyen ya da işbirliği yapmak isteyen Türk işadamlarına aracılık, tercümanlık vs. işler yapmak istediğini bildiriyor.

DANİMARKA

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

İç ve dış ahşap dekorasyon ürünleri üzerine uzman olan, çevre dostu ve özgün ürünleri Norveç ve Danimarka pazarına sunan firma, ürün çeşitliliğini artırmak istiyor. Firma, FSC ya da benzer işaretlemelere sahip, inşaat, dekorasyon ve bahçe ürünleri üreten firmalar ile uzun sürecek işbirliği anlaşmaları yapmak istiyor. Firma ile bağlantı kurmak isteyen kuruluşların 20120514005 referans numarasını belirterek Ege İş ve Yenilik Merkezi'ne başvurularını gerekiyor.



Yurt Dışı Fuar Takvimi Eylül 2012

FUAR ADI

TARİHİ

KONUSU

ÜLKE VE KENT

FUAR ADI

TARİHİ

KONUSU

ÜLKE VE KENT

FUAR ADI	TARİHİ	KONUSU	ÜLKE VE KENT
CODE - Copenhagen Design	01 Eylül 2012	04 Eylül 2012	Mobilya, İç Tasarım Kopenhag DANIMARKA
SIMM INTERNATIONAL FASHION FAIR MADRID	01 Eylül 2012	03 Eylül 2012	Hazır Giyim, Moda Madrid İSPANYA
Japan Jewellery Fair	01 Eylül 2012	03 Eylül 2012	Mücevher Tokyo JAPONYA
Le Gourmet	02 Eylül 2012	05 Eylül 2012	Gurme Uzmanlık Fuarı Leipzig ALMANYA
Creativ Salzburg Herb	02 Eylül 2012	04 Eylül 2012	Hediyelik Eşya, Ev Aksesuarları Salzburg AVUSTURYA
Edat de Mode - BJDRHCA	02 Eylül 2012	05 Eylül 2012	Mücevher Paris FRANSA
Sia Guest 2012	02 Eylül 2012	04 Eylül 2012	Otel Ekipmanları Rimini İTALYA
UZBUILD	02 Eylül 2012	03 Eylül 2012	İnşaat Malzemeleri, Makineleri Tashkent ÖZBEKİSTAN
AMICOM 2012	03 Eylül 2012	05 Eylül 2012	Motorlu Araç İçili İletişim, Navigasyon Leipzig ALMANYA
MIDORA Leipzig - Trade Fair for Watches and Jewellery	03 Eylül 2012	05 Eylül 2012	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat Leipzig ALMANYA
CIFF - Çin Uluslararası Mobilya Fuarı	03 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Mobilya Guangzhou Çin
PREMIERE CLASSE - FASHION ACCESSORIES SHOW Prêt-à-Porter Paris	03 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Moda aksesuarları Paris FRANSA
WHO'S NEXT - International Fashion Show	03 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Giyim, Moda Paris FRANSA
FATEX	04 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Tekstil ve Makinalar Paris FRANSA
PRINTOR European Jewellery Fair	04 Eylül 2012	05 Eylül 2012	Mücevher Lyon FRANSA
ILL - International Jewellery London	04 Eylül 2012	07 Eylül 2012	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat Londra İNGİLTERE
Speciality & Fine Food Fair	04 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Gıda Londra İNGİLTERE
SCANDINAVIAN TECH FAIR WITH MACH. TOOLS	04 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Mekamik Ambalajlama, paketeleme tekn. Stockholm İSVİÇRE
GASSUF	04 Eylül 2012	06 Eylül 2012	Gaz Moskova RUSYA
26th EU PVSEC 2012	05 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Güneş Enerjisi Hamburg ALMANYA
APPLAS	05 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Plastik ve Kauçuk İşleme Shanghai Çin
Collection Premiere Moscow	05 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Hazır Giyim, Moda Moskova RUSYA
19. BUDPRAGRES 2012	06 Eylül 2012	09 Eylül 2012	İnşaat Malzemeleri ve Makineleri Minsk BELARUS
The 2012 China (Qinghai) Int. Halal Food&Products Fair	06 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Helal Gıda Ürünleri Qinghai Çin
PLAISANCE-International Cannes Boat and Yacht Show	06 Eylül 2012	11 Eylül 2012	Lüks Tekne ve Bot Sektörü Nice/Fransas FRANSA
JOG SALTEx	06 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Parik, Spor Alanları Ekipmanları Windsor İNGİLTERE
Aqua-Therm Almaty	06 Eylül 2012	09 Eylül 2012	Isıtma, Soğutma Almaty KAZAKİSTAN
KazBuild Autumn	06 Eylül 2012	09 Eylül 2012	Yapı İnşaat Almaty KAZAKİSTAN
INTERTEXTILE BALTICUM	06 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Tekstil ve giyim makineleri, deri işl. Riga LETONYA
ITTECH	06 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Tarım, hayvancılık, gıda ve ilaç işl. Karachi PAKİSTAN
CPM MOSKOVA	06 Eylül 2012	09 Eylül 2012	Hazır Giyim, Moda Moskova RUSYA
SEMA - Specialty Equipment Market Association	07 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Otomotiv Las Vegas ABD
GDS	07 Eylül 2012	09 Eylül 2012	Deri, deriden eşya, ayakkabı Düsseldorf ALMANYA
AFEX 2012	07 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Gıda Malzemeleri, Gıda Manila FİLİPİNLER
Boat&Yacht Show	07 Eylül 2012	12 Eylül 2012	Yat-Tekne Cannes FRANSA
Premium Sourcing	07 Eylül 2012	08 Eylül 2012	Tekstil, Moda, Hediyelik Eşya Paris FRANSA
MoldMEDIZIN & MoldDENT	07 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Tıbbi Teknoloji, Sağlık, Eczacılık Kiyisiev MOLDOVA
MiningWorld Russia	07 Eylül 2012	11 Eylül 2012	Madençilik, Jeodezi, Dökümcülük Moskova RUSYA
coffeena	08 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Yiyecek-içecek Ekipmanları Köln ALMANYA
Ev/Vend/coffeena	08 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Kahve, Kahve Makineleri ve Ürünleri Köln ALMANYA
China International Auto Parts Expo 2012	08 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Otomotiv Yan Sanayi Pekin Çin
SANA - International Exhibition of Natural Products	08 Eylül 2012	11 Eylül 2012	Sandalye, mobilya, içi dizayn Bologna İTALYA
INTERSTROYEXPO	08 Eylül 2012	11 Eylül 2012	Yapı Teknolojileri ve Makineleri St.Peters. RUSYA
China Laizhou International Store Fair	09 Eylül 2012	11 Eylül 2012	Doğatlas,Mermer Fuarı Laizhou Çin
GRAINTECH INDIA 2012	09 Eylül 2012	10 Eylül 2012	Makine ve Ekipmanları Bangalore HİNDİSTAN
BEYOND BEAUTY	10 Eylül 2012	12 Eylül 2012	Kozmetik,gizellik ve kişisel bakım Paris Fransa
Electra Mining	10 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Madençilik Johannesburg G.AFRİKA
Palacss-3-International Jewellery Exhibition	10 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Kuyumculuk Vicoenza İTALYA
JUNITEK MOSCOW Jewellery Wholesale Fair	10 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Mücevherat Moskova RUSYA
POWTECH 2012	11 Eylül 2012	13 Eylül 2012	Uluslararası Mekamik İşleme Tekn. Nürnberg ALMANYA
StoneTech	11 Eylül 2012	12 Eylül 2012	Yapı Teknolojileri ve Makineleri Shanghai Çin
British Brrdal Exhibition	11 Eylül 2012	13 Eylül 2012	Evlilik Giyim ve Moda Harrogate İNGİLTERE
Food, Hotel & Hospitality Arabia - FHHA	11 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Gıda, Yiyecek ve İçecek, Otel Ekip. Riyad S.ARAPİSTAN
DomeTech Middle East	12 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Tekstil, Kumaş ve Ev Tekstili Dubai BAE
Cosmething (within Beyond Beauty Paris)	12 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Kozmetik Paris FRANSA
CAITME	12 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Tekstil Makinaları Tashkent ÖZBEKİSTAN
PakFood	12 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Gıda Paketleme Poznan POLONYA
PakTech	12 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Makine Ekipman Poznan POLONYA
MIAMI HOSPITALITY DESIGN 2012	13 Eylül 2012	14 Eylül 2012	Hastane Mobilyaları, Ofis Eşyaları Miami ABD
BHIE - Int. Healthcare Exhibition	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Medikal, Hastahane ve Eczacılık Bakü AZERBAJYAN
INDIGO Home Edition	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Tekstil Dizayn, Ev Tekstili, Döşemelik Brüksel BELÇİKA
INDIGO Fashion edition	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Tekstil Dizayn, Tekstil, kumaş Paris FRANSA
RWM - Recycling and Waste Management Exhibition	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Gerici dönüşüm sanayi Birmingham İNGİLTERE
DSEI	13 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Savunma Teknolojisi Londra İNGİLTERE
SALON NAUTICO DE MADRID	13 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Yatlık Madrid İSPANYA
MILANOUNICA	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Tekstil, Kumaş, Ev Tekstili Milano İTALYA
MODA IN TESSUTO & ACCESSORI	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Tekstil ve Hazır Giyim Aksesuarları Milano İTALYA
ROOMS	13 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Tekstil, Hazır Giyim, Ayakkabı, Deri, Tokyo JAPONYA
IEAS - INT. ELECTRIC & AUTOMATION SHOW	13 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Elektrik-Elektronik Bükreş ROMANYA
HOUSEHOLD	13 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Ev ve Mutfak Gereçleri, Züccaciye Moskova RUSYA
Comtrans	13 Eylül 2012	17 Eylül 2012	Ulaşım araçları ve Aksesuarları Moskova RUSYA
KIEV FASHION	13 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Moda Fuarı Kiev UKRAYNA
FURNITURE CHINA	14 Eylül 2012	19 Eylül 2012	Mobilya ve Ev dekorasyonu Sangay Çin
IMPA 2012	14 Eylül 2012	15 Eylül 2012	Gemilicik Sanayi Londra İNGİLTERE
INFDEX 2012	14 Eylül 2012	17 Eylül 2012	Mobilya ve Dekorasyon Doha KATAR
Mining World Central Asia (formerly Kazmin/Kazmet)	14 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Madençilik, Jeodezi, Dökümcülük Almaty KAZAKİSTAN
Digital Communications Kazakhstan	14 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Dijital Komünikasyon, Bilgi Teknolojileri Astana KAZAKİSTAN
CONSTRUCTION - 19th Specialized Expo	14 Eylül 2012	16 Eylül 2012	Yapı ve İnşaat Primorski RUSYA
Futura	15 Eylül 2012	18 Eylül 2012	Tüketici Elektronik-Elektronik Salzburg AVUSTURYA
CHINA COMPOSITES EXPO 2012	15 Eylül 2012	17 Eylül 2012	Kompozit Karbon Fiber Pekin Çin
PAPERWORLD CHINA	15 Eylül 2012	17 Eylül 2012	Kağıt Ürünleri, Ofis Ekipmanları Shanghai Çin
IBERJOYA	15 Eylül 2012	19 Eylül 2012	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat Madrid İSPANYA
InterMedPharm Uzbekistan 2012	15 Eylül 2012	17 Eylül 2012	Sağlık, ilaç Tashkent ÖZBEKİSTAN
D&A (Designers and Agent)	16 Eylül 2012	18 Eylül 2012	Hazır Giyim New York ABD
CASPIAN TECH FOR ENVIRONMENT 2012	16 Eylül 2012	18 Eylül 2012	Katı Atık, Antirna Bakü AZERBAJYAN

FUAR ADI	TARİHİ	KONUSU	ÜLKE VE KENT
MUSIKMESSE	17 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Müzik Aletleri Frankfurt ALMANYA
INTERBOOT - Int. Water Sports Exhibition	17 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Gemi İnşaa Sanayi Friedrichs ALMANYA
GIOE	17 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Yarı Endüstriyal Yağlar, Teknoloji Yağlar Tbilisi GÜRCİSTAN
FASHION COTERIE	18 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Hazır Giyim, Moda ve Aksesuar New York ABD
INTERDOLAR	18 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Enerji Münih ALMANYA
IWA & OutdoorClassics	18 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Spor Malzemeleri Nürnberg ALMANYA
AMB	18 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Uluslararası Metal İşleme Fuarı Stuttgart Almanyay
Husum Windenergy	18 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Rüzgar Enerjisi Husum ALMANYA
Imotrans	18 Eylül 2012	21 Eylül 2012	Bayii Tasımcaçlık Berlin ALMANYA
KIMES	18 Eylül 2012	21 Eylül 2012	Tıbbi Teknoloji, Sağlık, Eczacılık, Seul G.KORE
MPEL - International Leather Goods Market	18 Eylül 2012	21 Eylül 2012	Deri Ürünleri ve Aksesuarları Milano İTALYA
JAPAN HOME & BUILDING SHOW	18 Eylül 2012	21 Eylül 2012	Yapı Teknolojileri ve Makineleri Tokyo JAPONYA
4th Azerbaijan Regional Construction Exhibition	19 Eylül 2012	21 Eylül 2012	İnşaat Bakü AZERBAJYAN
JGF September Hong Kong Jewellery and Gem Fair	19 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Hediyelik Eşya, Saatler, Mücevherat Hong Kong Çin
September Hong Kong Jewellery & Gem Fair	19 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Değerli Maden ve Mücevherat Hong Kong Çin
Hong Kong International Jewellery and Gem Fair	19 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Mücevher Hong Kong Çin
IMTEX	19 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Metal İşleme Makinaları Bangalore HİNDİSTAN
JEWELLERY INDUSTRY	19 Eylül 2012	20 Eylül 2012	Mücevher Moskova RUSYA
SAUDI AGRICULTURE	19 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Tarım,orman, Bahçe, Üzümculük Riyad S.ARAPİSTAN
IAA - 64th Commercial Vehicles International Motor Show	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Otomobil Fuarı Frankfurt ALMANYA
WESTAZBUILD	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	İnşaat Bakü AZERBAJYAN
Le Cuir a Paris	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Deri, Deri Ürünleri, Ayakkabı Paris FRANSA
MOD'AMONT	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Tekstil, kumaş, ev tekstili, Moda Aks. Paris FRANSA
ZOOM BY FATEX	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Hazır Giyim, Deri ve Aksesuarları Paris FRANSA
CEOSIAE 2012	20 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Seramik Bologna İTALYA
AgriTek Uzbekistan	20 Eylül 2012	22 Eylül 2012	Tarım, Hayvancılık Tashkent ÖZBEKİSTAN
NEVA International Shipping Exhibition and Conference	20 Eylül 2012	23 Eylül 2012	Denizcilik, Gemi Yapımı, Liman ve Enerji St.Peters. RUSYA
REHACARE INTERNATIONAL	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Rehabilitasyon ve İletişim, Medikal Tekn. Düsseldorf ALMANYA
ENERGY & MINING INDONESIA SERIES	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Enerji ve Madençilik Cakarta ENDONEZYA
Renewable Energy Indonesia	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Yenilenebilir Enerji, Elektrik Cakarta ENDONEZYA
MINING INDONESIA	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Madençilik, Yer Ölçüm Cakarta ENDONEZYA
Electric Indonesia	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Enerji, Elektrik-Elektronik Cakarta ENDONEZYA
Monaco International	21 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Yat-Tekne Monaco FRANSA
Kazomak	21 Eylül 2012	23 Eylül 2012	İş,İnşaat ve Maden Makineleri Almaty KAZAKİSTAN
Consumexpo	21 Eylül 2012	23 Eylül 2012	Ev Ürünleri, Diğün Moda ve Aksesuar Moskova RUSYA
CASA & DECORACAO SHOW	22 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Ev Tekstili, Eşyaları ve Dekorasyonu Sao Paulo BREZİLYA
Sweets & Snacks China	22 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Gıda ve İçecek Sangay Çin
100 % Design London- The Interior Design Exhibition	22 Eylül 2012	25 Eylül 2012	Mobilya ve Ev Tekstili Londra İNGİLTERE
MILANO MODA DONNA	22 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Moda, Kadın Hazır Giyim Milano İTALYA
IDEX/NEOCON Canada 2012	22 Eylül 2012	23 Eylül 2012	Mobilya, İç Dekorasyon Toronto KANADA
KAZBUILD SPRING 2012	22 Eylül 2012	25 Eylül 2012	İnşaat Almaty KAZAKİSTAN
REHABILITACJA	22 Eylül 2012	24 Eylül 2012	Medikal Teknoloji, Sağlık ve Eczacılık Lodz POLONYA
IAA - International Motor Show Commercial Vehicles	23 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Otomobil, Ticari Araçlar, Motorsiklet Hannover ALMANYA
MI Milano prêt-à-porter	23 Eylül 2012	26 Eylül 2012	Moda, Hazır Giyim Milano İTALYA
IPM DUBAI	24 Eylül 2012	26 Eylül 2012	Tarım, Bahçacılık, Bahçe Teknolojileri Dubai BAE
INMEX 2012	24 Eylül 2012	26 Eylül 2012	İnternational Denizcilik Fuarı Mumbai HİNDİSTAN
WHITE MILANO	24 Eylül 2012	26 Eylül 2012	Tasarım, Moda ve Hazır Giyim Milano İTALYA
Boilers and Burners	24 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Metal İşleme Makina ve Tekn. St.Peters. RUSYA
CIT 10. INT. SHOW OF CONSTRUCTION EQUIPMENT TECH	24 Eylül 2012	29 Eylül 2012	İnşaat ve Yapı Teknolojileri Moskova RUSYA
Security Essen	25 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Güvenlik Essen ALMANYA
FachPack - Nürnberg	25 Eylül 2012	27 Eylül 2012	Uluslararası Ambalaj Fuarı Nürnberg ALMANYA
INDUSTRIAL AUTOMATION RUSSIA	25 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Endüstriyel Otomasyon Moskova RUSYA
MDA RUSSIA 2012	25 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Lojistik Moskova RUSYA
Middle East Clean Expo	26 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Temizlik, Su teknolojileri Dubai BAE
INT. TECHNICAL FAIR-STROYTECH	26 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Makina Plovdiv BULGARİSTAN
ELTECH	26 Eylül 2012	01.10.2012	Elektrik-Elektronik Plovdiv BULGARİSTAN
MIXBUILD	26 Eylül 2012	30 Eylül 2012	İnşaat malzemeleri, cimento Moskova RUSYA
Domotex Russia	26 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Hali, Zemin Kaplamaları, Tekstil Moskova RUSYA
BUILDING UKRAINE(Winter)	26 Eylül 2012	29 Eylül 2012	İnşaat Teknolojileri ve Makinaları Kiev UKRAYNA
HORECA EXPO	27 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Otel ve Yemeklik Ekipmanları Gent BELÇİKA
ITF - International Technical Fair (Autumn)	27 Eylül 2012	02.10.2012	Su teknolojileri, ulaşıma ve oto servis Plovdiv BULGARİSTAN
OSMA	27 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Tekstil Makinaları Shanghai Çin
PPMA Processing & Packaging Machinery	27 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Ambalaj ve Paketleme ve Makinaları Birmingham İNGİLTERE
EAS - Euro Attractions Show	27 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Eğlenme, Hobbi, Otel Ekipmanları Londra İNGİLTERE
OSS-BSS World Summit	27 Eylül 2012	28 Eylül 2012	Telekomünikasyon Londra İNGİLTERE
LABASIA 2012	27 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Laboratuvar teknolojileri Kuala Lumpur. MALEZYA
LEATHER - FOOTWEAR-FUR- TECHNOLOGY (LFFT)	27 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Deri, Kürk, Ayakkabı ve Deri İşleme Mak. Moskova RUSYA
Textilegrom	27 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Tekstil, Ev Tekstili, Kumaş, Hazır Giyim Moskova RUSYA
MIR DETSVA	27 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Çocuk Giyim ve Malzemeleri Moskova RUSYA
Meva - International Exhibition for Fur & Fur Processing	27 Eylül 2012	29 Eylül 2012	Kürkten Mamul Hazır Giyim, Kürk Aks. Moskova RUSYA
Mideast Watch & Jewellery Show	28 Eylül 2012	02 Ekim 2012	Saat, mücevher, kuyumculuk, hediyelik Sharjah BAE
SICH-International Integral Kitchen Exhibition	28 Eylül 2012	01 Ekim 2012	Bezaz Eşya, Mutfak Madrid İSPANYA
Protech	28 Eylül 2012	01 Ekim 2012	Gıda İşleme ve Paketleme Makineleri St.Petersburg. RUSYA
INTERNATIONAL GRAPHIC AND PAPER INDUSTRY FAIR TIR 2012	28 Eylül 2012	01 Ekim 2012	Sanayi Belgrad SIRBİSTAN
Handseboot - International Boat Show Hamburg	29 Eylül 2012	06 Kasım 2012	Tekne ve Aksesuarları Hamburg ALMANYA
OrthoTec Conference and Trade Fair for Orthopaedics	29 Eylül 2012	30 Eylül 2012	Tıbbi malzeme / Ortopedi Zürich İSVİÇRE
Central Asia Machinery	29 Eylül 2012	02 Ekim 2012	Güç Sistemleri, Madeni Makinaları Almaty KAZAKİSTAN
CAIRO FASHION & TEX	29 Eylül 2012	01 Ekim 2012	Moda ve Tekstil Kahire MISİR
TTM-Automotive Technology Fair	29 Eylül 2012	02 Ekim 2012	Otomotiv, Otomotiv Teknolojileri Poznan POLONYA
ENERGY-SPRINTOLTAIC	29 Eylül 2012	02 Ekim 2012	Enerji Atina YUNANİSTAN
ALBREIX 7	30 Eylül 2012	03 Ekim 2012	Mobilya Tiran ARNAVUTLUK
World of Beauty & Spa - Autumn 2012	30 Eylül 2012	01 Ekim 2012	Kozmetik, Gizellik Prag ÇEK C.
ATMOSPHERE'S	30 Eylül 2012	03 Ekim 012	Moda, Tasarım, Hazır Giyim Paris FRANSA
THE BOX	30 Eylül 2012	03 Ekim 2012	Moda Aksesuarları Paris FRANSA
TRANDI	30 Eylül 2012	03 Ekim 012	Bayan Hazır Giyim ve Moda Paris FRANSA

KOBİLGİ



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

MÜHENDİSLER HAKLARINI İSTİYOR!

Bugünlerde IT sektöründe hararetle bir işgücü tartışması yapılıyor.

İşveren mühendis bulamamaktan, buna karşılık mühendisler de teklif edilen koşullardan şikayet ediyor. İşverenler öneri olarak Avrupa ve Amerika'daki Hindistan gibi ülkelerden işgücü transferi istiyor. Özellikle oryantalizm'in etkisi ile batıdan model kopyalama eğilimimiz ile kişi başı milli geliri 50 bin dolar civarındaki ülkelerin modellerini almadan önce kendi gerçeklerimiz içerisinden 'nasıl çözümler çıkarabiliriz' diye bakmak önemli bir adım olacaktır. Bu şekilde batılı ülkelerin sanayileşme yolunda yaptığı geri dönülmez hataları yapmıyor olmanın yanı sıra kendimiz için daha gerçekçi çözümler de bulabiliriz.

Bugün internet çağında özellikle mühendislerin tek alternatifi Türkiye değil. Adaletli ve paylaşımcı bir çalışma öneremediğimiz sürece kalifiye işgücü daha iyi koşullar için elbette Türkiye'de kalmayacaktır.

de özellikle yazılımcıların isyanı teklif edilen maaşların çok düşük oluşu ve uzun çalışma saatleri. OECD verileri de zaten bunu destekliyor. Peki, bu durumda parası olmayan KOBİ'ler nasıl kişi başı milli geliri 50 bin dolar olan ülkelerle rekabet edebilecek?

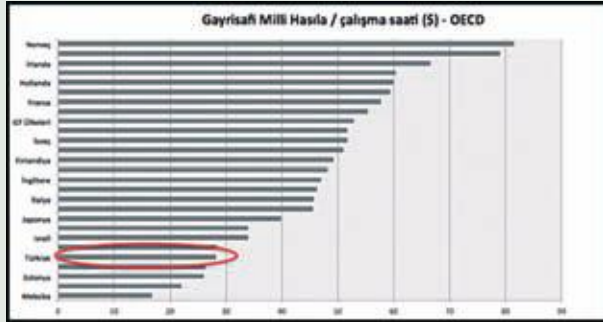
Burada iki önemli bakış açısı var: Birincisi çalışan açısından; bir KOBİ'de maaşlı çalışmakla büyük bir kurumda maaşlı çalışmak arasında ciddi bir bakış açısı farkı var. KOBİ'de siz girişimci kültürün bir parçasısınız. Maaşı sabitleyerek riskten kaçamazsınız. Risk istemiyorsanız büyük kurumlarda çalışmalısınız. Dolayısı ile çalışma saatleri tartışması KOBİ dünyasında yeri olmaması gerekiyor (elbette makul ölçülerde). Ancak bunun işveren tarafında da bir karşılığı var. O ki risk her noktada var ve çalışma saati saymakla olmuyor o zaman bu çalışandan şirketi sizin kadar sahiplenmenizi, yani riski paylaşmayı istemek oluyor. Bu da şirketi paylaşmak yani hisse opsiyonu (stock option) yöntemi veya kar paylaşımı ile olur. Söz ile değil!

Teknoloji sektörü başta olmak üzere mühendislerin altın değerinde olduğu sektörlerde 'patronlar daha çok kazanır' anlayışı artık kesinlikle geçerli değildir. Bu bakış açısı ile şirketlerimizi büyütmek, çalışanlarımızın bizimle bu zorlu mücadelede de kalmasını beklemenin artık hiç bir reel tarafı yoktur.

Batıdaki çalışma modellerini almak

Ülkelerarası model kıyaslaması yaparken en önemli detay ülkelerin kişi başı gayrisafi yurtiçi hasıllarıdır. Örneğin, dünya bankası verilerine göre Almanya'nın 43 bin 689 dolar gayrisafi yurtiçi hasıla ile yaptığı bir strateji ile Türkiye'nin 10 bin 489 dolar ile yaptığı stratejiler aynı olamaz. Diğer bir deyişle Almanya'ya giden yazılımcılarımız ile Hindistan'dan Türkiye'ye gelecek yazılımcıların durumu aynı olamaz. En basitinden henüz bu tarz kavramla hiç yüzleşmemiş bir ülke olarak Almanya gibi paralel kültür (gelen yabancıların entegre olmaması) gibi sorunlar içerisinde boğulmadan önce kendi kaynaklarımızı nasıl kullanabiliriz, Türkiye'de çalışmalarını için nasıl daha adaletli bir ortam sağlayabiliriz düşünmemiz gerekiyor. Yani var olan işgücünü kaybetmeden önce!

Bugün artık internet çağında özellikle mühendislerin tek alternatifi Türkiye değil. O nedenle işveren olarak insanlara adaletli koşullar sağlamadığımız sürece mühendislerimizin bizimle çalışmasını beklemek boşuna. Bu yeni model arayışlarında da oryantalist bakış açısından sıyrılarak batıdan kopyalamak yerine kendi gerçekliğimize uygun modelleri geliştirerek yapmak en etkin yöntem olacaktır.



















Mühendisler neden Türkiye'de kalmak istemiyor?

Ben de dahil birçok mühendis yurt dışına okumaya gidiyor ve geri dönmeyenler oldukça fazla. Elbette Türkiye'deki yetişmiş eleman açığı tartışmasız bir gerçek ancak var olan yetişmiş elemanı da kaçırıyor olmanın en temel sebebi başka ülkelerde çok daha iyi koşullarda çalışabiliyor olmaları. Ben mesela Amerika'dan döndüğümde oradaki teklif edilen paket ile buradaki arasında ciddi bir fark vardı ki bunu gayri milli hasıla ile normalize ederek söylüyorum. Ya da Türkiye'deki durumu sayılarla ifade etmek gerekirse OECD verilerine göre, çalışma saati başına düşen gayri milli hasılda grafikte de görülebileceği gibi Türkiye oldukça gerilerde. Tabi buna 'iş gücünün etkin kullanımı' gibi parametreleri de ekleyerek çok daha geniş bir inceleme yapabiliriz. Yani konu sadece eksik işgücümüz değil. Var olan işgücünün nasıl kullanıldığı da.

IT dünyasında KOBİ ne yapabilir?

IT dünyasında mühendisler, işin kalbi. Bugünler-

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 Büyümek, 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. 	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... 	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

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 garantisini 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**